

Absatzförderung

Kreditkarten-Aktionswochen für Sparkassen

Der Deckungsbeitrag II von Goldkarten liegt bei bis zu 50 Euro. Eine mittelgroße Sparkasse mit einem Bestand von etwa 7 000 Kreditkarten kann mit einer Steigerung auf 9 000 Karten 100 000 Euro mehr Ertrag pro Jahr erzielen. Das rechnet der Deutsche Sparkassenverlag vor.

Um die Institute bei der Absatz- und Umsatzsteigerung zu unterstützen, hat die DSV-Gruppe das Konzept „Kreditkarten-Aktionswochen“ entwickelt. Unter dem Dachmotto „Entdecken Sie die große Welt einer kleinen Karte“ wurden Aktions-Elemente zur Themenwelt „Genießen mit

Essen und Trinken“ realisiert (siehe Titelbild). Dazu zählen Portalsäulen, eine Aktionsrückwand und Displays – alles ausdrücklich auch für kleine Filialen geeignet.

Pilotsparkassen der Aktion waren die Kreissparkasse Altenkirchen und die Stadt- und Kreissparkasse Leipzig. Letztere konnte in den beiden Aktionsgeschäftsstellen bereits innerhalb einer Woche rund 15 Prozent des Jahreszieles erreichen, davon etwa ein Drittel Goldkarten. Eine fundierte Vertriebsschulung im Vorfeld sei dazu aber dringend angeraten. **Red.**