

Übersicht und Vergleich der Cashback-Anbieter

Cashback-Programme					
Anbieter	Reichweite	Besonderheiten	Vorteile für Partner	Vorteile für Nutzer	Webadresse
Andasa	<ul style="list-style-type: none"> Mehr als 3.100 Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Mit der Registrierung erhalten Nutzer einen Casback-Gutschein im Wert von 10 Euro zur Begrüßung Zusätzliche Möglichkeit zu einer gebührenfreien MasterCard GOLD. Diese zahlt auf alle Kartenumsätze weltweit zusätzlich Cashback aus 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion in wöchentlichen Cashback-Aktionen und Aufnahme im Newsletter "Cashback News" Für Top-Shops gibt es die Kategorie Take5: 5% Provision auf alle Nettoumsätze werden zusätzlich an Nutzer ausgeschüttet Jahresaktion "Andasa sucht den Cashpacker des Jahres" promotet Shop-Partner auf Facebook und in wöchentlichen Gewinnspiel-Aktionen 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer können Andasa weiterempfehlen und 6 Euro Extra-Bonus zusätzlich für die Werbung bekommen Die Andasa MasterCard GOLD bietet 0,5% Extrabonus für jeden getätigten Einkauf im In- und Ausland 	www.andasa.de
BSW	<ul style="list-style-type: none"> Über 20.000 Partner vor Ort Über 300 Online-Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer müssen keine Punkte sammeln, sondern bekommen wirklich Geld zurück 	<ul style="list-style-type: none"> Keine Systemgebühren Umfangreiches Portfolio an Marketingmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> Beratung der Nutzer durch die BSW-Experten Auszahlung der Boni in bar direkt aufs Konto 	www.bsw.de
card4you	<ul style="list-style-type: none"> Über 2.100 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Das card4you Mehrwertprogramm ist modular aufgebaut und nach dem Whitelabel-Prinzip in verschiedenste Produkte und Medien integrierbar – vom Online-Konto, über Kredit- und Kundenkarten bis hin zu mobilen Endgeräten Die card4you Mehrwerte funktionieren ohne Punktesammeln 	<ul style="list-style-type: none"> Konsumfreudige und zahlungskräftige Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Individuelle Anpassungsmöglichkeiten entsprechend der eignen Konsum-Präferenzen 	www.card4you.de
iGraal	<ul style="list-style-type: none"> Über 1.500 Partner online 	<ul style="list-style-type: none"> Integration der Transaktionen im Account der Nutzer erfolgt stündlich iGraal Shopping-Toolbar: Ein Add-on im Browser, das Nutzer jederzeit und überall im Netz erinnert, wenn sie sich auf der Seite eines iGraal-Partner-Shops befinden 	<ul style="list-style-type: none"> verschiedene Werbeflächen mit flexiblen Laufzeiten Werbeflächen sind kostenlos und werden gegen Provisionserhöhungen oder exklusive Gutscheine vergeben 	<ul style="list-style-type: none"> Provisionserhöhungen werden immer 1:1 an die Nutzer weitergegeben 	www.igraal.de
Qipu	<ul style="list-style-type: none"> Über 150.000 Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Es werden Nahe zu 100% der Provision als Cashback an die User ausgezahlt 	<ul style="list-style-type: none"> Zusätzlicher Kanal, um mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten Eine weitere Möglichkeit für Online-Shops, ihre Kunden über ein Loyalitätsprogramm anzusprechen 	<ul style="list-style-type: none"> Wechselnde Themenwochen mit höheren SonderCashbacks 	www.qipu.de
yingiz	<ul style="list-style-type: none"> Über 2.100 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Jeder Nutzer kann Aktien an yingiz erwerben und sich so einen Anteil an der stark wachsenden Gemeinschaft sichern 	<ul style="list-style-type: none"> Zusätzlicher Kanal, um mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten 	<ul style="list-style-type: none"> Jeder Nutzer profitiert dauerhaft von Geld-zurück Provisionen, die weiterempfohlene Neunutzer oder neue Partner generieren 	www.yingiz.com

Übersicht und Vergleich der Cashback-Anbieter

Bonusprogramme					
Anbieter	Reichweite	Besonderheiten	Vorteile für Partner	Vorteile für Nutzer	Webadresse
DeutschlandCard	<ul style="list-style-type: none"> Mehr als 10.000 Partner Mehr als 12 Millionen Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Gesammelte Punkte können an der Kasse direkt mit den Einkäufen verrechnet werden Nutzer können Punkte auch an wohltätige Organisationen in ganz Deutschland spenden 	<ul style="list-style-type: none"> Durch das Programm und den häufigen Karteneinsatz der Teilnehmer (etwa sieben Mal im Monat) werden kanal- und branchenübergreifende Customer Insights generiert 	<ul style="list-style-type: none"> Entweder direktes Verrechnen der Punkte beim Bezahlen an der Kasse, Auswahl einer attraktiven Prämie oder Spenden an wohltätige Organisationen 	www.deutschlandcard.de
Payback	<ul style="list-style-type: none"> Über 600 Handels - und Onlinepartner Über 20 Millionen Endkunden 	<ul style="list-style-type: none"> Das bekannteste Bonusprogramm in Deutschland 	<ul style="list-style-type: none"> Zielgerichtete Ansprache potenzieller Kunden durch Multichannel-Ansprache der Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Täglich wechselnde Deals, die bei Payback exklusiv angeboten werden 	www.payback.de
Webmiles	<ul style="list-style-type: none"> Über 500 Partner online Mehr als 2,6 Millionen Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Vielfältige Möglichkeiten über die Bonusmeilen gesammelt werden können Erhalt von Bonusmeilen auch bei der Teilnahme an Umfragen oder bei der Abgabe von Bewertungen 	<ul style="list-style-type: none"> Einsatz der Onlinegutscheine im Webmiles-Prämienshop erhöht die Wiederkaufsrate der Kunden Nachweisliche Senkung der Retourenquoten 	<ul style="list-style-type: none"> Erneute Bonusmeilen bei der Einlösung von Webmiles-Gutscheinen 	www.webmiles.de
tamola	<ul style="list-style-type: none"> Mehr als 1.000 integrierte Online-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Bei jedem Einkauf gibt es statt Bonuspunkten bares Geld zurück. User können sich gesammeltes Guthaben wöchentlich auszahlen lassen 	<ul style="list-style-type: none"> Partner haben die Möglichkeit, über tamola Umsatz und Traffic zu generieren 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer profitieren von den Werbeprovisionen, die tamola weitergibt 	www.tamola.de

Empfehlungsprogramme					
Anbieter	Reichweite	Besonderheiten	Vorteile für Partner	Vorteile für Nutzer	Webadresse
aklamio	<ul style="list-style-type: none"> Über 750 Online-Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Social Affiliates: Produkte per Email, Facebook oder Twitter Freunden empfehlen Empfehlen erhalten eine Provision, sobald aus ihrer Empfehlung eine Bestellung resultiert Jedes Mitglied entscheidet selbst, ob er/sie die Provision behält, mit Freunden teilt oder diese an eine der mit aklamio kooperierenden wohltätigen Organisationen spendet 	<ul style="list-style-type: none"> Partner können die Social Affiliate Technologien von aklamio direkt auf den eigenen Webseiten, in Emails oder auf Facebook einsetzen und ihre Kunden so in Social Affiliates verwandeln Speziell auf mobile Endgeräte abgestimmte Lösungen machen aus Offline-Kunden Social Affiliates und multiplizieren die Menge möglicher Empfehler 	<ul style="list-style-type: none"> Aklamio kooperiert mit vielen Partnern exklusiv Nutzer profitieren darüber hinaus von Auszahlungen bereits ab einem Euro, Provisions-Tracking in Echtzeit sowie einem umfangreichen Kundensupport 	www.aklamio.com
bee5	<ul style="list-style-type: none"> Über 3.500 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer können Produkte über Empfehlungslinks weiterempfehlen und Bargeldbonus erhalten 	<ul style="list-style-type: none"> Word-of-Mouth-Marketing in Social Media durch zufriedene Nutzer 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer erhalten Bargeldbonus für jeden Kauf, der aus ihrer Empfehlung resultiert 	www.bee5.de

Übersicht und Vergleich der Cashback-Anbieter

Charity-Cashback-Programme					
Anbieter	Reichweite	Besonderheiten	Vorteile für Partner	Vorteile für Nutzer	Webadresse
Bildungsspender	<ul style="list-style-type: none"> Über 1.400 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Vergütungen aus der Nutzung der Websuche werden zu 90% nach einem Value-Click-Pricing-Modell monatlich an die Einrichtungen ausgeschüttet. Aus den restlichen 10% finanziert sich Bildungsspender In der Regel landet das Geld bei einer Kita oder Schule, die die Kinder des Mitglieds besuchen oder z.B. bei dem Sportverein, in dem das Mitglied selbst aktiv ist 	<ul style="list-style-type: none"> Bildungsspender bietet den Partnern ein positiv besetztes Umfeld Über das Spendenformular sind auch sogenannte HelpCards einlösbar Diese können von Partnern zum Beispiel als Incentivierung und Beigaben bei Verkaufsaktionen eingesetzt werden 	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von Bildungseinrichtungen und gemeinnützigen Projekten 	www.bildungsspender.de
gooding	<ul style="list-style-type: none"> Über 900 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> 100% der Prämien wird von Gooding an die gemeinnützigen Organisationen und Projekte weitergegeben Finanziert wird Gooding durch Unternehmen, die Werbung schalten und in diesem Bereich Aktionen umsetzen 	<ul style="list-style-type: none"> Partner können auf eine neue Art auf sich aufmerksam machen 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer können sich mit Hilfe ihrer Online-Einkäufe engagieren und ihren Lieblingsverein unterstützen 	www.gooding.de
gynny	<ul style="list-style-type: none"> Über 1.300 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Auf gynny.de können Nutzer Projekte ihrer Wahl unterstützen Jedes beliebige Projekt kann innerhalb von Minuten eingestellt werden Es gibt keine Bewerbungsprozesse oder sonstige Hindernisse für das Anlegen von Projekten 	<ul style="list-style-type: none"> Jeder Bonus für ein gemeinnütziges Projekt kommt damit einem karitativen Zweck zu Gute. Das hat auch positive Auswirkungen auf die CSR der Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer können beliebige Projekte unterstützen ohne hierfür eigenes Geld in die Hand zu nehmen Als Projektinitiator hat das Mitglied neuartige Finanzierungsmöglichkeiten 	www.gynny.de
Klubkasse	<ul style="list-style-type: none"> Über 1.800 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Klubkasse kanalisiert und verteilt die Einnahmen und erschließt damit Sportvereinen eine völlig neue Einnahmequelle Provision werden anteilig in die Klubkasse des vom User gewählten Vereins (im Durchschnitt 2% vom Netto-Umsatz) gezahlt 	<ul style="list-style-type: none"> Klubkasse verbindet Werbetreibende mit sportaffinem Massenpublikum und Sportvereinen Partner profitieren von vereinsunterstützendem Online-Shopping der "Fan/Mitglieder-Crowd" 	<ul style="list-style-type: none"> Bei Klubkasse summieren die vielen kleinen Beträge durch die Einbeziehung der Crowd zu für die Klubs nennenswerten Erträgen Der User kann live den Erfolg seiner Aktivität verfolgen 	www.klubkasse.de
Schulengel	<ul style="list-style-type: none"> Über 1.100 Partner-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> Für den Betrieb und die Weiterentwicklung des Portals behält Schulengel 30% der Prämien ein 70% fließen nach Freigabe und Auszahlung durch das Netzwerk immer zu Quartalsbeginn auf die jeweiligen Spendenkonten der Vereine 	<ul style="list-style-type: none"> Zusätzlicher Kanal, um mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten Positive Auswirkungen auf Reputation der Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von Bildungseinrichtungen und gemeinnützigen Projekten 	www.schulengel.de