AKTUELLE NACHRICHTEN Österreich
NACHRICHTEN AG
02. Juni 2025

Sutterlüty beendet nach 20 Jahren die Vorteilskarte – was jetzt?

Sutterlüty beendet nach 20 Jahren das Vorteilskarten-Programm. Betroffene Kunden können bis Ende Juni 2025 Punkte sammeln.

Feldkirch, Österreich - Die Vorarlberger Handelskette Sutterlüty zieht nach über zwei Jahrzehnten den Schlussstrich unter ihr Vorteilskarten-Programm. Diese Entscheidung betrifft etwa 120.000 Kundinnen und Kunden und markiert das Ende einer Ära der Kundenbindung, die auf regionaler Verbundenheit und Vertrauen basierte. Geschäftsführer Florian Sutterlüty gab in einer Stellungnahme bekannt, dass die Entscheidung nicht leichtgefallen sei und man in den kommenden Wochen stufenweise mit der Einstellung des Programms beginnen wird. Punkte können jedoch bis zum 30. Juni 2025 weiterhin gesammelt werden.

Die Sutterlüty Vorteilskarte galt als ein beliebtes Bindemittel und

war bekannt dafür, umfassende Vorteile zu bieten: Kunden konnten Punkte sammeln, exklusive Angebote nutzen und an Aktionen regionaler Partnerbetriebe teilnehmen. So ermöglichten beispielsweise Vorteilspunkte Rabatte von bis zu 20% auf Einkäufe. Besonders attraktive Aktionen, wie 25% Rabatt auf ausgewählte Warengruppen an bestimmten Tagen, wurden von den Vorteilskunden geschätzt. Zudem erhielten sie einen Geburtstags-Gutschein über 100 gratis Vorteilspunkte, die für einen Rabatt von 10% auf einen Einkauf eingelöst werden konnten.

Ein Abschied mit besonderen Aktionen

Obwohl die Vorteilskarte nun eingestellt wird, bleibt die Hoffnung auf eine einfache Übergangsphase bestehen. Ab Juli 2025 plant Sutterlüty, verschiedene Sonderaktionen anzubieten, um den Kunden den Übergang zu erleichtern. Was genau nach dem Abschied der Vorteilskarte kommt, bleibt jedoch vorerst unklar. Die Vorarlberger Handelskette hat bislang keine Informationen zu möglichen Alternativen zur bisherigen Kundenbindung veröffentlicht.

Die Sutterlüty Vorteilskarte, die auch digital in der mobile-pocket Kundenkarten App genutzt werden konnte, bot ihren Nutzern zudem die Möglichkeit, bei Partneraktionen in der Region Rabatte zu erhalten. So konnten Vorteilskunden etwa bei Messen und Freizeiteinrichtungen Geld sparen. Auch die soziale Komponente kam nicht zu kurz; im Rahmen der Aktion „Aufrunder bewirken Wunder“ hatten Kunden die Chance, die Caritas Vorarlberg zu unterstützen.

Ein Blick in die Trends der Kundenbindung

Die Entscheidung von Sutterlüty zeigt einen Trend im Einzelhandel, der unter anderem durch Studien belegt wird. Wie eine Untersuchung von KPMG verdeutlicht, sind Kundentreueprogramme weit verbreitet und reichen von physischen Kundenkarten über Apps bis hin zu Kombinationen

beider. Ziel dieser Programme ist es, Kund:innen durch Mehrwerte wie Treuepunkte, Rabatte und exklusive Vorteile an sich zu binden. Dennoch sollten Händler berücksichtigen, dass solche Loyalitätsprogramme auch mit finanziellen Herausforderungen verbunden sind. Daher ist es wichtig, die Bedürfnisse der Zielgruppe genau zu verstehen und attraktiv gestaltete Angebote zu schaffen. Schließlich geht es darum, die Erwartungen und Präferenzen der Kundschaft zu erfüllen, um eine nachhaltige Kundenbindung zu gewährleisten.

Mit der Schließung des Vorteilskarten-Programms endet ein Kapitel für Sutterlüty, doch die Frage bleibt, welche neuen Wege in der Kundenbindung das Unternehmen einschlagen wird. Bleibt nur zu hoffen, dass die Kunden bald die notwendigen Informationen zu den neuen Angeboten erhalten werden.

Details	
Ort	Feldkirch, Österreich
Quellen	• **www.vol.at** • **www.sutterluety.at** • **kpmg.com**

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.at