

# Doppelt attraktiv: Prepaid-Kreditkarte mit S-POOL

**Ein neues Co-Branding als erfolgreiche Doppelstrategie: Während man Prepaid-Kreditkartenkunden für das Erlebnisprogramm S-POOL gewinnt, bekommen S-POOL Mitglieder eine Kreditkarte angeboten.**

Webshops, Online Games oder die Reiselust steigern den Bedarf Junger Erwachsener an Kreditkarten. Ideal für diese Zielgruppe ist eine Kreditkartenlösung auf Guthabenbasis. Mit der neuen Prepaid-VISA Kreditkarte im „Look & Feel“ von S-POOL präsentieren sich Institute innovativ und jung. Da eine Produkt- und Markenbindung bereits frühzeitig im Jugendalter abgeschlossen ist, gilt es, junge Menschen mit der Karte als Einstiegsprodukt für die Sparkasse zu gewinnen. Die Kreissparkasse Stendal setzt seit Ende 2009 als erstes Institut diese Prepaid-Picture-Card im Co-Branding mit dem Erlebnisprogramm S-POOL ein. Das Gewinnen von bisher kreditkartenlosen Kunden wie auch Neukunden zählt ebenso zu den Pro-Argumenten wie die Förderung von Cross-Selling-Chancen und -Erträgen. Das Institut führte das Programm 2006 ein und gewann seither ein Viertel der insgesamt 10000 Jungen Erwachsenen für S-POOL. Diese Kunden profitieren von Rabatten und Sonderangeboten in Mode- und Sportläden, Bars und Restaurants, Handyshops, Schwimmbädern oder Reisebüros. Bei mehr als 90

regionalen Kooperationspartnern der Kreissparkasse Stendal sowie lokalen Events und Festivals gilt das Show-Your-Card-Prinzip: Statt eines Extra-Ausweises legitimiert die Karte selbst – und lädt gleichzeitig zum Bezahlen ein. So gewöhnen sich die jungen Kunden frühzeitig an dieses Zahlungsmedium und den gewissen Status, den es verleiht. Kommuniziert werden die Leistungen über das S-POOL Magazin, in dem die Sparkasse auch eigene Themen platziert. In Stendal beträgt der Jahres-Kartenpreis nur 18 Euro, außerdem entfällt für die Kunden das Auslandseinsatzentgelt. Die Mehrwert Servicegesellschaft (MWSG) liefert das S-POOL Erlebnisprogramm für die Sparkasse im Full-Service. Über die S-POOL Hotline buchen die Jungen Erwachsenen Reisen und Events bequem im MWSG-eigenen Servicecenter. Das Institut profitiert vom Netzwerk der überregionalen Partner der MWSG, vom vierteljährlichen Kundenkommunikationspaket, von Gewinnspielen, Gutscheinen und vertriebsunterstützenden Trainings- und Coachingmaßnahmen.



**I** Carsten Giebe,  
Tel. 030 243090- 970,  
E-Mail:  
carsten.giebe@  
mwsg.de