

PRESSEINFORMATION

München, 2. März 2009

DeutschlandCard auf Erfolgskurs

Am 3. März 2008 startete das Multipartner-Bonusprogramm DeutschlandCard in München – im Vorfeld des einjährigen Geburtstags kann Geschäftsführer Markus Lessing eine durchweg positive Bilanz ziehen: das erste Jahr ist für den innovativen Programmanbieter, der mittlerweile mehr als 60 Mitarbeiter beschäftigt, erfolgreich verlaufen.

Die Zahlen sprechen für sich: bereits viereinhalb Millionen aktive Teilnehmer nutzen die DeutschlandCard regelmäßig – pro Minute werden durchschnittlich mehr als 300 Karteneinsätze getätigt.

Neben den Gründungspartnern EDEKA, Marktkauf, Deutsche Bank und den gesund leben-Apotheken der GEHE konnte die DeutschlandCard mit dem Last-Minute-Spezialist L'TUR, den porta-Einrichtungshäusern, ABELE-Optik und der Hertz Autovermietung weitere starke Marken gewinnen, bei deren teilnehmenden Geschäften an gut 5.500 Verkaufsstellen Punkte gesammelt und später in wertvolle Prämien eingelöst werden können. Attraktive weitere Partner sind für die nahe Zukunft in Sicht. Der Bereich eCommerce hat sich ebenfalls sehr gut entwickelt. Mehr als 70 Online-Partner nutzen aktuell die Plattform – Tendenz steigend.

Bei den Prämien sind neben wertvollen Sachprämien insbesondere die Prämien-Höhepunkte beliebt, die für alle Altersgruppen und jeden Geschmack besondere Erlebnisse in limitierter Auflage ermöglichen. So gab und gibt es persönliche Begegnungen und Konzerterlebnisse mit internationalen Pop-Stars wie Céline Dion, den Backstreet Boys, Leona Lewis oder US-Rockerin P!nk, aber auch mit renommierten Sportgrößen wie Nick Heidfeld oder Deutschlands Koch-Stars Sarah Wiener und Alexander Herrmann. Für Kinder und Jugendliche ist von subventionierten Krippenplätzen über qualifizierten Nachhilfe-Unterricht bis hin zur Teilnahme an Filmpremieren wie „Hexe Lilli“ oder „Der Kaufhaus Cop“ ebenfalls vieles vertreten, was Kinder- und Elternherzen höher schlagen lässt.

Ein besonderer Höhepunkt in diesem Jahr ist die Kooperation mit Deutschlands Rocklegende Peter Maffay anlässlich seiner Tour 2009. Seit dem Herbst 2008 können Maffay-Fans direkt bei der DeutschlandCard oder bei ihren Partnern EDEKA, Deutsche Bank, gesund leben-Apotheken, L'TUR und porta Einrichtungshäuser Tickets für die bereits ausverkauften 54 Konzerte der Hallen-Tour und die daran anschließenden Open-Air-Konzerte gewinnen. Und manche von ihnen können ihren Star sogar hautnah erleben, denn beim „Meet&Greet“ treffen sie den Künstler und seine Band beim Soundcheck und hinter der Bühne. Zudem können die Teilnehmer der DeutschlandCard ihre Punkte auch der Peter Maffay Stiftung spenden, mit der der Künstler traumatisierte Kinder unterstützt.

„Unsere Werbung kommt bei Jung und Alt an und erfreut sich hoher Sympathiewerte, wie zahlreiche Zuschriften belegen“, freut sich Marketingleiter Malte Reetz. „Ob unsere TV-Spots im vergangenen Jahr oder die aktuelle neue Staffel, mit der wir auch in den kommenden Monaten immer wieder präsent sein werden, oder auch die Anzeigen in vielen Zeitschriften – das Feedback ist grandios. Hervorragend kommt auch unser DeutschlandCard-Lied an, das man ebenso wie den TV-Spot auf www.deutschlandcard.de herunterladen oder bei youtube.com mitsingen kann.“

Die Entscheidung, die Teilnehmer unter vier Karten-Fotomotiven aus den unterschiedlichen Regionen Deutschlands wählen zu lassen, erwies sich ebenfalls als richtig. „Es ist spannend, zu beobachten, welches Motiv jeweils in der Gunst der Teilnehmer vorne liegt – zurzeit führt wieder der Sylter Leuchtturm“, so Reetz.

„Uns freut neben der großen und positiven Resonanz unserer Teilnehmer insbesondere auch der konstruktive Entwicklungsprozess, den wir gemeinsam mit unseren Partnern durchlaufen“, ergänzt Geschäftsführer Markus Lessing. „So sind wir nicht nur mit allen Aktivitäten absolut im oder über Plan, sondern sitzen bereits heute an der Umsetzung von Projekten und Themen, die wir uns eigentlich erst für einen späteren Zeitpunkt vorgenommen hatten. Gerade in diesen wirtschaftlich kritischen Zeiten zeigt sich, welche Erfolge ein sauber und durchdacht aufgestelltes Multipartner-Bonusprogramm erzielen kann. So funktioniert Kundenbindung – so lassen sich zudem neue Kunden hinzu gewinnen und erfolgreich an den Handelspartner binden. Exakt definierte Ziele und Kennzahlen sind ein perfektes Steuerelement und eröffnen zu jedem Zeitpunkt den richtigen Blickwinkel auf die Teilaspekte erfolgreicher Kundengewinnung und -bindung. Einer unserer Partner hatte sein Ziel, zehn Prozent Neukunden innerhalb des ersten Jahres zu gewinnen, bereits nach sechs Monaten erreicht – das bestätigt natürlich darin, die richtige Wahl getroffen zu haben. Letztlich entstehen so auch über Empfehlungen neue Kontakte, Ideen und Gespräche.“

Im Geburtstagsmonat März können fünf DeutschlandCard Teilnehmer zu Punkte-Millionären werden, wenn sie im Aktionszeitraum vom 16. bis 28. März 2009 ihre Karte bei mindestens einem der Partner einsetzen – jeder Karteneinsatz gilt dabei als ein Los. Natürlich kann man alternativ ohne Karteneinsatz eine Postkarte mit dem Stichwort „Geburtstag“ und der Kartenummer an die DeutschlandCard GmbH, Postfach 60 06, 26060 Oldenburg schicken und sich so registrieren (Infos und Teilnahmebedingungen siehe *).

„Unsere Ziele sind klar“, so Markus Lessing. „Die DeutschlandCard hält, was sie verspricht. Bisher hieß es: *Für Dich, Deutschland! Deine neue Bonuskarte* – nun, ab dem zweiten Jahr, haben wir unser Motto angepasst und es heißt ab sofort *Für Dich, Deutschland! Deine Bonuskarte*. Das ist unser Ziel – daran arbeiten unsere Partner und wir gemeinsam weiter.“

* Die DeutschlandCard GmbH verlost 5 x 1 Million DeutschlandCard Punkte unter allen Gewinnspiel-Teilnehmern. Am Gewinnspiel nehmen alle angemeldeten DeutschlandCard Teilnehmer teil, die im Aktionszeitraum vom 16. bis 28. März 2009 ihre DeutschlandCard Karte bei einem der Partner einsetzen oder sich über die alternative Teilnahmemöglichkeit für das Gewinnspiel registrieren, ausgenommen sind Mitarbeiter der DeutschlandCard GmbH und deren Angehörige. Alternative Teilnahmemöglichkeit ohne Einsatz der DeutschlandCard Karte mit gleichen Gewinnchancen ist die Einsendung einer Postkarte mit dem Betreff „Geburtstag“ und Angabe der Kartenummer an DeutschlandCard GmbH, PF 60 06, 26060 Oldenburg oder die Gewinnspiel-Registrierung im Internet unter www.deutschlandcard.de bis zum 28. März 2009. Jeder Karteneinsatz und jede Registrierung über eine alternative Teilnahmemöglichkeit gilt als ein Los für die Verlosung. Die Gewinner werden per Verlosung nach dem 28. März 2009 ermittelt, schriftlich benachrichtigt und erhalten jeweils einmalig 1.000.000 Punkte auf ihrem DeutschlandCard Punkte-Konto gutgeschrieben. Eine Übertragung auf Dritte oder eine Barauszahlung der Gewinne sowie der Rechtweg sind ausgeschlossen.

Die DeutschlandCard

Die DeutschlandCard GmbH, ein Tochterunternehmen des internationalen Medien- und Kommunikationsdienstleisters arvato AG, hat im März 2008 ein neues Multipartner-Bonusprogramm auf den Markt gebracht: die DeutschlandCard. Unter dem Motto „Für Dich, Deutschland. Deine Bonuskarte.“ können die Teilnehmer in jeweils teilnehmenden Geschäften der Partnerunternehmen wie EDEKA und Marktkauf, der Deutschen Bank, den gesund leben-Apotheken, des Last-Minute-Spezialisten L'TUR, der porta-Einrichtungshäuser, ABELE-Optik, der Hertz Autovermietung, Regionalpartnern und bei über 70 Online-Partnern Punkte sammeln. Die gesammelten Punkte können in wertvolle Sach- und Erlebnisprämien eingelöst oder an gemeinnützige Organisationen in Deutschland gespendet werden. Das Bonuskartenprogramm stellt eine effektive und effiziente Kundenbeziehungsmanagement-Lösung für Unternehmen aller Endkunden-orientierten Branchen. Teilnehmende Unternehmen verbessern ihre Kundenbindung, erhalten Zugang zu neuen Zielgruppen und steigern ihre Markenbekanntheit. Sitz der DeutschlandCard GmbH ist München. Weitere Informationen: www.deutschlandcard.de

Über die Partner der DeutschlandCard:

Deutsche Bank AG

Die Deutsche Bank ist eine weltweit führende Investmentbank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft sowie sich gegenseitig verstärkenden Geschäftsfeldern. Führend in Deutschland und Europa, wächst die Bank verstärkt in Nordamerika, Asien und anderen Wachstumsmärkten. Mit 80.253 Mitarbeitern in 75 Ländern bietet die Deutsche Bank weltweit einen umfassenden Service. Ziel der Bank ist es, der global führende Anbieter von Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden zu sein und damit nachhaltig Mehrwert für Aktionäre und Mitarbeiter zu schaffen. Weitere Informationen: www.deutsche-bank.de

EDEKA-Gruppe

Die Hamburger EDEKA-Gruppe ist mit einem Umsatz von rund 38 Milliarden Euro das führende Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Kerngeschäftsfelder sind die von selbstständigen EDEKA-Kaufleuten geführten Super- und Verbrauchermärkte sowie das Discount-Segment mit der EDEKA-Tochter Netto Marken-Discount. Die EDEKA-Gruppe beschäftigt mehr als 253.000 Mitarbeiter und ist mit 13.200 Auszubildenden Deutschlands größter Ausbilder. Weitere Informationen: www.edeka.de

GEHE Pharma Handel GmbH/gesund leben-Apotheken

Das pharmazeutische Großhandelsunternehmen GEHE Pharma Handel GmbH ist das deutsche Tochterunternehmen der Celesio AG. GEHE beliefert aus 20 Niederlassungen bundesweit täglich Apotheken mit Arzneimitteln und trägt damit zur sicheren Arzneimittelversorgung in Deutschland bei. Darüber hinaus unterstützt der Stuttgarter Pharmahändler seine Kunden mit Dienstleistungen im Apothekenmarketing und Apothekenmanagement. Die Kooperation gesund leben-Apotheken (ehem. Commitment) wurde 2004 von GEHE gegründet. Heute bilden 40 Hersteller von Gesundheitsprodukten und Gesundheitsdienstleistungen und rund 2600 inhabergeführte Apotheken deutschlandweit den Kern der Partnerschaft. Der Name der Apothekenkooperation ist Programm: „gesund leben-Apotheken“ stellen die persönliche Lebensqualität ihrer Kunden in den Mittelpunkt. Sie tun dies durch Beratung, Sortiment und Service. Das bedeutet nicht nur die Wiederherstellung von Gesundheit und Gesundheitsvorsorge, sondern auch die Verbesserung des Wohlbefindens allgemein. Anders gesagt heißt gesund leben: gesund werden (Heilung), gesund bleiben (Vorsorge) und gesund sein (Wohlbefinden). Weitere Informationen: www.gesundleben-apotheken.de

L'TUR Tourismus AG

Europas Marktführer für Last Minute-Reisen erzielte 2007 mit 784.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 365 Millionen Euro. Die TUI AG ist an L'TUR mit 46 Prozent und die Thomas Cook AG mit zehn Prozent beteiligt; Karlheinz Kögel, Gründer und Vorsitzender des Aufsichtsrates, hält 44 Prozent. Die Last Minute-Reisen mit Abflügen in den nächsten vier Wochen sind bis wenige Stunden vor Start buchbar – und bis zu 50 Prozent günstiger als im Reisekatalog. Täglich gibt es mehr als eine Million Angebote von rund 10.000 Hotels und 130 Fluggesellschaften - wie etwa Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. L'TUR ist exklusiver Last-Minute-Partner des neuen Bonusprogramms Deutschland-Card. Die Reisen sind exklusiv in 165 L'TUR-Shops, per Telefon (01805/21 21 21) und unter www.ltur.de buchbar. Weitere Informationen: www.ltur-presse.de

Porta Möbel Handels GmbH & Co. KG

porta ist mit derzeit 20 Einrichtungshäusern eines der größten familiengeführten Einrichtungsunternehmen in Deutschland und zugleich eines der führenden Unternehmen der Branche. Das von Wilhelm Fahrenkamp und Hermann Gärtner in Porta Westfalica (Nordrhein-Westfalen) gegründete Unternehmen kann auf eine mehr als 40jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Mit rund 5000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwirtschaftet die porta-Gruppe einen Jahresumsatz von rund einer Milliarde Euro. In der zweiten Generation führen Birgit Gärtner und Achim Fahrenkamp sowie Kurt Jox (Unternehmenssprecher) die Geschäfte. Weitere Informationen: www.porta.de

Über Abele Optik

Gegründet 1945 in Würzburg, blickt Abele Optik heute auf über 60 Jahre Erfahrung rund um das Thema „Gutes Sehen“ zurück. Genauso lange wird auch der Leitgedanke gelebt – Service, Beratung und höchste Qualität. Mit über 68 Filialen und über 550 Mitarbeitern zählt Abele Optik zu den Top 5 der Branche. Trotz dieses Wachstums ist Abele Optik immer geblieben, was es war: ein Familienunternehmen, bei dem sich Innovationskraft und Traditionsbewusstsein bestens ergänzen und das mit viel Einsatz und Leidenschaft für Qualität geführt wird. Weitere Informationen: www.abele-optik.de

Über Hertz Autovermietung GmbH

Hertz ist die traditionsreichste Autovermietung der Welt. Kein anderer Anbieter wird von Privat- und Geschäftskunden häufiger genutzt. Hertz gehört zu den 100 „Best Global Brands“ und setzt Maßstäbe mit seinen Produkten und Services, wie dem eigens entwickelten portablen Navigationssystem Hertz NeverLost, dem Loyalitätsprogramm Hertz #1 Club Gold oder dem Exklusiv-Service, mit dem man nonstop vom Flieger in den Mietwagen gelangt. Das Unternehmen feierte 2008 sein 90-jähriges Jubiläum und unterhält in etwa 150 Ländern mehr als 8.100 Stationen. Rund um den Globus steht eine auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittene Fahrzeugflotte bereit, die durch die Fun Collection, Green Collection und Prestige Collection abgerundet wird. In Deutschland ist Hertz mit über 330 Stationen vertreten und bietet über die Pkw-Flotte hinaus auch ein umfassendes Angebot an Nutzfahrzeugen, das vom Kleintransporter bis zur 40-Tonnen-Sattelzugmaschine reicht. Weitere Informationen: www.hertz.de

Pressekontakt:

DeutschlandCard GmbH
Leitung Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Catharina Wilhelm
Neumarkter Straße 22
81673 München
Tel: 089 – 41 36 78 10
Fax: 089 – 41 36 6 78 10
E-Mail: catharina.wilhelm@bertelsmann.de