

Presseinformation

METRO Cash & Carry Deutschland startet deutschlandweite Kampagne für Imbissbesitzer

Mehr als die perfekte Currywurst

Düsseldorf, 16. März 2010 – Welche Produkte benötigen unsere Kunden wirklich? Mit welchen Dienstleistungen können wir sie im Alltag unterstützen? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der breit angelegten Imbisskampagne, die METRO Cash & Carry Deutschland gestartet hat. Das Großhandelsunternehmen setzt dabei auf das Engagement seiner über 15.000 Mitarbeiter: Sie alle sind aufgerufen, ihrem Lieblingsimbiss einen Besuch abzustatten.

Ziel der bundesweiten Aktion ist es, mit möglichst vielen Imbissbesitzern ins Gespräch zu kommen und sie auf die Vorteile von METRO Cash & Carry aufmerksam zu machen. Bis Ende April sind die Mitarbeiter des Großhandelsprofis als Botschafter unterwegs. „Es ist uns wichtig, dass möglichst alle Kolleginnen und Kollegen persönlich auf diese wichtige Zielgruppe der METRO zugehen. So können wir unsere Angebote zukünftig noch genauer auf den Bedarf von Imbissbetreibern zuschneiden“, sagt Dirk Reichelt, Bereichsleiter Customer Target Group Management bei METRO Cash & Carry Deutschland. Als Dankeschön für die tatkräftige Unterstützung spendiert METRO Cash & Carry jedem Mitarbeiter den Imbiss-Besuch im Wert von maximal 5 Euro.

Kundenbedürfnisse im Fokus

Aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage müssen Imbissbesitzer deutliche Einbußen hinnehmen: Laut Branchenverband DEHOGA verzeichnete das Gaststättengewerbe im vergangenen Jahr ein Umsatzminus von 3,1 Prozent.



Cash & Carry Deutschland

Presseinformation

Um diesem Trend entgegenzusteuern, hat METRO Cash & Carry in Zusammenarbeit mit Imbissbesitzern ein umfassendes Konzept entwickelt, das sich konsequent an den Bedürfnissen der Profikunden orientiert. So bietet METRO Cash & Carry zum Beispiel rund 500 Artikel des Kernbedarfs zu Tiefstpreisen mit einer Preisgarantie von drei Monaten. Auch bei den Produkteigenschaften orientiert sich METRO Cash & Carry exakt an den Wünschen der Imbissbesitzer: Das Unternehmen entwickelte beispielsweise gemeinsam mit der Industrie eine Bratwurst, die speziell auf die Bedürfnisse von Gastronomiebetrieben abgestimmt ist. Zudem unterstützt der Großhandelsprofi Imbissbesitzer bei der kostenlosen Altfettentsorgung und bei der Umsetzung von Hygienevorschriften. Das komplette Angebot ist in einem 32-seitigen Katalog zusammengefasst, den Imbissbesitzer über die METRO-Kundenmanager beziehen können.

METRO Cash & Carry betreibt mit mehr als 15.000 Mitarbeitern 61 Großmärkte in Deutschland. Über 3,35 Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens, das international in 29 Ländern mit 655 Märkten aktiv ist. Die METRO Group zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2009 einen Umsatz von rund 66 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 33 Ländern an rund 2.100 Standorten tätig und beschäftigt rund 300.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO Group basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: Metro/Makro Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Real SB-Warenhäuser, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser. Weitere Informationen unter: www.metrogroup.de.

Kontakt:

METRO Cash & Carry Deutschland

Unternehmenskommunikation

René Beutner || Jeanette Hütten

Metro-Straße 8 || 40235 Düsseldorf

Telefon +49 (0)2 11 969 - 33 19 || +49 (0)2 11 969 - 17 21

Telefax +49 (0)2 11 969 - 490 33 19

rene.beutner@metro-cc.de || jeanette.huetten@metro-cc.de || www.metro-cc.de