Pressemitteilung

Cashback - Verlockungen mit Geld-Zurück-Garantie?

Elmshorn, den 30.03.2026 – Nachdem der Tourismusexperte Dr. Martin Linne in einem aktuellen Beitrag eines großen Verbrauchermagazins zum Thema Cashback im Online-Reisevertrieb interviewt wurde, ergänzt er nun zentrale Aspekte, die die Wirkungen auf Konsumenten beschreiben. In einem neu veröffentlichten Blog mit Erklärvideo erläutert Linne, welche ökonomischen und psychologischen Wirkmechanismen hinter Cashback-Angeboten stecken – und warum Verbraucher:innen diese Modelle oft anders wahrnehmen, als sie realwirtschaftlich funktionieren.

Cashback als verdeckter Kundenkredit

In seinem Video macht Linne deutlich: Viele Verbraucher:innen sehen Cashback-Aktionen als „Bonus" oder „Belohnung". Tatsächlich fungiert Cashback jedoch wirtschaftlich häufig als kurzfristiger, zinsloser Kundenkredit an den Onlinehändler. Die Rückzahlung an den Kunden erfolgt oft erst Monate nach der Buchung, während der Kunde von einem normalen Rabatt sofort profitieren könnte.

> „Cashback fühlt sich für Kundinnen und Kunden wie ein Vorteil an – faktisch finanzieren sie aber Teile des Geschäftsmodells des Anbieters vor. Diese ökonomische Dynamik wird selten offen kommuniziert", so Martin Linne.

Warum Rabatte und Cashback so stark wirken

Im Video geht Linne zudem auf psychologische Effekte ein, die seit Jahren in der Verhaltensökonomie gut dokumentiert sind:

- Sofortige Belohnungsversprechen aktivieren das Belohnungssystem stärker als rein monetäre Rationalität.
- Verbraucher:innen überschätzen prozentuale Rabatte, vor allem bei höheren Reisepreisen.
- Rückzahlungen wie Cashback werden oft als „Extras" verbucht – und nicht als Teil des ursprünglich gezahlten Preises.

Geschäftsverbindung
Tourismus Lotsen UG (haftungsbeschränkt)
Sitz der Gesellschaft: Elmshorn
Handelsregister: Amtsgericht Pinneberg, HRB 10565 PI
Gerichtsstand: Amtsgericht Pinneberg
Geschäftsführung: Birte Sievers & Dr. Martin Linne

Diese Effekte führen dazu, dass Kund:innen Angebote als attraktiver wahrnehmen, selbst wenn der reale wirtschaftliche Vorteil gering ist oder zeitlich stark verzögert eintritt.

Relevanz für Verbraucher- und Branchenkommunikation
Im Reisevertrieb haben Cashback-Modelle in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Linne sieht daher einen wachsenden Bedarf an klarer, verbrauchergerechter Aufklärung.

> „Der Markt reagiert sensibel auf Preisreize. Transparenz ist entscheidend – besonders in einer Branche, in der hohe Vorauszahlungen üblich sind. Verbraucher:innen müssen verstehen, wie Rabattmodelle funktionieren, bevor sie Entscheidungen treffen", erklärt Linne.

Video veröffentlicht
Das neu veröffentlichte Erklärvideo dient als Information der Verbraucher und gibt Tipps, wie Verbraucher:innen mit Lockangeboten besser umgehen können. Im Video fasst er die Zusammenhänge zwischen Reisevertrieb, Kundenverhalten und Cashback-Mechaniken verständlich zusammen – und ordnet ein, welche Modelle tatsächlich Vorteile bringen und wo Vorsicht geboten ist.

Das Video ist hier verfügbar:
Link zum Blog-Beitrag:
https://www.tourismus-lotsen.de/tourismusblog/geld-zurueck_-oder_-wie-lockangebote-auf-kunden-wirken.html
Link zum YouTube-Film:
https://www.youtube.com/watch?v=QCrw0WWeyZk&t=9s

Über Dr. Martin Linne
Dr. Martin Linne ist Experte für Tourismus. Er ist Wissenschaftler, Autor von Lehr- und Sachbüchern, hat drei verschiedene Professuren im Bereich Tourismus innegehabt und war zudem vor gut 25 Jahren selbst Kurdirektor von Helgoland. Er beschäftigt sich im Schwerpunkt mit den Bereichen Destination, Hospitality, Kreuzfahrt und Tourismusmarketing. Die touristische Geschichte der Insel bereitet er in dem Blog www.zeitreise-helgoland.de auf.

Pressekontakt
Name: Martin Linne
E-Mail: mlinne@tourismus-lotsen.de
Telefon: 0171-5273841
Website: www.tourismus-lotsen.de