

Neue Rabattkarte

Pregocard soll Kunden an die Uhlandstraße ziehen

Das Rabattgesetz liegt seit zwei Jahren auf dem Müllhaufen der Geschichte, Kundenkarten sind seitdem auf dem Vormarsch. Nicht nur die kostenlosen der Kaufhäuser, sogar solche, die eine Jahresgebühr erfordern. Zunehmend setzen darauf auch kleinere Geschäfte in Berlin. "Kundenbindung" heißt das Zauberwort, von dem sich jetzt auch Geschäftsleute des "Uhland-Viertels" Umsatzbelebung versprechen.

Mit der Pregocard erhalten Kunden vom 1. Oktober an in den teilnehmenden Geschäften Rabatte. Das Guthaben kann bei allen, die mitmachen, ausgegeben werden. Speziell zum Sommerfest rund um den Leon-Jessel-Platz heute von 14 bis 22 Uhr besteht die Möglichkeit, einen Einkaufsschein in Höhe von 25 Euro zu erhalten. Er entspricht dem Gegenwert der Jahresgebühr.

Das Label "Pregocard" initiierte vor einem Jahr das Autohaus Berolina. "Mehr als 50 Partner in ganz Berlin haben sich angeschlossen und bieten den mittlerweile 6000 Kartennutzern handfeste Vergünstigungen", erläutert Oliver Andrees, Marketing-Leiter der Autohausgruppe Berolina. Ein Schwerpunkt liege unter anderem im kulturellen Bereich mit Vergünstigungen für Theater-, Kabarett und Musical-Veranstaltungen. Coupons, Rabatte, Markensammeln - die Ideen, wie man Kunden bei der Stange hält, werden immer vielfältiger. "Geschäftsleute und Kunden sollten genau hingucken, ob sich die Karte für sie rechnet", rät Jan Holzweißig, Sprecher des Berliner Einzelhandelsverbandes. Es gebe durchaus gute Angebote.