

Bonus-Programme beim Online-Shopping

Von Sebastian Wieschowski

Auch im Internet können Verbraucher beim Einkauf Prozente einstreichen, wenn sie bei Bargeld-Bonusprogrammen mitmachen. Die Prämien für dasselbe Produkt unterscheiden sich bei den Anbietern jedoch deutlich. Und kein Deal ohne Gegenleistung: Die Anbieter wollen dafür Daten.

Wenn es um ihre eigenen Daten geht, sind die Deutschen ein eigentümliches Völkchen. Bei Datenskandalen wird laut gejammert, doch um beim Einkauf ein paar Prozent Rabatt zu kassieren, lassen sie sich bereitwillig von Einzelhändlern durchleuchten. In zwei von drei Portemonnaies findet sich beispielsweise eine Paybackkarte. Fast jeder zweite Haushalt setzt auf Happy Digits. Und auch Verkehrsdienstleister wie die Bahn oder die Lufthansa, Schuhverkäufer wie Görtz oder Kaffeeröster wie Tchibo versuchen, loyale Kunden mit Plastikkarten und ein paar Vergünstigungen an sich zu binden.

Es war also nur eine Frage der Zeit, bis auch im Internet eigene Bonuspunkte-Systeme entstanden. Wer beim Buchkauf oder der Spielebestellung ein paar Euro zurückbekommen will, hat die Wahl zwischen mehreren Bargeld-Bonusprogrammen: AdiCash hat Provisionsabsprachen mit rund 1800 Internet-Läden getroffen. Mitbewerber Yenomi kommt auf etwa 820 Partner. PeterZahltAus, im Internet bereits durch einen kostenlosen Telefondienst bekannt, bietet Prämien beim Einkauf in rund 540 Shops an. Der einzige Unterschied zu Payback und Co.: Internet-Surfer müssen keine Karte beim Einkauf vorlegen.

Die drei ausgewählten Anbieter geben allerdings auch an, dass sie Daten ihrer Kunden nicht ohne deren Einverständnis vermarkten oder weitergeben. Alle bieten hierzu Opt-Out-Möglichkeiten an, die die Datenweitergabe verhindern sollen. Intern archivieren und nutzen die Firmen die Daten dagegen alle: Ein Missbrauchsrisiko verbleibt also, selbst wenn die Firmen selbst nichts mit den Daten anstellen - wie stets im Internet. Vor penetranter Werbung und den anderen Begleiterscheinungen der meisten Rabattsysteme soll man aber bewahrt werden.

Alles ganz einfach?

Auch für ungeübte Internet-Surfer ist die Benutzung von Bargeld-Bonusprogrammen kinderleicht: Bevor es Rabatt gibt, muss der Nutzer auf der Startseite des jeweiligen Rabattdienstes nach dem gewünschten Online-Händler suchen und diesen anwählen. Beim Einkauf übermittelt der Computer die Information, dass Kunde X vom Bonusprogramm Y weitergeleitet wurde. Kurz darauf erscheint auf dem Bonuskonto des Nutzers ein Anteil der Kaufsumme als Bonus.

Manche Portale erleichtern den Einkauf auch mit einer eigenen "Toolbar": Die kostenlose Ergänzung für das Internet-Surfprogramm registriert automatisch alle Online-Einkäufe. Die Nutzung der Toolbar ist allerdings nicht verpflichtend für den Kunden - es vereinfacht nur das Procedere. Prinzipiell sollte man auf die Nutzung von Toolbars, die quasi an das Browser-Programm angekoppelt werden, weitgehend verzichten. Sicherheitsupdates von Browser-Entwicklern beziehen sich immer nur auf die Kernprogramme, solche Add-ons können die Integrität des Browsers gefährden.

Und das bieten die Bonussysteme

Kompliziert wird es bei den Bonusbedingungen - die unterscheiden sich nämlich von Anbieter zu Anbieter stark: AdiCash zahlt normalerweise pauschal zwei Prozent des Kaufpreises zurück, egal bei welchem Internet-Laden der Kunde einkauft. Das entspricht dem Einkaufsbonus, den auch viele Kreditkartenanbieter ihren Kunden bieten.

Bis zum Jahresende wurde der Bonus jedoch auf vier Prozent verdoppelt. Neukunden erhalten bei der Registrierung ein Startguthaben von zehn Euro.

Ein solches Begrüßungsgeld bietet Mitbewerber PeterZahltAus nicht an, dafür sind hier höhere Provisionen drin: Das Portal schreibt seinen Nutzern pro Einkauf mindestens drei Prozent des Kaufpreises gut, bei erhöhter Kaufaktivität sind es bis zu fünf Prozent. Bei Yenomi.de gibt es keine pauschalen Prozentsätze, jedes Produkt ist mit einer eigenen Provision versehen - so gibt es bei bestimmten Einkäufen eine Provision von bis zu 17,5 Prozent - man muss kaum erwähnen, dass dies aber natürlich die Ausnahme

bleibt.

Vergleichen bringt Vorteile

Durch die unterschiedlichen Provisionen können Verbraucher leicht bares Geld verschenken, wenn sie über den ungünstigsten Bonusdienst einkaufen. Ein Beispiel: Beim Einkauf im Apple-Store sparen die Einkäufer über AdiCash mit vier Prozent am meisten, bei PeterZahltAus sind es drei Prozent und bei Yenomi nur 1,25 Prozent.

Bei anderen Marken kann Yenomi durch sein variables Prämienmodell dagegen kräftig punkten: Yenomi-Kunden erhalten im Beate-Uhse-Shop zehn Prozent zurück, AdiCash-Kunden dagegen nur zwei Prozent. Neben festen Prozentsätzen für Einkäufe mit klar definiertem Preis bieten die Portale auch Fixprovisionen für Dienstleistungen, die mit einer Einmalzahlung nicht abgegolten sind und Laufzeitverträge beinhalten. Für den Abschluss eines Comdirect-Tagesgeldkontos bekommen Verbraucher von Adicash einmalig 28 Euro ausgezahlt, bei Abschluss eines "O2 Genion"-Handy-Vertrags sind es 35 Euro.

Verschiedene Regeln gibt es auch bei der Auszahlung: Bei AdiCash wird der Bonus erst ab einem Kontostand von 30 Euro freigegeben - wer den Anmeldebonus von zehn Euro kassiert hat, muss trotzdem für 1000 Euro einkaufen, bevor er von seinem Bonus überhaupt etwas sieht. Mitbewerber Yenomi schüttet die Rückzahlung erst ab einem Kontostand von 20 Euro aus, PeterZahltAus rückt die Prämie ab dem ersten Euro raus.

Und was sagen die Verbraucherschützer?

Verbraucherschützer raten von der Teilnahme an Internet-Bonussystemen wie AdiCash nicht ausdrücklich ab, weisen aber auf die Nebenwirkungen der Schnäppchenjagd hin: "Wer online Rabattpunkte sammeln will, muss mit Werbemails rechnen", sagt Helke Heidemann-Peuser, Rechtsexpertin beim Bundesverband der Verbraucherzentralen.

Zudem hätten viele Verbraucher falsche Vorstellungen von den Möglichkeiten der Rabattsysteme - und vergessen vor lauter Sparwillen die klassischen Tipps, mit denen sich auch sparen lässt: "Manchmal hält die Punktejagd sicher auch vom Preisvergleich mit der Konkurrenz ab", meint Edda Castello von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Etwas Gutes kann die Verbraucherschützerin den Online-Diensten dennoch abgewinnen: "Grundsätzlich eröffnen Bonusprogramme dem Verbraucher jedoch einen leichten Zugang zu Rabatten, da kein Feilschgeschick nötig ist." Und ein noch so kleiner Rabatt ist besser als gar kein Nachlass.

URL:

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,596593,00.html>

© SPIEGEL ONLINE 2008

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH