



Case Study

engelhorn Card



Punkte sammeln mit Einkaufserlebnis

Mit unternehmerischem Weitblick, viel Trendgespür und einem frühzeitigen und konsequenten Einstieg ins Online-Geschäft hat sich das Mannheimer Modehaus engelhorn von einem 130-jährigen Traditionsunternehmen für Herrenoberbekleidung zu einem der führenden deutschen Multichannel-Anbieter für Mode, Sport- und Luxusartikel entwickelt.

Das Familienunternehmen wird inzwischen in der 4. Generation geführt. Zukunftsorientiertes Denken und Handeln wird hier gelebt und an alle Abteilungen und Mitarbeiter weitergegeben.

- Gegründet 1890
- 500 Mitarbeiter
- 7 Häuser
- 38.000 qm Verkaufsfläche



DIE HERAUSFORDERUNG

Als die engelhorn-Geschäftsführung 2020 mit dem Wunsch an das Team von **KNISTR** herantrat, das Programm zur bestehenden Kundenkarte zu überarbeiten, war das Ziel klar: **Die Basis für das Kundenbindungsprogramm sollte künftig flexibel die Integration von neuen Kundenerlebnissen und eine schnellere Reaktion auf Trends ermöglichen.** Die Interaktion mit dem Kunden und das Engagement über das Programm sollte nicht nur an der Kasse passieren, sondern entlang der gesamten Customer Journey.



engelhorn betrieb seit mehreren Jahren die engelhorn-Vorteilskarte. Je nach Erreichen von Umsatzschwellen gab es jeweils im November eine Rückzahlung in Form eines Papier Gutscheins, der per Post an die Teilnehmer geschickt wurde. Das Programm war fest in das Kassensystem integriert, in die Jahre gekommen, wenig flexibel und nicht erweiterbar.



DIE LÖSUNG

Mit der neuen engelhorn Card bietet der Händler seit Herbst 2021 sowohl seinen bisherigen Vorteilskartenkunden als auch ganz neuen Zielgruppen ein Treueprogramm mit besonderen Vorteilen und Services, welches zusammen mit den Loyalty-Experten von KNISTR überarbeitet wurde.



„Die Lösung für engelhorn besteht technisch in einer cloudbasierten Plattform, der Loyalty Cloud, die schnell und gleichermaßen flexibel die Integration von unterschiedlichsten Touchpoints sowie die regelbasierte Steuerung von Incentives ermöglicht. Zudem haben wir eine optimale 360° Sicht auf den Kunden. Die technische Funktionsfähigkeit ist aber nur die eine Seite der Medaille. Ebenso wichtig war es, für uns, gemeinsam mit engelhorn gerade auch die speziellen User- oder besser Kundenstories zu analysieren und diese Erkenntnisse in den Mittelpunkt unserer Strategie und Umsetzung zu stellen. Als Dienstleister haben wir uns daher sehr über die Offenheit gefreut, auch einmal „out of the box“ zu denken. Was also kann und sollte das Loyalty-Programm neben einer Incentivierung des Einkaufs noch für Mehrwerte bieten? Denn diese sind ja nicht auf die Belohnung von Einkäufen beschränkt, sondern können ebenso in der Vereinfachung von beispielsweise Einkaufsprozessen liegen als auch in besonderen Erlebnissen am POS, in der Engelhorn-Gastronomie oder an vielen weiteren Kontaktpunkten.“

Michael Bregulla

Geschäftsführer bei KNISTR



DAS ERGEBNIS

Aus der engelhorn Vorteilskarte wurde die neue engelhorn Card!

Tolle Sammelchancen! Deutlich flexibleres und noch reizvolleres Programm. Man profitiert nicht nur beim Kauf in den engelhorn Häusern, sondern zusätzlich in der Gastronomie und im Onlineshop. Überall dort Punkte sammeln und diese als Bonus wieder einlösen. Mode, Sport und Genuss in Perfektion erleben und dabei Punkte sammeln.



Die Features

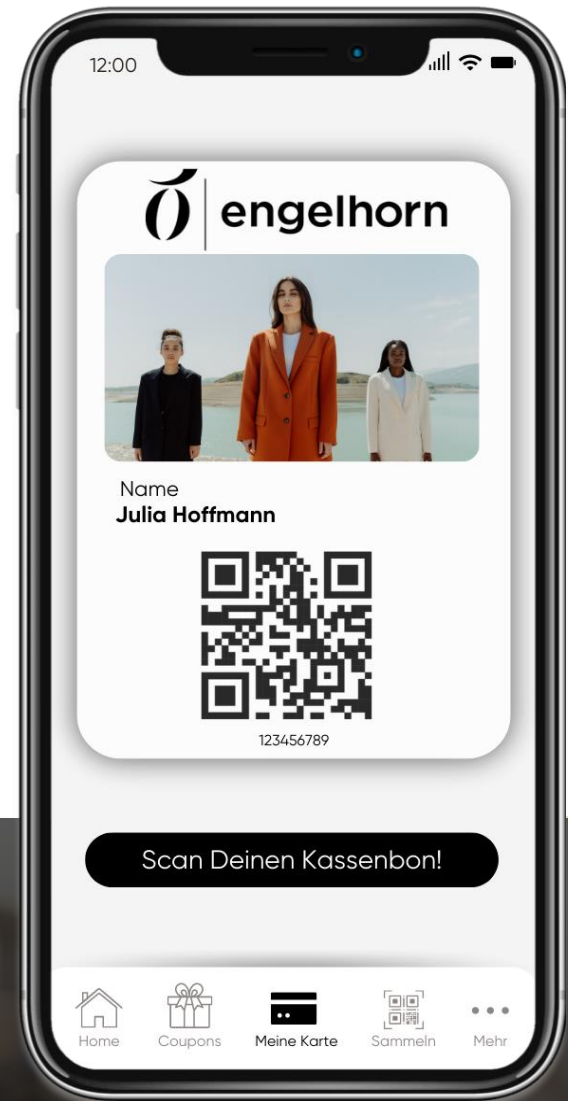
- Keine jährlichen Gutscheine mit Rückzahlungen mehr. Es werden **transparente Bonuspunkte** gesammelt:
1€ = 1 Punkt
- Mit **BonusXPress** können gesammelte Punkte direkt an der Kasse eingelöst werden: Kaufpreis wird reduziert.
- Bei Sonderaktionen kann **die Bonusincentivierung** angepasst werden, z.B. durch 3- oder 10-fache Punkte.
- Dank **artikelbasierter Kampagnen** können individuell ausgewählte Zielgruppen für den Kauf bestimmter Produkte oder Produktgruppen belohnt werden.
- Das neue Kundenbindungsprogramm wurde nahtlos in den **Online-Shop** integriert, wodurch auch hier Punkte gesammelt und eingelöst werden können.
- Neu ist auch die Erweiterung der Incentivierungen um Family&Friends-Logiken, sodass Familien und Gruppen gemeinsam Punkte sammeln können. Darüber hinaus profitieren auch engelhorn Card Teilnehmer von Vorteilen bei Partnerunternehmen, die mit engelhorn zusammenarbeiten, wie z.B. bei Hotels, Museen und anderen Freizeitanbietern.



Diese Ideen sind dabei kein Selbstzweck, sondern dienen vor allen Dingen der emotionalen Aufladung der Marke engelhorn sowie der Vertiefung der Kundenkenntnis.

Nach dem erfolgreichen Launch im November 2021 wird das Programm kontinuierlich ausgewertet und dem sich verändernden Kundenverhalten weiter angepasst.

Aktuell arbeitet KNISTR mit engelhorn an der **Digitalisierung der engelhorn Card**, sodass Kund*innen auch die Chance haben ganz einfach über eine App ihr Loyalty-Programm zu verwenden.



Beispielbild, wie eine App aussehen könnte



ÜBER KNISTR

KNISTR ist einer der führenden **Loyalty-** und **Giftcard-Lösungsanbieter** im deutschsprachigen Raum. Ob im **Handel**, bei **Markenartiklern**, **Dienstleistungsunternehmen** oder in der **Industrie**: Wir geben Dir den richtigen Funken für Dein Business.

Kundenbindung ist einer der wichtigsten Aufträge, die ein Unternehmen heute hat. Weshalb wir es uns zur Aufgabe gemacht haben eine Cloud-Lösung zu entwickeln, die flexibel, hochmodern und komplett intuitiv bedienbar ist. Somit kannst du, wie engelhorn, Dein Loyalty-Programm ganz einfach selber steuern.

[Webseite anschauen](#)

[Book a Demo](#)

KNISTR