

„GrazGutschein ist wie eigene Währung“

Die Ansiedlung des GrazGutscheins bei der Holding Graz hat sich rentiert. Punkto Digitalisierung lässt man Sorgfalt walten.

Marketingleiter

Richard Peer, Kommunikationswissenschaftler und diplomierter Kommunikationskaufmann, ist seit Mai 2019 bei der Holding Graz.

•• Von Paul Hafner

Mit 950 Partnerbetrieben ist der GrazGutschein das größte kommunale Gutscheinsystem Österreichs. Im Zuge der Eingliederung des Citymanagements in die Holding Graz wanderte vor drei Jahren auch die Zuständigkeit für den Einkaufsgutschein zu dem kommunalen Dienstleister – und entwickelt sich seither zum Kassenschlager: Richard Peer, Marketingchef der Holding Graz, sprach mit medianet über Umsatzentwicklung, Zielgruppenorientierung und Ambitionen in Richtung Digitalisierung.

medianet: Der GrazGutschein ist seit 2020 bei der Holding Graz angesiedelt. Was hat sich seither verändert?

Richard Peer: Wir konnten den einstigen Rekordumsatz von 5,9 Millionen Euro bereits im ersten Jahr auf über acht Millionen Euro steigern. Zu den bisher erfolgreichsten Jahren in der rund 20-jährigen Geschichte des GrazGutscheins tragen insbesondere gezielte Vertriebsmaßnahmen und starke Partnerschaften bei. Neben dem GrazGutschein-Onlineshop und der Verkaufsstelle im Holding-Headquarter steuern auch Vertriebspartner wie GrazTourismus zum Ergebnis bei, die Stadt Graz wickelt etwa das Projekt ‚Kinder-Radlbonus‘ über uns ab. Parallel dazu setzt die Holding Graz das gesamte Jahr über Schwerpunkte zum GrazGutschein, die wir rechtzeitig vor der Hauptsaison und dem Weihnachtsgeschäft noch einmal intensivieren. Durch

