

14.03.2024 – 09:48 Uhr

Allensbach-Studie 2023 zum Einkaufs- und Bezahlverhalten in Deutschland / Traditionelle Werte, moderne Trends: So kauft Deutschland heute und in Zukunft ein

Allensbach-Studie 2023

Junge Generation & Kartenzahler:innen treiben **INNOVATIVE EINKAUFS- KONZEPTE** voran



Quelle: Repräsentative Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme, August 2023, 1.077 Personen, ab 16 Jahren

 Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Berlin (ots) -

Der Einkauf an der klassischen Ladenkasse ist heute eigentlich nicht mehr zwingend notwendig. Dafür sorgen neuartige Ladenkonzepte, Selbstbedienungskassen oder Lieferdienste. Aber die Deutschen sind, was ihre Einkäufe betrifft, aktuell noch sehr traditionell eingestellt: Der Großteil der Bevölkerung (90 Prozent) entscheidet sich noch immer für den gewohnten Einkauf an der Supermarktkasse mit Personal. Gerade für Kartenzahler:innen und die junge Generation gehören innovative Konzepte aber klar zum Einkaufsmodell der Zukunft: Jede:r Zweite möchte künftig verstärkt an modernen Selbstbedienungskassen einkaufen. Diese und weitere spannende Erkenntnisse, liefert der Rückblick auf das Jahr 2023 aus der jährlichen Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach (IfD) im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Junge Generation verabschiedet sich von bewährten Einkaufstraditionen

Während 90 Prozent der Bevölkerung den Kauf von Lebensmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs nach wie vor auf klassische Weise an der Supermarktkasse mit Kassenpersonal tätigen, verabschiedet sich die Generation der 16-29-Jährigen von bewährten Einkaufstraditionen. 45 Prozent geben an, häufig bis gelegentlich die Selbstbedienungskasse im Supermarkt zu nutzen und fast genauso viele (40 Prozent) lassen sich Lebensmittel nach Hause liefern. Generationsübergreifend greifen lediglich 13 Prozent auf die Selbstbedienungskasse im Supermarkt zurück und nur jede:r Zehnte lässt sich Lebensmittel nach Hause liefern.

Kartenzahler:innen deutlich offener gegenüber neuartigen Einkaufskonzepten

Anders sieht es bei den jüngeren Zielgruppen aus: Sie schreiten nicht nur im Hier und Jetzt voran - gerade was die Zukunft betrifft, ist die Gruppe der 16-29-Jährigen innovationstreibend: Über die Hälfte (56 Prozent) möchte künftig öfter an

Selbstbedienungskassen im Supermarkt einkaufen und knapp ein Drittel der 16-29-Jährigen (30 Prozent) kann sich vorstellen, Supermärkte ohne Kassen vermehrt zu nutzen. Neben der jungen Generation sind es vor allem die Kartenzahler:innen, die positiv herausstechen: Über die Hälfte (51 Prozent) plant Selbstbedienungskassen in Zukunft verstärkt zu nutzen und knapp ein Drittel (29 Prozent) möchte öfter in einem Supermarkt ohne Kasse einkaufen. Bei Bar-Zahler:innen sind es hingegen lediglich 20 und 12 Prozent. Auch wenn neuartige Einkaufskonzepte in der allgemeinen Bevölkerung aktuell eher wenig Anklang finden, geben für die Zukunft immerhin über ein Drittel (38 Prozent) der Bundesbürger:innen an, das Öfteren Selbstbedienungskassen im Supermarkt nutzen zu wollen. Vermehrt in Supermärkten ohne Kasse einzukaufen, können sich lediglich 22 Prozent vorstellen. Noch weniger (14 Prozent) planen, Lebensmittel künftig online zu bestellen. Knapp die Hälfte (47 Prozent) der Bevölkerung möchte auch in Zukunft keines der genannten Einkaufskonzepte verstärkt nutzen.

Wunsch nach Harmonisierung der Bezahlverfahren im E-Commerce

Während die Einstellung gegenüber neuartigen Einkaufskonzepten beim Lebensmitteleinkauf in der Bevölkerung noch durchwachsen ist, haben die Bundesbürger:innen die Vorteile des Online-Shoppings klar für sich entdeckt. Für den Großteil der Online-Käufer:innen ist der wichtigste Grund für das virtuelle Einkaufen, dies bequem von zu Hause machen zu können (71 Prozent) und nicht an Ladenöffnungszeiten gebunden zu sein (69 Prozent). Dennoch geben ein Drittel (31 Prozent) der Online-Käufer:innen an, das Internet nur zu nutzen, wenn das Produkt vor Ort nicht erhältlich ist. Verbesserungspotential sehen Verbraucher:innen insbesondere beim Bezahlen: Die Hälfte (49 Prozent) der Online-Käufer:innen wünscht sich eine Harmonisierung der Bezahlverfahren, sodass überall die gleichen Bezahlverfahren genutzt werden können. Über ein Drittel (38 Prozent) wünscht sich eine größere Auswahl bei den Bezahlarten.

Bezahlen mit der digitalen girocard im Smartphone gewinnt an Beliebtheit

Was die Bezahlarten an der Vor-Ort-Kasse betrifft, setzen Bundesbürger:innen weiterhin auf Bewährtes: 55 Prozent der Verbraucher:innen zahlen am liebsten mit der girocard - wenn sie mit Karte zahlen. Die Höhe der Einkaufssumme scheint dabei eine immer geringere Rolle zu spielen. Gerade in der jungen Generation greift nur noch ein Drittel (35 Prozent) bei Kleinbeträgen unter 50 Euro bevorzugt zum Bargeld. Ein treibender Faktor dabei ist sicherlich die unkomplizierte Kontaktlos-Zahlung: In der jungen Generation (16-29-Jährige) zahlen 90 Prozent mit girocard kontaktlos. Aber auch generationsübergreifend hat ihre Nutzung mit 73 Prozent ein neues Hoch erreicht. Erstmals gibt auch über die Hälfte (57 Prozent) der 60+ Generation an, die Kontaktlos-Funktion zu nutzen. Gerade das kontaktlose Bezahlen mit der digital hinterlegten girocard im Smartphone gewinnt unter Verbraucher:innen deutlich an Beliebtheit: 21 Prozent geben an, schon einmal auf diesem Wege bezahlt zu haben (2022: 12 Prozent). In der Generation der 16-29-Jährigen sind es sogar bereits 41 Prozent, die mit der digitalen girocard im Smartphone oder der Smartwatch bezahlt haben (2022: 27 Prozent). Dabei zeigt sich: Die girocard-Nutzung von heute manifestiert die Bezahlpräferenz von morgen: Für 76 Prozent der Bundesbürger:innen gehört die physische girocard in den Geldbeutel der Zukunft, gefolgt vom Bargeld mit 53 Prozent und der digitalen girocard mit 46 Prozent.

girocard-Stärke aus dem Handel vor Ort in E-Commerce übertragen

Es wird deutlich, dass neben der jungen Generation insbesondere Kartenzahler:innen auf Innovation setzen und neue Einkaufsoptionen in ihren Alltag integrieren. Die girocard wird dabei stets als zuverlässige und bewährte Begleiterin gewählt - heute und in Zukunft. Der Wunsch nach Harmonisierung und einer besseren Auswahl bei Bezahlverfahren im Internet zeigt: Die girocard könnte mit ihrem Vertrauensvorschuss bei den Bundesbürger:innen in Zukunft einen echten Mehrwert im E-Commerce bieten. Diesem Verbraucherwunsch will die Deutsche Kreditwirtschaft mit dem Innovationsprojekt girocard 4.0 und dem noch stärkeren Einsatz der girocard im E-Commerce Rechnung tragen.

Mehr Ergebnisse der Studie finden Sie im [Exposé](#).

Zur Studie

Die Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. stützt sich auf insgesamt 1.077 Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahre. Die Interviews wurden zwischen dem 12. und 26. August 2023 mündlich-persönlich durchgeführt.

Zur Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. mit Sitz in Berlin versteht sich als Netzwerk für Unternehmen und Institutionen, die die bargeldlosen Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft akzeptieren oder die notwendige Infrastruktur bereitstellen. Dazu gehört unter anderem auch die girocard als meist genutzte Debitkarte Deutschlands. Als Verein bündelt die Initiative Interessen von rund 80 Mitgliedern und vertritt sie gegenüber Politik und Medien. Seit mehr als fünfzehn Jahren beschäftigt sich die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. mit dem Bezahlen in Deutschland.

Zu den Bezahlverfahren

Die girocard, als meist genutzte Debitkarte Deutschlands, steckt nahezu in jedem deutschen Geldbeutel. Die Marke "girocard" steht für den übergeordneten Rahmen der deutschen Kreditwirtschaft: das girocard-Verfahren als Debitkarten-Zahlverfahren und das "Deutsches Geldautomaten-System". Der Name und das Logo girocard wurden 2007 von der Deutschen Kreditwirtschaft eingeführt.

Pressekontakt:

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.
Elen Anka

Medieninhalte

Junge Generation & Kartenzahler:innen
treiben **INNOVATIVE EINKAUFS-**
KONZEPTE voran



Allensbach-Studie zum Einkaufs- und Bezahlverhalten der deutschen Bevölkerung / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/127450 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Original-Content von: Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V., übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/127450/5734933> abgerufen werden.