



# SMART DATA IM RETAIL

INTELLIGENTE LÖSUNGEN FÜR SICHERHEIT UND KUNDEN-WERTSTEIGERUNG IN SHOPPING CENTERN







# ZERO TOLERANCE BEIM THEMA SICHERHEIT: MIT UNSEREN LÖSUNGEN HANDELN SIE FAKTENBASIIERT, PROAKTIV UND ZIELGERICHTET

## UNSERE SMART SECURITY SOLUTION

### Hochqualitatives Datenmaterial

Unsere Systeme generieren und verarbeiten komplexes Datenmaterial aus Online- und Offline-Touchpoints. Wir vernetzen Daten unterschiedlichster Systeme für intelligente Datenbanken.

### Entscheidungsrelevante Analysen und Predictions

Daten werden analysiert, korreliert, mit Pattern verglichen und in Szenarien simuliert. Daraus entsteht eine minutenaktuelle Wissens-Basis für smarte Entscheidungen in jeder Situation.

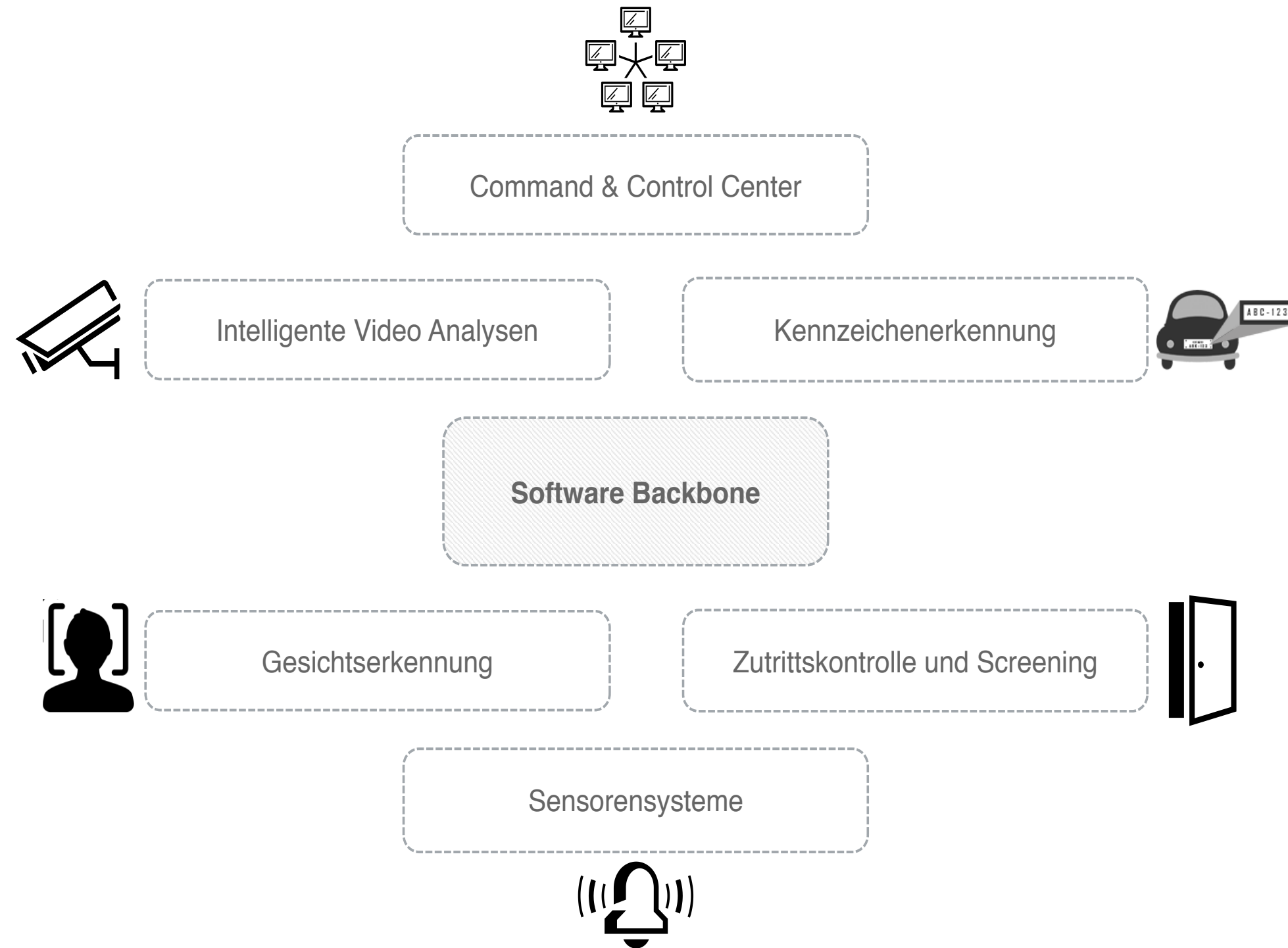
### Effektive Aktionen und Situational Awareness

Nach sorgfältig definierten Algorithmen spielen unsere Systeme Aktionen und Handlungsempfehlungen an Ihre Akteure. So handeln Sie in jeder Situation unmittelbar und proaktiv.



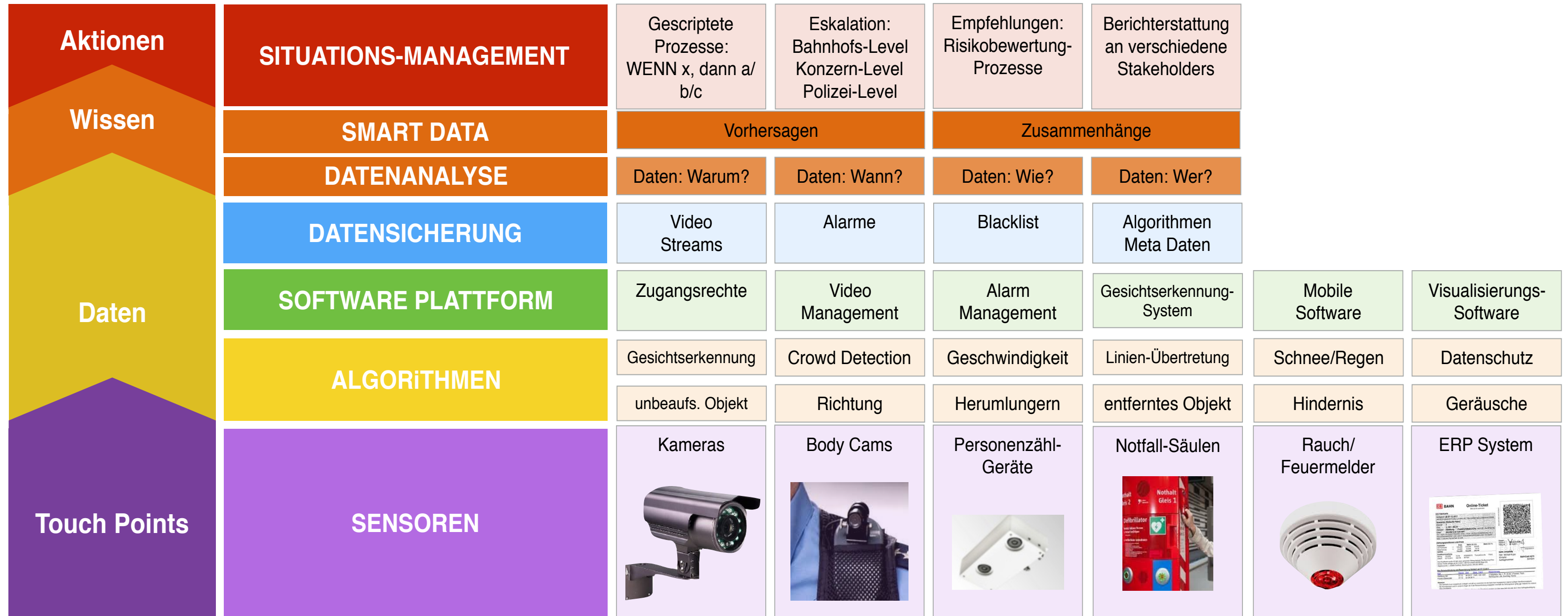


# Sicherheit bedeutet faktenbasiert und zielgerichtet handeln





# Alle Sicherheits-Systeme in einer integrierten Komplettlösung







# MIT UNSEREN SYSTEMEN VERSTEHEN SIE IHRE KUNDEN BESSER UND SCHAFFEN EINZIGARTIGE KUNDENERLEBNISSE

## UNSERE CUSTOMER JOURNEY SOLUTIONS

### Intelligente Datensysteme für anspruchsvolle Kunden

Kunden sind heute anspruchsvoller und intelligenter denn je. Mit unseren Systemen beobachten Sie das Verhalten Ihrer Kunden in vielfältigen Situationen. So erhalten Sie laufend wertvolle Insights, die jede Marktforschung in den Schatten stellen.

### Customer Analytics der neuen Generation

Unsere Lösungen integrieren Daten aus allen Phasen und allen Ebenen der Kundenbeziehung und korrelieren diese untereinander. So erkennen Sie komplexe Zusammenhänge im Verhalten Ihrer Kunden und setzen Ihre Budgets zielgerichtet ein.

### Smarte Marketinglösungen für die Customer Journey

Die Verschmelzung von virtueller und realer Welt ist für Ihre Kunden von morgen Normalität. Mit unseren Lösungen erreichen Sie Ihre Kunden auf allen Ebenen und schaffen so eine umfassende Customer Journey für Ihre Zielgruppe.

# Anspruchsvolle Kunden fordern eine intelligente Ansprache



## Customer Journey

Interagieren Sie mit Ihren Kunden vor, während und nach dem Einkaufserlebnis und schaffen Sie so eine verlängerte und intensivierte Customer Journey



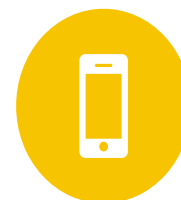
## Verhalten von Kundengruppen

Die zeitliche und räumliche Beobachtung und Vorhersage des Verhaltens Ihrer Kundengruppen ermöglicht smarte Ansprache und intelligente Nutzung Ihrer Flächen



## Kundenwertorientierung für effizientes Marketing

Segmentieren Sie Ihre Zielgruppe nach Werten und Potenzialen und designen Sie für jedes Kundensegment die passenden Marketingmaßnahmen



## Integrierte Online- und Offline Interaktion

Verstehen Sie wie sich Ihre Kunden in der Online- und Offline-Welt verhalten und schaffen Sie die Basis für eine integrierte MultiChannel-Interaktion.



## Ein Wort zum Thema Datenschutz



Öffentlich zugängliche Räume – zu denen etwa auch Einkaufszentren gehören – sind auch „weiche Angriffsziele“ für Täter, die auf Öffentlichkeit zielen. München hat dies mit einem Amokhintergrund gezeigt – Terroristen haben solche Ziele auch schon ausgewählt. Die Sicherung dieser Räume durch Videoüberwachung liegt bei den Betreibern solcher Zentren, die durch die Datenschutzaufsichtsbehörden der Länder überprüft werden.

Bei solchen Überprüfungsentscheidungen der Datenschützer müssen aus meiner Sicht Sicherheitsbelange stärker aufgenommen und gewichtiger in die durchzuführende Abwägungsentscheidung eingehen. Bei einer kürzlich erfolgten Bombendrohung in einem Einkaufszentrum in Dortmund hätten dann auch Videoaufzeichnungen zur Aufklärung der Sachlage beitragen können, wenn diese von den Datenschützern nicht untersagt worden wären.

Thomas de Maizière, Bundesminister des Inneren

Berlin, 11. August 2016

\*\*\* BERLIN, 10.11.2016 Die Große Koalition hat sich grundsätzlich auf weite Teile des von Innenminister Thomas de Maizière geforderten neuen Sicherheitspakets verständigt. De Maizière sagte, Einigkeit sei auch bei der Ausweitung der Videoüberwachung im öffentlichen Raum erzielt worden. Dazu werde es eine Änderung des Datenschutzgesetzes geben. Kameras sollen damit verstärkt auch in privaten Einrichtungen wie Einkaufszentren eingesetzt werden können. [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de) \*\*\*



# Datenschutz: Auf die regelkonforme Umsetzung kommt es an



Auf die regelkonforme Umsetzung kommt es an. Alle Systeme sind voll kompatibel mit den derzeit geltenden Bestimmungen, insbesondere des § 6 BDSG



## §



- Nach § 6b Absatz 1 BDSG ist das Beobachten öffentlich zugänglicher Räume per Videoüberwachung nur zulässig, soweit es zur Wahrnehmung des Hausrechts oder zur Wahrnehmung berechtigter Interessen für konkret festgelegte Zwecke (2.1.3.1.) erforderlich ist (2.1.3.2.) und keine Anhaltspunkte für das Vorliegen überwiegender schutzwürdiger Interessen der betroffenen Personen bestehen (2.1.3.3.)
- Nach § 6b Absatz 2 BDSG sind der Umstand der Beobachtung und die verantwortliche Stelle durch geeignete Maßnahmen erkennbar zu machen.
- Werden die Kameraaufnahmen einer bestimmten Person zugeordnet, ist diese Person darüber zu unterrichten (§ 6b Absatz 4 BDSG)
- Es ist zu erwarten, dass Videoüberwachung in Shopping Centern weiter ausgebaut wird und die Akzeptanz in der Bevölkerung weiter steigt.

- Die Installation von Touchpoints und die Erfassung von Daten sind mit den geltenden Regelungen zum Datenschutz vereinbar. Beispielsweise werden Videoaufnahmen soweit anonymisiert, dass keine Zuordnung zu einzelnen Personen erfolgt. Ausnahmen bilden polizeilich gemeldete, gefährliche Personen. Der volle Leistungsumfang ist dennoch gewährleistet.
- Die Daten aus dem G2K Knowledge Center ermöglichen aussagekräftige Analysen und entscheidungsrelevante Vorhersagen. Da hier mit Pattern, Verläufen und Segmenten gearbeitet wird, werden die Daten niemals Einzelpersonen zugeordnet.
- Personalisierte Daten können bei Kunden erfasst werden, die hiermit ausdrücklich einverstanden sind. Zahlreiche Marktforschungen haben gezeigt, dass Kunden zur Preisgabe und Erfassung persönlicher Daten bereit sind, wenn damit ein persönlicher Vorteil verbunden ist.







## KONTAKT



### Ihre Ansprechpartner

Frank Kemper

Pro Retail Consult  
GmbH & Co. KG  
Viktoria-Luise-Platz 7  
10777 Berlin

T +49 163 6 55 54 53  
[www.pro-retail.de](http://www.pro-retail.de)  
[info@pro-retail.de](mailto:info@pro-retail.de)

