

Deutsche verlegen private Treffen auf den Bildschirm

- Jeder Dritte hat private Treffen ins Netz verlagert
- In der Corona-Pandemie wird auch die Generation 50Plus digitaler

Nürnberg, 29. Juni 2021

Eine Mehrheit der Deutschen hat in der Corona-Krise Termine verstärkt online wahrgenommen. Rund ein Fünftel berichtet von Konferenzen und Besprechungen bei der Arbeit sowie von Behördengängen, die sie nicht mehr persönlich, sondern digital erledigt haben. Aber auch der private Bereich ist betroffen: 30 Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger haben Treffen im Freundeskreis auf den Bildschirm verlegt. Dies sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „Liquidität 50Plus“, für die mehr als 3.000 Personen mit Wohnsitz in Deutschland befragt wurden.

Dieser Trend ging auch an der älteren Generation nicht vorbei. In der Corona-Pandemie verhalten sich ältere Menschen häufig besonders vorsichtig und gehen jeder Infektionsgefahr so gut es geht aus dem Weg. Das hat auch diese Altersgruppe, die im Vergleich zu den Jüngeren bislang weniger online-affin war, dazu gebracht, neue, digitale Kommunikationswege zu erkunden, wie die Studie belegt. 27 Prozent der Befragten ab 50 Jahre haben sich verstärkt online mit Freundinnen und Freunden getroffen. Rund ein Fünftel erledigt Behörden- und Bankangelegenheiten vorwiegend virtuell und jeder achte Deutsche ab 50 Jahre nimmt Arzttermine ohne körperliche Untersuchung eher online in Anspruch.

Termine lieber online als persönlich

Vor allem wenn es um Behördengänge geht, möchte kaum jemand das Rad zurückdrehen: Sechs von zehn Deutschen ziehen es vor, ihre Angelegenheit digital zu erledigen – unabhängig von Corona-Krise und Ansteckungsrisiken. Bei Fortbildungen und Bankgeschäften ist mehr als 40 Prozent der Befragten der digitale Weg lieber. In der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen bevorzugt knapp jeder Zweite Online-Banking; bei den Älteren ab 50 Jahren sind es 40 Prozent, bei den jungen Erwachsenen unter 30 Jahren 43 Prozent. „Die Generation 50Plus möchte in der überwiegenden Mehrheit traditionell nicht den persönlichen Draht zu ihrer Bankberaterin oder ihrem Bankberater missen. Die mittlere Altersgruppe erledigt die meisten Gelddinge routiniert online. Bei den unter 30-Jährigen dagegen besteht noch eher Beratungsbedarf, sie legen Wert auf persönliche Ansprache. Die jungen Erwachsenen sind noch dabei, ihren Weg in Finanzfragen zu finden. Dabei lassen sie sich gerne persönlich in der Filiale unterstützen“, sagt Frank Mühlbauer,

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de

Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. „Bei der TeamBank sind wir auf die unterschiedlichen Bedürfnisse bestens eingestellt: Einerseits entwickeln wir unsere digitalen Angebote konsequent weiter. Andererseits bieten wir denjenigen Kundinnen und Kunden, die das persönliche Gespräch suchen, in den Filialen unserer genossenschaftlichen Partnerbanken entsprechende Beratungsangebote an. Hybriden Konzepten, die sowohl digital als auch persönlich können, gehört definitiv die Zukunft.“

Auch bei Arztbesuchen bevorzugen 24 Prozent der Deutschen prinzipiell eine digitale Lösung. Ein Fünftel lauscht sogar Konzerten lieber vor dem Bildschirm als vor Ort. Nur Online-Meetings mit Freundinnen und Freunden haben kaum Fans: Wenn die Deutschen es sich aussuchen dürfen und ohne Corona-Gefahr, möchten neun von zehn ihren Freundeskreis lieber im echten Leben treffen.

Mehr Ausgaben für digitale Angebote

Wenn das Leben zum Teil auf den Bildschirm umzieht, ist es kein Wunder, dass ein Fünftel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger mehr Geld für die Nutzung digitaler Inhalte ausgibt – vor allem für Filme, Serien und Musik. Bei den jüngeren Befragten zwischen 18 und 29 Jahren sagt sogar gut ein Drittel, dass sie sich digitale Inhalte in den vergangenen zwölf Monaten mehr haben kosten lassen. In der Generation 50Plus hat rund ein Zehntel seine Ausgaben in diesem Bereich erhöht.

Eine Infografik und weitere Pressemitteilungen zur Studie stehen unter <https://www.teambank.de/medien/presse/> zur Verfügung.

Hintergrundinformationen:

Die Studie „Liquidität 50Plus“ untersucht seit dem Jahr 2013 Liquidität und Konsumverhalten der Generation 50Plus im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung. Im Januar 2021 befragte das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag der TeamBank AG 3.158 Personen im Alter zwischen 18 bis 79 Jahren online. Zusammen mit der Befragung wurde das TeamBank-Liquiditätsbarometer ermittelt, welches die Stimmung zur finanziellen Situation der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger erfasst.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit dem Ratenkredit easyCredit in Deutschland, bzw. der faire Credit in Österreich und dem medienbruchfreien Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit das Kompetenzzentrum für modernes Liquiditätsmanagement der Genossenschaftsbanken. Die Vernetzung innovativer Produkte und Services bietet Kundinnen und Kunden vollständig digitale Lösungen und damit überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. „Wir machen es einfach“ heißt es bei der TeamBank und symbolisiert die besondere Unternehmenskultur, die die Bank bereits seit vielen Jahren als attraktive und mehrfach prämierte Arbeitgeberin auszeichnet.

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de