



A2016.01.28-0006 / 2011-00225

14.12.2015/GP

# **Kundenbindungsprogramm Supercard**

## **Schlussbericht (überarbeitet)**

**vom 14. Dezember 2015**

**der Kontrolle des  
Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB)  
gemäss Art. 29 des Bundesgesetzes  
über den Datenschutz (DSG)**



## Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage	4
2. Umfang der Kontrolle	4
3. Chronologie der Kontrolle	5
4. Grundlagen des Kontrollberichtes	5
4.1. Eingereichte Dokumentation / beantwortete Fragen im Vorfeld der Kontrolle	5
4.2. Kontrolle vom 20. Juni 2013 vor Ort in Basel	6
4.3. Fact Sheet und beantwortete offene Fragen im Nachgang der Kontrolle	6
5. Anmeldung	7
5.1. Anmeldung im Einzelnen	7
5.2. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	8
6. Punktesammlung	10
6.1. Untersuchte Datenflüsse	10
6.2. Punktesammeln im Einzelnen	10
6.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	11
7. Marketing	12
7.1. Untersuchte Datenflüsse	12
7.2. Marketing im Einzelnen	12
7.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	13
8. Werbung	15
8.1. Untersuchte Datenflüsse	15
8.2. Werbung im Einzelnen	15
8.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	16
9. Auskunftsrecht	17
9.1. Untersucher Datenfluss	17
9.2. Auskunftsrecht im Einzelnen	17
9.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	18
10. Datenauskünfte auf behördliches Verlangen	19
10.1. Bekanntgabe von Kundendaten auf behördliches Verlangen im Einzelnen	19
10.2. Beurteilung aus Sicht des EDÖB	19
11. Datenlöschung auf Verlangen der Kunden	20
11.1. Untersucher Datenfluss	20



11.2.	Löschanträge im Einzelnen	20
11.3.	Beurteilung aus Sicht des EDÖB	22
12.	Sicherheit	23
12.1.	Sicherheitsmassnahmen im Einzelnen	23
12.2.	Beurteilung aus Sicht des EDÖB	23
13.	Sensibilisierung und Schulung von Supercard-Mitarbeitern	24
13.1.	Ergriffene Massnahmen und Beurteilung	24
14.	Ergebnisse	25
14.1.	Anmeldung	25
14.2.	Punktesammlung	25
14.3.	Marketing	26
14.4.	Werbung	27
14.5.	Auskunftsrecht	29
14.6.	Datenauskünfte auf behördliche Anweisung	30
14.7.	Datenlöschung auf Verlangen der Kunden	30
15.	Schlussfolgerungen	32
15.1.	Bezüglich der Kontrolle des Kundenbindungsprogramms Supercard	32
15.2.	Verfahren und weiteres Vorgehen	32



## 1. Ausgangslage

Seit Sommer 2000 bietet Coop ihren Kunden das Kundenbindungsprogramm Supercard an. Unter dessen ist der Benutzerkreis stetig gewachsen. Heute benutzen rund drei Millionen Haushalte in der Schweiz eine Supercard aktiv.

Im Jahre 2005 hat der EDÖB eine Datenschutzkontrolle gemäss Art. 29 des Bundesgesetzes über den Datenschutz vom 19. Juni 1992 (DSG; SR 235.1) durchgeführt. Die Ergebnisse wurden im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 festgehalten. Zusammen mit diesem Bericht wurden vom EDÖB verschiedene Anpassungs- resp. Verbesserungsvorschläge oder Empfehlungen im Sinne des Art. 29 Abs. 3 DSG formuliert. Nach rund zehn Jahren erachtet es der EDÖB als angebracht, eine Nachkontrolle bei Coop durchzuführen. Ziel dieser Kontrolle ist einerseits die Überprüfung der Umsetzungen dieser Anpassungsvorschläge oder Empfehlungen von 2005 und andererseits sollen die wesentlichen Neuerungen oder Änderungen im Zusammenhang mit dem Supercard-Programm aus datenschutzrechtlicher Sicht festgehalten und beurteilt werden.

Die bedeutsamste Neuerung stellt die im September 2012 eingeführte Analyse der Einkaufsdaten (Warenkorbanalyse) von Supercard-Kunden zur gezielten Kundenansprache dar. Dazu hat Coop die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zur Supercard entsprechend angepasst. [REDACTED]

[REDACTED] Kunden, welche die neuen AGB (noch) nicht akzeptiert haben, können im Supercard-Programm bleiben und Punkte sammeln, ohne dass ihr Warenkorb für Marketingzwecke analysiert wird. Neue Teilnehmer am Supercard-Programm müssen immer die neuen Bestimmungen und damit die Warenkorbanalyse akzeptieren. Parallel zu dieser Umstellung verbunden wurde ein technischer Systemwechsel zu einem neuen „SAP CRM“ System in der Datenhaltung von Coop Supercard vollzogen.

## 2. Umfang der Kontrolle

Im Rahmen der Nachkontrolle des EDÖB wurden die Datenabläufe im Zusammenhang mit dem Kundenbindungsprogramm Supercard kontrolliert.

Die Kontrolle fokussierte sich auf die Umsetzung der Einführung der Warenkorbanalyse sowie der Änderungs- resp. Verbesserungsvorschläge oder Empfehlungen des letzten Schlussberichtes von 2005. Wo nicht speziell erwähnt, geht dieser Bericht von der seit dem Jahr 2012 eingeführten Datenbearbeitung mit Analyse der Einkaufsdaten von Supercard-Teilnehmern aus.



### 3. Chronologie der Kontrolle

April 2013	Beschluss des EDÖB zur Durchführung einer Nachkontrolle bei Coop im Rahmen des Kundenbindungsprogramms Supercard.
16. Mai 2013	Ankündigung der Kontrolle beim Coop mit der Bitte um Dokumentation über das Kundenbindungsprogramm und Beantwortung von Zusatzfragen.
7. Juni 2013	Eingang der Unterlagen und Dokumente von Coop (eingereicht durch den Rechtsdienst Coop).
20. Juni 2013	Durchführung der Datenschutzkontrolle vor Ort am Hauptsitz von Coop in Basel.
22. August 2013	Zusendung eines Fact Sheets der Datenschutzkontrolle vom 20. Juni 2013 an den Rechtsdienst von Coop zur Konsultation und Bitte um materielle Berichtigung.
26. Juli 2013	Eingang der Antworten auf die noch offenen Fragen des EDÖB.
20. September 2013	Materielle Berichtigung des Fact Sheets von Coop erhalten.
22. Mai 2014	Verabschiedung des Schlussberichtes durch den EDÖB.
25. Juli 2014	Eingang der Stellungnahme und Anmerkungen seitens Coop zum Schlussbericht vom 22. Mai 2014.
11. November 2014	Klärungsfragen zur Stellungnahme und den Anmerkungen von Coop seitens EDÖB.
25. November 2014	Beantwortung der Klärungsfragen per E-Mail seitens Coop.
28. September 2015	Ergänzungsfragen zur Finalisierung des Schlussberichtes an seitens EDÖB.
20. Oktober 2015	Eingang der Beantwortung der Ergänzungsfragen seitens Coop.
3. Dezember 2015	Eingang der Stellungnahme von Coop betreffend Auskunftserteilung.

### 4. Grundlagen des Kontrollberichtes

#### 4.1. Eingereichte Dokumentation / beantwortete Fragen im Vorfeld der Kontrolle

Der Kontrollbericht stützt sich auf den Schlussbericht vom 23. Mai 2005, die von der Coop eingereichte Dokumentation im Vorfeld der Nachkontrolle sowie auf die in diesem Zusammenhang ebenfalls beantworteten Fragen des EDÖB zu den Datenbearbeitungen und Datenflüssen. Insofern widerspiegelt der Schlussbericht eine *Bestandesaufnahme* der Datenbearbeitung, wie sie dem EDÖB mehrheitlich im Juni 2013 anhand der vorhandenen resp. eingereichten Dokumentation sowie anhand der Sit-



zung vor Ort bekannt waren. Wo speziell vermerkt werden Neuerungen im Sachverhalt seit Juni 2013 berücksichtigt und bewertet.

#### **4.2. Kontrolle vom 20. Juni 2013 vor Ort in Basel**

Am 20. Juni 2013 hielt der EDÖB in den Räumlichkeiten am Hauptsitz von Coop in Basel eine Sitzung mit den in das Supercard-Programm involvierten Akteuren ab. Dieser Augenschein vor Ort bildet ebenfalls eine wichtige Grundlage für den vorliegenden Kontrollbericht.

##### *Anwesende Personen*

[REDACTED]

##### *Besichtigte Unterlagen/Präsentationen*

In chronologischer Abfolge:

- Grundlagen des Supercard-Programms
- Änderungen Supercard im Vergleich zum Schlussbericht von 2005
- Präsentation der Marketingauswertung im Rahmen von Supercard
- Handhabung des Auskunftsbegehrens

#### **4.3. Fact Sheet und beantwortete offene Fragen im Nachgang der Kontrolle**

Coop hat vom EDÖB eine Zusammenstellung der wesentlichen Grundlagen des Supercard-Programms erhalten, wie es die Mitarbeiter des EDÖB gestützt auf die erhaltenen Unterlagen und gestützt auf die Sitzung am 20. Juni 2013 vor Ort verstanden haben (sog. Fact Sheet).

Dieses Fact Sheet wurde der Rechtsabteilung von Coop zur Konsultation unterbreitet, mit Bitte um materielle Berichtigung. Das bereinigte Fact Sheet sowie die Antworten auf die Rückfragen stellen ebenfalls eine wichtige Grundlage für den vorliegenden Kontrollbericht dar.



## 5. Anmeldung

### 5.1. Anmeldung im Einzelnen

Die Anmeldung zum Supercard Programm kann durch Ausfüllen des Anmeldetalons in der Anmeldebroschüre oder mittels der Supercard Homepage ([www.supercard.ch](http://www.supercard.ch)) erfolgen.

Die Anmeldebroschüre liegt in jeder Coop-Filiale auf. Darin enthalten sind Informationen zu den verfügbaren Arten von Supercard (Supercard, Supercardplus, Hello Family Supercard, Supercard Schlüsselanhänger), einen kurzen Beschrieb des Supercard-Programms, eine Auflistung aller Programmpartner, bei denen Punkte gesammelt resp. wieder eingelöst werden können, Hinweise zur Superbox und iPhone-App. Die AGB zum Supercard-Programm sind nicht abgedruckt, auf dem Anmeldetalon findet sich jedoch der Hinweis, dass diese auf [www.supercard.ch](http://www.supercard.ch) oder an jeder Superbox zu finden sind. Mit seiner Unterschrift bestätigt der Kunde, dass er die AGB gelesen hat und damit einverstanden ist, dass Coop die Supercard Warenkorbdaten zwecks Kundenprofilbildung bearbeiten darf.

Gegenüber der Prozessbeschreibung von 2005 kann heute auch ein Anmeldeformular auf der Homepage von Supercard ausgefüllt werden (Link: <https://www.coop.ch/pb/site/supercard/node/80442004/Lde/index.html?secure=true>). Die AGB sind hier per Link einsehbar und müssen bei der Anmeldung vom Kunden aktiv bestätigt werden. Zusätzlich informiert Coop nochmals am Ort dieser Bestätigung explizit, dass die Supercard Warenkorbdaten zwecks Kundenprofilbildung bearbeitet werden. Auf der Supercard-Homepage findet sich eine Spezielle Rubrik „AGB“, wo umfassend über die AGB-Änderungen von 2012 betreffend die Einführung der Warenkorbanalyse informiert wird. Des Weiteren finden sich auf der Homepage umfassende Informationen über das Supercard-Programm, die möglichen Arten von Supercard, die Sammelpartner, die Superbox und die Supercard App. Unter der Rubrik „Konsumentendienst“ finden sich noch weitere Informationen u.a. zur Warenkorbanalyse und den AGB.

Neukunden müssen immer die neuen AGB von 2012 und somit die Warenkorbanalyse akzeptieren. Ohne diese Zustimmung ist eine Teilnahme am Supercard-Programm nicht mehr möglich.

Obligatorische Angaben bei der Anmeldung sind Vorname, Name, Strasse und Nr., Postleitzahl (PLZ) und Wohnort. Bei der Anmeldung via Homepage muss zusätzlich eine gültige E-Mail-Adresse angegeben werden, da hier ein Bestätigungsmail auf diese Adresse erfolgt. Die Anmelde Daten (Stammdaten) werden bei Coop Supercard gesammelt und in den Supercard-Stammrechner eingegeben. Die Daten werden auch nach Deutschland und Holland zwecks „Miles & More“-Programm resp. für den Prämienversand geliefert.

Coop weist in den AGB darauf hin, dass die Supercard an der Superbox oder unter [www.supercard.ch](http://www.supercard.ch) mit einer Geheimzahl zu schützen ist (Ziff. 1 AGB). Die Geheimzahl-Vergabe wird von Coop jedoch



nicht erzwungen. Für den Zugriff auf das Supercard-Konto auf der Homepage muss der Teilnehmer jedoch seit rund zwei Jahren zwingend eine Geheimzahl eingeben.

Supercard-Teilnehmer können mehrere Supercards in Umlauf setzen, damit mehrere Personen aus dem gleichen Haushalt Punkte sammeln können. Die Bestellung von Zusatzkarten ist via Callcenter, Homepage oder Superbox möglich.

## **5.2. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Die Angaben auf der Anmeldung zum Supercard-Programm sind Personendaten im Sinne des Datenschutzgesetzes, für deren Bearbeitung ein Rechtfertigungsgrund benötigt wird (Art. 12 und 13 DSG). Als Rechtfertigungsgrund der Datenbearbeitung kommt im vorliegenden Fall die Einwilligung der betroffenen Personen in Frage. Eine rechtlich gültige Einwilligung setzt nach Art. 4 Abs. 5 Satz 1 DSG voraus, dass a) eine angemessene Information bezüglich der Datenbearbeitung vorliegt, in die eingewilligt werden soll; b) eine Willenserklärung vorliegt, aus welcher die Zustimmung zu dieser Datenbearbeitung entnommen werden kann und c) die Willenserklärung freiwillig erfolgt. Freiwillig kann eine Einwilligung nur dann sein, wenn der betroffenen Person eine mit nicht unzumutbaren Nachteilen behaftete Handlungsalternative zur Verfügung steht. Bei der Bearbeitung von besonders schützenswerten Personendaten oder Persönlichkeitsprofilen muss der Inhaber der Datensammlung einerseits die Person aktiv über die Beschaffung dieser Daten, über den Inhaber der Datensammlung, den Zweck des Bearbeitens und die Kategorien der Datenempfänger informieren (vgl. Art. 14 Abs. 1 DSG). Andererseits muss die Willenserklärung der betroffenen Person ausdrücklich sein (Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DSG). Die Einwilligung muss in allen Fällen schon vor der Durchführung der betreffenden Datenbearbeitung vorgelegen haben.

Die Kunden geben mit der Anmeldung zum Kundenbindungsprogramm Supercard auf freiwilliger Basis mit ihrer Einwilligung persönliche Daten (Art. 3 lit. a DSG) bekannt und erhalten dafür eine Supercard-Nummer, mit der sie von nun an bei jedem Einkauf Punkte sammeln und später einlösen können. Durch die Speicherung und Analyse der Einkaufsdaten von Supercard-Teilnehmern bearbeitet Coop Persönlichkeitsprofile im Sinne von Art. 3 lit. d DSG (vgl. dazu die Ausführungen in Ziff. 7.3. dieses Schlussberichtes). Explizit informiert Coop einerseits direkt bei der Anmeldung und andererseits in Ziff. 8 der AGB über die Beschaffung von Persönlichkeitsprofilen. Hier wird dem Kunden mitgeteilt, dass „aufgrund der Einkäufe bei der Coop-Gruppe Warenkorbanalysen durchgeführt werden, welche das Konsumverhalten sowie Konsumprofile widerspiegeln können. [...] Diese Supercard Daten dürfen zu Marketing- und Werbezwecken ausgewertet werden [...]“. Aus den Informationen auf dem Anmeldeweg geht deutlich hervor, dass die Coop Genossenschaft Inhaberin der Datensammlung ist. In Ziff. 9.3 der AGB wird informiert, dass die „Daten des Kundenprofils innerhalb der Coop-Gruppe und an Supercard-Partnerunternehmen zu Werbezwecken weitergegeben werden können. In der Anmeldebroschüre und auf der Supercard-Homepage wird transparent dargestellt, welche Firmen zu den Supercard-Partnerunternehmen gehören. In dieser Hinsicht erfolgt die Informationspflicht nach Art. 14 Abs.1 DSG genügend.





Bestehende Kunden müssen die neuen AGB resp. die Warenkorbanalyse ihrer Einkaufsdaten nicht absolut zwingend akzeptieren. Dann haben sie jedoch keinen Zugang mehr zu den elektronischen Kanälen wie Internet-Portal, Superbox und Apps. Coop informiert auf ihrer Supercard-Homepage unter der Rubrik „AGB – Was geschieht, wenn ich die [AGB-]Änderungen nicht akzeptiere?“ über diese Einschränkungen. Die Kunden können aber weiterhin ihre Supercard zum Punktesammeln nützen und Punkte einlösen. Prämienbestellungen sind auf postalischem Weg möglich. Insofern haben die bestehenden Supercard-Kunden keine unzumutbaren Nachteile, wenn sie die neuen AGB nicht akzeptieren.

Kunden, welche die neuen AGB akzeptieren oder akzeptiert haben, bestätigen ihre Zustimmung zu der Datenbearbeitung explizit durch Ankreuzen eines Feldes. Insofern erfolgt die Zustimmung im Sinne von Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DSG freiwillig und ausdrücklich (vgl. dazu 7.3. dieses Schlussberichtes).

Die Bearbeitung von Personendaten muss nach Treu und Glauben erfolgen (Art. 4 Abs. 2 DSG). Daten sollen nicht in einer Art erhoben werden, mit der die betroffene Person aus den Umständen heraus nicht rechnen musste und mit der sie nicht einverstanden gewesen wäre. Die Datenbearbeitung muss für die betroffenen Personen transparent erfolgen. Aufgrund des gesamten Prozederes ist den Supercard-Antragsstellern klar, dass es sich um eine Kundenkarte handelt, und dass Coop grundsätzlich die Angaben von Supercard für Werbung nutzen kann. Explizit informiert Coop einerseits direkt bei der Anmeldung und andererseits in Ziff. 8 der AGB über die Datenbearbeitung. Hier wird dem Kunden mitgeteilt, dass „aufgrund der Einkäufe bei der Coop-Gruppe Warenkorbanalysen durchgeführt werden, welche das Konsumverhalten sowie Konsumprofile widerspiegeln können.“ Sowohl auf der Anmeldebroschüre als auch auf der Homepage von Supercard finden sich Informationen zum Ablauf und Inhalt des Supercard-Programms. Gemeinsam mit den AGB beschreiben diese Angaben den Zweck und Umfang der Datenbearbeitung. Auch in dieser Hinsicht erfolgt die Datenbearbeitung für den Kunden transparent (Art. 4 Abs. 2 DSG).

Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 wurde bemängelt, dass die Transparenz der Datenbearbeitung sowie die Zweckbestimmung bei der Anmeldung zu wenig ersichtlich seien. Sowohl auf der Anmeldebroschüre als auch auf der Homepage von Supercard fehle dem Kunden die Einsicht in die geltenden AGB. Darum hat der EDÖB die Empfehlung (Empfehlung Nr. 1) erlassen, dass bei der Anmeldung per Anmeldeatoln entweder die AGB in voller Länge abgedruckt werden oder zumindest ein direkter Link auf die Website des Supercard-Programms aufgeführt wird, auf der man die AGB einsehen kann. Bei der Anmeldung per Internet sollen die AGB ebenfalls entweder in ganzer Länge ersichtlich sein oder es ist auf der Anmeldeseite ein Pop-up zu installieren, welches direkt zu den AGB führt. Auf dem Anmeldeatoln ist nun ein Link abgedruckt, wo die AGB zu finden sind. Bei der Anmeldung mittels Supercard Homepage sind die AGB nun verlinkt und in voller Länge einsehbar. Mit diesen Massnahmen wurde die Empfehlung Nr. 1 aus dem Schlussbericht vom 23. Mai 2005 vollumfänglich umgesetzt.



## 6. Punktesammlung

### 6.1. Untersuchte Datenflüsse

Wenn ein Kunde bei Coop oder bei einem Supercard Sammelpartner einkauft, erhält er dafür Superpunkte, die er sich auf seinem Supercard-Konto gutschreiben lassen kann. Wie bis anhin kann ein Kunde, der im Coop oder bei einem Supercard-Sammelpartner einkauft, selber entscheiden, ob er seine Supercard zeigen will oder nicht. Des Weiteren können Superpunkte auch via Superbox oder per Internet gesammelt werden (z.B. Glücksspiel, Geschenk in Form von Superpunkte-Transfer von einem Konto auf ein fremdes Konto). Alle Informationen zu gesammelten Punkten werden an den Supercard-Stammrechner weitergeleitet.

### 6.2. Punktesammeln im Einzelnen

Mit dem Supercard-Prämienprogramm kann ein Kunde bei jedem Einkauf durch Vorweisen seiner Supercard Prämienpunkte (Superpunkte) sammeln. Pro 1.— CHF Einkauf gibt es 1 Superpunkt. Darüber hinaus gibt es wöchentlich Extrapunkte sowie spezielle Preisreduktionen, bei denen ebenfalls gepunktet werden kann. Die gesammelten Punkte werden auf dem Supercard-Konto des Supercard-Teilnehmers gutgeschrieben und können jederzeit in Form von Prämien eingelöst werden.

Falls der Kunde seine Karte vorzeigt, werden ihm die entsprechenden Punkte auf sein Konto gutgeschrieben. Wenn die Transaktion in einer Coop-Filiale stattgefunden hat, wird die gesamte Transaktion in der Supercard-Datenbank gespeichert. Insbesondere werden folgende Informationen festgehalten: *wer* (Supercard-Nummer) hat *was* (Warenkorb inkl. detailliertem Inhalt), *wann* (Zeit und Datum) und *wo* (in welcher Filiale) gekauft. Wenn die Transaktion bei einer Supercard-Partnerfirma stattfindet, und es sich dabei nicht um eine Division der Coop Genossenschaft handelt, werden in der Supercard Datenbank lediglich folgende Daten aufgenommen: *wer* (Supercard-Nummer) hat *wann* (Zeit und Datum), *wo* (bei welchem Supercard Partner, in welcher Filiale) und für *wieviel* (Geldbetrag und erhaltene Punkte) etwas gekauft. Handelt es sich bei der Partnerfirma um einen Dritten und nicht eine Division der Coop Genossenschaft, werden von der Partnerfirma an Coop keine Informationen über den Warenkorbinhalt übermittelt. In naher Zukunft sollen auch Unternehmen der Coop Gruppe Warenkorbhalte an die Supercard Datenbank übermitteln. Dies betrifft beispielsweise die Coop Mineraloel AG, die Dipl. Ing. Fust AG und die The Body Shop Switzerland AG. Es wird auch in Zukunft darauf verzichtet, die Warenkorbhalte der Coop Vitality AG an die Supercard Datenbank zu übermitteln.

Auch beim Einkauf im Internet können im Coop Online-Supermarkt und im Wein-Shop Superpunkte gesammelt werden. Auch hier findet eine Transaktion mit Warenkorbdaten an die Supercard-Datenbank statt.

Der Datentransfer von einer Coop Filiale oder einer Division der Coop Genossenschaft an die Supercard-Datenbank erfolgt praktisch in Echtzeit. Der Transfer von Systemen der Supercardpartner erfolgt



in unterschiedlicher Periodizität, welche mit den Unternehmen der Coop Gruppe, sowie mit Dritten individuell festgelegt wird.

Im Zusammenhang mit der Supercard-Kreditkarte (SupercardPlus/Verdecard), bei der es sich um ein Angebot eines Dritten, insbesondere ein Finanzinstitut handelt, ist Coop lediglich bekannt, mit welcher Supercard-Nummer eine entsprechende Karte verbunden ist sowie wie viele Superpunkte auf Basis des Gesamt-Kreditkartenumsatzes ausserhalb von Coop monatlich gutgeschrieben werden. Zudem weiss Coop aufgrund der gutgeschriebenen Superpunkte, an welchen Promotionen mit Superpunkte-licentivierung der Karteninhaber teilgenommen hat. Die Kreditkartennummern sind Coop nicht bekannt.

### **6.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Die Bearbeitung von Personendaten hat sich am Grundsatz der Verhältnismässigkeit auszurichten (Art. 4 Abs. 2 DSG). Verhältnismässigkeit bedeutet, dass ein Datenbearbeiter nur diejenigen Daten bearbeiten darf, welche zur Erreichung eines bestimmten Zwecks objektiv geeignet und tatsächlich erforderlich sind, und dass die Nachteile, die mit der Bearbeitung verbunden sind, in einem angemessenen Verhältnis zu den Vorteilen stehen müssen. Die Kunden können Superpunkte nur sammeln wenn sie ihre Supercard an der Kasse vorweisen. Insofern kann die betroffene Person selber bestimmen, wann sie mit ihrem Einkauf Punkte generieren will und wann nicht. Insofern kann das Kaufverhalten einer Person nicht heimlich oder ohne ihr Wissen festgehalten werden (Datenbearbeitung nach Treu und Glauben, Art. 4 Abs. 2 DSG und mit Einwilligung, Art. 13 DSG).

Falls die Karte vorgezeigt wird, wird mindestens die Supercard-Nummer, Zeit und Datum, der Einkaufsort (Filiale) und die Anzahl gesammelter Punkte sowie der Gesamteinkaufsbetrag an Coop Supercard übermittelt. Beim Einkauf in einer Coop-Filiale oder einer Filiale von Divisionen der Coop Genossenschaft werden zusätzlich die Warenkorbdaten übermittelt. In Zukunft sollen auch die Partnerfirmen und Unternehmen der Coop Gruppe, Coop Mineraloel AG, Dipl. Ing. Fust AG und The Body Shop AG die detaillierten Einkaufsdaten übermitteln. Diese Datenübermittlungen erfolgen verhältnismässig im Sinne von Art. 4 Abs. 2 DSG.

Der Datenfluss zwischen Coop und den Supercard Partnerfirmen erfolgt per Supercard-Nummer. Weitere persönliche Daten (wie Name und Personalien) werden im Rahmen der Punktesammlung nicht bearbeitet. Im Zusammenhang mit der Kreditkarte (SupercardPlus/Verdecard) ist anzumerken, dass Coop keine Kreditkartennummern speichert oder bekannt sind. Es wird lediglich bearbeitet, mit welcher Supercard-Nummer eine entsprechende Karte verbunden ist sowie wie viele Superpunkte auf Basis des Gesamt-Kreditkartenumsatzes ausserhalb von Coop monatlich gutgeschrieben werden. In diesem Sinne erfolgt die Datenbearbeitung verhältnismässig im Sinne von Art. 4 Abs. 2 DSG.

Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 wurde festgehalten, dass die Supercard-Nummer eine Pseudonym darstellt, da ein Kunde anhand dieser Nummer bestimmbar (Art. 3 lit. a DSG) ist und sein Kundenkonto eingesehen werden kann. Es wurde festgestellt, dass die detaillierten Einkaufsangaben aller Supercard-Kunden im Rahmen der normalen Einkaufstransaktionen in Form einer elektronischen



Kopie der Kassenscheine (sog. Journal) von Coop zwecks buchhalterischer Pflichten gespeichert werden. Sofern ein Kunde seine Supercard beim Einkauf vorzeigt, enthält diese Kopie auch die entsprechende Supercard-Nummer des Kunden. Der EDÖB hat darum die Empfehlung erlassen (Empfehlung Nr. 2), dass den Kunden in den AGB mitgeteilt wird, dass bei Vorzeigen der Supercard von Coop ein detaillierter Warenkorb auf den Einkaufsbelegen ersichtlich ist. Coop informiert nun in Ziff. 9.4. der AGB darüber dass „aus gesetzlichen Gründen die Belege der Einkäufe sowie die punkterelevanten Transaktionen 10 Jahre aufbewahrt werden“ müssen. Mit dieser Information wurde die Empfehlung Nr. 2 des Schlussberichtes vom 23. Mai 2005 umgesetzt.

## **7. Marketing**

### **7.1. Untersuchte Datenflüsse**

Die Supercard Marketingabteilung nutzt die gesammelten Supercard-Daten für Marketinganalysen. Hier stehen einerseits aggregierte, nicht personenbezogene Warenkorbauswertungen und andererseits Analysen zur Kundenprofilbildung von Kunden, welchen den neuen AGB zugestimmt haben, im Fokus.

### **7.2. Marketing im Einzelnen**

Der Supercard Marketingabteilung stehen drei Kategorien von Daten zur Verfügung: Zunächst die Supercard-Stammdaten (Name, Adresse, E-Mail-Adresse etc.), dann die aggregierten Transaktionsdaten ohne Warenkorbinhalt (Einkaufsort, -zeit, -betrag, Anzahl Superpunkte) und schliesslich die Transaktionsdaten mit Warenkorbinhalt (detaillierte Einkaufsdaten).

Die neuen AGB, welche Coop die Analyse der Einkaufsdaten zur gezielten Kundenansprache erlauben, wurden im September 2012 eingeführt. Auf verschiedenen Wegen wurden die bestehenden Supercard-Teilnehmer über die neuen AGB informiert und aufgefordert, ihre Zustimmung zu erteilen, beispielsweise via Superbox oder auf der Homepage von Supercard. Des Weiteren wurden verschiedene Gewinnspiele oder Promotionen lanciert, wo die Teilnahme von der Zustimmung der Kunden zu den neuen AGB abhängig war. Bestehende Kunden können weiterhin im Supercard-Programm verbleiben, auch wenn sie den neuen AGB nicht zugestimmt haben. Bei ihnen erfolgt wie bis anhin keine personenbezogene Analyse ihrer Einkaufsdaten zur gezielten Kundenansprache.

Im Zeitpunkt der Kontrolle vor Ort befanden sich die CRM Systeme von Coop im Aufbau. Das operative CRM System (SAP CRM) ist zu diesem Zeitpunkt bereits eingeführt worden. Eine Evaluation für ein analytisches CRM System sowie eine Kampagnenmanagementsoftware wurde gerade gestartet. Die vollständigen Supercard-Stammdaten wurden seit diesem Zeitpunkt in einer Oracle-Datenbank gehalten und werden später auf den neuen Marketing Data Mart übertragen, der sich im Aufbau befand. Stammdaten und Warenkorbdaten werden in der Oracle Datenbank und im späteren Marketing Data Mart getrennt gespeichert. Der Zugriff auf die Stammdaten wird über die Vergabe von Zugangsrechten für die Benutzer im Marketing geregelt. Hintergrund dieser Abtrennung der Stammdaten ist, dass



verhindert werden soll, dass der gesamte historische Warenkorb einer bestimmten Person ohne weiteres abgefragt werden kann. Die Analysten im Marketing haben grundsätzlich keine Zugangsrechte zu den Stammdaten der Kunden, im Marketing stehen diese nur zwei Personen zu. Diese Zugangsrechte werden gebraucht um die Adressdaten der Zielgruppe zu generieren um Direktmarketingmassnahmen zu ermöglichen. Sofern Kundenselektionen auf der Auswertung von Warenkorbdaten basieren, wird mittels Vermerke in der Datenbank sichergestellt, dass nur Stammdaten derjenigen Kunden abgefragt werden, welche den neuen AGB zugestimmt haben. Direktmarketing-Selektionen für Kunden, die den neuen AGB nicht zugestimmt haben, basieren ausschliesslich auf aggregierten Transaktionsdaten.

Die Profilbildung von Kunden, welchen den neuen AGB zugestimmt haben, befand sich im Zeitpunkt der Kontrolle vor Ort noch im Aufbau: Gemäss Schreiben von Coop vom 20. Oktober 2015 wurden in der Zwischenzeit folgende Kundensegmentierungen erarbeitet:

- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]
- | [REDACTED]

In Ziff. 8 der AGB von 2012 informiert Coop, dass sich ein Kundenprofil „aus Kontaktdaten, Einkaufsdaten sowie allfälligen gesundheitsrelevanten Daten, die im Zusammenhang mit den Einkäufen stehen“ zusammensetzen. Es wird nicht weiter ausgeführt, welche „gesundheitsrelevanten Daten“ gemeint sind.

Möchte ein Teilnehmer am Supercard-Programm nachträglich auf die Warenkorbauswertung verzichten oder verlangt er die Löschung der Daten der Warenkorbauswertung, so ist dies zwingend mit dem Austritt aus dem Supercard-Programm verbunden.

### **7.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Gemäss Art. 3 lit. d DSG stellt eine Zusammenstellung einer grösseren Zahl von Daten über die Persönlichkeitsstruktur, die beruflichen Fähigkeiten oder auch die die ausserberuflichen Beziehungen und Tätigkeiten, die ein Gesamtbild oder ein wesentliches Teilbild der betroffenen Person ergeben, ein Persönlichkeitsprofil dar. Im Zusammenhang mit der Supercard speichert Coop sämtliche Einkäufe der bei ihr registrierten Kunden (falls die Karte an der Kasse vorgezeigt wird) und kann sich so ein Bild von den Konsumgewohnheiten der Personen machen (falls der Kunde die neuen AGB akzeptiert hat), was einem Persönlichkeitsprofil im Sinne von Art. 3 lit. d DSG entspricht. Ob die Kundenkarte von mehreren Personen zugleich benutzt wird, spielt keine Rolle, da der Grossverteiler die Angaben einer



bestimmten Person, d.h. dem registrierten Kunden, zuordnen wird, mit dessen Einwilligung allenfalls auch weitere Personen die Kundenkarte benutzen. Mit der Beschaffung von besonders schützenswerten Personendaten oder Persönlichkeitsprofilen ist eine erweiterte Informationspflicht des Dateninhabers verbunden. Diese ist in Art. 14 DSGVO geregelt. Gemäss Abs. 2 muss der Inhaber der Datensammlung der betroffenen Person – in der Regel ausdrücklich – alle Informationen zukommen lassen, die für eine Bearbeitung nach dem Grundsatz von Treu und Glauben und der Verhältnismässigkeit erforderlich sind. Es sind dies mindestens die Informationen gemäss den Buchstaben a bis c, das heisst die Identität des Inhabers der Datensammlung, den Zweck des Bearbeitens und die Kategorien allfälliger Datenempfänger. Wie bereits in Ziff. 5.2. dieses Schlussberichtes erwähnt, informiert Coop in den AGB zu Supercard darüber, dass „aufgrund der Einkäufe bei der Coop-Gruppe Warenkorbanalysen durchgeführt werden, welche das Konsumverhalten sowie Konsumprofile widerspiegeln können.“ Weiter wird informiert, dass Coop diese Daten zu Marketing- und Werbezwecken auswerten und analysiert. Damit kommt Coop seiner Informationspflicht gemäss Art. 14 Abs. 1 DSGVO nach.

Wie bereits in Ziff. 5.2. dieses Schlussberichtes erwähnt, kommt für die vorliegende Datenbearbeitung nur die Einwilligung der betroffenen Personen als Rechtfertigungsgrund in Frage. Nach Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DSGVO muss bei der Bearbeitung von besonders schützenswerten Personendaten oder Persönlichkeitsprofilen die Einwilligung ausdrücklich erfolgen. Sowohl auf dem Anmeldetalon wie auch auf dem Online-Anmeldeformular bestätigen die Kunden explizit, dass sie Coop erlauben, ihre Warenkorbdaten zwecks Kundenprofilbildung zu bearbeiten. Somit liegt eine Einwilligung der Kunden zur Bearbeitung von Persönlichkeitsprofilen im Sinne von Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DSGVO ausdrücklich vor. Coop weist zudem auf der Anmeldung nochmals separat auf die relevanten Ziffern in den AGB bezüglich ihrer Datenbearbeitung im Zusammenhang mit der Kundenprofilierung und Werbung hin, was aus Sicht der Transparenz (Art. 4 Abs. 2 DSGVO) zu begrüssen ist. Unter dem Aspekt der Freiwilligkeit der Einwilligung nach Art. 4 Abs. 5 Satz 1 DSGVO ist zu begrüssen, dass bestehende Kunden, welche die neuen AGB von 2012 nicht akzeptiert haben, weiterhin im Supercard-Programm verbleiben können.

Da im Zeitpunkt der Kontrolle vor Ort sich die CRM Systeme von Coop noch im Aufbau befand, kann die Datenbearbeitung resp. die Datenhaltung zu Marketingzwecken bei Coop Supercard als solches nicht abschliessend beurteilt werden. Bezüglich der Zugriffsrechte auf die Stammdaten erscheinen die Massnahmen unter dem Aspekt der Datensicherheit (Art. 7 Abs. 1 DSGVO) jedoch genügend und verhältnismässig (Art. 4 Abs. 2 DSGVO).

Die eingeführten Kundensegmentierungen stellen sich verhältnismässig dar (Art. 4 Abs. 2 DSGVO). In Ziff. 8 der AGB von 2012 informiert Coop, dass sich ein Kundenprofil „aus Kontaktdaten, Einkaufsdaten sowie allfälligen gesundheitsrelevanten Daten, die im Zusammenhang mit den Einkäufen stehen“ zusammensetzen. Es wird nicht weiter ausgeführt, welche „gesundheitsrelevanten Daten“ gemeint sind. Für die Teilnehmer vom Supercard-Programm ist es nicht transparent, was mit „gesundheitsrelevanten Daten“ gemeint sein könnte, was dem Transparenzgebot nach Art. 4 Abs. 2 DSGVO widerspricht. Der EDÖB hat festgestellt, dass keine gesundheitsrelevanten Kategorien von Kundensegmentierungen oder –Profilen vorgesehen sind. Gemäss Stellungnahme von Coop vom 25. Juli 2014 sind damit Einkäufe von Lebensmittel für Allergiker gemeint, welche im Rahmen von Supercard-Transaktionen anfallen. Coop bearbeitet jedoch diesbezüglich keine separate Kategorie (vgl. Ziffer 7.2. dieses



Schlussberichtes), die Daten fallen automatisch beim normalen Einkauf von entsprechenden Lebensmitteln an. Die betreffende Formulierung in den AGB könnte für die Kunden den Schluss zulassen, dass Coop solche Kategorien von Daten speichert und auswertet, was jedoch nicht der Fall ist. Die betreffende Formulierung in Ziff. 8 der AGB ist missverständlich und ist zu daher streichen.

## 8. Werbung

### 8.1. Untersuchte Datenflüsse

Die im Rahmen von Supercard erhobenen Kundendaten und die Marketingauswertungen erlauben es, die Kundschaft gezielt mit Werbung anzusprechen.

### 8.2. Werbung im Einzelnen

Mit der Anmeldung zum Supercard-Programm gibt der Kunde seine Einwilligung, dass er auf sein Kundenprofil abgestimmte Werbung von der Coop-Gruppe oder ihren Partnerunternehmen erhält, sofern er nicht ausdrücklich darauf verzichtet (vgl. auch Ziff. 8 AGB). Ein Verzicht auf Werbung kann Coop nach der Anmeldung jederzeit mitgeteilt werden. Ein Verzicht auf postalische Werbung ist in jedem Fall erst nach der Anmeldung möglich.

Ein nachträglicher Verzicht auf Werbung kann dem Konsumentendienst mitgeteilt werden oder der Kunde kann sich auf der Supercard-Homepage einloggen und entsprechende Einstellungen vornehmen:

**Immer informiert: unsere Supercard Angebote und Prämien**

Bitte senden Sie mir den Supercard Newsletter zu.

Bitte senden Sie mir Informationen zur Supercard per Post zu.

Die Partnerunternehmen haben die Möglichkeit, über Coop Supercard Kundenadressen zu Werbezwecken zu erfragen. Zur Auswahl bestehen beispielsweise folgende Auswahlkriterien: Kunden mit dem höchsten Umsatz in einer bestimmten Filiale; Kunden, die ein bestimmtes Produkt gekauft haben; Kunden, die in einer bestimmten Region leben etc. Die Coop Supercard-Abteilung stellt den Partnerunternehmen die entsprechenden Adressen für einen einmaligen Werbeversand zur Verfügung, wobei die persönlich adressierte Werbung von den Partnern selbst verschickt wird. Die Adressen, die sie von Coop Supercard erhalten haben, dürfen von den Partnerunternehmen mit zusätzlichen Merkmalen (wie Haushaltsgrösse, Hausbesitz, Alter, Einkommensklasse etc.) angereichert werden. Coop informiert über diese Möglichkeit in Ziff. 8 AGB. Coop behält sich vor, die von den Unter-



nehmen der Coop Gruppe eingekauften Merkmale in ihre Supercard Datenbank zu übernehmen und selbst Attribute bei Adresshändler einkaufen zu können.

Die Abteilung Coop Supercard schreibt vor, dass alle Mailings, welche von der Coop-Gruppe oder von Partnerunternehmen verschickt werden, mit einem Nutzen für die Kunden verbunden sein und optisch und inhaltlich klar mit dem Supercard-Programm in Verbindung gebracht werden müssen. Alle Adressanträge von der Coop-Gruppe oder von Partnerunternehmen müssen bei der Supercard Marketing-Abteilung angefragt werden. Diese überprüft den Zweck und Nutzen des geplanten Versandes.

### **8.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Die Angaben einer Person, dass sie persönlich adressierte Werbung erhalten will, stellen Personendaten im Sinne des Datenschutzgesetzes dar, für deren Bearbeitung die Einwilligung der betroffenen Personen benötigt wird (Art. 12 und 13 DSG). Bezüglich der Voraussetzungen für eine rechtsgültige Einwilligung kann auf Ziff. 5.2. dieses Schlussberichtes verwiesen werden. Eine Einwilligung ist vor der fraglichen Datenbearbeitung jederzeit und frei widerruflich Art. 12 Abs. 2 lit. b DSG (i.V.m. Art. 27 Abs. 2 Schweizerisches Zivilgesetzbuch [ZGB]: SR 210). Während der Datenbearbeitung kann eine betroffene Person die Bearbeitung bzw. die weitere Bearbeitung ihrer Personendaten nach Art. 12 Abs. 2 lit. b DSG untersagen. Wenn sie dies tut, stellt jede weitere Bearbeitung per se eine Persönlichkeitsverletzung dar und ist damit widerrechtlich, sofern und soweit keiner der Rechtfertigungsgründe gemäss Art. 13 Abs. 1 vorliegt.

Ein Kunde willigt mit der Anmeldung zum Supercard-Programm ein, dass seine Supercard-Daten zu Marketingzwecken ausgewertet werden und dass er aufgrund dieser Auswertung zielgerichtete Werbung erhalten wird. In Ziff. 9.2. der AGB wird darüber informiert, dass die Supercard-Kunden jederzeit die Möglichkeit haben, auf die dem Kundenprofil abgestimmte Werbung zu verzichten. Dieser Verzicht kann dem Konsumentendienst mitgeteilt werden oder der Kunde kann sich auf der Supercard-Homepage einloggen und entsprechende Einstellungen vornehmen. Die Formulierung auf der Homepage „Bitte senden Sie mir Informationen zur Supercard per Post zu“ ist jedoch missverständlich. Es geht daraus nicht klar hervor, dass damit zielgerichtete Werbung aufgrund der Teilnahme am Supercard-Programm gemeint ist. Im Sinne der Transparenz nach Art. 4 Abs. 2 DSG ist die Formulierung entsprechend anzupassen.

Supercard-Partnerunternehmen erhalten von Coop auf Anfrage hin Kundenadressen für einen einmaligen Werbeversand. Diese Datenlieferung stellt eine Bekanntgabe von Personendaten im Sinne von Art. 3 lit. f DSG dar. Die Adressdaten können von den Partnerunternehmen mit zusätzlichen Merkmalen ergänzt werden. Coop informiert in Ziff. 9.3 der AGB über diese Datenbekanntgabe: „Daten des Kundenprofils können innerhalb der Coop-Gruppe und an Supercard-Partnerunternehmen zu Werbezwecken weitergegeben werden. Diese haben das Recht, die Daten für eigene Marketingzwecke und durch Adresshändler mit zusätzlichen Merkmalen (wie Haushaltsgrösse, Hausbesitz, Alter, Einkommensklasse etc.) zu ergänzen.“ Die Datenbekanntgabe erfolgt somit im Sinne von Art. 4 Abs. 2 transparent. Die Formulierung „Daten des Kundenprofils“ könnte dahingehend verstanden werden, dass





Coop Kundenprofile i.S.v. Art. 3 lit. d DSGVO an die Supercard-Partnerunternehmen weitergibt. Gemäss Schreiben von Coop vom 20. Oktober 2015 erhalten die Supercard-Partnerunternehmen Kontaktdaten des Teilnehmers (Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse) zur Geschäftsabwicklung und für Werbezwecke, jedoch keine Daten der Warenkörbe und der Warenkorbanalysen. Ziff. 9.3. der AGB ist daher zu präzisieren mit der Information, welche Daten an die Supercard Partnerunternehmen zu welchem Zweck weitergegeben werden. Der EDÖB begrüsst die Tatsache, dass diese Adressdaten von den Partnern nur für einen einmaligen Werbeversand verwendet werden dürfen und anschliessend gelöscht werden müssen. Ebenso ist zu begrüssen, dass die Mailings optisch und inhaltlich mit der Supercard in Verbindung gebracht werden müssen und somit die Transparenz für die Kunden im Sinne von Art. 4 Abs. 2 DSGVO gewahrt ist.

Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 hat der EDÖB die Empfehlung (Empfehlung Nr. 3) erlassen, dass in Zukunft entweder die Möglichkeit der Adressanreicherung in den AGB für die Supercard-Kunden klarer zum Ausdruck kommen muss oder auf die Adressanreicherung durch beauftragte Spezialfirmen ganz zu verzichten ist. Coop informiert in Ziff. 8 der AGB, dass die gesammelten Daten im Zusammenhang mit dem Supercard-Programm mit zusätzlichen Merkmalen (wie Haushaltsgrösse, Hausbesitz, Alter, Einkommensklasse etc.) ergänzt werden können. Damit wurde die Empfehlung Nr. 3 aus dem Schlussbericht von 2005 vollumfänglich umgesetzt.

## **9. Auskunftsrecht**

### **9.1. Untersucher Datenfluss**

Das Auskunftsrecht (Art. 8 DSGVO) kann ein Kunde über den Coop Supercard Konsumentendienst geltend machen. Ferner hat ein Kunde die Möglichkeit, den Punktesaldo und die Stammdaten an der Superbox oder auf der Homepage von Supercard abzufragen.

### **9.2. Auskunftsrecht im Einzelnen**

Die Call Center Mitarbeiter können kleinere Auskunftsgesuche direkt mündlich beantworten, nachdem sie bestimmte Plausibilisierungsfragen gestellt haben. Die Kunden werden immer auch auf die Abfragemöglichkeit via Superbox oder auf der Supercard Homepage aufmerksam gemacht, wo sie ihre Stammdaten abfragen können. Jedoch haben die Kunden weder an der Superbox noch per Internet Zugriff auf die detaillierten Einkaufs- resp. Warenkorbdaten. Es ist lediglich sichtbar wann und wo für wie viel eingekauft wurde.

Sämtliche anderen bei der Coop Genossenschaft eingehenden Auskunftsgesuche werden zurzeit an den Coop Rechtsdienst weitergeleitet. Jedes Gesuch muss schriftlich und unter Beilage einer Kopie eines amtlichen Ausweises erfolgen. Anschliessend erhält die Rechtsabteilung von den zuständigen Mitarbeitern in der Supercard Abteilung auf Verlangen alle zugehörigen Supercard-Daten. Die detaillierten Einkaufsdaten werden der betroffenen Person nur dann mitgeteilt, wenn sie dies ausdrücklich



wünschen. Da es sich bei den Auskunfts- und Lösungsbegehren in der Regel materiell nicht um Rechtsfragen handelt, will Coop prüfen, ob diese Aufgabe in Zukunft von einer anderen Abteilung übernommen wird.

Die Profilbildung von Kunden, welche den neuen AGB zugestimmt haben, befand sich im Zeitpunkt der Kontrolle vor Ort noch im Aufbau resp. wurde noch nicht implementiert. Gemäss dem Schreiben von Coop vom 20. Oktober 2015 wurden in der Zwischenzeit die Segmentierungen, wie sie in Ziff. 7.2. dieses Schlussberichtes aufgeführt werden, implementiert.

### **9.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Das Auskunftsrecht der betroffenen Personen gegenüber dem Dateninhaber einer Datensammlung gehört zu den zentralen Elementen des Datenschutzrechts. Der Dateninhaber hat gegenüber der auskunftssuchenden Person alle Angaben offen zu legen, die sich auf diese Person beziehen und in einer Datensammlung enthalten sind (Art. 8 Abs. 1 und 2 DSG). Es erstreckt sich auf jede Art von Information, die auf die Vermittlung oder die Aufbewahrung von Kenntnissen ausgerichtet ist, ungeachtet, ob es sich dabei um eine Tatsachenfeststellung oder um ein Werturteil handelt und ob diese Information in einer Datenbank abgespeichert oder nur zur Ansicht jeweils berechnet wird. Entscheidend für die Qualifikation als Personendaten, die vom Auskunftsrecht erfasst sind, ist, dass sich die Angaben einer oder mehreren Personen zuordnen lassen. Wie der Bezug zur betroffenen Person hergestellt wird, ist hierbei ohne Bedeutung. Wesentlich ist, dass die Zuordnung ohne unverhältnismässigen Aufwand möglich ist. Auskunft zu erteilen ist über alle Daten, die sich auf die auskunftersuchende Person beziehen (Art. 3 lit. a DSG) und die ihr zugeordnet werden können (Art. 3 lit. g DSG). Wird die Auskunft verweigert, eingeschränkt oder aufgeschoben, muss nach Art. 9 Abs. 4 DSG hierfür ein Grund angegeben werden.

Das Auskunftsrecht wird in den AGB unter Ziff. 9.2. erwähnt. Die Supercard-Teilnehmer erfahren dort, wohin sie ihr schriftliches Auskunftsbegehren senden können (Konsumentendienst Coop, Cham). Einfache Auskunftsgesuche können auch vom Call Center direkt mündlich beantwortet werden, nachdem einige Plausibilisierungsfragen gestellt wurden. Mittels Superbox und nach einloggen auf der Supercard Homepage können Kunden selbst Stammdaten abfragen und ändern und sie können einsehen, wann und wo für wie viel eingekauft wurde. Die Kontoabfrage per Internet erfolgt chiffriert, was unter dem Aspekt der Datensicherheit (Art. 7 DSG) zu begrüssen ist. Schriftliche Auskunftsgesuche werden zurzeit an den Coop Rechtsdienst weitergeleitet. Jedes Gesuch muss unter Beilage einer Kopie eines amtlichen Ausweises erfolgen. Die Rechtsabteilung erhält von den zuständigen Mitarbeitern in der Supercard Abteilung auf Verlangen alle zugehörigen Supercard-Daten. Die detaillierten Einkaufsdaten werden der betroffenen Person nur dann mitgeteilt, wenn sie dies ausdrücklich wünschen. Insgesamt betrachtet kommt Coop mit den getroffenen Massnahmen seiner Auskunftspflicht gemäss Art. 8 DSG genügend nach.

Die Zuordnung der Supercard-Teilnehmer in entsprechende Kundensegmentierungen stellt eine wesentliche Komponente im Zusammenhang mit der Datenbearbeitung von Coop Supercard dar. Wenn im Zeitpunkt des Auskunftsgebietes berechnete Segmentierungen in der Coop Supercard Datenbank



über die auskunftssuchende Person vorhanden sind, müssen diese Daten mit der schriftlichen Auskunftserteilung bekannt gegeben werden (vgl. Art. 8 Abs. 2 lit. a DSGVO). Entgegen der Ansicht von Coop stellt das Segmentierungsportfolio wie in Ziff. 7.2. dieses Schlussberichtes aufgeführt kein Geschäftsgeheimnis dar, welche im Sinne von Art. 9 DSGVO den Auskunftsanspruch einer betroffenen Person überwiegen würden. Dagegen muss die genaue Berechnungsweise, wie Coop Supercard zu diesen Ergebnissen gekommen ist, nicht bekannt gegeben werden, da diese Information als Geschäftsgeheimnis und deshalb als Einschränkungsgund i.S.v. Art. 9 Abs. 4 DSGVO zu verstehen ist. Es genügt, dass Coop hier auf allgemeine Weise Auskunft gibt.

## **10. Datenauskünfte auf behördliches Verlangen**

### **10.1. Bekanntgabe von Kundendaten auf behördliches Verlangen im Einzelnen**

Falls Behörden im Rahmen einer (Straf-)Untersuchung Informationen über Supercard-Kunden brauchen, müssen sie sich an die Coop Rechtsabteilung wenden. Für die betreffende Anfrage wird die Verknüpfung der Supercard-Nummer zu den Einkaufsdaten des betroffenen Kunden hergestellt, unabhängig davon, ob der Kunde den neuen AGB zustimmt hat.

Dieser Prozess läuft über einen für die Bearbeitung von Auskunftsbegehren Hauptverantwortliche Person im Marketing, welcher unter speziellen Auflagen in der Lage ist, selbst bei Personen, welche den neuen AGB nicht zugestimmt haben, die Verknüpfung zu den Warenkorbdaten herzustellen. Aufgrund der entsprechenden Warenkorbdaten können die betreffenden Personen ermittelt werden und die Adressdaten an die Behörde herausgegeben werden.

### **10.2. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

In den AGB zu Supercard wird in Ziff. 9.1. darauf hingewiesen, dass Coop die Kundendaten unter Umständen im Rahmen einer amtlichen Untersuchung bekannt geben muss. Damit wird dem Transparenzerfordernis nach Art. 4 Abs. 2 DSGVO genüge getan.



## 11. Datenlöschung auf Verlangen der Kunden

### 11.1. Untersucher Datenfluss

Ein Kunde kann von sich aus die Löschung seiner Daten verlangen und damit aus dem Supercard-Programm aussteigen. Löschanträge können an die Coop resp. an das Call Center gerichtet werden.

### 11.2. Löschanträge im Einzelnen

Gemäss Schreiben von Coop vom 25. November 2014 kann ein Kunde kann seine Mitgliedschaft im Supercard-Programm durch schriftliche Kündigung beenden. Er kann gleichfalls von Coop schriftlich verlangen, seine Personendaten zu löschen und damit alle Transaktionen, die er über das Supercard-Programm getätigt hat, zu anonymisieren. Ein Lösungsbegehren ist jedoch zwingend mit dem Austritt aus dem Supercard-Programm verbunden, so dass diese beiden Geschäftsfälle prozessual zusammengeführt werden können.

Verlangt ein Supercard-Kunde die Löschung seiner Daten oder kündigt er seine Mitgliedschaft im Supercard-Programm, so werden Name, Vorname, Strasse, Hausnummer, Telefonnummer und E-Mail-Adressen nicht vollständig aus allen Datenhaltungssystemen von Coop gelöscht. Es gilt einerseits zwischen den operativen (Personendatenhaltung; Superpunkteverwaltung) und den dispositiven CRM-Systemen (Analyse; Kundenselektion für Direktmarketingmassnahmen) und dem Datenarchivierungssystem andererseits zu unterscheiden.

Im operativen CRM System verläuft der Kündigungsprozess wie folgt:

1. a) Der Supercard-Inhaber teilt sein Löschesbegehren dem Coop Kundendienst in schriftlicher Form mit. Das Löschesbegehren hat automatisch eine Kündigung der Supercard-Mitgliedschaft zur Folge; oder  
b) Der Supercard-Inhaber kündigt schriftlich seine Mitgliedschaft im Supercard-Programm
2. Der Coop Kundendienst setzt den Status der Mitgliedschaft auf „Vorgemerkt zur Kündigung“, mit Statusgrund "gekündigt"
3. Nach 4 Wochen prüft das System, bei welchen Mitgliedschaften 4 Wochen zuvor der Status auf „Vorgemerkt zur Kündigung“ gesetzt wurde
4. Ist der Status „Vorgemerkt zur Kündigung“ gesetzt, werden dann allfällig bestehende "Hello Family" und "Mondovino" Mitgliedschaften ebenfalls gekündigt
5. Alle Daten zum Geschäftspartner und zur Mitgliedschaft im Supercard-Programm werden im Rahmen des darauffolgenden, einmal monatlich ablaufenden Archivierungslaufes in das Archivsystem überführt.
  - a. Personendaten (Name, Vorname, Strasse, Hausnummer, Telefonnummern, Email-Adressen)
  - b. Supercard-Nummer und die dazugehörigen Karten
  - c. Systeminterne Identifikationsnummern



- d. Mitgliederdaten
- e. Marketingmerkmale
- f. Mitgliedschaften in Kundenprogrammen
- g. Punktekonten
- h. Punktetransaktionen
- i. die gesamte Änderungshistorie

6. *Alle Daten zum Geschäftspartner und zur Mitgliedschaft im Supercard-Programm werden anschliessend aus dem operativen CRM-System gelöscht*

Die über die Supercard-Nummer identifizierbaren Einkaufsbelege (Kassentransaktionen) des Kunden werden im Rahmen der Journalisierung der Buchungsbelege (TLOG's) routinemässig gesichert und archiviert. Im Rahmen einer Supercard-Mitgliedschaftskündigung bzw. eines Löschbegehrens sind daher keine zusätzlichen Aktivitäten hinsichtlich der Archivierung der Einkaufsbelege notwendig.

Im Bedarfsfall lassen sich die Personendaten des ehemaligen Supercard-Mitglieds aus dem Datenarchiv extrahieren. Hierzu ist die Angabe der zum Kündigungszeitpunkt archivierten Personendaten notwendig. Mithilfe der extrahierten bzw. bekannten Supercard-Nummer des Kunden lassen sich aus den archivierten TLOG's die historischen Kassentransaktionen, bei denen der Kunde seine Supercard vorgezeigt hatte, extrahieren.

Die Zugriffsberechtigung auf archivierte Daten beschränkt sich auf die für die Archivierung verantwortlichen Personen. Die Zugriffe werden in Form eines Archivjournals protokolliert.

#### Prozessablauf bei vorhandenem Coop-Zeitungsabonnement:

Für den Sonderfall, dass zusätzlich ein Abonnement für die Coop-Zeitung vorhanden ist, und der Kunde nicht ausdrücklich auch die Kündigung dieses Abonnements verlangt hat, wird wie folgt verfahren:

1. *Die zuvor im Falle einer Kündigung beschriebenen Prozessschritte 1) bis 5) werden abgearbeitet*
2. *Es wird ein neuer Geschäftspartner angelegt, mit identischen Adressdaten wie denen des bisherigen. Bei diesem Geschäftspartner ist das Marketingattribut für das Abonnement der Coop-Zeitung gesetzt*
3. *Alle Daten und Objekte des bisherigen Geschäftspartners und zur gekündigten Mitgliedschaft im Supercard-Programm werden archiviert und aus dem operativen CRM-System gelöscht. Es lässt sich keine Beziehung zwischen dem neuem Geschäftspartner und den Kassen- und Punktetransaktionen des bisherigen Geschäftspartners herstellen*

#### Prozess im dispositiven System:

Nach Abschluss des Lösungsprozesses im operativen CRM erfolgt die Anonymisierung der Kassentransaktionsdaten (Einkaufsbelege) im dispositiven CRM System. Die Personendaten werden im zukünftigen dispositiven System, welches sich im Aufbau befindet, physisch getrennt von den Kassen-



transaktionen gespeichert, d.h. in verschiedenen Datenbank-Entitäten. Der direkte Zugang zu den Personendaten wird dann nur den Systemadministratoren möglich sein.

Im dispositiven CRM-System läuft, im Anschluss an die Verbuchung des Status „Vorgemerkt zur Kündigung“ im operativen System, zukünftig folgender Prozess ab:

1. *Im täglichen Ladeprozess erhält die analytische Datenhaltung (analytischer Datamart, kurz ADM) die durch den Kündigungsvorgang veränderten Stammdaten der austretenden Kunden. Es ändert sich das Statusfeld, welches im operativen System auf den Wert "Vorgemerkt zur Kündigung", mit Statusgrund "gekündigt" gesetzt wurde.*
2. *Diese Statusänderung löst im ADM die Löschung der Personendaten aus der Stammdatentabelle aus (Name, Vorname, Strasse, Hausnummer, Telefonnummern, Email-Adressen) aus*
3. *Die Supercard-Nummer sowie die Geschäftspartner-Kennung bleiben im ADM erhalten, um die referentielle Integrität in der historisierten Datenhaltung zu gewährleisten*

Die Punkte- und Kassentransaktionen bleiben als anonyme Transaktionen bis zum Ende des Historisierungshorizontes von derzeit 3 Kalenderjahren im dispositiven CRM-System gespeichert. Sie können jedoch keiner natürlichen oder juristischen Person mehr zugeordnet werden.

### **11.3. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Der Lösungsanspruch von Personendaten ergibt sich aus Art. 12 Abs. 2 lit. b DSGVO, wonach eine betroffene Person die Bearbeitung resp. die weitere Bearbeitung ihrer Personendaten untersagen kann. Tut sie dies, stellt jede weitere Bearbeitung per se eine Persönlichkeitsverletzung dar und ist somit widerrechtlich (sofern keiner der Rechtfertigungsgründe gemäss Art. 13 Abs. 1 DSGVO vorliegt). Löschung von Personendaten bedeutet, dass die betreffenden Daten gelöscht resp. anonymisiert werden, so dass die betroffene Person nicht mehr bestimmbar ist. Verlangt bei Coop ein Supercard-Kunde die Löschung seiner Daten, so werden diese nicht allesamt gelöscht, sondern es soll zukünftig nach der Systemumstellung technisch sichergestellt werden, dass die Stammdaten des betroffenen Kunden nicht mehr mit den dazugehörigen Einkaufs- resp. Warenkorbdaten verknüpft werden können. Coop informiert über diesen Umstand in Ziff. 9.4. der AGB: Wenn ein Supercard-Teilnehmer aus dem Programm ausscheidet, „werden die Daten des Warenkorbs bis zum Ende der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist pseudonymisiert.“ Wie bereits im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 festgehalten, wird die Supercard-Nummer beim Vorzeigen der Kundenkarte an der Kasse automatisch auf die Einkaufsbelege gedruckt. Diese Belege werden aus buchhalterischen Pflichten im Datenarchivierungssystem zehn Jahre aufbewahrt (vgl. dazu Ziff. 6.3 dieses Schlussberichtes). Davon zu unterscheiden sind jedoch die Daten in der Supercard-Datenbanken (operatives resp. dispositives CRM-System), welche grundsätzlich rein für Marketingzwecke gehalten werden. Der Lösungsanspruch im Sinne von Art. 12 Abs. 2 lit. b DSGVO der Supercard-Teilnehmer richtet sich auf diese Daten. Bei einer Löschung von Personendaten werden die betreffenden Daten aus dem operativen CRM System in das Archivierungssystem überführt und anschliessend im operativen CRM System gelöscht. Die Kassentransaktionsdaten (Einkaufsbelege) im dispositiven CRM System werden anonymisiert und in dieser Form drei



Jahre aufbewahrt. Mit diesen Massnahmen kommt Coop seiner datenschutzrechtlichen Löschungs-pflicht i.S.v. Art. 12 Abs. 2 lit. b nach.

## **12. Sicherheit**

### **12.1. Sicherheitsmassnahmen im Einzelnen**

Die Supercard-Daten sind im Supercard-Stammrechner abgespeichert, der sich im Serverraum von Coop am Hauptsitz in Basel befindet. Der Zutritt zum Serverraum von Coop ist durch Badge und Geheimzahl mit entsprechenden Berechtigungsvergaben geschützt und zudem wird protokolliert, wer wann den Serverraum betritt (Log-File). Wenn die Türe zum Serverraum länger als eine Minute geöffnet ist, wird zusätzlich ein Alarm ausgelöst. Es existiert zudem ein Backup-Serverraum, der mit den gleichen Sicherungsmassnahmen geschützt ist. Die im Serverraum aufgestellten Rechner sind mit User-ID und Passwort geschützt.

Im Unterschied zur Sachverhaltsabklärung von 2005 erfolgt der gesamte Datenfluss zum Zentralrechner bei Coop nun chiffriert.

Supercard-Teilnehmer können verschiedene Abfragen ihrer Daten auch per Superbox oder auf der Homepage von Supercard machen. Für die Abfrage an der Superbox reicht es, wenn die Supercard an den Lesescanner der Box gehalten wird. In den AGB zur Supercard werden jedoch alle Supercard-Teilnehmer dazu aufgefordert, ihre Supercard mit einer Geheimzahl zu schützen (Ziff. 1 AGB). Bei der Abfrage auf der Homepage müssen zwingend die Kartenummer und eine Geheimzahl eingegeben werden. Nach fünf Fehlversuchen wird die Kontoabfrage für eine Stunde gesperrt.

### **12.2. Beurteilung aus Sicht des EDÖB**

Die Zutrittssicherungen zum Serverraum und Backup-Raum mittels Badge, PIN und Alarm sowie der Schutz der einzelnen Rechner mittels User-ID und Passwort sind aus Gründen der Datensicherheit (Art. 7 DSG) sehr zu begrüssen.

Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 wurde als Anpassungs-/Verbesserungsvorschlag Nr. 6 vorgeschlagen, dass aus Gründen der Datensicherheit für die Abfrage an der Superbox zwingend eine 4-stellige Geheimnummer vorausgesetzt wird. Dieser Vorschlag wurde nicht umgesetzt. Coop fordert zwar die Supercard-Teilnehmer in den AGB (Ziff. 1) auf, ihre Supercard mittels einer Geheimzahl zu schützen, jedoch ist diese Massnahme nicht zwingend. Unter dem Aspekt der Datensicherheit nach Art. 7 DSG schlägt der EDÖB weiterhin vor, dass bei der Abfrage an der Superbox obligatorisch eine 4-stellige Geheimnummer vorausgesetzt wird.



## **13. Sensibilisierung und Schulung von Supercard-Mitarbeitern**

### **13.1. Ergriffene Massnahmen und Beurteilung**

Bezüglich der Massnahmen und deren Beurteilung zur Sensibilisierung und Schulung von Supercard-Mitarbeitern kann auf die Ziff. 5.11 des Schlussberichtes vom 23. Mai 2005 verwiesen werden. Der EDÖB begrüsst die getroffenen Massnahmen sehr und hat dazu keine weiteren Bemerkungen.





## 14. Ergebnisse

Aufgrund der Auswertung der eingereichten Unterlagen und Dokumente sowie gestützt auf die durchgeführte Kontrolle vom 20. Juni 2013 gemäss Art. 29 DSG, gelangt der EDÖB zu einer **überwiegend positiven Gesamtbeurteilung**. Die Datenschutzkontrolle hat gezeigt, dass die im Rahmen von Supercard vorgenommene Datenbearbeitung **grundsätzlich datenschutzkonform** verläuft. Trotz dieser überwiegend positiven Beurteilung ist der EDÖB in seiner Datenschutzkontrolle auch auf Sachverhalte gestossen, welche aus datenschutzrechtlicher Sicht einer **Anpassung resp. Änderung bedürfen**. Ausgehend von diesem Gesamtbild erlässt der EDÖB zuhanden von Coop mit Sitz in Basel seine Gesamtbeurteilung in folgender Form:

- **Feststellungen**
- **Anpassungs- resp. Verbesserungsvorschläge**

### 14.1. Anmeldung

Die Transparenz (Art. 4 Abs. 2 DSG) bei der Anmeldung zum Kundenbindungsprogramm Supercard ist für die Teilnehmer gegeben. Die Datenerhebung bei der Anmeldung hält vor dem Grundsatz der inhaltlichen Verhältnismässigkeit (Art. 4 Abs. 2 DSG) stand. Positiv zu bewerten sind insbesondere die transparenten Informationen in den AGB und auf der Supercard Homepage bezüglich der Erfassung und Analyse der Einkaufsdaten (Warenkorbanalyse). Diese Datenbearbeitung erfolgt für den Kunden transparent (Art. 4 Abs. 2 DSG).

Auf dem Anmeldetalon ist ein Link abgedruckt, wo die AGB zu finden sind und bei der Anmeldung mittels Supercard Homepage sind die AGB verlinkt und in voller Länge einsehbar. Mit diesen Massnahmen wurde die Empfehlung Nr. 1 aus dem Schlussbericht vom 23. Mai 2005 vollumfänglich umgesetzt.

### 14.2. Punktesammlung

Es werden nur dann personenbezogene Daten erhoben, wenn ein Kunde seine Supercard beim Verbuchen des Einkaufs vorzeigt. Ein Kunde kann also ganz bewusst auf die Erhebung seiner Daten bei gewissen Einkäufen verzichten. Die Datenbearbeitung im Zusammenhang mit der Punktesammlung erfolgt grundsätzlich verhältnismässig und transparent (Art. 4 Abs. 2 DSG). Insbesondere sei hier erwähnt, dass Coop auf die Übermittlung der Warenkorbdaten der Coop Vitality AG verzichtet.



Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 wurde festgehalten, dass die Supercard-Nummer eine Pseudonym darstellt, da ein Kunde anhand dieser Nummer bestimmbar (Art. 3 lit. a DSG) ist und sein Kundenkonto eingesehen werden kann. Es wurde festgestellt, dass die detaillierten Einkaufsangaben aller Supercard-Kunden im Rahmen der normalen Einkaufstransaktionen in Form einer elektronischen Kopie der Kassenscheine (sog. Journal) von Coop zwecks buchhalterischen Pflichten gespeichert werden. Sofern ein Kunde seine Supercard beim Einkauf vorzeigt, enthält diese Kopie auch die entsprechende Supercard-Nummer des Kunden. Der EDÖB hat darum die Empfehlung erlassen (Empfehlung Nr. 2), dass den Kunden in den AGB mitgeteilt wird, dass bei Vorzeigen der Supercard von Coop ein detaillierter Warenkorb auf den Einkaufsbelegen ersichtlich ist. Coop informiert in Ziff. 9.4. der AGB darüber dass „aus gesetzlichen Gründen die Belege der Einkäufe sowie die punkterelevanten Transaktionen 10 Jahre aufbewahrt werden“ müssen. Mit dieser Information wurde die Empfehlung Nr. 2 des Schlussberichtes vom 23. Mai 2005 umgesetzt.

### 14.3. Marketing

Im Zusammenhang mit der Supercard speichert Coop grundsätzlich sämtliche Einkäufe der bei ihr registrierten Kunden (falls die Karte an der Kasse vorgezeigt wird und der Kunde die neuen AGB akzeptiert hat) und kann sich so ein Bild von den Konsumgewohnheiten der Personen machen, was einem Persönlichkeitsprofil im Sinne von Art. 3 lit. d DSG entspricht. Wie bereits in Ziff. 5.2. dieses Schlussberichtes erwähnt, informiert Coop in den AGB zu Supercard darüber, dass „aufgrund der Einkäufe bei der Coop-Gruppe Warenkorbanalysen durchgeführt werden, welche das Konsumverhalten sowie Konsumprofile widerspiegeln können.“ Weiter wird informiert, dass Coop diese Daten zu Marketing- und Werbezwecken auswerten und analysiert. Damit kommt Coop seiner Informationspflicht gemäss Art. 14 Abs. 1 DSG nach.

Sowohl auf dem Anmeldetalon, wie auch auf dem Online-Anmeldeformular bestätigen die Kunden explizit, dass sie Coop erlauben, ihre Warenkorbdaten zwecks Kundenprofilbildung zu bearbeiten. Somit liegt eine Einwilligung der Kunden zur Bearbeitung von Persönlichkeitsprofilen im Sinne von Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DSG vor. Coop weist zudem auf der Anmeldung nochmals separat auf die relevanten Ziffern in den AGB bezüglich ihrer Datenbearbeitung im Zusammenhang mit der Kundenprofilierung und Werbung hin, was aus Sicht der Transparenz (Art. 4 Abs. 2 DSG) zu begrüssen ist.

Da im Zeitpunkt der Kontrolle sich die SAP CRM Systeme von Coop noch im Aufbau befand, kann die Datenbearbeitung resp. die Datenhaltung zu Marketingzwecken bei Coop Supercard als solches nicht abschliessend beurteilt werden. Bezüglich der Zugriffsrechte auf die Stammdaten erscheinen die Massnahmen unter dem Aspekt der Datensicherheit (Art. 7 Abs. 1 DSG) jedoch genügend und verhältnismässig (Art. 4 Abs. 2 DSG).

Auch die Profilbildung resp. die Segmentierungskategorien befanden sich im Zeitpunkt der Kontrolle noch im Aufbau. Die vorgesehenen Kriterien [REDACTED] stellen sich als verhältnismässig dar (Art. 4 Abs. 2 DSG). In Ziff. 8 der AGB von 2012 informiert Coop, dass sich ein Kundenprofil „aus Kontaktdaten, Einkaufsdaten sowie



allfälligen gesundheitsrelevanten Daten, die im Zusammenhang mit den Einkäufen stehen“ zusammensetzen. Es wird nicht weiter ausgeführt, welche „gesundheitsrelevanten Daten“ gemeint sind. Für die Teilnehmer vom Supercard-Programm ist es nicht transparent, was mit „gesundheitsrelevanten Daten“ gemeint sein könnte, was dem Transparenzgebot nach Art. 4 Abs. 2 DSG widerspricht. Der EDÖB hat festgestellt, dass keine gesundheitsrelevanten Kategorien von Kundensegmentierungen oder –Profilen vorgesehen sind. Eine solche Datenbearbeitung wäre unverhältnismässig nach Art. 4 Abs. 2 DSG und würde dem Zweckbindungsprinzip nach Art. 4 Abs. 4 DSG widersprechen. Gemäss Stellungnahme von Coop vom 25. Juli 2014 sind damit Einkäufe von Lebensmittel für Allergiker gemeint, welche im Rahmen von Supercard-Transaktionen anfallen. Coop bearbeitet jedoch diesbezüglich keine separate Kategorie (vgl. Ziffer 7.2. dieses Schlussberichtes), die Daten fallen automatisch beim normalen Einkauf von entsprechenden Lebensmittel an. Die betreffende Formulierung in Ziff. 8 der AGB ist daher missverständlich ist wegzulassen.

**Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 1:**

Die Erwähnung von „gesundheitsrelevanten Daten“ in Ziff. 8 AGB ist wegzulassen.

Mit Schreiben vom 20. Oktober 2015 wird von Coop bestätigt, dass keine gesundheitsrelevanten Daten bearbeitet werden. Die Erwähnung von „gesundheitsrelevanten Daten“ wird in der nächsten AGB-Revision vollständig gestrichen. Des Weiteren werden die Supercard-Teilnehmer explizit darauf aufmerksam gemacht, dass Coop über keine Warenkorbdaten der Coop Vitality AG verfügt. Damit wird der Anpassungs-/Verbesserungsvorschlag Nr. 1 vollständig umgesetzt.

#### **14.4. Werbung**

Ein Kunde willigt mit der Anmeldung zum Supercard-Programm ein, dass seine Supercard-Daten zu Marketingzwecken ausgewertet werden und dass er aufgrund dieser Auswertung zielgerichtete Werbung erhalten wird. In Ziff. 9.2. der AGB wird darüber informiert, dass die Supercard-Kunden jederzeit die Möglichkeit haben, auf die dem Kundenprofil abgestimmte Werbung zu verzichten. Dieser Verzicht kann dem Konsumentendienst mitgeteilt werden oder der Kunde kann sich auf der Supercard-Homepage einloggen und entsprechende Einstellungen vornehmen. Die Formulierung auf der Homepage „Bitte senden Sie mir Informationen zur Supercard per Post zu“ ist jedoch missverständlich. Es geht daraus nicht klar hervor, dass damit zielgerichtete Werbung aufgrund der Teilnahme am Supercard-Programm gemeint ist. Im Sinne der Transparenz nach Art. 4 Abs. 2 DSG ist die Formulierung entsprechend anzupassen.



**Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 2:**

Die Formulierung der Verzichtsmöglichkeit auf der Homepage von Supercard wird geändert in: „Hiermit möchte ich auf den Erhalt von Werbung und Angebote aufgrund meines Einkaufsverhaltens im Zusammenhang mit Supercard verzichten.“

Mit ihrer Stellungnahme vom 25. Juli 2014 hat Coop vorgeschlagen, den Passus zu ändern in: „Bitte senden Sie mir Informationen und Angebote im Zusammenhang mit der Supercard per Post zu“, wo der Kunden entsprechend ein Häkchen setzen resp. wegnehmen kann. Betroffenen Kunden wird mit dieser Formulierung klar, dass es sich um entsprechende Werbung aufgrund der Teilnahme am Supercard-Programm handelt, dem Transparenzgebot i.S.v. Art. 4 Abs. 2 DSGVO wird somit genüge getan und der Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 2 vollständig umgesetzt. Mit dem Setzen resp. Wegnehmen eines Häkchens können die Kunden ihren Willen für resp. gegen den Erhalt von entsprechender Werbung einfach kundtun.

Supercard-Partnerunternehmen erhalten von Coop auf Anfrage hin Kundenadressen für einen einmaligen Werbeversand. Diese Datenlieferung stellt eine Bekanntgabe von Personendaten im Sinne von Art. 3 lit. f DSGVO dar. Die Adressdaten können von den Partnerunternehmen mit zusätzlichen Merkmalen ergänzt werden. Coop informiert in Ziff. 9.3 der AGB über diese Datenbekanntgabe: „Daten des Kundenprofils können innerhalb der Coop-Gruppe und an Supercard-Partnerunternehmen zu Werbezwecke weitergegeben werden. Diese haben das Recht, die Daten für eigene Marketingzwecke und durch Adresshändler mit zusätzlichen Merkmalen (wie Haushaltsgrösse, Hausbesitz, Alter, Einkommensklasse etc.) zu ergänzen.“ Die Datenbekanntgabe erfolgt somit im Sinne von Art. 4 Abs. 2 transparent. In Ziff. 9.3. der AGB wird informiert, dass „Daten des Kundenprofils“ an Sammelpartner weitergegeben werden. Diese Formulierung kann für betroffene Personen jedoch so verstanden werden, dass Kundenprofile i.S.v. Art. Art. 3 lit. d DSGVO oder Teile davon an die Sammelpartner weitergegeben werden. Gemäss Schreiben von Coop vom 20. Oktober 2015 werden jedoch bloss die Kontaktdaten des Teilnehmers zur Geschäftsabwicklung und für Werbezwecke weitergegeben. Die Daten der Warenkörbe und der Warenkorbanalysen werden nicht an die Sammelpartner weitergegeben. Der EDÖB regt daher an, dass diese Präzisierung in Ziff. 9.3. AGB aufzunehmen ist. Es muss für die Kunden klar hervorgehen, welche Daten an die Sammelpartner zu welchem Zweck weitergegeben werden.



### **Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 3:**

Die Formulierung „Daten des Kundenprofils“ im Zusammenhang mit der Datenbekanntgabe an Partnerunternehmen in Ziff. 9.3 AGB muss präzisiert werden. Es muss klar hervorgehen, welche Daten zu welchem Zweck an Dritte weitergegeben werden.

Mit Schreiben vom 20. Oktober 2015 hat Coop vorgeschlagen, diese Präzisierung in den AGB vorzunehmen. Es soll erwähnt werden, dass die Supercard Partner die Kontaktdaten des Teilnehmers zur Geschäftsabwicklung und für Werbezwecke erhalten und dass die Daten der Warenkörbe und der Warenkorbanalyse nicht an Supercard Partner weitergegeben werden. Damit wird der Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 3 vollständig umgesetzt.

Der EDÖB begrüsst die Tatsache, dass diese Adressdaten von den Partnern nur für einen einmaligen Werbeversand verwendet werden dürfen und anschliessend gelöscht werden müssen. Ebenso ist zu begrüssen, dass die Mailings optisch und inhaltlich mit der Supercard in Verbindung gebracht werden müssen und somit die Transparenz für die Kunden im Sinne von Art. 4 Abs. 2 DSG gewahrt ist.

Im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 hat der EDÖB die Empfehlung (Empfehlung Nr. 3) erlassen, dass in Zukunft entweder die Möglichkeit der Adressanreicherung in den AGB für die Supercard-Kunden klarer zum Ausdruck kommen muss oder auf die Adressanreicherung durch beauftragte Spezialfirmen ganz zu verzichten ist. Coop informiert in Ziff. 8 der AGB, dass die gesammelten Daten im Zusammenhang mit dem Supercard-Programm mit zusätzlichen Merkmalen (wie Haushaltsgrösse, Hausbesitz, Alter, Einkommensklasse etc.) ergänzt werden können. Damit wurde die Empfehlung Nr. 3 aus dem Schlussbericht von 2005 vollumfänglich umgesetzt.

## **14.5. Auskunftsrecht**

Einfache Auskunftsgesuche können vom Call Center direkt mündlich beantwortet werden, nachdem einige Plausibilisierungsfragen gestellt wurden. Mittels Superbox und nach einloggen auf der Supercard Homepage können Kunden selbst Stammdaten abfragen und ändern und sie können einsehen, wann und wo für wie viel eingekauft wurde. Schriftliche Auskunftsgesuche werden an den Coop Rechtsdienst weitergeleitet. Jedes Gesuch muss unter Beilage einer Kopie eines amtlichen Ausweises erfolgen. Die Rechtsabteilung erhält von den zuständigen Mitarbeitern in der Supercard Abteilung auf Verlangen alle zugehörigen Supercard-Daten. Die detaillierten Einkaufsdaten werden der betroffe-



nen Person nur dann mitgeteilt, wenn sie dies ausdrücklich wünschen. Insgesamt betrachtet kommt Coop mit den getroffenen Massnahmen ihrer Auskunftspflicht gemäss Art. 8 DSG genügend nach.

Bezüglich den Profilbildungen von Coop resp. die Segmentierungen der Supercard-Teilnehmer in Kundenprofile ist anzumerken, dass diese den betroffenen Personen mit den schriftlichen Auskunftserteilungen mitzuteilen sind, sobald Coop diese Profilierungen vornimmt resp. vornehmen kann. Die Einteilung der betroffenen Personen in entsprechende Kundenprofile stellt eine wesentliche Komponente der Datenbearbeitung im Zusammenhang mit dem Kundenbindungsprogramm von Supercard dar. Der EDÖB regt deshalb an, dass Coop diese Informationen den auskunftssuchenden Personen mitteilt.

**Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 4:**

Den auskunftssuchenden Person soll transparent mitgeteilt werden, wie sie aufgrund ihres Einkaufsverhaltens von Coop beurteilt werden.

Mit Schreiben vom 3. Dezember 2015 hat Coop den Anpassungs- / Verbesserungsvorschlag Nr. 4 vollständig akzeptiert. Coop wird dabei eine für den Kunden verständliche Bezeichnung für die Segmentierungen verwenden.

#### **14.6. Datenauskünfte auf behördliche Anweisung**

In den AGB zu Supercard wird in Ziff. 9.1 darauf hingewiesen, dass Coop die Kundendaten unter Umständen im Rahmen einer amtlichen Untersuchung bekannt geben muss. Damit wird dem Transparenzerfordernis nach Art. 4 Abs. 2 DSG genüge getan.

#### **14.7. Datenlöschung auf Verlangen der Kunden**

Der Lösungsanspruch von Personendaten ergibt sich aus Art. 12 Abs. 2 lit. b DSG, wonach eine betroffene Person die Bearbeitung resp. die weitere Bearbeitung ihrer Personendaten untersagen kann. Wie bereits im Schlussbericht vom 23. Mai 2005 festgehalten, wird die Supercard-Nummer beim Vorzeigen der Kundenkarte an der Kasse automatisch auf die Einkaufsbelege gedruckt. Diese Belege werden aus buchhalterischen Pflichten im Datenarchivierungssystem zehn Jahre aufbewahrt (vgl. dazu Ziff. 6.3 dieses Schlussberichtes). Davon zu unterscheiden sind jedoch die Daten in der Supercard-Datenbanken (operatives resp. dispositives CRM-System), welche grundsätzlich rein für Marketingzwecke gehalten werden. Der Lösungsanspruch im Sinne von Art. 12 Abs. 2 lit. b DSG der Supercard-Teilnehmer richtet sich auf diese Daten. Im operativen CRM-System werden diese Daten im



Rahmen des einmal monatlich ablaufenden Archivierungsablaufes in das Archivsystem überführt und anschliessend aus dem gelöscht. Nach dem Abschluss des Lösungsprozesses im operativen CRM erfolgt die Anonymisierung der Kassentransaktionsdaten (Einkaufsbelege) im dispositiven CRM-System. Gemäss Coop bleiben die Punkte- und Kassentransaktionen als anonyme Transaktionen bis zum Ende des Historisierungshorizontes von derzeit drei Kalenderjahren gespeichert. Sie können jedoch keiner natürlichen oder juristischen Person mehr zugeordnet werden. Mit diesen Massnahmen kommt Coop seiner datenschutzrechtlichen Löschungspflicht i.S.v. Art. 12 Abs. 2 lit. b DSG genügend nach.



## 15. Schlussfolgerungen

### 15.1. Bezüglich der Kontrolle des Kundenbindungsprogramms Supercard

Im Rahmen des Kundenbindungsprogramms Supercard werden Personendaten von einem Grossteil der Schweizer Bevölkerung (es bestehen etwa drei Mio. Supercard-Konten) bearbeitet. Die durchgeführte Datenschutzkontrolle konnte dem EDÖB einen vertieften Einblick in die Abwicklung und in die Datenflüsse im Rahmen von Supercard liefern. Die von der Coop zur Verfügung gestellten Unterlagen und Dokumentationen haben es dem EDÖB erlaubt, die im Rahmen von Supercard vollzogene Bearbeitung von Personendaten einer vertieften Prüfung und detaillierten Analyse zu unterziehen und damit die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen zu überprüfen. Dem EDÖB hat sich ein überwiegend positives Gesamtbild der Datenbearbeitung präsentiert. Wo Anpassungs- oder Änderungsbedarf besteht, hat dies der EDÖB mit Begründung erläutert.

Vorbehältlich der Umsetzung der von Coop mit Schreiben vom 20. Oktober 2015 und 3. Dezember 2015 zugesicherten Verbesserung kann auf Empfehlungen im Sinne von Art 29. Abs. 3 DSG verzichtet werden.

### 15.2. Verfahren und weiteres Vorgehen

Der vorliegende Kontrollbericht enthält eine Reihe von Feststellungen, welche vom EDÖB auf Basis der durchgeführten Kontrolle verfasst wurden. Der vorliegende Kontrollbericht wird Coop zur Kenntnisnahme zugestellt.

Vorbehältlich der von Coop mit Schreiben vom 20. Oktober 2015 und 3. Dezember 2015 zugesicherten Verbesserungen ist die Sachverhaltsabklärung im Zusammenhang mit der Supercard soweit abgeschlossen. Eine Nachkontrolle der Verbesserungen zu einem späteren Zeitpunkt wird ausdrücklich vorbehalten.

Es besteht ein grundsätzliches Interesse daran, die Öffentlichkeit für die vorliegende Art der Datenbearbeitung zu sensibilisieren und sie insbesondere über die erfolgte Datenschutzkontrolle bei Coop und die diesbezüglichen Ergebnisse zu informieren. Gestützt auf Art. 30 Abs. 2 DSG wird der EDÖB daher den vorliegenden Kontrollbericht in einer angepassten Version publizieren. Selbstverständlich erfolgt die Publikation unter dem Vorbehalt, dass keine aus Sicht von Coop vertraulichen Daten, welche Geschäftsgeheimnisse offenbaren oder die Konkurrenzfähigkeit beeinflussen könnten, bekannt gegeben werden. Coop wird daher aufgefordert, den Schlussbericht auf solche vertraulichen Inhalte hin zu überprüfen und dem EDÖB mit Frist von 30 Tagen entsprechend schriftliche Rückmeldung zu erstatten.





Bern, den 14. Dezember 2015

**EIDGENÖSSISCHER DATENSCHUTZ-  
UND ÖFFENTLICHKEITSBEAUFTRAGTER**

Der stellvertretende Beauftragte

Verfahrensleitender Jurist

Jean-Philippe Walter

Philipp Gisin