

Erwartungen, Meinungen, Anregungen: _____

So kommt die Einkaufskarte an

Jede Menge Skepsis begleitete die Einführung der Friedrichsdorf-Card. Schlussendlich konnten jedoch rund 55 Teilnehmer gewonnen werden, die sich unentgeltlich als Akzeptanzstelle registrieren ließen. Die Gespräche mit diversen Nutzern der Karte verdeutlichte bereits in der Testphase, dass die Karte gern angenommen wurde, da dieses zeitgemäße Instrument im Stadtmarketing eine gute Chance bietet, sich gegen die allgegenwärtige Internetpräsenz zu behaupten. Nun ist die zweite Phase der Friedrichsdorf-Card angelaufen, die in den kommenden zwei Jahren erreichen will, die Bürger der Stadt und aus dem Umland für Handel, Gastronomie und Dienstleistungsgewerbe vor Ort zu begeistern und die Kundenbindung weiter zu stärken.



Claus Hagenhoff, Pressesprecher des ‚Aktiven Friedrichsdorf‘ e.V.

„Der Gewerbeverein begrüßt die Einführung der Friedrichsdorf-Card natürlich sehr. Hier haben wir erstmalig ein Instrument, das darauf zielt, Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister in der Stadt ganz direkt zu unterstützen. Wie ich von einigen Einzelhändlern hörte, wird die Karte ja auch gern in Anspruch genommen. Allen, die sich derzeit noch nicht als Akzeptanzstelle registrieren ließen, kann ich nur empfehlen, an der Aktion teilzunehmen, denn sie unterstützt nicht nur unsere Handelsunternehmen, sondern macht auch das Bemühen deutlich, dem vorhandenen Angebot gegenüber eventuellen Internet-Konkurrenzen mehr Präsenz zu verleihen. Das ist nicht nur für die Kunden eine gute Sache, sondern trägt mit dazu bei, dass unsere Stadt lebendig bleibt, so dass der Einkaufsbummel in der Innenstadt vielleicht doch wieder in Mode kommt. Natürlich habe ich auch eine Friedrichsdorf-Card, die ich gern nutze ...“



Christian Reichert, Akzeptanzstelle Hardtwald-Apotheke

„Ich gehe nicht davon aus, dass durch die Akzeptanz der Friedrichsdorf-Card neue Kunden für meine Apotheke im Stadtteil Seulberg gewonnen werden. Dennoch halte ich es gerade für die Geschäfte in den einzelnen Friedrichsdorfer Stadtteilen für sehr wichtig die Karte zu akzeptieren. Sie stellt doch eine gute Möglichkeit der Kundenpflege und Kundenbindung dar, die nicht unterschätzt werden darf. Es geht hier also nicht um den direkten Mehrwert, sondern um das Betonen, dass man zum eigenen Standort steht. Gerade hier in Friedrichsdorf müssen sich die Stadtteile ja ziemlich ‚nach der Decke strecken‘, um eine gute Position gegenüber dem Angebot der Kernstadt herauszustellen. Lokal einkaufen ist wichtig, ich mache das auch und habe dabei das gute Gefühl, etwas dafür zu tun, dass das eigene Einkaufsumfeld lebendig bleibt. Ich würde mich freuen, wenn möglichst viele Friedrichsdorfer und auch Seulberger Geschäfte sich dafür entscheiden, die Friedrichsdorf-Card zu akzeptieren.“



Sabine Olschewski, TV Seulberg, Nutzerin der Friedrichsdorf-Card

„Die Friedrichsdorf-Card kommt meiner Vorstellung, wie der Einzelne seine Stadt unterstützen kann, voll entgegen. Meine Devise heißt ‚Standort stärken‘. Und wie geht das einfacher, als dass man als Erstes mal die Einkaufsmöglichkeiten wahrnimmt, die auch am Wohnort vorhanden sind. Nachdem nun die Innenstadt vom Landgrafenplatz über das Taunus Carré bis zum Houiller Platz zu einem fußläufig begehbaren Einkaufsbereich zusammengewachsen ist, macht es – insbesondere natürlich im Sommer – besonders viel Spaß zu entdecken, was es so gibt. Hinzu kommt, dass es auch Möglichkeiten gibt mal Platz zu nehmen und eine Tasse Kaffee oder ein Eis zu genießen. Über die Rabatte der Friedrichsdorf-Card freue ich mich; viel Spannender ist es aber, an den Akzeptanzstellen das Gefühl zu haben, als besonderer Kunde auch besonders willkommen zu sein. Ich habe die ‚Blaue‘ immer dabei und finde gut, dass sie bis Ende 2019 gültig ist. Toll ist, dass es auch Angebote in den verschiedenen Stadtteilen gibt.“



Anuschka Stosius, Thomas Cook Reisebüro, Akzeptanzstelle und Verkaufsstelle der Friedrichsdorf-Card

„Für uns hat sich die Akzeptanz der Friedrichsdorf-Card und die Übernahme der Abgabe der Friedrichsdorf-Card positiv ausgezahlt. Allerdings muss man die Kunden oft erstmal darauf hinweisen, dass man die Karte akzeptiert. Viele Kunden vergessen das ganz einfach. Wenn man dann nach der Karte fragt, kommt ein verblüfftes ‚Ah ja, die habe ich ja auch‘. In der Testphase hatten wir uns eine Statistik erstellt, wo unsere Friedrichsdorf-Card-Kunden herkommen und stellten dabei erstaunt fest, dass doch ein Anteil von rund 40% gar keine Friedrichsdorfer sind, sondern von außerhalb in die Stadt kommen. Das freut uns natürlich besonders, da wir davon ausgehen, dass diese Kunden dann auch weitere Einkäufe in der Stadt tätigen. Meiner Meinung nach ist die Friedrichsdorf-Card ein ganz gutes Instrument, um den Einkaufsstandort auch über die Stadtgrenzen hinaus attraktiver zu machen.“