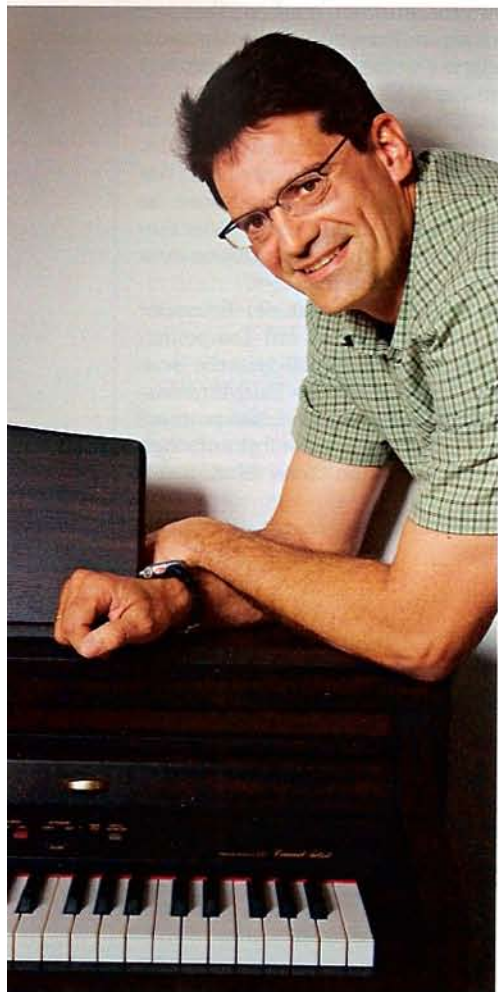


INTERNET

# Rabatt bei jedem Einkauf

Neue Prämien-Portale versprechen Käufern Nachlass bei Neckermann, Schlecker und 1500 weiteren Shops



**CLEVER BESTELLT** 250 Euro sparte Frank Almer beim Kauf seines E-Pianos, weil er über einen Vermittler orderte

Mitbarer Münze lässt sich Frank Almer fürs Einkaufen belohnen. Fast immer, wenn der Facharzt aus Schongau im Web einkauft, kassiert er ein paar Prozente auf seinen Einkauf. „In den vergangenen Monaten habe ich mehr als 350 Euro zurückbekommen“, freut sich der 43-jährige Familienvater, der Kinderspielzeug, Haushaltswaren und Kleidung online bestellt. Die Provisionen für seine Ausgaben erhält Almer von der Verbraucher-Community Yingiz, die Anfang dieses Jahres online ging. Sogar ein Klavier erwarb der Mediziner kürzlich über das Portal.

In Deutschland gibt es eine Hand voll Web-Seiten wie Yingiz, mit deren Hilfe Online-Shopper in der Regel zwischen einem und fünf Prozent ihrer Netto-Ausgaben erstattet bekommen. Provisionsbasierte Werbeformen machen dies möglich: Web-Shops zahlen Homepage-Betreibern umsatzabhängige Erfolgsprämien, wenn sie ihnen über Bannerwerbung Kunden vermitteln. Mit fünf Prozent des Warenkorbwerts – ohne Mehrwertsteuer – belohnen zum Beispiel Neckermann, Schlecker und der Elektronikversender Conrad die Werbetreibenden. Kleinere Anbieter lassen sogar zehn bis 20 Prozent springen. „Immer mehr Seitenbetreiber teilen sich die Vergütung mit den Käufern“, erklärt der Münchner E-Commerce-Experte Jochen Krisch. Konsumenten, die

einen Teil der Prämie einstecken wollen, müssen Web-Shops über ein sogenanntes Cashback-Portal ansteuern oder ein kleines Programm des Vermittlers in ihrem Browser installieren.

1,2 Millionen Euro erstattete der etablierte Dienst Yenomi innerhalb der vergangenen zweieinhalb Jahre. Zwei Architekten aus Fürth gründeten das Portal Ende 2005. „Das Geschäft läuft so gut, dass ich meinen Beruf an den Nagel gehängt habe“, berichtet der 28-jährige Geschäftsführer Daniel Beyer. Erfolg spricht sich herum. Die Gründer der Klingelton-Firma Jamba, Alexander, Marc und Oliver Samwer, investierten jüngst in das neue Prämien-Portal Adicash. Der Anbieter aus Jena vergütet seinen Kunden bei mehr als 1500 Shops stets zwei Prozent des Netto-Einkaufs. Mitbewerber PeterZahltAus.de teilt die Provision, die von Shop zu Shop variiert, zu gleichen Teilen mit dem Konsumenten. Yingiz überlässt sogar 60 Prozent der Prämie den Käufern.

Für Sparfüchse eine feine Sache, urteilt Internet-Berater Krisch. Der Fachmann warnt jedoch: „Die Cashback-Seiten haben nicht unbedingt den günstigsten Anbieter im Programm.“

Einige Händler ärgert es, dass sie nicht nur für Neukunden, sondern auch bei Stammkundschaft Vermittlungsprämien abdrücken sollen. So verbieten das Web-Kaufhaus Amazon und der Touristik-Konzern TUI bereits die Weitergabe der Provisionen an Käufer.

Das Portal Yingiz setzt daher nicht auf Vermittlungsprämien allein. Konsumenten sollen auf der Plattform auch Einkaufsgemeinschaften bilden, um Preise zu drücken. „Wenn wir eine Million Liter Kraftstoff auf einmal kaufen, zahlen wir für den Liter Benzin kaum mehr als einen Euro“, verspricht Geschäftsführer Stephan Grell vollmundig. Mehr als 200 Autofahrer wollen bereits ihren Jahresbedarf an Sprit gemeinsam erwerben.

## ERST ZUM VERMITTLER, DANN IN DEN SHOP

### Teilen mit Köpfchen

Cashback-Programme sind meist gratis. Wie viel Prozent der gezahlten Prämie der einzelne Anbieter für sich behält, verrät die Web-Seite [www.provisionstabelle.de](http://www.provisionstabelle.de).

### Sparen dank Toolbar

Eine spezielle Toolbar weist Teilnehmer beim Surfen auf mögliche Prämien hin. Wer vor dem Kauf auf das Toolbar-Fenster klickt, erhält automatisch Rabatt.

### BITTE RECHNEN

60 Prozent der Prämie erhält der Käufer

The screenshot shows a browser window with a toolbar for 'neckermann.de GmbH'. The toolbar displays a 5% discount and a 'Hier klicken!' button. Below the toolbar, there are promotional banners for 'Aktuelle Frühjahrestrends' and 'Jetzt verdienen: Hier klicken!'.

NOELANI WALDENMAIER

Foto: W. Heider-Sawall/Focus-Magazin