

## **Pressemitteilung**

### **Schlecker und Catalina Marketing vereinbaren strategische Zusammenarbeit**

Schlecker, der führende Drogerie-Discounter in Deutschland und Europa, hat sich im Zuge seiner laufenden Neuausrichtung für eine dauerhafte Zusammenarbeit mit Catalina Marketing, dem weltweit führenden Anbieter von intelligentem Couponing am Check-out, entschieden. Die Leistungen von Catalina Marketing sind ein weiterer Baustein im derzeit bei Schlecker laufenden Investitions- und Zukunftsprogramm „Fit for Future“, das alle Unternehmensbereiche umfasst – von der Organisationsstruktur über die Ladengestaltung bis hin zum kompletten Markenauftritt in Kommunikation und Marketing. Schlecker wählt mit Catalina Marketing einen Partner, der langjährige internationale Erfahrung im Bereich der Kundenbindung und Frequenzsteigerung für Einkaufsstätten und Marken mittels Coupons mitbringt.

Ganz im Sinne des modernen CRM können künftig die Markenartikelhersteller auch bei Schlecker Coupons über das Catalina-System und dessen Farbdrucker auf intelligente, besonders gezielte Art und Weise ausgeben. Die Besonderheit besteht darin, dass Coupons auf Basis des Kaufverhaltens kundenindividuell festgelegt und mit unterschiedlichen Anreizen bzw. Botschaften an vorher definierte Zielgruppen ausgegeben werden. Dadurch werden Streuverluste vermieden und besonders hohe Akzeptanz beim Endverbraucher sichergestellt.

Schlecker- IT Chef Ingo Naumann freut sich über die neue Kooperation:

„Schlecker steigert durch das innovative und attraktive Couponing weiter seine Attraktivität für die Kundinnen und Kunden, aber auch für die Markenartikel-Industrie – ganz besonders im drogerietypischen Schlecker-Kernsortiment.“

Rainer Otterbein, Geschäftsführer von Catalina Marketing Deutschland, sieht die Kooperation als wichtigen Schritt in der langfristigen deutschen Wachstumsstrategie von Catalina Marketing und der damit verbundenen Erschließung weiterer relevanter Marktsegmente:

„Wir freuen uns, dass sich Schlecker für eine Kooperation mit uns entschieden hat, und werden ab sofort der Markenartikelindustrie diese neue Möglichkeit vorstellen. Damit wächst das Catalina Marketing-Netzwerk für die Markenartikel-Industrie auf mehr als 2.000 angeschlossene Outlets bis Ende 2011. Die maximale Haushaltsreichweite von Catalina Marketing steigt so auf fast 17 Mio. Haushalte – das sind ca. 40 % aller deutschen Haushalte.“

In einem ersten Schritt der Kooperation werden zunächst bundesweit rund 1.000 Drogeriemärkte der Schlecker-Gruppe (Schlecker und „Ihr Platz“) mit Catalina-Systemen am Check-out ausgerüstet. Die Ausgabe der ersten Catalina-Coupons ist bereits für November, also rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft, geplant. Die Integration der weiteren Schlecker- bzw. „Ihr Platz“-Märkte ist ab 2012 fest eingeplant und wird bei Schlecker in den bereits laufenden Roll-Out des neuen Shop-Konzepts integriert.

# GERD ULRICH ROHRBACH

Public Relations-Berater (DPRG)

---

## **Über Schlecker:**

Mehr als 12 Millionen Kunden kaufen europaweit jede Woche ihre Drogerieartikel bei Schlecker. In Deutschland hat der Drogerie-Discounter ein Verkaufsstellennetz von 8.000 Filialen aufgebaut, mehr als 3.000 weitere Outlets wurden bisher im übrigen Europa eröffnet. Damit ist Schlecker die größte Drogeriemarktkette in Europa und Marktführer in Deutschland. Das inhabergeführte schwäbische Familienunternehmen mit Sitz in Ehingen/Donau ist in 10 Ländern in Europa am Markt präsent. Im Zuge des 2010 gestarteten Zukunfts- und Investitionsprogramms „Fit for Future“ erfindet sich Schlecker derzeit in allen Bereichen komplett neu. Mit einem Investitionsvolumen von 230 Mio. Euro in 18 Monaten ist dies das größte Erneuerungsprogramm der Firmengeschichte.

## **Über Catalina Marketing:**

Catalina Marketing konzipiert und implementiert seit über 25 Jahren für renommierte Handels- und Konsumgüterunternehmen in Amerika, Europa und Japan erfolgreiche CRM-Kampagnen im LEH und in Drogeriemärkten. Dabei ist es das Ziel mittels intelligentem Couponing messbare Umsatzsteigerungen bei transparentem ROI zu erreichen. Dafür nutzt Catalina Marketing eine der größten Shopper-Datenbanken der Welt, mit deren Hilfe die richtigen Verbraucher auf Basis ihres individuellen Einkaufsverhaltens mit einer relevanten Botschaft am richtigen Ort, zur richtigen Zeit und über das richtige Medium erreicht werden. In Deutschland sind ab November 2011 über 2.000 Outlets dem Catalina-System, also dem intelligenten warenkorbbezogenen Couponing, angeschlossen, auf der ganzen Welt arbeiten erfolgreich mit diesem System über 33.000 Märkte.

## **Ansprechpartner für die Medien:**

### **Schlecker:**

Ingo Naumann  
Direktor Informationstechnologie  
Anton Schlecker e. K.  
Talstraße 12-14  
89584 Ehingen

Tel.: +49 (7391) 584 1236  
Fax: +49 (7391) 584 81236  
Mail: [I.Naumann@de.schlecker.net](mailto:I.Naumann@de.schlecker.net)

### **Catalina Marketing:**

Rainer Otterbein  
Managing Director  
Catalina Marketing Deutschland GmbH  
Saalburgstraße 157  
61350 Bad Homburg v.d.H.

Tel: +49 (6172) 789810  
Fax: +49 (6172) 7898118  
Mail: [Rainer.Otterbein@catalinamarketing.com](mailto:Rainer.Otterbein@catalinamarketing.com)

### **RPR für Catalina Marketing:**

Uli Rohrbach  
Public Relations-Berater (DPRG)  
Uli Rohrbach Public Relations (RPR)  
Friedrichstraße 40  
60323 Frankfurt

Tel: +49 (69) 723376  
Fax: +49 (69) 71707671  
Mail: [ulirohrbach@web.de](mailto:ulirohrbach@web.de)