

BEZAHLVERHALTEN

Junge Verbraucher zwischen Bequemlichkeit und Sicherheitsstreben

Die Generation Z gilt als besonders technik- und onlineaffin. Dennoch ist bei ihr die Vorliebe für das Barzahlen überraschend stark ausgeprägt: 61 Prozent der 18- bis 24-jährigen Deutschen wären besorgt, wenn sie nicht mehr auf Bargeld zugreifen könnten. Bei allen Altersklassen sind dies sogar 70 Prozent. Das ist das Ergebnis einer internationalen Studie von Paysafe, die die Auswirkungen von Corona auf das Einkaufs- und Bezahverhalten untersucht hat. Dafür wurden 8000 Verbraucher in Deutschland, Österreich, Italien, Großbritannien, den USA, Kanada und Bulgarien befragt.

83 Prozent der 18- bis 24-Jährigen haben im Monat zuvor verschiedene Möglichkeiten des kontaktlosen Bezahlers genutzt. 59 Prozent der deutschen Generation Z würden Produkte jedoch auch online gern bar bezahlen. Unter allen Altersklassen geben dies 36 Prozent an. Der unter den jungen Menschen deutlich höhere Wert lässt sich vermutlich nicht allein mit deren Bargeldaffinität erklären, sondern beispielsweise damit, dass sie oftmals über keine Kreditkarte verfügen. Im Zuge des Trends zur Ausgabe von Mastercard- und Visa-Debitkarten, die auch Menschen ohne Kreditkarte den Einsatz im Internet ermöglichen, könnte somit das Potenzial für Lösungen wie die von Paysafe und anderen Anbietern demnächst vielleicht sinken.

Als Zielgruppe blieben demnach solche Menschen, die im Internet keine

Zahlungsdaten eingeben möchten. Auch die sind unter den jungen Deutschen zu finden. Häufiger als andere Altersgruppen kaufen sie seit Ausbruch der Corona-Krise online ein. Fast die Hälfte (48 Prozent) gibt an, in der Corona-Situation wesentlich mehr online eingekauft zu haben, fast genauso viele wollen diese Angewohnheit beibehalten: 46 Prozent der Altersgruppe planen, auch im nächsten Jahr mehr online einzukaufen, selbst wenn Corona dann keine Rolle mehr spielen sollte. Unter allen Altersklassen sind dies nur 27 Prozent der Befragten.

Dennoch haben auch die jungen Deutschen Sicherheitsbedenken. Die Hälfte von ihnen (50 Prozent) würde es bevorzugen, bei Onlinekäufen mit Prepaid-Karte zu bezahlen, um keine Kontodaten teilen zu müssen. Genutzt werden solche Angebote allerdings nur von einem kleinen Teil der jungen Zielgruppe. Unter den 18- bis 24-Jährigen gaben nur 11 Prozent an, im Monat vor der Befragung unter anderem E-Cash-Lösungen genutzt zu haben. 17 Prozent haben Prepaid-Produkte online eingesetzt. Hier zeigt sich der immer wieder zu beobachtende Widerspruch zwischen Theorie und Praxis, der an dieser Stelle einfach zu erklären ist: Denn ein Höchstmaß an Sicherheit geht nun einmal mit Abstrichen beim Nutzerkomfort – im Fall der E-Cash- oder Prepaid-Produkte in Form eines Medienbruchs einher. Bislang zumindest scheint hier die Bequemlichkeit oftmals zu siegen. Red.