



## Weitere Informationen zur Kieler Sprottenkarte

([www.kielersprottenkarte.de](http://www.kielersprottenkarte.de))

### Allgemein

- analog-digitales Kundenbindungssystem zur Stärkung des Kieler Einzelhandels
- Karte existiert seit März 2016 und wird seit 3 Jahren erfolgreich in den Geschäften eingesetzt
- zunächst reine Einzelhandels-Karte, nun erstmalige Erweiterung um Gastronomie mittels Kunden-Service-Point (dean&david und Cup&Cino am Kieler Bootshafen)
- aktuell 10 Unternehmen mit 15 Geschäftsstellen (Schuh Heinrich, SchuhWerk, Meislahn, Hugo Hamann, BoConcept, Utes Teeladen, husens, Tourist-Information Kiel, dean&david, Cup&Cino)
- Grundprinzip: Kunde wird für seinen Einkauf/ Restaurantbesuch belohnt und sammelt pro ausgegebenen Euro Sprotten, die er gegen attraktive Prämien und Vorteile einlösen kann. Die persönliche Sprottenkarte gibt es als App und Papierkarte.
- Steuerung der Sprottenkarte unter dem Dach des Stadtmarketings Kiel (Kiel-Marketing e.V.)

### Aktuelle Zahlen

- rund 6,5 Millionen von den Geschäften ausgegebene Sprotten
- rund 23.500 Kunden
- rund 1 Million eingelöster Sprotten (Einlöserate im letzten Jahr mehr als verdoppelt: Kunden sparen Sprotten an, um sie dann gegen höherwertige Prämien einzulösen)

### Bedeutung für die Kunden

- wechselnde Gastronomie-Prämien als attraktive Erweiterung
- Stärkung der Kieler Innenstadt und Belohnung durch Lokalkauf
- lokale Aktionen (z.B. Käse- und Weinverkostungen), Sachprämien, geldwerte Gutscheine und Sonderaktionen als Mehrwert
- Prämienvielfalt durch Einbindung von nicht-teilnehmenden Geschäften (z.B. Bonscherhus)

### Bedeutung für den (digitalen) Kieler Einzelhandel

- Verbundstärke: gemeinsam den stationären Handel stärken, bewerben und Kaufkraft binden!
- System mit Zukunft: Systemausweitung auf weitere Branchen und damit Entwicklung zur Stadtkarte möglich
- Design, Wording und Teilnehmer der „Sprottenkarte“ mit sympathischem Kielbezug
- Service durch lokale Belohnung und Mehrwert/ Abgrenzung zum Online-Handel
- Einbindung von nicht-teilnehmenden Geschäften über Prämien

### Bedeutung für die Geschäfte

- Verbundstärke: über das Verbund-Marketing können nicht nur eigene, sondern alle Kunden gezielt angesprochen werden
- Kunden online, offline und mobil erreichen (z.B. zentral gesteuerte Mailings mit überdurchschnittlich guter Öffnungsrate)
- Umsatz nachhaltig steigern: 50% höherer Bon bei Kunden mit Sprottenkarte
- Kundenfrequenz langfristig erhöhen: durchschnittlich 50% mehr Kunden durch Kreuz-Käufer aus dem Verbund (im Vergleich zu eingebrachten Kunden)