

Nach 20 Jahren: Sutterlüty-Kundenkarte betroffen, 120.000 Kunden wütend!

Sutterlüty stellt die Kundenkarte nach 20 Jahren ein. 120.000 Kunden sind betroffen. Punkte sammeln bis 30. Juni 2025.



Ländle, Österreich - Die Sutterlüty-Kundenkarte wird schrittweise eingestellt, was etwa 120.000 Personen betrifft. Diese Entscheidung markiert das Ende eines 20 Jahre währenden Programms, in dem Kunden Punkte sammeln und exklusive Vorteile genießen konnten. Geschäftsführer Florian Sutterlüty betont, dass der Schritt nicht leicht gefallen ist und die Kundenkarte für regionale Verbundenheit, Vertrauen und Wertschätzung stand. Punkte können bis zum 30. Juni 2025 gesammelt werden, während bereits gesammelte Punkte weiterhin gültig bleiben und eingelöst werden können. Ab Juli 2025 sollen zudem „b’sundrig Sonderaktionen“ die Kunden motivieren und den Abschied erleichtern. Die Kund:innen werden umfassend und rechtzeitig über die nächsten Schritte

informiert, sowohl online als auch persönlich in den Ländlemärkten. Daniel Drechsel, Geschäftsführer, dankt den Kund:innen und regionalen Partnern für ihre Treue und die Mitgestaltung des Programms.

Hintergrund zur Kundenkarte

Die Sutterlüty Vorteilskarte wurde als Zeichen der Wertschätzung in die Unternehmensstrategie integriert und erfüllte über Jahre hinweg eine wichtige Funktion im Kundenbindungskonzept. Sutterlüty ist sich bewusst, dass Kundenbindung entscheidend für den langfristigen Erfolg im Einzelhandel ist. Innovative Ansätze sind notwendig, um sowohl bestehende als auch neue Kunden zu gewinnen und zu binden. Laut **smartstore.com** ist die Pflege bestehender Kundenbeziehungen fünfmal günstiger als die Akquise von Neukunden.

Ein effektives Kundenbindungsprogramm schafft emotionale Verbindungen zur Marke und bietet tiefere Einblicke in das Kaufverhalten und die Präferenzen der Kund:innen. Punktebasierte Systeme, wie sie in der Sutterlüty Kundenkarte implementiert waren, sind bei Kunden beliebt, da sie Anreize zur Teilnahme bieten. Diese Mechanismen sind nicht nur ein Rückgrat der Bindungsstrategien, sondern auch ein Signal an die Kunden, dass ihre Treue geschätzt wird.

Aussichten für die Kundenbindung

Mit der Einstellung der Kundenkarte arbeite Sutterlüty an neuen Ideen und Angeboten, um auch nach dem Ende des Programms für Kundeneinbindung zu sorgen. Die Herausforderungen in der Kundenbindung, wie die Notwendigkeit einer robusten technologischen Infrastruktur und die Ansprache vielfältiger Zielgruppen, erfordern umfassende Strategien. Die Unternehmen müssen sich auf kreative Treueprämien, gezielte Kundensegmentierung und einen Mobile-First-Ansatz konzentrieren. Diese Elemente sind auf dem Weg zu einem

erfolgreichen Kundenbindungsprogramm für die Zukunft von zentraler Bedeutung.

Insgesamt zeigt sich, dass die Entscheidung, die Kundenkarte einzustellen, ein Wendepunkt für Sutterlüty ist, der neue Chancen zur Kundengewinnung und -bindung eröffnet. Mit den richtigen Strategien und einem klaren Fokus auf die Bedürfnisse der Kund:innen bleibt das Unternehmen gut aufgestellt, um auch in den kommenden Jahren erfolgreich zu sein.

Details	
Ort	Ländle, Österreich
Quellen	• www.5min.at • www.sutterluety.at • smartstore.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at