

Fallbeispiel Bäckerei: Elektronische Kundenkarte fördert Absatz

Dass Bäckereien die Kundenbindung mit Rabattangeboten stärken, ist weit verbreitet. Oft sind es kleine Stempelkarten, auf denen jeder Einkauf vermerkt wird.

Nach acht oder zehn Einkäufen, wird dann ein Bonus in Form von Gratiswaren gewährt. Die Bäckereikette ‚Backstube Herrmann Hårdtner‘ führte im Dezember 2018 in Kooperation mit den Loyalty-Experten von Secucard und der Kalicom Kassensysteme Liebers e.K. die elektronische Hårdtner Kundenkarte ein und erreichte damit viel mehr als eine konventionelle Rabattkarte leisten kann.

Mit rund 60 Filialen in und um den Stammsitz Neckarsulm gehört die Bäckereikette ‚Backstube Herrmann Hårdtner‘ zu den großen und besonders erfolgreichen Unternehmen der Branche. Der Grund für diesen Erfolg liegt in der gelungenen Verbindung von Tradition und Innovation. Denn bei den Hårdtners wird heute in der 3. 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 Hårdtners in der Unternehmensführung. Hier setzen sie auf modernste Mittel, um sich am Markt zu behaupten und ihren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten. Ein gutes Beispiel ist die elektronische Kundenkarte.

Morgens halb neun in Deutschland

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 Riesenschlange gebildet. Schnell ein paar Frühstücksbrötchen, ein Kaffee für den Weg oder Teilchen für die Frühstückspause... zwischen halb acht und halb zehn herrscht in deutschen Bäckereien Hochbetrieb. Doch ganz so schnell wie es die eiligen Kunden gern hätten, 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 zusammen sucht 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 dasselbe Spiel in der Mittagspause für die leckere Suppe, den Salat oder Snack und am Sonntagnachmittag zur Kaffeezeit für die Tortenspezialitäten wiederholt ...

Entspannter geht's bei Hårdtner zu

Natürlich sind auch die Hårdtner Backstuben den alltäglichen Nachfragehochs und -tiefs unterworfen. Doch hier wird das Zahlen leicht gemacht. Insbesondere das kontaktlose Zahlen mit der Kundenkarte oder mit 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 Kalicom Kassensystem kann das Terminal permanent auf dem Verkaufstresen stehen und ein Tastendruck genügt, um den Kassivorgang zu starten. Das bisher übliche umständliche Hervorholen des

Kartenlesegerätes, die Aktivierung und das Eingeben des Betrages entfallen. Auf diese Weise funktioniert das bargeldlose Zahlen tatsächlich schneller, als alle andere Zahlarten. ♦

Damit entfallen auch das zeitfressende 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 etwa 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 gleichzeitig 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.

Ein weiterer Vorteil: Durch die Secucard-Kassenintegration wird bei der Bonifizierung der tatsächlich gekaufte Warenkorb zugrunde gelegt, so dass 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 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 auch für die 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“-Kette 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. Das lässt den Kunden die Wahl.

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 Händtner gleichzeitig die Möglichkeit, mit dem von Secucard bereitgestellten Direktmarketingtool secuAction einen engen Kontakt zu den Stammkunden zu pflegen 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“ – etwa zwischen 10:30 und 11:30 Uhr – um Leerlaufzeiten im Verkauf entgegenzuwirken.

Weitere Projekte sind in Arbeit

Nach dem Erfolg der elektronischen Kundenkarte arbeitet die Händtner-Kette zur Zeit gemeinsam mit der Secucard 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.