Pressemitteilung

Studie: Familien setzen bei größeren Anschaffungen auf pragmatische Lösungen

- **69 Prozent der kreditinteressierten Familien rechnen mit einer Zusage**
- **Jede zweite Familie kann sich vorstellen, KI-gestützt einzukaufen**

Nürnberg, 28. Oktober 2026

Wer größere Anschaffungen plant, wägt Finanzierung und Kaufentscheidung sorgfältig ab. Familien sind dabei besonders offen für Lösungen, die finanzielle Flexibilität bieten oder den Einkauf erleichtern. 35 Prozent der Haushalte mit Kindern würden einen Kredit aufnehmen – doppelt so viele wie diejenigen ohne Kinder. Auch KI-Anwendungen beim Einkaufen stehen Familien aufgeschlossener gegenüber, etwa beim Preisvergleich oder für den Alltagsbedarf. Insgesamt möchten die meisten Deutschen ihre Kaufentscheidungen jedoch weiterhin selbst treffen. Das sind Ergebnisse aus der Umfrage „easyCredit-Kreditindex 2026“ unter 1.679 Bundesbürgerinnen und -bürgern.

Jede fünfte Person in Deutschland würde derzeit einen Kredit aufnehmen, um größere Anschaffungen zu finanzieren. Besonders hoch ist dieser Anteil unter Familien. Auch bei der Einschätzung der Bewilligungschancen zeigen sich Familien deutlich optimistischer: 69 Prozent erwarten eine Zusage, während es bei Haushalten ohne Kinder 51 Prozent sind.

Die wichtigsten Verwendungszwecke betreffen größere Investitionen im Wohnbereich: 31 Prozent würden einen Kredit für Renovierungen oder Möbelkauf aufnehmen. An zweiter Stelle stehen mit 24 Prozent Investitionen in Auto oder Fahrrad. Luxusausgaben wie Uhren und Schmuck sowie Urlaube werden dagegen nur selten kreditfinanziert.

„Bei größeren Anschaffungen geht es für viele Menschen darum, finanzielle Flexibilität mit Planungssicherheit zu verbinden. Finanzierungslösungen können helfen, Investitionen an die individuelle Lebenssituation anzupassen“, sagt Nicole Schulte, Leiterin Kundenreise der TeamBank.

Wer sich gegen einen Kredit entscheidet, tut dies meist bewusst: Als Hauptgründe werden hohe Zinsen (37 Prozent) und die Vorsicht vor einer langfristigen finanziellen Bindung (34 Prozent) genannt. Für 30 Prozent der Kreditinteressierten würden günstigere Zinsen den Ausschlag geben, eine geplante Anschaffung

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
www.easycredit.de

tatsächlich umzusetzen. Unter denjenigen, die Kredite grundsätzlich ablehnen, sagen dies lediglich sieben Prozent.

KI im Einkauf: Knapp zwei Drittel shoppen lieber selbst

Auch beim Einkaufen zeigen sich Familien offen für pragmatische Hilfe. Künstliche Intelligenz wird dabei vor allem als praktische Orientierungshilfe akzeptiert, die die eigentliche Kaufentscheidung jedoch nicht abnimmt. 50 Prozent der Haushalte mit Kindern können sich KI-gestütztes Shopping vorstellen. So würden 49 Prozent von ihnen KI für Preisvergleiche nutzen. Bei Haushalten ohne Kinder sind es 44 Prozent. Noch deutlicher fällt der Unterschied beim Einkauf alltäglicher Dinge aus: 22 Prozent der Familien könnten sich vorstellen, diese Aufgabe einer KI zu übertragen. In Haushalten ohne Kinder sind es 13 Prozent.

Entsprechend geringer ist die grundsätzliche Ablehnung der Eltern: Nur 23 Prozent sagen, dass für sie keine der abgefragten KI-Anwendungen infrage kommt. Bei Personen ohne Kinder im Haushalt lehnen hingegen 42 Prozent sämtliche genannten Einsatzbereiche des KI-Assistenten ab.

Insgesamt hat etwa ein Drittel der Deutschen bereits von KI-Assistenten gehört, die Einkäufe teilweise selbstständig übernehmen können. Dennoch herrscht in der Breite der Bevölkerung überwiegend Skepsis: 64 Prozent können sich derzeit nicht vorstellen, Einkäufe an eine KI zu delegieren. Lediglich 14 Prozent würden sie für den Einkauf alltäglicher Dinge nutzen. Als Unterstützung bei der Kaufentscheidung findet KI dagegen größere Akzeptanz. Rund sechs von zehn Deutschen können sich vorstellen, sie etwa für Preisvergleiche oder Produktempfehlungen einzusetzen. Zugleich geben 38 Prozent an, Produkte lieber selbst zu recherchieren und auszuwählen.

Hintergrundinformationen:

Die Studie „easyCredit-Kreditindex 2026“ zeigt auf, wie es aktuell um die Investitionsneigung und Kreditaufnahmebereitschaft privater Haushalte in Deutschland bestellt ist. Im Mittelpunkt steht der easyCredit-Kreditindex, der beide Dimensionen zu einem Indikator für die aktuelle Investitions- und Finanzierungsbereitschaft privater Haushalte zusammenfasst. Für die repräsentative Studie befragte das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag der TeamBank AG 1.679 Deutsche im Mai und Juni 2026 online.

TeamBank AG – Ein Unternehmen der DZ BANK Gruppe

Die TeamBank bietet im Rahmen des Allfinanzangebots der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken unter den Marken easyCredit und fairer Credit ein breites Spektrum an Konsumfinanzierungslösungen. Dazu zählen innovative Ansätze wie die Bereitstellung eines Sofortkredits mit einem flexiblen finanziellen Rahmen sowie die Integration von Finanzierungskonzepten in Kauf-

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
www.easycredit.de

und Buchungsprozesse (Embedded Finance). Dies umfasst Rechnungs- und Ratenkaufmodelle, die nahtlos in die Wertschöpfungsketten der Händler und somit in den Alltag der Kundinnen und Kunden eingebettet sind.

Kundenzentrierung ist dabei die zentrale Prämisse der TeamBank – nicht nur für Produkte und Services, sondern auch für ihre Aufbau- und Ablauforganisation.

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
www.easycredit.de