



**Studie: Einkaufswelten 2017**

Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage der deutschen Bevölkerung  
im Alter von 18 bis 79 Jahren

## GRUSSWORT DES VORSTANDS

Erstmals haben wir im Rahmen unserer Studie Einkaufswelten das Verhalten der Verbraucher beim Online-Shopping im Vergleich zum Einkauf im stationären Handel untersucht. Die Befragung sollte erstaunliche Erkenntnisse liefern. Denn im Gegensatz zur landläufigen Meinung, dass der Point of Sale (PoS) ein Auslaufmodell sei und die Zukunft alleinig dem E-Commerce gehöre, zeigt die vorliegende Studie, dass die Deutschen bewusst das Einkaufserlebnis im Laden vor Ort unter den verschiedensten Aspekten einer Online-Bestellung vorziehen.

Aus den Ergebnissen lässt sich sehr gut herauslesen, dass beide Vertriebswege voneinander lernen können, um auch zukünftig erfolgreich nebeneinander und ergänzend im Sinne des Multichannel-Handels bestehen zu können. Gerade beim Bezahlen vertrauen die Verbraucher eher auf den stationären Handel. Die Gründe dafür sehen 84 Prozent der Befragten vor allem in Sicherheitsbedenken. Der persönliche Bezahlvorgang an der Ladenkasse schlägt hier eindeutig die anonyme Eingabe der Kreditkarten- oder Kontonummer im Online-Shop. Zudem fühlt sich jeder Zweite beim Bezahlen von Mensch zu Mensch im Ladengeschäft besser bedient.

Die Fülle von Bezahlmöglichkeiten stellt Verbraucher nicht selten vor eine Herausforderung – ist aber eine wichtige Basis für maßgeschneidertes Einkaufen. Die Kunden suchen nach einfachen,

sicheren und transparenten Bezahlmethoden, denen sie gern ihr Vertrauen schenken. Auf diese Weise profitieren letztlich Käufer und Verkäufer. Gerade bei der Frage nach einem Finanzierungsangebot geben 41 Prozent der Befragten an, leichter in einem Geschäft an Informationen zu kommen. Jeder Neunte hat sich schon einmal darüber geärgert, dass online gar keine Finanzierung möglich war. Hier kann der Online-Handel in Sachen Kundenbindung und Vertrauensbildung noch einiges vom PoS-Geschäft lernen.

Denn die Bereitschaft der Konsumenten, Einkäufe beim Händler direkt in Raten zu zahlen, ist gegenüber 2016 (13 Prozent) auf aktuell 19 Prozent gestiegen. Gute Aussichten also für alle Online-Shops, die sich kundenorientiert aufstellen und potenziellen Käufern passende Finanzierungsangebote unterbreiten.

Sämtliche Ergebnisse der Studie Einkaufswelten sowie zusätzliche Erläuterungen finden Sie in dem vorliegenden Berichtsband.

**Wir wünschen eine anregende Lektüre.**



Alexander Boldyreff Dr. Christiane Decker Christian Polenz

## Inhalt der Studie

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren dar. Im Fokus der Befragung stand das Thema „Einkaufen im Geschäft versus einkaufen im Internet“.

## Stichprobengrößen

1.004 Befragte zwischen 18 und 79 Jahren

## Methode

CATI-Befragung

## Durchführendes Institut

forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

## Gewichtung

Bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter und Geschlecht. Die Ergebnisse wurden auf ganze Zahlen gerundet. Abweichungen in den Endsummen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

## Befragungszeitraum

Juni 2017



---

Management Summary Seite 5

## **Ergebnisse der Studie „Einkaufswelten 2017“**

---

Kapitel 1: Ärgernisse beim Einkaufen im Laden und im Online-Shop Seite 8

---

Kapitel 2: Welche Einkaufsart besser abschneidet Seite 16

---

Kapitel 3: Wo welche Produkte bevorzugt gekauft werden Seite 26

---

Kapitel 4: Wo es einfacher ist, einen Ratenkauf abzuschließen Seite 30

---

Kapitel 5: Bereitschaft zum Ratenkauf Seite 37

---

Kapitel 6: Statistik Seite 48

---

Für rund zwei Drittel der Deutschen (S. 12), die auch im Internet einkaufen, stellt sich die Frage: Einkaufsbummel durch die Läden oder doch lieber im Online-Shop einkaufen? Die Studie „Einkaufswelten 2017“ zeigt auf, zu welchen Ärgernissen es beim Einkaufen im Laden oder beim Online-Shopping kommt und welche Einkaufsart besser abschneidet, auch im Hinblick auf einen möglichen Ratenkauf.

Neun von zehn Deutschen haben sich schon einmal beim Einkaufen im Laden geärgert (S. 9). Bundesbürger, die nicht im Internet einkaufen, ärgern sich etwas seltener über Einkäufe in Ladengeschäften (83%) als Online-Shopper (93%). **Mehr als jeder zweite Online-Shopper stört sich beim stationären Einkauf an langen Wartezeiten an der Kasse, nicht verfügbarer Ware und unfreundlichen Verkäufern** (S. 10). Allerdings gibt es auch beim Internet-Einkauf Aspekte, mit denen Online-Shopper nicht zufrieden sind. Das sind vor allem zu hohe Versandkosten (57%), nicht verfügbare Ware (47%) und nicht angebotene bevorzugte Zahlungsarten (41%). **Jeder Neunte hat sich schon einmal darüber geärgert, dass**

**im Online-Shop kein Ratenkauf möglich war** (S. 14). Bei den unter 30-Jährigen war der Online-Einkauf sogar für knapp ein Fünftel kompliziert, weil kein Ratenkauf angeboten wurde (S. 15).

Welche Einkaufsart – im Laden oder im Online-Shop – grundsätzlich besser abschneidet, lässt sich nicht eindeutig beantworten. **Bei der „Warenauswahl“ überzeugt der Einkauf im Internet bei einigen Aspekten.** Dazu gehören die Auswahl (74%), die Verfügbarkeit der Waren (57%), die Darstellung der Produktinformation (56%) sowie die Erreichbarkeit (56%). Ladengeschäfte punkten hingegen vor allem bei der Beratung (88%) und der Warenpräsentation (71%, S. 17).

**Beim Thema „Bezahlen“ sehen Online-Shopper eher Ladengeschäfte vorn:** Wenn es um die Sicherheit persönlicher Daten geht, dann vertrauen 84 Prozent der Befragten eher Läden als Online-Shops. Auch beim Bezahlvorgang (49%) und bei der Bereitstellung von Informationen zum Ratenkauf (41%) punktet der Einkauf im Laden. Online-Shops überzeugen dagegen bei der Auswahl von verschiedenen Bezahlmöglichkeiten (60%, S. 20).

**Auch bei Aspekten „nach dem Kauf“ schneidet der Einkauf in Ladengeschäften besser ab:** Kundenservice (75%), Terminvereinbarungen, z. B. für die Anlieferung von Möbeln (53%) und Rückgabe bzw. Retouren (52%) sind aus Sicht der Befragten in Ladengeschäften einfacher als in Online-Shops (S. 23).

So wundert es auch nicht, wenn die Mehrheit der Online-Shopper Lebensmittel (99%), Möbel (86%), Haushalts- und Elektrogeräte (68%/ 53%) sowie Kleidung und Schuhe (66%) bevorzugt in Ladengeschäften kauft. Nur bei Büchern, CDs und DVDs schlagen die Online-Shopper eher im Internet zu (64%, S. 27).

**Knapp drei Viertel der Online-Shopper finden es zudem alles in allem unkomplizierter, einen Ratenkauf im Laden abzuschließen (S. 35).** Vor allem erwarten sie eine kompetente Beratung (79%) und Informationen über den Ratenkauf (59%) eher im Laden als im Online-Shop (S. 31). Darüber hinaus ist beim Ratenkauf-Abschluss im Laden das Vertrauen in die Sicherheit der persönlichen Daten (80%) deutlich stärker. Auch Aspekte, wie das korrekte Ausfüllen der Antragsformulare, die Durchführung der Legitimation oder die Vereinbarung flexibler Laufzeiten, findet deutlich mehr als die Hälfte im Laden einfacher (je 62%, S. 32).

Nur beim Erhalt des bestmöglichen Angebotes sind die Online-Shopper unterschiedlicher Meinung: **42 Prozent sind der Ansicht, dass sie das beste Finanzierungsangebot eher im Laden erhalten, 34 Prozent vermuten dies eher im Online-Shop** (S. 31). Jüngere unter 30 Jahren finden zwar, dass nahezu alle Aspekte eines Ratenkaufs deutlich unkomplizierter im Laden durchgeführt werden können (S. 33). Jeder Zweite ist aber dennoch der Meinung, dass er in Online-Shops die besten Finanzierungsangebote erhält (S. 34).

Mehr als ein Drittel der Deutschen hat schon einmal etwas per Ratenzahlung oder Finanzierung gekauft (S. 38). Vor allem Online-Shopper (42%), Berufstätige (43%) und Bundesbürger mit Kindern unter 18 Jahren (42%) haben schon einmal eine Ratenzahlung vereinbart (S. 39). **Sieben Prozent der Bundesbürger planen konkret, in den nächsten 12 Monaten Produkte zu kaufen, die sie per Ratenkauf abzahlen möchten** (S. 38). Jüngere unter 30 Jahren (14%) und Befragte, die schon einmal einen Ratenkauf genutzt haben (15%), planen dies tendenziell häufiger (S. 40).

Grundsätzlich kommt sogar für knapp 60 Prozent der Deutschen ein Ratenkauf in Frage (S. 41). Das Angebot einer 0%-Finanzierung ist dabei der größte Treiber, vor allem für Personen, die schon Erfahrung mit Ratenkauf haben (72%), für Deutsche zwischen 30 und 49 Jahren (60%) und für Online-Shopper (59%, S. 42). **Für ein Fünftel der Deutschen ist es darüber hinaus wichtig, dass das Angebot von einer namenhaften Bank kommt** (S. 41). Einen Sofort-Ratenkredit direkt beim Kauf eines Produkts abzuschließen, kann sich knapp ein Fünftel der Deutschen vorstellen (S. 43). Dafür interessieren sich besonders die Personen, die schon Erfahrung mit Ratenzahlung haben (S. 46).



**KAPITEL 1:**  
**Ärgernisse beim Einkaufen im  
Laden und im Online-Shop**

## Ärgernisse beim Einkaufen im Laden



**90%**  
der Deutschen haben  
sich schon einmal  
beim Einkauf im  
Laden geärgert.

## Ärgernisse beim Einkaufen im Laden:

Lange Wartezeiten an der Kasse und fehlende Ware ärgern jeden zweiten Bundesbürger beim Einkauf im Laden.

Sieben Prozent der Deutschen haben sich schon einmal darüber geärgert, dass kein Ratenkauf möglich war.

\* für die Anlieferung von z. B. großen Elektrogeräten o. Möbeln

\*\* z. B. beim Kauf von großen Elektrogeräten o. Möbeln

Frage 1: Bitte denken Sie nun einmal an Ihre Einkäufe in Ladengeschäften zurück. Welche der folgenden Aspekte machen Ihre Einkäufe manchmal kompliziert bzw. worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

## Ärgernisse beim Einkaufen im Laden

	Gesamt	Online-Shopper		Ratenkäufer*	
		Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>654</b>	<b>350</b>	<b>373</b>	<b>629</b>
Lange Wartezeiten an der Kasse bzw. an der Warenausgabe	53%	59%	41%	60%	48%
Ware war nicht verfügbar	49%	56%	37%	55%	46%
Unfreundliche Verkäufer	46%	53%	32%	48%	44%
Kein Preis an der Ware	43%	46%	37%	43%	43%
Laden war unübersichtlich	39%	47%	22%	41%	37%
Zu wenig Produktinformation	35%	38%	29%	39%	33%
Zu wenig Auswahl	28%	32%	22%	31%	27%
Unflexible Terminvereinbarung für die Anlieferung	25%	26%	24%	26%	24%
Hohe Liefergebühren	24%	29%	17%	31%	21%
Lange Wartezeiten vor der Umkleidekabine	21%	27%	10%	25%	19%
Laden war schlecht erreichbar	21%	23%	16%	21%	21%
Bevorzugte Zahlungsart nicht möglich	17%	21%	10%	21%	15%
Keine Ratenzahlung bzw. Finanzierung möglich	7%	6%	9%	10%	5%
Ich habe mich über nichts geärgert.	9%	6%	16%	5%	12%
Weiß nicht/ keine Angabe	1%	1%	1%	1%	1%

Frage 1: Bitte denken Sie nun einmal an Ihre Einkäufe in Ladengeschäften zurück. Welche der folgenden Aspekte machen Ihre Einkäufe manchmal kompliziert bzw. worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

### Ärgernisse beim Einkaufen im Laden:

Online-Shopper ärgern sich tendenziell mehr beim Einkaufen in Läden als Deutsche, die nicht im Internet kaufen.

Die Hauptärgernisse sind für Online-Shopper vor allem lange Wartezeiten an der Kasse, nicht verfügbare Ware, unfreundliche Verkäufer und unübersichtliche Läden.

\* Ohne „Keine Angabe“

- Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
- Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

## Ärgernisse beim Einkaufen im Laden

	Gesamt	Alter		
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>183</b>	<b>339</b>	<b>482</b>
Lange Wartezeiten an der Kasse bzw. an der Warenausgabe	53%	64%	59%	44%
Ware war nicht verfügbar	49%	71%	47%	43%
Unfreundliche Verkäufer	46%	61%	49%	37%
Kein Preis an der Ware	43%	52%	42%	40%
Laden war unübersichtlich	39%	47%	46%	30%
Zu wenig Produktinformation	35%	50%	36%	29%
Zu wenig Auswahl	28%	50%	31%	18%
Unflexible Terminvereinbarung für die Anlieferung	25%	38%	23%	22%
Hohe Liefergebühren	24%	22%	31%	21%
Lange Wartezeiten vor der Umkleidekabine	21%	28%	25%	16%
Laden war schlecht erreichbar	21%	32%	23%	15%
Bevorzugte Zahlungsart nicht möglich	17%	13%	21%	16%
Keine Ratenzahlung bzw. Finanzierung möglich	7%	14%	7%	4%
Ich habe mich über nichts geärgert.	9%	2%	7%	14%
Weiß nicht/ keine Angabe	1%	2%	1%	0%

### Ärgernisse beim Einkaufen im Laden:

Jüngere Deutsche unter 30 Jahren finden das Einkaufen in Ladengeschäften in vielen Aspekten deutlich komplizierter.

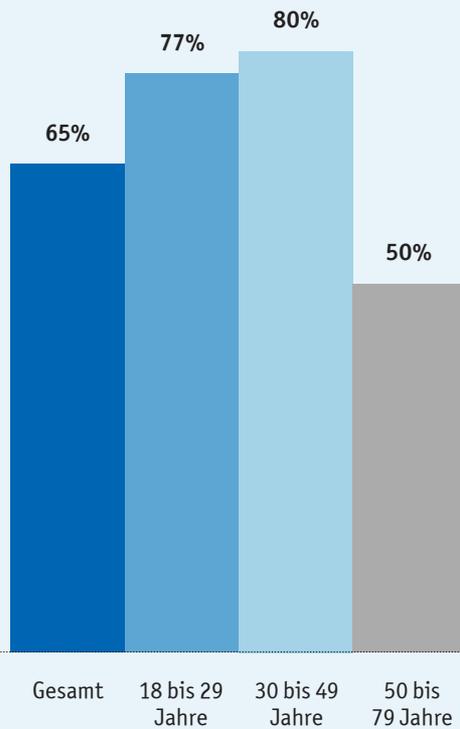
Sie ärgern sich in erster Linie über nicht verfügbare Ware.

- Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
- Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

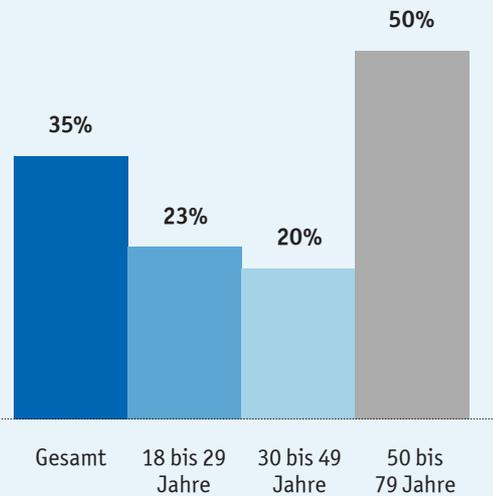
Frage 1: Bitte denken Sie nun einmal an Ihre Einkäufe in Ladengeschäften zurück. Welche der folgenden Aspekte machen Ihre Einkäufe manchmal kompliziert bzw. worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

## Einkaufen im Internet

### Kaufen im Internet ein



### Kaufen nicht im Internet ein



### Einkaufen im Internet:

Zwei Drittel der Deutschen kaufen im Internet ein.

Bei den unter 50-Jährigen nutzen rund 80 Prozent das Internet um einzukaufen.

Frage 2: Und nutzen Sie zumindest gelegentlich für Produkte oder Dienstleistungen den Kauf über das Internet?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Einkaufen im Internet

	Gesamt	Berufstätigkeit*		Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*		Ratenkäufer*	
		Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>586</b>	<b>304</b>	<b>259</b>	<b>740</b>	<b>373</b>	<b>629</b>
Ja	65%	75%	38%	76%	62%	73%	60%
Nein	35%	25%	62%	24%	38%	27%	40%

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen*				
		Bis unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 bis unter 3.000 Euro	3.000 bis unter 4.000 Euro	4.000 Euro und mehr
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>82</b>	<b>215</b>	<b>236</b>	<b>149</b>	<b>174</b>
Ja	65%	63%	48%	66%	79%	81%
Nein	35%	37%	52%	34%	21%	19%

\* Ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 2: Und nutzen Sie zumindest gelegentlich für Produkte oder Dienstleistungen den Kauf über das Internet?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

### Einkaufen im Internet:

Mindestens drei Viertel der Berufstätigen, Personen mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt sowie Bundesbürger mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro kaufen im Internet ein.

Knapp drei Viertel der Ratenkäufer shoppen im Internet.

## Ärgernisse beim Einkaufen im Internet



**90%**  
der Online-Shopper  
haben sich schon  
einmal beim  
Einkaufen im Internet  
geärgert.

### Ärgernisse beim Einkaufen im Internet:

Über zu hohe Versandkosten ärgern sich sechs von zehn Online-Shopper.

Jeder Neunte hat sich schon einmal darüber geärgert, dass im Online-Shop kein Ratenkauf möglich war.

Frage 3: Bitte denken Sie nun einmal an Ihre Einkäufe über das Internet bzw. Ihre Online-Einkäufe. Welche der folgenden Aspekte haben Ihren Online-Einkauf manchmal kompliziert gemacht bzw. worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?  
Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich im Internet einkaufen, N = 654 (Mehrfachnennung)

## Ärgernisse beim Einkaufen im Internet

	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Zu hohe Versandkosten	57%	64%	62%	47%	61%	55%
Ware war nicht verfügbar	47%	54%	48%	43%	49%	46%
Bevorzugte Zahlungsart nicht möglich	41%	47%	44%	34%	42%	40%
Online-Shop war unübersichtlich	38%	41%	37%	37%	40%	37%
Widerrufsmöglichkeit und Garantie undurchsichtig	38%	36%	39%	38%	35%	40%
Keine kostenlosen Retouren	37%	45%	44%	25%	37%	37%
Komplizierter Kaufabschluss	35%	31%	38%	33%	37%	33%
Zu wenig Produktinformation	33%	33%	34%	33%	34%	33%
Unflexible Terminvereinbarung für die Anlieferung	29%	34%	28%	28%	35%	25%
Preise waren nicht transparent	25%	26%	26%	24%	26%	25%
Zu wenig Auswahl	13%	24%	11%	8%	15%	11%
Keine Ratenzahlung bzw. Finanzierung möglich	11%	18%	10%	7%	17%	6%
Ich habe mich über nichts geärgert.	10%	4%	11%	12%	9%	11%

### Ärgernisse beim Einkaufen im Internet:

Über zu hohe Versandkosten ärgern sich vor allem Online-Shopper unter 50 Jahren.

Knapp jede fünfte Online-Shopper unter 30 Jahren hat sich beim Online-Einkauf schon einmal geärgert, weil kein Ratenkauf angeboten wurde.

- Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
- Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

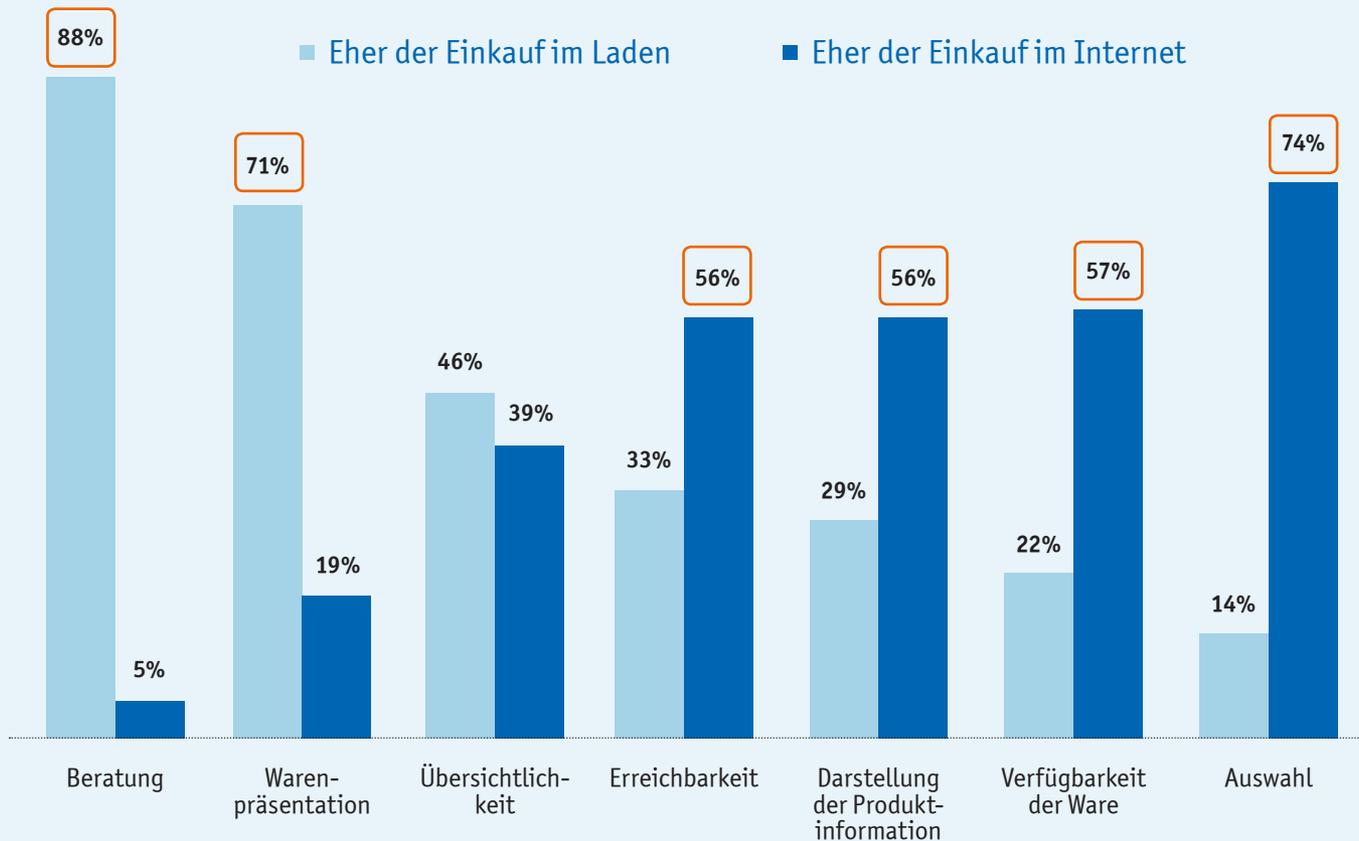
Frage 3: Bitte denken Sie nun einmal an Ihre Einkäufe über das Internet bzw. Ihre Online-Einkäufe. Welche der folgenden Aspekte haben Ihren Online-Einkauf manchmal kompliziert gemacht bzw. worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?  
Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich im Internet einkaufen, N = 654 (Mehrfachnennung)



## KAPITEL 2:

# Welche Einkaufsart besser abschneidet

## Waren auswählen



### Waren auswählen:

Ladengeschäfte punkten bei den Befragten vor allem bei Beratung und Warenpräsentation.

Bei der Auswahl, der Verfügbarkeit der Ware, Darstellung der Produktinformation und Erreichbarkeit schneiden Online-Shops besser ab.

zu 100 fehlende Prozent:  
„Kein Unterschied“ und  
„Weiß nicht / keine Angabe“

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit..., Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654 (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Waren auswählen

Eher der Einkauf im Laden: Waren auswählen	Gesamt	Alter		
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>
Beratung	88%	96%	88%	83%
Warenpräsentation	71%	73%	70%	71%
Übersichtlichkeit	46%	44%	46%	47%
Erreichbarkeit	33%	35%	30%	35%
Darstellung der Produktinformation	29%	34%	26%	30%
Verfügbarkeit der Ware	22%	24%	18%	25%
Auswahl	14%	9%	16%	15%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

## Waren auswählen:

Nahezu alle unter 30-Jährigen finden die Beratung in Ladengeschäften besser als in Online-Shops.

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654  
(Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Waren auswählen

Eher der Einkauf im Internet: Waren auswählen	Gesamt	Alter		
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>
Auswahl	74%	85%	75%	66%
Verfügbarkeit der Ware	57%	57%	66%	47%
Erreichbarkeit	56%	58%	58%	52%
Darstellung der Produktinformation	56%	58%	60%	49%
Übersichtlichkeit	39%	38%	41%	36%
Warenpräsentation	19%	20%	19%	17%
Beratung	5%	3%	5%	6%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

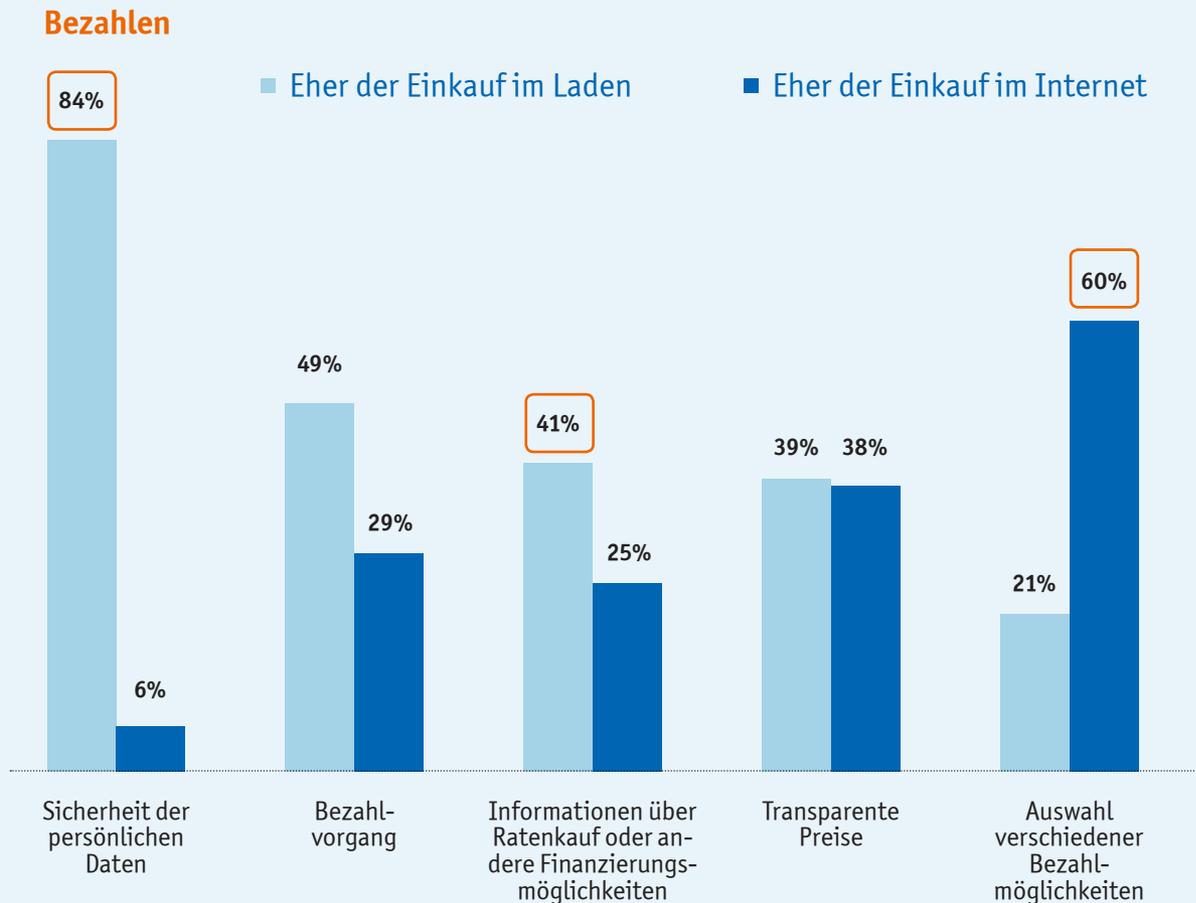
■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

## Waren auswählen:

Die Mehrheit der unter 30-jährigen Online-Shopper findet die Auswahl im Internet besser als in Ladengeschäften.

Bei den Älteren ab 50 Jahren sind nur knapp zwei Drittel dieser Meinung.

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654  
(Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Internet)



## Bezahlen:

Wenn es um die Sicherheit persönlicher Daten geht, dann vertrauen 84 Prozent der Befragten eher Läden als Online-Shops.

Online-Shops schneiden bei der Auswahl von verschiedenen Bezahlmöglichkeiten besser ab.

Vier von zehn Befragten finden Informationen zum Ratenkauf in Läden besser als in Online-Shops.

zu 100 fehlende Prozent:  
„Kein Unterschied“ und  
„Weiß nicht / keine Angabe“

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit..., Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Bezahlen

Eher der Einkauf im Laden: Bezahlen	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Sicherheit der persönlichen Daten	84%	89%	86%	78%	83%	84%
Bezahlvorgang	49%	49%	48%	49%	44%	52%
Informationen über Ratenkauf oder andere Finanzierungsmöglichkeiten	41%	50%	39%	38%	42%	40%
Transparente Preise	39%	31%	42%	40%	37%	40%
Auswahl verschiedener Bezahlmöglichkeiten	21%	21%	17%	25%	16%	24%

### Bezahlen:

Vor allem Jüngere unter 30 Jahren vertrauen bei der Sicherheit ihrer persönlichen Daten eher Ladengeschäften.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Bezahlen

Eher der Einkauf im Internet: Bezahlen	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Auswahl verschiedener Bezahlmöglichkeiten	60%	68%	65%	49%	68%	54%
Transparente Preise	38%	51%	39%	29%	40%	37%
Bezahlvorgang	29%	37%	30%	24%	34%	26%
Informationen über Ratenkauf oder andere Finanzierungsmöglichkeiten	25%	30%	25%	22%	33%	19%
Sicherheit der persönlichen Daten	6%	7%	5%	6%	8%	4%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

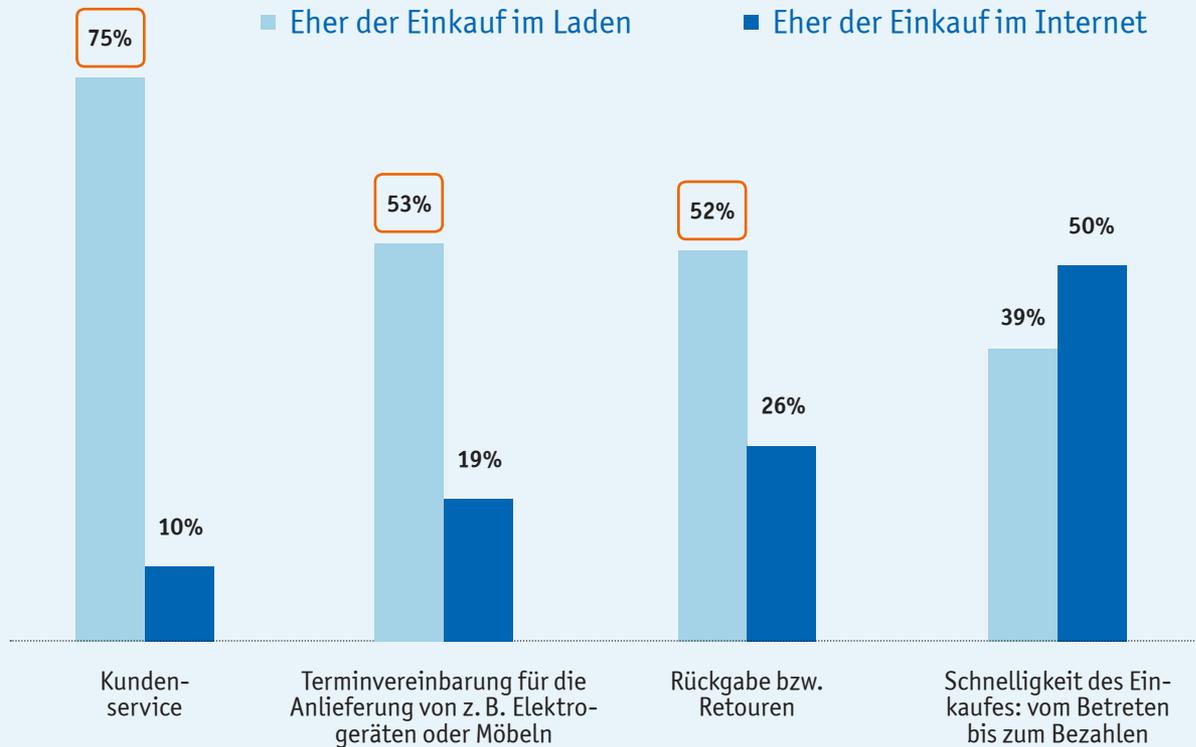
■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

## Bezahlen:

Rund zwei Drittel der unter 50-Jährigen sehen Online-Shops bei der Auswahl verschiedener Bezahlmöglichkeiten im Vorteil.

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Internet)

## Nach dem Kauf



### Nach dem Kauf:

Kundenservice, Terminvereinbarungen für Anlieferungen und die Rückgabe von Waren schneiden in Ladengeschäften deutlich besser ab als im Online-Shop.

zu 100 fehlende Prozent:  
„Kein Unterschied“ und  
„Weiß nicht / keine Angabe“

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Nach dem Kauf

Eher der Einkauf im Laden: Nach dem Kauf	Gesamt	Alter		
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>
Kundenservice	75%	77%	75%	73%
Terminvereinbarung für die Anlieferung von z. B. Elektrogeräten oder Möbeln	53%	50%	58%	48%
Rückgabe bzw. Retouren	52%	66%	52%	43%
Schnelligkeit des Einkaufes: vom Betreten bis zum Bezahlen	39%	42%	38%	38%

## Nach dem Kauf:

Vor allem die unter 30-Jährigen finden Rückgaben in Ladengeschäften einfacher als in Online-Shops.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)

## Laden versus Online-Shop

Waren auswählen	Eher im Laden	Eher im Online-Shop
Beratung	88%	5%
Warenpräsentation	71%	19%
Übersichtlichkeit	46%	39%
Erreichbarkeit	33%	56%
Darstellung der Produktinformation	29%	56%
Verfügbarkeit der Ware	22%	57%
Auswahl	14%	74%
Bezahlen	Eher im Laden	Eher im Online-Shop
Sicherheit der persönlichen Daten	84%	6%
Bezahlvorgang	49%	29%
Informationen über Ratenkauf oder andere Finanzierungsmöglichkeiten	41%	25%
Transparente Preise	39%	38%
Auswahl verschiedener Bezahlmöglichkeiten	21%	60%
Nach dem Kauf	Eher im Laden	Eher im Online-Shop
Kundenservice	75%	10%
Terminvereinbarung für die Anlieferung	53%	19%
Rückgabe bzw. Retouren	52%	26%
Schnelligkeit des Einkaufes: vom Betreten bis zum Bezahlen	39%	50%

## Laden versus Online-Shop:

Aus Sicht der Online-Shopper schneidet der Einkauf im Laden in neun von 16 Kategorien besser ab.

Frage 4: Ich lese Ihnen jetzt einige Aspekte vor zum Thema „Einkaufen“ vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche Einkaufsart dazu aus Ihrer Sicht besser abschneidet: eher der Einkauf im Laden oder der Einkauf im Internet? Wie ist es mit...

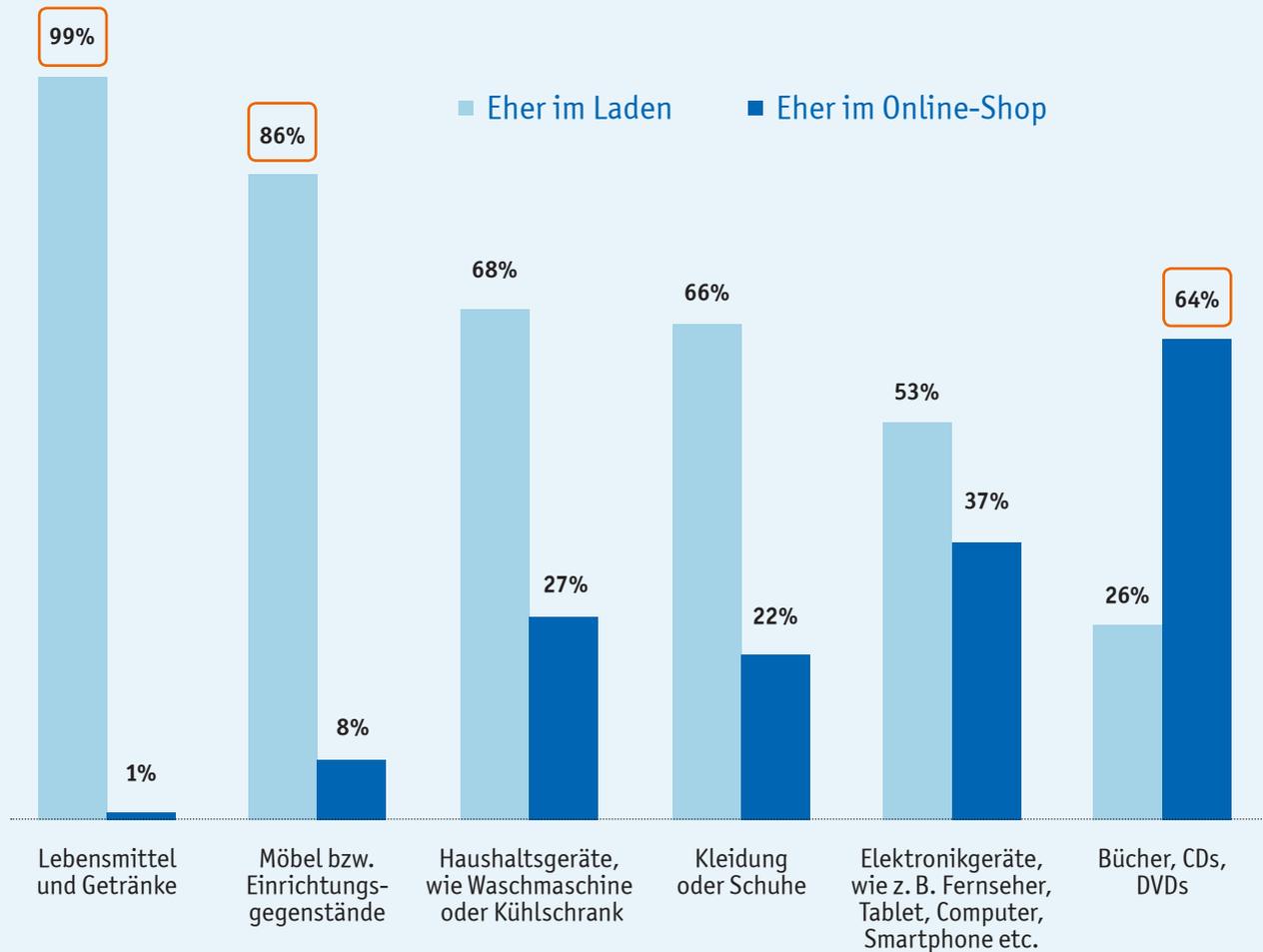
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher der Einkauf im Laden / Eher der Einkauf im Internet / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher der Einkauf im Laden)



## KAPITEL 3:

# Wo welche Produkte bevorzugt gekauft werden

## Bevorzugter Einkauf



### Bevorzugter Einkauf:

Insbesondere Lebensmittel und Getränke sowie Möbel werden bevorzugt im Laden gekauft.

Bücher, CDs und DVDs kaufen rund zwei Drittel eher im Online-Shop.

Frage 5: Jetzt einmal zu einzelnen Produkten: Wo ist das Einkaufen folgender Produkte alles in allem Ihrer Ansicht nach für Sie persönlich einfacher: Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Laden)

## Bevorzugter Einkauf

Eher im Laden	Gesamt	Geschlecht		Alter			Ratenkäufer	
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>336</b>	<b>318</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Lebensmittel und Getränke	99%	98%	99%	98%	99%	99%	98%	99%
Möbel bzw. Einrichtungsgegenstände	86%	88%	85%	86%	87%	85%	86%	86%
Haushaltsgeräte, wie Waschmaschine oder Kühlschrank	68%	66%	69%	75%	68%	63%	65%	69%
Kleidung oder Schuhe	66%	75%	56%	66%	62%	70%	60%	70%
Elektronikgeräte, wie z. B. Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone etc.	53%	45%	62%	48%	54%	57%	54%	53%
Bücher, CDs, DVDs	26%	21%	31%	33%	22%	26%	22%	29%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 5: Jetzt einmal zu einzelnen Produkten: Wo ist das Einkaufen folgender Produkte alles in allem Ihrer Ansicht nach für Sie persönlich einfacher: Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654

(Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Laden)

### Bevorzugter Einkauf:

Drei Viertel der Männer kaufen Kleidung und Schuhe bevorzugt in Ladengeschäften.

Bei den Frauen ist es rund die Hälfte.

## Bevorzugter Einkauf

Eher im Online-Shop	Gesamt	Geschlecht		Alter			Ratenkäufer	
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>336</b>	<b>318</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Bücher, CDs, DVDs	64%	71%	56%	64%	65%	63%	69%	60%
Elektronikgeräte, wie z. B. Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone etc.	37%	45%	28%	42%	37%	34%	39%	36%
Haushaltsgeräte, wie Waschmaschine oder Kühlschrank	27%	29%	24%	25%	26%	28%	28%	25%
Kleidung oder Schuhe	22%	16%	28%	20%	25%	19%	27%	18%
Möbel bzw. Einrichtungsgegenstände	8%	6%	10%	7%	9%	8%	9%	8%
Lebensmittel und Getränke	1%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	1%

### Bevorzugter Einkauf:

Männer kaufen deutlich häufiger als Frauen Bücher, CDs, DVDs und Elektronikgeräte im Internet.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 5: Jetzt einmal zu einzelnen Produkten: Wo ist das Einkaufen folgender Produkte alles in allem Ihrer Ansicht nach für Sie persönlich einfacher: Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654

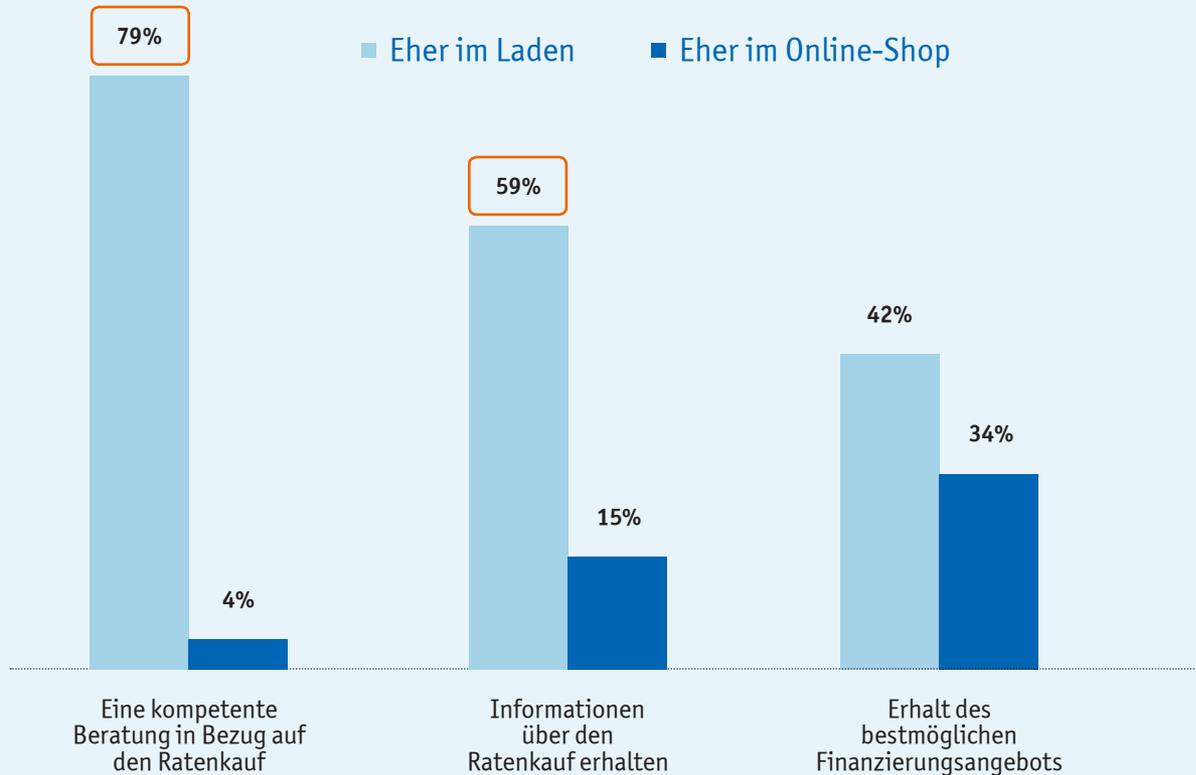
(Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Online-Shop)



## KAPITEL 4:

# Wo es einfacher ist, einen Ratenkauf abzuschließen

## Vor dem Ratenkauf



### Vor dem Ratenkauf:

Acht von zehn Online-Shoppern erwarten eine kompetente Beratung in Bezug auf einen Ratenkauf eher im Laden als im Internet.

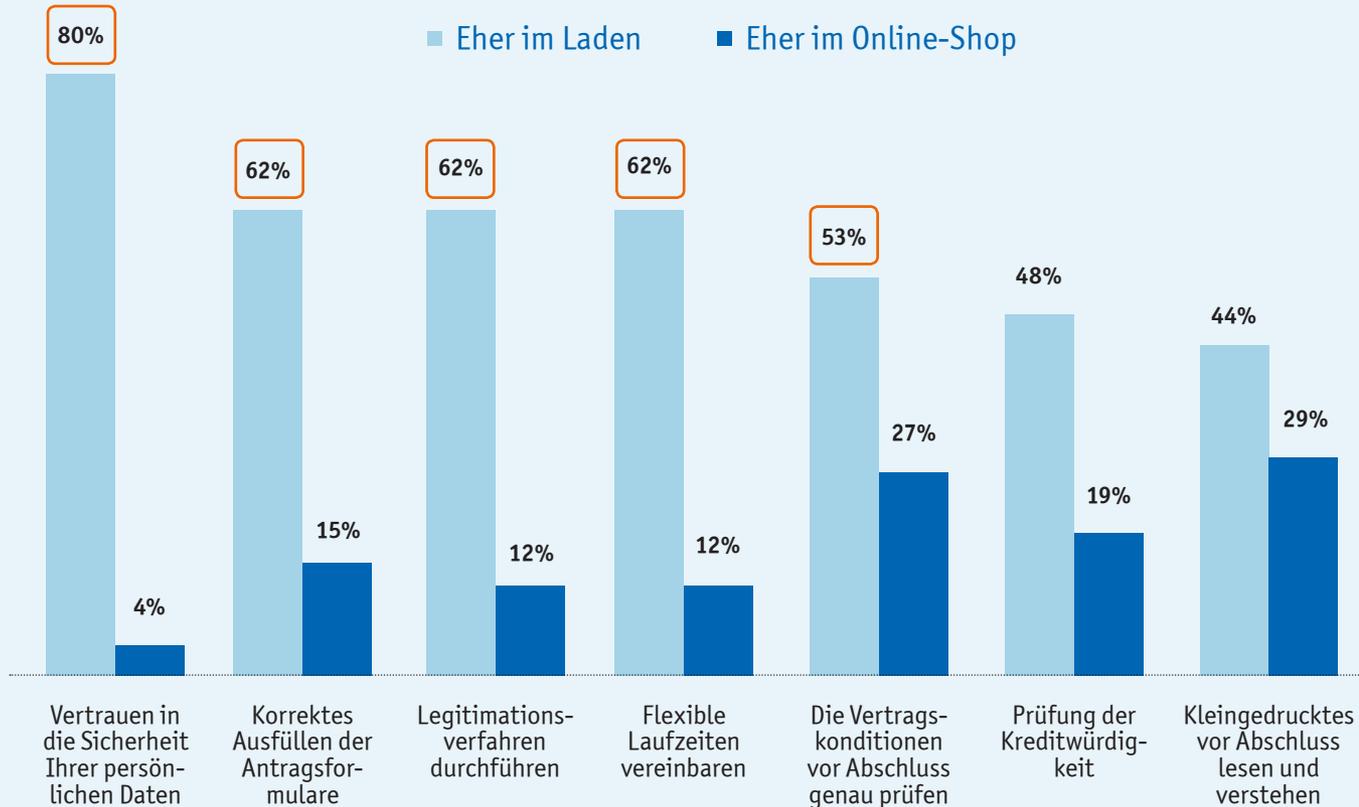
Die Mehrheit ist der Meinung, dass es in Ladengeschäften einfacher ist als im Online-Shop, Informationen über einen Ratenkauf zu erhalten.

zu 100 fehlende Prozent:  
„Kein Unterschied“ und  
„Weiß nicht / keine Angabe“

Frage 6: Einmal angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung, z. B. einen neuen Kleiderschrank und Sie möchten diese Anschaffung z. B. über einen Ratenkauf finanzieren. Wo sind die folgenden Aspekte Ihrer Ansicht nach einfacher, wenn es um den Abschluss eines Ratenkaufs geht? Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Laden)

## Abschluss Ratenkauf



### Abschluss Ratenkauf:

Das Vertrauen in die Sicherheit persönlicher Daten ist deutlich stärker beim Abschluss von Ratenkäufen in Ladengeschäften.

Bei nahezu allen Aspekten sind die Online-Shopper der Ansicht, dass der Abschluss eines Ratenkaufs in Ladengeschäften unkomplizierter ist.

zu 100 fehlende Prozent: „Kein Unterschied“ und „Weiß nicht / keine Angabe“

Frage 6: Einmal angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung, z. B. einen neuen Kleiderschrank und Sie möchten diese Anschaffung z. B. über einen Ratenkauf finanzieren.

Wo sind die folgenden Aspekte Ihrer Ansicht nach einfacher, wenn es um den Abschluss eines Ratenkaufs geht? Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Laden)

## Vor dem Abschluss / Abschluss Ratenkauf

Eher im Laden	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	654	141	272	241	274	380

Vor dem Ratenkauf						
Eine kompetente Beratung in Bezug auf den Ratenkauf	79%	96%	76%	74%	86%	75%
Informationen über den Ratenkauf erhalten	59%	74%	58%	53%	63%	57%
Erhalt des bestmöglichen Finanzierungsangebots	42%	44%	41%	42%	44%	41%

Abschluss Ratenkauf						
Vertrauen in die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten	80%	94%	77%	74%	80%	79%
Korrektes Ausfüllen der Antragsformulare	62%	78%	59%	56%	66%	59%
Legitimationsverfahren durchführen	62%	76%	57%	60%	71%	56%
Flexible Laufzeiten vereinbaren	62%	81%	60%	55%	64%	62%
Die Vertragskonditionen vor Abschluss genau prüfen	53%	59%	54%	50%	57%	51%
Prüfung der Kreditwürdigkeit	48%	60%	45%	43%	51%	45%
Kleingedrucktes vor Abschluss lesen und verstehen	44%	56%	37%	44%	45%	43%

## Vor dem Abschluss / Abschluss Ratenkauf:

Jüngere unter 30 Jahren finden, dass nahezu alle Aspekte eines Ratenkaufs deutlich unkomplizierter im Laden durchgeführt werden können.

- Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
- Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 6: Einmal angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung, z. B. einen neuen Kleiderschrank und Sie möchten diese Anschaffung z. B. über einen Ratenkauf finanzieren. Wo sind die folgenden Aspekte Ihrer Ansicht nach einfacher, wenn es um den Abschluss eines Ratenkaufs geht? Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Laden)

## Vor dem Abschluss / Abschluss Ratenkauf

Eher im Online-Shop	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	654	141	272	241	274	380

Vor dem Ratenkauf						
Erhalt des bestmöglichen Finanzierungsangebots	34%	52%	32%	27%	40%	30%
Informationen über den Ratenkauf erhalten	15%	18%	16%	12%	17%	13%
Eine kompetente Beratung in Bezug auf den Ratenkauf	4%	3%	5%	4%	4%	4%

Abschluss Ratenkauf						
Kleingedrucktes vor Abschluss lesen und verstehen	29%	29%	32%	27%	30%	29%
Die Vertragskonditionen vor Abschluss genau prüfen	27%	35%	26%	23%	26%	27%
Prüfung der Kreditwürdigkeit	19%	25%	21%	14%	20%	18%
Korrektes Ausfüllen der Antragsformulare	15%	14%	15%	16%	16%	15%
Flexible Laufzeiten vereinbaren	12%	13%	13%	10%	14%	10%
Legitimationsverfahren durchführen	12%	9%	13%	12%	11%	13%
Vertrauen in die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten	4%	1%	5%	5%	5%	4%

## Vor dem Abschluss / Abschluss Ratenkauf:

Unter 30-Jährige und Ratenkäufer sind häufiger der Meinung, dass sie in Online-Shops die bestmöglichen Finanzierungsangebote erhalten.

- Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
- Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 6: Einmal angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung, z. B. einen neuen Kleiderschrank und Sie möchten diese Anschaffung z. B. über einen Ratenkauf finanzieren. Wo sind die folgenden Aspekte Ihrer Ansicht nach einfacher, wenn es um den Abschluss eines Ratenkaufs geht? Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654, (Skalierte Abfrage: Eher im Laden / Eher im Online-Shop / Kein Unterschied / Weiß nicht. Sortiert nach: Eher im Online-Shop)

## Ratenkauf unkomplizierter abschließen



### Ratenkauf unkomplizierter abschließen:

Aus Sicht von etwa zwei Dritteln der Online-Shopper ist es alles in allem einfacher, einen Ratenkauf in einem Laden abzuschließen.

Frage 7: Einmal alles in allem gesehen: Wo ist es aus Ihrer Sicht einfacher für Kunden, einen Ratenkauf abzuschließen?

Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?

Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654 (Einfachnennung)

## Ratenkauf unkomplizierter abschließen

	Gesamt	Alter			Ratenkäufer	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>654</b>	<b>141</b>	<b>272</b>	<b>241</b>	<b>274</b>	<b>380</b>
Im Laden	64%	75%	62%	59%	63%	64%
Im Online-Shop	21%	18%	22%	23%	25%	19%
Bei beiden gleich	7%	5%	7%	8%	8%	6%
Weiß nicht/ keine Angabe	8%	2%	10%	10%	4%	11%

### Ratenkauf unkomplizierter abschließen:

Drei Viertel der unter 30-Jährigen sind der Ansicht, dass es alles in allem einfacher ist, einen Ratenkauf im Laden abzuschließen.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

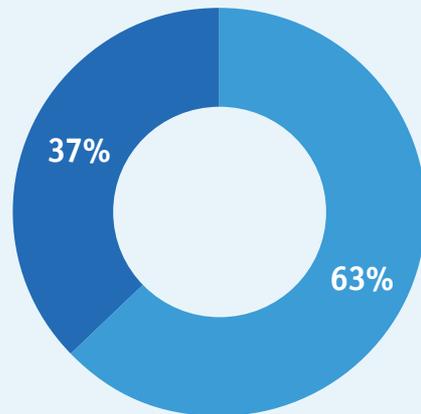
Frage 7: Einmal alles in allem gesehen: Wo ist es aus Ihrer Sicht einfacher für Kunden, einen Ratenkauf abzuschließen?  
Eher in einem Laden oder eher in einem Online-Shop?  
Basis: Befragte, die im Laden und im Internet einkaufen, N = 654 (Einfachnennung)



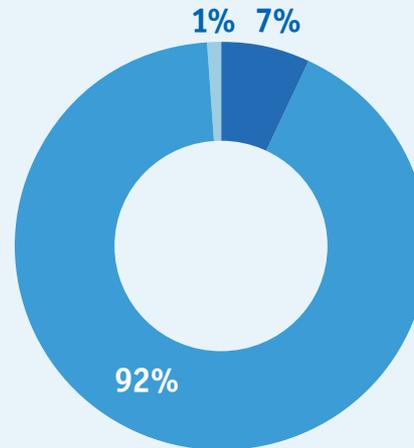
**KAPITEL 5:**  
**Bereitschaft zum  
Ratenkauf**

## Ratenkäufer und Abschlussbereite

**Ratenkäufer:**  
Produkt per Ratenzahlung bzw.  
Finanzierung gekauft



**Abschlussbereite:**  
Planung Ratenkauf in den  
nächsten 12 Monaten



■ Ja ■ Nein ■ Weiß nicht / keine Angabe

## Ratenkäufer und Abschlussbereite:

Mehr als ein Drittel der Deutschen hat schon einmal etwas per Ratenzahlung oder Finanzierung gekauft.

Sieben Prozent der Bundesbürger planen, in den nächsten 12 Monaten Produkte per Ratenkauf abzubezahlen.

Frage 8: Haben Sie schon einmal ein Produkt per Ratenzahlung bzw. Finanzierung gekauft? / Frage 9: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten ein oder mehrere Produkte zu kaufen, die Sie in Raten abbezahlen möchten?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Ratenkäufer

	Gesamt	Geschlecht		Alter		
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>501</b>	<b>503</b>	<b>183</b>	<b>339</b>	<b>482</b>
Ja	37%	42%	33%	24%	48%	35%
Nein	63%	58%	67%	76%	52%	65%

	Gesamt	Berufstätigkeit*		Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*		Online-Shopper	
		Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>586</b>	<b>304</b>	<b>259</b>	<b>740</b>	<b>654</b>	<b>350</b>
Ja	37%	43%	29%	42%	35%	42%	28%
Nein	63%	57%	70%	58%	65%	58%	71%

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

## Ratenkäufer:

Vor allem Männer, Deutsche zwischen 30 und 49 Jahren, Berufstätige, Bundesbürger mit Kindern unter 18 Jahren und Online-Shopper haben schon einmal einen Ratenkauf oder eine Finanzierung in Anspruch genommen.

Frage 8: Haben Sie schon einmal ein Produkt per Ratenzahlung bzw. Finanzierung gekauft?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Abschlussbereite

	Gesamt	Alter			Ratenkäufer*		Online-Shopper	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>183</b>	<b>339</b>	<b>482</b>	<b>373</b>	<b>629</b>	<b>654</b>	<b>350</b>
Ja	7%	14%	9%	3%	15%	3%	9%	4%
Nein	92%	85%	90%	96%	84%	97%	90%	96%
Weiß nicht/ keine Angabe	1%	1%	0%	1%	2%	0%	1%	1%

	Gesamt	Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*		Haushaltsnettoeinkommen*				
		Ja	Nein	Bis unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 bis unter 3.000 Euro	3.000 bis unter 4.000 Euro	4.000 Euro und mehr
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>259</b>	<b>740</b>	<b>82</b>	<b>215</b>	<b>236</b>	<b>149</b>	<b>174</b>
Ja	7%	6%	8%	8%	6%	11%	12%	1%
Nein	92%	92%	92%	91%	94%	87%	88%	99%
Weiß nicht/ keine Angabe	1%	1%	0%	1%	0%	2%	0%	0%

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 9: Planen Sie in den nächsten 12 Monaten ein oder mehrere Produkte zu kaufen, die Sie in Raten abbezahlen möchten?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Abschlussbereite:

Jüngere unter 30 Jahren und Befragte, die schon einmal einen Ratenkauf genutzt haben, planen tendenziell häufiger in den nächsten 12 Monaten einen Ratenkauf in Anspruch zu nehmen.

## Treiber für Ratenkäufe



Für **58%**  
der Deutschen  
kommt ein Ratenkauf  
grundsätzlich  
in Frage.

## Treiber für Ratenkäufe:

Für die Mehrheit der Deutschen kommt ein Ratenkauf generell in Frage.

Das Angebot einer 0%-Finanzierung ist dabei der größte Treiber.

Für ein Fünftel der Deutschen ist es wichtig, dass das Ratenkauf-Angebot von einer namenhaften Bank kommt.

Frage 10: Wann kommt für Sie ein Ratenkauf in Frage? \* z. B. abhängig vom Zinssatz, nur ohne Zinsaufschlag  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

## Treiber für Ratenkäufe

	Gesamt	Alter			Ratenkäufer*		Online-Shopper	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>183</b>	<b>339</b>	<b>482</b>	<b>373</b>	<b>629</b>	<b>654</b>	<b>350</b>
Bei einer 0%-Finanzierung	48%	54%	60%	38%	72%	34%	59%	29%
Bei einer attraktiven Rate	36%	45%	41%	29%	56%	24%	44%	19%
Wenn die Laufzeit flexibel ist	35%	45%	42%	26%	57%	22%	43%	20%
Wenn die Abwicklung einfach ist	33%	37%	40%	26%	51%	22%	39%	21%
Wenn es eine namenhafte Bank anbietet	21%	20%	26%	18%	31%	15%	27%	9%
Sonstiges	2%	3%	2%	1%	1%	2%	2%	1%
Gar nicht	41%	36%	28%	51%	13%	57%	30%	59%
Weiß nicht / keine Angabe	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 10: Wann kommt für Sie ein Ratenkauf in Frage?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

## Treiber für Ratenkäufe:

Vor allem für Deutsche zwischen 30 und 49 Jahren, für Personen mit Erfahrung beim Ratenkauf und für Online-Shopper kommt ein Ratenkauf generell in Frage.

Eine 0%-Finanzierung interessiert sie besonders stark.

Außerdem ist es für sie überdurchschnittlich wichtig, dass das Angebot von einer namenhaften Bank kommt.

## Treiber für Ratenkäufe

	Gesamt	Berufstätigkeit*		Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*	
		Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>586</b>	<b>304</b>	<b>259</b>	<b>740</b>
Bei einer 0%-Finanzierung	48%	57%	29%	57%	45%
Bei einer attraktiven Rate	36%	42%	21%	44%	33%
Wenn die Laufzeit flexibel ist	35%	41%	18%	44%	32%
Wenn die Abwicklung einfach ist	33%	40%	18%	40%	30%
Wenn es eine namenhafte Bank anbietet	21%	26%	10%	27%	19%
Sonstiges	2%	2%	1%	1%	2%
Gar nicht	41%	33%	58%	34%	43%
Weiß nicht / keine Angabe	1%	1%	2%	0%	1%

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 10: Wann kommt für Sie ein Ratenkauf in Frage?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

## Treiber für Ratenkäufe:

Für Berufstätige und Deutsche mit Kindern unter 18 Jahren kommt ein Ratenkauf eher in Frage.

Eine 0%-Finanzierung ist für sie besonders relevant.

Außerdem ist es für sie überdurchschnittlich wichtig, dass das Angebot von einer namenhaften Bank kommt.

## Treiber für Ratenkäufe

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen*				
		Bis unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 bis unter 3.000 Euro	3.000 bis unter 4.000 Euro	4.000 Euro und mehr
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>82</b>	<b>215</b>	<b>236</b>	<b>149</b>	<b>174</b>
Bei einer 0%-Finanzierung	<b>48%</b>	50%	52%	53%	55%	47%
Bei einer attraktiven Rate	<b>36%</b>	36%	37%	39%	48%	31%
Wenn die Laufzeit flexibel ist	<b>35%</b>	43%	33%	37%	44%	32%
Wenn die Abwicklung einfach ist	<b>33%</b>	34%	33%	35%	42%	32%
Wenn es eine namenhafte Bank anbietet	<b>21%</b>	11%	20%	25%	26%	25%
Sonstiges	<b>2%</b>	5%	1%	2%	1%	2%
Gar nicht	<b>41%</b>	35%	40%	34%	32%	44%
Weiß nicht / keine Angabe	<b>1%</b>	0%	0%	3%	1%	0%

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 10: Wann kommt für Sie ein Ratenkauf in Frage?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Mehrfachnennung)

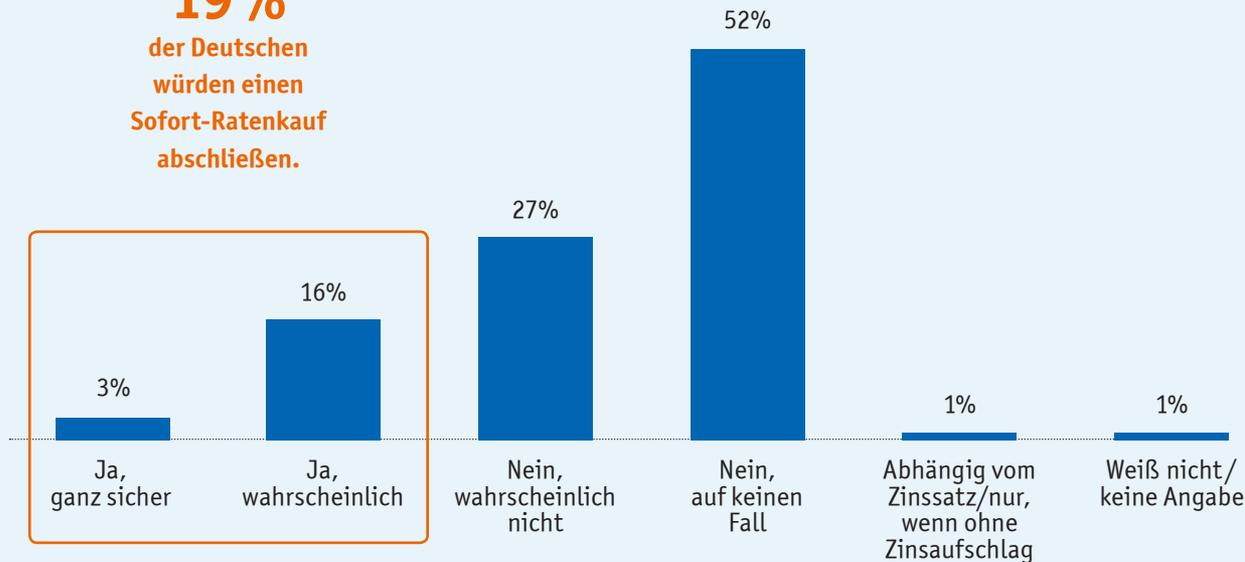
### Treiber für Ratenkäufe:

Vor allem für Deutsche mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 3.000 bis unter 4.000 Euro kommt ein Ratenkauf in Frage.

Eine 0%-Finanzierung interessiert sie besonders.

## Sofort-Ratenkauf beim Händler

**19%**  
der Deutschen  
würden einen  
Sofort-Ratenkauf  
abschließen.



### Sofort-Ratenkauf beim Händler:

Knapp jeder fünfte Deutsche wäre bereit, einen Sofort-Ratenkauf beim Händler abzuschließen.

2016	3%	9%	19%	66%	2%	-
------	----	----	-----	-----	----	---

Frage 11: Angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung. Der Händler bietet Ihnen an, Ihre Bestellung über eine Bank in Raten zu bezahlen. Wenn dieser Ratenkauf direkt vom Händler vermittelt und ohne schriftliche Unterlagen sofort online freigegeben werden kann: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden: Würden Sie das ganz sicher nutzen – wahrscheinlich – wahrscheinlich nicht – oder auf keinen Fall?

Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung) 2016: N = 1.000 (easyCredit-Liquiditätsbarometer, Juni 2016)

## Sofort-Ratenkauf beim Händler

	Gesamt	Alter			Ratenkäufer*		Online-Shopper	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 79 Jahre	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>183</b>	<b>339</b>	<b>482</b>	<b>373</b>	<b>629</b>	<b>654</b>	<b>350</b>
Ja, ganz sicher	3%	2%	3%	3%	4%	2%	3%	3%
Ja, wahrscheinlich	16%	17%	23%	12%	30%	8%	19%	11%
Nein, wahrscheinlich nicht	27%	31%	29%	24%	29%	26%	30%	20%
Nein, auf keinen Fall	52%	48%	44%	60%	34%	63%	46%	65%
Abhängig vom Zinssatz/ nur, wenn ohne Zinsaufschlag	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	0%
Weiß nicht / keine Angabe	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%

<b>Ja, ganz sicher + Ja, wahrscheinlich</b>	<b>19%</b>	19%	26%	15%	34%	10%	22%	14%
---	------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 11: Angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung. Der Händler bietet Ihnen an, Ihre Bestellung über eine Bank in Raten zu bezahlen. Wenn dieser Ratenkauf direkt vom Händler vermittelt und ohne schriftliche Unterlagen sofort online freigegeben werden kann: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden: Würden Sie das ganz sicher nutzen – wahrscheinlich – wahrscheinlich nicht – oder auf keinen Fall?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Sofort-Ratenkauf beim Händler:

Rund ein Viertel der Deutschen zwischen 30 und 49 Jahren und etwa ein Drittel der Personen, die bereits Erfahrung mit Ratenkäufen haben, wären dazu bereit, einen Sofort-Ratenkauf beim Händler abzuschließen.

## Sofort-Ratenkauf beim Händler

	Gesamt	Berufstätigkeit*		Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*	
		Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	<b>1.004</b>	<b>586</b>	<b>304</b>	<b>259</b>	<b>740</b>
Ja, ganz sicher	3%	3%	2%	1%	3%
Ja, wahrscheinlich	16%	21%	8%	23%	14%
Nein, wahrscheinlich nicht	27%	29%	19%	31%	26%
Nein, auf keinen Fall	52%	45%	70%	45%	55%
Abhängig vom Zinssatz/ nur, wenn ohne Zinsaufschlag	1%	1%	0%	0%	1%
Weiß nicht / keine Angabe	1%	1%	1%	0%	1%

<b>Ja, ganz sicher + Ja, wahrscheinlich</b>	19%	24%	10%	24%	17%
---	-----	-----	-----	-----	-----

\*ohne „Keine Angabe“

■ Min. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 11: Angenommen, Sie planen eine größere Anschaffung. Der Händler bietet Ihnen an, Ihre Bestellung über eine Bank in Raten zu bezahlen. Wenn dieser Ratenkauf direkt vom Händler vermittelt und ohne schriftliche Unterlagen sofort online freigegeben werden kann: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot nutzen würden: Würden Sie das ganz sicher nutzen – wahrscheinlich – wahrscheinlich nicht – oder auf keinen Fall?

Basis: Alle Befragten, N = 1.004 (Einfachnennung)

## Sofort-Ratenkauf beim Händler:

Knapp ein Viertel der Berufstätigen und der Deutschen mit Kindern unter 18 Jahren würden einen Sofort-Ratenkauf beim Händler abschließen.



## KAPITEL 6: Statistik

## Statistik

Geschlecht	
Männlich	50%
Weiblich	50%

Alter	
18-29 Jahre	18%
30-39 Jahre	16%
40-49 Jahre	18%
50-59 Jahre	20%
60-69 Jahre	16%
70-79 Jahre	12%

Familienstand	
Verheiratet	45%
Ledig	40%
Geschieden	9%
Verwitwet	6%

Schulabschluss	
Ohne / anderer Schulabschluss	5%
Haupt- / Volksschule	30%
Mittlere Reife / Polytechnische Oberschule	32%
(Fach-)Hochschulreife	19%
(Fach-)Hochschulstudium	14%

Berufstätigkeit*	
Voll/teilweise erwerbstätig	58%
Im (Vor-)Ruhestand	22%
Nicht erwerbstätig	9%

Mit Partner zusammenlebend	
Ja	61%
Nein	39%

\*zu 100 fehlende Prozent: Weiß nicht / keine Angabe



## Statistik

Bundesland	
Schleswig-Holstein	3%
Hamburg	2%
Niedersachsen	10%
Bremen	1%
NRW	22%
Hessen	8%
Rheinland-Pfalz	5%
Baden-Württemberg	13%
Bayern	16%
Saarland	1%
Berlin	4%
Brandenburg	3%
Mecklenburg-Vorpommern	2%
Sachsen	5%
Sachsen-Anhalt	3%
Thüringen	3%

Ortsgröße	
Bis unter 5.000	17%
5.000 bis unter 20.000	28%
20.000 bis unter 100.000	26%
100.000 bis unter 500.000	16%
500.000 und mehr	13%

Haushaltsnettoeinkommen*	
Bis unter 1.000 Euro	8%
1.000 bis unter 2.000 Euro	21%
2.000 bis unter 3.000 Euro	24%
3.000 bis unter 4.000 Euro	15%
4.000 Euro und mehr	17%

Kinder unter 18 Jahren im Haushalt*	
Nein	74%
Ja	25%

\*zu 100 fehlende Prozent: Weiß nicht / keine Angabe



## Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der TeamBank AG.

Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

## Kontakt

Ute Scharnagl  
TeamBank AG  
Leiterin Kommunikation

Tel. +49 (0) 911/5390-1030  
Fax +49 (0) 911/5390-1038

[presse@teambank.de](mailto:presse@teambank.de)

**Stand: Oktober 2017**