

PRESSEINFORMATION

München, 03. Mai 2012

Volle Punktzahl für die „Prämien-Auktion“ der DeutschlandCard Täglich bis zu 1.200 Gebote auf Prämien-Highlights

Die Marketingkampagne „Prämien-Auktion“ war für die DeutschlandCard ein voller Erfolg. Während des vierwöchigen Auktion-Zeitraums verzeichnete die Kampagnenwebsite www.deutschlandcard.de/auktion eine halbe Million Page Impressions. Das Involvement der Kartennutzer war enorm: Die Auktionsteilnehmer lieferten sich spannende Biet-Duelle und gaben täglich bis zu 1.200 Gebote ab. Das MINI Cooper Cabrio – die Highlightprämie – wurde für 207.000 Punkte ersteigert. Mit umgerechnet 2.070 Euro ein echtes Schnäppchen.

„Mit der Auktionsmechanik haben wir unter den Bonusprogrammen Neuland betreten. Der Erfolg der Prämien-Auktion zeigt, dass die Nutzer eines Multipartner-Bonusprogramms spielerische Aktionen sehr gut annehmen und sich rege beteiligen“, sagt Markus Lessing, Vorsitzender Geschäftsführer der DeutschlandCard. „Die Kampagne zahlte perfekt auf den Gemeinschaftscharakter des Multipartner-Bonusprogramms ein und stärkte die Kundenbindung – sowohl auf Partner- als auch auf Programmebene.“

Vom 27. Februar bis 25. März 2012 konnten DeutschlandCard Teilnehmer auf der Kampagnenwebsite auf knapp 300 Prämien bieten, beispielsweise auf EDEKA-Jahreseinkaufsgutscheine oder Freiflüge von airberlin. Die Bewerbung der Cross-Promotion erfolgte über integrierte Kommunikation in Print- und Online-Medien, über Direktmarketingkanäle sowie über die Webseiten und POS der Partner. Der Kampagnen-Etat lag bei mehr als zwei Millionen Euro. Folgende Agenturen waren beteiligt: Serviceplan (POS-Werbemittel und Printkampagne), Oestreicher+Wagner Medientechnik (Konzept und Design der Kampagnen-Plattform), mellowmessage (E-Mail-Kampagne), Twentyfirst Communications (Bannerkampagne) und CrossMarketing (Mediaplanung).

Über die DeutschlandCard GmbH

Die DeutschlandCard GmbH ist Betreiber des gleichnamigen, branchenübergreifenden Multipartner-Bonusprogramms. Über eine Kundenkarte bietet das Programm Unternehmen ein effektives Instrument zum Kundenbeziehungsmanagement. Mit Rabatten und Prämien werden Verbraucher für ihre Treue belohnt. Über die Vielzahl der Partner stellen sich für die Konsumenten rasche Erfolgserlebnisse ein. Für die Unternehmen bedeutet das eine schnelle Vertiefung der Kundenbeziehung. Zudem gewinnen sie vielfältige Informationen über das Verhalten der Programmteilnehmer in allen Vertriebskanälen. So können sie neue Zielgruppen ansprechen und ihre Bekanntheit steigern.

Mehr als 10 Millionen Kunden besitzen eine DeutschlandCard. Jeder von ihnen setzt sie etwa sieben Mal im Monat bei einem der 12.500 teilnehmenden Geschäfte ein. Zu den Partnerunternehmen gehören EDEKA und Marktkauf, Deutsche Bank AG, Schlecker und Ihr Platz, gesund leben-Apotheken, L'TUR, porta-Einrichtungshäuser, Hertz Autovermietung, Vergölst Reifen- und Autoservice, Bauunion 1905, Berliner Bank, RWE, Schülerhilfe, sonnenklar, Esso und Hammer sowie mehr als 250 Online- und Regionalpartner. Die DeutschlandCard GmbH ist ein Tochterunternehmen des internationalen Medien- und Kommunikationsdienstleisters arvato Bertelsmann. Am Unternehmenssitz in München beschäftigt die DeutschlandCard GmbH 70 Mitarbeiter.

Weitere Informationen: www.deutschlandcard.de



Pressekontakt:

DeutschlandCard GmbH
Martina Heinrich
Neumarkter Straße 22
81673 München
Tel: 089 – 41 36 77 63
Fax: 089 – 41 36 6 78 10
E-Mail: martina.heinrich@bertelsmann.de

consense communications GmbH
Friederike von der Kühlen
Nymphenburger Straße 86
80636 München
Tel: 089 – 23 00 26 33
Fax: 089 – 23 00 26 79
E-Mail: fk@consense-communications.de