

Dortmund, 20. Juni 2017

Erfolgreicher Marktstart der Global Coupon Number (GCN):

Deutschlandweite Pilotkampagne von acardo mit real,- SB-Warenhaus und FMCG-Herstellern untermauert Leistungsschub für Couponing durch neuen Industrie-Standard.

Die Global Coupon Number (GCN) ist erfolgreich in den Markt gestartet. Als erste Handelskette hat das [real,- SB-Warenhaus](#) gemeinsam mit [acardo](#), einem der beiden führenden Coupon-Clearing-Häuser in Deutschland, die erste industriefinanzierte Coupon-Aktion auf Basis des von der [GS1 Germany](#) entwickelten und zusammen mit acardo im Markt implementierten neuen, digitalgestützten Industrie-Standards durchgeführt.

Im Rahmen der im März und April gelaufenen Kampagne wurden 1.000 Gutscheine per E-Mail an Kunden des von acardo betriebenen Couponportals [couponplatz.de](#) verschickt. Die Coupons waren eindeutig codiert und exklusiv in den knapp 300 Filialen von real,- in ganz Deutschland einlösbar, wo sie in den mit modernen Scannern ausgerüsteten Kassensystemen elektronisch erfasst werden konnten. Damit hatte real,- als erste Handelskette in Deutschland die technischen Voraussetzungen für einen flächendeckenden Einsatz des neuen Coupon-Standards geschaffen.

Intelligentes Closed-Loop-Marketing ohne Plattformbegrenzungen

Mit der GCN erhält jeder Coupon eine eindeutige Seriennummer, die ein exaktes Nachverfolgen jedes einzelnen Coupons von der Verteilung bis zur Einlösung ermöglicht. Die GCN bietet darüber hinaus eine Online-Validierung, um die unkontrollierte Vervielfältigung im Internet zu unterbinden. Mit dem neuen Standard lässt sich nicht nur wirksam gegen Coupon Fraud vorgehen, d.h. sicherstellen, dass jeder Coupon nur ein einziges Mal eingelöst wird. Die Code-Ergänzung des bisherigen Barcodes ermöglichte auch, genau nachzuvollziehen, welcher Coupon-Empfänger auch tatsächlich den Coupon eingelöst hat – und z.B. wo. War ein

Rabattaktions-Tracking auch im digitalen Umfeld bislang nur auf Kampagnenbasis möglich, kann mit der GCN jetzt der Datenkreislauf bis zum einzelnen Produktkauf jedes einzelnen Nutzers geschlossen werden – eine im Digitalzeitalter unverzichtbare Transparenz für ein effektives und effizientes Closed-Loop-Marketing. Mit der Erfassung des Kaufverhaltens auf Coupon-Empfänger-Ebene bietet die GCN eine erstklassige Grundlage für ein hochwertiges datenbasiertes Marketing, deren Datenqualität sich mit der von Online-Shops und Loyalty-Systemen messen kann, die aber nicht den Limitierungen dieser Plattformen unterliegt. Davon können insbesondere auch Händler profitieren, die nicht an ein Kundenkarten-System angeschlossen sind.

„Die GCN bietet die bestmögliche technische Basis für Big-Data-Analysen und eine perfekte Aussteuerung der Coupons. Mit ihr wird Couponing als Marketing-Instrument jetzt noch intelligenter und sicherer. Das ist sowohl für Hersteller wie auch Händler wichtig: Die FMCG-Branche erhält wichtige Insights in einen ansonsten anonymen Massenmarkt und wird in die Lage versetzt, steuerungsrelevante Analysen von Käufercharakteristika durchzuführen. Der Lebensmittelhandel wiederum, der gerade massiv von mächtigen Online-Playern wie Amazon angegriffen wird, kann seine Kundenansprache und -bindung datenbasiert zielgerichtet optimieren und mit cleveren Absatzpromotions im Wettbewerb punkten“, erläutert **Christoph Thye, Vorstand acardo group AG**.

„Und auch für den Durchbruch beim Mobile Couponing fehlt noch ein geeigneter Standard, der von nahezu allen Händlern akzeptiert wird. Hierfür bietet sich die GCN ebenfalls an, so dass Hersteller ihre Marketingkonzepte endlich um leistungsstarke mobile Couponing-Komponente erweitern können. Wenn sich mit der GCN ein neuer Standard etabliert hat, wird es für alle Händler wichtig, sich diesem anzuschließen und an der Vielzahl der Industrieaktionen teilzunehmen“, so **Ercan Kilic, Abteilungsleiter Mobile Commerce & Financial Services von der GS1 Germany GmbH**.

Bernd Hasenbank, Hauptabteilungsleiter Organisation bei der real,- SB-Warenhaus GmbH, erklärt. „real,- setzt die GCN seit Dezember 2016 für Eigen- und Industrieaktionen ein. Die Erfahrungen sind durchweg positiv. Wir sind froh, dass es mit der GCN jetzt einen etablierten Standard für personalisiertes Couponing gibt.“

„In einer ersten Pilotaktion haben wir Kunden des Portals couponplatz.de Gutscheine für eine kostenlose PET-Flasche hoch2 Smoothie oder Direktsaft zukommen lassen. Durch die GCN und die Online-Validierung können Mehrfacheinlösungen der Coupons verhindert werden. Dies ermöglicht dem Couponing völlig neue Einsatzmöglichkeiten“, unterstreicht **Anja Gumpert, Leiterin POS & Event Management bei Eckes Granini**, die u.a. die Kampagne herstellerseitig unterstützt hat.

„Durch die Online-Validierung der GCNs ist erstmals der digitale Einsatz von Couponing möglich. Damit können wir zielgruppenspezifische und attraktive Coupons z.B. für das Direktmarketing einsetzen. In der Vergangenheit war dies wegen hoher Streuverluste und missbräuchlicher Coupon-Einlösungen nicht sinnvoll“, sagt **Nicole Rasmussen, Manager Consumer Relations bei der Arla Foods Deutschland GmbH**.

„Unsere erste Kampagne mit der Global Coupon Number ist im Juni gestartet. Wir haben damit erstmals fälschungssichere Gutscheine für eine kostenlose Warenzugabe verteilt. Dies spart Kosten gegenüber anderen Sampling-Aktionen und gibt den Unternehmen zusätzliche Sicherheit und Flexibilität in der Umsetzung von Handelsaktivierungen“, so **Oliver Bartelt, Unternehmenssprecher bei Anheuser-Busch InBev**.

Über die acardo group AG

Die acardo group AG ist ein Anbieter von innovativen IT- und Marketingdienstleistungen. Seit dem Jahr 2000 ist acardo auf dem deutschen Markt tätig und betreut beim Couponing bzw. Gutschein-Marketing über 20.000 Stores aus den Branchen Lebensmittelhandel, Apotheken und Kino. Im letzten Jahr hat acardo viele Tausend

Verkaufsförderungsaktionen für renommierte Konsumgüterhersteller und Handelsunternehmen durchgeführt und verfügt daher über einzigartiges Know-how in der Konzeption und Abwicklung. acardo bietet mit diversen Instore Medien, wie z.B. dem Check-out Couponing oder dem Couponing am Regal, effektive Instrumente zur Abverkaufssteigerung. Mit dem im TV beworbenen couponplatz.de betreibt acardo eines der erfolgreichsten Coupon-Portale. acardo zählt zu den größten FMCG-Couponing-Netzwerken in Deutschland.

Mehr dazu unter: www.acardo.com

Pressekontakt:

< elias communications >
Nadja Elias
fon: +49 89 / 15890306
mail: presse@acardo.com
web: www.acardo.com