

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 10. September 2024

ibi-Studie: Konsum- und Bezahverhalten im digitalen Zeitalter – Einblicke in Nachhaltigkeit und Neobanking

Jedes Jahr untersucht ibi research an der Universität Regensburg in einer repräsentativen Konsumentenbefragung das Konsum- und Bezahverhalten, um Einblicke in aktuelle Bedürfnisse der Konsumenten in den Bereichen Finanzdienstleistungen und Handel zu erhalten. Daraus lassen sich Trends abbilden und langfristige Entwicklungstendenzen bestätigen. Die Jahresstudie des ibi-Partnernetzwerks konzentriert sich dabei auf vier Themenbereiche: das Kauf- und Bezahverhalten, Nachhaltigkeit, Künstliche Intelligenz sowie Neobanken & Neobroker. Die Ergebnisse liegen nun in der Studie „Konsum- und Bezahverhalten im digitalen Zeitalter – Einblicke in Nachhaltigkeit und Neobanking“ vor.

Die Bevorzugung des Online-Handels äußert sich immer deutlicher.

Die Gruppe der „leidenschaftlichen Online-Shopper“ kauft – sofern möglich – ausschließlich im Internet ein und wächst auf mittlerweile 47 Prozent. Besonders unter den Babyboomern lässt sich eine starke Zunahme im Vergleich zu 2023 mit einem Wachstum um acht Prozentpunkte feststellen. Die „traditionellen Ladenkäufer“, die den stationären Handel für ihre Einkäufe bevorzugen, nehmen weiter ab auf 15 Prozent. Die verbleibenden 38 Prozent bilden die Gruppe der „selektiven Online-Shopper“, die ihre Einkäufe teils im Internet und teils in stationären Geschäften tätigt.

Im stationären Geschäft wird viel kontaktlos bezahlt, im Online-Handel mit PayPal und bei regelmäßigen Zahlungen per Lastschrift

Insgesamt haben bereits 90 Prozent mindestens einmal eine kontaktlose Bezahlungsfunktion genutzt. Außerdem hat die Nutzung von Kredit- und Debitkarten, ob kontaktlos (Karte: 51 Prozent; hinterlegt auf dem Handy: 16 Prozent; Banking-App: 8 Prozent) oder durch Einstecken (40 Prozent), im Vergleich zu 2023 beim stationären Einkauf zugenommen. Im E-Commerce bleibt PayPal mit 84 Prozent das meistgenutzte Zahlungsmittel der letzten zwölf Monate (2023: 85 Prozent). Bei regelmäßigen Zahlungen wird zum Großteil auf die Lastschrift zurückgegriffen.

Nachhaltigkeit beeinflusst weiterhin Konsumententscheidungen – teils mehr, teils weniger.

Das äußert sich besonders in der Nutzung von Nachfülloptionen (41 Prozent), dem Verzicht auf Fast-Fashion (40 Prozent) und dem Kauf nachhaltiger Produkte (39 Prozent). Andererseits werden die Mehrweg-Angebote, die aufgrund der 2023 eingeführte Pflicht in Cafés und Restaurants bestehen, in den meisten Fällen nur selten genutzt (17 Prozent) oder bleiben sogar ungenutzt (38 Prozent).

Die Erfahrungen mit Künstlicher Intelligenz nehmen zu – die Sorgen um den Datenschutz bleiben

Mittlerweile haben fast zwei Drittel aller Befragten bereits Erfahrungen mit Künstlicher Intelligenz gemacht, 2023 waren es nur knapp 50 Prozent. Nach wie vor zeigt sich hier bei den Erfahrungen eine abnehmende Tendenz mit steigendem Alter (78 Prozent der Generation Z versus 56 Prozent der Babyboomer). Mit zunehmender Erfahrung ist jedoch auch bei der Sorge um Verletzungen der Privatsphäre oder Datendiebstahl ein Anstieg um fünf Prozentpunkte zu verzeichnen: Aus den 68 Prozent besorgten Befragten des Jahres 2023 sind 73 Prozent im Jahr 2024 geworden.

Zurückhaltung gegenüber neuen Entwicklungen im Banking

Mehr als 60 Prozent der Befragten haben noch keine Erfahrung mit Neobanken oder Neobrokern, 21 Prozent nutzen aber bereits mindestens einen Anbieter. Niedrige Gebühren (62 Prozent) und einfache Zugänglichkeit (42 Prozent) werden von Kund:innen am meisten geschätzt.

Was bringt die Zukunft?

Auch wenn das Thema Digitalisierung schon lange nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken ist, bricht der Trend heute noch lange nicht ab. Die Umfragewerte zeigen deutlich, dass die Begeisterung für digitale Angebote im Handel und im Banking weiter anhält.

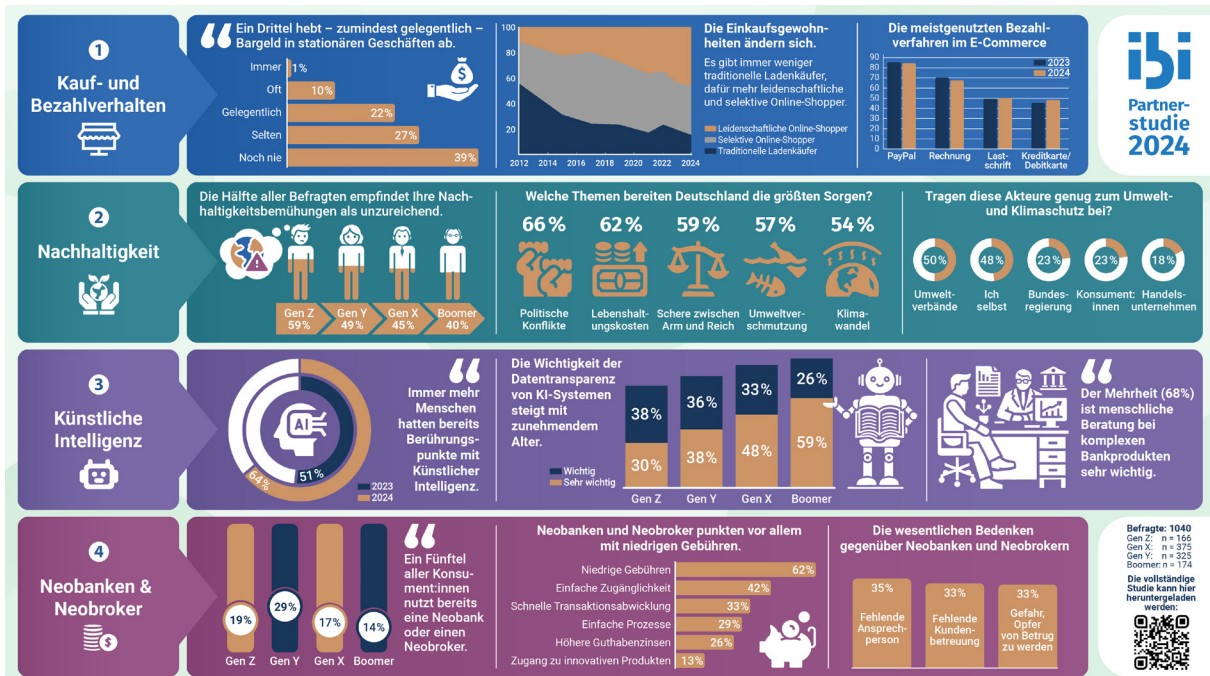


Abbildung: Infografik

Die gesamte Studie „Konsum- und Bezahverhalten im digitalen Zeitalter – Einblicke in Nachhaltigkeit und Neobanking“ ist zum Preis von 499 Euro (zzgl. USt.) unter www.ibi.de/partnerstudie2024 erhältlich.



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:

ibi research an der Universität Regensburg
Andrea Rosenlehner
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

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