

„Werbung für Hanau wie nie zuvor“

Grimmcard und Grimmscheck: Sparkasse, Stadt und Handel stellen neue Marketinginstrumente vor

Hanau (tse). Als „Stellvorlage für Handel und Gewerbe in der Stadt und im Umland“ bezeichnete Oberbürgermeister Claus Kaminsky die Grimmcard und den Grimmscheck, die gestern präsentiert worden sind. Während die Grimmcard eine weiterentwickelte EC-Karte der Sparkasse ist, stellt der Grimmscheck ein bargeldloses Zahlungsmittel dar, bei dem die Sparkasse Hanau und die städtische Hanau Marketing Gesellschaft (HMG) kooperieren. Der Vorsitzende des Hanau Marketing Verein (HMV), Gotthard Klassert, lobte die Initiativen und stellte fest, Grimmcard und Grimmscheck seien „Werbung für Hanau, wie es sie nie zuvor gegeben hat“.

Einen „Meilenstein und eine neue Stufe der Kundenbindung an die Stadt und das Umland“ bezeichnete der Sparkassen-Vorstandsvorsitzende Robert Restani das Gesamtpaket Grimmcard und Grimmscheck. Nach einer internen Kundenbefragung und einer Erprobung habe man sich entschlossen, die EC-Karte mit Mehrwert einzuführen. Denn der Kunde könne

in Zukunft nicht nur Zahlungsgeschäfte über die optische mit den Köpfen der Brüder Grimm geschmückte Karte tätigen, sondern bekomme bei allen Kooperationspartnern aus Handel, Gewerbe, Gastronomie, Dienstleistung und Handwerk noch garantierte Zusatzleistungen, ohne handeln zu müssen.

Eines der Vorbilder sei die Generation-Red-Karte der Sparkasse, wo junge Girokonteninhaber bereits heute schon bei 20 Kooperationspartnern in der Region einen Mehrwert in verschiedenster Form beim Einkauf abrufen können. Die Grimmcard werde von Dezember an verfügbar sein. In welcher Form die Kooperationspartner den Kunden einen Bonus einräumen oder Zusatzleistungen erbringen, bleibe denen überlassen. Die Teilnahme sei für die Kooperationspartner völlig kostenfrei, die Grimmcard werde mit Flyern, Teilnehmerränge im Internet, Newsletter, bei Aktionen und in der Sparkassen-Finanzzeitung beworben.

Beim Grimmscheck stand ein Hamburger Modell Pate, bei dem seit der Einführung im Jahr 2005 bereits eine Million Euro ge-

neriert worden sei, so HMG-Geschäftsführer Martin Bieberte. Dieser Einkaufsgutschein im Plastikkartenformat im Wert von zehn Euro, so Doris Ziesel, Vorstandsmitglied der Sparkasse Hanau, könne bei allen Filialen der Sparkasse, im Stadtladen und den Stadtteiläden ab November gekauft und bei allen teilnehmenden Unternehmen eingelöst werden. Bereits heute sei die Nachfrage nach Gutscheinen aller Art enorm. Viele Menschen würden sich aber scheuen, Bargeld zu verschenken, ein Einkaufsgutschein sei aber an ein bestimmtes Unternehmen gebunden. Der Grimmscheck könne beim Einkauf in allen teilnehmenden Firmen eingelöst werden, die Abwicklung der Rückzahlung an die Händler liege in Händen der HMG.

Für OB Kaminsky sind beide Marketinginstrumente „ein grandioser Schritt, um Hanau als Imageträger weiter nach vorne zu bringen“, die Werbewirkung vor allem der Grimmcard sei enorm. „Ob in Sydt oder auf der Zugspitze: Die Karte, die bislang in einer solchen individuellen Form nur die Stadtparkasse Köln herausgegeben hat, fällt bei jedem Einkauf auf und macht für

Hanau als Brüder Grimm Stadt Werbung.“ Robert Restani fügte hinzu, dass sich Hanau auf dem nationalen und internationalen Karten-Sektor damit in die Spitze schiebe.

Gestern wurden den knapp 130 Mitgliedern des HMV Grimmcard und Grimmscheck vorgestellt, nachdem der Vorstand schon länger in die Planungen eingebunden gewesen sei, stellte Gotthard Klassert fest. Doet habe man die Initiativen von Sparkasse und Stadt immer unterstützt und sehe in den beiden Kundenbindungsinstrumenten „mehr als eine Stellvorlage für Handel und Gewerbe in Hanau und der Region“. Er sei sicher, dass sich schnell viele Kooperationspartner für die Grimmcard und den Grimmscheck finden werden. Gerade für das Weihnachtsgeschäft könnte das einen großen Schub bedeuten. In den Genuss der Grimmcard kommen in diesem Jahr aus logistischen Gründen (Ablauf der alten Karte) noch 28.000 Girokunden der Sparkasse Hanau. Alle 107.000 Karten werden bis zum Jahr 2012 ausgetauscht sein. Immerhin kostet die Aktion pro Grimmcard 27 Euro.