

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Ergebnis-Abriss:

Die bargeldlose Gesellschaft

Utopie oder baldige Realität



emotion banking®
ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

Wiener Neudorf | Baden,
im November 2013

Umfrage-Basics I Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.021 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 11.09.2013 – 19.09.2013
- **Screening:** Alter, Verwendung von Zahlungsmitteln
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 28 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com
- **Kooperationspartner:** emotion banking, Dr. Christian Rauscher



emotion banking®
STRATEGIE. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

MARKETAGENT.COM

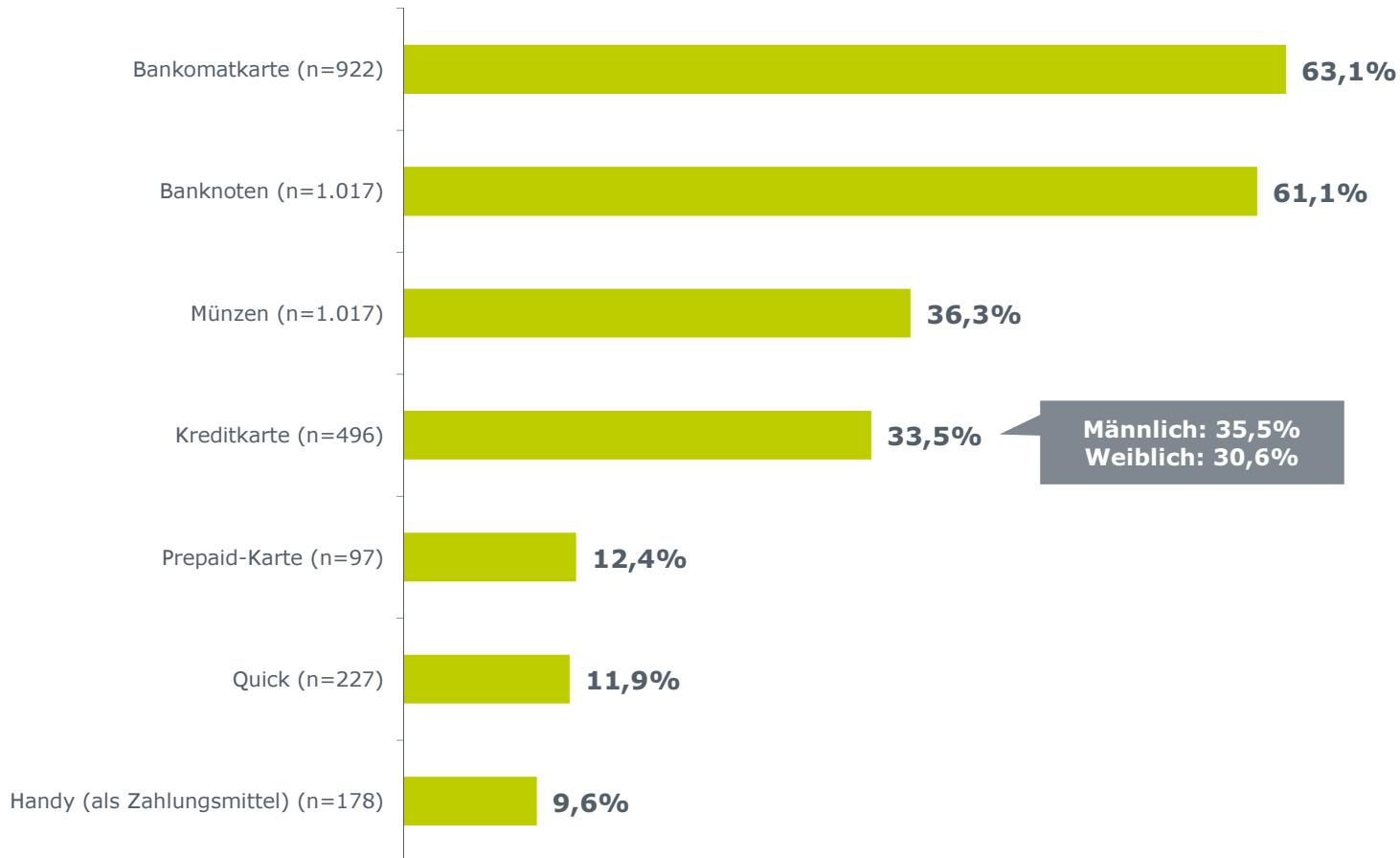
Zusammensetzung des Samples der Kernzielgruppe:

| Basis | 1.017 | in % |
|---------------------------------|-------|-------|
| Geschlecht | | |
| Männlich | 496 | 48,8% |
| Weiblich | 521 | 51,2% |
| Alter | | |
| 14 - 19 Jahre | 93 | 9,1% |
| 20 - 29 Jahre | 179 | 17,6% |
| 30 - 39 Jahre | 180 | 17,7% |
| 40 - 49 Jahre | 222 | 21,8% |
| 50 - 59 Jahre | 197 | 19,4% |
| 60 - 69 Jahre | 146 | 14,4% |
| Ausbildungsniveau | | |
| Allgemeinbildende Pflichtschule | 246 | 24,2% |
| Lehre/ Fachschule | 485 | 47,7% |
| Matura/ Universität | 286 | 28,1% |



Bankomatkarte und Banknoten würde man am stärksten vermissen.

Top-Box: bewertet mit "würde ich stark vermissen" (4-stufige Skalierung)



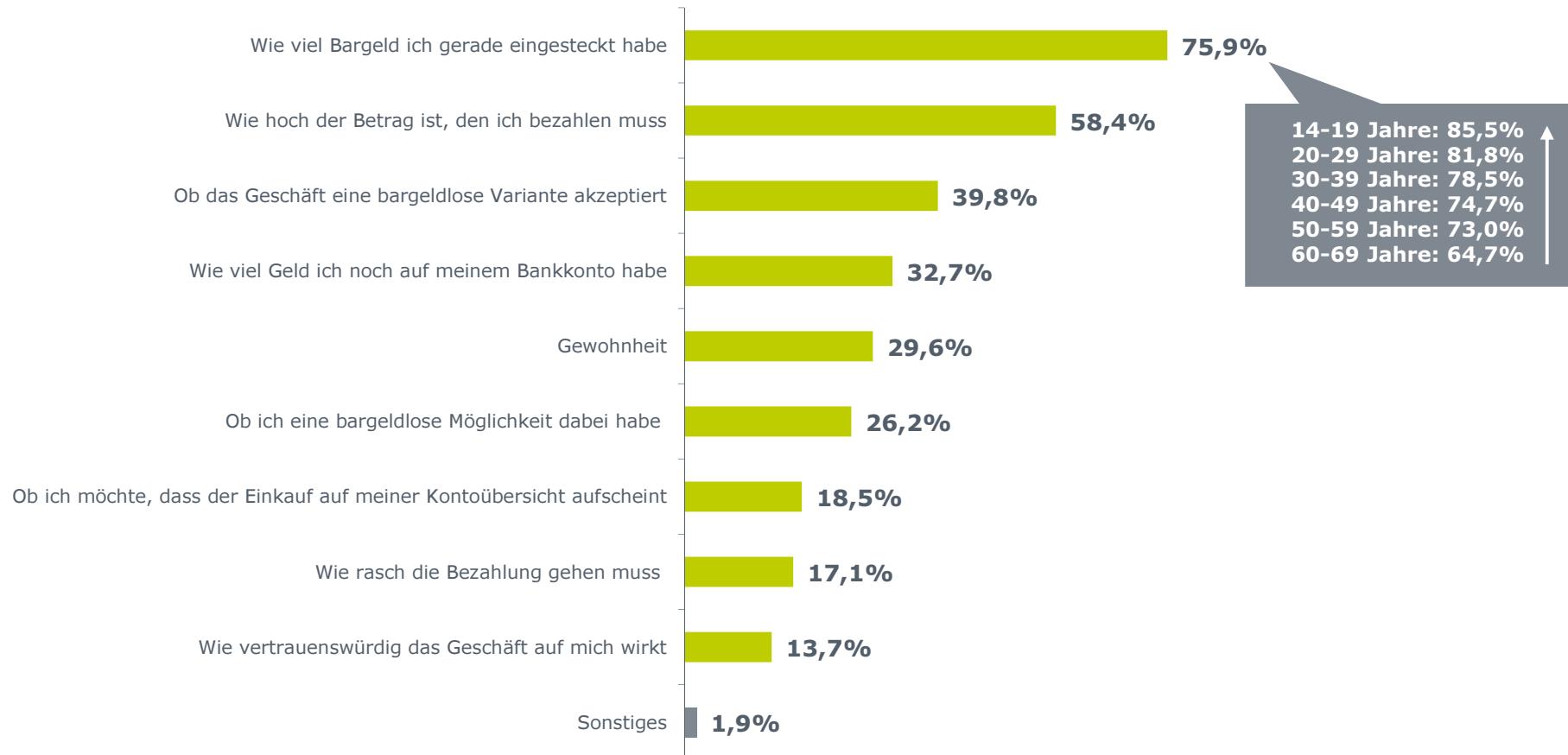
(Basis: Respondenten verwenden das jeweilige Zahlungsmittel zumindest fallweise)

Inwieweit würden Sie die folgenden Zahlungsmittel vermissen, wenn es diese nicht mehr geben würde?



Ob man bargeldlos bezahlt, hängt vom Inhalt der Geldbörse und der Höhe des zu zahlenden Betrages ab.

Auschlaggergebende Aspekte, ob man bar oder bargeldlos bezahlt (n = 942)



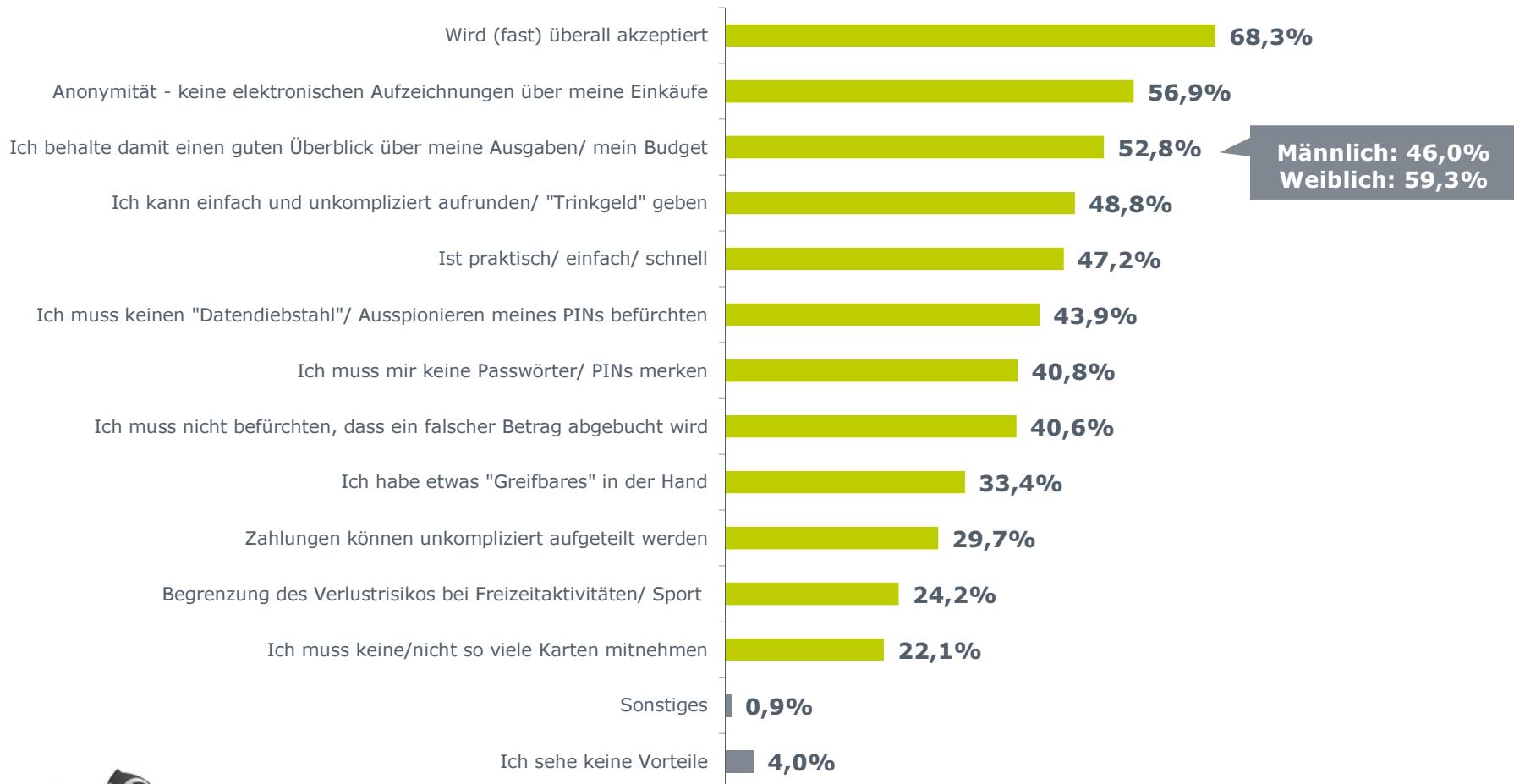
(Basis: Respondenten zahlen mit Bargeld UND mit einem anderen Zahlungsmittel)

Welche Aspekte sind für Sie ausschlaggergebend dafür, ob Sie in einem Geschäft für Einkäufe des täglichen Bedarfs mit Bargeld oder bargeldlos bezahlen?



Vorteile der Barzahlung: Akzeptanz, Anonymität und Budget-Kontrolle.

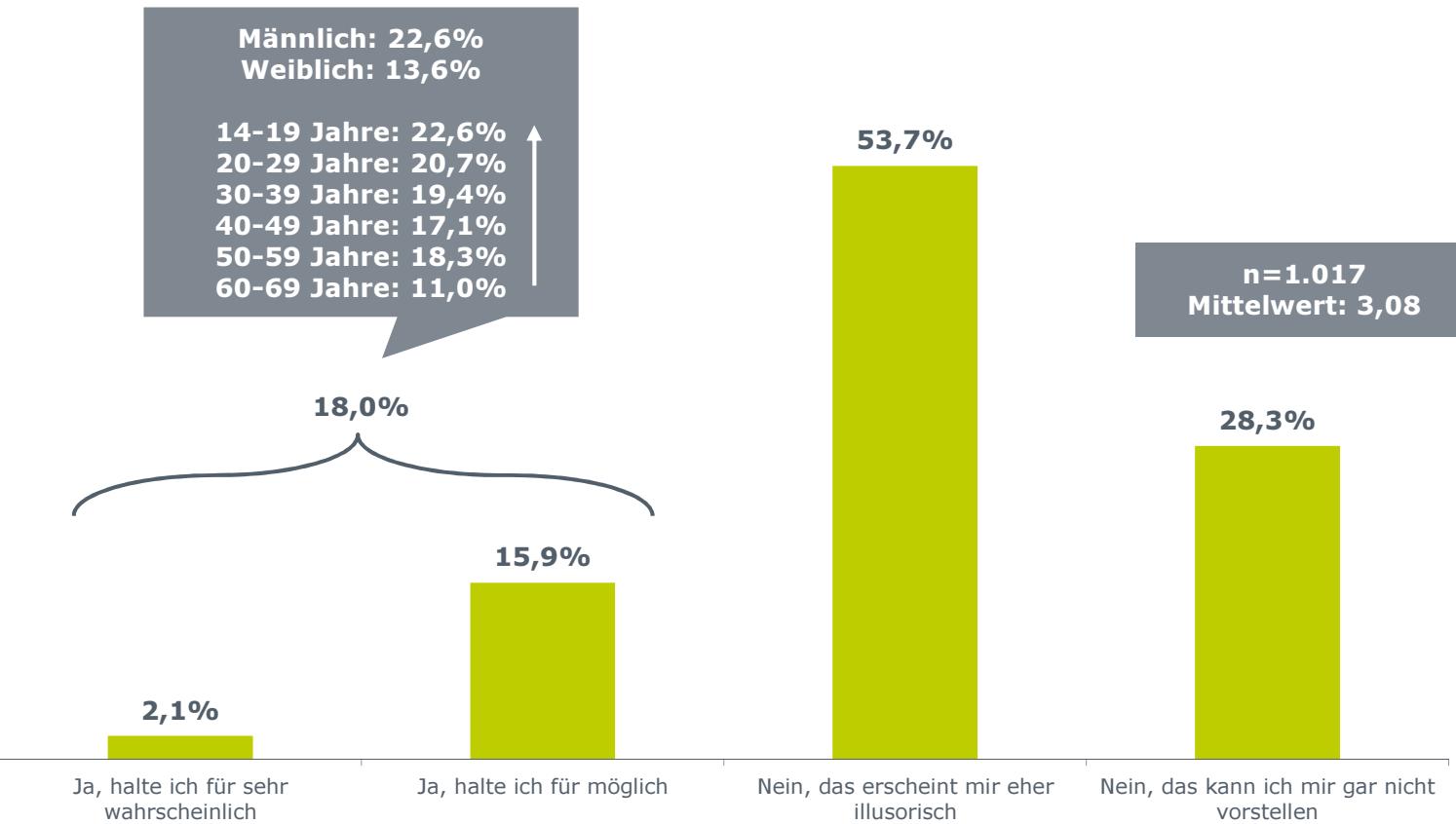
Vorteile von Barzahlung (n = 1.017)



Worin sehen Sie die Vorteile von Barzahlung, d.h. Bezahlung mittels Münzen und Banknoten?

Dass Österreich bald zu einer bargeldlosen Gesellschaft werden könnte, ist für die 82 Prozent noch Fiktion.

Wahrscheinlichkeit einer völlig bargeldlosen Gesellschaft in Österreich

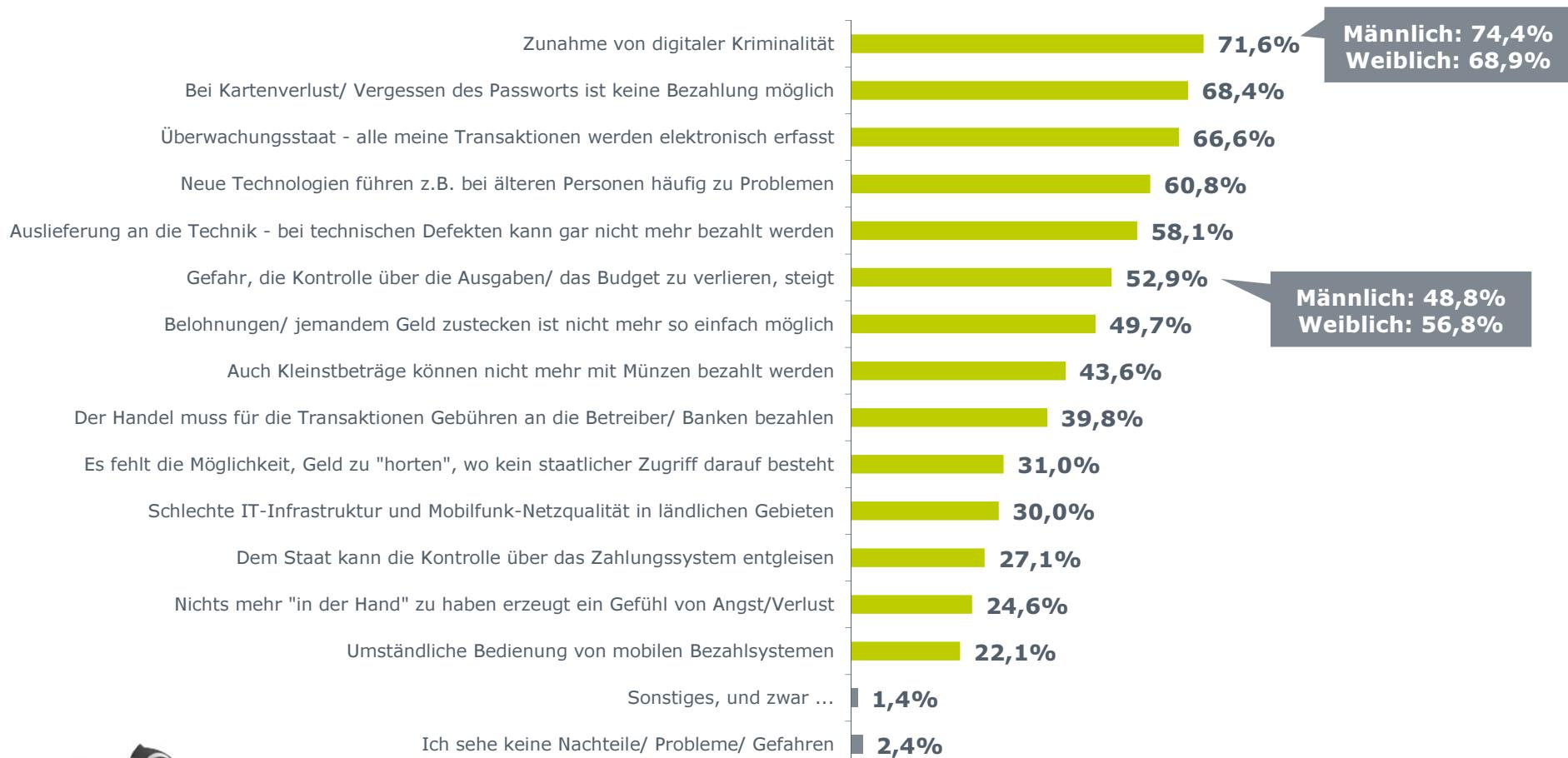


Halten Sie es für möglich, dass Österreich bald zu einer völlig bargeldlosen Gesellschaft werden könnte?



Digitale Kriminalität, keine Bezahlmöglichkeit im Verlust-Fall und Gefahr eines Überwachungsstaats werden als Nachteile wahrgenommen.

Nachteile/ Probleme/ Gefahren einer bargeldlosen Gesellschaft (n = 1.017)



Und welche Nachteile/ Probleme/ Gefahren sehen Sie bei einer bargeldlosen Gesellschaft?





emotion banking®
ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

MARKETAGENT.COM

Kontakt | Feedback | Rückfragen:

Christian Rauscher, Dr.
christian.rauscher@emotion-banking.at
+43 (0)22 52 - 25 48 45
www.emotionbanking.at

Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0)2236 – 205 886
www.marketagent.com



emotion banking®
STRATEGIE. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

MARKE^TAGENT.COM