

# Rewe Group testet kassenbasiertes Couponing

CRM-Spezialist Catalina Marketing rüstet SB-Warenhausschiene Toom aus

Bad Homburg. Der Spezialist für kassenbasierte Couponausgabe, Catalina Marketing, kommt in Deutschland einen großen Schritt voran. Mit den Toom-SB-Warenhäusern öffnet sich die Rewe Group dem Thema Couponing. Acht Toom-Märkte hat der im hessischen Bad Homburg v.d.H. beheimatete Systemanbieter bereits mit seinen Druckersystemen ausgestattet. Bis Ende Februar sollen die übrigen rund 72 Märkte folgen. In 17 ehemali-

gen, von der Metro übernommenen Extra-Filialen wird der Rollout voraussichtlich Ende März abgeschlossen sein. Der Deutschland-Ableger von Catalina Marketing International, St. Petersburg/Florida, wird dabei insgesamt mehr als 1.000 Kassierplätze mit separaten Gutscheindruckern ausstatten. Bei Catalina macht man sich nun Hoffnungen, auch die Rewe-Lebensmittelmärkte von den Vorzügen des Verkaufs- und Kundenbindungsin-

struments überzeugen zu können. Der Spezialist für integriertes Checkout-Couponing (CoC) arbeitet bereits mit den Edeka-Regionalgesellschaften Minden-Hannover, Rhein-Ruhr, Südwest sowie Nord zusammen. Bei den beiden letztgenannten sind auch deren Marktkauf-Häuser involviert. Weitere Partner sind Globus in St. Wendel und die Citti-SB-Warenhäuser von Bartels-Langness, Kiel. Die Toom-Märkte eingerechnet, könne die Markenartikel-



**Absatzsteuerung:** Warenkorb-basiert spuckt der Drucker Farbgutscheine aus.

industrie über das Catalina-Netzwerk auf „zehn Mio. Haushalte in Deutschland zugreifen“, verspricht Vertriebschef Retail Frank Küver. *kon/lz 04-09*

CATALINA