

# Neue Währung für die Stadt

Melsunger Geschäftsleute führen Kundenbindungskarte ein

Von Axel Schwarz

**MELSUNGEN.** Der Start der neuen Melsungen-Card am Wochenende ist gelungen. Von einem großen Erfolg sprach Andreas Fischer, Vorsitzender der Gemeinschaft des Melsunger Einzelhandels (GME). Die neue Kundenbindungskarte werde voll akzeptiert, meinte auch Modehändler Joachim Vockeroth.

Seit einer Woche setzen 35 Geschäfte in Melsungen alles auf eine Karte: Sie geben die neue Melsungen-Card an ihre Kunden aus und verbreiten damit die Botschaft: Dem Einkaufsstandort Melsungen treu zu bleiben, ist bares Geld wert. Für jede Besorgung in der Bartenwetterstadt gibt es geldwerte Punkte, die auf dem Chip gespeichert werden.

Damit hat die Gemeinschaft des Melsunger Einzelhandels die Nase vorn im Schwalm-Eder-Kreis: Nirgendwo in dieser Region gibt es bislang ein ähnliches Kundenbindungssystem. Seit zwei Jahren arbeiten die organisierten Melsunger Kaufleute an ihrem bislang wichtigsten Projekt, so Andreas Fischer.



**Visitenkarte des Melsunger Einzelhandels:** Joachim Vockeroth und Andreas Fischer vom GME-Vorstand (von links), Bürgermeister Karl-Heinz Dietzel und Stadtmarketing-Geschäftsführer Matthias Will stellen die Melsungen-Card vor. FOTO: SCHWARZ

„Das war ein hartes Stück Überzeugungsarbeit“, sagt auch Joachim Vockeroth.

Die gleichnamige Modehauskette ist als Motor vorangegangen, um zum Start eine Menge Melsungen-Cards unter die Kunden zu bringen. Vockeroth verzichtet künftig auf eine eigene Kundenkarte und nutzt statt dessen den Magnetstreifen hinten auf der Mel-

sungen-Card zur Pflege des eigenen Kundenbestandes. In diesen Tagen bekommen 8000 Vockeroth-Kunden aus dem Raum Melsungen die neue Punktesammel-Karte, die in 35 Läden gilt. Bis zum Jahresende sollen weitere 4000 Karten ausgegeben werden, hat sich die GME zum Ziel gesetzt. Die Stadtentwicklungs- und -marketing-GmbH Melsungen

hat das Projekt finanziell angeschoben; zusammen mit der VR-Bank, der Kreissparkasse und der HNA. Daher können die 35 Teilnehmerfirmen ihren Kunden das Kartensystem in den ersten zwei Jahren ohne weitere Verwaltungskosten anbieten. „Das ist aus unserer Sicht ein Stück Wirtschaftsförderung“, sagt Melsungens Bürgermeister Karl-Heinz Dietzel.

In den Geschäften mit Melsungen-Card-Aufkleber an der Ladentür ist das Kundeninteresse groß. Als Nächstes wollen sich Händler und städtische Wirtschaftsförderer zusätzliche Vorteile ausdenken, um die Karte attraktiver zu machen. Gedacht ist an Punkteverlosungen, Sonderverkäufe, besondere Veranstaltungen für Karteninhaber und möglicherweise an eine Parkgebühren-Ermäßigung. Dazu müssten aber zunächst Software-Probleme bei den städtischen Parkautomaten gelöst werden, sagte Dietzel.

An der Melsungen-Card jedenfalls solle es nicht liegen, sagte GME-Chef Fischer: „Mit dem Chip kann man alles Mögliche machen.“