



- 82 Prozent der Käufer\*innen sind gegen die Vernichtung von Retouren
- 67 Prozent der unter 30-Jährigen akzeptieren höhere Preise bei klimaneutralem Versand



Foto: Pabirtra Kaity auf Pixabay

Der digitale Warenkorb bleibt in Deutschland beliebt: Rund drei von zehn Einkäufen erledigen die Bundesbürger\*innen über das Internet, genauso viele wie im Corona-Jahr 2020. 27 Prozent der Befragten kaufen mindestens die Hälfte ihrer Waren und Dienstleistungen online. Dabei spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle: Rund drei Viertel (77 Prozent) der Käufer\*innen bevorzugen Anbieter, die minimal und nachhaltig verpacken und kauft bei ihnen online ein. 43 Prozent achten beim Bestellen darauf, nur Produkte zu wählen, die sie wahrscheinlich nicht zurücksenden müssen. Und 82 Prozent unterstützen die Idee, dass Retouren nicht vernichtet werden dürfen. Das sind Ergebnisse der repräsentativen „Postbank Digitalstudie 2024“.

Der Studie zufolge sind jüngere Menschen dem E-Commerce gegenüber deutlich aufgeschlossener als ältere: Die Digital Natives (unter 40 Jahre) besorgen 40 Prozent ihrer Waren online – 13 Prozentpunkte mehr als die Digital Immigrants (ab 40 Jahre). Auch die Gründe für das Online-Shopping variieren stark zwischen Alt und Jung. Während die bequeme Zustellung nach Hause für Online-Käufer\*innen in beiden Generationen der Hauptgrund für das digitale Einkaufen bleibt, liegt der Anteil bei den Jüngeren mit 52 Prozent deutlich unter dem Durchschnitt (62 Prozent).



Basic: Befragung unter 2.171 Bundesbürgern, bevölkerungsrepräsentativ  
Illustrationen: jelsomilij/adobestock  
Quelle: Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG

Für die jüngeren Online-Shopper sind die sofortige Verfügbarkeit (38 Prozent) und die Möglichkeit, unterwegs per App einzukaufen (30 Prozent) besonders wichtig. Im Vergleich dazu nutzen bislang nur 22 Prozent der älteren User\*innen Apps zum Einkaufen. Günstigere Preise schätzen 56 Prozent der älteren Online-Shopper, während das für nur 46 Prozent der jüngeren wichtig ist. Ein weiterer Unterschied zeigt sich in puncto flexible Öffnungszeiten: 53 Prozent der ab 40-Jährigen schätzen die Möglichkeit, jederzeit einkaufen zu können, im Vergleich zu 40 Prozent der unter 40-jährigen Online-Käufer\*innen.

„Bei der Digitalisierung unseres Angebots von Bankgeschäften haben wir es mit ähnlichen Herausforderungen zu tun“, sagt Thomas Brosch, Leiter Digitalvertrieb der Postbank. „Die Bedürfnisse der Generationen unterscheiden sich. Wir müssen unsere Services und die Benutzerfreundlichkeit unserer Angebote ständig weiter optimieren – im Online-Banking, auf dem Smartphone und in der Filiale. Auf diese Weise können wir jungen und alten Kunden gleichermaßen gute Angebote machen.“

Grafik: Postbank

### Online-Shoppen ja, aber bitte ohne Reue

Die 18- bis 39-Jährigen sind deutlich eher bereit, für Nachhaltigkeit tiefer in die Tasche zu greifen als die ab 40-Jährigen. Zum Beispiel achten jüngere Online-Käufer\*innen stärker auf eine CO<sub>2</sub>-Kompensierung und sind überdurchschnittlich häufig zu einer freiwilligen Ausgleichszahlung bereit: 26 Prozent bestellen bevorzugt in Shops, in der als Ausgleich für das entstandene CO<sub>2</sub> eine Spende gezahlt werden kann. Bei den Älteren trifft das dagegen nur auf 11 Prozent zu. Zwei von drei jüngeren Deutschen akzeptieren auch höhere Produktpreise bei einem nachhaltigen Versand, während bei den ab 40-Jährigen nicht einmal jede\*r Zweite (46 Prozent) dazu neigt.



Grafik: Gerd Altmann auf Pixabay

### 70 Prozent der Digital Natives haben schon Erfahrung mit In-App-Käufen

Die Studie zeigt auch einen weiteren Trend: Rund vier von zehn Deutschen haben bereits In-App-Käufe getätigt. Dabei haben 70 Prozent der Digital Natives schon Erfahrung damit, zusätzliche Inhalte oder Funktionen in

mobilen Anwendungen zu kaufen. Ab 40-Jährige sind hier deutlich zögerlicher: Lediglich 29 Prozent haben schon mindestens einmal In-App-Käufe getätigt, 43 Prozent haben auch nicht vor, das zu tun. Dabei ist den Digital Natives nicht nur ein gutes PreisLeistungsverhältnis bei In-App-Käufen wichtig, sondern auch ausreichender Schutz vor unerwünschten Ausgaben. Ein Viertel in dieser Altersgruppe wünscht sich das, während es bei den Älteren lediglich 18 Prozent sind.



Grafik: Gerd Altmann auf Pixabay

### **Jüngere Käufer\*innen nutzen häufiger Bankdienstleistungen beim Online-Shopping**

Wenn es ans Zahlen geht, haben sechs von zehn Digital Natives beim Online-Shopping bereits Ratenzahlungen oder Kreditangebote angenommen. Neben günstigen Konditionen (36 Prozent) und einem seriösen Zahlungsdienstleister (35 Prozent) ist den jungen Käufer\*innen vor allem wichtig, dass die Nutzung der Bankdienstleistungen einfach ist (35 Prozent). Über alle Altersgruppen hinweg haben bereits 89 Prozent der Deutschen solche Bankdienstleistungen genutzt.

*Quelle: Postbank*

#### **Hintergrundinformationen zur Postbank Digitalstudie 2024**

Für die „Postbank Digitalstudie 2024 – Die digitalen Deutschen“ wurden im April dieses Jahres 3.171 Einwohner\*innen befragt. Die Postbank untersucht mit der Studie im zehnten Jahr in Folge, welche Entwicklungen sich in verschiedenen Lebensbereichen in Bezug auf Digitalisierung allgemein und insbesondere zu Finanzthemen abzeichnen. Um eine bevölkerungsrepräsentative Struktur abzubilden, erfolgte eine Gewichtung der Stichprobe nach Bundesland (Proportionalisierung), Alter und Geschlecht. Als Referenzdatei wurde der Zensus 2021 des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Abweichungen in den Summen lassen sich durch Rundungsdifferenzen erklären.