

Kunden blieb natürlich nach wie vor erhalten.

Payback hat sich zu einem zentralen Baustein unserer gesamten Kundenkommunikation entwickelt. Zusammen mit anderen starken Marken kommunizieren wir so über alle Kanäle hinweg. Mittlerweile sammeln alleine bei dm mehr als zwei Millionen Österreicherinnen und Österreicher regelmäßig Payback Punkte.

**medianet:** Was hat hier besonders für den Switch zu Payback gesprochen – Sie hatten ja bereits ein erfolgreiches Bonusprogramm.

**Bauer:** Viele unserer Kunden haben sich gewünscht, eine Karte bei mehreren Anbietern verwenden zu können und nicht viele unterschiedliche Programme laufend im Überblick behalten zu müssen. Durch die Zusammenarbeit mit Payback konnten wir diesen Wunsch als Erste auch in Österreich erfüllen.

Die Kunden wollen außerdem keine Gießkannen-Kommunikation mehr, sondern erwarten sich individualisierte und persönliche Vorteile und Gutscheine. Hundebesitzer interessieren sich zumeist nicht für Rabatte auf Katzenfutter; für Menschen, die besonderen Wert auf gesunde Ernährung legen, haben wiederum Coupons auf Bio-Lebensmittel besondere Relevanz. Genau diese Treffsicherheit können wir dank Payback leisten! Zusätzlich verfügt Payback als weltweit größter Anbieter über 20 Jahre Erfahrung in allen Bereichen des Datenschutzes und innovativer Technologien – eine unschlagbare Kombination.

**medianet:** Wie wirkt sich Payback bisher auf Ihr Geschäft aus?

**Bauer:** Unsere Kunden haben sehr schnell erlebt, dass es



© Payback

#### dm Payback Karte

Kunden setzen bei dm die Karte, aber immer öfter auch die Payback App ein.

sehr einfach geht, Payback Punkte zu sammeln und es nicht lange dauert, bis sich das Punktekonto füllt. Einerseits ist Payback ja ein Multipartner-Bonusprogramm, bei dem viele Unternehmen mitmachen, sowohl im stationären Handel als auch online. Andererseits füllt sich das eigene Punktekonto mit den Mehrfachbepunktungen, die man bei dm regelmäßig bekommt – entweder auf den gesamten Einkauf, eine Warengruppe oder die eigene Lieblingsmarke.

**medianet:** Sie haben das Multipartner-Bonusprogramm gerade angesprochen – wie finden Sie das Partnerportfolio des Payback Programms?

**Bauer:** Ein Zusammenschluss von 100 Unternehmen aus der stationären und der Onlinewelt ist doch das Beste, was der Kunde erwarten kann. Payback ist das richtige Dach und hat den richtigen Partnermix. Es werden noch weitere wichtige Partner folgen, die im Alltag der Menschen eine wichtige Rolle spielen.

**medianet:** Warum ist eine Multichannel Plattform so wichtig?

**Bauer:** Für dm ist die Verbindung von Filiale und Online-

shop mittlerweile selbstverständlich. Wir wollen unsere Kunden auf *allen* Kanälen begeistern. Hier bietet uns Payback auch viele Möglichkeiten, um uns mit den Kunden zu verbinden. Sei es über das Onlineportal, die Payback App oder auch der herkömmliche Weg per Post – der Kunde hat die freie Wahl. Das gemeinsame Ziel ist, den österreichischen Handel noch viel stärker zu digitalisieren; da ziehen alle Partner an einem Strang.

**medianet:** Noch eine persönliche Frage zum Schluss: Kaufen Sie selbst mehr im stationären Handel oder online ein?

**Bauer:** Wo es sich ergibt, das ist je nach Situation, Angebot und Stimmung unterschiedlich. Ich kaufe weiterhin sehr gern im Geschäft ein, gerade wenn

”

*Zusätzlich verfügt Payback als weltweit größter Anbieter über 20 Jahre Erfahrung in allen Bereichen des Datenschutzes und innovativer Technologien – eine unschlagbare Kombination.*

“

die Zeit einen Einkaufsbummel zulässt. Aber manches wird auch online bestellt und kommt als praktische Lieferung nach Hause. Meine Kinder laden Filme, Spiele und Apps auf ihre Smartphones. Payback sehe ich hier als sinnvolles Bindeglied zwischen all diesen Kanälen.

>2  
Mio.

#### Aktive Kunden

Im Mai 2018 wechselte dm mit seinem Bonusprogramm zu Payback. Mittlerweile sammeln bereits mehr als 2 Mio. Kunden bei dm PAYBACK Punkte