

Die Wahrheit über Cashback und Geld-zurück-Programme

Ob Nutella, Ziegenkäse, Spülmittel oder Cornflakes: Auf nahezu allen bekannten Produkten im Supermarkt haben wir in den letzten Jahren „Geld zurück“- oder „Gratis“-Hinweise gesehen. Im Supermarkt bekommt der Kunde angeblich ständig etwas geschenkt.

Ein Beispiel: Für 2,49 Euro gibt es bei Rewe den Chavroux Ziegenfrischkäse. Seit Kurzem finden sich immer wieder „Gratis probieren“-Aufkleber auf der Verpackung. Die französische Marke verspricht, dem Verbraucher den Kaufpreis zurück zu überweisen. Und tatsächlich: Auf der [Website von Chavroux](#) kann jeder, der den Käse gekauft hat, seine Daten eingeben und sein Geld zurückfordern. Portale wie Sparwelt.de listen täglich neue Deals auf. Warum macht der Hersteller das? **Der Preis, den die Kunden für den Käse zahlen, sind seine Daten!** Um den Betrag zurück zu bekommen, muss der Kunde neben dem Kassenschein Daten wie die E-Mail-Adresse, den Namen, die Postleitzahl und auch die Bankverbindung angeben. **Sensible Daten waren wohl noch nie so preiswert.**

Neue [#Cashback](#)-Aktion: [#Chavroux](#) Ziegenkäse "Die milde Rolle" gratis testen – [#hamsterrausch](#) <https://t.co/TXgc5gp0Upic.twitter.com/NbawxkLt3S>

– Hamsterrausch (@hamsterrausch) [December 1, 2017](#)

Wie seriös ist Cashback?

Ein ähnliches System steckt hinter sogenannten Cashback-Programmen. Portale wie Shoop werden immer beliebter haben sich darauf spezialisiert, Kunden nach dem Einkauf in Online-

Shops wie Deichmann, Media Markt oder Ikea einfach ein paar Prozent des Kaufpreises zurück zu überweisen – und zwar ohne [das Sammeln von Bonuspunkten](#), wie es etwa bei Payback der Fall ist.

Auch hier stellt sich schnell die Frage: Warum machen die das? **Anbieter wie Shoop bekommen Provisionen, wenn du etwas bei einem der Partnerportale kaufst – weil sie neue Kunden in deren Shops gelockt haben.** Davon geben sie einen Teil an ihre Kunden weiter. Wie hoch die Ersparnisse sind, ist von Shop zu Shop unterschiedlich – mal sind es 2 Prozent, mal 10 Prozent.

Die Verbraucherzentrale NRW sieht in den Cashback-Programmen durchaus eine Möglichkeit, Geld zu sparen – warnt allerdings auch vor dem Kleingedruckten. **Oft gibt es Einschränkungen, wenn man den Rabatt nutzen will. So gilt er meist nur auf bestimmte Produkte im Sortiment.** Auch könne es oft eine ganze Weile dauern, bis das Geld tatsächlich überwiesen ist.

Vorsicht bei Gratis-Versprechen im Supermarkt

Ständig sind etwa Waschmittelverpackungen im Supermarkt mit großen, neongelben Aufklebern versehen, auf denen „Gratis“ steht. Suggestiert wird, dass es mehr Inhalt zum selben Preis gibt.

Werbeexperten und Verbraucherschützer warnen: **Wenn diese Werbung über einen langen Zeitraum geht, ist das irreführende Preiswerbung und daher verboten!** Die Hamburger Verbraucherzentrale erlangte dabei interessante Erkenntnisse: Bei Persil schrumpfte der Inhalt Jahr für Jahr. Von 20 Waschladungen schrittweise auf 15. Dann wurde der Inhalt wieder auf 20 Waschladungen erhöht. Jetzt war der Preis aber von 3,55 Euro auf 5,95 Euro angehoben worden – fast 70 Prozent Preissteigerung!

„Gratis“ ist für den Verbraucher zunächst einmal verlockend. Häufig ist aber schwer nachvollziehbar, was ein Produkt ursprünglich eigentlich gekostet hat. Die [riesigen Werbe-Sparpreise](#) sind so sehr zur Normalität geworden, dass die Extraportion ganz normal ist. Wir Verbraucher haben keine Ahnung, was das Produkt eigentlich ohne Kosten würde. So schaffen es die Marken, uns falsche Fakten zu vermitteln. Das führt dann dazu, dass wir gar nicht mehr sagen können, ob ein Produkt preiswerter oder im Endeffekt teurer als sonst war.

So bleibt uns in den Supermarktgängen nicht anderes übrig, als **auf den Wettbewerb zwischen Herstellern und unsere eigenen Rechenkünste zu setzen.** Wenn dir dann der Preis für ein Produkt komisch vorkommt, ist er das wahrscheinlich auch.