

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen die Auswirkungen der Corona-Krise auf Finanzen, Geld und Sparen („OpinionTRAIN“):

„Die Corona-Krise verstärkt den Wunsch der Verbraucher zum Sparen und zur Bildung von Rücklagen“



Datum: Nürnberg, 22. Juli 2020

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. DE22205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

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

„Die Corona-Krise verstärkt den Wunsch der Verbraucher zum Sparen und zur Bildung von Rücklagen“

32 % der Deutschen erwarten Corona-bedingt nachhaltige Veränderungen im Bereich Finanzen: Der Wunsch zum Sparen steht im Vordergrund / Fast ein Drittel der deutschen Verbraucher nehmen Preissteigerungen oberhalb der allgemeinen Teuerungsrate wahr / Corona bringt einen neuen Schub in das Thema Digitalisierung der Finanzindustrie, in Deutschland sind die Effekte allerdings gering / Trotz Trend zum bargeldlosen Bezahlen: Der Wunsch nach Bargeld bleibt bestehen

Die Corona-Pandemie tangiert auch die Finanzindustrie, teilweise stärker als dies durch die Finanzkrise 2008/09 der Fall war. Bedingt durch die Kontaktbeschränkungen verschwindet das Bargeld aus den Zahlungstransaktionen und hat scheinbar letztendlich ausgedient. Die Neuverschuldung erreicht weltweit Rekordwerte, die Zinsen bleiben auf einem künstlich niedrigen Niveau. Gleichzeitig nehmen die Verbraucher in der Krise verstärkt Preissteigerungen beim Einkaufen wahr.

„Die Aspekte Bargeld und Vermögensaufbau durch Sparen genießen in der deutschen Bevölkerung traditionell eine hohe Wertschätzung. Obwohl viele Rahmenbedingungen dafürsprechen, dass sich dies ändern wird, ist hier ein starkes Beharrungsvermögen festzustellen. Volkswirte gehen in ihren Modellen meist davon aus, dass geringe Zinsniveaus zu höheren Konsumausgaben führen. Gerade in Krisenzeiten ist die Antwort der Haushalte aber: Mehr Sparen (sofern dies möglich ist). Existenzbedrohungen führen zu erhöhten Sicherheitsbedürfnissen“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der aktuellen Studie OpinionTRAIN.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

32 % der Deutschen erwarten Corona-bedingt nachhaltige Veränderungen im Bereich Finanzen: Der Wunsch zum Sparen steht im Vordergrund

Der Finanzsektor zählt zu den Bereichen, in denen die Verbraucher Corona-bedingt große nachhaltige Veränderungen erwarten. In Deutschland sind dies etwa 32 % der Befragten (Schweden: 45 %). Welche konkreten Änderungen erwartet werden, kann aus der Auswertung der offenen Nennungen abgelesen werden: Besonders häufig geben die Befragten an, dass die Corona-Krise den Wunsch zum Sparen und zur Bildung von Rücklagen erhöht (26 %). Etwa 18 % der Nennungen betreffen geringe Sparmöglichkeiten, die meist mit den wirtschaftlichen Verhältnissen begründet werden. 16 % der Verbraucher erwarten persönlich geringere verfügbare Einkommen. Im Ranking folgen danach die Aspekte Zinsniveau (geringe Zinsen bzw. Negativzinsen; 10 %) und ein erwarteter Anstieg der Lebenshaltungskosten bzw. der allgemeinen Teuerung (9 %). Die Krisensituation verstärkt den Wunsch der Verbraucher, sich durch Sparen und Bildung von Rücklagen gegen Notsituationen abzusichern.

Fast ein Drittel der deutschen Verbraucher nehmen Preissteigerungen oberhalb der allgemeinen Teuerungsrate wahr

Etwa 30 % der Befragten in Deutschland stimmen der Aussage „Ich habe das Gefühl, dass die Preise, die ich persönlich zahle, stärker steigen als die amtliche Inflationsrate“ zu (Juli 2019: 26 %). Offenbar stehen aktuelle Ausgaben für Lebensmittel in der Wahrnehmung von Preisen stärker im Vordergrund als dies der „Warenkorb“ zur Ermittlung der Teuerungsrate unterstellt. Die in der Öffentlichkeit und der Finanzbranche diskutierte Inflationsrate ist für die meisten Verbraucher eine abstrakte und wenig präsente Größe. Entsprechend gibt nur etwa jeder zehnte Befragte an, die offizielle Inflationsrate zu kennen. Preissteigerungen in den Lebenshaltungskosten werden in Deutschland (40 %) und Österreich (38 %) häufiger wahrgenommen als in der Schweiz (19 %) und in Schweden (17 %). Dies gilt auch für die Zukunft: 45 % der Befragten in Deutschland erwarten, dass die Verbraucherpreise deutlich stärker steigen werden als bisher (Österreich 34 %, Schweiz 24 %, Schweden 28 %).

Corona bringt einen neuen Schub in das Thema Digitalisierung der Finanzindustrie, in Deutschland sind die Effekte allerdings gering

In puncto Digitalisierung der Finanzindustrie zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen Deutschland und Schweden. Während in Deutschland 82 % der Befragten angeben, Onlinebanking zu nutzen, sind dies in Schweden 95 %. In Deutschland verwenden 33 % eine mobile Bezahl-App der Hausbank, in Schweden liegt der Anteil mehr als doppelt so hoch (71 %). Korrespondierend dazu ist die Zustimmung zum Statement „In den letzten Jahren lasse ich mir seltener Geld am Geldautomaten auszahlen“ in Schweden mit 59 % besonders groß (Deutschland: 30 %). Obwohl die Anbieter mobiler Bezahlssysteme – auch in Deutschland – eine hohe Bekanntheit besitzen, sind Vorbehalte gegenüber der Bezahlung per Smartphone erkennbar. Jeder vierte Befragte in Deutschland kann sich gut vorstellen, statt mit einer Karte (Kredit- oder Bankkarte) mit seinem Smartphone zu zahlen (Ablehnung 43 %; im Juli 2019 betrug dieser Wert 50 %).

Trotz Trend zum bargeldlosen Bezahlen: Der Wunsch nach Bargeld bleibt bestehen

Trotz Corona-Krise liegt in Deutschland eine vergleichsweise hohe Akzeptanz für die Bezahlung mit Bargeld vor (40 % vs. 16 % in Schweden). Einen kompletten Verzicht auf diese Bezahlart können sich nur 20 % der Deutschen vorstellen. Selbst in Schweden sind dies nur 25 %, obwohl digitale Transaktionen und mobiles Bezahlen dort einen viel höheren Stellenwert haben. In Deutschland konnten sich im Juli 2019 nur 17 % der Bevölkerung vorstellen, gänzlich auf Bargeld zu verzichten. Die Einstellungen der deutschen Verbraucher sind demzufolge sehr robust und werden selbst durch extreme Situationen wie die aktuelle Corona-Pandemie nur vergleichsweise wenig verändert.

„Wie unsere Studienergebnisse belegen, darf eine geringe Nutzung von Bargeld beim Einkaufen nicht gleichgesetzt werden mit einer abnehmenden Wertschätzung für Bargeld: Auch bei weniger Bargeld-Zahlungen bietet der Besitz von Bargeld einen Komfortnutzen“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Professor an der University of Applied Sciences in Iserlohn als Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

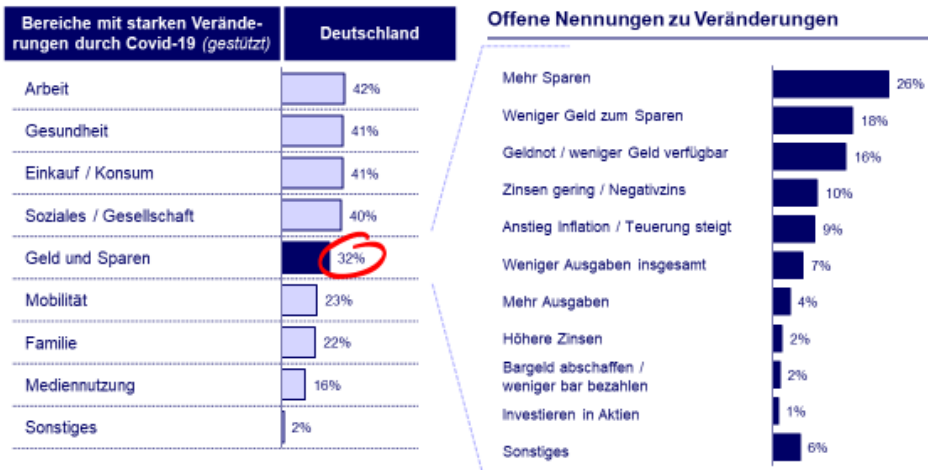
Studienergebnisse und Key Learnings: [kostenfreies Magazin zum Thema](#)

Kostenfreier Studienbericht: <https://www.rogator.de/corona-krise-wunsch-sparen-ruecklagen>

32 % der Deutschen erwarten nachhaltige Veränderungen im Bereich Geld und Sparen: Verstärktes Sparen als Reaktion auf die Corona-Krise

Opinion
TRAIN

Deutschland: Erwartete nachhaltige Veränderungen im Bereich Geld und Sparen (% alle Befragten)¹⁾



1) Glauben Sie, dass die Corona-Krise zu nachhaltigen Veränderungen in der Gesellschaft führen wird? In welchen Bereichen erwarten Sie besonders starke Veränderungen? Mehrfachantworten möglich. Und: Welche Veränderungen erwarten Sie beim Thema Geld und Sparen? Offene Frage.



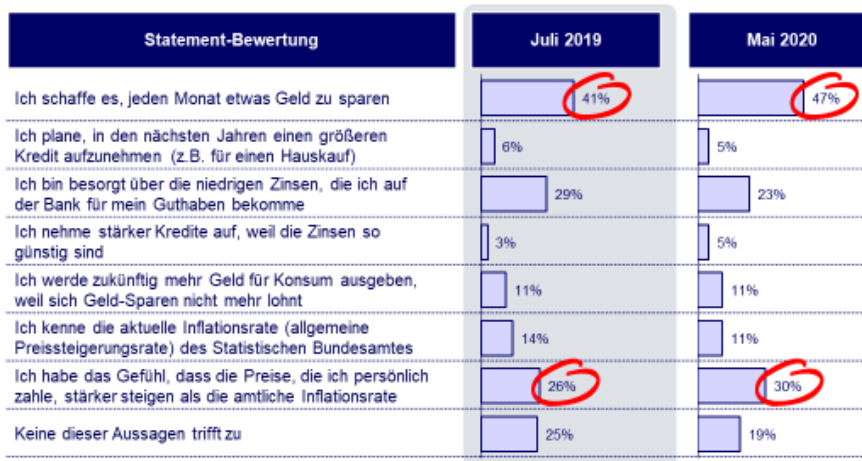
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Im Vergleich zur Vormessung (Juli 2019) geben im Mai 2020 mehr deutsche Verbraucher an, kontinuierlich Geld zu sparen

Opinion
TRAIN

Deutschland: Aussagen zu den Themen Sparen, Zinsen und Inflation¹⁾



1) Wenn Sie einmal an Ihre Finanzsituation denken, welche Aussagen treffen dann für Sie zu?



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Hintergrund der Studie: „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von 2.500 Personen (18 - 80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden.

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

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 im **Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback** 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, maßgeschneiderte und sichere Lösungen. Qualität und Datenschutz bilden dabei die Basis des Handelns. Johannes Hercher ist 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 „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind **Kooperationsprojekte** der **Rogator AG** und der **exeo Strategic Consulting AG**.