

Elektronische Kundenkarte: So fördert sie den Absatz bei Bäckereikette



Bäckereien stärken die Kundenbindung häufig mit Rabattangeboten. Oft sind es kleine Stempelkarten, auf denen jeder Einkauf eingetragen wird. Nach zum Beispiel zehn Einkäufen wird dann ein Bonus in Form von Gratiswaren gewährt. Wie eine Kundenkarte den Absatz fördern kann.



Die Bäckereikette Backstube Herrmann Härdtner führte im Dezember 2018 in Kooperation mit den Loyalty-Experten von secucard und der Kalicom Kassensysteme Liebers e.K. die elektronische „Härdtner Kundenkarte“ ein und erreichte damit viel mehr als mit einer konventionellen Rabattkarte. Mit rund 60 Filialen in und um den Stammsitz Neckarsulm gehört die Bäckereikette Backstube Herrmann Härdtner zu den großen und erfolgreichen Unternehmen der Branche.

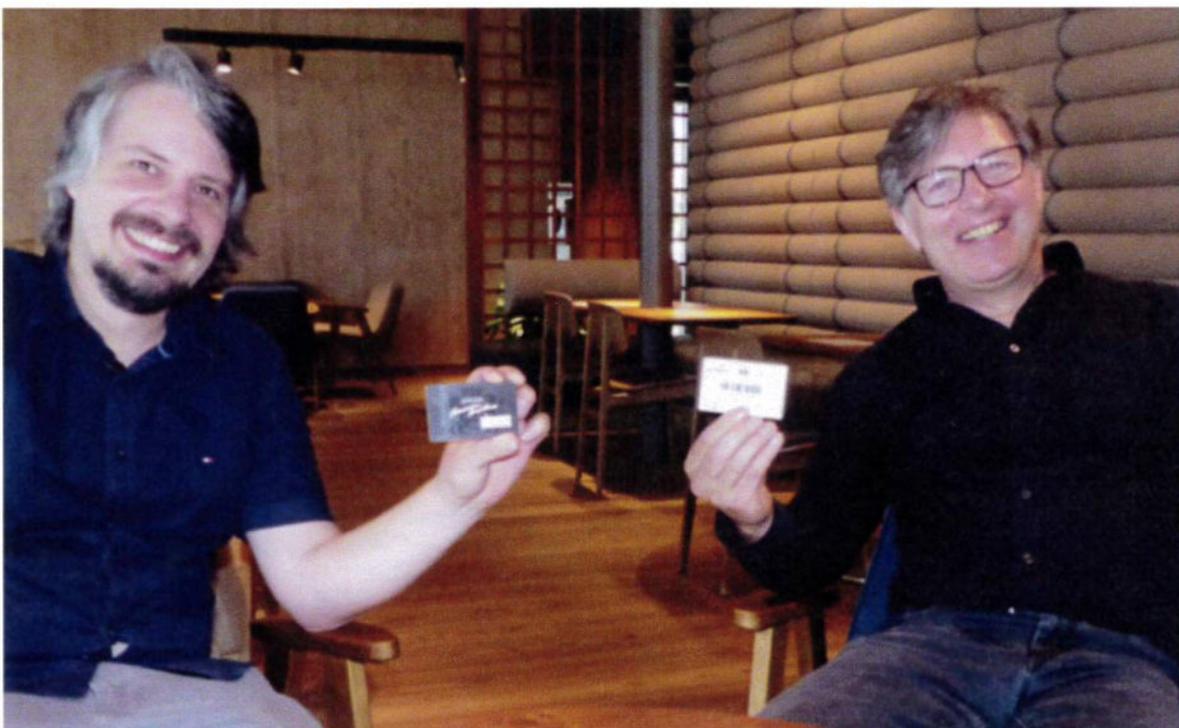
Der Grund für diesen Erfolg liegt in der gelungenen Verbindung von Tradition und Innovation. Denn bei Härdtner wird heute in der dritten Generation nach den bewährten Rezepten des Gründers gebacken. Bis heute wird jedes einzelne Brot von Hand geformt. Klar, dass diese traditionsreiche hohe Produktqualität Stamm- und Neukunden begeistert. Ganz anders agieren die Härdtner in der Unternehmensführung. Hier setzen sie auf moderne Tools, um sich am Markt zu behaupten und ihren Kunden einen besonderen

Hier setzen sie auf moderne Tools, um sich am Markt zu behaupten und ihren Kunden einen besonderen Service zu bieten, wie zum Beispiel die elektronische Kundenkarte.

Morgens um halb neun in Bäckereien

Dieses Bild kennen wir alle. Während die meisten Geschäfte noch geschlossen sind oder morgenmüde langsam ihre Türen öffnen, hat sich vor der Lieblingsbäckerei schon eine Schlange gebildet. Ob einige Frühstücksbrötchen, ein Kaffee für den Weg oder ein Gepäck für die Frühstückspause, zwischen halb acht und halb zehn herrscht in deutschen Bäckereien Hochbetrieb. Doch ganz so schnell wie es sich die eiligen Kunden wünschen, geht es dann nicht immer. Das freundliche Verkaufspersonal gibt sein Bestes.

Dass die ersten Kunden in der Schlange aus Ungeduld oder Zeitmangel abdrehen, kann es trotzdem nicht verhindern. Spätestens wenn der dritte Kunde umständlich sein Kleingeld zusammensucht oder versucht, mit einem 50-Euroschein zu zahlen und das Wechselgeld in der Kasse fehlt, kommt Unmut auf. Und auch das Abstempeln von Rabattkarten kostet in dieser Situation wertvolle Zeit und strapaziert die Nerven der Wartenden. Schade für die Bäckerei. Denn ob genervte Kunden am nächsten Tag einen neuen Versuch starten oder an einen Mitbewerber verloren sind, steht in den Sternen. Klar, dass sich dieser Vorgang in der Mittagspause für die Suppe, den Salat oder Snack und am Sonntagnachmittag zur Kaffeezeit wiederholt.



Die Geschäftsführer der Backstube Herrmann Härdtner präsentieren die neue Kundenkarte. (Bild: secupay)

Kundenkarte: Entspannter geht's bei Härdtner zu

Natürlich sind auch die Filialen der **Backstube Herrmann Härdtner** den alltäglichen Nachfragehochs und -tiefs unterworfen. Doch hier wird das Zahlen leicht gemacht. Insbesondere das kontaktlose Zahlen mit der Kundenkarte oder einer Kredit- oder Debitkarte funktioniert hier schneller und unkomplizierter als in anderen Bäckereien. Denn dank der konsequenten Integration der Karten- oder EC-Terminals in das Kassensystem von Kalikom kann das Terminal permanent auf dem Verkaufstresen stehen und ein Tastendruck genügt, um den Kassiervorgang zu starten. Das bisher übliche umständliche Hervorholen des Kartenlesegerätes, die Aktivierung und das Eingeben des Betrags entfallen. Auf diese Weise

tastendruck genügt, um den Kassiervorgang zu starten. Das bisher übliche umständliche Hervorrufen des Kartenlesegerätes, die Aktivierung und das Eingeben des Betrages entfallen. Auf diese Weise funktioniert das bargeldlose Zahlen schneller als alle andere Zahlarten.

Damit entfallen auch das Geldwechseln und die lästige Kleingeldkramerei. Und der Verkauf kann, gerade auch in Zeiten großen Andrangs, erheblich schneller und effizienter abgewickelt werden. Am schnellsten geht es mit der elektronischen Händtner Kundenkarte, von der inzwischen rund 145.000 Exemplare im Umlauf sind. Durch die Implementierung der secucard-Software in das Kalicom-Kassensystem erledigt die Karte nicht nur die Gutschrift von Bonusprozenten automatisch, sie dient auch als Guthabekarte für das bargeldlose Zahlen ohne PIN-Eingabe oder Unterschrift. Und wichtig in Corona-Zeiten: Das Bezahlen erfolgt komplett kontaktlos. Die Karte muss nur vor den Kassenscanner gehalten werden. Das Ergebnis: mehr Umsatz, mehr Sicherheit und zufriedener Kunden.

Kundenkarte: Warenkorb wird für die Bonifizierung herangezogen

Ein weiterer Vorteil: Durch die Integration der secucard-Lösung in das Kassensystem wird bei der Bonifizierung der tatsächlich gekaufte Warenkorb zugrunde gelegt, sodass die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze für verschiedene Produkte dokumentiert werden. Auf diese Weise wird gleichzeitig ein bei analogen Stempelkarten vorkommender Missbrauch durch mehrfaches Stempeln oder Stempeln, obwohl das gekaufte Produkt nicht rabattfähig ist, ausgeschlossen. Und die Buchung der verwendeten Boni erfolgt als umsatzsteuerrelevante Erlösminderung.

Händtner gibt im Übrigen auch die aktuelle Mehrwertsteuersenkung über das Bonusprogramm an Stammkunden weiter. Für die Buchhaltung bedeutet die Abschaffung analoger Stempelkarte ebenfalls eine erhebliche Vereinfachung. Denn das Zählen und Archivieren der Karten entfällt. secucard bietet zudem ein Online-Händlerportal, über das sich sämtliche Transaktionen in Echtzeit nachvollziehen lassen. Alle Daten können zur Weiterbearbeitung aus dem System exportiert werden

Mehrwert der Kundenkarte bei der Kundenkommunikation

Auch für das Marketing ist die Händtner Kundenkarte zum wirkungsvollen Instrument geworden: Denn die Karte kann auch als Geschenkgutschein mit einem Guthaben in beliebiger Höhe genutzt werden. So wird der überzeugte Bäckerkunde selbst zum Markenbotschafter. Für die Backstube Herrmann Händtner bedeuten Guthabekarten zudem einen willkommenen Zuwachs an Liquidität, was den finanziellen Spielraum für Investitionen erhöht. Ein weiterer Pluspunkt ist, dass die Karte sowohl anonym als auch mit hinterlegten persönlichen Daten genutzt werden kann, was Kunden die Wahlfreiheit lässt.





Die Kundenkarte der Backstube Herrmann Hårdtner wird auch als Geschenkgutschein angeboten. (Bild: secupay)

Die Personalisierung bietet den Vorteil, dass gestohlene oder verlorene Karten gesperrt und durch neue ersetzt werden können, auf die das vorhandene Guthaben übertragen wird. Deshalb wird diese Option von vielen Kunden gern genutzt. Das eröffnet der Bäckereikette gleichzeitig die Möglichkeit, mit dem von secucard bereitgestellten Direktmarketingtool *secuAction* Kontakt zu den Stammkunden zu halten und Ihnen anlassbezogene Spezialangebote zu unterbreiten. Zum Beispiel ein automatisch zum richtigen Zeitpunkt verschickter Geburtstagsgruß mit einem zusätzlichen Geburtstagsbonus auf den nächsten Einkauf nur für den Empfänger oder die Auslobung einer Happy Hour, zum Beispiel zwischen 10:30 und 11:30 Uhr, um Leerlaufzeiten im Verkauf entgegenzuwirken.

Weitere Projekte sind in Planung

Nach dem Erfolg der elektronischen Kundenkarte arbeitet die Hårdtner-Kette derzeit mit der secucard GmbH an der Einrichtung eines Onlineshops. Über den Shop sollen Vorbestellungen für Backwaren, Frühstück und Mittagessen ermöglicht werden, die dann zur vereinbarten Zeit abgeholt oder in der Filiale verzehrt werden können. Später sollen Teile des Sortimentes auch für die Boten-Auslieferung zum Wunschtermin zu Verfügung stehen. Die Kundenkarte soll nahtlos in den Shop integriert werden, sowohl zur Bonifizierung von Onlinekäufen als auch als Zahlungsoption.

Die **secupay AG** mit Sitz in Pulsnitz bei Dresden ist das größte inhabergeführte und von der BaFin zugelassene Zahlungsinstitut. Das im Jahr 2000 von Hans-Peter Weber als Anbieter für EC-Terminals gegründete Unternehmen entwickelte sich mit den sich stets wandelnden Anforderungen des Payment-Marktes zu einem Spezialisten für passgenaue Payment- und Loyalty-Lösungen online, offline und crosschannel, für den stationären Handel, E-Commerce und Marktplatz- und Plattformgeschäfte. Damit ermöglicht secupay ein nahtloses und sicheres Zahlungserlebnis für jeden Verkaufskanal – sowohl für Händler als auch für deren Kunden.

Mit **secucard** bietet secupay Kundenbindungslösungen für den Präsenz- und Onlinehandel. Über das Händlerportal *secuOffice* lassen sich alle Karten-, eCom- und Loyalty-Transaktionen und Umsätze jederzeit detailliert nachvollziehen. Mit dem in *secuOffice* integrierten Direktmarketingtool *secuAction* können Kunden individuell angesprochen, Gutscheine und Coupons versendet oder über Produkteinführungen und Aktionen informiert werden. Mit dem *Collecting Service* im Zahlungsverkehr bündelt secupay die eingehenden Zahlungen aller Zahlarten, sodass die Buchhaltung der Händler die Einnahmen besser abstimmen kann. Bei Rechnungsbau und SEPA-Lastschriften wird neben dem Debitorenmanagement auch Factoring mit Zahlungsgarantie angeboten.

Über die Autorin: Cora Rosenkranz ist für die PR-Agentur Wordfinder tätig.