

Lukner und führt weiter aus: „Wenn wir Missbrauch betreiben würden, würden wir den Erfolg von Payback torpedieren. Unser Interesse ist, den Kunden das zu bieten, was sie wollen – und das immer in dem Rahmen, in dem sie es zulassen.“

Selbstverständlich werden keine Daten verkauft und auch nicht unter den teilnehmenden Partnern weitergereicht. Payback ist Datenschutz-TÜV-geprüft und führt jährlich Rezertifizierungen durch. „Ich möchte *vertrauen* können, wenn es um meine Daten geht. Das TÜV Datenschutz-Siegel überzeugt mich, dass wirklich keine Daten verkauft werden“, meint Marketing Assistant Sarah G.

Payback ist für alle nützlich
„Wir bieten dem Kunden einen für ihn ersichtlichen Mehrwert und Nutzen, da unterschiedlichste Handelspartner einbezogen werden. Daraus resultiert eine sehr viel höhere Aufmerksamkeit als bei einem



© Payback (3)

Josef und Maria P.

„Jetzt können wir mit nur einem Bonusprogramm bei vielen Partnern Punkte sammeln.“

Sarah G.

„Das TÜV Datenschutz-Siegel überzeugt mich.“

Stand-Alone-Programm, die wir nutzen können, um für unsere Partner neue, hochwirksame Marketing-Konzepte zu entwickeln. Handelsfirmen pumpen immer noch Geld in Werbung per Beilage und andere unpersonalisierte Kanäle und nehmen bis zu 98% Streuverlust in Kauf. Unsere Kanäle sprechen die Kunden und Kaufwilligen an, die sich bei Payback registriert haben – mit sehr hohen Responsequoten“, analysiert Lukner den Mehrwert für Partner, aber besonders für Kunden.

Marco D.

„Mit der Payback App habe ich jetzt immer alles dabei und kann so mein Punktekonto schnell füllen.“

ternehmen umfasst beliebte Partner aus dem stationären Handel wie dm drogerie markt, Fressnapf, BP, Burger King, Nordsee und sehen! Wutscher sowie zahlreiche Online Partner, darunter Austrian Airlines, Deichmann, eBay, Expedia, oeticket, Otto, Sky, Swarovski und Universal. Die Bereiche gehen von Beauty und Kosmetik über Haus und Garten, Freizeit und Kultur, Sport und Gesundheit zu Computer und Büro und noch viele andere mehr.

Auch das Einlösen ist einfach

Bereits ab 200 °P können Kunden die Punkte einlösen – entweder bei den teilnehmenden Partnern in der Filiale oder im Payback Prämienshop. Hier stehen günstigste Markenprämien, zum Beispiel vom WMF, Samsonite, Philips oder Sony zur Verfügung. Kunden können sich den Wert der Punkte aber auch auf ihr Konto überweisen lassen oder sie für einen guten Zweck an Unicef spenden.

Ende der Kartenflut

Vom Payback Motto „Ein Programm, viele Partner“ sind auch Josef und Maria P., beide im Ruhestand, höchst angeatan und sie führen noch einen weiteren Vorteil an – das Ende der Kundenkartenflut: „Früher haben wir bei all den Karten und Kundenclubs den Überblick verloren. Jetzt können wir einfach mit nur einem Bonusprogramm bei vielen Partnern Punkte sammeln.“

Zu den „vielen Partnern“ gehören die unterschiedlichsten Unternehmen, mehr als 100 Partnerunternehmen sind es mittlerweile. Der attraktive Kreis der teilnehmenden Un-

