



© Rewe Group/Robert Harson

Den Kinderschuhen rasch entwachsen

Anlässlich seines zweiten Geburtstags zieht der jö Bonus Club Bilanz: Vier Millionen aktive Nutzer, 16 Programmpartner.

Heißes Eisen Datenschutz

Geschäftsführer Mario Günther Rauch (r.) mit Anwalt Rainer Knyrim, der bei jö als Vorsitzender des internen Datenschutzgremiums fungiert.

... Von Paul Hafner

Die Geburtsstunde des jö Bonus Clubs bedeutete vor zwei Jahren das Ende des Billa Vorteilsclub. Die Rewe hatte im Februar 2019 erklärt, ihr Angebot vereinfachen und Rabatte kanalisieren zu wollen; die Kundenprogramme der historisch gewachsenen Vertriebslinien sollten im Rahmen eines übergreifenden Kundenbindungsprogramms kom-

patibel gemacht werden, dieses gleichzeitig aber auch für andere Partner offen sein.

Vorreiter in Sachen breit ausgerolltem Multipartnerprogramms war man in Österreich damit nicht; den Anfang hatte im Mai 2018 Payback (u.a. dm, Fressnapf Unimarkt, Lieferando) gemacht. Der jö Bonus Club ging schließlich am 2. Mai an den Start – und etablierte sich dank der Zugpferde Billa, Merkur (jetzt Billa Plus), Bipa, aber auch Handelspartnern wie Lib-

ro, Pagro, Pearle und Zgonc via Blitzstart – eine Mio. Anmeldungen in der ersten Woche – aber schnell als zweiter großer Player. Die Bilanz nach nunmehr zwei Jahren kann sich sehen lassen: Vier Mio. aktive Nutzer, 16 Programmpartner und 1 Mio. Verwendungen täglich.

Gelungener Auftakt

„Vor ziemlich genau zwei Jahren haben wir dem Launch entgegengefebert, mit viel Anspannung, aber auch viel Vorfreude“,

blickt Geschäftsführer Mario Günther Rauch zurück. Mittlerweile sei man zum „größten Multipartnerprogramm in Österreich“ avanciert, aktuell hält man bei „über 4.000 Standorten, in denen man Ös sammeln und einlösen kann“.

Der gestützte Bekanntheitsgrad des jö Bonus Clubs liege bei „fast 99 Prozent“, man sei zu einem „wertvollen Begleiter für über vier Millionen Kunden“ geworden. Stolz verweist Rauch auch auf verschiedene Marke-