

diese gezielten Werbe- und Vertriebsmaßnahmen ist es uns gelungen, den GrazGutschein so zu positionieren, dass die Menschen in Graz sagen: Das ist die Währung der Grazer Unternehmen.

© APA/Erwin Scherz



#### Einkaufsstadt

Die Tätigkeiten des Holding Graz Citymanagements fokussieren sich auf den Handel und die Gastronomie der Grazer Innenstadt.

**medianet:** Den Löwenanteil an Gutscheinen verkauft die Holding Graz in der Weihnachts-saison. Welche Maßnahmen werden hier ergriffen und welches Ergebnis erwarten Sie für heuer?

”

*Es ist uns gelungen, den GrazGutschein so zu positionieren, dass die Menschen in Graz sagen: Das ist die Währung der Grazer Unternehmen.*

**Richard Peer**  
Marketingchef  
Holding Graz

“

**Peer:** Unser Verkaufsteam bereitet sich seit Wochen speziell auf das Weihnachtsgeschäft vor. Prozessabläufe aus dem Vorjahr werden evaluiert, eine eigene B2B-Hotline als Angebot an Unternehmen, sich über Rabatte und Konditionen beim Kauf der Gutscheine beraten zu lassen, wurde eingerichtet. Steigende Umsatzzahlen bedeuten immer auch einen steigenden organi-

satorischen Aufwand. Dieser macht sich aber bezahlt: 8,3 Millionen Euro betrug der GrazGutschein-Umsatz im Jahr 2022, 4,8 Mio. davon entfallen allein auf November und Dezember. Das unterstreicht die Bedeutung dieser Saison. Für 2023 zielen wir auf einen Umsatz in Höhe von 8,5 Millionen Euro.

**medianet:** Das wäre ein Anstieg von rund 45 Prozent gegenüber 2020. Wie erklärt sich dieses Plus, gerade vor dem Hintergrund verringerter Konsumkraft?

**Peer:** Wir haben die Zahl der Partnerbetriebe, in denen der GrazGutschein eingelöst werden kann, in diesem Zeitraum von 550 auf 950 Betriebe in Graz steigern können. Die Auswahl ist also enorm – Kunstgalerien, Apotheken, Shoppingcenter, Restaurants, etc. gehören da unter anderem dazu. Neben den etablierten Säulen als Geschenkgutschein und dem B2B-Verkauf an Unternehmen haben wir im vergangenen Jahr außerdem erstmals die Rubrik ‚Sinnvoll schenken‘ eingeführt. Man kann mit dem GrazGutschein also auch die Stromrechnung oder den Einkauf in Supermärkten und bei Direktvermarktern bezahlen. Diese Kommunikationslinie führen wir heuer im Rahmen der Weihnachtskampagne fort.

**medianet:** Apropos Weihnachtskampagne: Sie bewerben den GrazGutschein als ‚ideales Geschenk für Jung und Alt‘. Wie gelingt es, die unterschiedlichen Zielgruppen anzusprechen – und über welche Kommunikationskanäle?

**Peer:** Um alle Altersschichten zu erreichen, setzen wir auf einen optimalen Werbemix. Im Bereich klassischer Werbung zählen dazu neben Radio, TV und Print vor allem Out-of-Home-Werbeträger, die wir heuer wieder in bewährter Form mit dem Tochterunternehmen Ankünder umsetzen. Die Sujets der Weihnachtskampagne werden über Citylights, 24-Bogen-Plakate, digitale Citylights und über 700 Infoscreens in den Bussen und Straßenbahnen der Graz Linien ausgespielt. Über diesen Werbeträger erreichen wir im Schnitt täglich rund eine Million Menschen. Um auch die jüngere Zielgruppen anzusprechen, wirbt die Holding im digitalen Segment heuer verstärkt mittels Influencer-Kampagnen, Kurzvideos sowie Ads auf Google, Facebook, Instagram und YouTube.

**medianet:** Ein bekannter Kritikpunkt am GrazGutschein ist, dass er digital nicht erhältlich ist. Gibt es hierzu Überlegungen?

**Peer:** Wir arbeiten mit Hochdruck an der Digitalisierung,

weil wir auch immer die ökologische Komponente und die digitale Transformation im Blick haben. Schon jetzt kann der GrazGutschein als Print@Home bzw. mittels QR-Code bei ausgewählten Partnerbetrieben auch über das Smartphone eingelöst werden. Andererseits erhalten wir das Feedback, dass die Wertigkeit bei ausgedruckten Gutscheinen eine sehr hohe ist. Aktuell evaluieren wir alle Varianten und sind im Dialog mit den Partnerbetrieben. Aber klar ist: Die Zukunft liegt am Smartphone, auch für Gutscheine. Wir wollen auf diesem Weg dorthin aber eben niemanden verlieren, deshalb braucht es seine Zeit.

”

*Wir haben die Zahl der Partnerbetriebe, in denen der GrazGutschein eingelöst werden kann, seit 2020 von 550 auf 950 Betriebe gesteigert.*

“