



Nur zwölf Prozent der Befragten in Österreich erwarten, dass der Digitale Euro das Bargeld ersetzen wird.

Cash stays King

Zahlungsverhalten: Bargeld-Nutzung ist in Österreich weiterhin Nummer eins – digitale Bezahl Dienste legen zu.

WIEN. Cash ist weiter die beliebteste Zahlungsmethode: Zwar war die Nutzung von Bargeld in den Jahren 2019 bis 2021 stetig gesunken, 2022 ist die Nutzung von Bargeld jedoch wieder leicht gestiegen.

So zahlten laut einer Umfrage der Management- und Technologieberatung BearingPoint in Österreich und Deutschland. 77% der Befragten in Österreich

und 69% in Deutschland häufig mit Bargeld. Insbesondere bei der älteren Generation (45+) ist Bargeld mit Abstand die beliebteste Zahlungsmethode.

In den nächsten zwei Jahren gänzlich auf Bargeld zu verzichten, können sich nur 13% der Deutschen und Österreicher vorstellen. Ganze 74% der befragten Österreicher und 65% der Deutschen sehen in den nächsten

zehn Jahren keine Abkehr vom Bargeld. Neben der „Vertrautheit“ (59%) zählt in Österreich die „Anonymität“ (58%) zu den wichtigsten Eigenschaften bei der Nutzung von Bargeld.

Vertraut und anonym

Zwar ist auch in Deutschland die „Vertrautheit“ (57%) am wichtigsten, doch die „Anonymität“ landet mit 44% noch hinter den

Eigenschaften „Schnelligkeit“ (48%) und „jederzeit verfügbar“ (45%).

Digitale Bezahl Dienste gewinnen immer weiter an Beliebtheit: In beiden Ländern sind die Eigenschaften „schnell“ und „komfortabel“ führend. In Österreich gehört „hygienisch sicher“ bei digitalen Bezahl Diensten weiterhin zu den Top-3-Eigenschaften.

Hygienisch und direkt

Während in Deutschland letztes Jahr „hygienisch sicher“ noch zu den Top-3-Eigenschaften gehörte, ist nun den Deutschen die „direkte Zahlungsbestätigung“ wichtiger.

In Österreich hat PayPal im Ländervergleich mit 45% Nutzungshäufigkeit noch Luft nach oben. In Deutschland wird PayPal besonders häufig genutzt und verzeichnet einen Anstieg um drei Prozent im Vergleich zum Vorjahr; mit 61% liegt es in der Nutzungshäufigkeit acht Prozentpunkte hinter dem Spitzenreiter Bargeld.

Der Digitale Euro ist rund jedem dritten Österreicher bzw. Deutschen noch unbekannt. 19% der Österreicher, aber nur 15% der Deutschen sehen den Digitalen Euro als ergänzendes Zahlungsmittel zu vorhandenen Zahlverfahren. (rk)

Stanzer steuert Marketing

Neuer Bereichsleiter bei Merkur Versicherung.

GRAZ. Christoph Stanzer übernahm die Bereichsleitung Marketing innerhalb der Merkur Versicherung und berichtet direkt an Vertriebsvorstand Markus Spellmeyer. Der gebürtige Steirer verfügt über knapp 15 Jahre Berufserfahrung im Marketing und Brandmanagement.

Nach seinem Studium Journalismus und Unternehmenskommunikation an der FH Jo-

anneum startete Stanzer seine Laufbahn bei der Grazer Agentur Scoop & Spoon. 2011 wechselte er in die Automobilindustrie und übernahm den Bereich Marketing & Communications Europe/Asia beim Allrad- und Getriebespezialisten Magna Powertrain. Zuletzt war er für die externen Kommunikationsaktivitäten beim Leiterplattenhersteller AT&S zuständig. (rk)



Der gebürtige Steirer Christoph Stanzer leitet nun das Merkur-Marketing.