

Auf diese Weise sollen Verbraucherinnen und Verbraucher an die Partnerunternehmen gebunden werden. Nur beim Einkauf in bestimmten Läden winken Vergünstigungen. Dabei kann für die Kaufentscheidung schnell Preis oder Qualität der angebotenen Ware in den Hintergrund treten. Insgesamt zahlt man so oft deutlich mehr als andernorts. Der erzielbare Rabatt fällt bei Kundenbindungsprogrammen meist sehr gering aus. Üblich sind reguläre Vergünstigungen im Gegenwert von bloß einem Cent pro ausgegebenem Euro.

WIE KANN ICH MICH SCHÜTZEN?

Man sollte sich bewusst sein, dass die Teilnahme an einem Kundenbindungssystem keinesfalls „kostenlos“ erfolgt, sondern ein Stück Privatheit kostet. Gezahlt wird mit der Preisgabe von Daten. Wenn Sie an einem System teilnehmen, achten Sie darauf, nur die nötigsten Daten anzugeben, und prüfen Sie mögliche Einwilligungserklärungen. Diese sollten klare Informationen zu folgenden Fragen enthalten:

- Welche Daten werden erhoben und zu welchem Zweck?
- Wie lange werden diese Daten gespeichert?
- Werden die Daten an Dritte übermittelt und wenn ja, an wen?
- Zu welchem Zweck werden die Daten an Dritte übermittelt?
- Was passiert mit meinen Daten, wenn ich die Kundenkarte kündige?
- Wer ist verantwortlich, d. h. an wen kann ich mich in datenschutzrechtlichen Fragen wenden?
- Kann ich einzelne Passagen der Einwilligungserklärung streichen?

WER HILFT IHNEN WEITER?

Für Rückfragen und weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz

Hintere Bleiche 34
55116 Mainz
Telefon: +49 (0) 6131 208-2449
Telefax: +49 (0) 6131 208-2497
poststelle@datenschutz.rlp.de
www.datenschutz.rlp.de

Ministerium der Justiz und für Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz

Ernst-Ludwig-Straße 3
55116 Mainz
Telefon: +49 (0) 6131 16-4800
Telefax: +49 (0) 6131 16-4909
verbraucherschutz@mjv.rlp.de
www.mjv.rlp.de

Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.

Seppel-Glückert-Passage 10
55116 Mainz
Telefon: +49 (0) 6131 2848-0
Telefax: +49 (0) 6131 2848-66
info@vz-rlp.de
www.vz-rlp.de

verbraucherzentrale

Rheinland-Pfalz



Der Landesbeauftragte
für den Datenschutz und die
Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM DER JUSTIZ UND
FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ

KUNDENKARTEN UND COUPONS

Mini-Rabatte teuer erkaufte



Stand: Juli 2013 | Bildnachweis: Titelmontage Fotolia © Stiefi und Shutterstock © tuulijumala

WEM NUTZEN KUNDENKARTEN?

„Haben Sie eine Kundenkarte?“, diese Frage wird Verbraucherinnen und Verbrauchern in vielen Geschäften und Online-Shops gestellt. Die Ausgabe von Kundenkarten lohnt sich für die Unternehmen sehr, für Verbraucherinnen und Verbraucher aber nur in einem beschränkten Maß. Anbieter haben damit die Möglichkeit, das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden präzise zu erforschen und gezielt Anstöße zum Kauf von Waren zu geben.

Das Prinzip ist einfach: Wer beim Bezahlen eine Kundenkarte vorlegt oder digital in einer elektronischen Geldbörse im Smartphone hinterlegt, erhält Vergünstigungen. Dies können Rabatte auf den Kaufpreis, Bonuspunkte oder ein besonderer Status sein, zum Beispiel für den Bezug eines Kundenmagazins, für den Zugang zu Events des Händlers oder für den Zutritt zu Lounges am Bahnhof oder Flughafen. Je mehr Umsatz erzeugt wird, desto höher fällt die Belohnung aus.

„Kundenkarten und Rabattsysteme verlocken zu Mehrausgaben und rechnen sich vor allem für die Anbieter. Je mehr Daten Sie zudem über sich preisgeben, desto gezielter können Werbeangebote auf Ihr Konsumprofil ausgerichtet werden.“

Jochen Hartloff

Minister der Justiz und für Verbraucherschutz
Rheinland-Pfalz



VIELE DATEN, WENIG RABATT

Bei jedem Einsatz der Karte werden alle Informationen zum Einkauf elektronisch abgespeichert. Dazu gehören Informationen zum Zeitpunkt und Ort des Kaufs, zu den Waren und ihren Preisen. Auch das Nutzungsverhalten auf angeschlossenen Internetseiten und -shops oder Smartphone-Apps kann umfassend aufgezeichnet werden, so zum Beispiel betrachtete Produkte und eingelöste Rabattgutscheine. Häufig werden bereits bei Beantragung der Karte mehr Daten als nötig abgefragt.

Durch weitreichende Einwilligungen werden beim späteren Einkauf intime Daten erhoben. Die Unternehmen wissen abrufbar, wann und wo welche Kleidung eingekauft wurde, welche Größe diese hatte und wie teuer sie war. Aus der Verarbeitung dieser Daten können Rückschlüsse auf Konsum- und Lebensgewohnheiten gezogen werden. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten die Datenschutzbestimmungen dahingehend prüfen, ob die Kartenanbieter diese Informationen an Dritte weitergeben.

Die gesammelten Daten bilden die Grundlage für Werbung und Angebote, die genau auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Mit diesem Wissen können auch gezielt Bedürfnisse geweckt werden. Ein wesentliches Problem bei personalisierter Werbung besteht in der Möglichkeit, dass bestimmte Angebote oder Vergünstigungen ausbleiben, wenn Verbraucherinnen und Verbraucher für ein Unternehmen aufgrund des Profils uninteressant erscheinen. Jede Verbraucherin und jeder Verbraucher muss für sich selbst entscheiden, ob ein magerer Rabatt die Preisgabe der Privatsphäre rechtfertigt.

Sind die Daten erst einmal erfasst, ist es Verbraucherinnen und Verbrauchern kaum mehr möglich, darüber zu bestimmen. Rabattdaten werden in der Regel auch nach einer Kündigung als Buchungsbelege aufbewahrt und erst nach zehn Jahren endgültig gelöscht. In dieser Zeit dürfen sie nicht genutzt werden.

! Ihre Rechte gegenüber dem Kartenbetreiber:

- Auskunft über
 - die zur eigenen Person gespeicherten Daten, auch in Bezug auf deren Herkunft,
 - die Empfänger weitergegebener Daten,
 - den Zweck der Speicherung,
- Berichtigung, Löschung bzw. Sperrung, wenn die Daten unrichtig sind,
- Unterlassung, Beseitigung oder Schadensersatz bei unrechtmäßiger Datenverarbeitung,
- Anrufung der Datenschutzaufsichtsbehörden, wenn der Kartenbetreiber Ihre Rechte nicht beachtet.



„Seien Sie kritisch. Die angebotenen Vergünstigungen sind eine zu geringe Gegenleistung für die sensiblen Daten, die Sie preisgeben müssen. Sind die Daten weg, können Sie deren Verbreitung kaum noch kontrollieren.“

Edgar Wagner

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz

COUPONS – SPAREN KANN TEUER WERDEN

Immer mehr Unternehmen nutzen Coupons als Teil ihrer Werbung. Coupons sind Gutscheine, mit denen Waren oder Dienstleistungen entweder kostenfrei oder – meist üblich – mit einem Rabatt bezogen werden können. Vor allem über die Kundenbindungsprogramme werden große Mengen dieser Rabattmarken verschickt. Sie locken mit Sonderbonuspunkten oder Vergünstigungen beim Bezug einzelner Produkte oder beim Einkauf in bestimmten Einzelhandelsketten.

Die sogenannten Gruppengutscheine von Internetportalen wie Groupon oder DailyDeal versprechen hohe Rabatte, vor allem auf Dienstleistungen. Diese Gutscheine müssen in der Regel käuflich erworben werden und kommen mit vielen Einschränkungen im Kleingedruckten. Oft haben sie eine kurze Geltungsdauer oder können nur an bestimmten Tagen eingelöst werden. Sollte ein Angebot wegen Überbuchung oder Fehlplanung gar nicht verfügbar sein, haben Verbraucherinnen und Verbraucher zumindest Anspruch auf Rückzahlung des Gutscheinpreises.

Grundsätzlich dienen Coupons der Absatzförderung und geben ganz gezielte Kaufanreize. Jeder spart gerne einmal ein wenig, doch gerade dies kann teuer werden. Die Rabatte können zum Kauf von Waren verleiten, die man gar nicht benötigt.

Gutscheine haben schon längst auch Smartphones und Tablets erobert. Coupon-Apps verführen unterwegs mit Rabattmarken, die an die persönlichen Interessen und

den aktuellen Standort angepasst sein können. Wer diese Form der Durchleuchtung des Privatlebens nicht wünscht, sollte auf den Einsatz solcher Programme verzichten.

! Tipps zur Nutzung von Bonuspunkten und Coupons:

- Beachten Sie das Ablaufdatum von Bonuspunkten und Coupons.
- Vergleichen Sie Angebote mit den Preisen anderer Händler – auch bei Prämienartikeln.
- Trotz eines bestehenden Rabatts können Sie versuchen, mit dem Händler vor Ort eine höhere Ermäßigung auszuhandeln.
- Nutzen Sie die Möglichkeit, Bonuspunkte in Bargeld auszahlen zu lassen.
- Berücksichtigen Sie bei Coupons Einschränkungen, zum Beispiel für Bücher oder bestimmte Marken.
- Nutzen Sie Internet-Verzeichnisse für Gutschein-codes, die eine gezielte Suche nach Vergünstigungen ermöglichen.



„Wer Kundenkarten nutzt, zahlt mit seinen Daten. Damit können genaue Konsum- und Verhaltensprofile erstellt werden. Welche Schlüsse die Unternehmen daraus über den Einzelnen ziehen, bleibt Verbraucherinnen und Verbrauchern weitgehend verborgen.“

Ulrike von der Lüche

Vorstand der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz