

Zahlungsverhalten in Deutschland 2021

Stand: Juli 2022

Inhalt

1	Zusammenfassung	3
2	Studiendesign	6
3	Zugang und Einstellungen zum Bargeld	9
3.1	Besitz von Bargeld	9
3.2	Abhebung von Bargeld	9
3.3	Einstellungen zu Bargeld	12
4	Zugang und Einstellungen zu bargeldlosen Zahlungsmitteln	13
4.1	Besitz von Girokonten und Onlinebanking	13
4.2	Besitz und Nutzung von Zahlungskarten	15
4.3	Mobiles Bezahlen im Handel	20
4.4	Zahlungen im Internet und zwischen Privatpersonen	21
5	Verwendung von Zahlungsmitteln	24
5.1	Überblick über die Aufzeichnungen im Zahlungstagebuch	24
5.2	Verwendung von Zahlungsmitteln insgesamt	25
5.3	Verwendung von Zahlungsmitteln im stationären Handel und im Internet und mögliche Corona-Auswirkungen	31
6	Trends und Ausblick	36
6.1	Vertrauen im Umgang mit Daten	36
6.2	Neue Entwicklungen	37
6.3	Die Zukunft des Bargelds	40
	Anhang	43
	Glossar	57
	Impressum	59

1 Zusammenfassung

Die vorliegende Studie befasst sich mit dem Zahlungsverhalten in Deutschland im Jahr 2021. Bereits seit 2008 beleuchtet die Deutsche Bundesbank umfassend, wie die Bevölkerung bezahlt, welche Einstellungen sie zu Bargeld und elektronischen Zahlungsmitteln hat, und mit welchen Entwicklungen im Zahlungsverkehr zu rechnen ist. Ziel der Studienreihe ist es, objektive und wissenschaftlich fundierte Informationen zum Zahlungsverhalten für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bereitzustellen. Für die Bundesbank ist die Erhebung eine wichtige Grundlage zur Erfüllung ihrer Aufgaben im baren und unbaren Zahlungsverkehr. Die wesentlichen Ergebnisse der Studie für das Jahr 2021 sind:

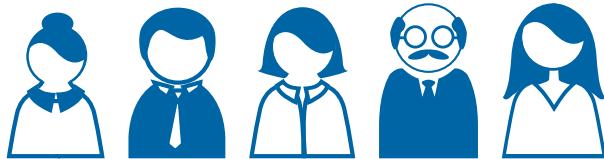
- **Bargeld** ist nach wie vor das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel in Deutschland: 58 % aller alltäglichen Zahlungen werden bar getätigt. Nach Umsatz beträgt der Anteil 30 %. Zwischen 2017 und 2020 ist der Anteil an Barzahlungen stark gesunken. Dieser Trend hatte sich 2020 durch die Corona-Pandemie beschleunigt, 2021 jedoch wieder etwas abgeschwächt. Gründe für den geringeren Bargeldeinsatz sind die Zunahme von Internetkäufen und die steigende Nutzung von kontaktlosen Debit- oder Kreditkarten, vielfach ausgelöst durch Appelle der Geschäfte zum kontaktlosen Bezahlen aus Hygienegründen.
- Ungeachtet des niedrigeren Anteils an Barzahlungen bleibt **Bargeld** für viele ein wichtiger Bestandteil ihres Zahlungsmittelportfolios: Durchschnittlich haben die Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland 100 € im Portemonnaie sowie weitaus höhere Beträge als Reserve zu Hause. Die große Mehrheit hält es zudem für wichtig, auch künftig Bargeld nutzen zu können (69 %). Für fast ein Drittel ist es nach wie vor grundsätzlich das bevorzugte Zahlungsmittel.
- Inzwischen geben aber auch vier von zehn Befragten an, **Kartenzahlungen oder andere unbare Zahlungsmittel** zu bevorzugen, wenn sie die Wahl haben. Das spiegelt sich in der tatsächlichen Nutzung wider.
- So bleiben **Debitkarten** (in Deutschland vor allem die „girocard“) das zweithäufigste Zahlungsmittel. Während ihr Anteil an den Transaktionen seit 2017 auf nun 23 % gestiegen ist, ging ihr Umsatzanteil im gleichen Zeitraum leicht auf rund 30 % zurück. Zu dieser

gegenläufigen Entwicklung hat zum einen der Trend zum Einkaufen im Internet beigetragen, da dort bislang nicht mit girocard bezahlt werden kann. Zum anderen werden seit dem Beginn der Corona-Pandemie auch **kleinere Beträge** vermehrt mit der Debitkarte bezahlt. Vor allem kontaktlose Zahlungen, die zwei Drittel der Debitkartenzahlungen ausmachen, haben zu dieser Entwicklung beigetragen.

- **Kreditkarten** sind im Zahlungsmix ebenfalls bedeutender geworden. Gegenüber 2017 ist ihr Anteil an den Zahlungen auf 6 % gestiegen. Da vor allem größere Beträge mit Kreditkarten bezahlt werden, liegt ihr Umsatzanteil bei 10 % und hat sich seit 2017 verdoppelt.
- Das **Einkaufen im Internet** hat aufgrund der Corona-Pandemie weiter zugelegt, was zu einer merklichen Verschiebung der Ausgabenstruktur geführt hat. Entsprechend werden nun 5 % aller Transaktionen im Zahlungstagebuch allein mit **Internetbezahlverfahren** beglichen. Ihr Umsatzanteil hat sich seit 2017 auf 8 % verdoppelt. Zudem nutzen gemäß ihrer Selbstauskunft im Fragebogen fast ein Fünftel der Befragten Abo-Modelle (z.B. Streaming-Dienste oder regelmäßige Lieferungen) häufiger als vor der Corona-Pandemie. Erstmals wurden im Zahlungstagebuch einzelne Internetbezahlverfahren erfasst. Dabei entfällt mit 84 % der überwiegende Teil der Transaktionen auf PayPal, gefolgt von Klarna mit 8 % und giropay / paydirekt mit 4 %.
- **Mobiles Bezahlen** gewinnt weiterhin an Bekanntheit. So haben 17 % der Befragten, die ein Smartphone besitzen, damit schon einmal im Laden bezahlt. Zudem haben rund 27 % derjenigen, die ein Fitnessarmband oder eine Smartwatch mit Bezahlfunktion besitzen, diese schon zum Bezahlen verwendet. Apple Pay ist hier das beliebteste Verfahren an der Kasse. Es wird von 38 % der Nutzerinnen und Nutzer von mobilen Zahlungen üblicherweise verwendet, gefolgt von Bezahl-Apps einer Bank oder Sparkasse (25 %) und Google Pay (18 %). Trotzdem sind mobile Bezahlverfahren noch nicht in der Breite angekommen. Mit 3 % ist ihr Anteil am Wert und der Anzahl der Transaktionen im stationären Handel weiterhin gering.
- Der Zahlungsverkehr entwickelt sich dynamisch weiter. So hat inzwischen etwas mehr als drei Viertel der Bevölkerung Zugang zu **Echtzeitüberweisungen**. Rund ein Drittel kann diesen Service kostenfrei nutzen. Fast ebenso viele der Befragten machten zu den Preisen keine Angaben. Echtzeitüberweisungen könnten auch die Grundlage für ein **neues europä-**

isches Bezahlverfahren bilden. Aus Sicht der Befragten sollte ein solches Bezahlverfahren vor allem von Banken und Sparkassen angeboten werden, gefolgt von der Bundesbank bzw. der Europäischen Zentralbank.

- Wie bei den Internet- und mobilen Bezahlverfahren, versuchen große **Technologiekonzerne** schrittweise auch in weiteren Bereichen des Finanzwesens Fuß zu fassen. Wenn es aber um sensible Bereiche wie die Kontoführung geht, können sich 95% nicht vorstellen, bei einem solchen Konzern ein Konto zu führen. Danach gefragt, welche Institution verantwortungsbewusst mit den eigenen **Zahlungsdaten** umgeht, **vertrauen** 92 % der Befragten der eigenen Hausbank oder Sparkasse. Das Vertrauen in Technologiekonzerne sowie Start-Ups bzw. FinTechs fällt gering aus: Lediglich 15 % bzw. 13 % der Befragten verlassen sich in Sachen Datenschutz auf diese Unternehmen.
- Trotz des großen öffentlichen Interesses haben nur 4 % der Befragten Krypto-Token gekauft, weitere 4 % planen dieses in nächster Zeit. Dies ist ein Anstieg von jeweils einem Prozentpunkt gegenüber 2020. Von denjenigen, die Krypto-Token gekauft haben, sehen 85 % diese als Investition an und lediglich 8 % vorrangig als Zahlungsmittel.



5.870 telefonisch Befragte in Deutschland haben über 50 Fragen zum allgemeinen Zahlungsverhalten beantwortet.



Davon haben 4.197 im Anschluss ein 3-tägiges Zahlungstagebuch geführt und online oder telefonisch zurückgemeldet.



Durch eine anschließende Gewichtung wird sichergestellt, dass die Ergebnisse repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren sind.

2 Studiendesign

Seit mehr als zehn Jahren führt die Deutsche Bundesbank **detaillierte Studien zum Zahlungsverhalten** in Deutschland durch.¹ Die Daten für die Jahre 2008, 2011, 2014 und 2017 wurden dabei in persönlichen computergestützten Interviews (CAPI, Computer Assisted Personal Interview) erhoben. Aufgrund der Corona-Pandemie² wurde im Jahr 2020 zunächst eine Zwischenerhebung in reduziertem Umfang durchgeführt. Durch die pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen wurden die Interviews jedoch nicht persönlich, sondern je zur Hälfte telefonisch (CATI, Computer Assisted Telephone Interview) und online durchgeführt. Mit der vorliegenden Erhebung schließt die Bundesbank nun an die ausführlichen Vorgängerstudien bis 2017 an. Wegen der anhaltenden Pandemielage konnte jedoch auch 2021 keine CAPI-Erhebung realisiert werden. Die Studie wurde stattdessen als **CATI-Befragung** durchgeführt.

Die **Grundgesamtheit der Befragung** umfasst die deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Im Zeitraum vom 8. September bis 5. Dezember führte das von der Bundesbank beauftragte Marktforschungsinstitut forsa insgesamt 5.870 Telefoninterviews durch. Die **Auswahl der Befragten** erfolgte mit Hilfe einer mehrfach geschichteten Zufallsziehung auf Basis des ADM-Telefonstichproben-Systems³ (Dual-Frame-Ansatz) mit Geburtstagsschlüssel⁴. Unterschiedliche Auswahlwahrscheinlichkeiten, die sich aus dem Dual-Frame-Ansatz ergaben, wurden mit Hilfe von Designgewichten ausgeglichen. Anschließend wurde im Zuge einer Strukturgewichtung die Stichprobe hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildungsniveau und Wohnort der Befragten an die amtliche Statistik angepasst. Durch die Zufallsauswahl und die anschließende Gewichtung ist die Studie **repräsentativ für die**

¹ Für mehr Informationen zur Studienreihe siehe: <https://www.bundesbank.de/zahlungsverhalten> Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

² Zur Chronologie der staatlichen Maßnahmen vgl. <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/coronavirus/chronik-coronavirus.html>. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

³ Da es in der Bundesrepublik Deutschland kein vollständiges Verzeichnis der privaten Telefonnummern gibt, können beteiligte Umfrageinstitute auf das sogenannte ADM-Telefonstichproben-System zurückgreifen. Dieses ermöglicht es, prinzipiell alle in der Bundesrepublik Deutschland nutzbaren Festnetz-Telefonnummern für Befragungen heranzuziehen. Der Dual-Frame-Ansatz erlaubt es zudem auch diejenigen Personen zu berücksichtigen, die nur über Mobilfunk erreichbar sind. Quelle: Arbeitsgemeinschaft ADM-Stichproben - ADM e.V.: <https://www.adm-ev.de/leistungen/arbeitsgemeinschaft-adm-stichproben/>. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

⁴ Bei Einsatz des Geburtstagsschlüssels wird diejenige Person im Haushalt befragt, die zuletzt Geburtstag hatte.

deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Alle Auswertungen beruhen auf den gewichteten Daten.

Der **Fragebogen** bestand aus zwei Abschnitten: einem allgemeinen Teil, den alle Befragten erhielten und weiterführende Fragen, für die die Teilnehmenden zufällig in zwei Gruppen A und B eingeteilt wurden. Teilgruppe A erhielt schwerpunktmäßig Fragen zum Thema Bargeld, Teilgruppe B zu elektronischen Bezahlfverfahren. Im Anschluss an die Interviews wurden die Befragten gebeten, drei Tage lang ihre alltäglichen Zahlungen inklusive Zahlungsort und -mittel zu notieren. Die Ausgaben konnten die Teilnehmenden selbst in einem **Online-Tagebuch** erfassen oder, falls dies nicht möglich war, telefonisch übermitteln. Um die Zahlungen möglichst gleichmäßig über den Wochenverlauf abzubilden, wurden den Befragten zufällig drei aufeinanderfolgende Zieldate für die Erfassung ihrer Transaktionen zugewiesen.

Ziel der Studie ist die Messung von relativen Präferenzen für verschiedene Zahlungsmittel aus der Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher. Im Fokus stehen deshalb Bezahl-situationen, bei denen man sich aktiv für das eine oder das andere Zahlungsmittel entscheidet. Die Tagebücher dokumentieren daher aktiv veranlasste, einmalige Zahlungen, wie beispielsweise die Barzahlung beim Einkauf im Supermarkt, die mobile Zahlung per App an der Tankstelle, den Einsatz einer Zahlungskarte im Restaurant oder eine Lastschrift bei einem Internetkauf. Neben den klassischen Einkaufsorten werden auch Zahlungen an Privatpersonen, Automaten, wohltätige Organisationen oder Ämter und Behörden erfasst. Bei all diesen Transaktionen entscheiden die Befragten jedesmal neu, welches Zahlungsmittel sie verwenden. Hingegen sind regelmäßig wiederkehrende Zahlungen, wie die Überweisung der Miete oder die Abbuchung der Strom- und Gasrechnung, kein Bestandteil der Tagebuchaufzeichnungen. Diese Vorgänge sind in der Regel längerfristig als Überweisung oder Lastschriftverfahren angelegt, sodass diese methodisch nicht in die vorliegende Studie zur Wahl des Zahlungsmittels für einzelne Zahlungen passen. Sie bleiben bei der **Ermittlung der Zahlungsmittelpräferenz** der Bevölkerung deshalb außen vor.⁵

Um einen guten Überblick über das Zahlungsverhalten in Deutschland im Jahr 2021 zu geben, sind die Studienergebnisse wie folgt dargestellt: Im Hauptteil finden sich jeweils auf der linken

⁵ Informationen zu regelmäßigen Zahlungen wurden in der Befragung durch einen separaten Fragebogen erfasst, dessen Auswertung jedoch nicht Gegenstand des vorliegenden Berichtes ist.

Seite **Übersichtsgrafiken** zu den Antworten der Befragten. Ausgewählte Untergliederungen der Antworten nach Soziodemografika wie z. B. dem Alter, Einkommen oder Geschlecht finden sich gesammelt im Anhang der Studie – geordnet nach den jeweils zugehörigen Kapiteln. Hierbei wurde auch die Nummerierung im Vergleich zu den Vorgängerstudien überarbeitet. Den Abbildungs- und Tabellennummern sind die betreffenden Kapitelnummern vorangestellt. Abbildungen im Anhang geht dabei ein „A“ in der Abbildungsnummer voran. In den Abbildungen ist die gewichtete Anzahl jener, die die betreffende Frage beantwortet haben, als „n = Anzahl“ angegeben.

Bargeldbestand im Portemonnaie

Tab. 3.1.1

gemäß Zahlungstagebuch

	2011	2014	2017	2021
durchschnittlicher Bestand von Bargeld im Portemonnaie (in €)	103	103	107	100
durchschnittlicher Wert von Münzen im Portemonnaie (in €)	6	6	6	6
kein Bargeld im Portemonnaie (in %)	2	1	2	4

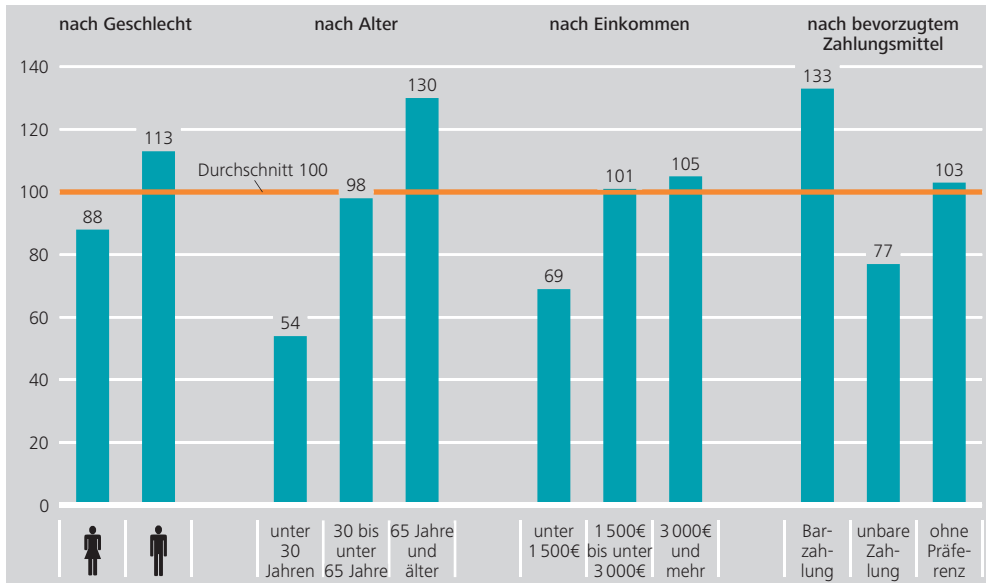
Basis: alle Befragten mit Zahlungstagebuch.

Frage: Welche Euro-Münzen und Euro-Banknoten hatten Sie zu Beginn des Tages in Ihrem Portemonnaie / trugen Sie bei sich?
Deutsche Bundesbank

Bargeldbestand im Portemonnaie

Abb. 3.1.1

in €, Angaben gemäß Zahlungstagebuch



Basis: alle Befragten mit Zahlungstagebuch (n=4 197). Frage: Welche Euro-Münzen und Euro-Banknoten hatten Sie zu Beginn des Tages in Ihrem Portemonnaie / trugen Sie bei sich? Hinweis: Befragte ohne Bargeldbestände gehen in die Berechnung der Durchschnittsbeträge mit dem Wert 0 ein.

Deutsche Bundesbank

3 Zugang und Einstellungen zum Bargeld

3.1 Besitz von Bargeld

Im Zahlungstagebuch geben die Befragten an, ob und wie viel **Bargeld** sie **im Portemonnaie** haben. Im Durchschnitt sind dies im Jahr 2021 ca. 100 €, wobei etwa 6 € auf Münzen entfallen. Nur 4 % der Befragten halten gar kein Bargeld (s. *Tabelle 3.1.1*). Damit hat sich in den vergangenen zehn Jahren der Bargeldbestand nur wenig verändert.

Wieviel Bargeld die Befragten im Portemonnaie haben, ist unterschiedlich. So haben Männer, ältere Personen und Personen mit hohem Einkommen im Schnitt mehr Bargeld dabei als die jeweiligen Vergleichsgruppen. Personen, die bevorzugt bar zahlen, haben überdurchschnittlich viel Bargeld im Portemonnaie. Jedoch führen auch Befragte, die bevorzugt unbar zahlen, durchschnittlich 77 € mit sich (s. *Abbildung 3.1.1*).

Das Portemonnaie ist nicht der einzige Ort, an dem Bargeld aufbewahrt wird. So berichten 44 % der Befragten, Bargeld regelmäßig gleich nach der Abhebung zu Hause als Vorrat beiseite zu legen. 36 % geben an, Bargeld u. a. auch als **Notreserve** oder zum **Sparen** aufzubewahren. Gefragt nach der Höhe dieser zusätzlichen Beträge, geben die Teilnehmenden durchschnittlich 463 € an. Da bei dieser sensiblen Frage jedoch von einer zurückhaltenden Beantwortung ausgegangen werden muss, kann dieser Wert lediglich als Untergrenze für die tatsächlichen Reserven interpretiert werden.⁶

3.2 Abhebung von Bargeld

In den Telefoninterviews gaben die Befragten Auskunft darüber, wie sie sich mit Bargeld versorgen. Konkret wurden sie gefragt, wie häufig sie normalerweise an einem Geldausgabe-

⁶ Die Bundesbank führte 2018 eine separate Erhebung zur Aufbewahrung von Bargeld in deutschen Haushalten durch, bei der mit Hilfe gezielter Maßnahmen das Vertrauen und die Antwortbereitschaft der Befragten hinsichtlich dieser sensiblen Frage erhöht wurde. In der damaligen Erhebung gaben die Befragten zusätzliche Barreserven in Höhe von durchschnittlich 1.364 € an, also wesentlich höhere als in der vorliegenden Studie. Siehe Deutsche Bundesbank (2020), Bargeldverwendung in Deutschland - Eine empirische Analyse zu Ausmaß und Motiven der Aufbewahrung von Bargeld in deutschen Haushalten. <https://www.bundesbank.de/de/publikationen/berichte/studien/bargeldverwendung-in-deutschland-845200>. Zuletzt aufgerufen am 04.07.2022.

Abhebeverhalten nach Abhebeorten

Tab. 3.2.1

gemäß Selbstauskunft

	2011	2014	2017	2021
Anteil Nutzende in %				
GAA	89	93	95	96
Bankschalter	46	39	38	20
Ladenkasse	8	12	23	34
Abhebungen pro Jahr bei Nutzung				
GAA	39	43	42	30
Bankschalter	13	12	10	13
Ladenkasse	10	12	8	15
Durchschnittlich abgehobener Betrag bei Nutzung in €				
GAA	216	180	189	230
Bankschalter	449	354	447	736
Ladenkasse	107	87	87	94
Restgeldbestand vor erneuter Abhebung in €				
	36	32	34	40

Basis: Personen mit Zugriff auf ein Girokonto in Teilgruppe A (n = 2919).

Fragen: Wie oft heben Sie Bargeld an Geldautomaten / Bankschaltern / Ladenkassen ab? Wie viel Bargeld heben Sie im Durchschnitt an Geldautomaten / Bankschaltern / Ladenkassen ab? Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise noch in Ihrer Geldbörse, wenn Sie sich entscheiden neues Bargeld abzuheben?

Deutsche Bundesbank

automaten (GAA), Bankschalter oder einer Ladenkasse abheben und welche Beträge sie dabei beziehen. Wie in den Jahren zuvor nutzen so gut wie alle Befragte den GAA als Abhebeort (96 %) (s. *Tabelle 3.2.1*). Weiterhin beziehen 20 % Bargeld vom Bankschalter, wobei dieser Anteil seit Jahren rückläufig ist. Dagegen machen immer mehr Personen von Abhebungen an der Ladenkasse Gebrauch. Aktuell sind es 34 %.

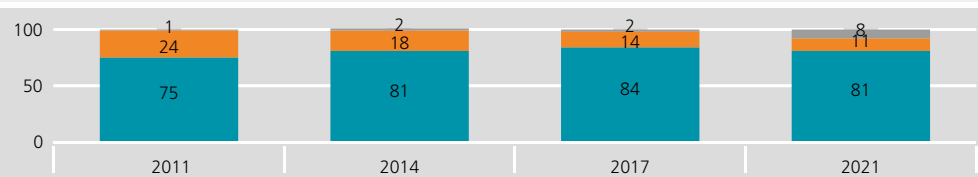
Deutliche Änderungen ergeben sich hinsichtlich **Häufigkeit und Höhe der Abhebungen** an den einzelnen Abhebeorten (s. *Tabelle 3.2.1*). Personen, die den GAA nutzen, gehen 2021 verglichen mit 2017 wesentlich seltener dort hin (30-mal pro Jahr, minus zwölf), nehmen dafür aber höhere Beträge mit (230 €, plus 41 €). Im Gegenzug werden Abhebungen an der Ladenkasse von den Nutzenden häufiger als in den Vorjahren in Anspruch genommen (15-mal pro Jahr, plus 7) und auch der abgehobene Betrag liegt höher (94 €, plus 7 €). Die durch die Pandemie verringerte Mobilität zeigt sich also auch im Abhebeverhalten: Einige der früher separat am GAA durchgeführten Abhebungen werden zusammengefasst oder mit dem Einkauf im Supermarkt verbunden. Bankschalter, die mittlerweile eher hohen Einzelfallabhebungen dienen, werden 2021 von ihrem Nutzerkreis wieder etwas häufiger aufgesucht (13-mal pro Jahr, plus 3) und auch die durchschnittlich abgehobenen Beträge stiegen an (736 €, plus 289 €). Auch entscheiden sich die Befragten wieder deutlich früher, neues Geld abzuheben. Der **Restgeldbestand** vor erneuter Abhebung stieg 2021 auf 40 € (s. *Tabelle 3.2.1*). Die höheren Abhebeträge und Restgeldbestände legen nahe, dass es während der Pandemie zu einer Bargeldbevorratung gekommen ist.

Anteile einzelner Abhebeorte an der Summe der jährlichen Gesamtabhebungen

Abb. 3.2.1

in %, gemäß Selbstauskunft

■ GAA ■ Bankschalter ■ Ladenkasse



Basis: Befragte mit Zugriff auf ein Girokonto in Teilgruppe A (n=2919). Fragen: Wie oft heben Sie Bargeld an Geldautomaten/Bankschaltern/Ladenkassen ab? Wie viel Bargeld heben Sie im Durchschnitt an Geldautomaten/Bankschaltern/Ladenkassen ab?

Deutsche Bundesbank

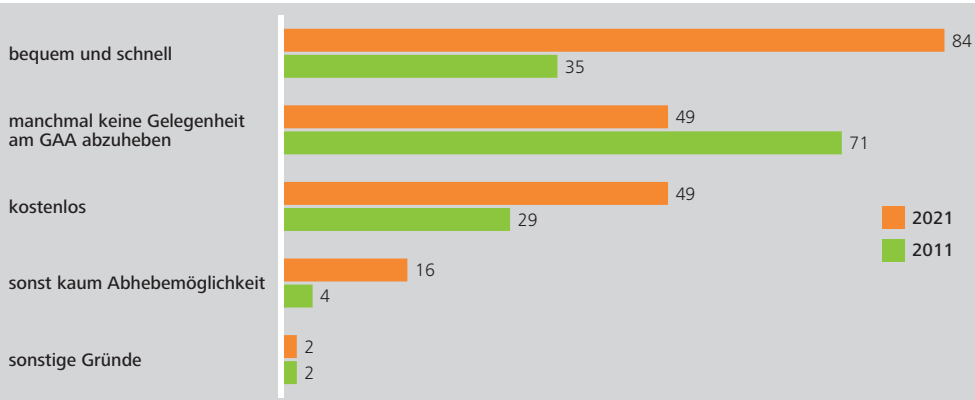
Aus Häufigkeit und Höhe der Abhebungen der einzelnen Befragten lässt sich die durchschnittliche **jährliche Abhebesumme** berechnen: Hochgerechnet auf ein Jahr heben die Befragten 2021 durchschnittlich 6.657 € Bargeld ab und damit ca. 10 % weniger als 2017 (7.374 €).⁷ Die Beträge stammen zu 81 % von GAAs, zu 11 % von Bankschaltern und zu 8 % von Abhebungen an Ladenkassen. Letztere haben sich im Vergleich zu 2017 anteilmäßig vervierfacht (s. *Abbildung 3.2.1*).

⁷ Zur Berechnung der durchschnittlichen jährlichen Abhebesumme wird für jeden einzelnen Befragten zunächst das Produkt aus Abhebehäufigkeit und durchschnittlich abgehobenem Betrag berechnet. Im Anschluss werden diese individuellen jährlichen Abhebesummen über alle Befragte unter Berücksichtigung der Gewichtung gemittelt. Eine Berechnung der durchschnittlichen jährlichen Abhebesumme als Produkt der durchschnittlichen Anzahl von Abhebungen pro Jahr und dem durchschnittlich abgehobenen Betrag aus *Tabelle 3.2.1* ist dagegen nicht möglich, da der Mittelwert eines Produktes zweier Faktoren nicht dem Produkt der Mittelwerte dieser beiden Faktoren entspricht. $(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \cdot y_i) \neq \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \times \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_i$

Gründe für die Abhebung von Bargeld an der Ladenkasse

Abb. 3.2.2

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte in Teilgruppe A, die Abhebungen an der Ladenkasse nutzen (n=995). Frage: Warum nutzen Sie die Möglichkeit, sich an der Supermarkt- oder Tankstellenkasse Bargeld zu besorgen?

Deutsche Bundesbank

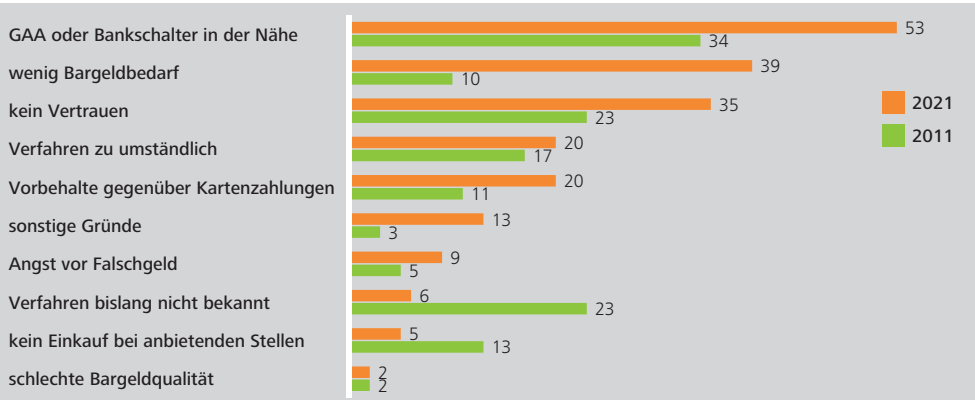
Die Möglichkeit zur **Abhebung an der Ladenkasse** wird von immer mehr Befragten wahrgenommen (2021: 34 %, plus 11 Prozentpunkte). Die Nutzung ist unter Frauen mit 38 % etwas höher. Des Weiteren gibt es eine deutliche Häufung in der Altersklasse 35 bis 44 Jahre, in der 53 % diese Abhebemöglichkeit nutzen. Eine denkbare Erklärung ist das Zusammenspiel aus häufigen Einkäufen im Supermarkt, zeitlichen Restriktionen und insgesamt höheren Ausgaben in diesem Lebensabschnitt ([s. Abbildung A.3.2.1 im Anhang](#)).

Die wichtigsten **Gründe für die Abhebung an der Ladenkasse** in den Augen der Nutzenden sind in *Abbildung 3.2.2* zu sehen. Vor zehn Jahren diente die Ladenkasse eher als Notlösung, wenn es keine Gelegenheit gab, am GAA abzuheben (71 %). Mittlerweile sind die wichtigsten Gründe die Vorteile des Verfahrens selbst, insbesondere, dass es bequem und schnell geht sowie kostenlos genutzt werden kann (84 % bzw. 49 %). Allerdings gibt auch ein größerer Teil der Nutzenden an, kaum eine andere Abhebemöglichkeit zu haben (16 %). Dies könnte möglicherweise temporär in der Einschränkung des regulären Bewegungsradius aufgrund von Pandemiemaßnahmen begründet sein. Auch könnte die verstärkte Nutzung von reinen Onlinebanken, die über kein eigenes GAA-Netz verfügen, eine Rolle spielen.

Gründe gegen die Abhebung von Bargeld an der Ladenkasse

Abb. 3.2.3

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte in Teilgruppe A, die Abhebungen an der Ladenkasse nicht nutzen (n= 1 923). Frage: Warum nutzen Sie die Möglichkeit nicht, sich an der Supermarkt- oder Tankstellenkasse Bargeld zu besorgen?

Deutsche Bundesbank

Auch die **Gründe gegen Abhebungen an der Ladenkasse** haben sich teilweise verändert (*s. Abbildung 3.2.3*). 2011 war vielen Befragten das Verfahren noch nicht bekannt. 2021 ist dies nur noch bei 6 % der Personen, die es nicht nutzen, der Fall. Wichtigster Grund gegen Abhebungen an der Ladenkasse ist immer noch, dass der nächste GAA leicht zu erreichen ist (53 %). Neu ist, dass viele Befragte inzwischen weniger Bargeld benötigen (39 %). Auch spielt fehlendes Vertrauen in das Verfahren eine größere Rolle (35 %). Hingegen geben nur noch wenige an, ausschließlich in Geschäften einzukaufen, wo Abhebungen an der Kasse nicht möglich sind (5 %).

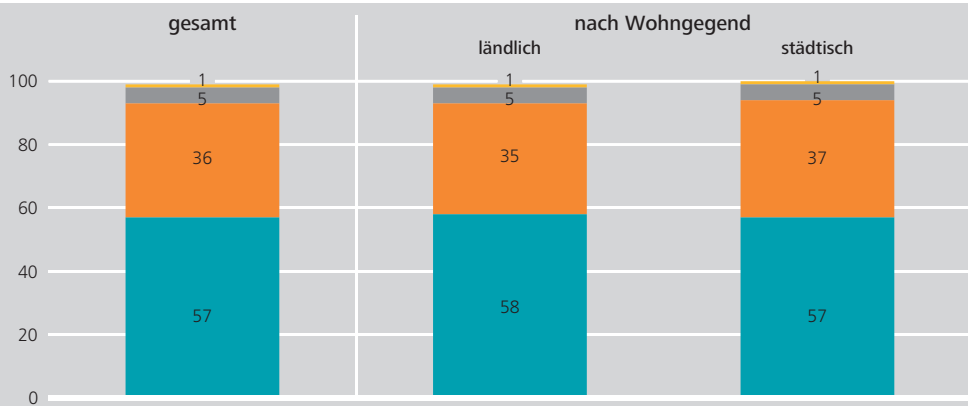
Obwohl Abhebungen an der Ladenkasse nun häufiger vorkommen, fühlt sich die große Mehrheit der Befragten auch von den Geschäftsbanken weiterhin **gut mit Bargeld versorgt**. Insgesamt finden 93 % es ziemlich einfach oder sogar sehr einfach, zu einem GAA zu gelangen (*s. Abbildung 3.2.4*). Dieser Auffassung sind sowohl Befragte aus städtischen als auch aus ländlichen Gebieten. Aktuell schätzen sie die Versorgung mit Bargeld in Deutschland damit als gut ein.

Zugang zu GAA oder Bankschalter

Abb. 3.2.4

in %, gemäß Selbstausskunft

sehr schwierig ziemlich schwierig ziemlich einfach sehr einfach



Basis: Befragte mit Zugriff auf ein Girokonto (n=5 826). Frage: Wenn Sie Bargeld am Geldautomaten oder bei der Bank abheben möchten, wie einfach oder schwierig finden Sie es in der Regel dorthin zu kommen?

Deutsche Bundesbank

3.3 Einstellungen zu Bargeld

Bei einem großen Teil der Bevölkerung ist **Bargeld nach wie vor am beliebtesten**. Für 30 % ist es das bevorzugte Zahlungsmittel. Dieser Anteil ist seit 2017 nahezu unverändert. Überdurchschnittlich beliebt ist Bargeld bei Befragten ab 55 Jahren und Befragten, die ihre finanzielle Situation als eher schlecht beurteilen (s. *Abbildung 3.3.1*).

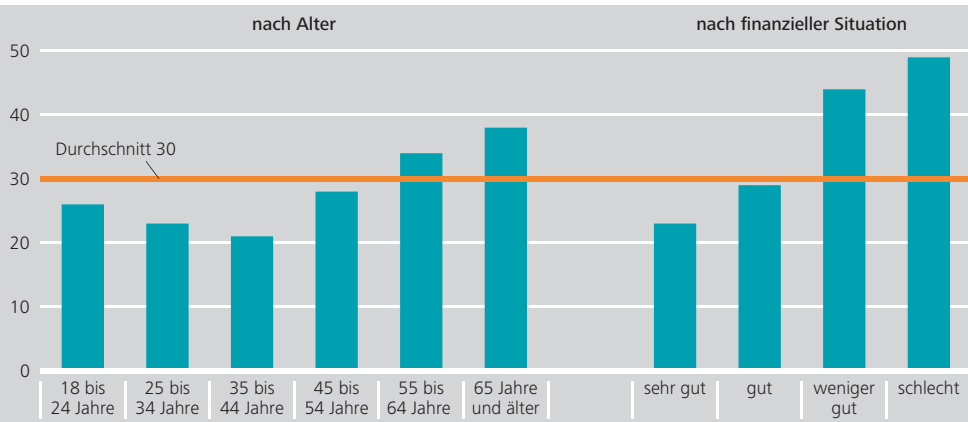
Auf die Frage, was die wichtigsten **Vorteile von Bargeld** gegenüber Kartenzahlungen seien, antworten 55 % der Befragten mit der Anonymität des Bezahlvorganges, wodurch die Privatsphäre und persönliche Daten geschützt werden. Auch findet fast die Hälfte der Befragten, dass Bargeld einen besseren Ausgabenüberblick gewährleistet (48 %) und 43 % sehen einen wesentlichen Vorteil darin, dass die Bezahlung direkt erledigt und später keine weitere Prüfung notwendig ist (s. *Abbildung 3.3.2*).

Die genannten Vorteile von Bargeld werden innerhalb der Bevölkerung zum Teil unterschiedlich gesehen. So wird der Schutz der Privatsphäre häufiger von jüngeren Personen, Männern und Personen mit hohem Einkommen angeführt. Ein guter Ausgabenüberblick und die zuverlässige Erledigung der Bezahlung durch Bargeld spielt hingegen vor allem für Frauen und Befragte, die ihre finanzielle Situation selbst als schlecht einschätzen, eine wichtige Rolle.

Bevorzugte Zahlungsmethode Bargeld

Abb. 3.3.1

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Welche Zahlungsmethode würden Sie bevorzugen, wenn Ihnen in einem Geschäft verschiedene angeboten werden?

Deutsche Bundesbank

Vorteile von Barzahlungen gegenüber Kartenzahlungen

Abb. 3.3.2

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



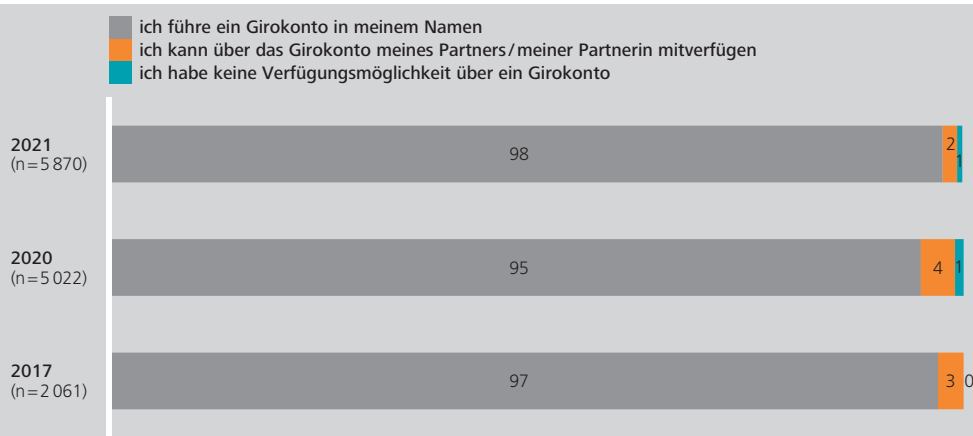
Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorteile von Barzahlungen im Vergleich zu Kartenzahlungen? Es sind maximal 3 Antworten möglich.

Deutsche Bundesbank

Besitz Girokonto

Abb. 4.1.1

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: alle Befragten. Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Verfügen Sie über ein oder mehrere Girokonten?

Deutsche Bundesbank

4 Zugang und Einstellungen zu bargeldlosen Zahlungsmitteln

4.1 Besitz von Girokonten und Onlinebanking

Girokonten sind die Grundlage für die Teilnahme am unbaren Zahlungsverkehr (Überweisungen, Lastschriften und Kartenzahlungen) und erlauben das Einzahlen und Abheben von Bargeld. Der Anteil jener Bürgerinnen und Bürger, die ein Girokonto in eigenem Namen führen, ist seit Beginn der Untersuchungen zum Zahlungsverhalten kontinuierlich – von einem hohen Niveau aus – gestiegen. Er erreicht im aktuellen Untersuchungszeitraum 98 %. Weitere 2 % können über das Girokonto der Partnerin bzw. des Partners mitverfügen (s. *Abbildung 4.1.1*). Damit hat sich der Anteil derjenigen mit eigenem Girokonto gegenüber der Befragung 2020 um 3 Prozentpunkte erhöht und liegt leicht über dem Wert von 2017 (97 %). In Deutschland lässt sich somit **insgesamt ein hoher Grad an finanzieller Inklusion und Zugang zu Finanzdienstleistungen** verzeichnen. Eine Ausnahme bilden Befragte, die ihre derzeitige finanzielle Situation als schlecht einschätzen; 7 % können nicht über ein Girokonto verfügen (s. *Abbildung A.4.1.1*).

Die **Verteilung nach Institutsgruppen** in *Abbildung 4.1.2* zeigt, dass nahezu die Hälfte der Befragten (46 %) ein Girokonto bei einer Sparkasse besitzt, gefolgt von den Volks- und Raiffeisenbanken (26 %), Banken der Cash Group⁸ (18 %), Direktbanken⁹ (14 %) und Cash-Pool-Banken¹⁰ (9 %).

Im Vergleich zu den Vorjahren ist der Anteil der Girokonten bei den Sparkassen insgesamt zurückgegangen (seit 2017 um 5 Prozentpunkte), jener bei den Volks- und Raiffeisenbanken hingegen gestiegen (seit 2017 um 6 Prozentpunkte). Den größten Zuwachs mit 11 Prozentpunkten seit 2017 verzeichnen die Direktbanken. Da in der vorliegenden Studie nicht wie in den Vorgängerstudien nach der Hauptbankverbindung gefragt wurde, sondern

8 Commerzbank, Deutsche Bank, HypoVereinsbank (HVB) und Postbank.

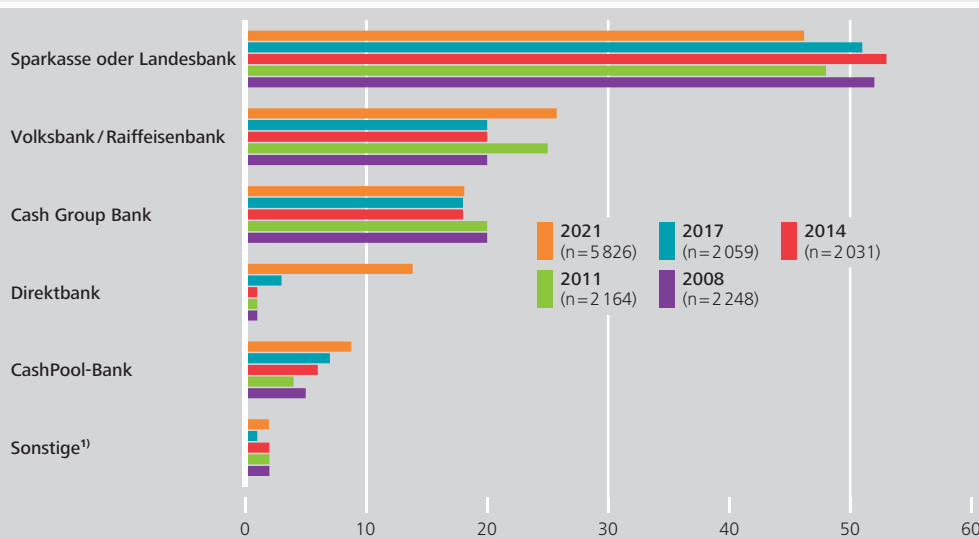
9 Comdirect Bank, Deutsche Kreditbank (DKB), ING-DiBa.

10 Santander-Bank, Sparda-Bank, Targobank (früher Citibank). Die übrigen CashPool-Banken wurden von den Befragten nicht genannt.

Verteilung Girokonten nach Institutsgruppen

Abb. 4.1.2

in %, gemäß Selbstauskunft

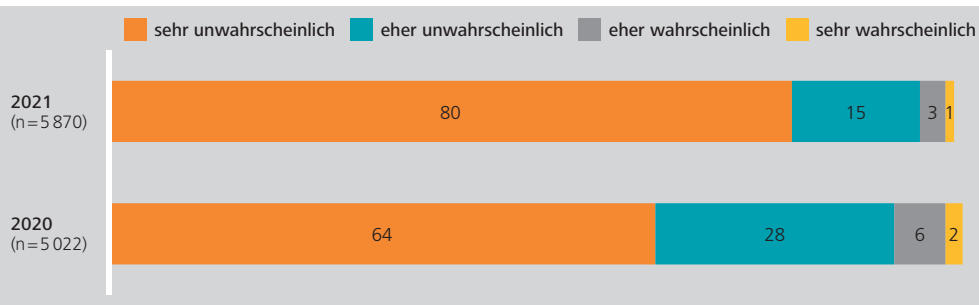


Basis: Befragte, die über ein Girokonto verfügen. Frage: Wo wird dieses Girokonto bzw. wo werden diese Girokonten geführt? Mehrfachnennungen möglich. Vorjahre Einfachnennung hauptsächlich genutztes Girokonto. ¹ Einschl. Weiß nicht/keine Angabe. Deutsche Bundesbank

Girokonten bei Internetplattformen

Abb. 4.1.3

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: alle Befragten. Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Könnten Sie sich vorstellen, ein Girokonto anstatt bei Ihrer Bank bei [jeweils 25% der Befragten:] Google/Amazon/Apple/Facebook zu führen? Deutsche Bundesbank

Mehrfachnennungen möglich waren, sind die Ergebnisse nicht vollständig vergleichbar, zeigen aber dennoch eine deutliche Tendenz.¹¹

Die Betrachtung nach Altersgruppen in [Abbildung A.4.1.2](#) zeigt darüber hinaus, dass der Anteil an Girokonten bei Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken in der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen gegenüber der Gesamtheit aller Befragten mit 52 % bzw. 31 % deutlich höher liegt, wohingegen Banken der Cash Group sowie Direktbanken mit 12 % bzw. 9 % unterrepräsentiert sind. Dieses Verhältnis ändert sich in der Gruppe der 25- bis 34-Jährigen sowie der Gruppe der 35- bis 44-Jährigen deutlich zugunsten der Direktbanken, die hier auf Anteile von 31 % bzw. 25 % kommen. Es ist zu vermuten, dass mit Beendigung der Ausbildung bzw. des Studiums, dem Eintritt in das Berufsleben und der Verlagerung des Lebensmittelpunktes die Bindung an regional verankerte Institute schwächer wird und andere Aspekte der Kundenbeziehung in den Vordergrund rücken.

Neben den genannten Banken und Sparkassen treten zunehmend Internetunternehmen als Anbieter von Zahlungsdiensten (mit entsprechender Lizenz) oder zumindest als Intermediär am Markt auf. Sie bieten u.a. Girokonten, Kreditkarten, Ratenkredite oder Bezahl-Apps (Wallets) zum Bezahlen im stationären Handel an. Allerdings ist die **Bereitschaft zur Nutzung von Internetunternehmen für die Kontoführung sehr gering**. Befragt danach, ob sie ein Girokonto bei Amazon, Apple, Facebook oder Google führen würden, beantworten 95 % der Befragten dies als sehr oder eher unwahrscheinlich. Damit hat die Ablehnung gegenüber großen Internetplattformen als alternative Anbieter für Girokonten gegenüber 2020 (92 %) leicht zugenommen (s. [Abbildung 4.1.3](#)).¹² Mit zunehmendem Alter wächst die Skepsis noch. Allerdings geben auch in den internetaffinen jüngeren Altersgruppen der 18- bis 24-Jährigen lediglich 9 % und bei den 25- bis 34-Jährigen nur 6 % an, dass sie ihr Konto eher oder sehr wahrscheinlich bei einem solchen Internetunternehmen führen würden (s. [Abbildung A.4.1.3](#)). Die **Nutzung von Onlinebanking** wird von 75 % der Internetnutzerinnen und -nutzer bejaht, was eine deutliche Steigerung gegenüber der Befragung 2017 (58 %) darstellt

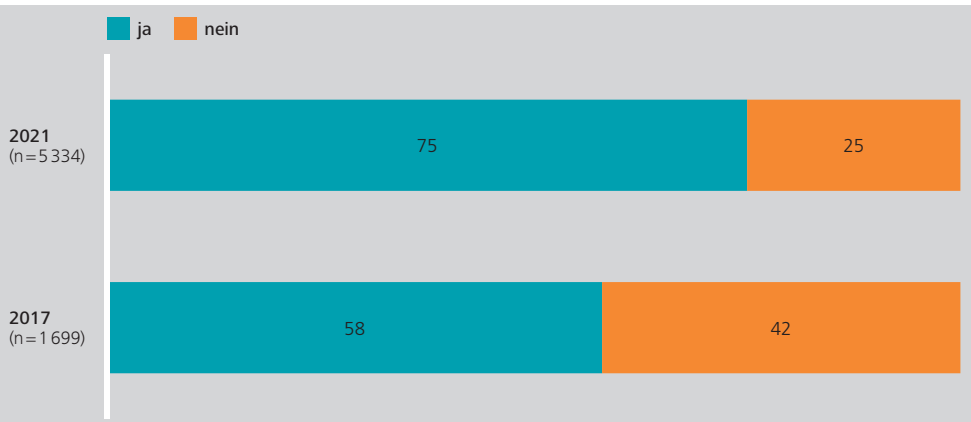
¹¹ 2008-2017 gaben die Teilnehmenden ihre Hauptbankverbindung an (Einfachnennung). 2020 wurde die Frage nicht gestellt. 2021 wurde gefragt, wo das Girokonto oder die Girokonten geführt werden (Mehrfachnennungen möglich).

¹² 2021 wurde zufällig je ein Viertel der Teilnehmenden befragt, ob sie sich vorstellen können, ein Girokonto bei Amazon, Apple, Facebook oder Google zu führen. 2020 wurde kein Split vorgenommen, sondern nur nach großen Internetplattformen gefragt und diese Anbieter als Beispiele dafür genannt. Zur besseren Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr sind die Werte der vier Teilgruppen der aktuellen Studie daher aggregiert.

Nutzung Onlinebanking

Abb. 4.1.4

in %, gemäß Selbstauskunft



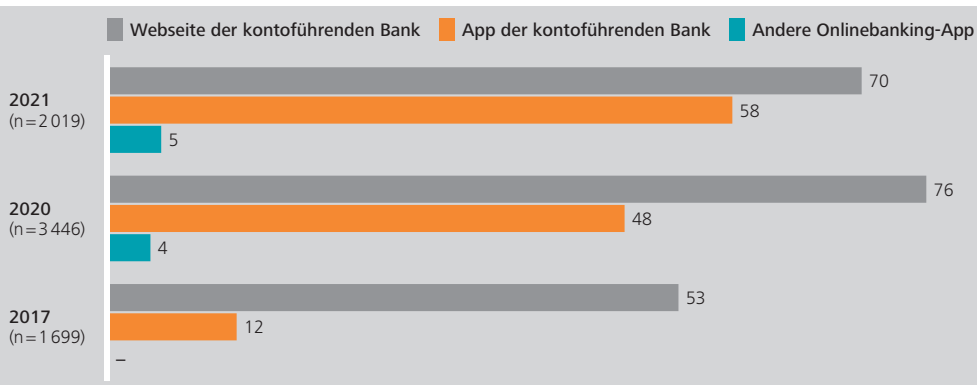
Basis: Befragte mit Zugang zu einem Girokonto, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben. Frage: Nutzen Sie Onlinebanking?

Deutsche Bundesbank

Abwicklung Onlinebanking

Abb. 4.1.5

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte, die Onlinebanking nutzen (2021: in Teilgruppe B). Frage: Wie wickeln Sie Ihre Bankgeschäfte ab? Nutzen Sie die Onlinebanking-Webseite Ihrer Bank, die Onlinebanking-App Ihrer Bank oder eine Onlinebanking-App, die nicht von Ihrer Bank stammt?

Deutsche Bundesbank

(s. *Abbildung 4.1.4*). Hinsichtlich der demografischen Unterschiede (s. *Abbildung A.4.1.4*) zeigt sich, dass der Anteil der männlichen Onlinebanking-Nutzer bei 78 % liegt, im Vergleich zu 72 % bei Frauen. Darüber hinaus nimmt die Nutzung des Onlinebanking mit zunehmendem Alter ab: So gaben in der Altersgruppe von 25 bis 34 Jahre 91 % an, Onlinebanking zu nutzen, wohingegen der Anteil in der Altersgruppe 65 Jahre und älter lediglich 58 % beträgt. Weitere sozio-demographische Unterschiede lassen sich hinsichtlich der finanziellen Situation feststellen: Der Anteil der Personen, die Onlinebanking nutzen, liegt in Haushalten mit einem Nettoeinkommen von 4.500 € und mehr bei 87 % gegenüber 64 % in Haushalten mit einem Nettoeinkommen von unter 1.500 €.

Die **Mehrheit** der Befragten **nutzt für das Onlinebanking die Webseite der Bank** (70 %). Gleichzeitig verwenden 58 % die bankeigene App. Lediglich 5 % der Befragten geben an, die Onlinebanking-App eines Drittanbieters zu nutzen (s. *Abbildung 4.1.5*). Gegenüber 2020 ergibt sich somit eine leichte Verschiebung weg von der Webseite (minus 6 Prozentpunkte) hin zur App der Bank (plus 10 Prozentpunkte). Die Nutzung von Drittanbieter-Apps stagniert auf niedrigem Niveau. Deutlicher sind – aufgrund der insgesamt größeren Popularität des Onlinebanking – die Unterschiede gegenüber 2017, griffen doch 53 % der Internetnutzerinnen und -nutzer über die Webseite und lediglich 12 % über eine bankeigene App auf das Onlinebanking zu. Auch bei den Zugangswegen zum Onlinebanking zeigen sich soziodemographische Unterschiede (s. *Abbildung A.4.1.5*): So ist die Nutzung der bankeigenen App bei Frauen um 5 Prozentpunkte geringer als bei Männern (55 % vs. 60 %). In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen dominiert die Nutzung der Bank-App mit 81 % gegenüber dem Zugang per Webseite mit 45 %. Dieses Verhältnis kehrt sich in der Altersgruppe 65 Jahre und älter mit 76 % (Webseite) gegenüber 38 % (App) nahezu um.

4.2 Besitz und Nutzung von Zahlungskarten

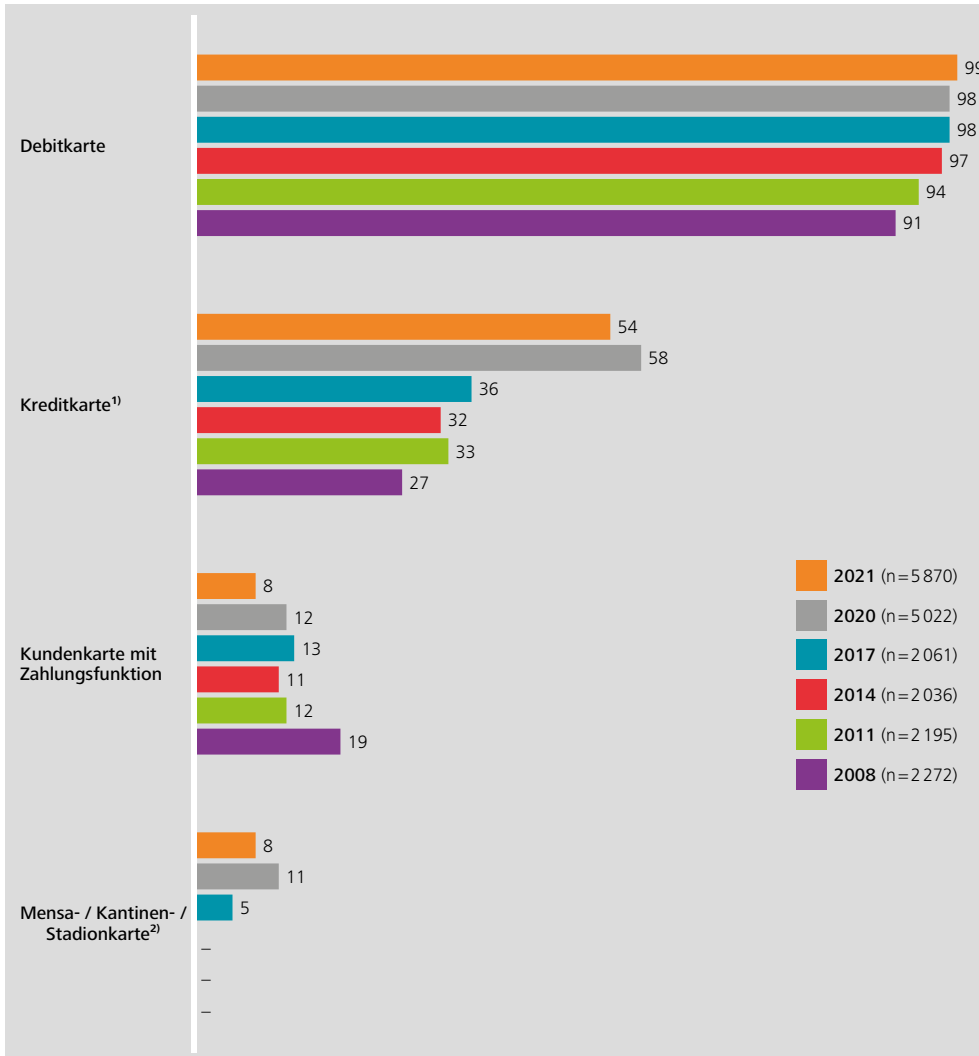
Abbildung 4.2.1 verdeutlicht die zunehmende Ausstattung der Bevölkerung mit Zahlungskarten. Da die von den deutschen Kreditinstituten ausgegebene girocard im Regelfall Bestandteil des Kontopakets ist, verfügen inzwischen fast alle Befragten (99 %) über eine solche **Debitkarte**.¹³ Entsprechend war der Zuwachs seit Beginn der Studienreihe mit 8 Prozentpunkten

¹³ Die girocard wird allein oder zusätzlich mit der Marke eines internationalen Kartensystems angeboten (Maestro / VPay, Mastercard / Visa Debit).

Besitz von Zahlungskarten 2008 – 2021

Abb. 4.2.1

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: alle Befragten. Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie? **1** inkl. Prepaid-Kreditkarte seit 2020. **2** seit 2017 abgefragt.

Deutsche Bundesbank

gering und verlangsamt sich seit 2014 weiter. Debitkarten internationaler Anbieter ohne zusätzliche girocard-Funktion haben zwar an Bedeutung gewonnen.¹⁴ Sie werden bevorzugt von klassischen Direktbanken, aber auch neueren FinTech-Banken ausgegeben, die merkliche Kundenzuwächse verzeichneten (s. Kapitel 4.1).

Im Gegensatz dazu legten **Kreditkarten** seit 2008 mit 27 Prozentpunkten deutlich zu. Insbesondere zwischen 2017 und 2020 hat sich der Anstieg beschleunigt. Er war bei den Befragten bis 24 Jahren sowie bei jenen mit einem Haushaltseinkommen zwischen 1.500 und 3.000 € (s. Abbildungen A.4.2.1 und A.4.2.2) besonders ausgeprägt. In Summe kommen mehrere Effekte zum Tragen. Zum einen werden Kreditkarten vermehrt sowohl im stationären und kräftig wachsenden Onlinehandel, als auch für Übernachtungen und Freizeitaktivitäten gebraucht (s. Abbildung 5.2.4), so dass die Nachfrage nach ihnen steigt. Zum anderen geben größere Handelsketten Kreditkarten unter eigenem Namen heraus (z.B. Amazon, BahnCard, TUI). Einige nutzen nun für ihre Kundenkarten mit Bezahlfunktion nicht mehr das Lastschriftverfahren, sondern haben auf Kreditkarten umgestellt (z.B. Ikea, Payback). Zudem entfallen 6 (2020) bzw. 4 (2021) Prozentpunkte des Anstiegs auf Prepaid-Kreditkarten (s. weiter unten)¹⁵.

Zwischen der Erhebung 2020 und der vorliegenden Studie ist die Anzahl an Kreditkarten leicht um 4 Prozentpunkte zurückgegangen. Ein Grund dafür könnte sein, dass eine Umschichtung zugunsten von Debitkarten internationaler Anbieter stattgefunden hat.¹⁶ Da diese einen ähnlichen Funktionsumfang aufweisen, wird eine Kreditkarte ggf. nicht mehr benötigt.

Bei den **Kundenkarten mit Bezahlfunktion** lässt sich ein Teil des Rückgangs (minus 5 Prozentpunkte seit 2017) auf den eben erwähnten Wechsel hin zu Kreditkarten bei den Händlern zurückführen. Ein weiterer Grund könnte in der andauernden Pandemielage liegen, die das Einkaufen im stationären Handel beschränkte und damit dort genutzte Kundenkarten ein Stück weit weniger in den Fokus der Verbraucherinnen und Verbraucher rückten. Zwar besitzen etwas mehr

¹⁴ Es handelt sich um Mastercard Debit- oder Visa Debit-Karten.

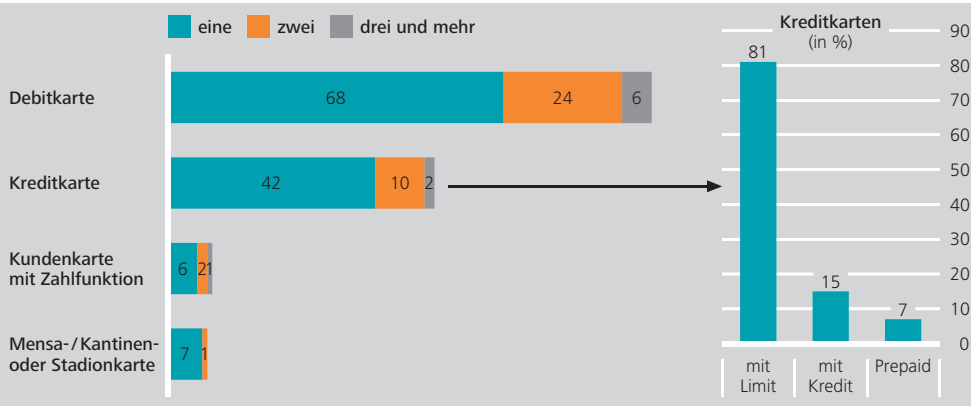
¹⁵ Prepaid-Kreditkarten wurden in den Studien bis 2017 in einer gemeinsamen Kategorie mit der Geldkarte bzw. girocard als „vorausbezahlte Zahlungskarten“ abgefragt. Beide werden seit 2020 nicht mehr herausgegeben, sodass Prepaid-Kreditkarten seitdem als „davon“-Kategorie bei den Kreditkarten ausgewiesen werden. Dadurch ergibt sich eine leichte Verzerrung des Anteils der Kreditkarten für die Jahre 2008-2017 nach unten.

¹⁶ Vgl.: <https://finanz-szene.de/payments/girocard-gegen-den-rest-der-welt-die-grosse-analyse-zum-deutschen-kartenmarkt/>. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

Besitz von Zahlungskarten nach Anzahl je Kategorie

Abb. 4.2.2

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: alle Befragten (n=5870). Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie und in welcher Anzahl?

Basis: Befragte, die mindestens eine Kreditkarte besitzen (n=3183). Frage: Wie viele Ihrer Kreditkarten fallen in die folgenden Kategorien?

Deutsche Bundesbank

als Männer Kundenkarten, insgesamt scheinen sie aber in fast allen Bevölkerungsgruppen ab 1.500 € Haushaltseinkommen und bis 64 Jahre ähnlich verbreitet (s. [Abbildung A.4.2.3](#)).

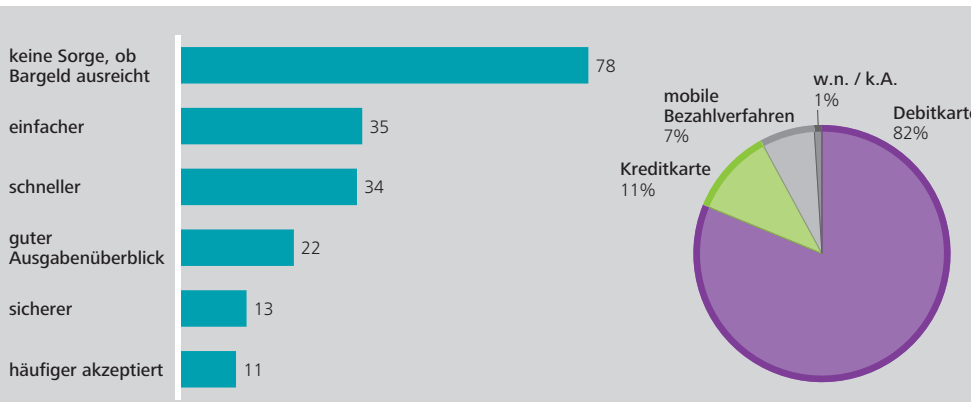
Während der Pandemie konnten viele Schulabgänger ihre Ausbildung oder ein Studium nur online beginnen. Einige Absolventen sind im Homeoffice ins Berufsleben gestartet. Und Fußballstadien blieben leer. Zusammengenommen kann dies größtenteils den Rückgang um 3 Prozentpunkte bei den **Mensa- / Kantinen- oder Stadionkarten** seit 2020 erklären. Denn diese Karten sind im Wesentlichen im Alter bis 34 Jahren beliebt. Außerdem geben überdurchschnittlich viele Männer sowie Befragte mit einem Haushaltseinkommen über 4.500 € an, eine solche Karte zu besitzen (s. [Abbildung A.4.2.4](#)).

Abbildung 4.2.2 zeigt, dass ca. ein Drittel der interviewten Personen (30 %) über mehr als eine girocard bzw. andere Debitkarte verfügt und 12 % über mehr als eine **Kreditkarte**. Dabei besitzen mehr als doppelt so viele Männer wie Frauen zwei Kreditkarten oder mehr (s. [Abbildung A.4.2.2](#)). Überraschend ist, dass 20 % der Befragten im Alter zwischen 25-44 Jahren angeben, zwei oder mehr Kreditkarten zu besitzen (s. [Abbildung A.4.2.1](#)).

Präferenz für bargeldlose Zahlungsmittel

Abb. 4.2.3

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: alle Befragten (n=5870). Frage: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorteile von Karten im Vergleich zu Barzahlungen (max. 3 Antworten)?

Basis: Befragte, die Karten / andere unbare Zahlungsmittel bevorzugen oder keine Präferenz haben (n=4088). Frage: Welche dieser Zahlungsmethoden bevorzugen Sie?

Deutsche Bundesbank

Erstmals wurde für diese Studie erfasst, welche Art Kreditkarten in der Bevölkerung verbreitet ist. Mit 81 % gibt der überwiegende Teil der Interviewten an, sogenannte unechte **Kreditkarten (engl. Charge Cards)** zu besitzen. Das bedeutet, dass die Karte bis zu einem vorab festgelegten Betrag belastet werden kann. Zum Ende eines vorab definierten Abrechnungszeitraumes (in der Regel ein Monat) wird der fällige Betrag vom Referenzkonto abgebucht.

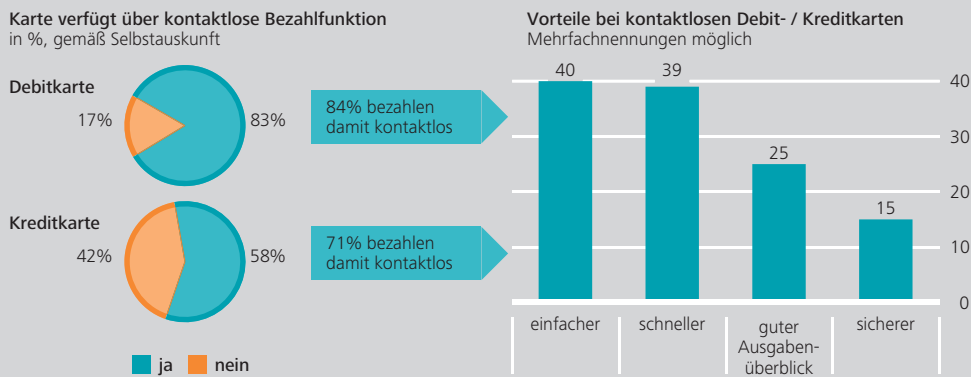
15 % verfügen über eine **Karte**, die tatsächlich **mit einem Kredit** verbunden ist (sogenannte echte Kreditkarte, engl. Revolving Credit Card). Dabei kann der betreffende Betrag in Raten verteilt über mehrere Monate zurückbezahlt werden. Im Regelfall werden dafür auch Kreditzinsen fällig. Ein eindeutiger Zusammenhang zu Haushaltseinkommen oder finanzieller Situation lässt sich aus den Daten nicht ableiten.¹⁷

Vor allem Jüngere beschaffen sich **Prepaid-Kreditkarten**. In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen, die mindestens eine Kreditkarte besitzen, ist dies bei 26 % der Fall, bei den 25- bis

¹⁷ Zwar greifen jene Befragten mit mindestens einer Kreditkarte, die ihre finanzielle Situation als schlecht einstufen, häufiger, nämlich zu 21%, auf eine derartige „echte“ Kreditkarte zurück als die Studienteilnehmenden insgesamt. Jedoch ist die Anzahl jener, die sich in diese Gruppe einstufen, mit 49 Befragten zu gering, als das allgemeingültige Aussagen gemacht werden können.

Nutzung kontaktloser Debit- / Kreditkarten

Abb. 4.2.4

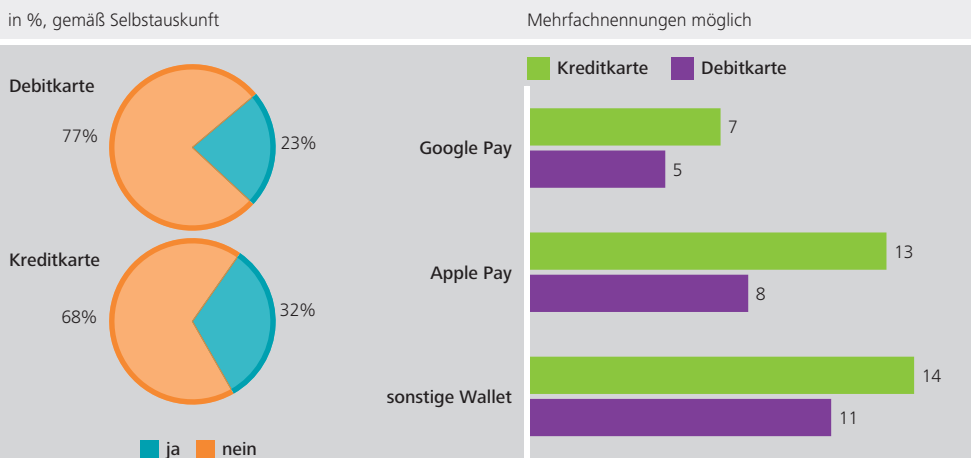


Basis: alle Befragten, die mind. eine Debit- (n=5793) / Kreditkarte besitzen (n=3183). Frage: Verfügt Ihre Karte über eine kontaktlose Bezahlungsfunktion, unabhängig davon, ob Sie diese nutzen?

Basis: alle Befragten, die kontaktlos mit Debit- / Kreditkarte bezahlen (n=4189). Frage: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorteile von Karten- im Vergleich zu Barzahlungen (max. 3 Antworten)?

Debit- oder Kreditkarte in einer Zahlungs-App hinterlegt

Abb. 4.2.5



Basis: Befragte, die mindestens eine Debit- (n=5793) / Kreditkarte besitzen (n=3183). Frage: Haben Sie eine oder mehrere dieser Karten in einer Zahlungs-App für das mobile Bezahlen hinterlegt?

Deutsche Bundesbank

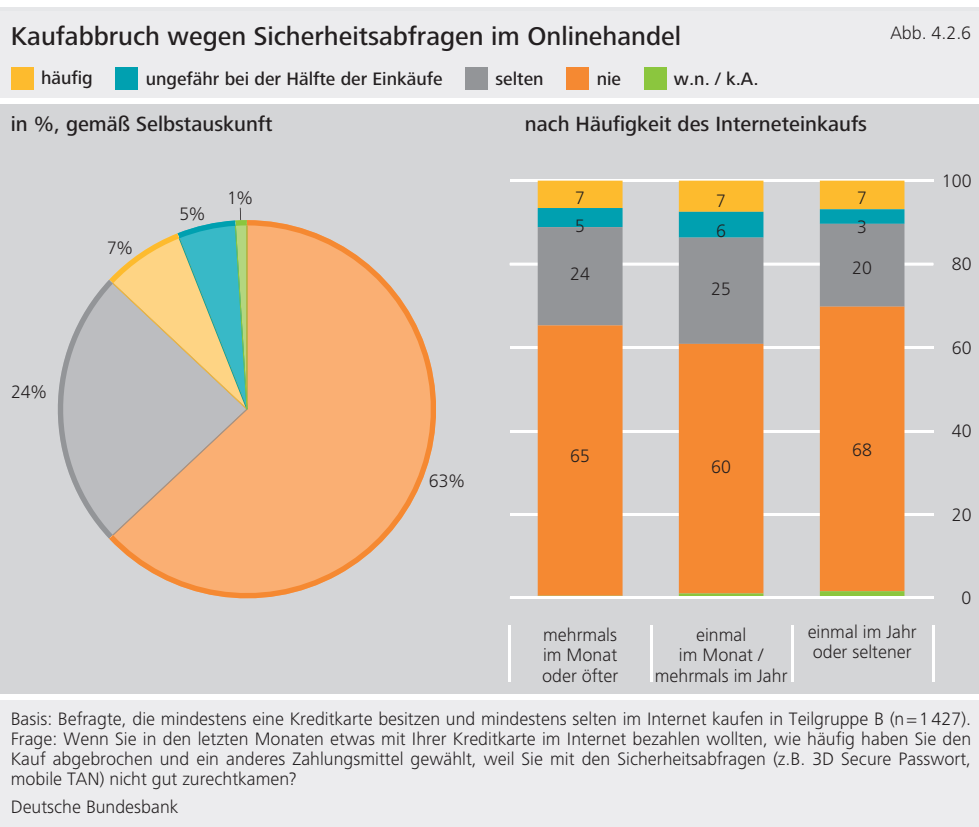
34-Jährigen sind es 16 %. Das sind 19 bzw. 9 Prozentpunkte mehr als im Durchschnitt der Bevölkerung.

Entsprechend ihrer hohen Verbreitung bevorzugt 82 % der Bevölkerung die girocard oder eine andere Debitkarte, wenn sie nach ihren **Präferenzen beim bargeldlosen Bezahlen** gefragt werden (s. *Abbildung 4.2.3*). Immerhin 11 % wählen die Kreditkarte und 7 % mobile Bezahlverfahren an der Ladenkasse. Von letzteren sind 71 % 18 bis 44 Jahre alt. Zum Vergleich: Unter jenen Befragten, die Karten bevorzugen, stammen 37 % aus dieser Altersgruppe; 63 % sind 45 Jahre und älter.

Die überwiegende Mehrheit (78 %) der Bevölkerung sieht den **Vorteil von Kartenzahlungen** darin, dass sie sich beim Einkaufen keine Sorgen machen müssen, ob ihr Bargeld im Portemonnaie ausreicht (s. *Abbildung 4.2.3*). Jeweils mehr als einem Drittel gelten Kartenzahlungen als einfacher (35 %) und schneller (34 %). Einige nennen einen guten Ausgabenüberblick (22 %) und die Sicherheit (13 %) als Vorteil gegenüber Barzahlungen.

Eine wesentliche Neuerung der vergangenen Jahre beim Bezahlen mit der Karte war die Einführung der **Kontaktlosfunktion**, bei der die Karte lediglich für einige Sekunden in geringer Distanz zum Terminal gehalten wird und bis zu einem Betrag von 50 € im Regelfall keine PIN-Eingabe erfolgt. Die Corona-Pandemie hat diesem berührungslosen Bezahlen einen Schub verliehen, was sich bereits in der Studie 2020 gezeigt hatte. Im Vergleich dazu sind die Werte für den Besitz solcher Karten und ihrer Nutzung 2021 weiter gestiegen (s. *Kapitel 5.2*).

Inzwischen verfügen 83 % der girocards oder anderen Debitkarten über **eine kontaktlose Bezahlungsfunktion**, 10 Prozentpunkte mehr als noch vor einem Jahr. Bei den Kreditkarten geben 58 % der Studienteilnehmenden an, dass ihre Karte kontaktlosfähig ist, ein Anstieg um 3 Prozentpunkte (s. *Abbildung 4.2.4 links*). Tatsächlich sind inzwischen fast alle Debit- und Kreditkarten mit einem NFC-Chip ausgestattet. Jedoch scheint dies vor allem den Kreditkartenbesitzenden nicht immer bewusst zu sein. Einer der Gründe könnte darin liegen, dass sie ihre Karte seltener für Einkäufe im stationären Handel als für solche im Internet nutzen. Diesen Schluss legen auch die Auswertungen der Zahlungstagebücher nahe (s. *Kapitel 5.3*). Ebenfalls erhöht hat sich die Zahl jener, die auch **kontaktlos** mit ihrer Debit- bzw. Kreditkarte **bezahlen**. 2021 ist dies bei 84 % bzw. 71 % der Befragten der Fall, ein Zuwachs um 6 bzw. 4 Prozentpunkte gegenüber der Studie von 2020. Nutzungsunterschiede zwischen verschiede-



nen soziodemographischen Gruppen sind gering ([s. Abbildung A.4.2.5](#)). Ihre Beliebtheit dürfte dabei in den empfundenen **Vorteilen** dieser Zahlweise begründet sein. Jene, die ihre Karte kontaktlos einsetzen, betrachten – im Vergleich zum Durchschnitt der Befragten – Kartenzahlungen in höherem Maße als einfacher und schneller als Barzahlungen (5 Prozentpunkte mehr in *Abbildung 4.2.4* rechts im Vergleich zu *Abbildung 4.2.3 links*). Sie nehmen zudem zusätzliche Vorteile bei Ausgabenüberblick und Sicherheit wahr.

Inzwischen erlauben Smartphones und andere Geräte wie Smartwatches oder Fitnessarmbänder ebenfalls das kontaktlose Bezahlen mit der Karte. Dazu muss diese **in einer digitalen Wallet** hinterlegt werden. 23 % der Teilnehmenden haben bereits zumindest eine Debit- und 32 % eine Kreditkarte in einer solchen Wallet hinterlegt (*s. Abbildung 4.2.5 links*). Vor allem Jüngere bis 44 Jahre, Männer und Befragte mit Haushaltseinkommen von über 4.500 € tun dies überdurchschnittlich häufig ([s. Abbildung A.4.2.6](#)). Gefragt danach, wo sie ihre jeweilige Karte hinterlegen, geben die meisten an, eine sonstige Wallet (ihrer Bank oder Sparkasse) zu verwenden, dicht gefolgt von Apple Pay (*s. Abbildung 4.2.5 rechts*). Nur sehr wenige – zwischen 0,4 und 0,6 % – kombinieren zwei der drei Walletarten.

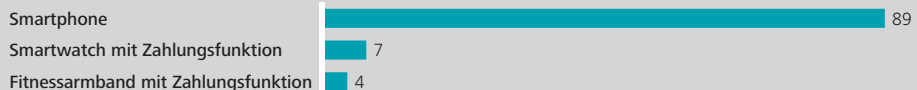
Seit März 2021 gelten für Kreditkartenzahlungen im Internet im Regelfall strengere Sicherheitsanforderungen. Mitunter führen diese neuen Vorgaben jedoch dazu, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihren **Einkauf abbrechen**. Ein Viertel (24 %) der Befragten geben an, ihren Internetkauf selten wegen Sicherheitsabfragen abbrechen. Immerhin 12 % tun dies aber bei mindestens der Hälfte der Einkäufe (*s. Abbildung 4.2.6 links*). Bei der Mehrheit der Studienteilnehmenden (63 %) war dies aber noch nie der Fall.

Jedoch lässt sich kein eindeutiger Trend erkennen, bei welchem Kaufverhalten im Internet bzw. bei welchen Bevölkerungsgruppen diese Probleme gehäuft auftreten. Exemplarisch zeigt sich dies daran, dass kein klarer Zusammenhang zu Erfahrung mit Interneteinkäufen hergestellt werden kann (*s. Abbildung 4.2.6 rechts*). Dies gilt in ähnlicher Weise auch für soziodemographische Merkmale: 8 % der Männer geben an, die Hälfte ihrer Einkäufe oder mehr wegen der Sicherheitsabfragen abbrechen. Bei den Frauen sind es 16 %. Die Altersklasse, die am häufigsten mindestens die Hälfte ihrer Einkäufe abbricht, ist die der 25- bis 34-Jährigen mit 19 %. In allen anderen Altersgruppen liegt der Anteil zwischen 9 % (18 bis 24 Jahre sowie 65 Jahre und älter) und 13 % (55 bis 64 Jahre). *Kapitel 4.4* behandelt ausführlicher das Bezahlen im Internet, wobei weitere Zahlungsmittel mit einbezogen sind.

Besitz mobiler Endgeräte

Abb. 4.3.1

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich

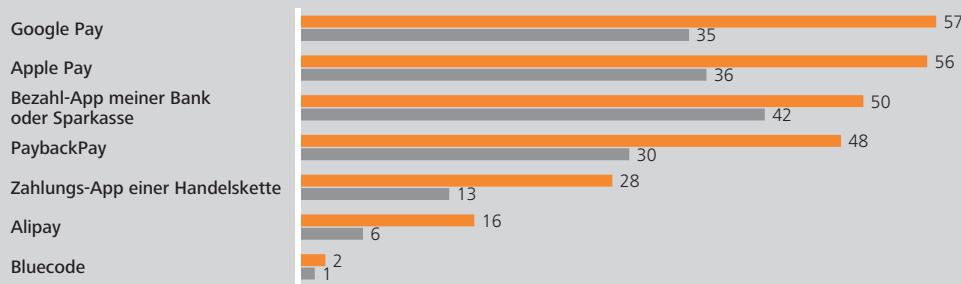


Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Besitzen Sie persönlich eines oder mehrere der folgenden Geräte?
Deutsche Bundesbank

Bekanntheit mobiler Bezahlverfahren

Abb. 4.3.2

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich

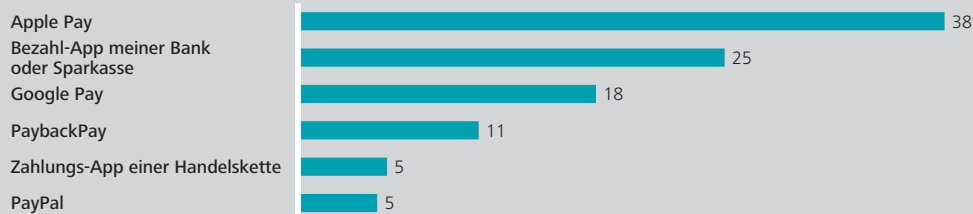


Basis: Alle Befragten. Frage: Welche der gezeigten Verfahren kennen Sie?
Deutsche Bundesbank

Übliche Nutzung eines mobilen Bezahlverfahrens am POS

Abb. 4.3.3

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte, die mind. ein innovatives Bezahlverfahren kennen und mit dem Smartphone am POS bezahlt haben (n=892).
Frage: Wenn Sie mit Smartphone /-watch oder Fitnessarmband an der Ladenkasse bezahlen, welche der Bezahlverfahren nutzen Sie üblicherweise?
Deutsche Bundesbank

4.3 Mobiles Bezahlen im Handel

Voraussetzung für das mobile Bezahlen ist zunächst der Besitz eines Smartphones oder eines Wearables (Smartwatch oder Fitnessarmbands) mit Zahlungsfunktion. Dort wird in einer Wallet ein digitales Abbild einer Debit- oder Kreditkarte hinterlegt. Die Zahlung erfolgt ähnlich wie jene mit einer kontaktlosen physischen Karte: Sie wird ausgelöst, indem das NFC-fähige smarte Gerät an das Zahlungsterminal gehalten wird. Je nach Verfahren muss bei einem Betrag von über 50 € das Smartphone entsperrt werden; bei anderen erfolgt immer eine biometrische Authentifizierung (z.B. durch Gesichtserkennung oder Fingerabdruck). Bei Wearables reicht meist eine PIN-Eingabe beim Anlegen.

Doch nicht nur Kartenzahlungen können an der Ladenkasse per Wallet genutzt werden: In einigen mobilen Zahlungslösungen, u.a. in Zahlungs-Apps des Handels, kann stattdessen eine Kontoverbindung hinterlegt werden. Angestoßen wird die Zahlung, indem ein QR-Code entweder am Terminal oder am smarten Gerät eingelesen wird und die Kundin bzw. der Kunde den Kauf dann bestätigt. Nach Abschluss der Zahlung an der Ladenkasse oder am Ende eines Abrechnungszeitraumes wird eine entsprechende Lastschrift vom Konto gezogen.

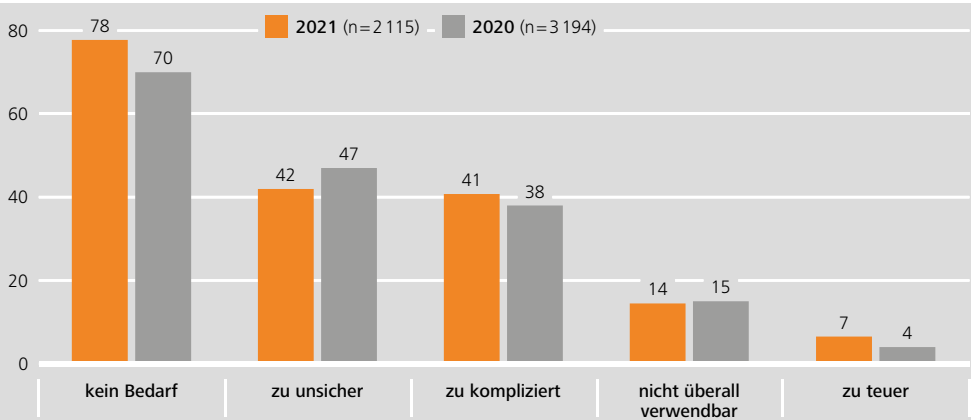
Insgesamt sind Verbraucherinnen und Verbraucher gut mit **Smartphones** ausgestattet. 2021 besitzen rund 89 % der Befragten ein solches (s. *Abbildung 4.3.1*). Dies entspricht einem weiteren Anstieg gegenüber 2020 um 5 Prozentpunkte. Dieser Wert nimmt mit zunehmendem Alter ab (s. *Abbildung A.4.3.1*). 2021 wurde das erste Mal der **Besitz von Wearables** mit Zahlungsfunktion abgefragt: 7 % der Befragten haben eine Smartwatch, 4 % ein Fitnessarmband. Wie schon bei den Smartphones sinkt auch hier der Besitzanteil mit zunehmendem Alter. Um die **Bedeutung neuer Bezahlverfahren** zu erfassen, wurde den Teilnehmenden zunächst eine Liste zahlreicher Innovationen im Zahlungsverkehr vorgelegt und abgefragt, ob sie diese kennen. Hier zeigt sich gegenüber der Befragung von 2020, dass alle Zahlverfahren, die an der physischen Ladenkasse eingesetzt werden können, ihre Bekanntheit deutlich steigerten. 2020 waren Google Pay, Apple Pay und die Banking-Apps von Banken oder Sparkassen jeweils mehr als einem Drittel der Teilnehmenden bekannt. 2021 erhöhten alle der zuvor genannten Verfahren ihre Bekanntheit auf 50 % oder mehr, wie in *Abbildung 4.3.2* ersichtlich ist.

Im zweiten Teil der Abfrage ging es darum, ob in Geschäften mit mobilen Verfahren bezahlt wird. Von denjenigen, die ein Smartphone besitzen und mindestens ein innovatives Bezahl-

Gründe für die Nichtnutzung mobiler Bezahlverfahren

Abb. 4.3.4

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



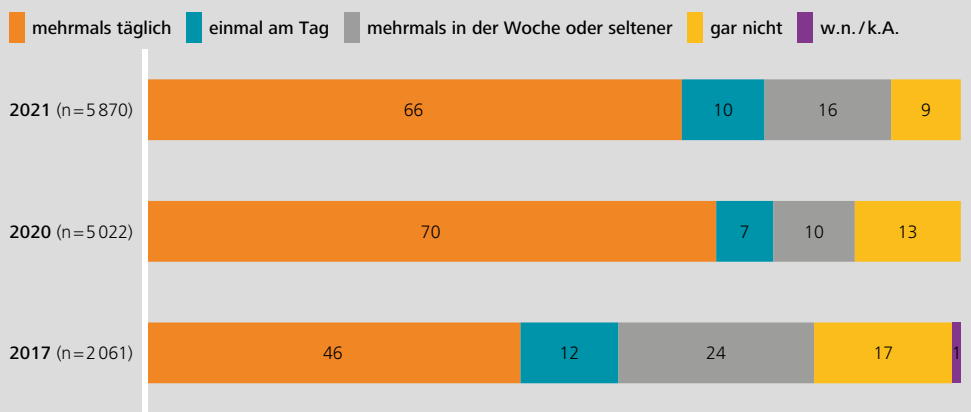
Basis: Befragte, die noch nie mit dem Smartphone an der Ladenkasse bezahlt haben (2021: in Teilgruppe B). Frage: Warum haben Sie bislang keines der mobilen Bezahlverfahren im Geschäft an der Ladenkasse genutzt?

Deutsche Bundesbank

Internetnutzung

Abb. 4.4.1

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: alle Befragten. Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Denken Sie einmal an die vergangenen drei Monate. Wie oft, wenn überhaupt, haben Sie das Internet benutzt?

Deutsche Bundesbank

verfahren kennen, haben 17 % schon einmal damit an der Kasse bezahlt. Dies entspricht einem Zuwachs von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Die gleiche Frage wurde 2021 erstmals allen Besitzern von Wearables, die mindestens ein innovatives Bezahlverfahren kennen, gestellt: Bereits 27 % von ihnen haben damit schon einmal im Laden bezahlt.

Eine Betrachtung nach Altersklassen zeigt, dass mobile Zahlungslösungen im Vergleich zum Vorjahr durchweg stärker genutzt werden (s. [Abbildung A.4.3.2](#)), insbesondere in der Altersgruppe unter 45 Jahren. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Untergliederung nach dem Geschlecht ab. Fast jeder vierte Mann hat sein Smartphone schon einmal zur Zahlung an der Ladenkasse genutzt, bei den Frauen nur jede Achte (und mit einem geringeren Zuwachs von plus 3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr).

Neben der Bekanntheit mobiler Bezahlverfahren (s. [Abbildung 4.3.2](#)), wurde zusätzlich gefragt, **welche dieser Zahlungslösungen üblicherweise genutzt werden**. Dabei stellt sich die Rangfolge etwas anders dar als zuvor. Während Google Pay zwar am bekanntesten ist, wenn auch mit sehr kleinem Abstand zu Apple Pay, wird letzteres von mehr als doppelt so vielen Befragten üblicherweise genutzt (38 % gegenüber 18 %, s. [Abbildung 4.3.3](#)). 25 % der Befragten nutzen für gewöhnlich die Bezahl-App einer Bank oder Sparkasse. Payback Pay wird von 11 % der Bevölkerung üblicherweise eingesetzt.

Ein großer Teil der Bevölkerung hat bislang noch nicht mit dem Smartphone oder einem Wearable im Geschäft bezahlt. Der bedeutendste **Grund für die Nichtnutzung** ist, wie 2020 fehlender Bedarf (78 %, s. [Abbildung 4.3.4](#)). Fast jeder Zweite gibt an (42 %), dass die Verfahren zu unsicher sind, wobei hier ein Rückgang von 5 Prozentpunkten gegenüber 2020 erkennbar ist. Dieser Aspekt in Zusammenhang mit der gestiegenen Nutzung mobiler Bezahlverfahren deutet möglicherweise daraufhin, dass das Vertrauen in deren Sicherheit gestiegen sein könnte. Gleichzeitig geben mehr Befragte als 2020 an, dass die Zahlungslösungen zu kompliziert sind (41 %, plus 3 Prozentpunkte).

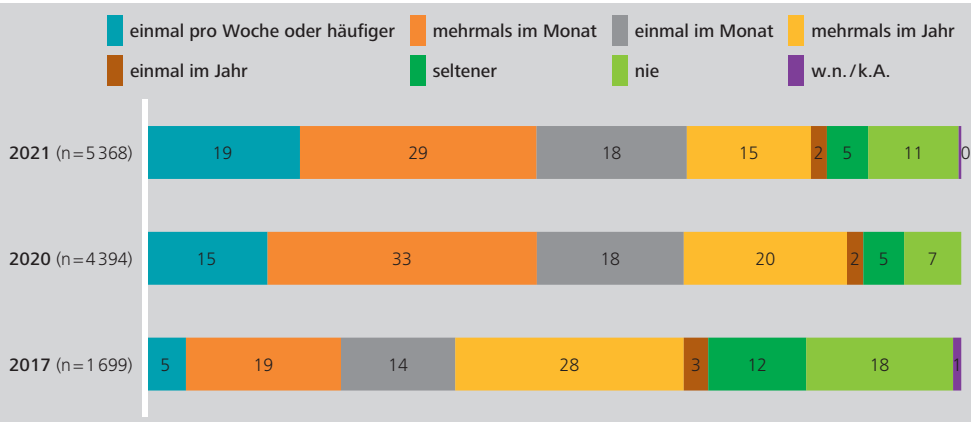
4.4 Zahlungen im Internet und zwischen Privatpersonen

In Bezug auf die **Internetnutzung** sind gut drei Viertel der Befragten täglich online (66 % mehrmals täglich und 10 % einmal am Tag). Zum Vergleich: 2020 waren 77 % ein- oder mehrmals täglich im Internet, 2017 waren es rund 20 Prozentpunkte weniger (s. [Abbildung 4.4.1](#)).

Kauffrequenz im Internet

Abb. 4.4.2

in %, gemäß Selbstauskunft



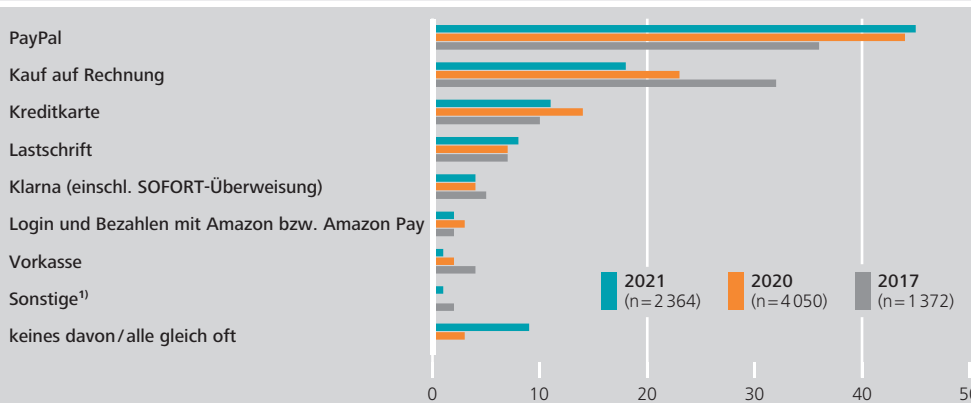
Basis: Befragte, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben. Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Wie oft kaufen Sie über das Internet ein? Bitte denken Sie auch ein Einkäufe, die Sie über eine App tätigen.

Deutsche Bundesbank

Häufigste Zahlungsweise im Internet

Abb. 4.4.3

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Befragte, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben (2021: in Teilgruppe B). Frage: Welches Verfahren nutzen Sie für Einkäufe im Internet am häufigsten? ¹⁾ Apple Pay, giropay (früher: Kwitt oder paydirekt), Google Pay, Gutschein oder Gutscheinkarte, Nachnahme und Prepaid-Kreditkarte.

Deutsche Bundesbank

Der Anteil derjenigen, die das Internet gar nicht nutzen, hat sich auf 9 % weiter reduziert (2020: 13 %; 2017: 17 %). In Bezug auf sozio-demographische Unterschiede zeigt sich, dass Frauen das Internet deutlich weniger intensiv nutzen als Männer (s. [Abbildung A.4.4.1](#)); der Anteil der Frauen, die nicht online sind, ist mit 11 % fast doppelt so hoch wie der der Männer (6 %). Die Internetnutzung nimmt zudem mit zunehmendem Alter ab; in der Altersgruppe 65 Jahre und älter sind 23 % niemals online. Ähnlich verhält es sich hinsichtlich der finanziellen Situation: 27 % der Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 € geben an, das Internet gar nicht zu nutzen, gegenüber 1 % der Befragten mit einem Haushaltseinkommen von 4.500 € und mehr.

Vergleichbare Muster sind beim **Einkaufen im Internet** erkennbar: Der Anteil derjenigen, die mindestens einmal im Monat online einkaufen, liegt bei 66 % und damit auf dem gleichen Niveau wie 2020. Im Vergleich zu 2017 hat sich der Anteil kräftig um 28 Prozentpunkte erhöht (s. [Abbildung 4.4.2](#)). Wie bei der Internetnutzung allgemein kaufen Männer und Jüngere deutlich häufiger im Internet ein als Frauen und Ältere (s. [Abbildung A.4.4.2](#)). So kaufen 26 % der Befragten ab 65 Jahre sowie 23 % der Personen mit einem Haushaltseinkommen unter 1.500 € niemals im Internet ein.

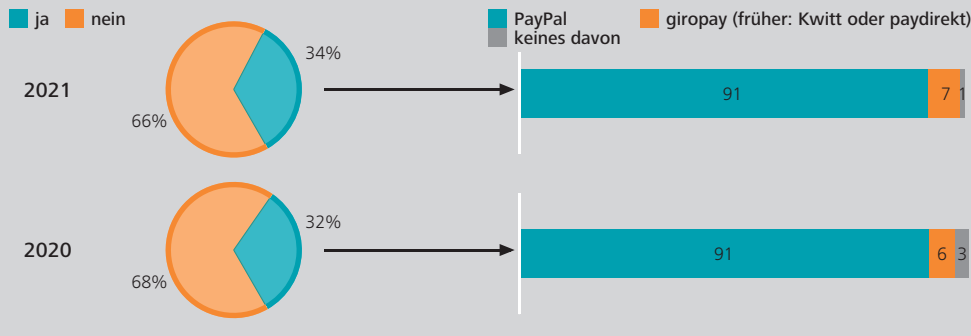
Zum **Bezahlen von Einkäufen im Internet** wird mit einem Anteil von 45 % am häufigsten PayPal genutzt (s. [Abbildung 4.4.3](#)), gefolgt vom Kauf auf Rechnung (18 %), Kreditkarte (11 %) sowie Lastschrift (8 %). Veränderungen gegenüber den Vorjahren zeigen sich insbesondere hinsichtlich der Beliebtheit von PayPal (2020: 44 %; 2017: 36 %), wohingegen der Anteil derjenigen, die am häufigsten per Überweisung nach Lieferung bezahlen, weiter zurückgeht (2020: 23 %; 2017: 32 %). [Abbildung A.4.4.3](#) zeigt, dass Frauen doppelt so häufig auf Rechnung einkaufen, wie Männer (24 % gegenüber 12 %). Altersspezifische Unterschiede zeigen sich insbesondere beim Bezahlen per Paypal sowie beim Kauf auf Rechnung: So ist PayPal mit einem Anteil von 62 % das am häufigsten genutzte Bezahlverfahren bei den unter 24-Jährigen wohingegen Kauf auf Rechnung lediglich auf einen Anteil von 6 % kommt. Bei den über 65-Jährigen verhält es sich umgekehrt: Hier ist der Kauf auf Rechnung mit 37 % die am häufigsten genutzte Zahlungsweise, vor PayPal mit 29 %.

Klassischerweise werden Geldbeträge zwischen Freunden, Verwandten und Bekannten in bar ausgetauscht und nur in seltenen Fällen überwiesen. Seit einigen Jahren versuchen Zah-

Nutzung P2P und üblicherweise genutztes Verfahren

Abb. 4.4.4

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: Befragte, die ein Smartphone besitzen und PayPal oder giropay kennen (2021: n=4 902; 2020: n=4 176). Frage: Haben Sie schon einmal über das Smartphone Geld mit Bezahlfverfahren wie z.B. giropay (früher Kwitt oder paydirekt) oder PayPal an Familienangehörige, Freunde oder Bekannte geschickt?

Basis: Befragte, die schon einmal über das Smartphone Geld mit Bezahlfverfahren wie z.B. giropay (früher Kwitt oder paydirekt) oder PayPal an Familienangehörige, Freunde oder Bekannte geschickt haben (2021: n=1 661; 2020: n=1 331). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Welches der beiden Verfahren nutzen Sie üblicherweise dafür?

Deutsche Bundesbank

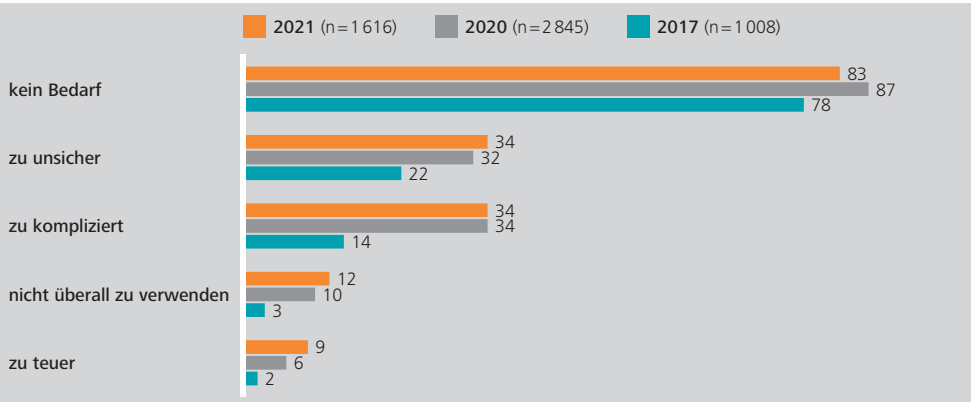
lungsdienstleister das Bargeld in diesem Bereich durch sogenannte **Person-to-Person¹⁸- (P2P) Zahlungen** zu ersetzen. *Abbildung 4.4.4* zeigt, dass 34 % der Befragten angeben, schon einmal eine solche Lösung genutzt zu haben, eine leichte Erhöhung gegenüber 2020 (32 %) und eine deutliche Steigerung gegenüber 2017 (5 %). **Bei den benutzten Verfahren zur Abwicklung von P2P-Zahlungen dominiert PayPal** wie bereits im Vorjahr mit einem Anteil von 91 %; der Anteil von giropay liegt bei 7 % (2020: 5 % Kwitt und 1 % paydirekt). Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen (*s. Abbildung A.4.4.4*): So haben fast zwei Drittel (64 %) der Befragten bis 34 Jahre bereits P2P-Zahlverfahren genutzt und in der Altersgruppe von 35 bis 44 Jahren immerhin die Hälfte. In der Altersgruppe von 45 bis 54 Jahre beträgt der Anteil 29 %, bei den 55- bis 64-Jährigen 17 % und in der Gruppe ab 65 Jahren 5 %.

Die Mehrheit derer, die kein P2P-Verfahren nutzen, sieht keinen Bedarf (83 %). Gut einem Drittel (34 %) der Befragten sind diese Verfahren zu unsicher und zu kompliziert, wohingegen die generelle Akzeptanz (12 %) sowie Kostenerwägungen (9 %) eine untergeordnete Rolle spielen (*Vgl. Abb. A.4.4.5*). Insgesamt haben sich bei den Gründen für die Nichtnutzung im Vergleich zu den Vorjahren keine wesentlichen Verschiebungen ergeben. Wesentliche Unterschiede hinsichtlich sozio-demographischer Faktoren sind nicht ersichtlich (*s. Abbildung A.4.4.5*).

Gründe für Nichtnutzung P2P

Abb. 4.4.5

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte, die keines der mobilen Zahlverfahren nutzen, um Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten Geld zu senden (2021: in Teilgruppe B). Frage: Warum haben Sie bislang keines der mobilen Bezahlfverfahren genutzt, um Familie, Freunden oder Bekannten Geld zu senden?

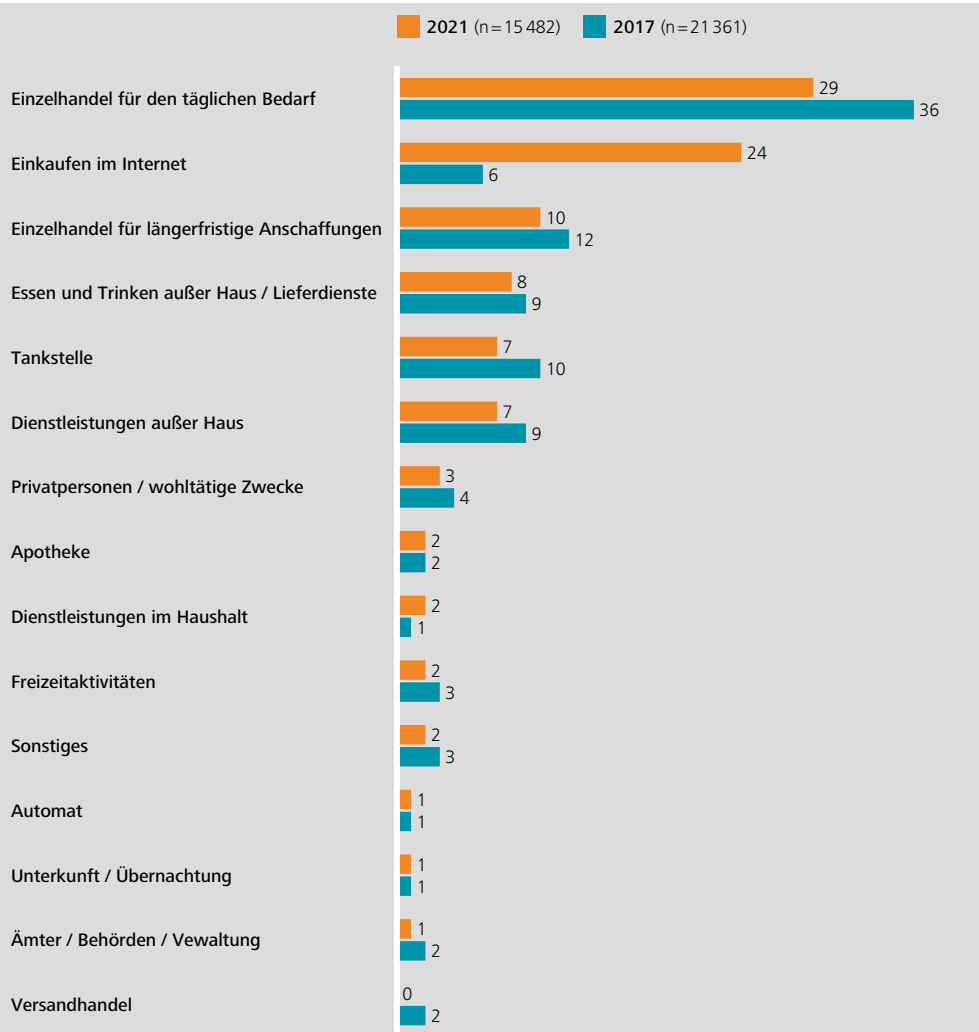
Deutsche Bundesbank

18 Dt. Person-an-Person.

Bedeutung einzelner Zahlungsorte gemessen am Umsatz

Abb. 5.1.1

in %, gemäß Zahlungstagebuch



Basis: Alle Transaktionen (2021: 605.251 €; 2017: 626.101,51 €). Frage: Wo wurde die Ausgabe getätigt bzw. um was für eine Ausgabe handelte es sich?

Deutsche Bundesbank

5 Verwendung von Zahlungsmitteln

5.1 Überblick über die Aufzeichnungen im Zahlungstagebuch

Im Anschluss an die Interviews wurden die Teilnehmenden gebeten, drei Tage lang ihre Zahlungen zu notieren. Insgesamt waren 4.197 Personen dazu bereit. Im Ergebnis wurden Informationen über 15.482 Transaktionen mit einem Gesamtwert von 605.251 € gesammelt.

Die Tagebücher erfassen ein **breites Spektrum an Zahlungsorten**. Der mit 29 % größte Teil der aufgezeichneten Umsätze stammt aus Einkäufen im Einzelhandel für den täglichen Bedarf (z.B. Supermärkte, Drogeriemärkte), gefolgt von Internetkäufen (24 %), Einkäufen im Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen (10 %), Essen und Trinken außer Haus (8 %), Zahlungen an der Tankstelle (7 %) und Dienstleistungen außer Haus (z.B. Friseur) (7 %) (s. *Abbildung 5.1.1*).

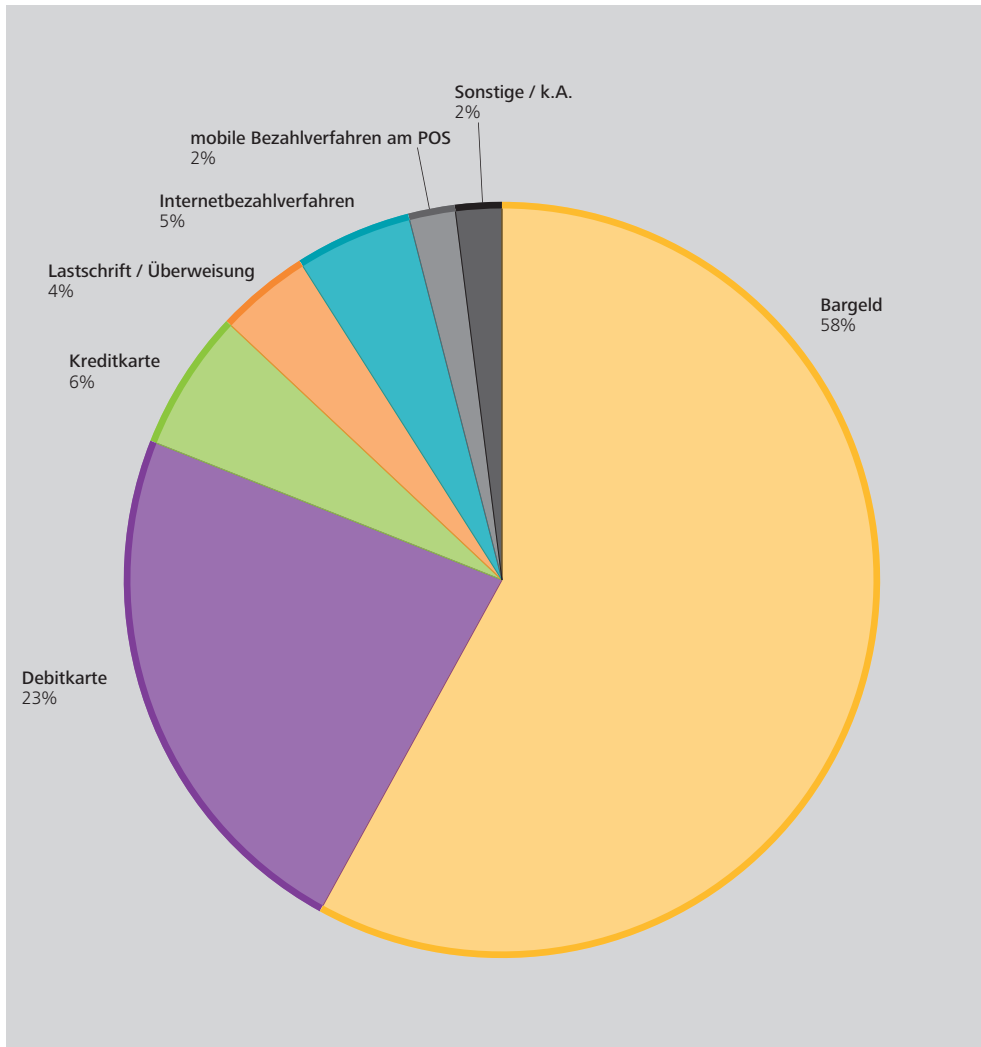
Zwischen 2017 und 2021 hat sich die Bedeutung der wichtigsten Zahlungsorte verschoben. Ein deutlich **höherer Anteil des Umsatzes** wird **im Internet** getätigt (plus 18 Prozentpunkte), obwohl im Befragungszeitraum Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe (unter Auflagen) geöffnet waren. Im Gegensatz dazu ging der Umsatzanteil an stationären Einkaufsorten deutlich zurück (Einzelhandel für den täglichen Bedarf minus 7 Prozentpunkte, Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen minus 2 Prozentpunkte, Tankstelle minus 3 Prozentpunkte). Diese Beobachtung deckt sich mit Daten des Statistischen Bundesamtes zur Entwicklung des privaten Konsums.¹⁹ Andere Ausgaben, etwa für Dienstleistungen außer Haus (z. B. Friseur), Essen und Trinken außer Haus, Freizeitaktivitäten sowie Ämter, Behörden und Verwaltung sind anteilmäßig um jeweils 1 bis 2 Prozentpunkte zurückgegangen. Lediglich für **Dienstleistungen im Haus** haben die Befragten im Verhältnis etwas mehr ausgegeben als 2017 (plus 2 Prozentpunkte).

¹⁹ Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 337 vom 13. Juli 2021 (Konjunktur Mitte 2021) und Nr. N 063 vom 5. Oktober 2020 (Kaufhäuser in der Krise).

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen an der Anzahl der Transaktionen

Abb. 5.2.1

in %, gemäß Zahlungstagebuch



Basis: alle Transaktionen (n=15 482).

Deutsche Bundesbank

5.2. Verwendung von Zahlungsmitteln insgesamt

Aus den Tagebüchern geht hervor, wie viele Einkäufe mit einem bestimmten Zahlungsmittel durchgeführt werden und welchen Wert diese haben. Abbildung 5.2.1 und Tabelle 5.2.1 zeigen, welcher Anteil der gesamten Transaktionen aus den Tagebüchern mit Bargeld, Karten oder anderen Zahlungsmitteln bezahlt wird (Transaktionsanteil). Abbildung 5.2.2 und Tabelle 5.2.2 geben an, welcher Anteil der Gesamtausgaben auf die einzelnen Zahlungsmittel entfällt (Umsatzanteil).

Gemessen an der **Anzahl der Transaktionen** ist Bargeld mit einem Anteil von aktuell 58 % das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel, gefolgt von Zahlungen per Debitkarte (23 %)²⁰, Kreditkarte (6 %) und per Lastschrift / Überweisung (4 %). Auf Internetbezahlverfahren entfallen 5 % und auf mobile Bezahlverfahren 2 % aller Transaktionen (s. *Abbildung 5.2.1*). Betrachtet man die Umsatzanteile, wird gleich viel mit Bargeld und mit Debitkarte bezahlt (jeweils 30 %). Dahinter folgen Lastschriften bzw. Überweisungen mit zusammen 19 % und Zahlungen per Kreditkarte mit 10 %. Auf Internetbezahlverfahren entfallen 8 % und auf mobile Bezahlverfahren 2 % der Umsätze ([s. *Abbildung 5.2.2 auf der übernächsten Seite*](#)).

Das **Zahlungsverhalten** der Bevölkerung hat sich innerhalb der vergangenen vier Jahre **stark verändert**. So ist der Barzahlungsanteil gemessen an der Anzahl der Transaktionen seit 2017 um 16 Prozentpunkte zurückgegangen (gemessen am Umsatz um 18 Prozentpunkte). Dieser deutliche Rückgang ist aber zumindest teilweise auf Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen und hat sich zuletzt deutlich verlangsamt. Ob und inwieweit mit einem Ende der Pandemie auch ein Ende dieses Trends oder gar eine Trendumkehr verbunden sein könnte, bleibt abzuwarten.

Im Gegenzug hat der Transaktionsanteil von Debit- und Kreditkarte jeweils um 4 bzw. 5 Prozentpunkte zugenommen. Während auf Kreditkarten im Vergleich zu 2017 ein um rund 6 Prozentpunkte größerer Anteil am Gesamtumsatz entfällt, ist der Umsatzanteil der Debitkarten um 5 Prozentpunkte zurückgegangen. Die gegenläufige Entwicklung bei den Debitkarten (relativ höherer Einsatz bei relativ geringerem Umsatzanteil) dürfte zum einen aus einer

²⁰ Gemeint ist im folgenden immer „girocard oder andere Debitkarte internationaler Anbieter“, s. zur Abgrenzung Kapitel 4.2.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen an der Anzahl der Transaktionen

Tab. 5.2.1

in %, gemäß Zahlungstagebuch

Zahlungsinstrument	Anteil		
	2021	2020	2017
Barzahlung	57,8%	60,1%	74,3%
Kartenzahlungen			
Debitkarte	22,6%	23,1%	18,9%
mit PIN / Unterschrift	7,0%	12,2%	18,4%
kontaktlos	15,1%	10,8%	0,5%
im Internet	0,5%	0,1%	-
Kreditkarte (inkl. Prepaid)	6,2%	6,0%	1,6%
mit PIN / Unterschrift	1,2%	1,2%	1,5%
kontaktlos	3,2%	3,5%	0,1%
im Internet	1,8%	1,3%	-
sonstige Karte			
Kundenkarte	0,2%	0,3%	0,1%
Mensa- / Stadion- / Kantinenkarte	0,8%	0,8%	0,2%
andere unbare Zahlungen			
Überweisung	2,5%	2,4%	1,3%
Lastschrift	1,9%	2,2%	0,6%
Internetbezahlverfahren	5,0%	2,0%	1,9%
davon PayPal	4,2%	1,8%	-
davon sonstige*	0,8%	0,2%	-
mobile Bezahlverfahren	2,1%	2,0%	0,1%
davon Apple Pay / Google Pay	1,7%	1,3%	-
davon Bezahl-App der Bank	0,3%	0,3%	-
sonstige / ohne Nennung Zahlungsinstrument	1,0%	1,0%	1,0%
Summe	100%	100%	100%

Basis: alle Transaktionen aus den Tagebüchern

* unter 1%: Amazon Pay, Apple Pay, giropay/paydirekt, Google Pay, Klarna Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen am Umsatz

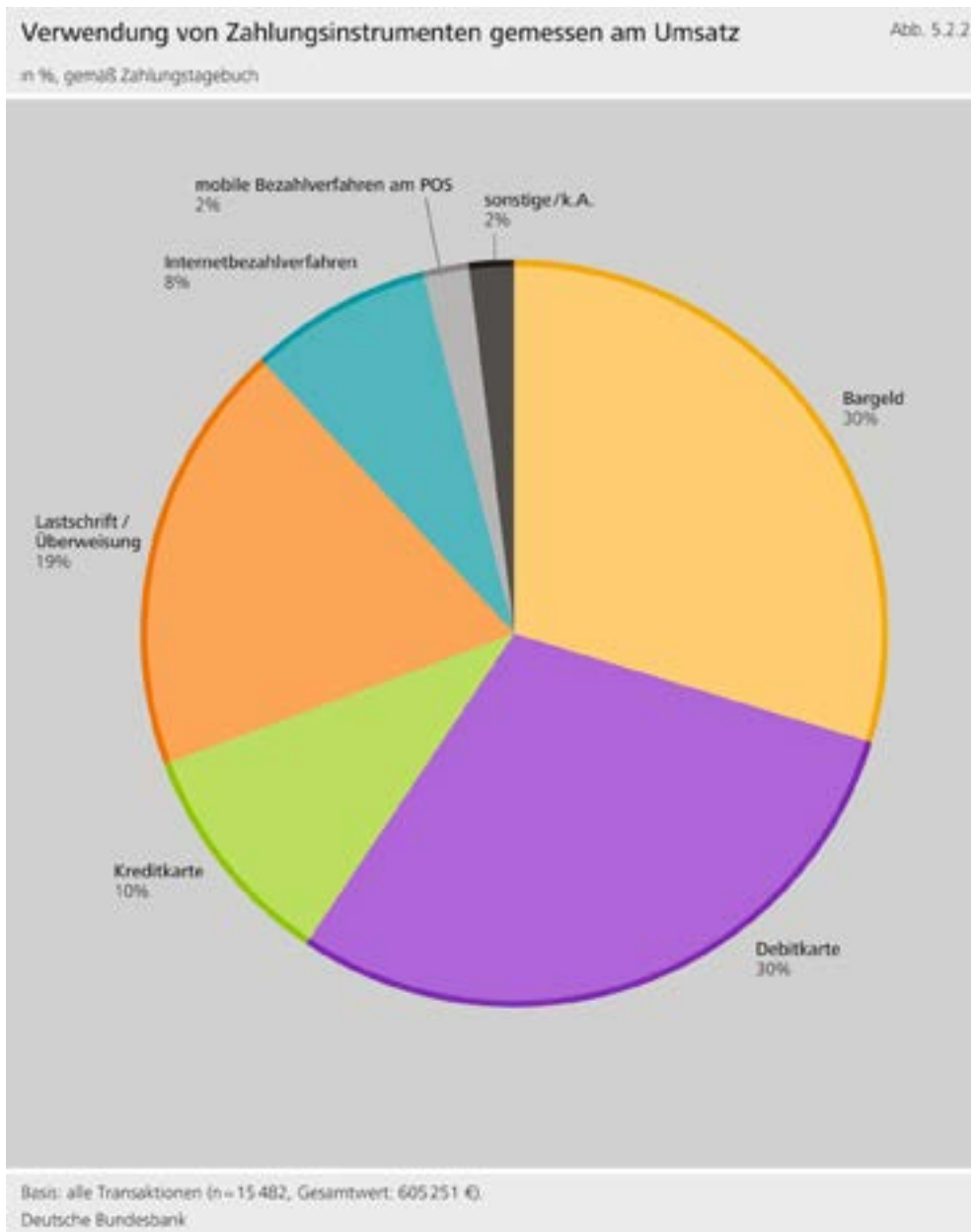
Tab. 5.2.2

in %, gemäß Zahlungstagebuch

Zahlungsinstrument	Anteil		
	2021	2020	2017
Barzahlung	29,9%	31,9%	47,6%
Kartenzahlungen			
Debitkarte	29,9%	32,8%	34,9%
mit PIN / Unterschrift	11,6%	22,8%	34,0%
kontaktlos	16,3%	9,9%	0,9%
im Internet	2,1%	0,1%	-
Kreditkarte (inkl. Prepaid)	10,4%	10,8%	4,6%
mit PIN / Unterschrift	2,6%	1,8%	4,4%
kontaktlos	4,6%	4,3%	0,2%
im Internet	3,3%	4,7%	-
sonstige Karte			
Kundenkarte	0,2%	0,6%	0,1%
Mensa- / Stadion- / Kantinenkarte	0,1%	0,1%	0,0%
andere unbare Zahlungen			
Überweisung	15,0%	13,7%	5,6%
Lastschrift	3,7%	3,5%	2,4%
Internetbezahlverfahren	7,7%	4,1%	3,7%
davon PayPal	6,0%	3,6%	-
davon sonstige*	1,6%	0,5%	-
mobile Bezahlverfahren	1,6%	1,5%	0,0%
davon Apple Pay / Google Pay	1,0%	1,0%	-
davon Bezahl-App der Bank	0,3%	0,2%	-
sonstige / ohne Nennung Zahlungsinstrument	1,6%	1,1%	1,1%
Summe	100%	100%	100%

Basis: gesamte Umsätze aus den Tagebüchern.

* unter 1%: Amazon Pay, Apple Pay, giropay/paydirekt, Google Pay, Klarna Deutsche Bundesbank



einer Zunahme der Onlinekäufe insgesamt resultieren. Zum anderen haben Bürgerinnen und Bürger während der Corona-Pandemie vermehrt auch kleinere Beträge unbar mit der Debitkarte bezahlt (vgl. [Abbildung 5.2.3 auf der Folgeseite](#)). Dabei verzeichnen im Vergleich zu 2017 und zu 2020 sowohl der Transaktionsanteil als auch der Umsatzanteil beim kontaktlosen Bezahlen einen deutlichen Anstieg zu Lasten von klassischen Debitkartenzahlungen. Durch die Verlagerung von Einkäufen ins Internet sind darüber hinaus Internetbezahlverfahren im Vergleich zu 2017 und 2020 sowohl dem Transaktionsanteil als auch dem Umsatzanteil nach um jeweils 4 Prozentpunkte gestiegen.

Jedoch zahlen nicht alle Befragten in Deutschland gleich, zwischen den **soziodemographischen Gruppen zeigen sich deutliche Unterschiede**. [Abbildung A.5.2.1](#) zeigt die Umsatzanteile der Zahlungsmittel für verschiedene Altersgruppen: Bargeld wird nach wie vor verstärkt von älteren Personen genutzt. Den geringsten Barzahlungsanteil am Umsatz haben Befragte in der Mitte des Lebens, zwischen 35 und 44 Jahren. Hier trifft eine hohe Ausgabenlast auf starke familiäre und berufliche Belastungen, was unbare Bezahlmethoden und Internetkäufe unter Umständen praktischer erscheinen lässt. In dieser Altersgruppe sind dementsprechend sowohl der Anteil der Kreditkartenzahlungen (12 %) als auch der Anteil an Lastschriften/Überweisungen (30 %) am höchsten. Insgesamt ist im Vergleich zu 2017 der Barzahlungsanteil in allen Altersklassen zurückgegangen.

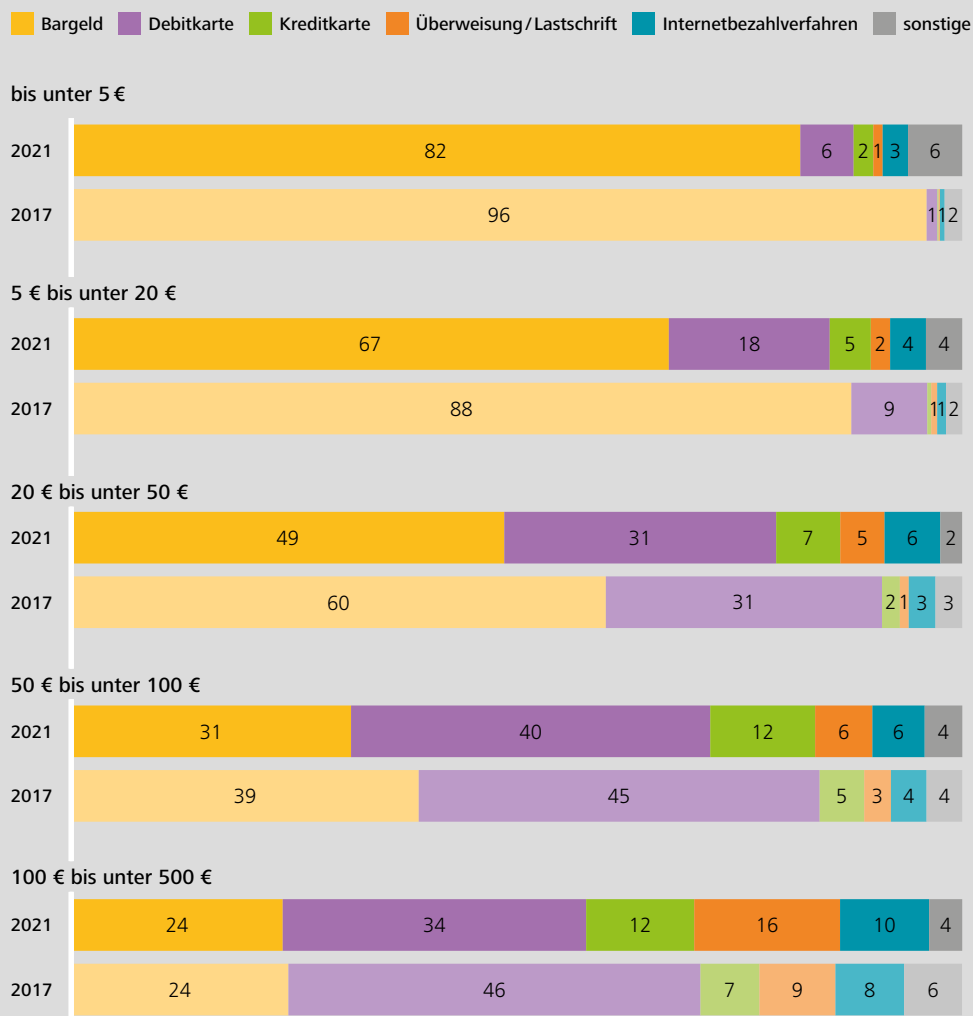
Die Umsatzanteile von Kreditkarten sowie Lastschriften / Überweisungen haben hingegen in allen Altersgruppen zugenommen, insbesondere bei den 35- bis 44-Jährigen (plus 26 Prozentpunkte). Der Einsatz von Debitkarten variiert zwischen 25 % (65 Jahre und älter) und 35 % (45 bis 54 Jahre), gemessen am Wert der Zahlungen. Der Anteil der Internetbezahlverfahren am Umsatz ist in den Altersgruppen bis 34 Jahren mit bis zu 19 % am höchsten und nimmt mit zunehmendem Alter tendenziell ab.

Auch hinsichtlich des **Geschlechts** gibt es Unterschiede in der Wahl der Zahlungsmittel ([s. Abbildung A.5.2.2 im Anhang](#)). Im Vergleich zu Männern (28 %) zahlen Frauen nach wie vor einen größeren Anteil ihrer Umsätze bar (32 %). Noch deutlicher ist der Unterschied bei der Nutzung von Debitkarten. Deren Anteil am Umsatz liegt bei Frauen 9 Prozentpunkte höher als bei Männern. Damit sind Debitkarten das beliebteste Zahlungsmittel von Frauen (35 %). Lastschriften / Überweisungen machen einen größeren Anteil im Umsatz von Männern aus (22 %). Letztere haben mit Kreditkarten 13 % ihrer Transaktionswerte bezahlt, Frauen hingegen nur 8 %.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen an der Anzahl der Transaktionen nach Betragsbereichen

Abb. 5.2.3

in %, gemäß Zahlungstagebuch



Basis: alle Transaktionen (n=15 482, Gesamtwert: 605 251 €).
Deutsche Bundesbank

Betrachtet man die Zahlungsmittelwahl für unterschiedliche **Einkommensgruppen**, zeigt sich, dass Bargeld nach wie vor deutlich stärker von Befragten mit niedrigem Einkommen genutzt wird (36 % des Umsatzes bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 €). Dies unterstreicht die besondere Rolle von Bargeld für die Budgetkontrolle (s. [Abbildung A.5.2.3](#) sowie [Kapitel 3.3](#)). Bei den unbaren Zahlungsmitteln kommen Internetbezahlverfahren über alle Einkaufsorte hinweg sowohl in der untersten als auch in der obersten Einkommensgruppe auf den höchsten Anteil (9 %), gegenüber 6 % in der mittleren Einkommensgruppe.

Eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, welches Zahlungsmittel zum Einsatz kommt, spielt die Höhe des **Zahlbetrags**. *Abbildung 5.2.3* zeigt, welcher Anteil der Zahlungen in einer bestimmten Betragskategorie mit Bargeld, Karten oder anderen Zahlungsmitteln getätigt wird. Bargeld kommt zwar weiterhin vorwiegend bei kleineren Beträgen zum Einsatz. Allerdings hat sich der Anteil der Debitkartentransaktionen bei Umsätzen im Bereich von 5 bis unter 20 € im Vergleich zu 2017 von 9 % auf 18 % verdoppelt. Selbst bei der Bezahlung von Kleinstbeträgen unter 5 € machen Debitkarten inzwischen einen Anteil von 6 % aus. Für diese Entwicklung kommen mehrere Faktoren in Frage, die im Hintergrundkasten auf der nächsten Seite weiter erläutert werden.

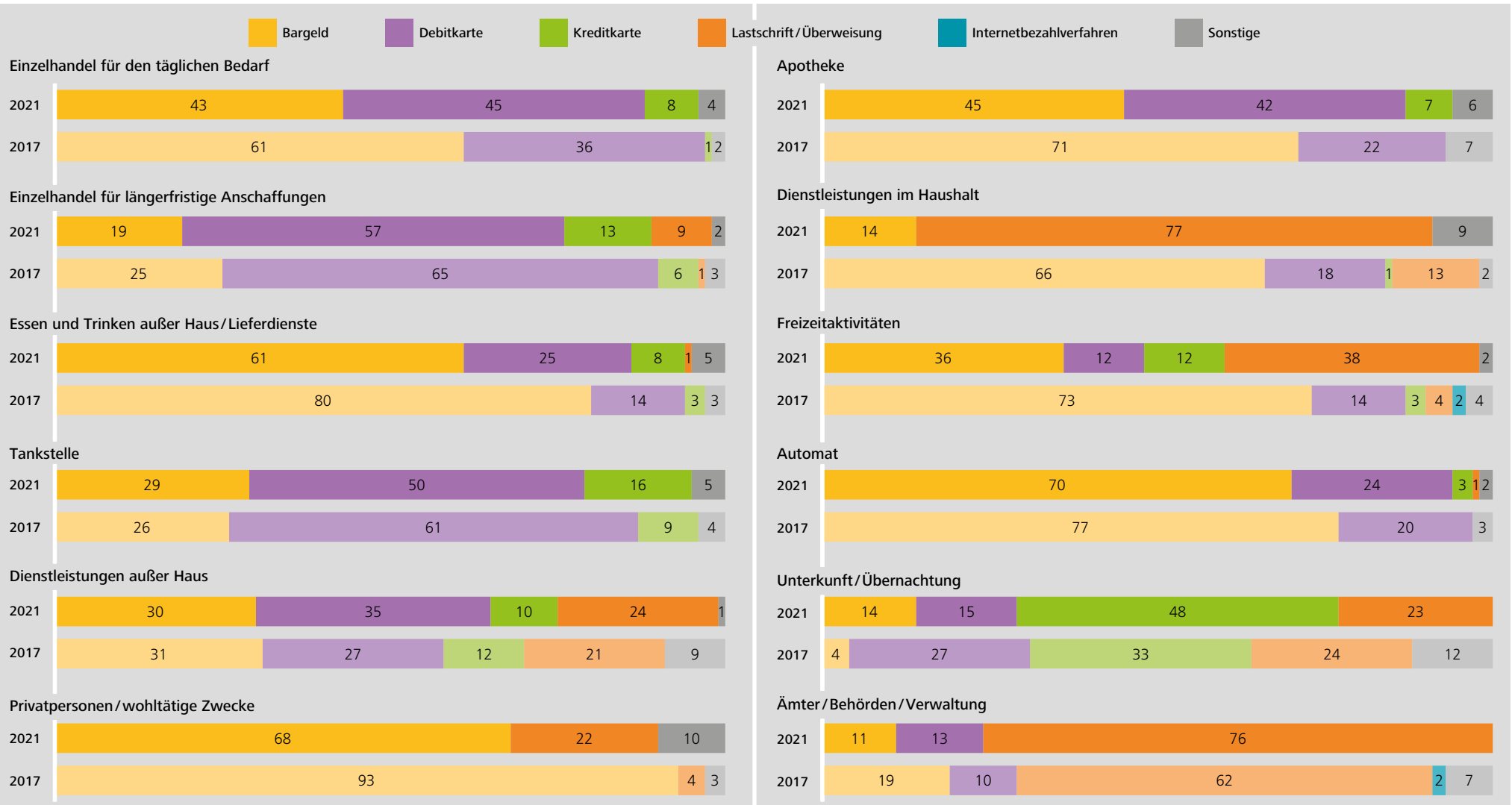
Ein ähnliches Bild ergibt sich für die Entwicklung des Anteils von Kreditkartenzahlungen am Wert aller Transaktionen, wenngleich weniger ausgeprägt. Kreditkarten haben ihre Nutzung insbesondere bei Beträgen über 50 € ausbauen können und erreichen hier einen Anteil von 12 %. Eine Erklärung dürfte darin liegen, dass die Bevölkerung im Zuge der Corona-Pandemie nicht nur vermehrt im Internet eingekauft hat, sondern auch größere Mengen auf einmal bzw. auf Vorrat (s. *Abbildung 5.3.3*). Das spiegelt sich im seit 2017 gestiegenen Internet-Umsatzanteil und in den höheren Durchschnittsbeträgen je Tagebuchtransaktion wieder. Während im Jahr 2017 der Durchschnittsbetrag über alle Transaktionen hinweg 29 € betrug, waren es 2021 41 €.

Weiterhin entscheidend für die Wahl des Zahlungsmittels sind **Art bzw. Ort der Ausgabe**. Sie bestimmen, in welcher Situation eine Zahlung erfolgt und welche Zahlungsmittel überhaupt zur Verfügung stehen. *Abbildung 5.2.4* auf der nächsten Seite zeigt die Umsatzanteile der Zahlungsmittel für ausgewählte Ausgabearten bzw. -orte. Bargeld wird überdurchschnittlich viel an Automaten (70 %), bei privaten Zahlungen (68 %), beim Essen und Trinken außer Haus (61 %), in Apotheken (45 %) und im Einzelhandel für den täglichen Bedarf (43 %) eingesetzt.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen am Umsatz nach Ausgabearten bzw. -orten

Abb. 5.2.4

in %, gemäß Zahlungstagebuch



Basis: Alle Transaktionen (n=15 482, Gesamtwert: 605 251 €)
Deutsche Bundesbank

In den anderen Bereichen gibt es eine überdurchschnittlich starke Neigung zu unbaren Zahlungsmitteln. Insgesamt ist fast überall der Barzahlungsanteil zurückgegangen.

Bei den unbaren Zahlungsmitteln zeigt sich eine breite Streuung über die verschiedenen Zahlungsorte bzw. -zwecke hinweg. So sind Debitkarten das Zahlungsmittel mit dem größten Umsatzanteil bei längerfristigen Anschaffungen (57 %), an der Tankstelle (50 %) sowie bei Einkäufen für den täglichen Bedarf (45 %). Im Vergleich zu 2017 wurde aber anteilmäßig weniger für längerfristige Anschaffungen und fürs Tanken mit der Debitkarte ausgegeben (minus 8 Prozentpunkte bzw. minus 11 Prozentpunkte). Dies ging v.a. zugunsten der Umsätze mit der Kreditkarte, die ihren Anteil jeweils um 7 Prozentpunkte auf 13 % bzw. 16 % Prozent ausbaute.

Hintergrund: Faktoren für die stärkere Nutzung der Debitkarte

Nach einer Deckelung der Interbankenentgelte und Aufhebung von Mindestbeträgen im Kartengeschäft durch eine EU-Verordnung sowie einer Einigung der Kreditwirtschaft mit dem Bundeskartellamt²¹ sind seit 2015 die **Kosten** für die Verarbeitung der girocard durchschnittlich gesunken. Dadurch wurden auch für Händler mit geringeren Durchschnittsbons Kartenzahlungen und damit die Anschaffung eines Terminals wirtschaftlich interessant. Hinzu kam die technische Entwicklung, womit seit 2017 nach und nach **kontaktloses Bezahlen** mit der girocard möglich wurde. Der Vorteil im Vergleich zum Bargeld oder dem Stecken der Karte mit PIN liegt darin, dass das Bezahlen deutlich schneller geht.²² Beides hat die Grundlage für eine stärkere Nutzung der Debitkarte gelegt. Die Corona-Pandemie hat dann die Nutzung von Karten weiter beschleunigt. Zum einen wollte die Bevölkerung seit deren Beginn insgesamt weniger Zeit in den Geschäften verbringen. Zum anderen wurde in den Läden häufig dazu aufgefordert, bargeld- bzw. kontaktlos zu zahlen. Ausserdem berichten die Befragten, dass seitdem das bargeldlose Bezahlen einfacher geworden ist (s. *Abbildung 4.2.4*).

21 EU-Verordnung 2015/751 über Interbankenentgelte für kartengebundene Zahlungsvorgänge vom 29. April 2015. Pressemitteilungen des Bundeskartellamtes vom 08.04.2014 und 30.03.2015 einschl. des Fallberichts B4-94/14 dazu.

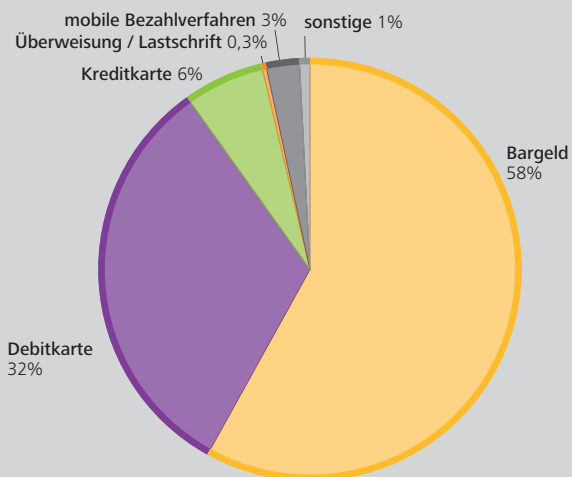
22 GfK-Messung verschiedener Bezahlmethoden im Lebensmitteleinzelhandel für die EURO Kartensysteme, 2017. Vgl. Hierl, L. / Pak, J., Payment 2019 – Komparative Studie zur Transaktionsdauer von Zahlungen, Schriftenreihe Handelsmanagement, Duale Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn, 2019.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten im stationären Handel (POS)

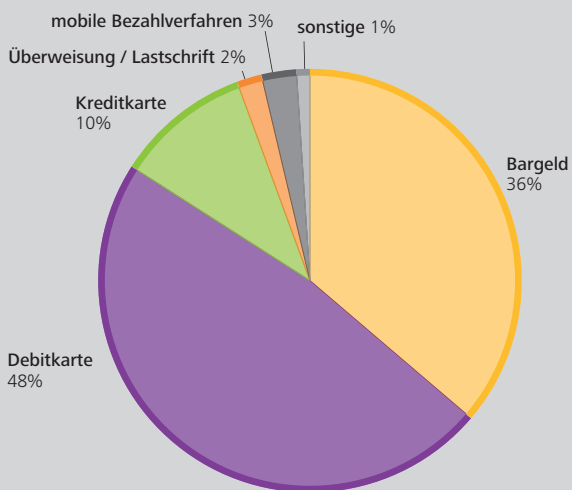
Abb. 5.3.1

in %, gemäß Zahlungstagebuch

gemessen an der Anzahl der Transaktionen



gemessen am Umsatz



Basis: Transaktionen im Einzelhandel, an Tankstellen und in Apotheken (n=9 153, im Wert von 285 740 €).
Deutsche Bundesbank

Besonders auffällig ist die Zunahme der Lastschriften / Überweisungen bei Dienstleistungen im Haus (77 %) um 64 Prozentpunkte bei gleichzeitigem Rückgang der baren Zahlungen um 52 Prozentpunkte. Ein möglicher Grund könnte die seit 2016 veränderte Rechtslage zu haushaltsnahen Dienstleistungen und Minijobs sein.²³ Außerdem haben die Befragten auch bei Freizeitaktivitäten größere Anteile ihrer Ausgaben statt mit Bargeld mit einer Kreditkarte oder per Lastschrift oder Überweisung bezahlt. Deren Umsatzanteil stieg um 43 Prozentpunkte auf 50 %, wohingegen der Baranteil auf 36 % gesunken ist (minus 37 Prozentpunkte). Hierbei könnte eine Rolle spielen, dass viele traditionell bargeldintensive Freizeitaktivitäten wie Jahrmärkte oder Freizeitparks im Untersuchungszeitraum pandemiebedingt stark reduziert waren.

5.3. Verwendung von Zahlungsmitteln im stationären Handel und im Internet und mögliche Corona-Auswirkungen

Bei der Analyse der Zahlungsorte in *Kapitel 5.1* zeigte sich eine deutliche **Verschiebung der Ausgabenstruktur** im Jahresvergleich zwischen 2017 und 2021. Während die Bürgerinnen und Bürger im stationären Handel zumeist zwischen Bargeld und unbaren Zahlungsmitteln frei wählen können, sind Barzahlungen im Internet praktisch nicht möglich. Neben anderen Faktoren trägt daher v.a. die starke Zunahme des Umsatzes im Onlinehandel (plus 18 Prozentpunkte) dazu bei, dass sich der Bargeldanteil am Gesamtumsatz sowie – in kleinerem Ausmaß – an allen aufgezeichneten Transaktionen verringert hat. Gleichzeitig wurden insbesondere Kartenzahlungen bedeutsamer (s. *Kapitel 5.2*).

Um das **veränderte Bezahlverhalten** im Detail besser zu verstehen, werden nachfolgend die Zahlungsorte stationärer Handel (Einzelhandel für den täglichen Bedarf und längerfristige Anschaffungen, Tankstelle und Apotheke) und Internet getrennt betrachtet. Auswirkungen durch die Corona-Pandemie auf diese Zahlungsorte sind in jeweils einem Hintergrundkasten auf S. 33 und S. 34 näher erläutert.

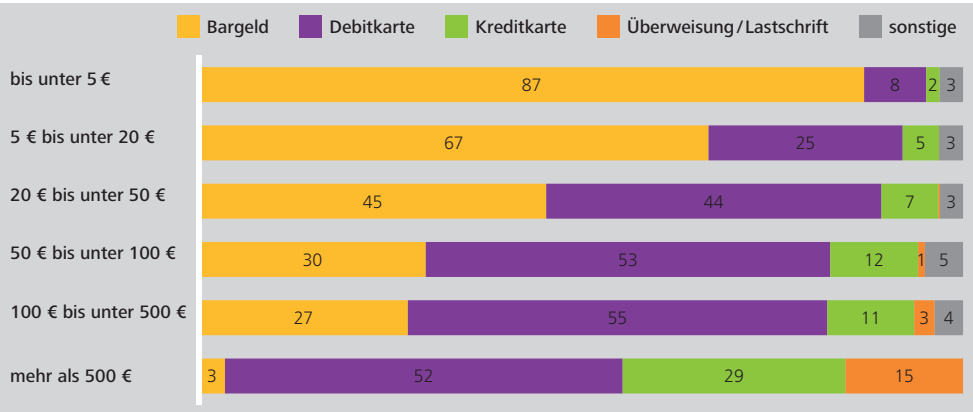
Werden ausschließlich Transaktionen im stationären Handel betrachtet, ist **Bargeld** mit einem Anteil von insgesamt 58 % an den Transaktionen das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel. Der Umsatzanteil beträgt 36 % (s. Abb. 5.3.1). Aber auch in dieser Betrachtung ergibt sich ein

²³ <https://esth.bundesfinanzministerium.de/esth/2016/C-Anhaenge/Anhang-17a/inhalt.html>. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten im stationären Handel (POS) nach Betragsbereichen

Abb. 5.3.2

in %, gemäß Zahlungstagebuch, gemessen an der Anzahl der Transaktionen

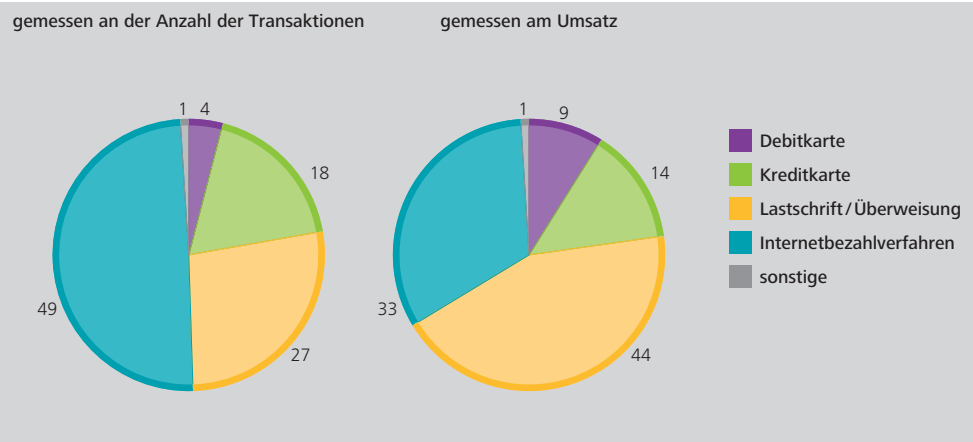


Basis: Transaktionen im Einzelhandel, Tankstellen und Apotheken (n=9 153, Gesamtwert: 285 740 €). Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten im Internet

Abb. 5.3.3

in %, gemäß Zahlungstagebuch



Basis: Transaktionen im Internet (n=1 567, im Wert von 142 603 €). Differenz zu 100 durch Rundung. Deutsche Bundesbank

deutlicher Rückgang im Vergleich zu 2017. Der Transaktionsanteil fiel um 14 Prozentpunkte (2017: 72 %), der Umsatzanteil um 12 Prozentpunkte (2017: 48 %).

Entsprechend gegenläufig erfolgte die Entwicklung bei der Debitkarte, das am häufigsten genutzte **unbare Zahlungsmittel** im stationären Handel. Sie wird bei einem Drittel der Zahlungen eingesetzt (32 % der Transaktionen) und damit deutlich öfter als 2017 (plus 6 Prozentpunkte). Ihr Umsatzanteil hat sich um 3 Prozentpunkte auf 48 % erhöht.

Die Ausführungen in *Kapitel 5.2* und *Abbildung 5.3.2* zeigen, dass mit höheren Einkaufsbeträgen der Baranteil daran sinkt. Somit können Corona-bedingt Einkäufe in größeren Betragsbereichen als zuvor den Rückgang der Bargeldnutzung zumindest zu einem weiteren Teil erklären.

Auf mobile Bezahlfverfahren entfallen 3 % aller Transaktionen und Umsätze. Dementsprechend sind für das Bezahlen im stationären Handel nach wie vor klassische Zahlungsmittel maßgeblich, wohingegen sich mobile Bezahlfverfahren noch nicht in der Breite durchsetzen konnten.

Abbildung 5.3.3 beschreibt das Zahlungsverhalten nur für **Internetkäufe**. Dabei werden fast ausschließlich unbare Zahlungsmittel eingesetzt²⁴. Bezogen auf die **Transaktionen** ergeben sich im Vergleich zum Vorjahr zum Teil deutliche Verschiebungen. Der Anteil der Internetbezahlfverfahren (u.a. PayPal, Klarna, Amazon Pay und giro pay / paydirekt) ist um 11 Prozentpunkte gestiegen. Dass der Umsatzanteil nicht gleichermaßen gewachsen ist, deutet darauf hin, dass häufiger kleinere Beträge mit Internetbezahlfverfahren beglichen werden. Sie werden mehrheitlich bei Beträgen bis 50 € eingesetzt (*s. [Abbildung 5.3.4 nächste Seite](#)*). Diese Entwicklung ging allein zulasten der klassischen Lastschriften bzw. Überweisungen, die spiegelbildlich zurückgegangen sind.

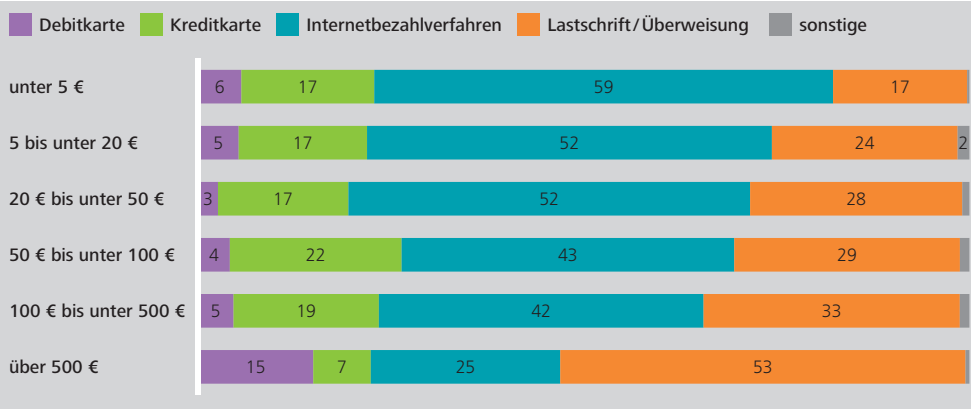
Der **Anteil der Karten an den Internetzahlungen** ist in der Summe im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben. Immerhin 4 % der Zahlungen wurden mit einer Debitkarte beglichen; 18 % mit der Kreditkarte. Bislang konnte die giro card kaum online eingesetzt werden. Inzwischen gelingt dies in Verbindung mit bestimmten Wallets. Andere Debitkarten internationaler An-

²⁴ Es existiert mindestens eine FinTech-Lösung, die Barzahlungen auch online ermöglicht. Kunden erhalten beim Einkaufen einen Barcode mit dem Zahlbetrag, den sie bei einem Partnerunternehmen in Bar begleichen können.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten im Internet nach Betragsbereichen

Abb. 5.3.4

in %, gemäß Zahlungstagebuch, gemessen an der Anzahl der Transaktionen

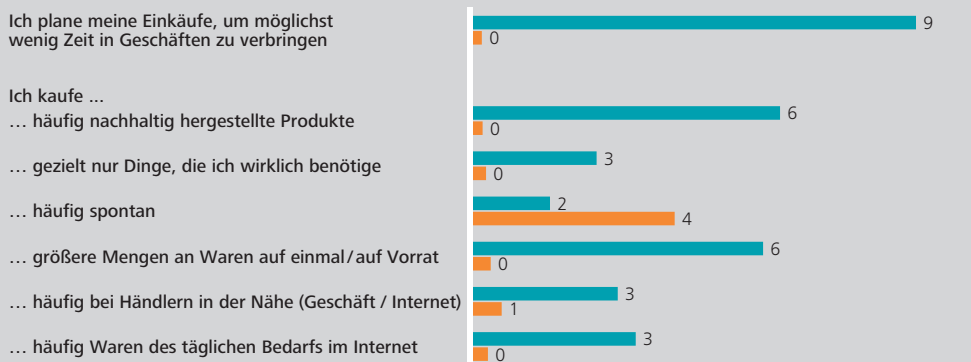


Basis: Transaktionen im Internet (n=1 567, im Wert von 142 603 €). Differenz zu 100 durch Rundung.
Deutsche Bundesbank

Veränderung im Konsumverhalten seit Corona

Abb. 5.3.5

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Befragte in Teilgruppe B (n=2928). Frage: Wenn Sie einmal an Ihr Einkaufsverhalten bei Einkäufen für den täglichen Bedarf wie z.B. Lebensmittel, Hygieneartikel o.ä. denken. Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, ob diese schon länger auf Sie zutrifft, erst seit der Corona-Pandemie auf Sie zutrifft oder seit der Corona-Pandemie nicht mehr auf Sie zutrifft oder ob dies schon länger nicht auf Sie zutrifft.
Deutsche Bundesbank

bieter können für Zahlungen im Internet genutzt werden, waren aber in der Vergangenheit noch nicht weit verbreitet (s. Kapitel 4.2).

Bei Betrachtung der **Umsatzanteile** kehrt sich das Verhältnis zwischen Internetbezahlverfahren und Lastschriften / Überweisungen fast um. Während der Wertanteil der Internetbezahlverfahren mit 33 % fast gleichgeblieben ist, stieg der Anteil von Lastschriften / Überweisungen gegenüber 2020 um 17 Prozentpunkte auf 44 %. In gleichem Maße wurden weniger

Hintergrund: Einkaufen im stationären Handel während und nach der Corona-Pandemie

Die Corona-Pandemie hat die Konsumgewohnheiten insgesamt wesentlich beeinflusst. So geben 9 % der Befragten an, dass sie seit dem Beginn der Corona-Pandemie ihre Einkäufe planen, um möglichst wenig Zeit in Geschäften zu verbringen (s. Abbildung 5.3.5). Auch geben 6 % der Bürgerinnen und Bürger an, größere Mengen an Waren auf Vorrat zu kaufen. Ob die insbesondere während der Lockdowns zu beobachtende Neigung zu Vorratskäufen nach dem Abklingen der Pandemie Bestand haben wird, bleibt abzuwarten. Neben den bereits erwähnten Änderungen im Einkaufsverhalten scheint die Corona-Pandemie das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum geschärft zu haben: 6 % der Befragten geben an, seither häufiger nachhaltig hergestellte Produkte zu kaufen.

Die Veränderungen im Konsumverhalten aufgrund der Corona-Pandemie waren bereits in der Zahlungsverhaltensstudie 2020 untersucht worden.²⁵ Die 2020 ermittelten Änderungen im Einkaufsverhalten haben sich in diesem Jahr in gleicher Weise fortgesetzt. Damit lässt sich vermuten, dass diese Trends sich in der nächsten Zeit weiter stabilisieren und somit auch die veränderten Zahlungsgewohnheiten.

²⁵ Siehe <https://www.bundesbank.de/resource/blob/855642/3861895e6dd5559a10ee2989ce47cae0/ml/zahlungsverhalten-in-deutschland-2020-data.pdf>, S. 39. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

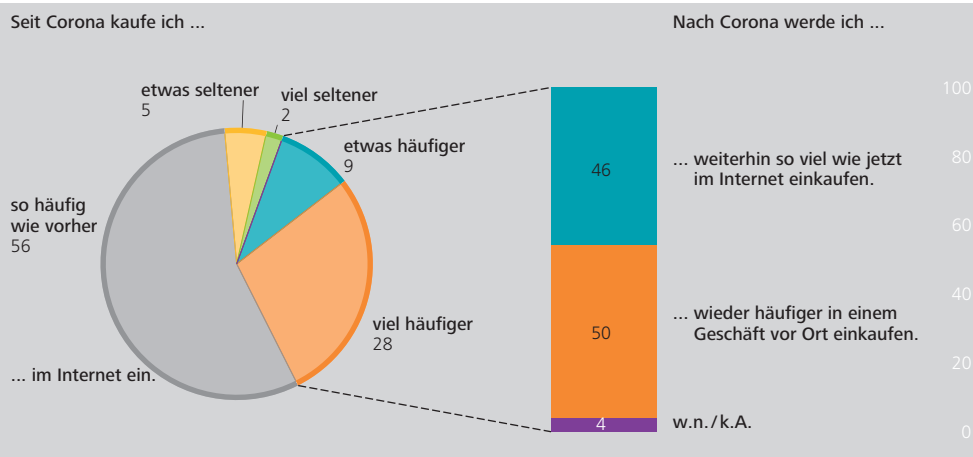
Umsätze mit Karten getätigt. Auf die Verschiebung der Anteile haben Transaktionen ab 500 € einen besonders großen Einfluss: Wurden 2020 große Anschaffungen im Internet per Kreditkarte bezahlt, wählten die Studienteilnehmenden 2021 hierfür Lastschriften / Überweisungen (s. *Abbildung 5.3.4*).

Werden die Altersklassen herangezogen, zeigt sich, dass Karten sowie Lastschriften / Überweisungen mit insgesamt 81 % den größten Wertanteil an den Interneteinkäufen der Gruppe der 35- bis 44-Jährigen erzielen (s. *Abbildung A.5.3.4*). Dies lässt sich auch mit der hohen Ausgabenlast sowie hohen familiärer und beruflicher Beanspruchung erklären (s. *Kapitel 5.2*). Käuferinnen und Käufer ab 65 Jahre sind die Gruppe mit den zweithöchsten Ausgaben mittels Karten und Lastschriften / Überweisungen (75 %). Dies trifft zusammen mit dem Umstand, dass sie am wenigsten Internetbezahlverfahren nutzen. Für diese Altersklasse spielt bei der Wahl des Zahlungsmittels vermutlich auch das Vertrauen in solche Verfahren eine Rolle, die auch an anderen Zahlungsorten eingesetzt werden können.

Einkaufen im Internet im Vergleich zu vor und nach Corona

Abb. 5.3.6

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: Befragte, die im Internet einkaufen (n=4757). Frage: Kaufen Sie im Vergleich zu vor Corona vor zwei Jahren mehr oder weniger im Internet ein?

Deutsche Bundesbank

Basis: Befragte, die etwas/viel häufiger im Internet einkaufen, als vor der Corona-Krise (n=1772). Frage: Wenn die Corona-Pandemie überwunden sein wird: Werden Sie ...

Hintergrund: Einkaufen im Internet während und nach der Corona-Pandemie

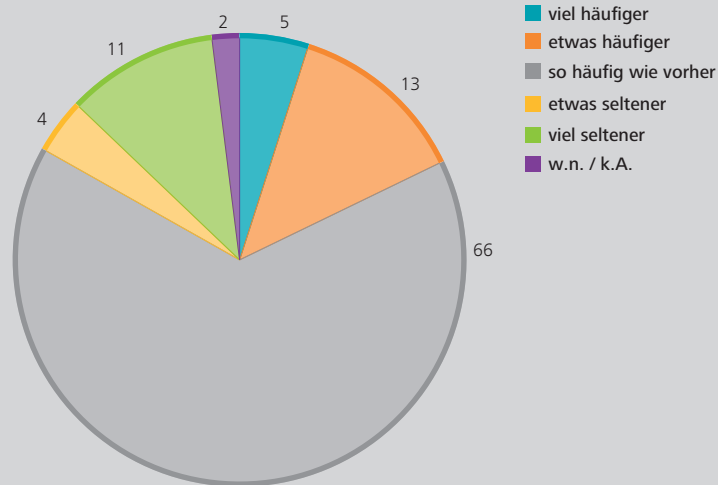
Die **Corona-Pandemie hat auch das Einkaufen im Internet beflügelt** (s. *Abbildung 5.3.6*): 37 % der Befragten geben an, seit der Corona-Pandemie viel häufiger oder etwas häufiger im Internet einzukaufen; lediglich 7 % kaufen seltener im Internet ein. Dies spiegelt sich auch deutlich am Anteil von Einkäufen im Internet wider wie *Abbildung 5.1.1* verdeutlicht. Gefragt nach dem geplanten **Einkaufsverhalten nach der Corona-Pandemie** geben die Hälfte der Befragten an, wieder vermehrt im stationären Handel einkaufen zu wollen; 46 % wollen weiterhin so häufig im Internet einkaufen, wie seit dem Beginn der Corona-Pandemie.

Abbildung A.5.3.1 zeigt, dass insbesondere Frauen und jüngere Altersgruppen häufiger online einkaufen; von den über 65-Jährigen tun dies noch 30 %. Weiterhin steigt der Anteil derjenigen, die ihre Einkäufe öfter online abwickeln, mit zunehmenden Haushaltseinkommen: Beträgt der Anteil in der Einkommensgruppe bis 1.500 € 29 %, so liegt er bei Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 4.500 € bei 42 %.

Nutzung von Abo-Angeboten im Internet im Vergleich zu vor Corona

Abb. 5.3.7

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: Befragte, die im Internet einkaufen in Teilgruppe B (n=2 404). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Viele Waren des täglichen Bedarfs oder die Nutzung von Medien wie Filme, Musik oder Spiele lassen sich inzwischen als regelmäßige Abos über das Internet beziehen. Haben Sie im Vergleich zu vor Corona vor zwei Jahren solche Abo-Angebote häufiger oder seltener genutzt?

Deutsche Bundesbank

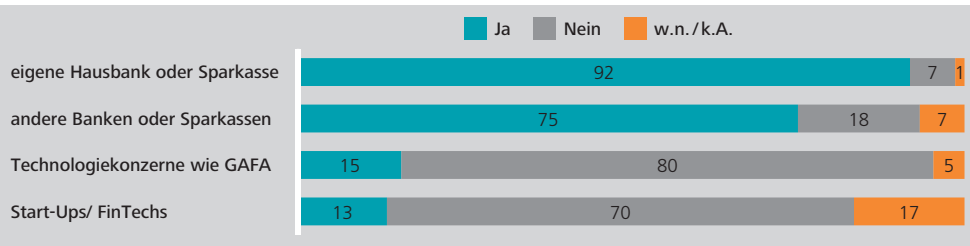
Auch hinsichtlich des Einkaufsverhaltens nach der Corona-Pandemie zeigen sich sozio-demographische Unterschiede: Während die Hälfte der Männer weiterhin soviel online einkaufen wollen, trifft dies nur auf 42 % der Frauen zu, die mehrheitlich zum Einkaufen in Geschäften vor Ort tendieren (s. [Abbildung A.5.3.2](#)). Ähnlich verhält es sich in den Altersgruppen ab 45 Jahre, die mehrheitlich zum Einkaufen vor Ort neigen.

Von der durch die Corona-Pandemie bedingten Verlagerung der Einkäufe in das Internet profitieren u.a. auf **Abonnements** basierende Geschäftsmodelle wie z.B. Video-, Musik- oder Spiele-Streaming-Dienste. 18 % der Befragten geben an, dass sie Abo-Modelle im Vergleich zu vor Corona etwas oder viel häufiger nutzen. Allerdings hat sich bei zwei Dritteln der Bürgerinnen und Bürger die Häufigkeit der Nutzung nicht geändert; bei 15 % sogar verringert (s. [Abbildung 5.3.7](#)). [Abbildung A.5.3.3](#) zeigt darüber hinaus, dass Befragte in den jüngeren Altersgruppen bis 44 Jahre sowie mit Haushaltsnettoeinkommen ab 4.500 € deutlich stärker zur vermehrten Nutzung von Abo-Angeboten tendieren. Eine Verschiebung der Einmalzahlungen an der Ladenkasse hin zu Abomodellen im Internet kann hier langfristig Veränderungen im Zahlungsverhalten nach sich ziehen. Insgesamt zeigt sich, dass mit zunehmender Normalisierung der Corona-Lage zwar wieder vermehrt auch vor Ort eingekauft wird, es jedoch keine vollständige Rückkehr zum vorpandemischen Einkaufsverhalten geben wird.

Verantwortungsbewusster Umgang mit Zahlungsdaten

Abb. 6.1.1

in %, gemäß Selbstauskunft



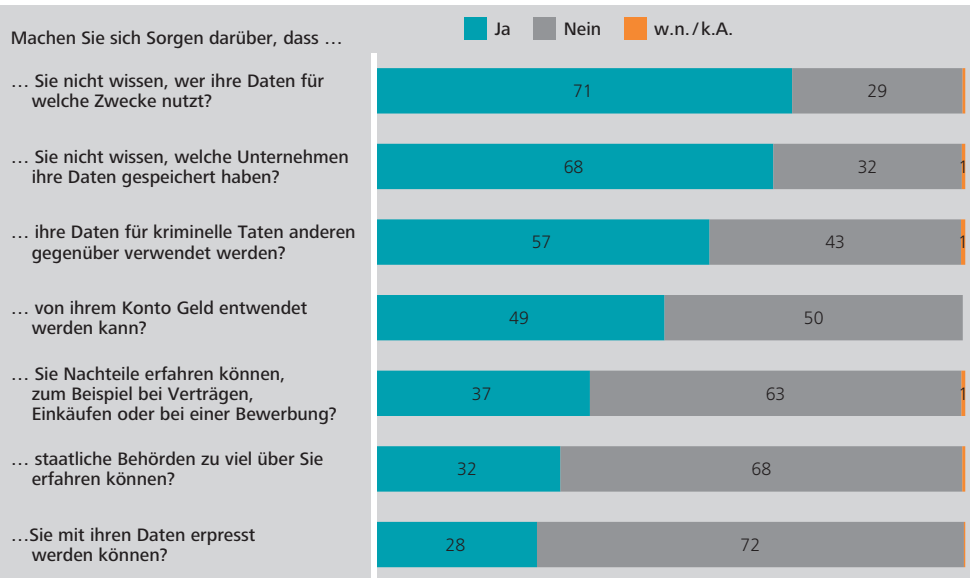
Basis: Befragte in Teilgruppe B (n=2928). Frage: Ich werde Ihnen nun verschiedene Institutionen nennen. Glauben Sie, dass diese verantwortungsbewusst mit Ihren Zahlungsdaten umgehen?

Deutsche Bundesbank

Sorgen bei Weitergabe personenbezogener Daten

Abb. 6.1.2

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Befragte in Teilgruppe B (n=2928). Abweichungen zu 100% durch Rundung. Frage: Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten einschließlich von Fotos denken. Machen Sie sich Sorgen darüber, dass ...?

Deutsche Bundesbank

6 Trends und Ausblick

6.1 Vertrauen im Umgang mit Daten

Bei jeder Zahlung per Überweisung, Lastschrift oder Karte bzw. darauf basierenden Lösungen wie Internet- oder mobilen Bezahlverfahren werden Zahlungsdaten elektronisch verarbeitet. Je nachdem, welche Zahlungsart über welches Zugangsmedium gewählt wird, erhalten unterschiedliche Unternehmen Zugriff darauf. Dabei stellt sich die grundlegende Frage, wem die Befragten **vertrauen**, wenn es um einen verantwortungsbewussten **Umgang mit diesen Zahlungsdaten geht**.

Mit 92 % der Befragten vertraut die Mehrheit in diesem Zusammenhang vor allem ihrer Hausbank / Sparkasse (s. *Abbildung 6.1.1*); gefolgt von anderen Banken / Sparkassen (75 %). Hierbei sind jedoch größere Unterschiede zwischen den Altersgruppen erkennbar: 89 % der 18 bis 24-Jährigen vertrauen auch anderen Banken / Sparkassen (s. *Abbildung A.6.1.1*) in fast gleicher Weise wie ihrer Hausbank/Sparkasse. Bei den über 65-Jährigen sind es nur mehr knapp 64 %. Eine ähnliche Abstufung zeigt sich auch beim Blick auf Technologiekonzerne wie Google, Apple, Facebook oder Amazon sowie Start-Ups / FinTechs, jedoch ausgehend von einem niedrigeren Niveau: 15 % aller Befragten vertrauen Technologiekonzernen im Umgang mit Zahlungsdaten gefolgt von Start-Ups / FinTechs mit 13 %. Werden hingegen die Altersklassen genauer betrachtet, zeigt sich vor allem bei den Jüngeren bis 35 Jahre ein höheres Vertrauen in Start-Ups und FinTechs (18 bis 24 Jahre: 34 % Vertrauen in Start-Ups/ FinTechs; 25 bis 34 Jahre: 25 %).

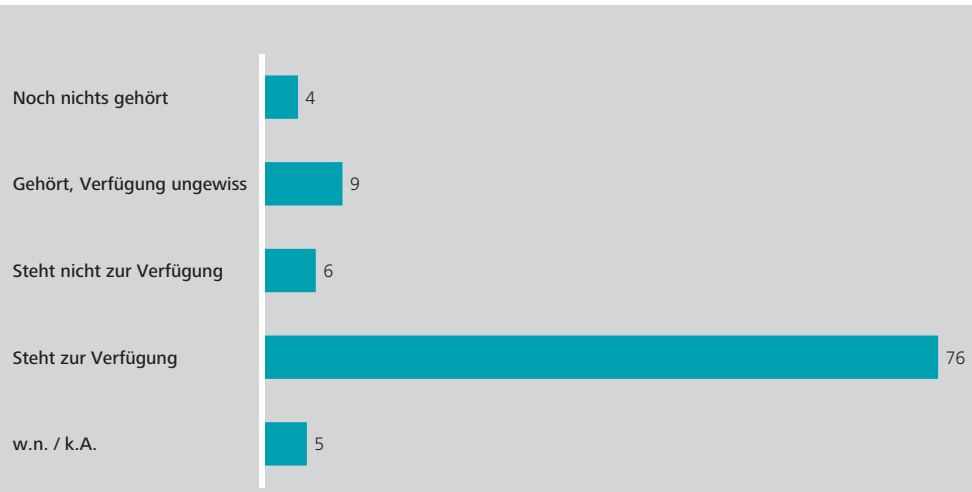
Darüber hinaus wurden Befragte nach ihren **Sorgen in Bezug auf die Weitergabe persönlicher Daten** gefragt (s. *Abbildung 6.1.2*): 71 % der Befragten sorgen sich, weil sie nicht wissen, wer ihre Daten nutzt; ähnlich viele (68 %), weil sie nicht wissen, welche Unternehmen ihre Daten gespeichert haben. Um diese Befürchtungen in Zukunft zu verringern, bedarf es möglicherweise neuer, einfacher Lösungen, bei denen man selbst bestimmen und freigeben kann, wem welche personenbezogenen Daten übermittelt werden.

Anlass zur Sorge geben auch die Befürchtungen, dass die persönlichen Daten für kriminelle Zwecke verwendet (57 %) oder Geld vom Girokonto entwendet werden könnte (49 %). Vor

Zugang zu SEPA-Echtzeitzahlungen

Abb. 6.2.1

in %, gemäß Selbstausskunft

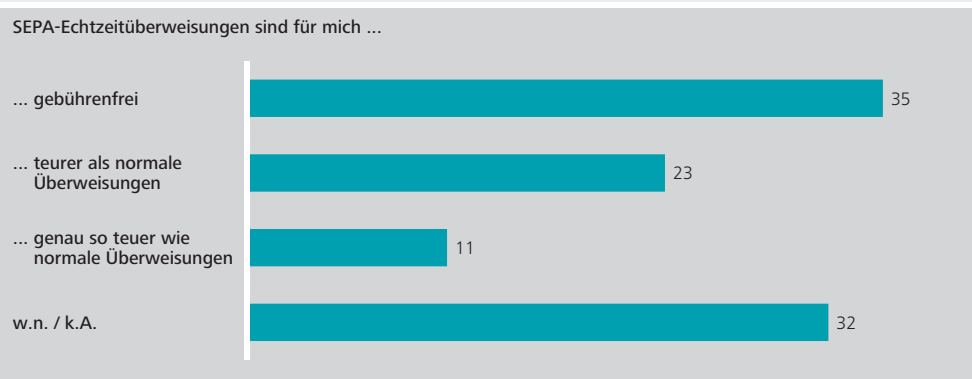


Basis: Nutzer von Onlinebanking (n=3981). Frage: Mit einer SEPA-Echtzeitüberweisung kann nach Eingabe der IBAN innerhalb von wenigen Sekunden Geld von Bankkonto zu Bankkonto überwiesen werden. Steht Ihnen dieser Service aktuell zur Verfügung? Deutsche Bundesbank

Kosten von SEPA-Echtzeitzahlungen

Abb. 6.2.2

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: Befragte mit Zugang zu SEPA-Echtzeitzahlungen (n=3032). Frage: Welche Aussage trifft bei Ihnen zu? Deutsche Bundesbank

einer Erpressung auf Grundlage der persönlichen Daten sorgen sich 28 %. Insgesamt gilt es daher weiterhin, das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher mit Hilfe geeigneter Sicherheitsmaßnahmen zu stärken.

6.2. Neue Entwicklungen

Der unbare Zahlungsverkehr entwickelt sich mit der Digitalisierung sehr dynamisch. Häufig ausgelöst durch technologische Entwicklungen spielen dabei aber auch geänderte Markterwartungen eine Rolle. Ein Beispiel dafür sind **SEPA-Echtzeitzahlungen**. Dies sind Überweisungen in Euro auf der Grundlage der europaweit einheitlichen SEPA-Formate, die innerhalb von wenigen Sekunden von Konto zu Konto übertragen werden können.

Seit Jahren wird digitale Kommunikation, wie beispielsweise Text- und Sprachnachrichten, in Echtzeit abgewickelt. Hingegen benötigt eine klassische SEPA-Zahlung zumeist noch einen Geschäftstag, um dem Konto des Zahlers belastet und der Zahlungsempfängerin gutgeschrieben zu werden.

Angeregt von einem Beschluss aus dem Jahr 2014 des Euro Retail Payments Boards²⁶, dem die Europäische Zentralbank vorsitzt, haben europäische Zahlungsdienstleister einen Standard für Echtzeitzahlungen entwickelt. Diese ermöglichen es Zahlungsdienstleistern in Deutschland und dem SEPA-Raum seit 2017 ihren Kundinnen und Kunden das neue Angebot zur Verfügung zu stellen.

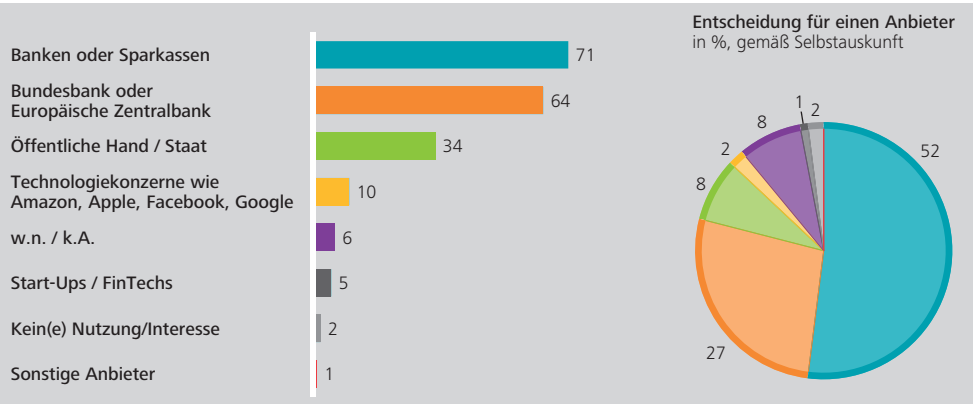
Inzwischen sind diese Angebote weit verbreitet: Mehr als drei Viertel der Befragten geben an, Zugang dazu zu haben, wie in *Abbildung 6.2.1* dargestellt. 6 % können diese schnellen Überweisungen nicht nutzen, weitere 9 % waren sich hierbei unsicher. Darüber hinaus geben 9 % der Befragten an, dass ihnen dieser Dienst überhaupt nicht bekannt ist.

Um Echtzeitüberweisungen senden und empfangen zu können, mussten Banken und andere Zahlungsdienstleister z.T. erhebliche Investitionen in ihre Infrastruktur vornehmen. Diese **Kosten** werden teilweise an die Kunden weitergegeben. So berichten 2021 23 % der Befrag-

²⁶ ERPB = Euro Retail Payments Board, dt. Europäischer Rat für den Massenzahlungsverkehr. Pressemitteilung vom 9.12.2014 unter: <https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2014/html/pr141209.de.html>. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

Bereitstellung und mögliche Nutzung eines Europäischen Bezahlvorgangs Abb. 6.2.3

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte in Teilgruppe B (n=2.928). Frage Balkendiagramm: Wenn Sie die Wahl hätten: Von wem sollte ein europäisches Verfahren angeboten werden, damit Sie es nutzen würden?

Deutsche Bundesbank

Frage Kreisdiagramm: Von wem würden Sie das Verfahren am ehesten tatsächlich nutzen?

ten, dass sie für Echtzeitzahlungen mehr bezahlen müssen als für Standard-Überweisungen (s. *Abbildung 6.2.2*). Gleichzeitig machten 32 % der Befragten dazu keine Angabe. Bei mehr als einem Drittel (35 %) der Befragten ist diese Zahlungsart bereits gebührenfrei, bei weiteren 11 % genauso teuer wie die normale Überweisung.

Aber auch Echtzeitüberweisungen sind nur ein Schritt in der Entwicklung des unbaren Zahlungsverkehrs. So hat das Eurosystem in der Retail Payments Strategy (dt.: Strategie für den Massenzahlungsverkehr)²⁷ skizziert, wie ein effizienter, wettbewerbsfähiger und sicherer Zahlungsverkehr der Zukunft aussehen sollte. Ziel ist es, dass Verbraucherinnen und Verbraucher überall im Euroraum so einfach und sicher wie in ihrem Heimatland bezahlen können – ob über das Smartphone, per Karte, im Internet oder am POS. SEPA-Echtzeitüberweisungen könnten hierbei die Grundlage eines solchen neuen Angebots bilden. Von wem aber sollte so ein Verfahren in Zukunft bereitgestellt werden?

Die Abfrage dazu wurde in zwei Fragen gegliedert. Zunächst wurde mittels Mehrfachauswahl gefragt, welche Anbieter solch ein Verfahren zur Verfügung stellen sollten. In einem zweiten Schritt wurde nachgefragt, von welchem der zuvor genannten die Befragten das Verfahren tatsächlich nutzen würden (s. *Abbildung 6.2.3*). In beiden Fällen liegt die Präferenz klar bei Banken und Sparkassen. Aus Sicht von 71 % der Befragten sollte ein solches **europäisches Bezahlvorgang** vornehmlich von diesen angeboten werden; 52 % würden sich dann auch für das Angebot der Banken und Sparkassen entscheiden. Für 64 % kämen die Bundesbank bzw. die Europäische Zentralbank als mögliche Anbieter eines solchen Systems in Frage²⁸. Gefragt nach der Entscheidung für einen Anbieter, entschieden sich insgesamt 27 % der Befragten für eine der beiden Zentralbanken. Ein Angebot der öffentlichen Hand bzw. des Staates ziehen 34 % der Befragten in Erwägung, tatsächlich nutzen würden es hingegen nur 8 %. Technologiekonzerne, wie Google, Apple, Facebook oder Amazon sowie Start-Ups und FinTechs kommen nur für verhältnismäßig wenige Befragte (10 % bzw. 5 %) in Frage.

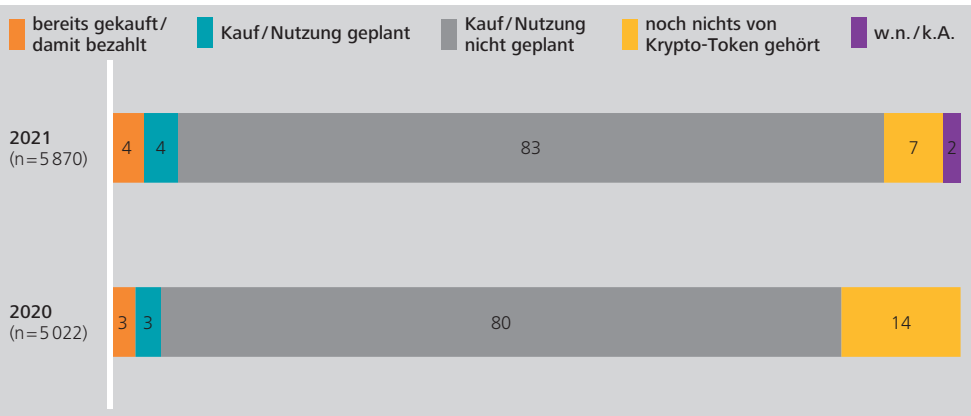
²⁷ Retail Payments Strategy des Eurosystems, unter: https://www.ecb.europa.eu/paym/integration/retail/retail_payments_strategy/html/index.de.html. Zuletzt aufgerufen am 22.06.2022.

²⁸ Die Trennung der Antwortmöglichkeiten nach „Bundesbank“ und „Europäische Zentralbank“ ist allein dem geschuldet, dass erstere unter der älteren Bevölkerung noch bekannter ist. Die technischen Grundlagen für ein solches Verfahren würde vom gesamten Eurosystem entwickelt werden. Dabei ist zu beachten, dass die Vermarktung gegenüber den Kundinnen und Kunden wiederum den Banken, Sparkassen und anderen Zahlungsdienstleistern obliegen würde.

Möglicher Erwerb und Nutzung von Krypto-Token

Abb. 6.2.4

in %, gemäß Selbstauskunft

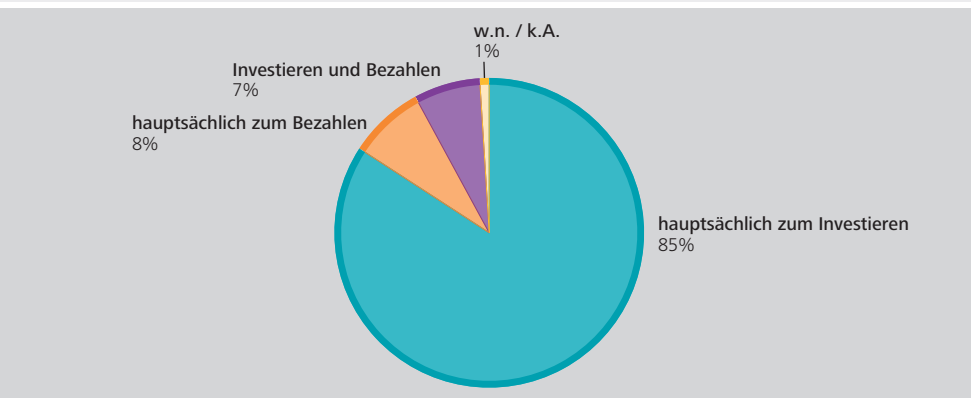


Basis: alle Befragten. Frage: Sogenannte Krypto-Token, wie zum Beispiel Bitcoin, haben in den letzten Jahren immer wieder Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Welche der folgenden Aussagen trifft dabei auf Sie persönlich zu?
Deutsche Bundesbank

Hauptsächliche Nutzung von Krypto-Token

Abb. 6.2.5

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Befragte, die Krypto-Token schon einmal gekauft oder damit bezahlt haben (n=250). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Sie haben gesagt, Krypto-Token schon einmal gekauft oder damit bezahlt zu haben. Können Sie uns sagen, wofür hauptsächlich?
Deutsche Bundesbank

Hintergrund: Krypto-Token

Neben klassischen Bezahlfverfahren wie Überweisungen, Lastschriften oder Karten können grundsätzlich auch digitale Vermögenswerte, sogenannte Krypto-Token (z.B. Bitcoin), zum Bezahlen genutzt werden. Die Anzahl der Bürgerinnen und Bürger, die bisher noch nichts von **Krypto-Token** gehört hat, hat sich im Erhebungsjahr auf 7 % im Vergleich zu 2020 halbiert (s. *Abbildung 6.2.4*). Allerdings haben lediglich 4 % der Befragten bereits Bitcoin oder ähnliche Token gekauft oder damit bezahlt, ein sehr geringer Zuwachs von einem Prozentpunkt gegenüber 2020 und ausgehend von einem ohnehin niedrigen Niveau. Die mit 83 % große Mehrheit der Befragten beabsichtigt auch nicht, Krypto-Token zu erwerben oder zu nutzen; dieses planen lediglich 4 %. Insgesamt hat die **reservierte Haltung gegenüber Krypto-Token** im Vergleich zur Studie 2020 um 3 Prozentpunkte zu genommen.

Hinsichtlich der soziodemographischen Unterschiede fällt auf, dass Frauen mehr als doppelt so häufig noch nichts von Krypto-Token gehört haben, als Männer (10 % vs. 4 %). Männer haben auch deutlich öfter bereits Krypto-Token gekauft bzw. damit bezahlt. Der Anteil potentieller Nutzer / Käufer liegt bei Männern ebenfalls höher als bei Frauen (5 % vs. 2 %; s. *Abbildung A.6.2.1*). Darüber hinaus scheint das Thema Krypto-Token insbesondere jüngere Bürgerinnen und Bürger zu interessieren: So geben in den Altersgruppen 18 bis 24 Jahre sowie 25 bis 34 Jahre 18 % der Befragten an, bereits Krypto-Token gekauft bzw. damit bezahlt zu haben oder dies aber zu planen. In der Altersgruppe 35 bis 44 Jahre beträgt der Anteil noch 13 %, bevor das Interesse an dem Thema deutlich zurückgeht. Ähnlich verhält es sich in Bezug auf die Einkommenssituation: 13 % der Studienteilnehmenden mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 4.500 € geben an, Krypto-Token bereits gekauft oder damit bezahlt zu haben bzw. dieses zu planen. In der Gruppe von 3.000 bis unter 4.500 € beträgt der Anteil noch 8 %.

Bei der Frage nach der **hauptsächlichen Nutzung von Krypto-Token** dominiert eindeutig deren Eigenschaft als **Vermögenswert** (s. *Abbildung 6.2.5*): 85 % der

Nutzung von Bargeld seit Beginn der Pandemie

Abb. 6.3.1

in %, gemäß Selbstausskunft

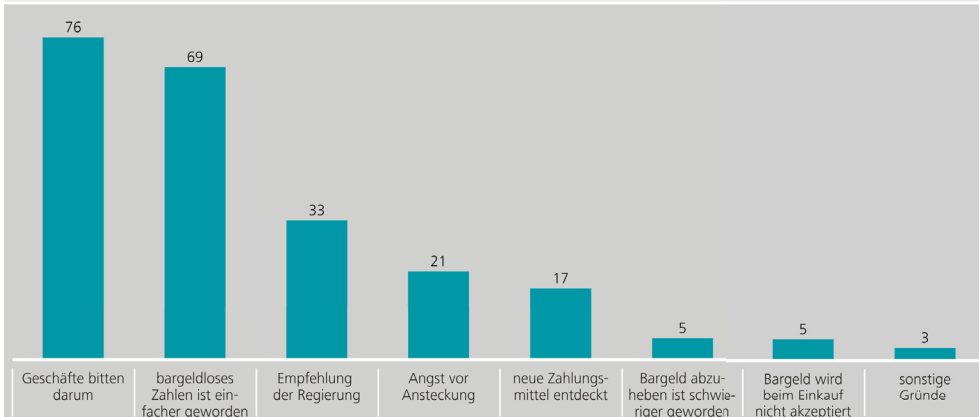


Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Denken Sie einmal kurz zurück an die Zeit vor der Corona-Pandemie vor gut 2 Jahren. Wie hat sich seitdem Ihre Bargeldnutzung im Vergleich zu bargeldlosen Zahlungsmitteln vor Ort, bspw. in Geschäften oder Restaurants, verändert?

Deutsche Bundesbank

Gründe für seltenere Bargeldnutzung seit der Pandemie

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



Basis: Befragte, die seit Beginn der Pandemie seltener Bargeld nutzen (n=2 296). Frage: Warum nutzen Sie bei Zahlungen vor Ort Bargeld nun seltener als vor der Corona-Pandemie?

Deutsche Bundesbank

Befragten geben an, Krypto-Token zum Investieren zu nutzen; die Nutzung als Zahlungsmittel nennen lediglich 8 %. Bitcoin und Co. werden somit **vornehmlich als Investitionsobjekt und nicht als Zahlungsmittel** gesehen.

Der Auftrag für ein europäisches Bezahlfverfahren liegt demnach aus Sicht der Befragten in der Hand von Banken und Sparkassen. Letztlich sind sie es, die den Bürgerinnen und Bürgern eine Kontoverbindung einrichten und damit den Zugang zu Bank- und Zahlungsdienstleistungen bereitstellen. Sie genießen weiter großes Vertrauen, wenn es um den Umgang mit Zahlungsdaten geht (s. *Kapitel 6.1*).

6.3 Die Zukunft des Bargelds

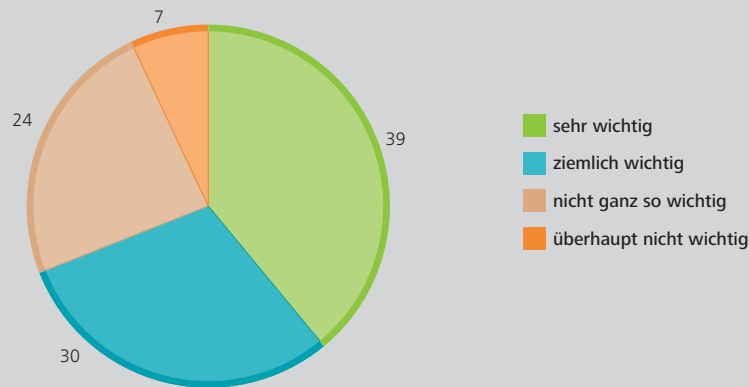
Zwischen 2017 und 2021 gab es einen deutlichen Rückgang des Barzahlungsanteils und der Bargeldabhebungen für den täglichen Bedarf. Ein allgemeiner Trend hin zu elektronischen Zahlungsmitteln ist bereits seit Beginn der Studienreihe 2008 zu beobachten. Jedoch hat die **Pandemie** zu einer zusätzlichen **Reduktion der Barzahlungen** geführt, wie die Aufzeichnungen aus den Zahlungstagebüchern erkennen lassen (s. *Tabelle 5.2.1* und *5.2.2 in Kapitel 5*). Zudem geben 23 % der Befragten an, seit Beginn der Pandemie etwas seltener Bargeld zu nutzen, 16 % sogar viel seltener. 59 % beschreiben ihr Bezahverhalten als unverändert und ein kleiner Teil von 2 % zahlt häufiger bar (s. *Abbildung 6.3.1*).

Personen, die nach eigenen Angaben **seltener Bargeld** nutzen, wurden anschließend nach den **Gründen** gefragt. Zwar fürchten ein Fünftel der Befragten, sich bei der Nutzung von Bargeld mit dem Corona-Virus anzustecken (21 %); viel entscheidender sind jedoch gesellschaftliche Einflussfaktoren. So kommen mehr als Dreiviertel der Befragten der Bitte der Händler nach, weniger Bargeld zu nutzen und unbare Zahlungsmittel zu wählen (76 %). Ein Drittel fühlt sich zudem von der Regierung aufgefordert, weniger bar zu zahlen (33 %). Jedoch spielen auch die Rahmenbedingungen für unbare Zahlungsmittel eine wichtige Rolle: 69 % geben an, dass bargeldloses Bezahlen einfacher geworden sei, und 17 % haben neue Zahlungsmittel für sich entdeckt. Der Zugang zu Bargeld und die Akzeptanz der Händler von Bargeld sind hingegen nicht entscheidend (jeweils 5 %) (s. *Abbildung 6.3.2*).

Wichtigkeit der Bargeldnutzung

Abb. 6.3.3

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Wie wichtig ist für Sie die Möglichkeit, Bargeld zu nutzen?
Deutsche Bundesbank

Noch ist unklar, wie sich das **Zahlungsverhalten nach dem Ende der Pandemie** entwickeln wird. Auf Nachfrage wollen nur 11 % derjenigen, die aktuell weniger bar zahlen, nach der Pandemie wieder mehr Bargeld nutzen. Dagegen wollen 88 % ihr jetziges Verhalten beibehalten. Die Rückkehr zu einem deutlich höheren Barzahlungsvolumen erscheint deshalb unwahrscheinlich. Allerdings könnte sich mit einem kompletten Wegfall der Pandemiemaßnahmen das Konsumverhalten erneut verändern. So könnten häufigere Einkäufe in Geschäften und weniger Internetbestellungen den Barzahlungsanteil wieder ansteigen lassen. Zu beachten ist auch, dass vor der Pandemie vor allem dann bar bezahlt wurde, wenn der persönliche Kontakt im Vordergrund stand (z. B. im Restaurant, bei Zahlungen zwischen Privatpersonen und im Freizeitbereich). Normalisiert sich das gesellschaftliche Miteinander, könnte auch in diesen Bereichen der Bargeldeinsatz wieder steigen. Unabhängig davon ist für die große Mehrheit der Befragten **Bargeld als Zahlungsmittel auch zukünftig nicht wegzudenken**. Für 69 % ist es sehr wichtig oder ziemlich wichtig die Möglichkeit zu haben Bargeld zu nutzen (s *Abbildung 6.3.3*).

Festzuhalten bleibt, dass Bargeld 2021 immer noch das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel ist. Technischer Fortschritt und die voranschreitende Digitalisierung bei Einkaufsmöglichkeiten und Zahlungsmitteln zeigen jedoch Auswirkungen auf die Bargeldnutzung. Dieser Trend wurde durch Corona beschleunigt, wobei die Zunahme von Internetkäufen, die Anforderungen in den Geschäften unbar zu zahlen und die Vereinfachung elektronischer Bezahlverfahren die entscheidende Rolle spielten. Gleichwohl will die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung auf Bargeld nicht verzichten. Ein unverändert großer Teil von fast einem Drittel zahlt sogar am liebsten bar. Viele sehen in Bargeld ein **zuverlässiges Zahlungsmittel**, das ihre Privatsphäre schützt und einen guten Überblick über ihre Finanzen bietet. Der immer noch recht hohe Bargeldbesitz in der Bevölkerung deutet zudem darauf hin, dass auch bei überwiegender Nutzung elektronischer Bezahlformen auf eine Sicherheitsreserve an Bargeld nicht verzichtet wird. Als einziges physisches Zahlungsmittel kann Bargeld ohne zwischengeschaltete Akteure eingesetzt werden. Damit ist Bargeld auch bei Stromausfällen oder Problemen mit der technischen Infrastruktur weitestgehend nutzbar. Nicht vergessen werden darf außerdem die Gruppe derjenigen, die keinen Zugriff auf unbare Zahlungsmittel haben z.B. Kinder oder Personen ohne Bankkonto. Dem Inklusionsgedanken folgend ist Bargeld nötig, um die Teilhabe am wirtschaftlichen Leben für die gesamte Bevölkerung in Deutschland sicherzustellen. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass der Wunsch nach einer **uneingeschränkten Einsatzmöglichkeit** von Bargeld und einer **angemessenen Bargeld-versorgung** auch zukünftig in Deutschland bestehen bleibt.

Die Bundesbank hat gemeinsam mit der Europäischen Zentralbank und den anderen Zentralbanken des Eurosystems zum Ziel, dass Euro-Bargeld auch in Zukunft als Zahlungs- und Wertaufbewahrungsmittel verfügbar ist und allgemein akzeptiert wird. Gleichzeitig sorgt sie für einen sicheren und effizienten unbaren Zahlungsverkehr. Somit steht es Verbraucherinnen und Verbrauchern jederzeit frei, sich für ein Zahlungsmittel ihrer Wahl zu entscheiden.

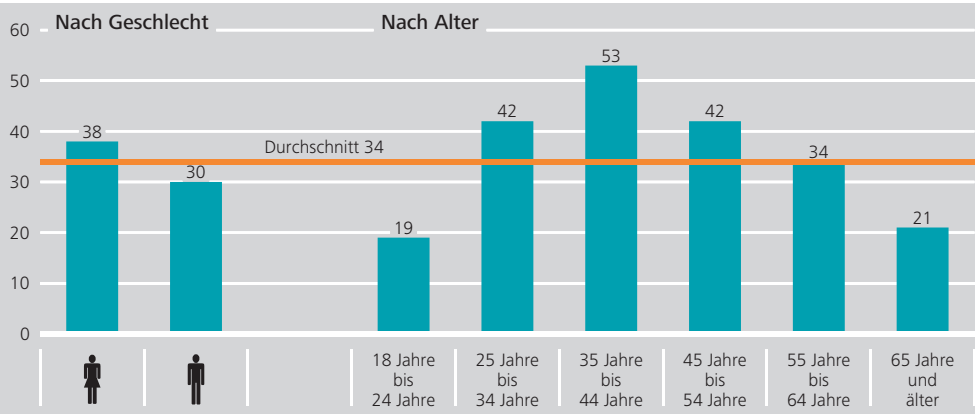
Um die wesentlichen Veränderungen beim Bezahlen sowie den Einfluss technischer und gesellschaftlicher Entwicklungen darauf dokumentieren zu können, wird die Bundesbank auch in Zukunft das Zahlungsverhalten in Deutschland unabhängig untersuchen und die Ergebnisse der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen.

Anhang

Nutzung der Ladenkasse zur Abhebung von Bargeld

Abb. A.3.2.1

in %, gemäß Selbstausskunft



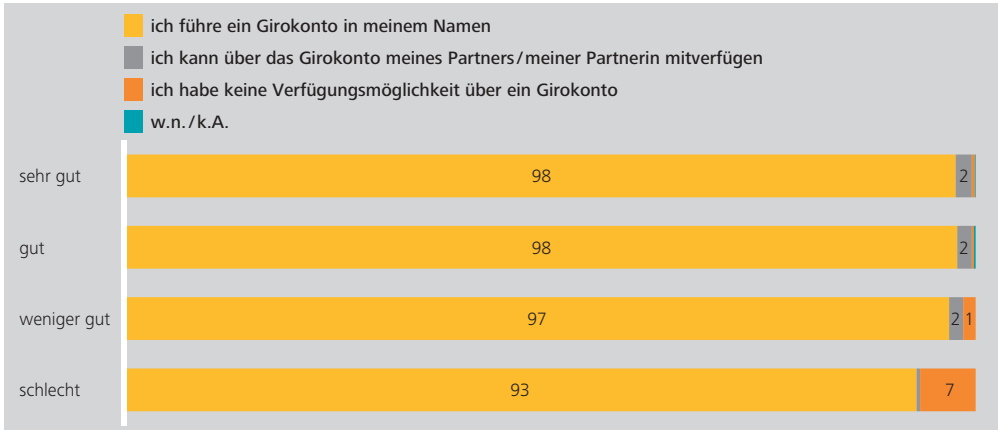
Basis: Befragte mit Zugriff auf ein Girokonto in Teilgruppe A (n=2.919). Frage: Wie oft heben Sie Bargeld an Geldautomaten/Bankschaltern/Ladenkassen ab?

Deutsche Bundesbank

Besitz Girokonto nach finanzieller Situation

Abb. A.4.1.1

in %, gemäß Selbstausskunft



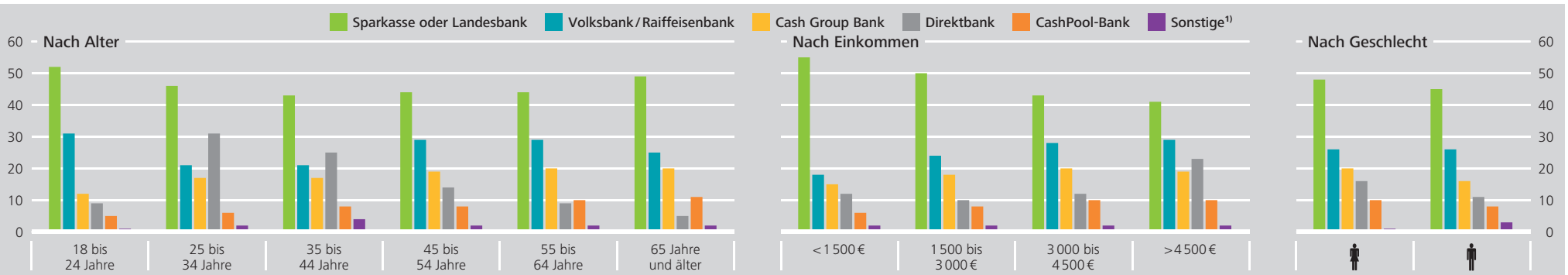
Basis: alle Befragten (n=5.870). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Verfügen Sie über ein oder mehrere Girokonten?

Deutsche Bundesbank

Verteilung von Girokonten bei den Institutsgruppen nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.1.2

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich



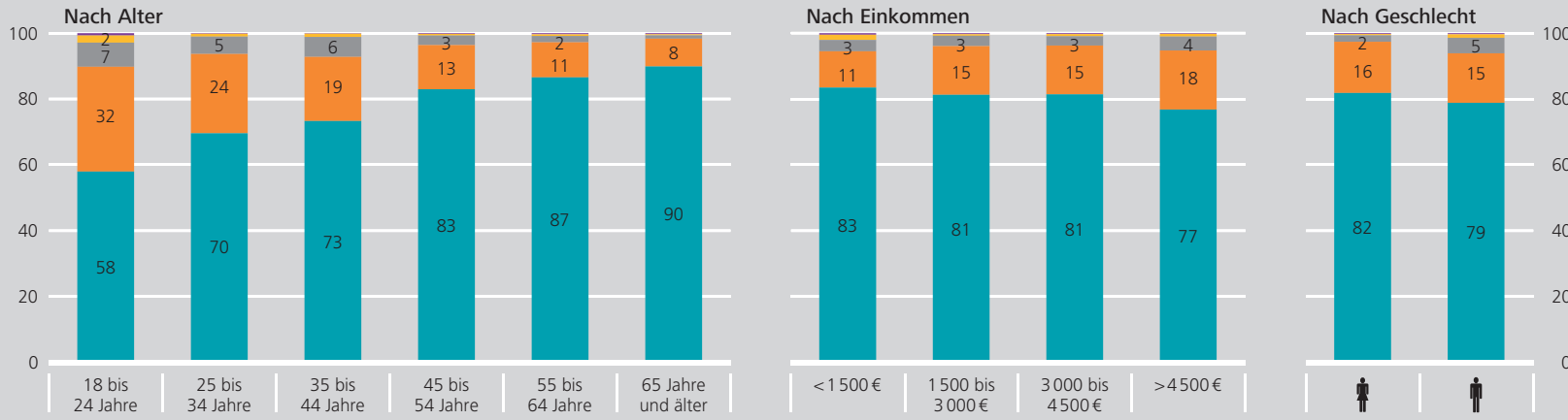
Basis: Befragte, die über ein Girokonto verfügen (n=5.826). Frage: Wo wird dieses Girokonto bzw. wo werden diese Girokonten geführt? Mehrfachnennungen möglich. 1 Einschl. Weiß nicht/keine Angabe.

Deutsche Bundesbank

Girokonten bei Internetplattformen nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.1.3

in %, gemäß Selbstausskunft ■ sehr unwahrscheinlich ■ eher unwahrscheinlich ■ eher wahrscheinlich ■ sehr wahrscheinlich ■ w.n./k.A.

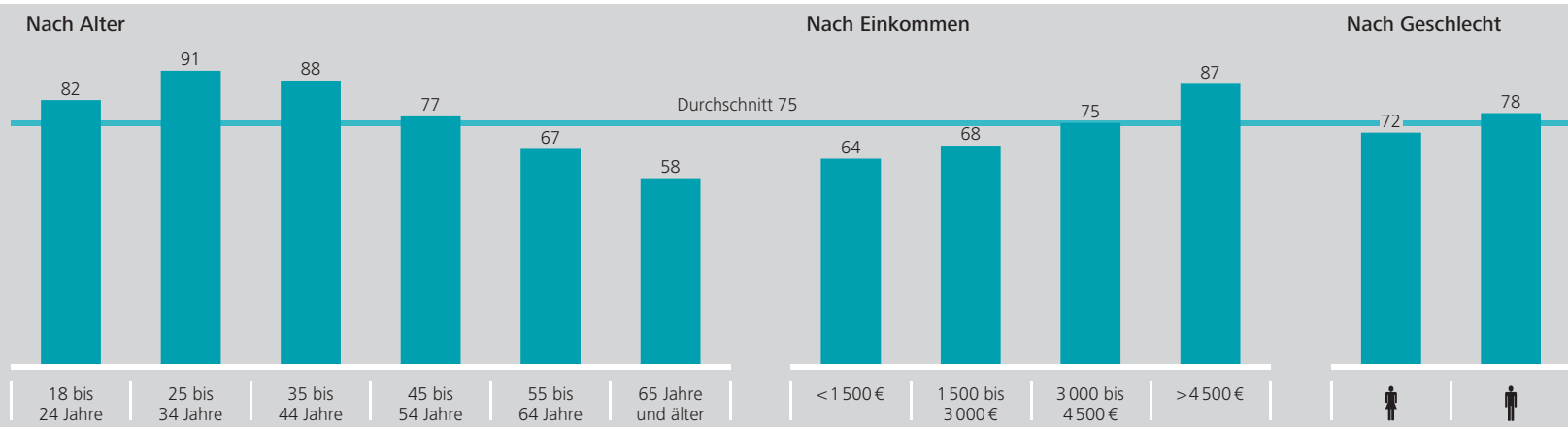


Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Könnten Sie sich vorstellen, ein Girokonto anstatt bei Ihrer Bank bei [jeweils 25% der Befragten:] Google/Amazon/Apple/Facebook zu führen?
Deutsche Bundesbank

Nutzung Onlinebanking nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.1.4

in %, gemäß Selbstausskunft



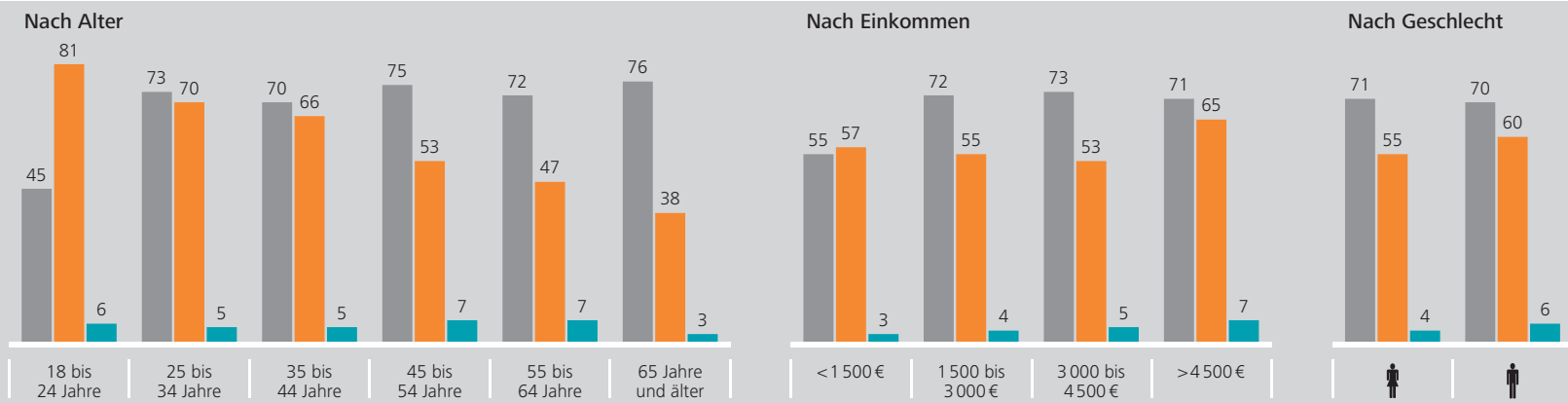
Basis: Befragte mit Zugang zu einem Girokonto, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben (n=5 334). Frage: Nutzen Sie Onlinebanking?
Deutsche Bundesbank

Abwicklung Onlinebanking nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.1.5

in %, gemäß Selbstauskunft, Mehrfachnennungen möglich

■ Webseite der kontoführenden Bank ■ App der kontoführenden Bank ■ Andere Onlinebanking-App



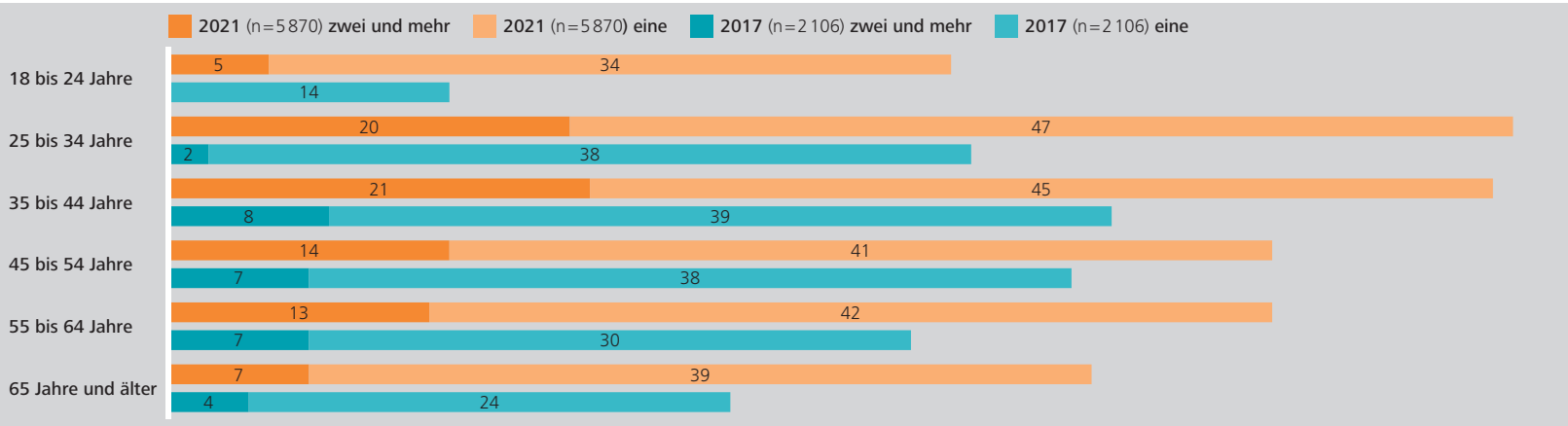
Basis: Befragte, die Onlinebanking nutzen in Teilgruppe B (n=2 019). Frage: Wie wickeln Sie Ihre Bankgeschäfte ab? Nutzen Sie die Onlinebanking-Webseite Ihrer Bank, die Onlinebanking-App Ihrer Bank oder eine Onlinebanking-App, die nicht von Ihrer Bank stammt?

Deutsche Bundesbank

Anzahl an Kreditkarten nach Alter

Abb. A 4.2.1

in %, gemäß Selbstauskunft



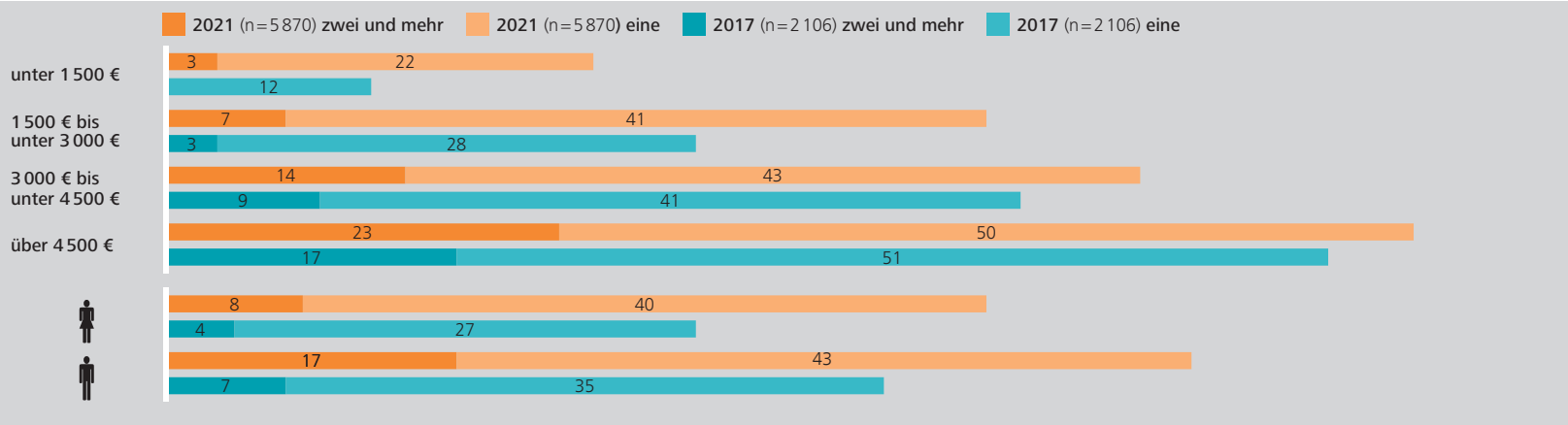
Basis: alle Befragten. Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie und in welcher Anzahl?

Deutsche Bundesbank

Anzahl an Kreditkarten nach Haushaltseinkommen und Geschlecht

Abb. A.4.2.2

in %, gemäß Selbstauskunft

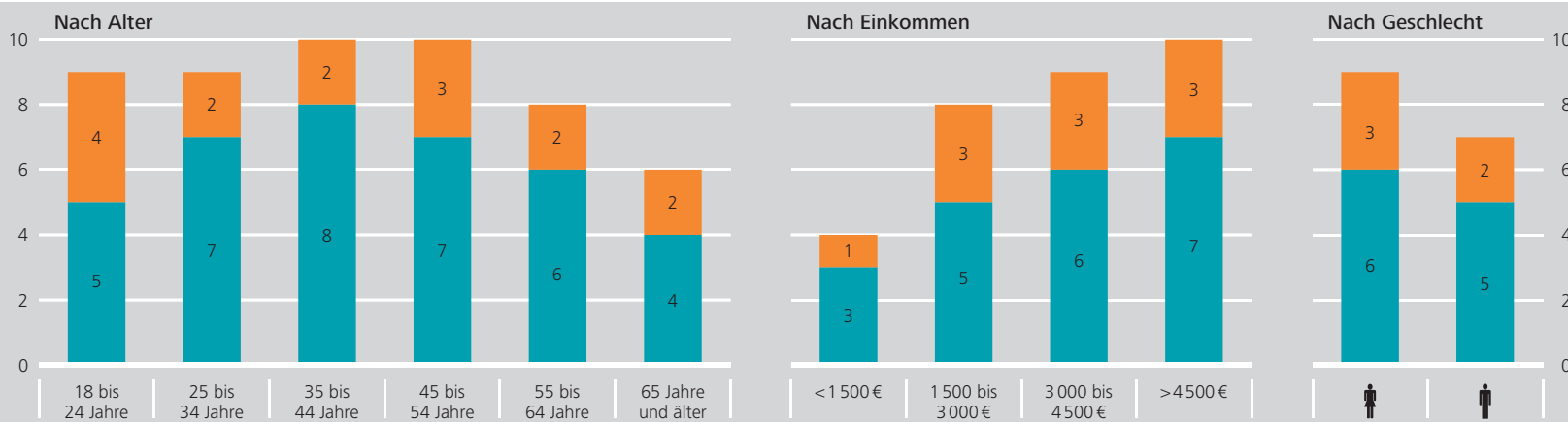


Basis: Alle Befragten. Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie und in welcher Anzahl?
Deutsche Bundesbank

Anzahl an Kundenkarten mit Bezahlungsfunktion nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.2.3

in %, gemäß Selbstauskunft

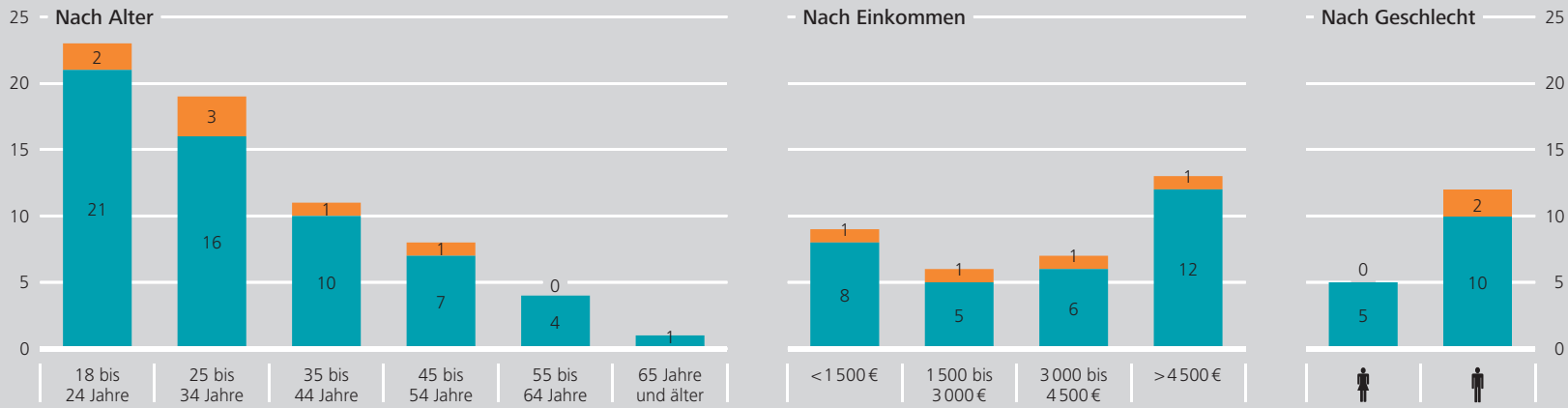


Basis: alle Befragten (n=5870). Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie und in welcher Anzahl?
Deutsche Bundesbank

Anzahl an Mensa- / Kantinen- / Stadionkarten mit Bezahlfunktion nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.2.4

in %, gemäß Selbstauskunft ■ eine ■ zwei und mehr

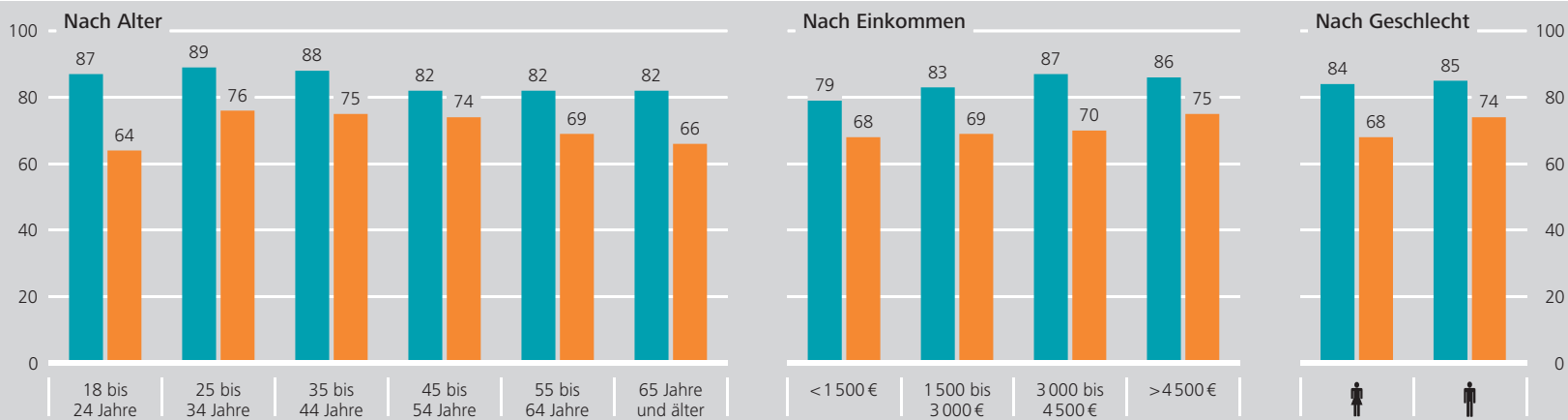


Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Welche der folgenden Zahlungskarten besitzen Sie und in welcher Anzahl?
Deutsche Bundesbank

Nutzung kontaktloser Debit- und Kreditkarten nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.2.5

in %, gemäß Selbstauskunft ■ girocard und andere Debitkarten ■ Kreditkarten

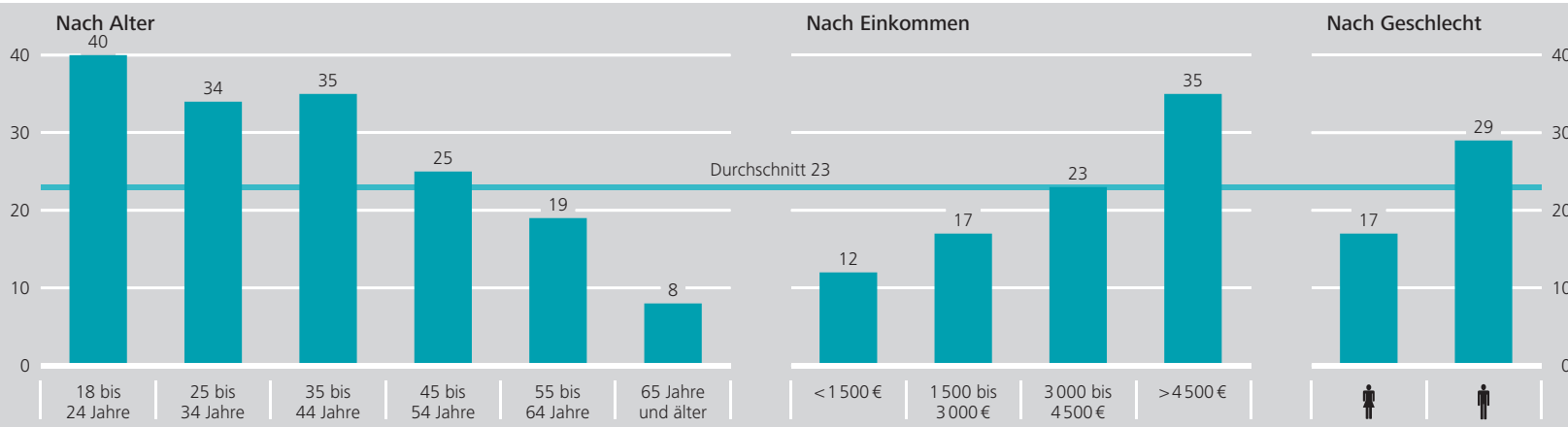


Basis: alle Befragten, die mind. eine kontaktlose Debit- (n=4 792)/Kreditkarte besitzen (n=1 835). Frage: Nutzen Sie Ihre Karte(n) auch kontaktlos?
Deutsche Bundesbank

Debit- oder Kreditkarte in einer Zahlungs-App hinterlegt

Abb. A.4.2.6

in %, gemäß Selbstausskunft



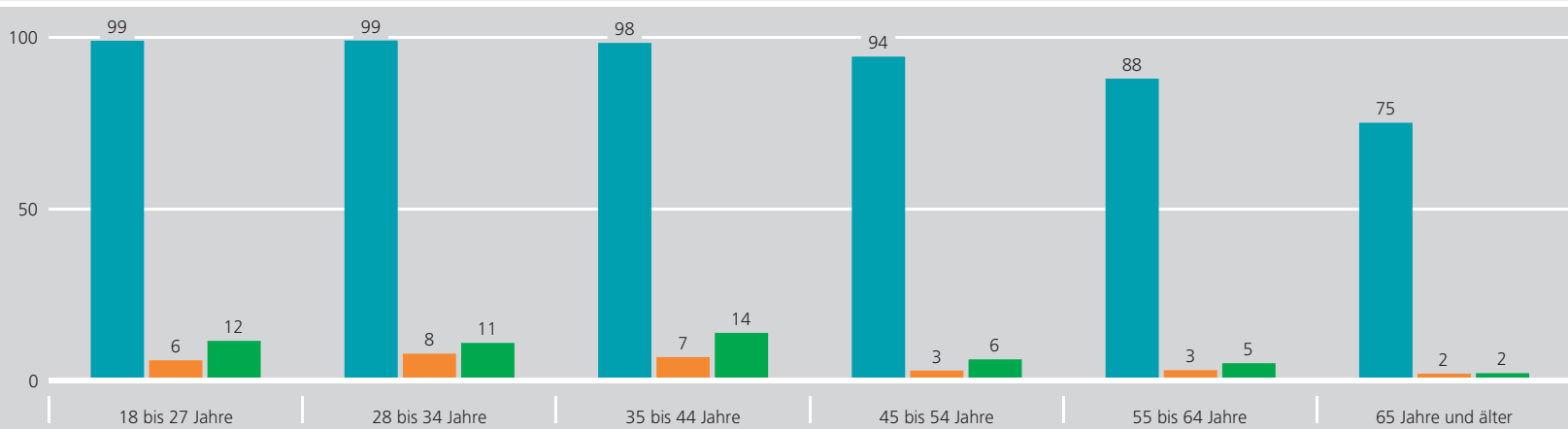
Basis: Befragte, die mind. eine Debit- oder Kreditkarte besitzen (n=5827). Frage: Haben Sie eine oder mehrere dieser Karten in einer Zahlungs-App für das mobile Bezahlen hinterlegt?
Deutsche Bundesbank

Besitz mobiler Endgeräte nach Altersklassen

Abb. A.4.3.1

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich

Smartphone Fitnessarmband mit Zahlungsfunktion Smartwatch mit Zahlungsfunktion

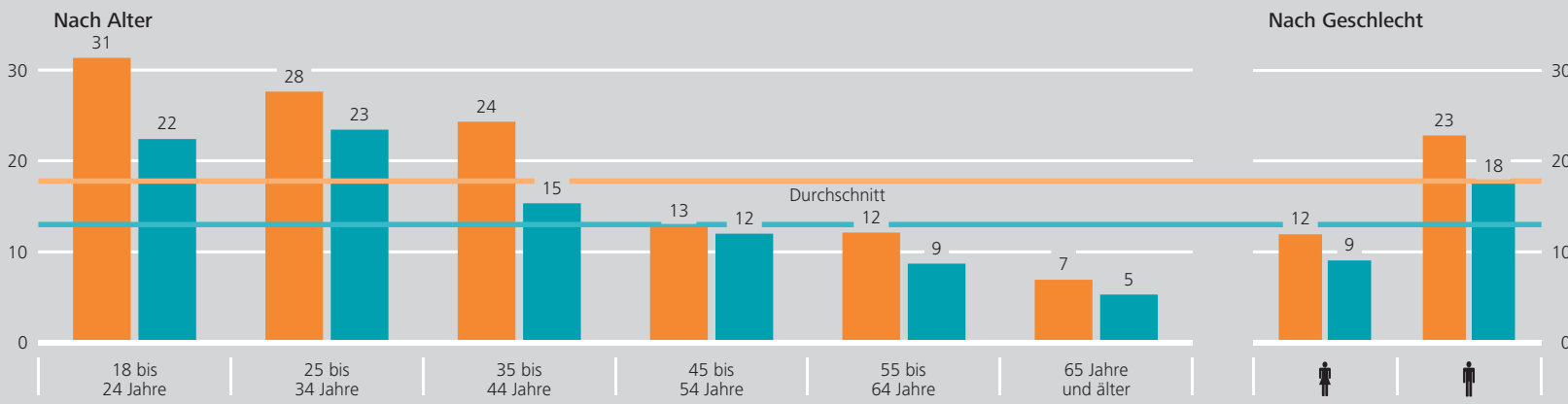


Basis: alle Befragten (n=5 870). Frage: Besitzen Sie persönlich eines oder mehrere der folgenden Geräte?
Deutsche Bundesbank

Nutzung des Smartphones zum Bezahlen an der Ladenkasse

Abb. A.4.3.2

in %, gemäß Selbstauskunft ■ 2021 ■ 2020

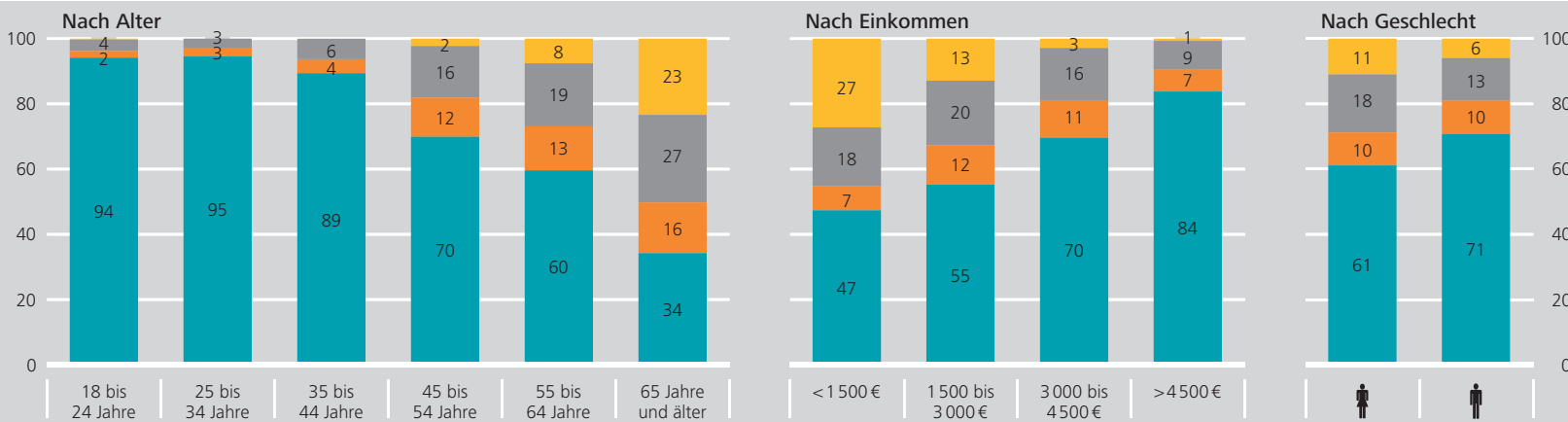


2020: Smartphonebesitzer (n=4 243). Frage: Haben Sie damit schon einmal bezahlt? 2021: Alle Befragten, die ein Smartphone besitzen und mindestens ein innovatives Zahlungsmittel kennen (n=5 051). Frage: Haben Sie eines der Verfahren genutzt, um mit dem Smartphone im Geschäft zu bezahlen?
Deutsche Bundesbank

Internetnutzung nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.4.1

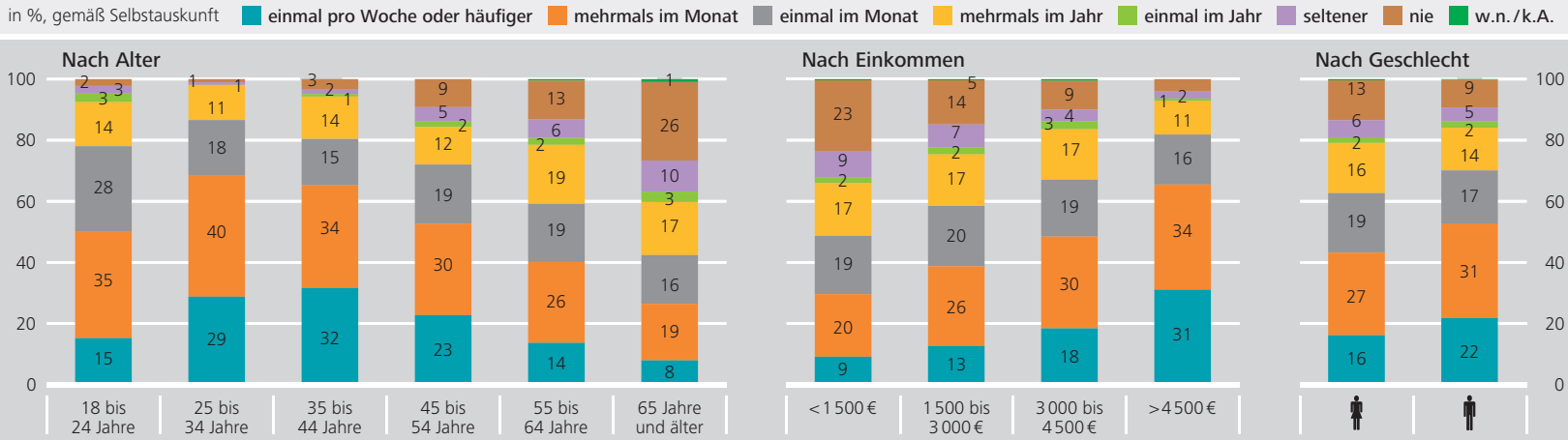
in %, gemäß Selbstauskunft ■ mehrmals täglich ■ einmal am Tag ■ mehrmals in der Woche oder seltener ■ gar nicht



Basis: alle Befragten (n=5 870). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Denken Sie einmal an die vergangenen drei Monate. Wie oft, wenn überhaupt, haben Sie das Internet benutzt?
Deutsche Bundesbank

Kauffrequenz im Internet nach Alter, Einkommen und Geschlecht

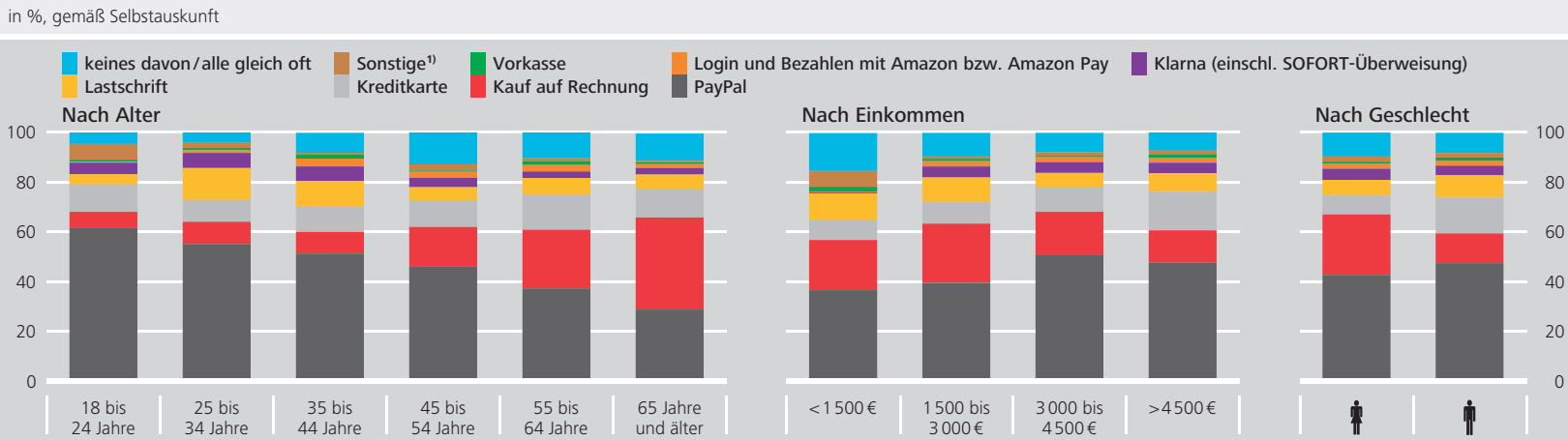
Abb. A.4.4.2



Basis: Befragte, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben (n=5368). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Wie oft kaufen Sie über das Internet ein? Bitte denken Sie auch an Einkäufe, die Sie über eine App tätigen.
Deutsche Bundesbank

Häufigste Zahlungsweise im Internet nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.4.3

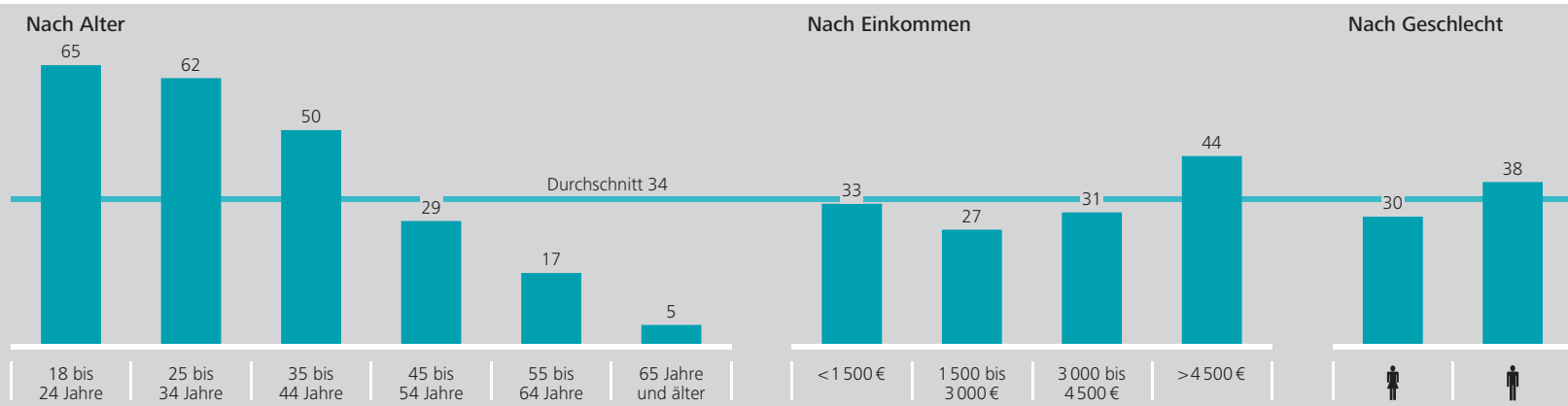


Basis: Befragte, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben in Teilgruppe B (n=2364). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Welches Verfahren nutzen Sie für Einkäufe im Internet am häufigsten? ¹⁾ Apple Pay, giro-pay (früher: Kwitt oder paydirekt), Google Pay, Gutscheine oder Gutschein-Karte, Nachnahme und Prepaid-Kreditkarte.
Deutsche Bundesbank

Nutzung P2P nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.4.4

in %, gemäß Selbstausskunft



Basis: Befragte, die ein Smartphone besitzen und PayPal oder giropay kennen (n=4902). Frage: Haben Sie schon einmal über das Smartphone Geld mit Bezahlverfahren wie z.B. giropay (früher Kwitt oder paydirekt) oder PayPal an Familienangehörige, Freunde oder Bekannte geschickt?

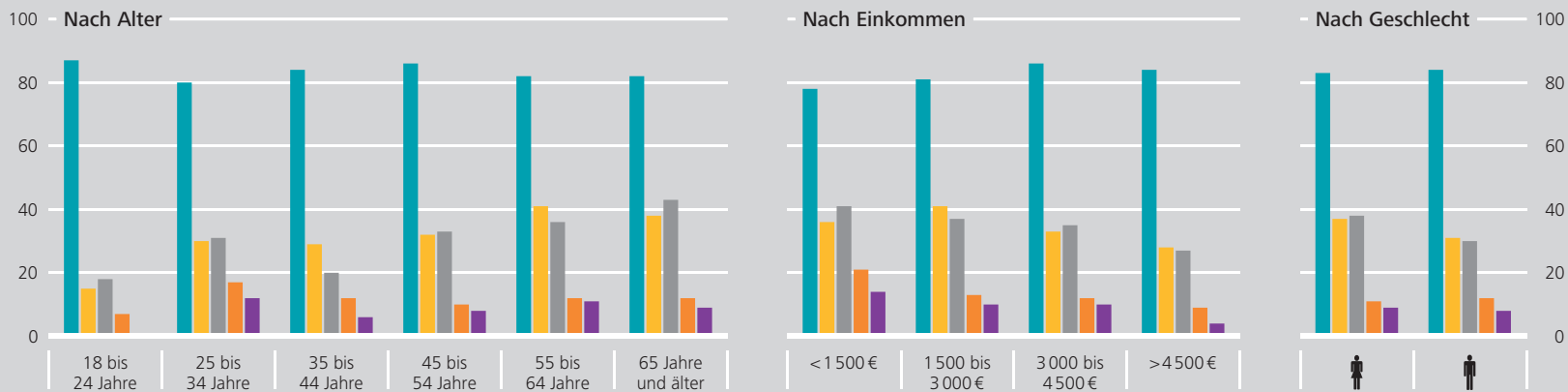
Deutsche Bundesbank

Gründe für Nichtnutzung P2P nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.4.4.5

in %, gemäß Selbstausskunft, Mehrfachnennungen möglich

kein Bedarf zu unsicher zu kompliziert nicht überall zu verwenden zu teuer



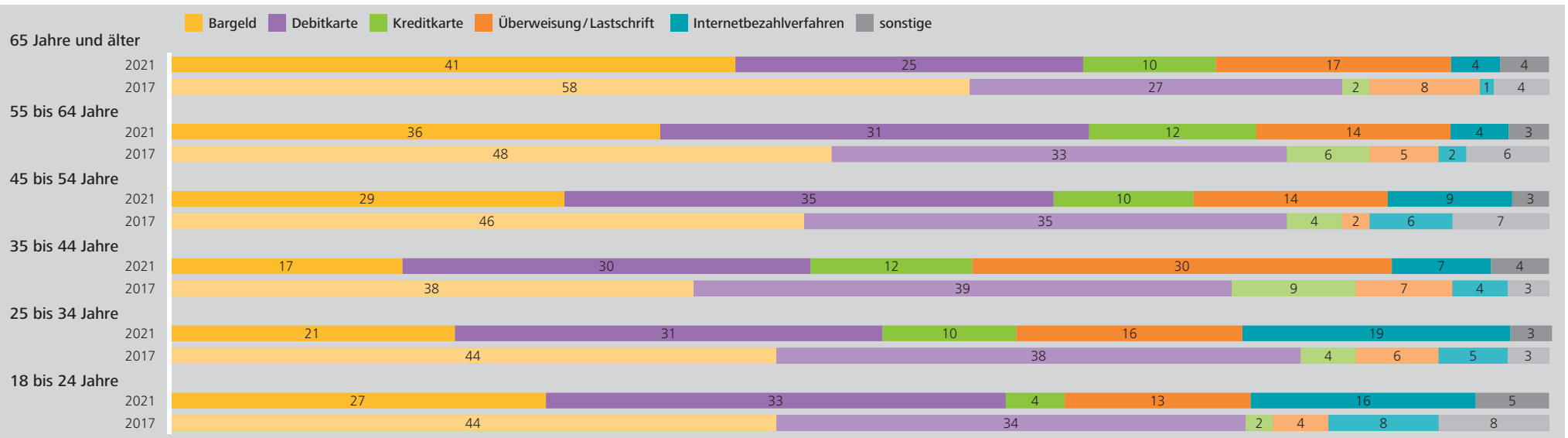
Basis: Befragte, die keines der mobilen Zahlverfahren nutzen, um Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten Geld zu senden in Teilgruppe B (n=1 616). Frage: Warum haben Sie bislang keines der mobilen Bezahlverfahren genutzt, um Familie, Freunden oder Bekannten Geld zu senden?

Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen am Umsatz nach Altersgruppen

Abb. A.5.2.1

in %, gemäß Zahlungstagebuch

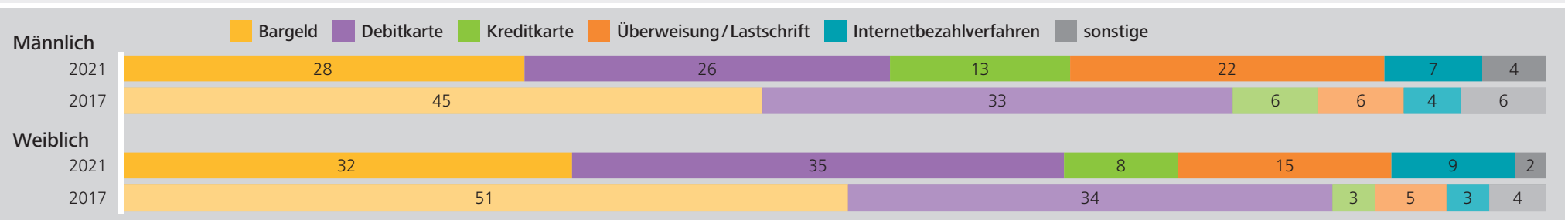


Basis: Alle Transaktionen (n = 15 482).
Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen am Umsatz nach Geschlecht

Abb. A.5.2.2

in %, gemäß Zahlungstagebuch

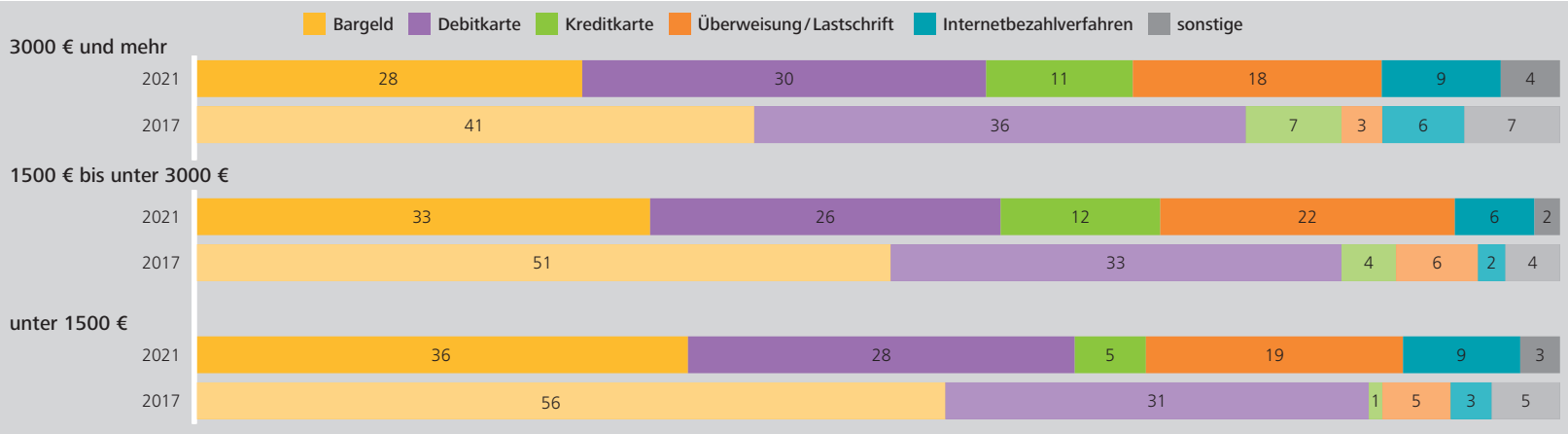


Basis: alle Transaktionen (n = 15 482, im Wert von 605 251 €).
Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten gemessen am Umsatz nach Haushaltsnettoeinkommen

Abb. A.5.2.3

in %, gemäß Zahlungstagebuch



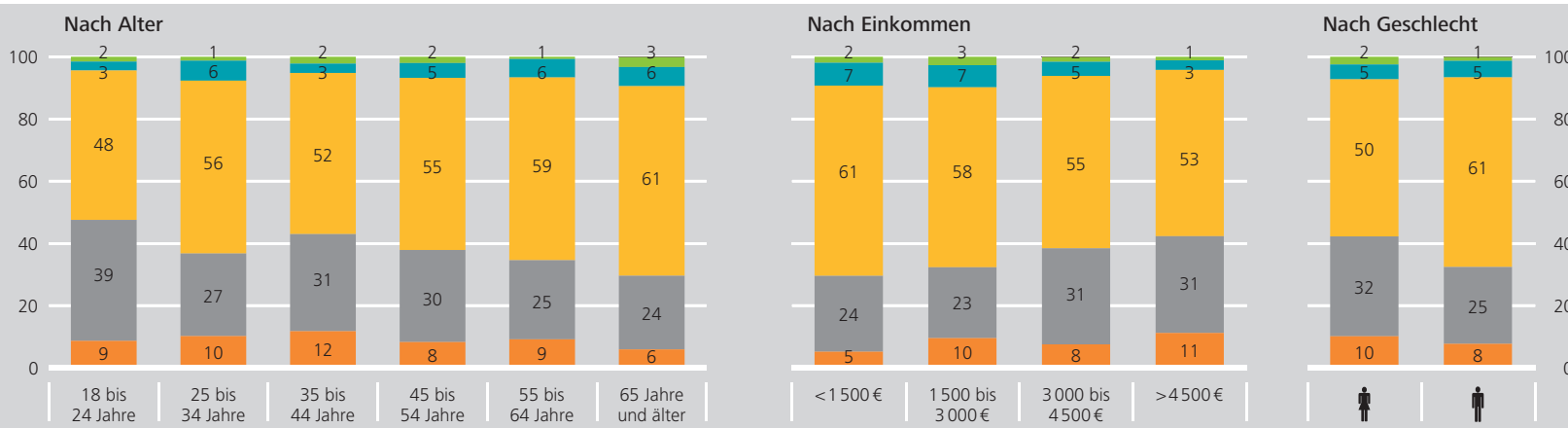
Basis: alle Transaktionen (n=15 482, im Wert von 605 251 €).
Deutsche Bundesbank

Einkaufen im Internet im Vergleich zu vor Corona nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.5.3.1

in %, gemäß Selbstausskunft

viel häufiger, etwas häufiger, so häufig wie vorher, etwas seltener, viel seltener

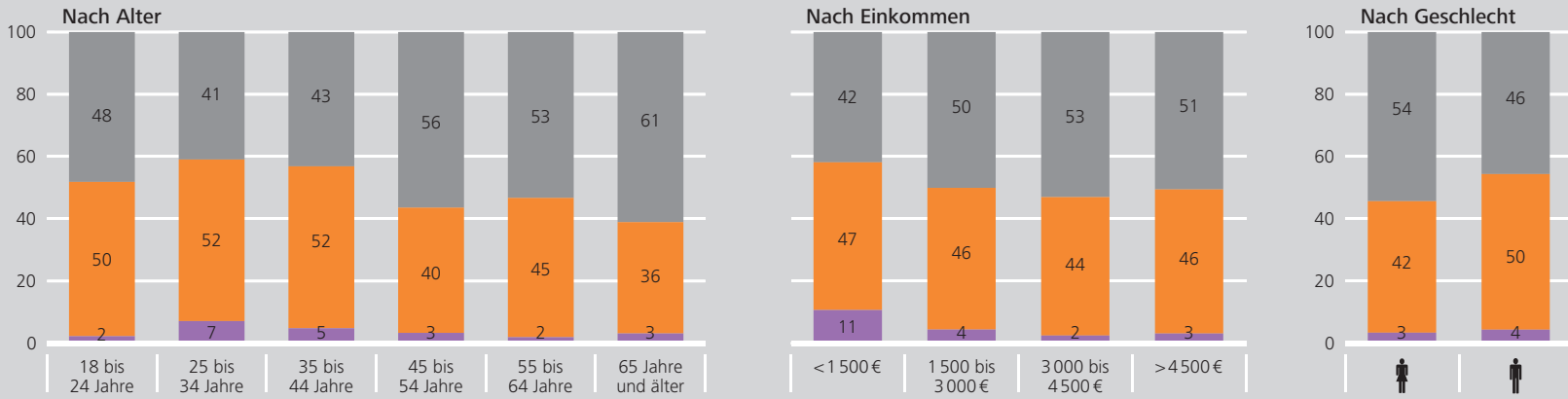


Basis: Befragte, die im Internet einkaufen (n=4 757). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Kaufen Sie im Vergleich zu vor Corona vor 2 Jahren mehr oder weniger im Internet ein?
Deutsche Bundesbank

Einkaufen im Internet nach Corona nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.5.3.2

in %, gemäß Selbstauskunft ■ wieder häufiger in einem Geschäft vor Ort einkaufen ■ weiterhin so viel wie jetzt im Internet einkaufen ■ w.n. / k.A.



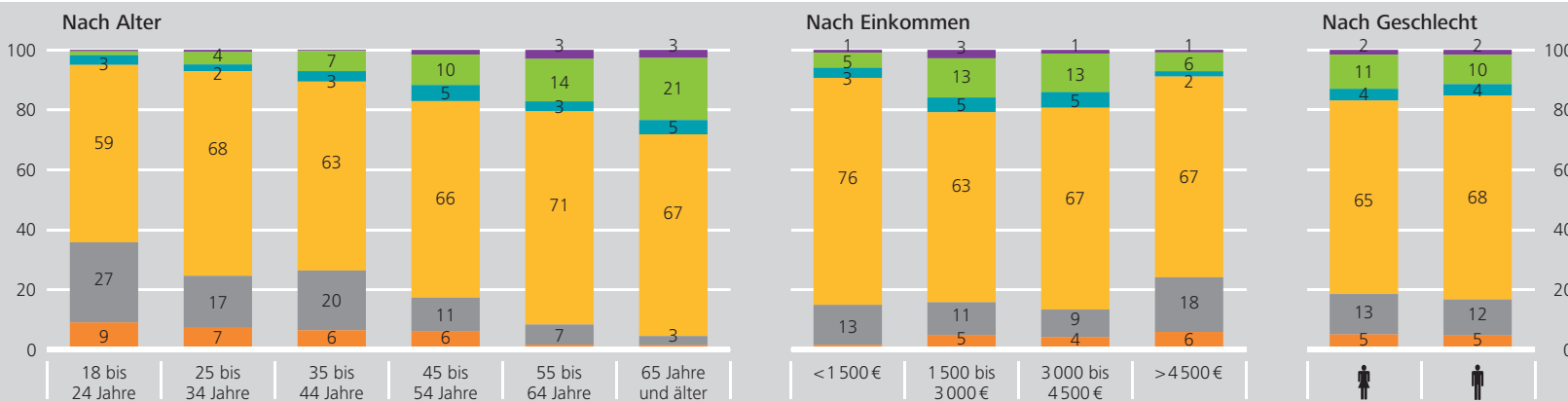
Basis: Befragte, die etwas/viel häufiger im Internet einkaufen, als vor der Corona-Krise (n=1 772). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Wenn die Corona-Pandemie überwunden sein wird: Kaufen Sie dann weiterhin so viel wie jetzt im Internet ein oder werden Sie dann wieder häufiger in einem Geschäft vor Ort einkaufen?

Deutsche Bundesbank

Nutzung von Abo-Angeboten im Internet im Vergleich zu vor Corona nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.5.3.3

in %, gemäß Selbstauskunft ■ viel häufiger ■ etwas häufiger ■ so häufig wie vorher ■ etwas seltener ■ viel seltener ■ w.n. / k.A.



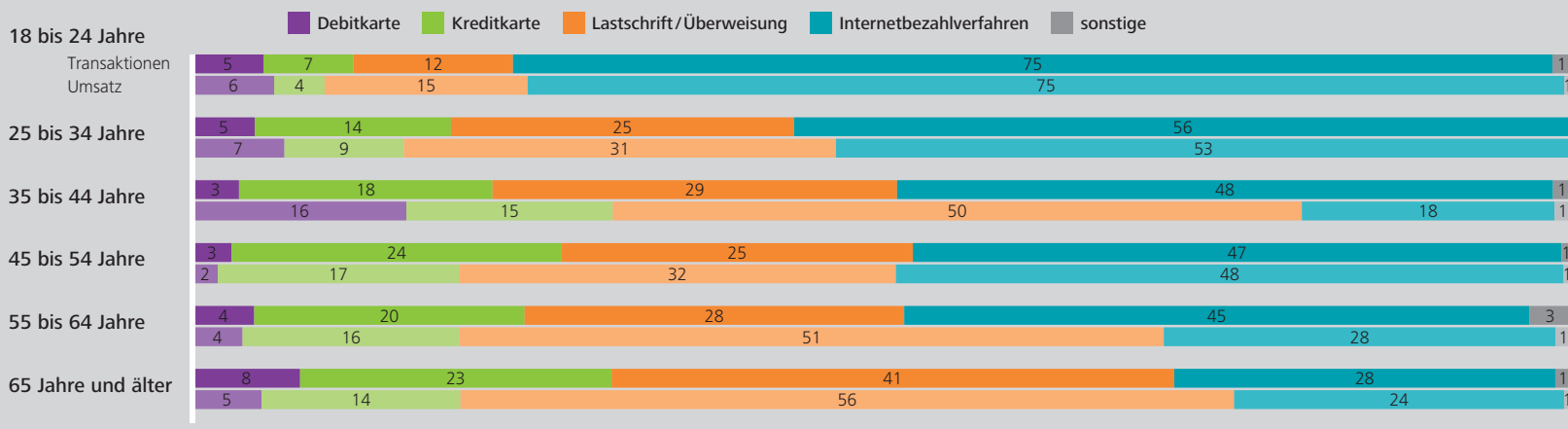
Basis: Befragte, die im Internet einkaufen in Teilgruppe B (n=2 404). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Viele Waren des täglichen Bedarfs oder die Nutzung von Medien wie Filme, Musik oder Spiele lassen sich inzwischen als regelmäßige Abos über das Internet beziehen. Haben Sie im Vergleich zu vor Corona vor zwei Jahren solche Abo-Angebote häufiger oder seltener genutzt?

Deutsche Bundesbank

Verwendung von Zahlungsinstrumenten im Internet nach Alter

Abb. A.5.3.4

in %, gemäß Zahlungstagebuch

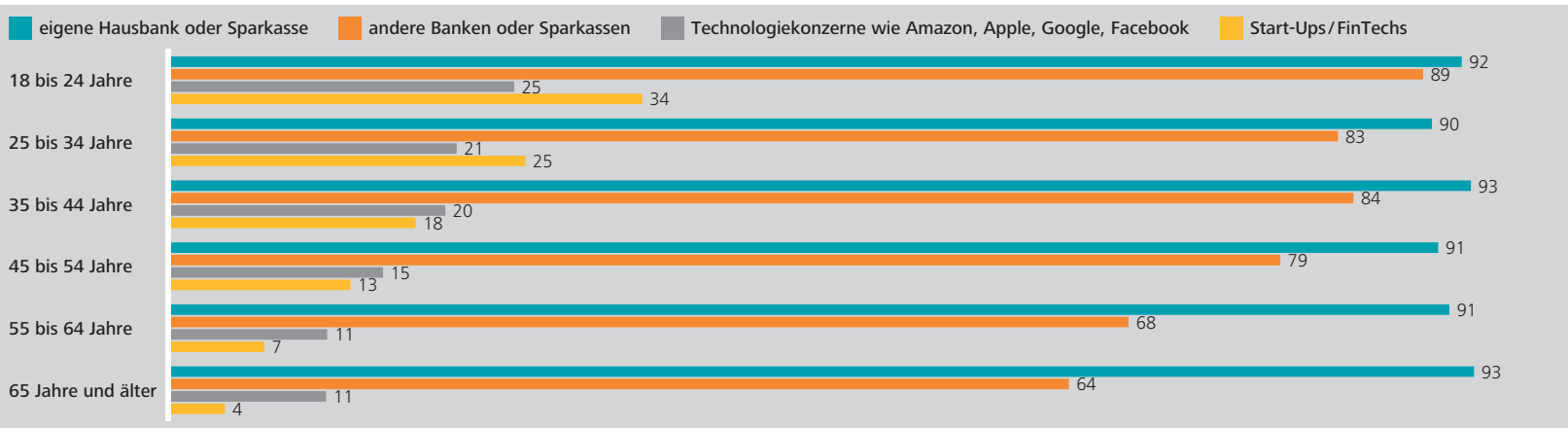


Basis: Transaktionen im Internet (n=1 567, im Wert von 142 603 €). Differenz zu 100 durch Rundung.
Deutsche Bundesbank

Verantwortungsbewusster Umgang mit Zahlungsdaten nach Altersklassen

Abb. A.6.1.1

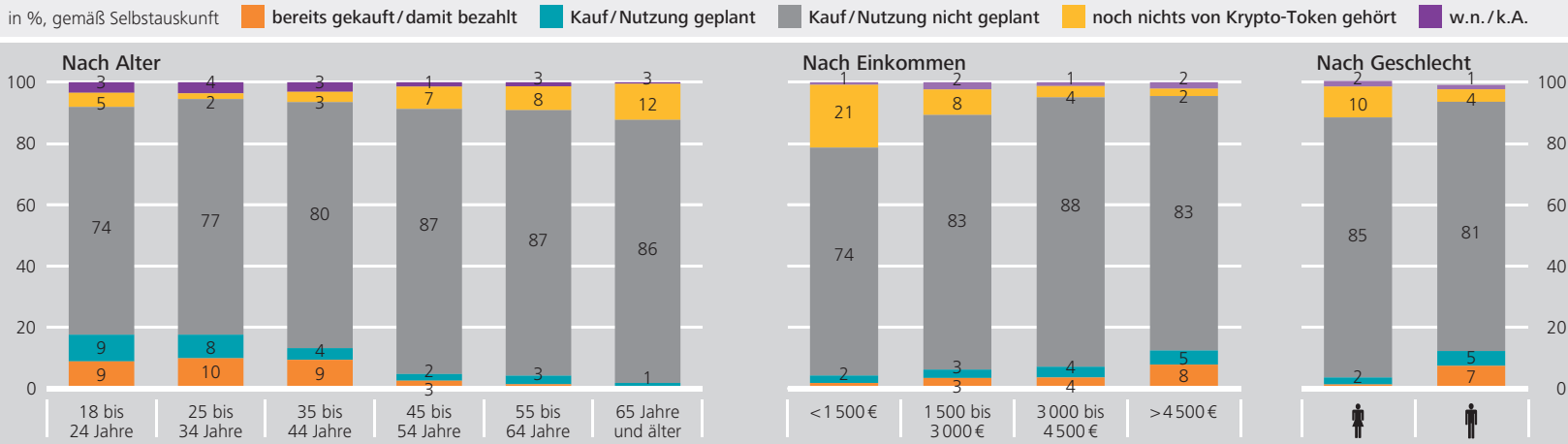
in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Befragte in Teilgruppe B (n=2 928). Frage: Ich werde Ihnen nun verschiedene Institutionen nennen. Glauben Sie, dass diese verantwortungsbewusst mit Ihren Zahlungsdaten umgehen? Antwort: Ja.
Deutsche Bundesbank

Möglicher Erwerb und Nutzung von Krypto-Token nach Alter, Einkommen und Geschlecht

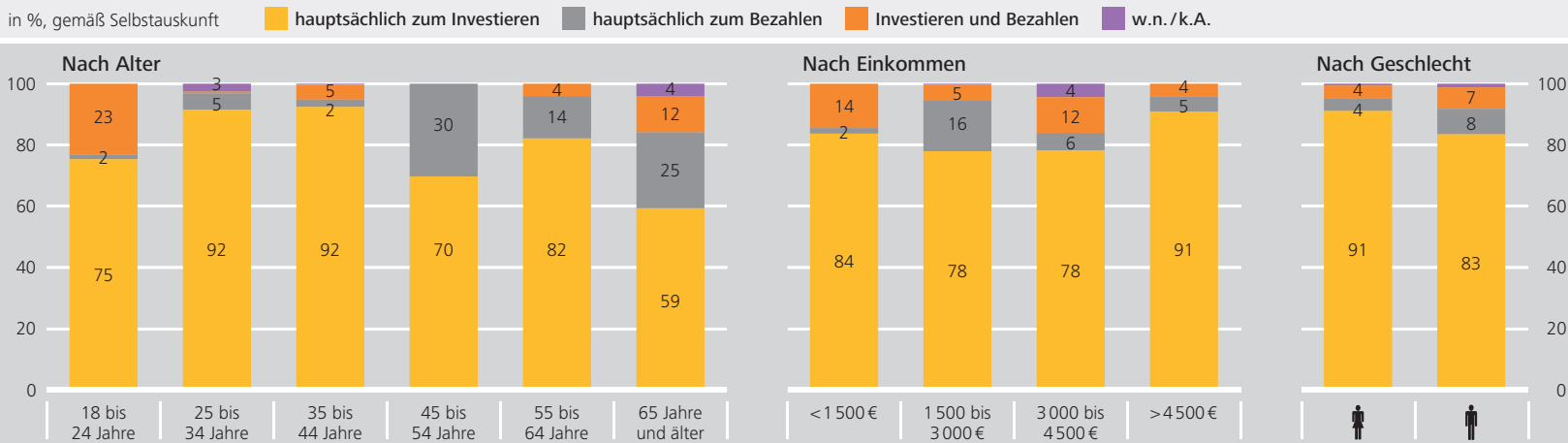
Abb. A.6.2.1



Basis: alle Befragten (n=5870). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Sogenannte Krypto-Token, wie zum Beispiel Bitcoin, haben in den letzten Jahren immer wieder Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Welche der folgenden Aussagen trifft dabei auf Sie persönlich zu?
Deutsche Bundesbank

Hauptsächlichliche Nutzung von Krypto-Token nach Alter, Einkommen und Geschlecht

Abb. A.6.2.2



Basis: Befragte, die Krypto-Token schon einmal gekauft oder damit bezahlt haben (n=250). Differenz zu 100 durch Rundung. Frage: Sie haben gesagt, Krypto-Token schon einmal gekauft oder damit bezahlt zu haben. Können Sie uns sagen, wofür hauptsächlich?
Deutsche Bundesbank

Glossar

Debitkarte

Zahlungskarte, die mit einem Girokonto verbunden ist, welches unmittelbar nach der Zahlung belastet wird. Die Zahlung ist dem Händler garantiert. Debitkarten sind mit dem Aufdruck „Debit“ gekennzeichnet. Zumeist handelt es sich um eine girocard, die häufig noch als „ec-Karte“ bezeichnet wird. Girocard ist das Debitkartensystem der Deutschen Kreditwirtschaft für den Einsatz an Geldausgabeautomaten und Point of Sale-Terminals in Deutschland. Für den Einsatz im Ausland ist im Regelfall ein Co-Branding mit einer der Debitkartenmarken der internationalen Kartensysteme (Maestro oder V Pay bzw. Mastercard Debit oder Visa Debit) erforderlich. Für die Studie werden girocards und die Debitkartenprodukte der internationalen Kartensysteme in einer Kategorie zusammengefasst.

FinTechs

Der Ausdruck FinTech setzt sich aus „Financial Services“ und „Technology“ zusammen und bezieht sich auf Unternehmen, die mithilfe moderner Technologie spezialisierte Finanzdienstleistungen anbieten. Der Begriff kann auch Technologien bezeichnen, die im Finanzsektor angewendet werden.

GAA

Abkürzung für Geldausgabeautomat(en).

Internetbezahlverfahren

Verfahren, die auf Überweisungen im Onlinebanking des Zahlers basieren (z.B. giropay / paydirekt, Klarna / Sofort-Überweisung) sowie spezielle elektronische Zahlverfahren über das Internet, die eine Abwicklung der primären Zahlung innerhalb des eigenen Netzwerks ermöglichen (z.B. PayPal) und mit dem Zahlungskonto oder einer Zahlungskarte verknüpft werden.

Kontaktloskarte / Kontaktlosfunktion

Zahlungskarte, bei der die für eine Zahlung benötigten Daten kontaktlos, nur durch Vorhalten der Karte, via NFC an das Lesegerät übertragen werden. Im Regelfall erfolgt nach fünf Zahlungen oder einem Gesamtumsatz von 150 € zur Sicherheit eine PIN-Abfrage. Wird die

Karte beim nächsten Bezahlen gesteckt und die PIN eingegeben, setzt dies den entsprechenden Zähler zurück, sodass dann wieder kontaktlos ohne PIN gezahlt werden kann.

Kreditkarte

Zahlungskarte, bei der in der Regel eine zeitlich verzögerte Kontobelastung erfolgt, bei mehrfachem Einsatz entweder in einer Summe oder gestreckt in Form von Teilbelastungen. Die Zahlung ist dem Händler garantiert. Kreditkarten sind mit dem Aufdruck „Kredit“ gekennzeichnet.

Kundenkarte mit Zahlungsfunktion

Kunden- oder Bonuskarte eines Händlers, die zum Zahlen genutzt werden kann. Die Bezahlung an sich erfolgt dabei meist nachgelagert über einen Lastschriftinzug oder die Belastung einer Kreditkarte.

Lastschrift

Vom Zahlungsempfänger ausgelöster Auftrag zur Belastung des Zahlungskontos des Zahlers mit dessen Zustimmung.

Mensa- / Kantinen- oder Stadionkarte

Karten, die für einen spezifischen Zweck in einem abgegrenzten Umfeld ausgegeben und dort genutzt werden können. Dazu zählen auch Karten für die Mitarbeiterkantine.

Mobile Bezahlverfahren / Mobiles Bezahlen / Mobile Payment

Dazu gehören das Bezahlen mit dem Handy außerhalb eines Geschäfts und in einem Geschäft sowie die Nutzung einer App, um einfach ohne die Eingabe einer IBAN Geld zu versenden und zu empfangen. Einer mobilen Zahlung liegt im Regelfall eine Überweisung, Lastschrift oder Kartenzahlung zugrunde.

Near-Field-Communication (NFC)

Englisch für Nahfeldkommunikation. Hierbei handelt es sich um einen Standard für die kontaktlose Übertragung von Daten über eine Distanz von wenigen Zentimetern.

Onlinebanking

Abwicklung der Bankgeschäfte per Internet. Banken bieten dafür Internetseiten/-portale bzw. Apps an, über die man sein Girokonto online verwalten kann.

Person-to-Person-Zahlungen (P2P)

Dt.: Person-an-Person-Zahlungen. Damit sind Zahlungen zwischen Privatpersonen gemeint. In der Vorgängerstudie als „Geldsendungen zwischen Familie, Freunden, und Bekannten“ bezeichnet.

TAN

Eine TAN (Transaktionsnummer) findet üblicherweise in Online-Bezahlverfahren Anwendung. Sie wird hauptsächlich bei der Eingabe von Online-Bezahlvorgängen benötigt und ist nur dem Online-Banking-Nutzer und dem Banksystem bekannt, wodurch sie vor Missbrauch durch Dritte schützt. In der Vergangenheit wurden TANs dem Nutzer in Form einer schriftlichen Liste zur Verfügung gestellt. Mittlerweile werden die TANs von der Bank auf verschiedene Weise erst kurz vor der Nutzung transaktionsbezogen generiert und dem Zahlungspflichtigen übermittelt, beispielsweise mittels einer SMS-Kurzmitteilung über das Mobilfunkgerät.

Überweisung

Vom Zahler ausgelöste Übertragung von Guthaben auf das Zahlungskonto des Zahlungsempfängers.

Vorausbezahlte Zahlungskarte

Damit sind Prepaid-Karten gemeint, d. h. solche, die vor Nutzung zunächst mit einem Guthaben aufgeladen werden müssen. Dazu gehören GeldKarte und girogo ebenso wie Prepaid-Kreditkarten der internationalen Kartensysteme.

Wallet / digitale Wallet

Digitales Pendant einer Brieftasche / eines Portemonnaies in einer App auf dem Smartphone oder Wearable. Darin können z.B. Zahlungskarten hinterlegt sein.

Wearable

Hierzu gehören z.B. Armbänder oder Uhren, die mit intelligenter Technik ausgestattet sind. Einige dieser Geräte ermöglichen das Bezahlen per kontaktloser Übertragung (NFC).

Zahlungsmittel / Zahlungsinstrumente

Hierzu gehören Bargeld und alle unbaren Zahlverfahren (Überweisung, Lastschrift, Kartenzahlung) sowie darauf basierende Dienste wie Internet- und mobile Bezahlverfahren.

Zwei-Faktor-Authentifizierung

Auch „starke Kundenauthentifizierung“ genannt. Online- und Kartenzahlungen müssen seit Einführung der zweiten Zahlungsdiensterichtlinie der EU grundsätzlich durch zwei unabhängige Merkmale aus den Kategorien Wissen (z.B. statische PIN oder Passwort), Besitz (z.B. Handy, Karte, TAN-Generator) und Inhärenz (z.B. Fingerabdruck, Gesichtsabbild) bestätigt werden.

Impressum

Herausgeber: Deutsche Bundesbank

Autoren: Dr. Martina Eschelbach, Dr. Kerstin Lorek, Julien Novotny,
Dr. Annett Pietrowiak, Dr. Volker Seiler

Wir danken Johannes Hönl, Katrin Schilling und Dr. Susann Sieber.

Kontakt: zahlungsverhalten@bundesbank.de

Stand: Juli 2022