ibi research
an der Universität Regensburg

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 8. Juli 2025

Deutsche bleiben beim Bezahlen konservativ

Die Deutschen zeigen wenig Interesse an neuen Bezahlverfahren. Nur ein klarer Mehrwert würde die Befragten davon überzeugen, neue Verfahren zu verwenden. PayPal bleibt weiterhin das Zahlungsmittel Nummer eins. Das belegt die aktuelle Jahresstudie des ibi-Partnernetzwerks „Konsum in Zeiten von Krisen, Social Commerce und Nachhaltigkeit“.

Fast zwei Drittel der Befragten empfinden die bestehenden Zahlungsmethoden als völlig ausreichend. 61 Prozent würden ein neues Bezahlverfahren nur dann in Betracht ziehen, wenn es einen klaren Mehrwert bietet. PayPal behauptet währenddessen seine Spitzenposition beim Bezahlen im Online-Handel. 52 Prozent der Befragten bevorzugen den Bezahldienst – und das generationenübergreifend. Fast die Hälfte der Befragten nutzt ihr bevorzugtes Verfahren aus reiner Gewohnheit – selbst wenn theoretisch bessere Optionen verfügbar wären. Offenheit für Innovation zeigt vor allem die Generation Z, die im Vergleich zu älteren Altersgruppen am ehesten bereit ist, neue Bezahlformen auszuprobieren.

Rechnung verliert an Bedeutung – vor allem bei digitalaffinen Nutzern

Die klassische Rechnung verliert an Relevanz: Nur noch 15 Prozent der Befragten zahlen bevorzugt auf diese Weise, im Jahr 2024 waren es noch 20 Prozent. Besonders digitalaffine Nutzer greifen kaum noch zur Rechnung (acht Prozent), während sie bei digitalen Gelegenheitsnutzern und Technikverweigerern mit 32 Prozent deutlich beliebter bleibt. Auch Haushalte mit geringem Nettoeinkommen nutzen die Rechnung überdurchschnittlich häufig.

Apple Pay und Google Pay im Aufwind – vor allem bei der Generation Z

Mobile Payment-Dienste wie Apple Pay und Google Pay legen spürbar zu. Der Anteil der Nutzer hat sich binnen eines Jahres von 1 auf 4 Prozent erhöht – insbesondere die Generation Z treibt diese Entwicklung voran.

Kreditkarte für Besserverdiener und digitale Vorreiter – Finanzierung kaum gefragt

Die Kreditkarte bleibt vor allem Besserverdienern und digitalen Vorreitern vorbehalten. Dagegen spielt die Teilzahlung via Finanzierung oder Ratenkauf mit lediglich einem Prozent der Nennungen eine kaum nennenswerte Rolle im Zahlungsalltag.

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

Sicherheit und Schnelligkeit überzeugen

Bei der Wahl eines Bezahlverfahrens stehen für die meisten Befragten Sicherheit, Schnelligkeit und einfache Bedienbarkeit im Fokus. 34 Prozent nennen den Schutz vor Betrug und unbefugtem Zugriff als wichtigstes Kriterium – bei den Babyboomern sind es sogar 43 Prozent. Für die Generation Z hingegen ist Geschwindigkeit am wichtigsten (27 Prozent), gefolgt von Sicherheit (24 Prozent) und weltweiter Nutzbarkeit (23 Prozent).

Fazit: Evolution statt Revolution beim Bezahlen

Die Studie zeigt deutlich: Der deutsche Zahlungsmarkt ist von Stabilität geprägt. Innovationen haben nur dann eine Chance, wenn sie konkrete Vorteile bieten – insbesondere in den Bereichen Sicherheit, Schnelligkeit und Nutzerfreundlichkeit. Zusatzfunktionen oder die Herkunft des Anbieters spielen hingegen eine untergeordnete Rolle.

Die gesamte Studie „Konsum in Zeiten von Krisen, Social Commerce und Nachhaltigkeit“ des ibi-Partnernetzwerkes ist zum Preis von 499 Euro (zzgl. USt.) unter ibi.de/2025-partnerstudie erhältlich.

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

research
an der Universität Regensburg

Über ibi research:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH ist ein deutschlandweit aktives Institut für angewandte Forschung im Bereich der digitalen Wirtschaft. Mit Fokus auf Banking, Payment und Handel untersuchen wir innovative Technologien, Geschäftsmodelle und Trends, um praxisnahe Lösungen und Empfehlungen für Unternehmen und Organisationen zu entwickeln.

Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Weitere Informationen: www.ibi.de

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

Carina Freundl
ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 788391-0
Telefax: 0941 788391-88
E-Mail: presse@ibi.de