

Nach scoodoo-Übernahme: acardo ist Nummer 1 für Kassenbon-basierte Promotions in Deutschland

Dortmund, 9. September 2020 | Der Couponing-Vorreiter acardo verkündet heute den Kauf von Deutschlands erfolgreicher Cashback-App scoodoo durch die acardo activation gmbh. Mit diesem Schritt möchten die Dortmunder ihren Führungsanspruch im Bereich Kassenbon-basierter Promotions unterstreichen und ihren Full-Service-Leistungen für Kunden aus dem FMCG- und Handelsumfeld zusätzlichen Aufschwung geben. Die Geschäftsführung der Cashback-Plattform inklusive Webseite und App übernehmen zum Start Alexander Schüle und Robert Hartung, beide sind ebenfalls im Vorstand der acardo group vertreten.

“Was viele in der Branche nicht wissen ist, dass acardo seit vielen Jahren nahezu hinter jeder zweiten Kassenbon-Promotion steckt. Mit der Übernahme von scoodoo wird unsere Top-Position im Markt an Tragweite gewinnen. Unser Ziel ist, auch über unsere Kernbranchen wie Lebensmitteleinzelhandel und Drogerie hinaus insbesondere die Player im Non-Food-Bereich zu erreichen. Erste Gespräche haben gezeigt: Der Markt ist reif! Genau deswegen ist genau jetzt auch der richtige Zeitpunkt für acardo gekommen, die erfolgreiche Marke scoodoo zu übernehmen und diese weiter auszubauen”, sagt **Robert Hartung, Vorstand acardo group AG**.

Warum ist das Thema “Cashback” im Alltag der Werbetreibenden und Konsumenten relevant? Die Markenhersteller und die Händler stehen mehr denn je vor der Herausforderung, ihren Kunden attraktive Kaufimpulse geben und sie nachhaltig für sich gewinnen zu können – vor allem auch, wenn es um neue Produktangebote geht. Auch die Corona-Krise führt zusätzlich zu erheblichen wirtschaftlichen Unsicherheiten – nicht nur auf Seiten des Shopper Marketings, sondern auch bei den Konsumenten¹: Die Preissensibilität steigt und die „Stunde der Discounter“ wird vorausgesagt.²

Cashback ist eine nachhaltige und innovative Disziplin im Mobile Couponing mit vielfältigen Möglichkeiten, um Zielgruppen zu aktivieren.

Im Mobile Couponing besitzt Cashback eine hohe Beliebtheit bei den Konsumenten, da dieses Angebot attraktive Sparmöglichkeiten nach einem getätigten Einkauf bietet und das in drei

¹ Weitere Details zu “Shopper Activation in Zeiten von Corona”:
https://www.acardo.com/presse/shopper_marketing_in_zeiten_von_corona.

² Siehe Online-Bertrag der Lebensmittel Zeitung (LZ) unter
<https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/Corona-Krise-Die-Stunde-der-Discounter-145791>, 14. April 2020.

Schritten: “1. Gratis App laden, 2. Kassenbon fotografieren, 3. Geld zurück”³. So kann der Nutzer den Kaufnachweis des beworbenen Produkts über eine entsprechende Smartphone-App (zum Beispiel von COUPIES oder scndoo) oder eine mobile Website hochladen und den ausgelobten Rabatt oder die Prämie nach erfolgreicher Prüfung in Anspruch nehmen. Das Sparen beim Einkaufen ist längst kein Nischenthema mehr, sondern bei vielen Konsumenten an der Tagesordnung. Unterstützt wird diese These durch 18 Milliarden Coupons, die hierzulande über die Markenhersteller und den Handel in 2019 verteilt und Rabattwerte in Höhe von 150 Millionen Euro, die von Konsumenten im gleichen Jahr eingelöst wurden⁴.

Bereits im November 2018 hat acardo sein erstes Investment im Cashback-Bereich getätigt, damals mit der Übernahme von COUPIES, einer der größten Mobile-Couponsing-Plattformen in der DACH-Region mit Sitz in Köln. In Kombination mit der Marktkraft der in 2012 gegründeten scndoo GmbH werden zukünftig mehr als 2 Millionen Kassenbons im Hause acardo verarbeitet – ein vielversprechender Ausblick für die neu erlangte Marktführerschaft. Darüber hinaus haben die “scndies”, so die innerhalb der Community verbreitete Bezeichnung für scndoo-Nutzer, bereits über 5 Millionen Euro an Cashback gesammelt⁵ und daher ein Benchmark vorgelegt. Außerdem blickt der acardo Neuzugang auf erfolgreiche Kooperationen zurück, dazu zählen Top-Marken wie Coca-Cola, Danone, Ehrmann, Melitta und Radeberger⁶.

acardo ist Deutschlands führender Full-Service-Dienstleister im Bereich Shopper-Activation für FMCG-Hersteller und den Handel. Dazu gehören “klassische” Agenturleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die zu einer ganzheitlichen Kampagnenplanung gehören: Diese beinhalten die Kreation der Kampagnen, das Sourcing von bestmöglichen Prämien, die Programmierung der digitalen Medien (App, Webseite, Loyalty-Programm), die Durchführung der Bonprüfung und Nutzerdatenverwaltung sowie des Kundenservice und Auszahlung der Rabattgelder, die Logistik inklusive dem Prämienversand sowie das Reporting.

Die Pressemitteilung und Bildmaterial zur kostenfreien redaktionellen Verwendung stehen im **acardo Pressebereich** zum Download bereit unter www.acardo.com/presse.

³ Angaben siehe <https://scndoo.de/>.

⁴ Details zum acardo Report 2019 “Der Coupon-Markt in Deutschland”: https://www.acardo.com/presse/acardo_report_der_couponmarkt_in_deutschland_2019_coupons_im_handel_und_konsumquet_erbereich_weiter_auf_wachstumskurs_digitales_couponsing_und_personalisierung_auf_dem_vormarsch. Hinweis: Kassenbon-basierte Promotions fließen nicht in diese Erhebung ein.

⁵ Ein Überblick der aktuellen Cashback-Werte ist verfügbar unter <https://scndoo.de/>.

⁶ Eine Übersicht der Markenkooperationen ist abrufbar unter <https://scndoo.de/wp/scndoo-fuer-markten/>.

Hintergrundinformationen zum Thema

Medieninformation vom 23. Juni 2020: **“Shopper Marketing in Zeiten von Corona”**

https://www.acardo.com/presse/shopper_marketing_in_zeiten_von_corona

Pressemeldung vom 27. November 2018: **“couponplatz.de beteiligt sich an COUPIES”**:

<https://www.acardo.com/presse/2018-11-27-couponplatzde-beteiligt-sich-an-coupies> | Hinweis:

couponplatz.de ist ein Angebot der acardo activation GmbH, die der acardo group AG angehört und zählt 135.000 registrierte Nutzer, die bereits mehr als 15 Millionen Rabattwert eingesammelt haben (Stand: August 2020).

Über scondoo

scondoo wurde im Oktober 2012 in Berlin gegründet und bietet Marken im FMCG-Bereich eine digitale Plattform für handelsunabhängige und händlerübergreifende Cashback-Promotions. Das ist die effizienteste Form, Erstkäufer für neue Produkte zu finden, Absatz auf Knopfdruck zu generieren und mit interaktiven Brand Engagements den eigenen Markenwert aufzubauen. Die Vision ist es, zwischen Konsumgütermarken und Verbrauchern eine innovative, direkte Verbindung zu schaffen, von der beide Seiten profitieren. | www.scondoo.de

Über acardo group ag

acardo aktiviert Konsumenten für die Markenartikelindustrie. Mit drei Unternehmensbereichen – „acardo activation“ (Shopper-Activation), „acardo clearing“ (Abrechnung und Reporting) und „acardo cinema“ (Kino-Gutscheine) – bieten die Dortmunder Spezialisten eine ganzheitliche Lösung für reibungslose Coupon-Prozesse – von der Strategie, über die Konzeption und Umsetzung bis zur technischen Abwicklung und Abrechnung. Ein insgesamt 50-köpfiges Team betreut mehrere tausend Filialen rund um das Thema Couponing und damit einen Großteil des Lebensmitteleinzelhandels im deutschen Markt. Nahezu alle großen Konsumgüterhersteller haben in den vergangenen Jahren tausende von Coupon-Aktionen über acardo abgewickelt, hinzu kommen Handelsunternehmen in den Bereichen Lebensmittel, Apotheken und Pharma sowie Kinobetreiber. Zu den langjährigen Kunden gehören unter anderem EDEKA, Marktkauf, Müller, Nestlé, Unilever, Kellogg's, Krombacher, Coca-Cola, Melitta, CinemaxX, Cineplex, UCI, Universal und Warner Bros. | www.acardo.com

Pressekontakt

Chérine De Bruijn, Executive MBA
E-Mail: presse@acardo.com
Tel.: +49 (0)231 58 44 97-117

Agentur:

CORPORATE KITCHEN GmbH & Co. KG
Christophstr. 15-17 | D-50670 Köln
Geschäftsführung: Chérine De Bruijn

Unternehmenskontakt

acardo group ag
Am Kai 12 | D-44263 Dortmund
E-Mail: info@acardo.com | Web: www.acardo.com

Vorstände: Robert Hartung, Constantin Rack, Alexander Schüle und Christoph Thyé | HRB 15280 | Amtsgericht Dortmund

Im Falle einer Veröffentlichung bitten wir um ein Belegexemplar an die Dortmunder Firmenadresse. Vielen Dank!