

Kein Kundenbindungssystem ohne Software-Lösung

Nach Bekunden von Kundenkartenservice (KKS) hat sich die Saubercard mittlerweile im Deutschen Textilreiniger-Markt fest etabliert. Über 60 Terminals mit weit über 20.000 Karten konnte das Unternehmen in den letzten eininhalb Jahren nach eigenen Angaben von Helsinki bis nach Süddeutschland einrichten. Vorteile dieser Lösung sind laut KKS unter anderem die einfache Handhabung der Karte und der dazugehörigen optionalen Softwarelösung. Das Funktionsprinzip der Saubercard ist dabei denkbar einfach: Wie bei der Abo-Karte zahlt der Kunde vorab und erhält einen Rabatt beim Reinigen seiner Textilien.

Auch der Vorteil für den Reiniger ist nach Meinung von KKS offensichtlich: Er erhält Geld vorab mit dem er arbeiten kann und er hat ein einfach zu handhabendes aber professionelles Instrument zur Kundenbindung. Weitere Vorteile laut KKS:



Nach Bekunden von Kundenkartenservice (KKS) hat sich die Saubercard mittlerweile im Deutschen Textilreiniger Markt fest etabliert.

- Der Reiniger bekommt Daten und Informationen über seine Kunden, die er vorher nicht hatte
- Er weiß, welcher Kunde kommt wie oft, bringt mir wie viel Geld, wann hat er Geburtstag
- Er bekommt mehr Geld vom Kunden vorab, als er mit der traditionellen Kundenkarte erhalten würde.

Ladungen von 40, 80, 150 und 300 Euro sollen normal sein, verspricht das Unternehmen. Diese

Ladungen bestimmt der Reiniger selbst. Beispiel von KKS aus der Praxis (Reinigerin bei Hamburg mit einem Monatsumsatz von circa 8.500 Euro netto im Jahr 2006):

- 30 Ladungen auf die Saubercard mit 390 Euro verkauft. Erlös 9.000 Euro
- 28 Ladungen auf die Saubercard mit 187 Euro verkauft. Erlös 4.200 Euro
- 186 Ladungen auf die Saubercard mit 96 Euro verkauft. Erlös 14.000 Euro

- 367 Ladungen auf die Saubercard mit 46 Euro verkauft. Erlös 14.680 Euro
- 224 Ladungen auf die Saubercard mit 22 Euro verkauft. Erlös 4.480 Euro

Der Erlös allein aus der Saubercard betrug nach KKS-Rechnung 47.240 Euro brutto und 39.697,48 Euro netto. Bei einem Nettoumsatz von 100.000 Euro hätte die Unternehmerin im Jahr 2006 40 Prozent ihres Umsatzes über die Kundenkarte erreicht, heißt es weiter. Noch besser sei der Liquiditätseffekt: Die Kunden würden mehr Geld als Ladung vorab als bisher geben, um an die attraktiven Rabatte zu kommen. Mit der KKS-Lösung sollen auch Mailings kein Problem mehr sein. So schlägt das Unternehmen vor, Kunden zu ihrem Geburtstag anzuschreiben und ihnen einen Reinigungsgutschein zukommen zu lassen. Saisonale Informationen würden dem Reiniger helfen, den Umsatz zu erhöhen. Ebenfalls kann nach KKS-Angaben die Etablierung eines Office-Service problemlos erfolgen, da eine Rechnungsschreibung und Unterstützung beim Logistikprozess inklusive persönlicher Ansprache gegeben ist.

Die Saubercard ist ohne jegliche Kassenanbindung einsetzbar. Sie ist unabhängig, jeder Software-Hersteller von Kassenlösungen kann über eine standardisierte Schnittstelle die Saubercard tiefer in seine Anwendung integrieren. Es existiert eine Kassenanbindung, hier kann man Kunden laut KKS bis auf Artikelbene analysieren und weitere Rückschlüsse für das Werbeverhalten ablesen. Von den 60 Saubercard-Terminals sollen rund 25 mit einer Kassenlösung verbunden sein.



Saubercard-Lösung in einem Sauberland-Betrieb.