



I. Einleitung

Freebies: Dreiste Abzocke oder echte Chance?

Lange Zeit waren Freebies in aller Munde: Viele Internetseiten berichteten begeistert von dem neuen Marketingkonzept, mit dem angeblich jeder ganz einfach und vor allem kostenlos Ipods, Laptops und viele andere Hightech-Produkte bekommen sollte. Doch was steckt wirklich dahinter?

Wir stellen Ihnen hier das Prinzip der sog. Freebies vor. Vor allem wollen wir aber auch auf die Probleme verweisen und zeigen, warum Freebies eigentlich doch gar nicht kostenlos sind.

Warum so kritisch?

Zugegeben: Noch lange bevor unser Projekt Gratisfalle.de geplant war, waren auch wir begeistert von den Gratisprodukten oder Freebies und haben auch erheblichen Aufwand betrieben, um uns einige der begehrten Prämien zu sichern. Wir haben vieles aus der Szene erlebt - und nicht nur Negatives. Dennoch glauben wir nach vielen Enttäuschungen, dass die Teilnahme bei einem Freebie-Anbieter nur noch teilweise empfohlen werden kann, auch wenn es durchaus wenige (!) Anbieter gibt, bei denen wir eine Teilnahme guten Gewissens tatsächlich empfehlen können. Mehr dazu auch in unserem Fazit weiter unten.

**Im Internet erreichen Sie unser Spezial zu Freebies
inkl. Anbietertipps unter der Adresse:**

www.Freebies.Gratissfalle.de



II. Ein Blick zurück ...

Eine kleine Geschichte des Freebie-Prinzips

Das Freebie-Prinzip wurde im Jahr 2004 von der in den USA bereits seit 2001 tätigen Firma "Gratis Internet" als neuartiges Marketingkonzept entwickelt. Mit dem Namen "Freepay" machte "Gratis Internet" im Jahr 2005 auch den Sprung nach Europa und bot die sog. Freebies auch für Deutsche an. Zu den ersten Prämien gehörten die besonders beliebten "gratis" Ipods und bald auch "gratis" Laptops und "gratis" PlaystationPortables.

Die ersten Beweise

Schnell war das Freebie-Prinzip in aller Munde. Bald tauchten auch die ersten Berichte von glücklichen Mitgliedern auf, die tatsächlich ihre Prämien erhalten hatten. Gleichzeitig konnte "Gratis Internet" beeindruckende Zahlen aufweisen: Das Unternehmen gehörte zeitweise zu den TOP 20 der am schnellsten wachsenden US-Unternehmen und konnte allein im Jahr 2004 angeblich einen Gewinn von über 20 Millionen US-Dollar erzielen.

Wie es immer ist: Eine erfolgreiche Idee findet schnell Nachahmer. Bald kopierten zahlreiche Unternehmen die Idee von Freepay.com und brachten eigene Freebie-Seiten auf den Markt. Schnell entwickelte sich ein regelrechter Hype um die Gratisprodukte. Bald wurde es auch praktisch jedermann möglich eine Freebie-Seite zu eröffnen, weil man vorgefertigte Skripte bequem im Internet kaufen konnte.

Der Anfang vom Ende?

Einen empfindlichen Dämpfer bekam das Freebie-Prinzip als im Jahr 2006 ausgerechnet bei Freepay.com plötzlich immer mehr User von Problemen berichteten: Angeblich wurden Mitglieder grundlos gekündigt, Prämien nicht versandt, der Support schwieg sich aus. Ziemlich undurchsichtig war die Lage v.a. auch deswegen, weil auch immer wieder von erfolgreichen Prämien sendungen berichtet wurde.

Heute sind noch zahlreiche Freebie-Anbieter in Deutschland aktiv - viele haben sich aber meist auch ohne eine Entschädigung für die Mitglieder klammheimlich aus dem Freebie-Markt verabschiedet, oft einfach durch die Abschaltung der Domain. Gerade deshalb ist heute besondere Vorsicht geboten.

III. Anleitung

Gratisfalle.de erklärt das Freebie-Prinzip

1

Informieren und registrieren

Sie haben sich für einen Freebie-Anbieter entschieden, der Ihnen einen "kostenlosen" Ipod anbietet. Auf seiner Internetseite finden Sie Informationen zu dem Angebot des Anbieters. Sie wählen Ihre Wunschprämie aus und melden sich an. Die Anmeldung ist - zunächst - kostenlos und unverbindlich.

2

Einloggen und Voraussetzungen für die Prämie erfüllen

Nach Ihrer kostenlosen Anmeldung bei dem Anbieter haben Sie persönliche Benutzerdaten erhalten, mit denen Sie auf der Homepage des Anbieters ständig verfolgen können, wie weit Sie die Anforderungen für Ihre Gratisprämie schon erfüllt haben. Loggen Sie sich nun mit Ihren Benutzerdaten bei dem Anbieter ein. Sie finden in Ihrem Benutzerbereich nun eine Liste mit Angeboten von Werbepartnern des Anbieters. Um sich für das Gratisprodukt zu qualifizieren müssen Sie an einem Angebot teilnehmen.

3

Warten und Freunde werben

Nachdem Sie ein Angebot wahrgenommen haben, heißt es erstmal: Warten. Der Anbieter überprüft, ob Sie alles richtig gemacht haben und schaltet Sie dann in der Regel automatisch frei. Das kann einige Zeit dauern. Wenn es mehrere Wochen dauert, empfehlen wir Ihnen, beim Anbieter nachzufragen, warum es so lange dauert - oftmals funktioniert die Zuordnung nicht korrekt, so dass Ihre Angebotsteilnahme nachträglich manuell erfasst werden muss.

Damit es während der Wartezeit nicht langweilig wird, können Sie sich gleich an Nr. 2 der Anforderungen machen, die zu Ihrer "Gratis-Prämie" führen: Sie müssen nun eine je nach Prämie unterschiedliche Anzahl an Freunden werben, die sich ebenfalls für die "Gratis-Prämie" anmelden und auch ein Angebot bei dem Anbieter wahrnehmen. Damit Ihnen die neuen Mitglieder, die von Ihnen geworben werden, auch zugeordnet werden können, finden Sie in Ihrem Benutzerbereich bei einem Freebie-Anbieter einen persönlichen Link vor, den Sie an Ihre Freunde und Bekannte weitergeben können. Alle, die sie über diesen Link bei dem Anbieter registrieren, werden automatisch Ihrem Freundeskreis zugeordnet.

4

Auf die Gratis-Prämie warten

Sie haben nun also selbst an einem Angebot teilgenommen und auch die erforderliche Anzahl an Freunden geworben, die sich über Ihren Link ebenfalls angemeldet haben und an einem Angebot teilgenommen haben. Wenn Sie alle Anforderungen erfüllen, können Sie nun Ihre Prämie anfordern.



IV. Freebies - Die Theorie

Das Freebie-Prinzip in der Theorie: Es funktioniert!

Freebies - Gutes Geschäft für die Anbieter

Wir haben schon häufiger auf Gratisfalle.de festgestellt: Niemand hat etwas zu verschenken. Und natürlich verleitet auch die Freebie-Anbieter nicht Menschenliebe dazu, kostenlos Ipods und Co unters Volk zu bringen. Dass sich das Freebie-Prinzip auch (und gerade) für die Anbieter der Prämien lohnt, beweist nicht zuletzt der eindrucksvolle Gewinn von angeblich 20 Millionen US-Dollar, den die Mutterfirma des Freebie-Pioniers Freepay "Gratis Internet" allein im Jahr 2004 erzielen konnte.

Wie funktioniert das Freebie-Prinzip?

Im Prinzip ist schnell erklärt, womit die Anbieter von Freebies ihre Prämien finanzieren. Wie oben beschrieben müssen alle Mitglieder des Anbieters, die sich für den Erhalt einer Gratisprämie qualifizieren wollen, an einem Angebot teilnehmen, das ein Werbepartner des Freebie-Anbieters zur Verfügung stellt.

Welche Angebote gibt es?

Die Angebote, die Freebie-Anbieter ihren Mitgliedern anbieten, stammen meistens aus dem Bereich Online-Shopping: Man muss ein Produkt in einem Online-Shop bestellen, an einer Aktion eines Online-Shops teilnehmen, ein Abo buchen (z.B. ein Zeitschriftenabo, aber auch Abos für DVD-Verleihe o.ä.). Häufig geht es auch um die teilweise auch kostenlose Teilnahme bei Online-Diensten (z.B. Spieleportalen).

Was bringt dem Freebie-Anbieter die Angebotsteilnahme?

Der Anbieter der Freebies erhält für jeden Kunden, den er an seine Werbekunden vermittelt, eine Provision. Nach unseren Schätzungen bringt die Angebotsteilnahme eines Mitglieds einem Freebie-Anbieter i.d.R. mind. 15 Euro ein. Daraus kann man natürlich noch kein Gratisprodukt finanzieren - das wäre ein ziemliches Verlustprojekt. Nun sieht aber das Freebie-Konzept ja vor, dass das Mitglied nicht nur selbst an einem Angebot teilnimmt, sondern auch eine bestimmte Anzahl an Freunden wirbt, die sich anmelden und ebenfalls ein Angebot annehmen. Für einen Ipod hat sich die Anzahl der Freunde, die geworben werden müssen, üblicherweise bei 5. Also verdient der Freebie-Anbieter schon mal (wenn wir von 15 Euro pro Angebotsteilnahme ausgehen) 6 mal 15 Euro durch die Angebotsteilnahme, das sind 90 Euro. Immer noch kein Ipod. Allerdings schaffen es viele Mitglieder nie, sich tatsächlich für ein Gratisprodukt zu qualifizieren: Einige nehmen zwar ein Angebot wahr, beenden aber dann ihre Anstrengungen - meistens weil sie bemerken, dass es doch gar nicht so einfach ist, neue Kunden für den Freebie-Anbieter zu gewinnen, die sich nicht nur anmelden, sondern auch ein Angebot wahrnehmen. An diesen



"Kunden" verdient der Freebie-Anbieter. Daneben sind natürlich auch die Mitglieder beliebt, die mehr aktive Mitglieder werben als für das Freebie nötig wären. Auch daran verdient der Freebie-Anbieter.

Fazit: Das Freebie-Prinzip funktioniert

Gratisfalle.de ist überzeugt: Das Freebie-Prinzip funktioniert bestens. Nicht zu übersehen aber ist, dass es sowohl für den Anbieter als auch die Mitglieder mit einigen Mühen und Anstrengungen verbunden ist, die oft verschwiegen werden. Wir haben uns Gedanken darüber gemacht, was das Freebie-Prinzip in der Realität oft schwierig macht. Mehr dazu weiter unten.

**Im Internet erreichen Sie unser Spezial zu Freebies
inkl. Anbiertipps unter der Adresse:**

www.Freebies.Gratidfalle.de



V. Freebies - Die Praxis

Die Praxis: Die Schwierigkeiten der Freebie-Anbieter

Das Freebie-Prinzip haben wir oben erklärt. Alles sieht ganz einfach aus und wunderbarerweise scheinen sowohl der Anbieter von Freebies als auch das Mitglied eines solchen Dienstes enorm davon zu profitieren.

In der Praxis sehen wir aber zahlreiche Schwierigkeiten, die das Freebie-Prinzip bereithält. Auf Anbieterseite sind das für uns folgende:

- **Große Konkurrenz, viel Gleichmaß**

Inzwischen gibt es sehr viele Freebie-Anbieter, die nicht nur auf dem selben Prinzip beruhen, sondern auch sehr ähnliche Prämien anbieten.

- **Werbepartner dringend gesucht!**

Viele Freebieanbieter bieten nicht nur die gleichen Gratisprodukte an - auch die Liste der Werbepartner ist sich meist sehr ähnlich. Es scheint schwierig zu sein, viele und neue Werbepartner zu finden: Zu oft nehmen die Mitglieder ein Angebot nur wahr, um sich für eine Gratisprämie zu qualifizieren und nicht aus Interesse am Angebot. Daran kann ein Werbepartner i.d.R. natürlich nicht interessiert sein.

- **Support und Tracking**

Um sich für ein Freebie zu qualifizieren, muss man an einem Angebot teilnehmen. Der Anbieter der Freebies muss nun ein geeignetes Tracking-System besitzen, um die wahrgenommen Angebote auch den Mitgliedern zuordnen zu können. Oftmals funktioniert das nicht richtig - v.a. wenn Mitglieder keine Cookies akzeptieren. Eine manuelle Nachbestätigung ist dann immer mit Aufwand verbunden. Und der Support scheint uns sowieso schon sehr viel Zeit zu verschlingen: Viele Mitglieder fragen schnell nach, wenn ein Angebot nicht gleich bestätigt wird oder nerven den Support mit Fragen, die sowieso schon auf der Homepage geklärt sind. Das kostet Zeit. Und Zeit ist Geld.



Die Praxis: Die Schwierigkeiten der Mitglieder

Es sieht alles so einfach aus: Man meldet sich an, wirbt ein paar Freunde und bekommt innerhalb kürzester Zeit einen nagelneuen Ipod oder Laptop frei Haus zugeschickt. Doch ganz so einfach ist es nicht. Viele Mitglieder übersehen, dass der Erhalt eines Freebies mit Aufwand und auch Kosten verbunden sein kann.

Wir haben einige Probleme zusammengetragen, die das Freebie-Prinzip aus unserer Sicht für die Mitglieder birgt:

- **"Schnell und gratis" - Falsche Vorstellungen bei den Mitgliedern**

Schwierigkeit Nummer 1: Viele Anbieter von Freebies preisen auf ihren Seiten an, wie einfach und schnell jedermann eine Gratisprämie erhalten kann. Doch dieser Eindruck täuscht: Nach der Anmeldung muss man erst an einem Angebot teilnehmen, das in den meisten Fällen mit Kosten verbunden ist (so viel zum Thema "Gratisprämie" ...) - und oftmals sind die Angebote zudem nicht wirklich interessant für die Mitglieder. Danach dauert es einige Zeit bis das Angebot freigeschaltet wird. Und bis man eine ausreichende Anzahl an Freunden geworben hat, die dasselbe tun - das kann lange dauern.

- **Freebie = Langeweile?**

Inzwischen ist das Freebie-Prinzip nicht mehr als wirklich neu zu bezeichnen. Am Anfang des Freebie-Hypes war es sicher einfacher neue Mitglieder für die Freebies zu gewinnen. Doch inzwischen ist das einst so innovative Konzept tausendfach kopiert worden und lockt nicht mehr so viele Interessenten hinter dem Ofen hervor wie zu Beginn. Da kann es schwierig werden die ausreichende Anzahl an Freunden zu werben ...

- **Negative Berichterstattung und Unsicherheit**

Am Anfang war es interessanterweise genau umgekehrt: Diverse Medien (auch z.B. Bild.de und CNN) berichteten von dem neuartigen Marketingkonzept mit den Freebies und zeigten, dass es wirklich funktioniert. Das macht natürlich Eindruck auf die potentiellen Mitglieder. Inzwischen haben sich aber mehr die Berichte über Freebie-Anbieter gehäuft, die sich nicht an ihre Versprechungen halten oder plötzlich einfach von der Bildfläche verschwinden (z.B. Webfreebies.de). Das schafft nicht gerade Vertrauen. Dabei gibt es noch einige positive Netzwerke - aber die haben es inzwischen schwieriger wegen der negativen Publicity vieler Konkurrenten.



VI. Freebies – Unser Fazit

Tolles Prinzip, schwierige Umsetzung

Wir sind überzeugt, dass das Freebie-Prinzip sowohl für die Anbieter von Gratisprämien als auch die Mitglieder gut funktionieren kann. In der Praxis ist es allerdings leider so, dass es nur noch wenige Freebie-Anbieter gibt, die wir empfehlen können - viele sind an den von uns oben beschriebenen Schwierigkeiten gescheitert.

Unser Tipp: Vertrauen Sie keinem!

Grundsätzlich empfehlen wir Ihnen jedem Freebie-Anbieter mit einem gesunden Misstrauen zu begegnen. Bevor Sie sich anmelden sollten Sie sich im Internet informieren, ob ein Anbieter als seriös eingestuft wird. Suchen Sie nach Beweisbildern und nach Foren, in denen über Ihren Freebie-Anbieter diskutiert wird und machen Sie sich ein Bild von dem Anbieter! Achten Sie auch auf die Einsendedata der Beweisphotos: Es gibt viele Anbieter, die zuerst sehr aktiv sind und viele Prämien verschicken und dann plötzlich klammheimlich von der Bildfläche verschwinden.

Die Gratisfalle.de Anbietertipps

Gratisfalle.de begleitet den Freebie-Markt seit seinem Beginn sehr interessiert. Wir haben viele Enttäuschungen erlebt und nur wenige Anbieter kennengelernt, die wir derzeit (!) guten Gewissens empfehlen können. Bei allen unseren Vorstellungen handelt es sich um Anbieter, die schon lange auf dem Markt aktiv sind und bei denen wir auch aktiv teilnehmen. Bei diesen von uns vorgestellten und empfohlenen Anbietern von Gratisprämien ist es tatsächlich möglich günstig an wertvolle Prämien zu kommen.

... oder nutzen Sie unsere Alternativ-Tipps

Es müssen nicht unbedingt Freebies sein - Gratisprodukte gibt es zuverlässig und legal auch andersorts im Internet, z.B. als Gratisprämien für Zeitschriftenabos oder als Beigabe bei Ihrem neuen Handy. Wir stellen Ihnen interessante Alternativ-Anbieter vor.

Fragen Sie uns!

Wenn Sie Fragen zu einem Freebie-Anbieter haben, scheuen Sie sich nicht und fragen uns. Gerne diskutieren wir auch mit Ihnen, wenn Sie andere Ansichten als wir haben.

Bitte schreiben Sie einfach an gratisfalle@dontos.de.

Stand: Mai 2007 – Alle Rechte vorbehalten – Dieses Ebook spiegelt die persönliche Meinung von Gratisfalle.de wider – Es gilt der Haftungsausschluss von www.gratisfalle.de