

Studie zeigt: Sicherheitsbedenken bremsen ein bargeldloses Deutschland - Bargeldloses Bezahlen in Deutschland

Bargeld ist in Deutschland immer noch der Spitzenreiter bei Käufen in Geschäften. Doch angetrieben durch mobiles Bezahlen bewegen sich immer mehr Unternehmen und Organisation weltweit einer bargeldlosen Zukunft entgegen. Vier von zehn Deutschen glauben, dass innerhalb der nächsten 20 Jahre nur noch bargeldlos gezahlt wird. Dies zeigt die Studie „Bargeldloses Bezahlen in Deutschland“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass eine komplett bargeldlose Gesellschaft in Deutschland momentan noch Zukunftsmusik ist. 89 Prozent der Deutschen nutzen grundsätzlich noch Bargeld bei Käufen in Geschäften. Fast genauso viele (85 Prozent) nutzen Bargeld mindestens einmal pro Woche.

Aber auch die Angst vor dem Unbekannten und insbesondere die Sorge um die Sicherheit halten die Kunden vom bargeldlosen Bezahlen ab. Die Studie zeigt beispielsweise, dass drei von vier Deutschen (75 Prozent) der Meinung sind, dass mobile oder bargeldlose Zahlungen die Wahrscheinlichkeit erhöhen, Opfer von Betrug zu werden.

Eine Bezahlmethode, die derzeit noch wenig verbreitet ist, aber großes Potenzial bietet, ist das bargeldlose Bezahlen mit dem Smartphone. Bisher nutzen lediglich vier Prozent der Deutschen diese Technik des mobilen Bezahlens. Und auch hier gibt es Sicherheitsbedenken: Jeder Sechste (18 Prozent), der derzeit kein mobiles Bezahlsystem oder eine App nutzt, tut dies aus Angst, sein Smartphone könnte von einem Virus oder einer Schadsoftware befallen werden. Etwa gleich viele (22 Prozent) nennen fehlendes Vertrauen als Grund für die Nichtnutzung.

Im ersten Schritt müssen Banken den technologischen Bedenken und Probleme der Deutschen bei der Wahrnehmung der neuen Bezahltechnologie begegnen und ein Produktverständnis schaffen, um mehr als nur die Personen zu erreichen, die bereits mobile Bezahlsysteme nutzen. Erst wenn die Deutschen überzeugt sind, dass diese Systeme, und damit ihr Geld, sicher sind, wird die Bundesrepublik nach und nach bargeldlos.

Doch trotz vieler Hürden kann sich knapp jeder fünfte Nichtnutzer von mobilen Bezahlsystemen (18 Prozent) grundsätzlich vorstellen, zukünftig sein Smartphone zum Bezahlen zu nutzen. Wie Banken und Anbieter von mobilen Bezahlsystemen diese Personengruppe am besten ansprechen, zeigt die Studie ebenfalls: So sind diese Personen eher 18-24 Jahre alt, männlich, Single und arbeitet in Vollzeit. Darüber hinaus besuchen sie noch häufig Bankfilialen. Dies sollte für die gezielte Ansprache genutzt werden. Außerdem eignen sich Kooperationen mit Marken im Einzelhandel: Galeria Kaufhof, Christ Juweliere und Linda Apotheken hinterlassen bei der genannten Zielgruppe beispielsweise einen guten Eindruck.

Für die Studie wurde auf die 100.000 Datenpunkte umfassende YouGov-Datenbank zugegriffen, für die im Jahresverlauf 70.000 Deutsche kontinuierlich repräsentativ befragt werden. Die intelligente Vernetzung der Daten ermöglicht eine besonders detaillierte Analyse des Konsumentenverhaltens. Kombiniert wurde die Analyse mit einer zusätzlichen bevölkerungsrepräsentativen Befragung von 2.044 Personen, die vom 21.04. bis 24.04.2017

durchgeführt wurde.

Der vollständige Report kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden:

<http://yougov.de/report/cashless>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland GmbH

Fabian Melchert

Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 481

E-Mail: fabian.melchert@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

YouGov ist ein weltweites Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit 31 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 20 Marktforschungsunternehmen der Welt.