



Der Kassenzettel als Coupon

In Kürze

Wer ein bestimmtes, im Kassensystem hinterlegtes Produkt kauft, bekommt automatisch einen Coupon für einen passenden Artikel auf dem Bon ausgedruckt. Mit diesem einfachen Verfahren können Handel und Hersteller gemeinsam gezielt den Absatz bestimmter Produkte fördern oder Warengruppen promoten ohne große Streuverluste. Christoph Thye vom Couponing-Spezialist acardo technologies erklärt, wie dieses neue Marketingwerkzeug funktioniert.

Gezielt und einfach funktioniert dieses neue Marketinginstrument

Coupons sind leicht zu durchschauen: Ihr einziges Ziel besteht darin, Kaufanreize zu setzen. Besonders einfach funktioniert dies beim Check-out Couponing. Hierbei kommt der Verbraucher automatisch in den Genuss einer sehr einfachen Rabattmöglichkeit, da der Coupon direkt in den Kassenzettel integriert ist. Dem Handel dient dieses relativ neue Marketinginstrument vor allem für die Bekanntmachung von neuen Produkten und die Steigerung des Abverkaufs einzelner Marken in Absprache mit dem Hersteller. Gute Erfahrungen in diesem Bereich kann der Couponing-Spezialist



acardo technologies vorweisen, allen voran dessen Vorstand Christoph Thye.

Was genau ist Check-out Couponing?

Christoph Thye: Das Check-out Couponing ist ein Verkaufsförderungs- und Kundenbindungsinstrument, bei dem Rabatt-Coupons an der Kasse direkt auf den Bon gedruckt werden. Die Coupons kann der Kunde bei seinem nächsten Einkauf einlösen, was ihn zum Kauf eines bestimmten Produktes oder zum erneuten Einkauf in dem jeweiligen Markt animiert. Als Besonderheit erfolgt beim Check-out Couponing die Couponausgabe in Abhängigkeit vom Kaufverhalten des Kunden. So lassen sich bestimmte Produkte des aktuellen Warenkorbs als Auslöser für den Coupondruck hinterlegen, zum Beispiel ein Coupon für eine bestimmte Babynahrung beim Kauf von Babywindeln. Nutzt der Käufer eine Kundenkarte,

kann sogar seine gesamte Kaufhistorie für die Couponauswahl dienen. Man kann nahezu beliebig komplexe Bedingungen im Kassensystem hinterlegen, bei denen ein Coupon ausgegeben werden soll. Hersteller und Händler schätzen die dadurch äußerst präzise Couponverteilung und die damit einhergehende Minimierung von Streuverlusten und Kosten.

Warum setzen Sie auf eine kassenintegrierte Lösung?

Christoph Thye: Sie ist sehr praktisch. Da die Coupons vom Kassensystem einfach an das Ende des Kassenbons gedruckt werden, muss keine zusätzliche Hardware am Point of Sale installiert werden, wie zum Beispiel zusätzliche Analyse-Server in jeder Filiale oder Coupondrucker an jeder Kasse. Dadurch bleiben die Prozesse des

Händlers schlank und nicht unerhebliche Hardwarekosten gegenüber einer externen Lösung fallen weg. Viele Experten sehen daher Wettbewerbsvorteile für Händler mit einer integrierten Lösung, da diese aufgrund der geringeren Betriebskosten günstiger an die Konsumgüterindustrie vermarktet werden kann. Das Verkaufsförderungsbudget der Industrieunternehmen wird sich letztendlich auf die Händler konzentrieren, bei denen sie den meisten Gegenwert fürs Geld bekommen.

Welche Anpassungen müssen Einzelhändler in der Kassensoftware und in der weiteren IT-Infrastruktur vornehmen, um die Daten zu verarbeiten?

Christoph Thye: Die Kassensoftware wird um Funktionen erweitert, die einen zielgerichteten Coupondruck ermöglichen. Entsprechende Softwaremodule liefert acardo für alle großen

Kassensoftwarehersteller in Deutschland, sodass hier nicht teuer entwickelt werden muss. Die am häufigsten gewünschten Aktionen der Konsumgüterindustrie sind darin enthalten. Neben der Erweiterung der Kassensoftware muss nur noch die Datenver- und -entsorgung sichergestellt werden. Dies erfolgt zwischen Handelszentrale und Filiale über die bestehenden Kanäle. Zwischen der Handelszentrale und acardo muss der Datentransport jedoch noch eingerichtet werden, wenn er nicht bereits durch das Coupon Clearing besteht.

Sie nutzen für die automatische Verarbeitung der Couponinformation das EAN-Nummernsystem und den EAN-Code. Warum?

Christoph Thye: Für die Barcodierung von Coupons hat GS1 Germany eine entsprechende Vorgabe erstellt, wonach alle Coupons im deutschen Lebensmittelhandel mit einem EAN-Code und den Präfixen 981/982 kodiert sind. Diese Kodierung nutzen wir auch bei Check-out Coupons, um die Coupons an der Kasse verarbeiten zu können. Im Fall einer automatischen Abwicklung liest das Kassensystem den EAN-Code und kann daraufhin die Gültigkeitsprüfung – beispielsweise gekaufte Produkt, Mindestmenge und Gültigkeitsdatum des Coupons – durchführen und den Rabatt gewähren. Neben der einfachen Abwicklung an der Kasse erfüllt der EAN-Code beim Check-out Couponing noch einen weiteren Zweck: Es gibt viele verschiedene Bedingungen und

Beispiele für Coupon-Ausgaberegeln an der Kasse:

1. Kauf eines speziellen Artikels (z.B. Nivea Duschgel)
2. Kauf einer bestimmten Dachmarke (z.B. L'Oréal)
3. Kauf eines Artikels einer Warengruppe (z.B. Babyartikel)
4. Nicht-Kauf von 1. bis 3.
5. Gesamtsumme des Kassenbons (z.B. >50 EUR)
6. Anzahl der Artikel im Bon
7. Kauf zu einer bestimmten Uhrzeit/bestimmter Tag/Filiale
8. Ausgabe aufgrund der Kaufhistorie

Marketingziele, warum ein Coupon gedruckt werden kann. Da jeder der verschiedenen Ausgabegründe einen eindeutigen 981/982-Code bekommt, kann das Unternehmen später analysieren, welche Coupons eingelöst wurden, und damit auf das Kaufverhalten rückschließen.

Gibt es Grenzen der heutigen Lösung? Was sind Ihre weiteren Pläne?

Christoph Thye: Mit der Coupon-Kodierung auf Basis des EAN 13-Codes können die Coupons nicht personalisiert werden. Dies würde jedoch völlig neue Analysen über das Kundenverhalten ermöglichen. Die Lösung verspricht eine entsprechende Empfehlung von GS1 Germany auf Basis der neuen EAN-Symbologie GS1 DataBar, die ab 1. Januar 2010 als weltweiter Standard an allen Handlungskassen umgesetzt sein soll. Hier würde ich mir eine rasche Umsetzung bei den Kassensystemherstellern wünschen. Dann können wir weitersehen.

Herzlichen Dank für das Interview!



Christoph Thye
beurteilt Check-out Couponing als zukunftssträchtige Lösung.



Ilka Macherer
macherer@gs1-germany.de