

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen Präferenz der deutschen Verbraucher zum Onlinebanking und bargeldlosen Bezahlen („Pricing Lab 2019“):

„Der Wert des Bargeldes“

Datum: Nürnberg, 18. Dezember 2019



Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer


Strategic Consulting AG

exeo Strategic Consulting AG

Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

Der Wert des Bargelds

Zunehmende Akzeptanz von Onlinebanking in der Bevölkerung / Die wenigsten Befragten möchten auf das Bezahlen mit Bargeld gänzlich verzichten / Mobile Payment: Vor allem ein Thema für jüngere Altersgruppen

Unterschiedliche Trends deuten darauf hin, dass die Relevanz der Zahlung mit Bargeld abnimmt. So ist der Anteil der Deutschen, die Onlinebanking nutzen und/oder auf Mobile Payment setzen, in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Auch die Nutzungshäufigkeit beim Onlinebanking oder der Anteil der Kunden, die Onlinebanking per Smartphone durchführen, nimmt zu. Steht der Gesellschaft eine Zukunft ohne Bargeld bevor? Eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach aus dem Jahr 2017 bestätigt eine zunehmende Präferenz der Verbraucher für bargeldlose Zahlungen und kommt zum Ergebnis: „Bei den 30 bis 44-jährigen zahlt erstmals mehr als die Hälfte lieber bargeldlos“. Eine aktuelle Untersuchung von Bearingpoint unterstreicht dies (demnach verzichtet jeder Zehnte bereits auf Bargeld) und zeichnet dann das Bild eines „bargeldlosen Deutschland“ („schwer vorstellbar, aber wahrscheinlicher als früher“).

„Die starke Digitalisierung der Zahlungssysteme und die hohe und wachsende Akzeptanz von Onlinebanking – auch über mobile Endgeräte – muss aber nicht zwingend bedeuten, dass wir in Deutschland auf eine bargeldlose Gesellschaft zusteuern“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie Pricing Lab.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Zunehmende Akzeptanz von Onlinebanking in der Bevölkerung

In der eigenen Studie Pricing Lab geben etwa drei Viertel der Verbraucher an, dass sie aktuell Onlinebanking nutzen. Treiber für die Nutzung von Onlinebanking ist weniger das Alter als vielmehr das verfügbare Haushaltseinkommen. Bei Befragten mit mehr als 4.000 EUR Haushaltsnettoeinkommen liegt der Anteil der Nutzer von Onlinebanking bei 83 %. Der Anteil von Befragten mit zwei oder mehr Konten erreicht hier 46 %.

Bei der Bewertung des Onlinebankings zeigt sich eine hohe Wertschätzung der Befragten für die Aspekte Übersichtlichkeit und Erreichbarkeit bei Fragen. Die Möglichkeit, rund um die Uhr Einsicht in das Konto nehmen bzw. Zahlungen vornehmen zu können, bietet einen hohen Komfort, der nicht nur von jüngeren Verbrauchern wahrgenommen und wertgeschätzt wird. Während die Digitalisierung die Banken vor große Herausforderungen stellt, weil weniger Mitarbeiter in klassischen Funktionen im Kundenkontakt benötigt werden, sehen die Kunden eher Vorteile im kontaktlosen Bankgeschäft. 43 % der Befragten stimmen der Aussage zu „Die Nutzung von Onlinebanking ist mir lieber als der persönliche Kontakt in einer Bankfiliale“ (die Ablehnung liegt bei 25 %). Vorbehalte zeigen sich jedoch in Bezug auf das Bezahlen per Smartphone. Während 22 % der Aussage „Ich kann mir gut vorstellen, statt mit einer Karte (Kredit- oder Bankkarte) mit meinem Smartphone zu zahlen“ zustimmen, liegt die Ablehnung bei 50 %. In diesem Fall besteht auch eine deutliche Altersabhängigkeit. Personen in der Altersgruppe 60+ Jahre sind am wenigsten aufgeschlossen, wenn es um das bargeldlose Zahlen mit dem mobilen Endgerät geht.

Die wenigsten Befragten möchten auf das Bezahlen mit Bargeld gänzlich verzichten

Im Rahmen der Studie ergeben sich auch Anhaltspunkte, die die abnehmende Bedeutung des Bargelds als Zahlungsmittel belegen. So geben etwa 28 % der Befragten an, sie ließen sich in den letzten Jahren weniger Geld am Geldautomaten auszahlen. Gleichzeitig besteht eine hohe Wertschätzung für die Option, mit Bargeld bezahlen zu können. Das Statement „Ich finde es akzeptabel, wenn auf die Zahlung mit Bargeld ganz verzichtet würde“ trifft nur auf 17 % Zustimmung, 57 % der Verbraucher, also etwa dreimal mehr lehnen dies ab. Auch hier ergibt sich eine Altersabhängigkeit, allerdings auf geringem Niveau. Selbst in der Altersgruppe unter 30 Jahre liegt die Zustimmung zum Statement nur bei 27 % (Ablehnung 43 %).

Im Rahmen einer Segmentierung konnten in der Studie Pricing Lab drei Verbrauchergruppen identifiziert werden: Neben dem Segment der „Technik-Affinen“, die grundsätzlich für technische Veränderungen aufgeschlossen sind (33 %) und der Gruppe der „Onlinebanking-Fans“, die die Vorteile des bargeldlosen Zahlungsverkehrs besonders wertschätzen (24 %), stellt die Gruppe der „Konservativen“ das größte Verbrauchersegment dar (43 %). Das Thema Mobile Payment trifft hier eher auf Ablehnung, stattdessen erhält die Aussage „Ich zahle lieber mit Bargeld als mit einer Karte oder mit Smartphone“ eine starke Zustimmung.

Mobile Payment: Vor allem ein Thema für jüngere Altersgruppen

Die Nutzung von Bezahlendiensten per Smartphone ist stark altersabhängig: Zwei Drittel der Verbraucher unter 30 Jahre sind bereits Nutzer. Insgesamt gibt knapp die Hälfte der Befragten an, mindestens eine der vorgestellten Möglichkeiten zum Bezahlen per Smartphone genutzt zu haben. Paypal und Klarna sind die Bezahldienste, die von den Verbrauchern am stärksten für das mobile Bezahlen genutzt werden. Erst danach erscheinen die „App meiner Hausbank“ oder „Amazon Pay“ sowie „Bezahlung über meinen Mobilfunkanbieter“ im Ranking. Apple Pay erreicht mit einem Nutzeranteil von 4 % den letzten Rang. Allerdings ist auch hier zu erwarten, dass die zunehmende Anzahl der Banken, die mit Apple Pay zusammenarbeiten, zu einer stärkeren Verbreitung führt.

Die aktuellen Studienergebnisse belegen, dass die bargeldlose Gesellschaft auf absehbare Sicht kein realistisches Szenario darstellt. Die starke Nutzung von Onlinebanking und auch die zunehmende Akzeptanz von mobilen Zahlungsmöglichkeiten sind nicht gleichbedeutend mit einem Wunsch nach bargeldlosem Bezahlen oder dem vollständigen Verzicht auf Bargeld.

„Offenkundig ist der Wert des Bargeldes mehr als der reine Wert des Zahlungsmittels. Die Verbraucher zeigen eine hohe Wertschätzung für die Möglichkeit der Bezahlung mit Bargeld, nutzen diese Möglichkeit aber zunehmend seltener – dies ist kein Widerspruch. Bargeld bietet Sicherheits- und Komfortaspekte und bleibt in Zeiten mit höherer Datenschutz-Sensibilität relevant“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer als Co-Autor der Studie.

▪ **Sie interessieren sich für den vollständigen Studienbericht?**

Gerne können Sie den umfassenden Bericht mit allen Ergebnissen zur Pressemeldung „Eine Welt voller Abonnements“ kostenpflichtig bei uns bestellen.

<https://www.rogator.de/der-wert-des-bargeldes/>

▪ **Kostenfreies Magazin „Studienergebnisse & Key Learnings“**

Unsere kostenfreien Magazine versorgen Sie mit umfangreichen Ergebnissen unserer eigenen Studien sowie Key Learnings und Handlungsempfehlungen zum Thema:

- Online-Banking, Mobile Payment, Contactless, digitale Währungen... Wohin geht der Zahlungsmittel-Trend?
- Was bedeutet das für Ihr Unternehmen?
- Nutzen Sie das Feedback Ihrer Kunden zur Steigerung Ihres Unternehmenserfolgs



[Lesen Sie das vollständige Magazin zum Thema](#)

Hintergrund der Studie: Pricing Lab ist eine experimentelle Studie zur Bewertung von Trends im Preismanagement (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine repräsentative Befragung von 1.000 Personen ab 18 Jahren.

Über die Herausgeber der Studienreihe Pricing Lab

Rogator AG

Die Rogator AG steht seit 20 Jahren für leistungsstarke Software und erfolgreiche Online-Forschung. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen in der Online-Marktforschung und Mitarbeiterbefragungen sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: "Combined Competence" für jedes Befragungsprojekt.

Getreu der Philosophie "more than you ask for" denkt Rogator dabei immer einen Schritt weiter für maximale Kundenorientierung sowie innovative und maßgeschneiderte Lösungen. Johannes Hercher, ist der Vorstand der Rogator AG.

exeo Strategic Consulting AG

Die exeo Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management.

Die Studienreihen „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.