

19. Juni 2008, 04:00 Uhr

VON ANDREA EXLER

Payback-Karte bekommt Konkurrenz im Internet

Unternehmen entwickeln neue Rabattsysteme

Jena - Bonusprogramme und kein Ende: Mehr als 100 Mio. Kundenkarten sind im traditionellen Einzelhandel schon im Umlauf, neuerdings werden auch beim Einkauf im Netz Rabattpunkte gesammelt. Der nach eigenen Angaben größte Anbieter, die Jenaer Firma Adicash, konnte seit der Gründung vor neun Monaten 100 000 registrierte Nutzer gewinnen.

Unternehmen wie Adicash versprechen Rabatte von ein bis fünf Prozent, wenn Teilnehmer Wein, eine Haftpflichtversicherung oder Kosmetika online bestellen. Über 1500 Partner von AXA bis Yves Rocher listet Adicash auf seiner Homepage auf. Wer deren Websites über den Link des Bonusprogrammanbieters anklickt, bevor er etwas kauft, bekommt Prozentpunkte gutgeschrieben. Ab einem bestimmten Betrag können sich die Nutzer ihr Guthaben auszahlen lassen.

Herkömmliche Kundenbindungsprogramme wie Happy Digits oder Payback waren als Datenkraken ins Visier von Verbraucherschützern geraten. Der Beliebtheit der Schnäppchenjagd tut dies offenbar keinen Abbruch. "Natürlich gehen bei uns viele Fragen zum Thema Datenschutz ein", sagt Adicash-Gründer Karsten Schneider. Der Anbieter wirbt damit, dass für die Registrierung nur Email-Adresse und Passwort angegeben werden müssen. Im stationären Handel dagegen würden neben dem Namen und der Anschrift auch das Geburtsdatum oder gar das Haushaltseinkommen abgefragt.

Um die beim elektronischen Einkauf gesparten Prozente gutgeschrieben zu bekommen, muss der Nutzer seine Bankdaten online übermitteln. Adicash garantiert da zwar absolute Vertraulichkeit und Sicherheit. Verbraucherschützer warnen im Umgang mit sensiblen Daten dennoch zur Vorsicht: "Der Kunde sollte unbedingt darauf achten, dass Kontonummer und ähnliche Angaben nur verschlüsselt übermittelt werden", sagt Beate Wagner von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen.

Auch Email-Adressen können sich für die Unternehmen als wertvolle Information erweisen. "Wer online Rabattpunkte sammeln will, muss mit Werbemails rechnen", sagt Helke Heidemann-Peuser, Rechtsexpertin beim Bundesverband der Verbraucherzentralen. Adicash fordert seine Kunden denn auch auf, sicherzustellen, dass Emails "vollständig und zeitnah empfangen" werden.