

©PAYBACK



www.payback.de

PUNKTEN? RUNDUM SICHER!

Der Schutz Ihrer
Persönlichkeitsrechte
beim Bonusprogramm
PAYBACK.



DAS WICHTIGSTE VORWEG: BEI PAYBACK STEHT DATENSCHUTZ AN OBERSTER STELLE.

- PAYBACK verkauft keine Daten.
- PAYBACK reicht die Daten nicht im Kreis der Partnerunternehmen weiter.
- PAYBACK vermietet die Daten nicht an außerhalb des Programms Stehende.
- PAYBACK erstellt auf Basis personenbezogener Daten keinerlei Persönlichkeitsprofile.
- PAYBACK erzeugt keine Werbeflut im Briefkasten.



PAYBACK KUNDEN SIND IN GUTER GESELLSCHAFT.

Millionen Menschen in Deutschland sammeln täglich PAYBACK Punkte. Dabei genießen sie die vielen Vorteile, die ihnen das größte Bonusprogramm im Alltag bietet. Sie vertrauen zu Recht auf den seriösen Umgang mit ihren Daten. Denn bei PAYBACK steht Datenschutz an oberster Stelle. Schließlich basiert unser Erfolg auf dem Vertrauen der Konsumenten.

Die öffentliche Diskussion um Kundenkarten ist auch eine Diskussion um PAYBACK. Zwei Drittel der Haushalte in Deutschland verfügen über eine PAYBACK Karte. Diese Marktführerschaft ist Chance und Verpflichtung zugleich:

Chance: PAYBACK ist ein Produkt, das den Kunden Vorteile beim Einkauf anbietet – von Rabatten in Form von Punkten über exklusive Angebote bis zu Einladungen und Sonderaktionen. Der Mehrwert wird von den Verbrauchern genutzt und geschätzt. PAYBACK unterstützt auf der anderen Seite den Handel, bündelt die Attraktivität renommierter Marken und bietet den Unternehmen eine große Marketingplattform.

Verpflichtung: PAYBACK steht in der Kritik, weil es – wie manche sagen – individuelle Preisverhandlungen unterbinde und zu übermäßigem Konsum verleiten könnte. Zudem gibt es Befürchtungen, die anfallenden Daten würden weiterverkauft, die Mitglieder erwarten eine Werbeflut und vor allem bestehe die Gefahr des „gläsernen Kunden“.

Bei den Kritikpunkten mischen sich Missverständnisse über das Produkt PAYBACK mit Vorurteilen über zeitgemäßes Marketing und Kundenbonusprogramme. Deshalb haben wir hier für Sie die wichtigsten Fragen und Antworten zu Deutschlands größtem Bonusprogramm zusammengestellt.



1.

WAS BEZWECKT PAYBACK?

PAYBACK bringt Konsumenten wie Unternehmen Vorteile. Kunden sparen beim Einkaufen und genießen exklusive Vorteile und Services. Große Unternehmen kennen ihre Kunden über das Bonusprogramm erstmals mit Namen und können ihnen – statt per teurer Zeitungsbeilage oder Postwurfsendung mit hohen Streuverlusten – Angebote persönlich zuschicken. Die Verbraucher haben diesem Service bei der Anmeldung zugestimmt, die Angebote und Informationen werden somit um ein Vielfaches besser angenommen.

2.

WOHER WEISS DER KUNDE, WELCHE DATEN PAYBACK VON IHM SPEICHERT?

PAYBACK informiert darüber ausführlich bei der Anmeldung (Hinweise zum Datenschutz) und online unter www.payback.net. Zudem gibt es in den Partnerfilialen Flyer zum Thema Daten und Datenschutz. Jeder Kunde kann schriftlich, telefonisch oder online eine Aufstellung mit den bei PAYBACK gespeicherten Daten anfordern (Auskunftsrecht nach § 34 BDSG). Über datenschutz@payback.de können Kunden den PAYBACK Datenschutzbeauftragten per E-Mail anschreiben und befragen.



3.

WELCHE DATEN HAT PAYBACK VON DEN KARTENBESITZERN?

PAYBACK hat die Daten, die das Mitglied über das Anmeldeformular mitteilt, sowie:

- Daten des Partners, bei dem eingekauft wurde.
- Datum, an dem eingekauft wurde.
- Umsatz, der bepunktet wird.
- Informationen über gekaufte Waren/Dienstleistungen, je nach Partner unterschiedlich.

4.

WIRD DER KUNDE DURCH PAYBACK ZUM GLÄSERNEN KUNDEN?

PAYBACK erstellt auf Basis personenbezogener Daten keinerlei Persönlichkeitsprofile.

DATENVERWALTUNG BEI PAYBACK.

Beispiel: Frau Schmidt ist dm-Kundin, erhält aber auch Mailings von anderen PAYBACK Partnerunternehmen.



Die PAYBACK Karte wurde über einen dm-drogerie markt bezogen. Damit ist sie im Programm eine dm-PAYBACK Kundin.



ANMELDUNG

EINKAUF



WELCHE DATEN HAT PAYBACK VON FRAU SCHMIDT?

- Die Daten, die Frau Schmidt bei der Anmeldung angegeben hat (Pflichtangaben und ggf. freiwillige Angaben).
- Partner, bei dem sie eingekauft hat.
- Datum des Einkaufs.
- Getätigter Umsatz.
- Informationen über gekaufte Waren/ Dienstleistungen, je nach Partner unterschiedlich.

Frau Schmidt hat bei der Anmeldung eingewilligt, Mailings von allen PAYBACK Partnern erhalten zu wollen.



MAILINGS

WELCHE DATEN HAT DER dm-drogerie markt?

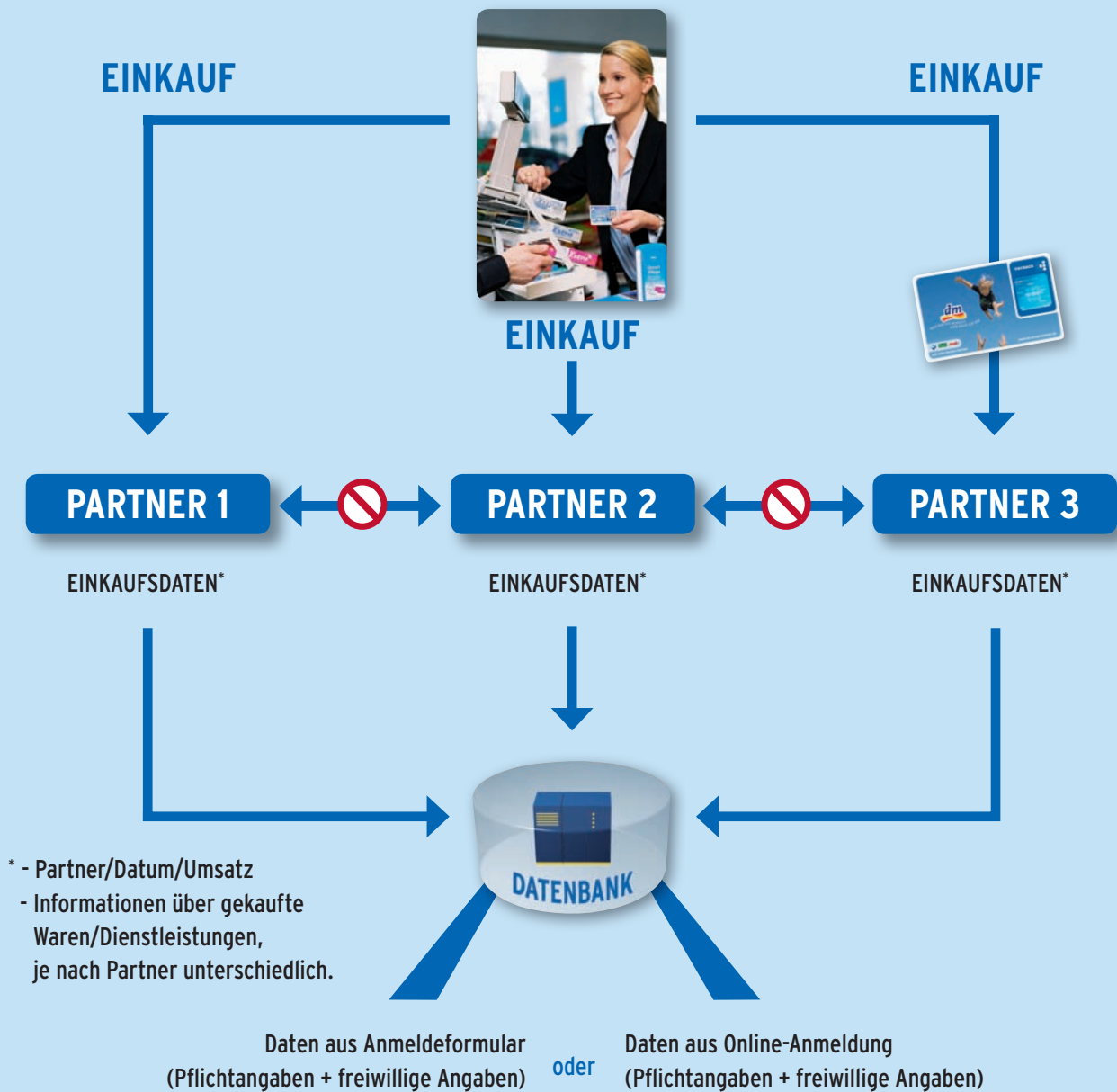
dm hat neben den Daten, die auch PAYBACK hat, alle dm-Produktdaten.

WELCHE DATEN HABEN ANDERE PAYBACK PARTNER VON FRAU SCHMIDT?

Keine. Sie können Frau Schmidt ausschließlich über PAYBACK als Mittler anschreiben.

DATENFLUSS BEI PAYBACK.

Die Daten werden nicht im PAYBACK Partnerverbund herumgereicht.



5.

WELCHE DATEN HABEN DIE PAYBACK PARTNERUNTERNEHMEN?

Das Unternehmen, bei dem sich der Kunde seine PAYBACK Karte holt, kennt neben PAYBACK ebenfalls die Daten aus dem Anmeldeformular des Kunden (Bsp.: Galeria Kaufhof kennt die Adresse derjenigen Kunden, die sich die Karte bei Galeria Kaufhof geholt haben). Dieses Unternehmen hat jeweils auch die Produktdaten der Einkäufe, die in seinem Unternehmen getätigt werden. Die anderen Partner kennen die Adresse jedoch nicht und haben auch keine anderen Daten dieses Kunden.

6.

WENN EIN KUNDE NICHT MEHR AM PROGRAMM TEILNIMMT UND DESHALB ALLE SEINE DATEN LÖSCHEN LASSEN MÖCHTE: WIE FUNKTIONIERT DAS?

Dann wird der Kunde von der Mitglieder- und Verteilerliste gelöscht. Er wird nicht mehr als Mitglied geführt und nicht mehr kontaktiert. PAYBACK ist jedoch laut HGB als Kaufmann verpflichtet, alle Buchungsbelege zehn Jahre lang aufzubewahren, um Geschäftsvorgänge nachvollziehbar zu halten. Zudem ist PAYBACK Kunden und Partnern gegenüber auskunftspflichtig. Deshalb muss PAYBACK alle Daten aufbewahren. Diese Daten werden an niemanden weitergegeben und nicht für Marketingzwecke genutzt. Nach Ende der Aufbewahrungsfrist werden sie vollständig gelöscht.

7.

WIE VERWENDET PAYBACK DIE DATEN? WELCHE DATENVERARBEITUNGEN WERDEN IM RAHMEN VON MAILINGS DURCHFÜHRT?

Etwaige Datenanalysen erfolgen nicht auf Basis personenbezogener Kundendaten. Vielmehr selektiert PAYBACK ausschließlich auf Basis anonymisierter Daten Kundengruppen, die sich durch ein ähnliches Einkaufsverhalten auszeichnen und dadurch an bestimmten Angeboten interessiert sein können (z.B. Familie mit Kleinkind, Single ...).



8.

WELCHE ZUSÄTZLICHEN AUSWERTUNGEN KÖNNEN DIE PARTNER MIT DER PAYBACK KARTE SELBST VORNEHMEN?

Die Partner können grundsätzlich nur Daten ihrer eigenen Kunden nutzen, auswerten und sie auch jederzeit anschreiben.

9.

WARUM ERHALTE ICH ALS PAYBACK KUNDE VON DM AUCH WERBUNG VON ANDEREN PARTNERUNTERNEHMEN?

Wenn der Kunde bei der Anmeldung eingewilligt hat, erhält er Post von allen PAYBACK Partnerunternehmen. Die Partner können allerdings nur über PAYBACK Adressen anderer Partner nutzen. PAYBACK wählt dann für den Partner die gewünschten Kundengruppen – wie etwa 85% aller Mitglieder mit der Postleitzahl 8.... – aus. Diese Adressen werden an einen Dienstleister übertragen, dort mit den Texten verknüpft, versandt und anschließend wieder gelöscht. Selektierte Datensätze werden prinzipiell nicht an das beauftragende Partnerunternehmen weitergeleitet. Der Partner erhält lediglich Auskunft über die Anzahl der Adressen.

10.

MÜSSEN PAYBACK KUNDEN MIT EINER WERBEFLUT IM BRIEFKASTEN RECHNEN?

Nein, dann wäre PAYBACK ein schlechtes Dialogmarketingunternehmen. Der Anspruch von PAYBACK ist es, Kunden die Angebote von Unternehmen zu unterbreiten, die sie interessieren – und dies in Abständen, die Sinn machen.

SO SORGT PAYBACK FÜR ZUSÄTZLICHE DATENSICHERHEIT:

- Schriftliche Verpflichtung aller Mitarbeiter zur Einhaltung des Datenschutzgesetzes und der internen Sicherheitsbestimmungen. Verstöße ziehen sowohl arbeits- als auch strafrechtliche Konsequenzen nach sich.
- Keine Nutzung von USB-Schnittstellen, kein Kopieren auf Datenträger möglich.
- Strikte Trennung personalisierter Stammdaten (Adressen, etc.) und Einkaufsdaten.
- Automatische Prüfung zur sofortigen Erkennung von Betrugsfällen.
- Durchführung regelmäßiger und unangemeldeter Sicherheitsaudits bei Dienstleistern.
- Das PAYBACK Rechenzentrum ist gemäß ISO 27001 zertifiziert und erfüllt somit höchste Sicherheitsanforderungen.
- Datenübermittlung ausschließlich auf Basis symmetrischer und asymmetrischer Verschlüsselungsverfahren.
- „Need-to-know-Prinzip“: Berechtigte Mitarbeiter haben prinzipiell nur Zugriff auf die Daten, die sie für ihre unmittelbare Aufgabe benötigen.
- Call Center Agenten nur mit polizeilichem Führungszeugnis.

MEHR INFORMATIONEN:

Betrieblicher Datenschutzbeauftragter PAYBACK
Theresienhöhe 12
80339 München
datenschutz@payback.de

Pressestelle PAYBACK
Theresienhöhe 12
80339 München
presse@payback.net

www.payback.net