

Der Corona-Cashless-Schub ist vorbei

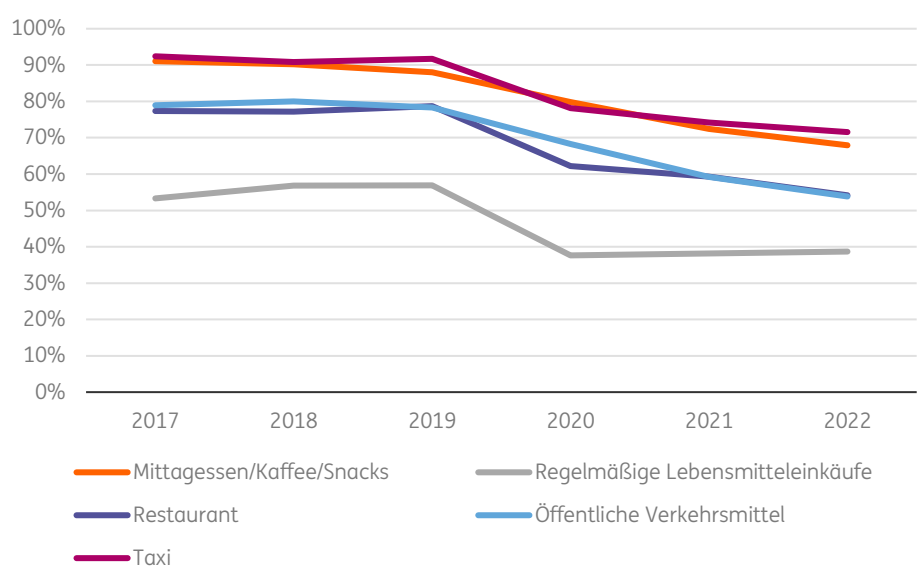
Die Bargeldpräferenz deutscher Verbraucher bei alltäglichen Ausgaben nimmt nur noch langsam ab.

Die Deutschen und ihr Bargeld, das war lange eine ganz besondere Beziehung. Münzen und Scheine waren den Konsumenten hierzulande stärker ans Herz gewachsen als anderswo in Europa. Als mit Eintritt der Corona-Pandemie 2020 Kontaktvermeidung das Gebot der Stunde war, nahm die bevorzugte Nutzung von Bargeld deutlich ab.

Wer aber angenommen hatte, dass Deutschland mit diesem Anschlag nun auf dem schnellsten Weg zur bargeldlosen Gesellschaft sei, sah sich getäuscht: Bereits 2021 fiel der Rückgang der Bargeldpräferenz bei einer Reihe alltäglicher Ausgabenarten sehr viel geringer aus. In einer repräsentativen ING-Umfrage vom November 2022 zeigt sich nun, dass sich das Tempo des Rückgangs weiter verlangsamt hat.

- Seit 2020 zahlen **drei von fünf Deutschen ihren regelmäßigen Einkauf im Supermarkt üblicherweise bargeldlos**. Daran hat sich seitdem nichts geändert, der Anteil stagniert.
- **Bei anderen alltäglichen Ausgabenarten zückt über die Hälfte der Deutschen in der Regel noch immer Bargeld**, für Taxifahrten beispielsweise liegt der Wert noch über 70 Prozent.
- Die **Bargeldpräferenz war und ist eine Generationenfrage**: Ähnlich groß wie der Unterschied zwischen den verschiedenen betrachteten Ausgabenarten ist auch der zwischen jüngeren und älteren Konsumenten. Allein schon aus demografischen Gründen ist daher klar: Der Trend mag sich verlangsamen, aber mit einer Umkehr ist nicht zu rechnen.

Abb. 1 „Wie bezahlen Sie gewöhnlich für Folgendes?“, ausgewählte Ausgabenarten, Barzahleranteil 2017-2022



Knapp 40 Prozent zahlen im Supermarkt noch bar – ist hier ein Boden erreicht?

Die Vorliebe deutscher Konsumenten für ihr Bargeld ist wohldokumentiert, unter anderem im Rahmen der ING International Survey. Ein deutlich höherer Anteil der Deutschen als in anderen Ländern bezahlt viele alltägliche Ausgaben üblicherweise in bar, so lautete der regelmäßige Befund.

Als 2020 aufgrund der Corona-Pandemie nach Möglichkeiten gesucht wurde, physische Kontakte zwischen Menschen zu reduzieren, wurden Münzen und Scheine quasi über Nacht deutlich kritischer gesehen. Vielerorts wurde um bargeldlose oder idealerweise per NFC-Chip auch kontaktlose Zahlung gebeten; manches kleinere Geschäft installierte erstmals eine Kartenzahlungsmöglichkeit.

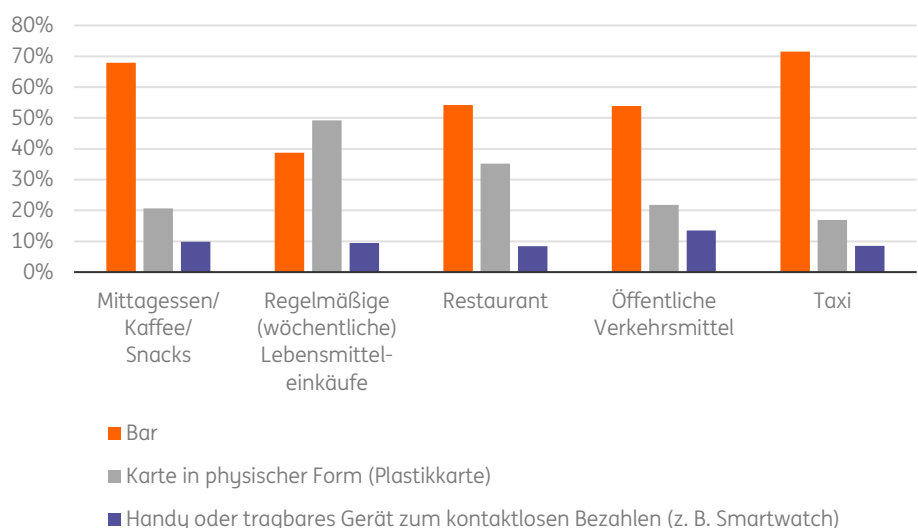
Zwar war die Bargeldpräferenz hierzulande noch immer stärker ausgeprägt als anderswo. Doch machte der Rückgang des Anteils, der üblicherweise mit Scheinen und Münzen bezahlt, je nach Ausgabenart fast 20 Prozentpunkte aus – damit war er fast so groß wie der Unterschied, der sich regelmäßig zwischen älteren und jüngeren Befragten gezeigt hatte. Beim Herauswachsen aus der Vorliebe für ihr Bargeld übersprangen die deutschen Verbraucher sozusagen eine Generation.

Wie sich ein Jahr später zeigte, hatte dieser zusätzliche An Schub durch die Pandemie die Deutschen jedoch nicht dauerhaft auf die Schnellstraße in Richtung bargeldloser Gesellschaft gebracht. Nur noch 9 Prozentpunkte betrug der größte Rückgang von 2020 auf 2021. Und er betraf quasi als Nachholeffekt eine Ausgabenart, die ein Jahr zuvor einen eher kleinen Sprung gemacht hatte.

Rund 5 Prozentpunkte beträgt nun der größte Unterschied von 2021 auf 2022 – und auch dieses Mal ist ein Rückgang nur bei den Ausgabenarten festzustellen, die ohnehin noch einen vergleichsweise hohen Anteil an Barzahlern aufweisen. Die geringste Quote aus den untersuchten Ausgabenarten hatte seit jeher der wöchentliche Lebensmitteleinkauf gezeigt. Hier gab es 2020 auch den größten Rückgang von fast 60 auf unter 40 Prozent Barzahler. Seitdem verharrt dieser Wert jedoch beständig dort.

Es scheint, als habe die Entwicklung an der Supermarktkasse so etwas wie einen Boden gefunden. Zwei von fünf Deutschen bevorzugen noch immer Scheine und Münzen – das wird sich womöglich erst im Laufe der Zeit herauswachen

Abb. 2 „Wie bezahlen Sie gewöhnlich für Folgendes?“, ausgewählte Ausgabenarten und Zahlungsmethoden

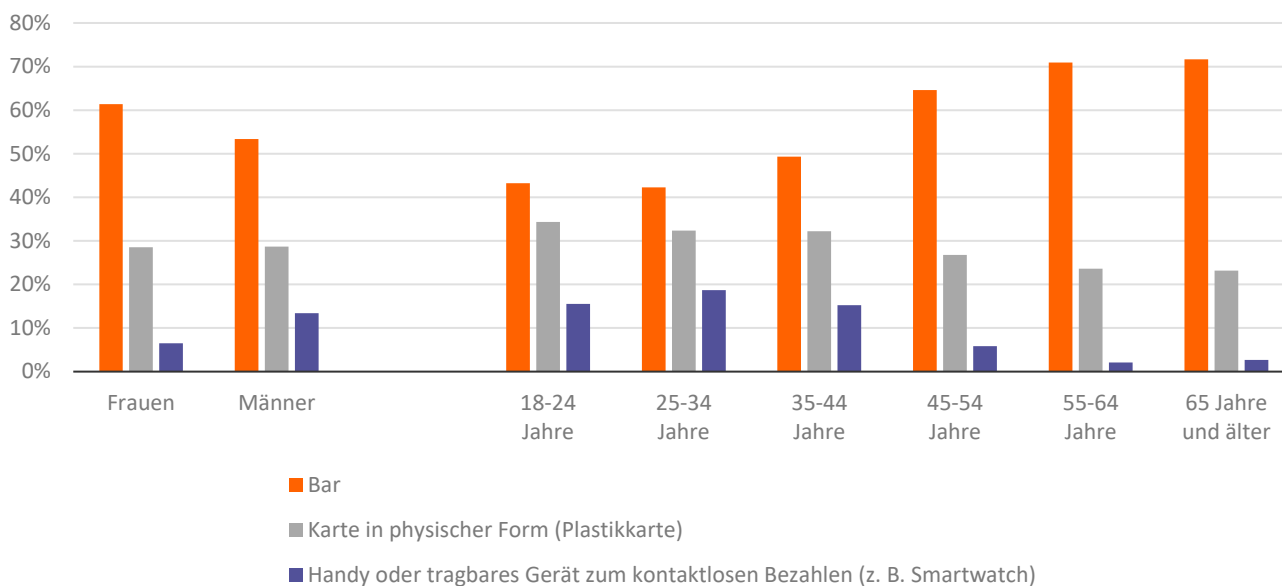


Befragte ohne die jeweilige Ausgabenart herausgerechnet; Quelle: ING Consumer Research

Generationengefälle beim Bargeld und bei Mobile Payments

Aber dass die Vorliebe fürs Bargeld auch auf längere Sicht weiterhin abnehmen wird, das darf als ausgemacht gelten, wie der Blick auf die demografische Verteilung der Ergebnisse zeigt. Denn der Sprung im Jahr 2020 hat die Unterschiede zwischen den Generationen keineswegs eingeebnet. Im einfachen Mittelwert über die betrachteten Ausgabenarten hinweg sind es bei den jüngeren Altersgruppen bis 44 Jahre zwischen 42 und 49 Prozent, die üblicherweise bar bezahlen – in den Altersgruppen ab 45 sind es 65 bis 72 Prozent. Bis 34 Jahre sind die Barzahler bereits in der Minderheit.

Abb. 3 „Wie bezahlen Sie gewöhnlich für Folgendes?“, ausgewählte Zahlungsmethoden, einfacher Durchschnitt über 5 Ausgabenarten



Befragte ohne die jeweilige Ausgabenart herausgerechnet; Quelle: ING Consumer Research

Jüngere Konsumenten wachsen dabei bereits mit bequemen technischen Alternativen nicht nur zum Bargeld, sondern auch zur klassischen Plastikkarte auf. In den jüngeren Altersgruppen sind es jeweils mindestens 15 Prozent, die ihre Kartendaten im Smartphone oder einem anderen mobilen Gerät wie beispielsweise einer Smartwatch hinterlegen und damit bezahlen – bei den älteren Konsumenten sind es maximal 6 Prozent.

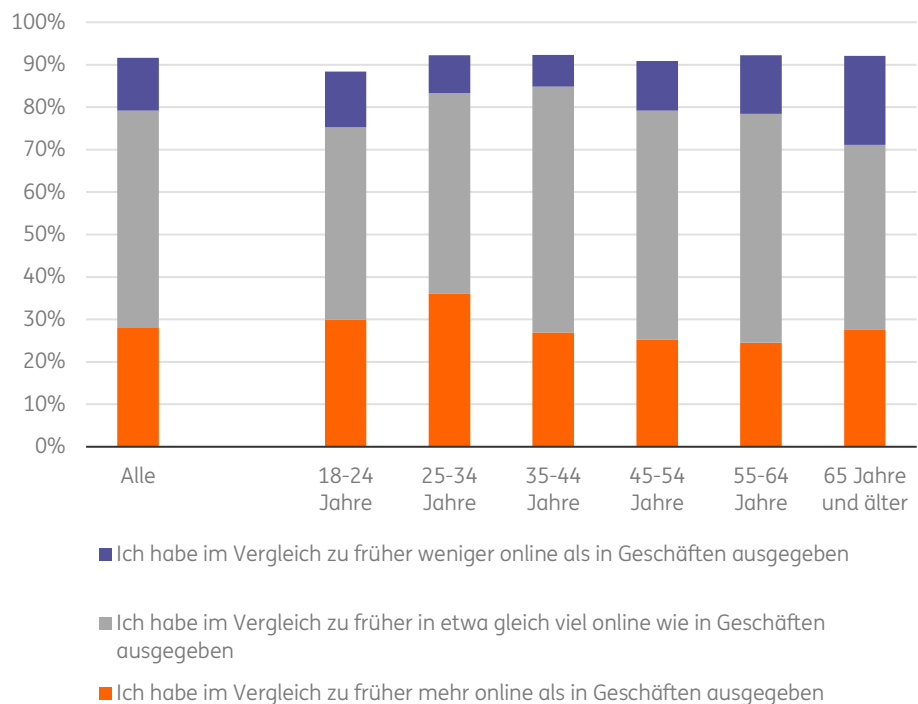
Nicht ganz so groß, aber dennoch auffällig ist der Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Befragten: Durchschnittlich bezahlen mehr als doppelt so viele Männer wie Frauen ihre Ausgaben üblicherweise per Mobile Payment.

Nicht nur weg vom Bargeld – auch weg vom Ladengeschäft

Bei den oben betrachteten Ausgabenarten handelt es sich um solche, die ganz überwiegend vor Ort am sogenannten „Point of Sale“ bezahlt werden – nur in solchen Fällen ist die Frage nach physischen Zahlungsmitteln ja auch sinnvoll. Aber ein weiterer Aspekt des Trends weg vom Bargeld ist die Verlagerung von Umsätzen in einen Bereich, in dem Scheine und Münzen naturgemäß ohnehin keine Rolle spielen: ins Onlineshopping.

Diese Verlagerung hält weiter an und hat auch während des letzten Jahres nach dem weitgehenden Ende pandemiebedingter Einschränkungen im stationären Handel keine Umkehr erfahren. Einige Befragte vor allem älterer Jahrgänge geben zwar an, in den vorangegangenen 12 Monaten Umsätze vom Onlinehandel ins Ladengeschäft verlagert zu haben. Mehr als doppelt so viele sind es aber, bei denen eine Verschiebung in umgekehrter Richtung stattgefunden hat.

Abb. 4 „Wie haben sich Ihre Online-Ausgaben im Vergleich zu Ihren Ausgaben in Ladengeschäften in den letzten 12 Monaten entwickelt?“



Differenz zu 100 Prozent: „Weiß nicht“; Quelle: ING Consumer Research

Und auch hier sind es vor allem die jüngeren Altersgruppen, die diese Entwicklung tragen – die Demografie verheißt offensichtlich nichts Gutes für den stationären Einzelhandel.

Kein Abschied vom Bargeld in Sicht

Die Pandemie hat bargeldlosen Zahlungen am „Point of Sale“ einen Schub gegeben. Für einen Abgesang auf Scheine und Münzen ist es aber zu früh – der Corona-Effekt lässt bereits nach und noch immer greifen sogar an der Supermarktkasse zwei von fünf Deutschen normalerweise zum Bargeld.

Immer wieder werden tatsächliche oder auch nur vermutete Bestrebungen zur Abschaffung des Bargelds diskutiert. Zwischenzeitlich konnte man den Eindruck gewinnen, diese Diskussionen würden sich in absehbarer Zeit von selbst erledigt haben. Danach sieht es aktuell aber eher nicht aus. Scheine und Münzen haben weiterhin ihre Fans; bis sich das auf wirklich breiter Basis ändert, dürften noch einige Jahre ins Land gehen.

Näheres zu unserer Umfrage

Ziel der mehrmals jährlich durchgeführten Umfrage ist es, zu einem besseren Verständnis für die finanzielle Entscheidungsfindung von Konsumenten zu gelangen. Die Umfrage wurde vom Ipsos Meinungsforschungsinstitut in Form einer Onlinebefragung durchgeführt. In Belgien, Deutschland, den Niederlanden, Polen, Rumänien, Spanien und der Türkei wurden je ca. 1.000 Befragungen durchgeführt.

Disclaimer / wichtige rechtliche Hinweise

Diese Veröffentlichung wurde von der volkswirtschaftlichen Abteilung der ING Deutschland („ING“) zu reinen Informationszwecken erstellt, ohne Berücksichtigung von Anlagezielen, finanzieller Situation oder Mitteln einzelner Nutzer/Leser. Die Informationen in dieser Veröffentlichung stellen weder eine Anlageempfehlung noch eine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung oder ein Angebot oder eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstruments dar. Mit angemessener Sorgfalt wurde darauf geachtet, dass die Angaben in dieser Veröffentlichung nicht unzutreffend oder irreführend sind; ING gewährleistet nicht ihre Genauigkeit oder Vollständigkeit. ING haftet nicht für Schäden, die direkt, indirekt oder mittelbar aus der Nutzung dieser Veröffentlichung entstehen. Wenn nicht anders angegeben, sind alle Ansichten, Voraussagen oder Einschätzungen allein die des Autors oder der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung und können sich ohne Ankündigung ändern.

Die Verbreitung dieser Veröffentlichung kann durch Gesetz oder Verordnung in verschiedenen Rechtsordnungen eingeschränkt werden. Wer in den Besitz dieser Veröffentlichung gelangt, sollte sich über derartige Einschränkungen informieren und diese beachten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung und der zugrunde liegende Datenbestand sind urheberrechtlich geschützt. Wiedergabe, Vertrieb oder Veröffentlichung sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der ING gestattet. Alle Rechte sind vorbehalten. Die ING Deutschland wird von der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) beaufsichtigt. Die ING Deutschland hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main unter der Registernummer HRB 7727.