

Hamburg, 05. Juli 2011

cadooz startet Kinogutschein-Aktion mit Aral

cadooz AG blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 und strebt für 2011 allein im Gutscheingeschäft Umsatz von 45 Millionen Euro Umsatz an

Die Hamburger cadooz AG startet mit ihrem Erfolgsprodukt, dem bundesweit bekanntesten KinoGutschein MovieChoice, eine deutschlandweite Promotion-Aktion mit Aral. Mit rund 2.500 Stationen betreibt Aral das größte Tankstellennetz in Deutschland.

Kunden der blau-weißen Tankstellenmarke können von Juli bis September 2011 bei der Aral Kinosommer-Aktion für 10 Liter Kraftstoff oder eine Autowäsche jeweils einen 1 Stempel sammeln und ab 15 Stempeln vergünstigte MovieChoice KinoGutscheine für nur 2,99 Euro mitnehmen. Der MovieChoice, Deutschlands bekanntester KinoGutschein, ist in über 460 Kinos mit mehr als 2.000 Leinwänden bundesweit einlösbar. Mit dem MovieChoice können Kinofans ihren Film frei wählen, dabei sind sämtliche Überlängen-, Wochentags- und Logenplatz-Zuschläge bereits inklusive. Insgesamt werden 750.000 KinoGutscheine von cadooz an die Aral AG ausgeliefert. Beworben wird die Aktion von cadooz und Aral durch einen aufmerksamkeitsstarken Kinospot sowie Plakate und Banner an allen Tankstellen deutschlandweit. cadooz entwickelte die hochwertige Kampagne gemeinsam mit Aral und dem Kooperationspartner TLA - The Licensing Agency.

„Wir freuen uns gemeinsam mit Aral eine Kampagne dieser Größe und Reichweite umsetzen zu können“, so Florian Welsch, Vorstand der cadooz Gruppe. „Die gesamte cadooz Gruppe befindet sich auf einem nachhaltigen Wachstumskurs, der sich 2011 bestätigen und fortführen wird.“

Denn die cadooz Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 zurück: mit einem Umsatzvolumen von rund 30 MEUR kann der erste Full-Service-Anbieter für Gutscheine, Prämien und Incentives ein erneutes Plus von rund 30 Prozent verzeichnen. Die Prognose für das laufende Geschäftsjahr liegt bei 45 MEUR. Die von cadooz entwickelten POS Promotions und On Pack-Aktionen erzielten dabei den nachhaltigsten Zuwachs. Ob am Point of Sale oder als Instrument des Empfehlungsmarketings, der Vertriebs- und Mitarbeiterincentivierung bietet das Hamburger Unternehmen europaweit individuelle Lösungen. Auch der Erlebnisanbieter yamando nimmt innerhalb der cadooz Gruppe eine positive Entwicklung.

Die gesamte cadooz Gruppe bestehend aus der cadooz AG, dem Erlebnisanbieter yamando und dem Sachprämien-Dienstleister cadooz rewards strebt in 2011 einen Umsatz von rund 90 MEUR an. Die starke Wachstumsprognose für das laufende Geschäftsjahr begründet das Unternehmen u. a. mit der Übernahme des Sachprämien-geschäfts der PAYBACK GmbH im Februar 2011 und der Gründung der cadooz rewards GmbH. Zusätzlich konnte der Kundenstamm über alle Branchen hinweg erheblich erweitert werden.

BrunoMedia Communication GmbH – Bonner Straße 328 – 50968 Köln

Annette Pfennings, Telefon 0221/34 80 38–34, Fax 0221/34 80 38–41
cadooz@brunomedia.de

Die cadooz Gruppe hat ihren Sitz in Hamburg. Unter ihrem Dach werden die cadooz AG, die cadooz rewards GmbH, die cadooz Austria GmbH, und die yamando GmbH zusammengefasst. Hauptgesellschafter der cadooz Holding ist seit 2006 Palamon Capital Partners, L.P., ein unabhängiges britisches Finanzbeteiligungshaus. Vorstand der cadooz AG ist Florian Welsch und den Aufsichtsratsvorsitz bekleidet Dr. Holger Kleingarn. Über 80 Mitarbeiter arbeiten für die Tochterunternehmen der cadooz Gruppe an den Standorten Hamburg, München und Wien. Das Unternehmen ist mit der Gutscheinexpertise der cadooz AG und cadooz Austria, der Sachprämienskompetenz der cadooz rewards sowie dem Erlebnisangebot der yamando GmbH der erste Full-Service-Anbieter für Gutscheine, Sachprämien und Incentives in Deutschland.

