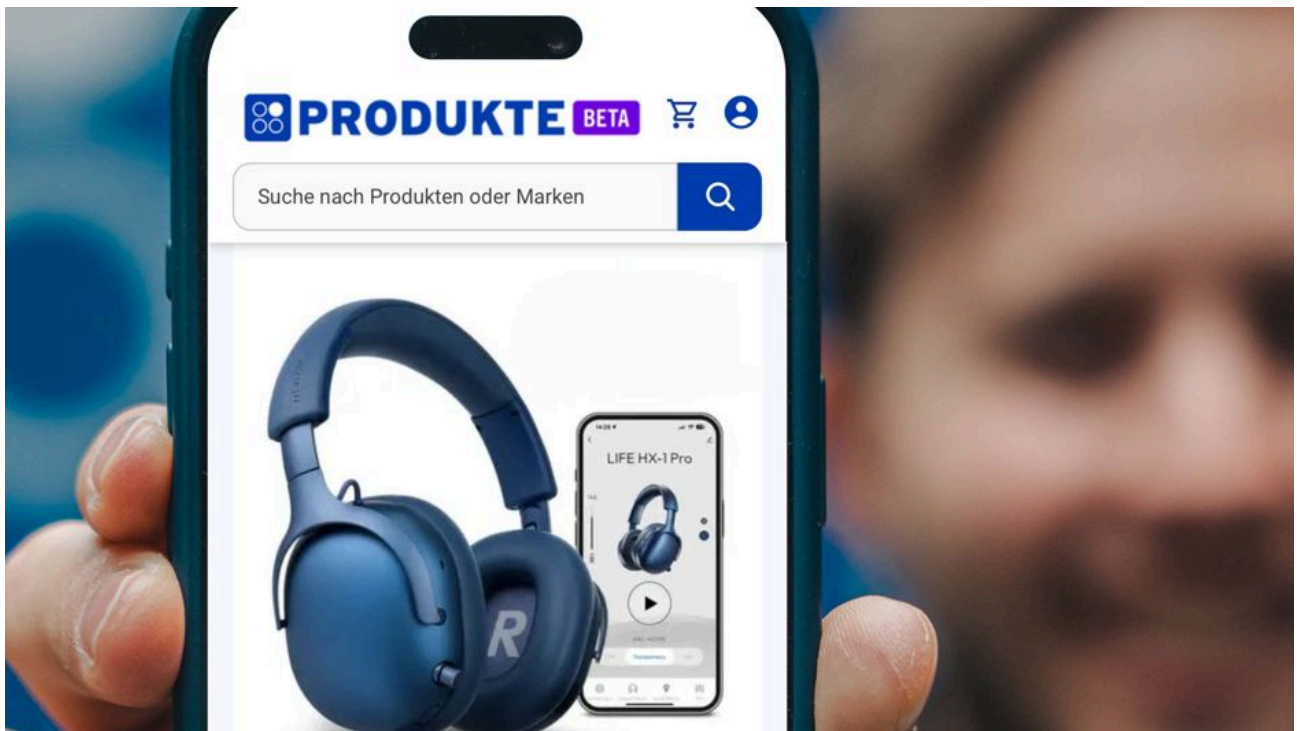


Payback entwickelt sich zur Shopping-Plattform

H horizont.net/marketing/nachrichten/neuer-marktplatz-payback-entwickelt-sich-zur-shopping-plattform-236032

Michael Reidel

September 29, 2026



Payback startet eigenen Marktplatz

Offiziell ist das Angebot noch als Beta-Version gelabelt. Aber die Idee dahinter ist schon sichtbar: Payback entwickelt seine App zur Shopping-Meile weiter.

Punkte sind nicht mehr genug für Payback. Das Bonusprogramm entwickelt sich zum digitalen Marktplatz weiter. Seit wenigen Tagen können die Kundinnen und Kunden jetzt direkt in der Payback-App einkaufen, bezahlen und Punkte sammeln. Der neue Marktplatz heißt Payback Produkte und ist in der App noch unter Services zu finden.

Obwohl es sich um eine Beta-Version handelt, sind dort bereits mehrere tausend Produkte aus Elektronik, Wohnen, Heim & Garten, Mode sowie Sport erhältlich. „Mit Payback Produkte entwickeln wir die App konsequent weiter und schaffen viele zusätzliche Angebote und Vorteile für Kunden“, sagt Geschäftsführer Dominik Dommick.

Der neue Service soll den bestehenden Payback E-Commerce-Marktplatz mit über 700 Partnern ergänzen und die Rolle der App als zentrale Plattform für Shopping, Sparen und Loyalty stärken. 35 Millionen Menschen zählt das Bonusprogramm nach eigenen Angaben als Nutzerinnen und Nutzer. Doch auch für die Partner bietet das Modell Vorteile. Sie

erhalten einen weiteren Verkaufskanal für ihre Produkte. Im vergangenen Geschäftsjahr erzielten die Partner einen incentivierten Umsatz von über 46 Milliarden Euro.

In den kommenden Wochen will die Plattform weitere Händler für den Marktplatz gewinnen und so Payback Produkte weiter ausbauen. Eine breitangelegte Werbekampagne wird es vorerst nicht geben. Das Unternehmen will in den kommenden Wochen auf seinen eigenen Marketingkanälen schrittweise stärker für das neue Angebot werben.

Präsenz zeigt die Marke derzeit mit einem anderen Thema. Seit dieser Woche ist die Joker-Kampagne wieder live. Bei über zwanzig teilnehmenden Partnern wie Alnatura, Apollo, Aral, Dm, Edeka und Netto gibt es an den Kassen Couponhefte, die jeweils vier Joker-Coupons enthalten. Zudem ist die App ein zentraler Bestandteil der Kampagne: Hier können die 18 Millionen Nutzerinnen und Nutzer der App die Gewinncodes eingeben – und das Erlebnis gleich mit einem Einkauf verlängern.