

Frühjahr-Umfrage 2016

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Die Tabellen

A: Die Nutzung eines Smartphone oder Tablet zum mobilen Einkauf

Nutzung eines Smartphones zum mobilen Einkauf*

Bezugszeitraum: Frühjahr...	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nutzung	23%	32% (+9)	40% (+8)	57% (+17)	64% (+7)	69% (+5)
Keine Nutzung	77%	68% (-9)	60% (-8)	43% (-17)	36% (-7)	31% (-5)
Gesamt	100%					

* u. a. über Rechnung oder Kreditkarte, mobil bzw. direkt über den eigenen Netzanbieter, über mobile Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal oder über andere Wege. Die Fragestellung wurde für die Frühjahrsumfrage 2014 aktualisiert: Die Befragungspersonen werden nun explizit nach ihren Einkaufsgewohnheiten mit Smartphone und Tablet gefragt.

Die Fragestellung: Wenn Sie schon einmal mit Ihrem Smartphone oder mit Ihrem Tablet eingekauft haben, auf welchem Wege haben Sie dann Ihren Einkauf bezahlt? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an! Die Antwortmöglichkeiten: Ich habe meine Rechnung traditionell, also mittels Rechnung oder Kreditkarte, bezahlt. | Ich habe meine Rechnung direkt über meinen eigenen Netzanbieter bezahlt. | Ich habe meine Rechnung über Payment Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlt. | Ich habe meinen mobilen Einkauf auf anderem Wege bezahlt. (Offene Antwortmöglichkeit) | Ich habe noch nie mit meinem Smartphone oder Tablet mobil eingekauft.

Lesebeispiel: Rund 69 Prozent der Befragten geben im Frühjahr 2016 an, beim mobilen Einkauf ein Smartphone oder ein Tablet genutzt und damit bezahlt zu haben. Der Nutzeranteil hat sich im Vergleich zur letzten Frühjahr-Umfrage im April 2015 nochmals um rund 5 Prozentpunkte erhöht (Frühjahr 2015: 64 Prozent). Nutzte im Frühjahr 2011 nur etwa jeder vierte Smartphone-Besitzer sein Gerät zum mobilen Einkauf (Frühjahr 2011: 23 Prozent), tun dies im Frühjahr 2015 bereits sieben von zehn Smartphone- und Tablet-Besitzern.

Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf nach soziodemographischen Kennzeichen

Nutzung eines Smartphone zum mobilen Einkauf nach soziodemographischen Kennzeichen*

Bezugszeitraum: Frühjahr...	Nutzungsquoten (Abweichungen zum Vorjahr in Prozentpunkten)										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016					
Gesamt	23,4%	31,7%	+8,3	39,5%	+7,8	57,4%	+17,9	64,3%	+6,9	68,6%	+4,3
Geschlecht											
Männer	26,0%	36,9%	+10,9	43,0%	+6,1	58,6%	+15,6	67,4%	+8,8	69,9%	+2,5
Frauen	20,8%	26,7%	+5,9	35,9%	+9,2	56,2%	+20,3	61,3%	+5,1	67,2%	+5,9
Altersgruppen											
18 bis 39 Jahre	28,7%	45,1%	+16,4	55,6%	+10,5	73,9%	+18,3	80,0%	+6,1	83,7%	+3,7
40 Jahre und älter	20,0%	23,0%	+3,0	29,4%	+6,4	47,6%	+18,2	53,9%	+6,3	59,0%	+5,1
Nettoeinkommen**											
Geringverdiener	21,6%	32,4%	+10,8	31,7%	-0,7	50,7%	+19,0	60,3%	+9,5	64,7%	+4,4
Normalverdiener	25,8%	29,7%	+3,9	39,8%	+10,1	54,6%	+14,8	63,2%	+8,5	68,9%	+5,8
Gutverdiener	23,7%	33,6%	+9,9	47,5%	+13,9	67,5%	+20,0	69,9%	+2,4	72,5%	+2,6

* u. a. über Rechnung oder Kreditkarte, mobil bzw. direkt über den eigenen Netzanbieter, über mobile Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal oder über andere Wege. Die Fragestellung wurde für die Frühjahrsumfrage 2014 aktualisiert: Die Befragungspersonen werden nun explizit nach ihren Einkaufsgewohnheiten mit Smartphone und Tablet gefragt.

** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 - 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro). Anmerkung: Die **blau hervorgehobenen Werte** liegen über den jeweiligen Bezugs- bzw. Spaltenwerten.

Lesebeispiel: Rund 69 Prozent der Befragten geben im Frühjahr 2016 an, beim mobilen Einkauf ein Smartphone oder ein Tablet genutzt und damit bezahlt zu haben. Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Nutzer-Anteil von Frauen (67,2 Prozent; + 5,9 Punkte) ebenso wie der Anteil von eher älteren Personen (über 40 Jahre: 59,0 Prozent; + 5,1 Punkte) sowie von Normalverdienern (68,9 Prozent; + 5,8 Punkte) überdurchschnittlich zu.

Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*

Basisdaten	Nutzungsquoten (Abweichungen in Prozentpunkten)										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016					
Bezugszeitraum: Frühjahr...	2011	2012	2013	2014	2015	2016					
Gesamt	23,4%	31,7%	+8,2	39,5%	+7,8	57,4%	+17,9	64,3%	+7,0	68,6%	+4,2
Geschlecht											
Männer	26,0%	36,9%	+10,9	43,0%	+6,1	58,6%	+15,6	67,4%	+8,8	69,9%	+2,5
Frauen	20,8%	26,7%	+5,9	35,9%	+9,2	56,2%	+20,3	61,3%	+5,1	67,2%	+5,9
Altersgruppen											
18 bis 29 Jahre	29,2%	49,2%	+20,0	56,6%	+7,4	76,5%	+19,9	82,5%	+6,0	83,0%	+0,5
30 bis 39 Jahre	28,1%	41,0%	+12,9	54,4%	+13,4	71,0%	+16,6	77,3%	+6,3	84,4%	+7,1
40 bis 49 Jahre	23,0%	25,2%	+2,2	36,5%	+11,3	60,5%	+24,0	63,4%	+2,9	68,4%	+5,0
50 bis 59 Jahre	17,0%	25,7%	+8,7	27,2%	+1,5	45,4%	+18,2	54,5%	+9,2	57,5%	+3,0
60 bis 69 Jahre	19,0%	16,1%	-2,9	21,2%	+5,1	31,8%	+10,6	39,9%	+8,0	46,2%	+6,3
Altersgruppen											
18 bis 39 Jahre	28,7%	45,1%	+16,4	55,6%	+10,5	73,9%	+18,3	80,0%	+6,1	83,7%	+3,6
40 Jahre und älter	20,0%	23,0%	+3,0	29,4%	+6,4	47,6%	+18,2	53,9%	+6,3	59,0%	+5,1
Beruflicher Status											
Vollzeitarbeit	28,6%	33,1%	+4,5	47,3%	+14,2	64,6%	+17,3	71,3%	+6,7	76,9%	+5,6
Teilzeitarbeit	18,0%	35,0%	+17,0	36,3%	+1,3	60,6%	+24,3	62,6%	+1,9	67,1%	+4,6
Arbeitslos	20,0%	25,5%	+5,5	32,3%	+6,8	40,6%	+8,3	48,3%	+7,7	55,4%	+7,1
Rentner/-in	16,1%	17,9%	+1,8	17,0%	-0,9	28,3%	+11,3	42,0%	+13,8	47,9%	+5,8
Hausfrau / -mann	7,2%	19,2%	+12,0	26,4%	+7,2	52,6%	+26,2	60,9%	+8,3	57,6%	-3,4
Student / Schüler	27,6%	48,5%	+20,9	49,5%	+1,0	69,9%	+20,4	80,6%	+10,7	77,6%	-3,0
Ausbildungsniveau											
Geringes Bildungsniveau	21,4%	27,1%	+5,7	34,0%	+6,9	54,7%	+20,7	58,5%	+3,8	64,4%	+5,9
Gehobenes Bildungsniveau	25,7%	37,3%	+11,6	45,0%	+7,7	60,4%	+15,4	69,2%	+8,8	73,8%	+4,6
Haushaltsgröße											
1-Personen-HH	21,7%	28,6%	+6,9	31,8%	+3,2	39,0%	+7,2	58,2%	+19,2	63,2%	+5,1
2-3-Personen-HH	24,1%	31,6%	+7,5	40,2%	+8,6	61,2%	+21,0	66,0%	+4,8	68,9%	+2,9
4-und-mehr-Personen-HH	23,7%	35,1%	+11,4	48,9%	+13,8	71,1%	+22,2	68,5%	-2,6	74,5%	+6,1
Nettoeinkommen											
Unter 1.000 €	20,7%	32,2%	+11,5	30,9%	-1,3	49,7%	+18,8	57,9%	+8,1	63,9%	+6,0
1.000 bis unter 1.500 €	22,6%	32,5%	+9,9	32,4%	-0,1	51,9%	+19,5	63,2%	+11,3	65,5%	+2,3
1.500 bis unter 2.000 €	24,3%	26,8%	+2,5	34,6%	+7,8	55,8%	+21,2	63,8%	+8,0	66,4%	+2,7
2.000 bis unter 2.500 €	27,1%	32,0%	+4,9	44,4%	+12,4	53,4%	+9,0	62,7%	+9,2	70,9%	+8,3
2.500 bis unter 3.800 €	22,1%	34,3%	+12,2	46,6%	+12,3	65,6%	+19,0	65,2%	-0,4	71,3%	+6,1
3.800 € und mehr	27,2%	32,5%	+5,3	48,9%	+16,4	71,0%	+22,1	74,9%	+3,9	74,4%	-0,4
Nettoeinkommen**											
Geringverdiener	21,6%	32,4%	+10,8	31,7%	-0,7	50,7%	+19,0	60,3%	+9,5	64,7%	+4,4
Normalverdiener	25,8%	29,7%	+3,9	39,8%	+10,1	54,6%	+14,8	63,2%	+8,5	68,9%	+5,8
Gutverdiener	23,7%	33,6%	+9,9	47,5%	+13,9	67,5%	+20,0	69,9%	+2,4	72,5%	+2,6
Kinder im Haushalt											
Kein Kind	23,6%	30,7%	+7,1	36,3%	+5,6	51,8%	+15,5	60,7%	+8,9	66,4%	+5,7
Kinder	23,1%	33,8%	+10,7	48,4%	+14,6	72,7%	+24,3	74,4%	+1,6	73,9%	-0,5
Partnerstatus											
Verheiratet	20,2%	28,3%	+8,1	38,5%	+10,2	57,5%	+19,0	63,2%	+5,7	63,9%	+0,7
In Partnerschaft	31,4%	41,2%	+9,8	47,2%	+6,0	70,4%	+23,2	74,0%	+3,6	80,6%	+6,6
Geschieden / verwitwet	20,9%	17,7%	-3,2	27,2%	+9,5	39,5%	+12,3	43,2%	+3,6	63,1%	+20,0
Single	21,9%	38,4%	+16,5	39,8%	+1,4	54,6%	+14,8	69,0%	+14,4	66,8%	-2,2
Aktuelle Kreditnutzung											
Keine Kreditnutzung	19,4%	28,9%	+9,5	35,8%	+6,9	50,3%	+14,5	53,9%	+3,6	59,5%	+5,5
Kreditnutzung	25,7%	33,4%	+7,7	42,1%	+8,7	62,1%	+20,0	70,8%	+8,7	73,7%	+2,8

Basisdaten	Nutzungsquoten (Abweichungen in Prozentpunkten)										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016					
Bezugszeitraum: Frühjahr...											
Gesamt	23,4%	31,7%	+8,2	39,5%	+7,8	57,4%	+17,9	64,3%	+7,0	68,6%	+4,2
Anschaffungsbereitschaft											
Keine Kredit-Konsumwünsche	16,7%	24,0%	+7,2	31,9%	+7,9	50,0%	+18,1	58,9%	+8,9	59,8%	+0,9
Kredit-Konsumwünsche	41,1%	49,8%	+8,8	55,4%	+5,6	73,2%	+17,8	81,7%	+8,4	83,2%	+1,6
Sparneigung											
Sparer	25,1%	34,1%	+9,0	43,2%	+9,1	62,1%	+18,9	66,3%	+4,1	70,8%	+4,6
Nicht-Sparer	20,4%	27,1%	+6,7	31,7%	+4,6	49,0%	+17,3	61,4%	+12,4	65,8%	+4,4
Aktuelle wirtschaftliche Lage											
Der Zufriedene	29,8%	36,1%	+6,3	46,8%	+10,7	65,7%	+18,9	68,2%	+2,5	73,5%	+5,3
Der Ambivalente	21,2%	30,5%	+9,3	38,6%	+8,1	56,6%	+18,0	63,6%	+6,9	69,3%	+5,8
Der Unzufriedene	20,2%	28,7%	+8,5	28,5%	-0,2	45,5%	+17,0	58,7%	+13,2	60,9%	+2,2
Ost-/Westdeutschland											
Westdeutschland (einschl. Berlin)				39,9%	-	56,8%	+16,9	65,2%	+8,3	68,3%	+3,2
Ostdeutschland				37,2%	-	60,0%	+22,8	60,1%	+0,1	69,8%	+9,7

* u. a. über Rechnung oder Kreditkarte, mobil bzw. direkt über den eigenen Netzanbieter, über mobile Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal oder über andere Wege. Die Fragestellung wurde für die Frühjahrsumfrage 2014 aktualisiert: Die Befragungspersonen werden nun explizit nach ihren Einkaufsgewohnheiten mit Smartphone und Tablet gefragt.

** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 - 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

Anmerkung: Die **blau hervorgehobenen Werte** liegen über den jeweiligen Bezugs- bzw. Spaltenwerten.

Die Fragestellung: Wenn Sie schon einmal mit Ihrem Smartphone oder mit Ihrem Tablet eingekauft haben, auf welchem Wege haben Sie dann Ihren Einkauf bezahlt? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an! Die Antwortmöglichkeiten: Ich habe meine Rechnung traditionell, also mittels Rechnung oder Kreditkarte, bezahlt. | Ich habe meine Rechnung direkt über meinen eigenen Netzanbieter bezahlt. | Ich habe meine Rechnung über Payment Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlt. | Ich habe meinen mobilen Einkauf auf anderem Wege bezahlt. (Offene Antwortmöglichkeit) | Ich habe noch nie mit meinem Smartphone mobil eingekauft. (Aggregierte Werte)

Lesebeispiel: Rund 69 Prozent der Befragten geben im Frühjahr 2016 an, beim mobilen Einkauf ein Smartphone oder ein Tablet genutzt und damit bezahlt zu haben. Der Nutzeranteil hat sich im Vergleich zur letzten Frühjahr-Umfrage im April 2015 nochmals um rund 5 Prozentpunkte erhöht (Frühjahr 2015: 64 Prozent). Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Nutzer-Anteil von Frauen (67,2 Prozent; + 5,9 Punkte) ebenso wie der Anteil von eher älteren Personen (über 40 Jahre: 59,0 Prozent; + 5,1 Punkte) sowie von Normalverdienern (68,9 Prozent; + 5,8 Punkte) überdurchschnittlich zu.

B: Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Bezugszeitraum: Frühjahr...	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Zahlung über Mobile-Payment-Dienstleister*	38%	41% (+3)	44% (+3)	50% (+6)	48% (-2)	51% (+3)
Traditionelle Zahlweisen**	45%	43% (-2)	42% (-1)	37% (-5)	38% (+1)	38% (±0)
Zahlung über den eigenen Netzanbieter	16%	15% (-1)	12% (-3)	11% (-1)	12% (+1)	10% (-2)
Andere Wege	2%	2% (±0)	2% (±0)	2% (±0)	2% (±0)	1% (-1)
Gesamt	100%					

* wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

** über Rechnung oder Kreditkarte.

Lesebeispiel: Mittlerweile gibt mehr als jeder zweite Befragte im Frühjahr 2016 an, beim Einkauf mit dem Smartphone oder dem Tablet bei der Bezahlung „Mobile-Payment-Dienstleister“ wie sofortüberweisung.de oder PayPal genutzt zu haben (51 Prozent). Der Anteil dieser Bezahlfom hat im Vergleich zur letzten Frühjahr-Umfrage (April 2015) wieder merklich um rund drei Prozentpunkte vergrößert (Frühjahr 2015: 48 Prozent). Mobile-Payment-Dienstleister bleiben somit seit 2013 vor den „traditionellen Zahlweisen“ die meistgenutzte Bezahlfom. Die Nutzung der letztgenannten stagniert (38 Prozent; ± 0 Punkte), die Zahlungsformen „über den eigenen Netzanbieter“ (10 Prozent; - 2 Punkte) sowie „andere Wege“ (1 Prozent; - 1 Punkt) nehmen leicht ab.

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen

Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*

Bezugszeitraum: Frühjahr...	Mit traditionellen Zahlweisen**					Über eigene Netzanbieter					Mit Payment-Dienstleistern***				
	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.
Gesamt	42,0%	37,2%	38,3	38,0%	-0,2	11,5%	11,2%	12,3%	10,5%	-1,8	44,1%	49,7%	47,7%	50,6%	+2,9
Geschlecht															
Männer	41,4%	36,2%	37,8%	34,7%	-3,1	10,1%	13,0%	13,1%	12,5%	-0,7	46,8%	49,2%	47,7%	52,0%	+4,4
Frauen	42,9%	38,2%	38,8%	41,6%	+2,8	13,3%	9,3%	11,4%	8,4%	-3,0	40,8%	50,2%	47,8%	49,1%	+1,3
Altersgruppen															
18 bis 39 Jahre	39,6%	37,3%	35,9%	35,8%	-0,1	12,3%	11,2%	14,6%	10,4%	-4,3	44,7%	48,8%	48,0%	53,3%	+5,3
40 Jahre und älter	44,9%	37,1%	40,5%	40,1%	-0,4	10,6%	11,2%	10,1%	10,6%	+0,5	43,4%	50,5%	47,5%	48,3%	+0,8
Nettoeinkommen****															
Geringverdiener	39,5%	33,3%	34,7%	32,1%	-2,6	15,8%	11,5%	15,5%	13,7%	-1,8	40,4%	52,9%	47,6%	53,4%	+5,8
Normalverdiener	35,8%	38,7%	38,2%	39,2%	+1,0	12,7%	11,9%	11,6%	11,3%	-0,4	49,3%	47,4%	47,8%	48,2%	+0,4
Gutverdiener	48,3%	38,7%	42,4%	42,6%	+0,1	8,3%	10,6%	9,7%	6,4%	-3,3	42,2%	48,9%	47,5%	50,6%	+3,1

* Bezug: Nutzung des Smartphones beim Einkauf, ohne „Andere Wege“.

** über Rechnung oder Kreditkarte.

*** wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

**** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 €); Normalverdiener (1.501 - 2.500 €); Gutverdiener (> 2.500 €)

Anmerkung: Die **blau hervorgehobenen Werte** liegen über den jeweiligen Bezugs- bzw. Spaltenwerten.

Lesebeispiel: Mittlerweile gibt mehr als jeder zweite Befragte im Frühjahr 2016 an, beim Einkauf mit dem Smartphone oder dem Tablet bei der Bezahlung „Mobile-Payment-Dienstleister“ wie sofortüberweisung.de oder PayPal genutzt zu haben (51 Prozent). Der Anteil dieser Bezahlfom hat im Vergleich zur letzten Frühjahr-Umfrage wieder merklich um rund drei Prozentpunkte vergrößert (Frühjahr 2015: 48 Prozent). Der Anteil männlicher Nutzer, die über Mobile-Payment-Dienstleister ihre Einkäufe zahlen (52,0 Prozent; + 4,4 Punkte), nahm ebenso wie die der eher jüngeren Verbraucher (18 bis 39 Jahre: 53,3 Prozent; + 5,3 Punkte) und der „Geringverdiener“ (bis 1.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen (53,4 Punkte; + 5,8 Punkte) im Vergleich zum letzten Jahr überdurchschnittlich zu. Zugleich nahm die Nutzung der traditionellen Zahlformen bei Männern (34,7 Punkte; - 3,1 Punkte) und Geringverdienem (32,1 Punkte; - 2,6 Punkte) überdurchschnittlich ab.

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*

Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*															
Bezugszeitraum: Frühjahr...	Mit traditionellen Zahlweisen**					Über eigene Netzanbieter					Mit Payment-Dienstleistern***				
	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.
Gesamt	42,0%	37,2%	38,3%	38,0%	-0,2	11,5%	11,2%	12,3%	10,5%	-1,8	44,1%	49,7%	47,7%	50,6%	+2,9
Geschlecht															
Männer	41,4%	36,2%	37,8%	34,7%	-3,1	10,1%	13,0%	13,1%	12,5%	-0,7	46,8%	49,2%	47,7%	52,0%	+4,4
Frauen	42,9%	38,2%	38,8%	41,6%	+2,8	13,3%	9,3%	11,4%	8,4%	-3,0	40,8%	50,2%	47,8%	49,1%	+1,3
Altersgruppen															
18 bis 29 Jahre	37,2%	38,0%	37,1%	31,8%	-5,3	13,2%	9,2%	13,9%	9,7%	-4,2	44,2%	50,3%	47,4%	57,4%	+10,0
30 bis 39 Jahre	42,5%	36,4%	34,5%	40,1%	+5,6	11,3%	13,6%	15,5%	11,1%	-4,4	45,3%	47,0%	48,7%	48,8%	+0,1
40 bis 49 Jahre	49,5%	35,9%	35,8%	39,2%	+3,4	9,1%	12,8%	10,0%	10,5%	+0,6	40,4%	50,6%	53,5%	48,5%	-5,0
50 bis 59 Jahre	36,1%	38,0%	43,4%	36,6%	-6,8	16,4%	7,4%	8,7%	11,2%	+2,5	45,9%	53,7%	46,4%	52,2%	+5,8
60 bis 69 Jahre	47,4%	38,6%	47,0%	48,6%	+1,6	5,3%	14,0%	12,4%	9,7%	-2,7	47,4%	43,9%	35,7%	40,3%	+4,6
Altersgruppen															
18 bis 39 Jahre	39,6%	37,3%	35,9%	35,8%	-0,1	12,3%	11,2%	14,6%	10,4%	-4,3	44,7%	48,8%	48,0%	53,3%	+5,3
40 Jahre und älter	44,9%	37,1%	40,5%	40,1%	-0,5	10,6%	11,2%	10,1%	10,6%	+0,5	43,4%	50,5%	47,5%	48,3%	+0,8
beruflicher Status															
Vollzeitarbeit	44,4%	37,8%	38,6%	37,9%	-0,7	9,2%	12,4%	12,5%	10,6%	-1,8	44,8%	48,1%	47,9%	50,4%	+2,5
Teilzeitarbeit	38,7%	33,3%	37,2%	39,0%	+1,8	19,4%	7,9%	10,9%	9,9%	-1,0	40,3%	56,1%	49,4%	50,4%	+1,0
Arbeitslos	45,0%	34,6%	25,9%	30,6%	+4,6	15,0%	15,4%	20,4%	13,9%	-6,5	30,0%	50,0%	49,1%	55,6%	+6,5
Rentner-/in	36,0%	41,0%	45,1%	43,3%	-1,8	4,0%	12,8%	11,7%	10,4%	-1,3	56,0%	41,0%	40,1%	46,3%	+6,1
Hausfrau / -mann	52,6%	42,5%	32,5%	52,6%	+20,1	5,3%	7,5%	13,3%	10,5%	-2,7	42,1%	50,0%	54,2%	36,8%	-17,4
Student / Schüler	30,4%	36,2%	41,7%	27,3%	-14,4	19,6%	10,3%	9,0%	9,1%	±0,0	45,7%	51,7%	47,7%	62,1%	+14,4
Ausbildungsstatus															
Geringes Bildungsniveau	39,6%	34,4%	32,7%	36,6%	+3,9	11,8%	12,5%	14,4%	12,1%	-2,3	46,0%	51,1%	50,4%	50,5%	+0,1
Gehobenes Bildungsniveau	43,9%	40,0%	42,9%	39,7%	-3,3	11,4%	9,8%	10,5%	8,7%	-1,8	42,7%	48,2%	45,5%	50,7%	+5,2
Haushaltsgröße															
1-Personen-HH	50,5%	35,6%	36,9%	35,5%	-1,4	7,7%	16,8%	14,5%	14,0%	-0,5	38,5%	45,5%	46,6%	50,6%	+3,9
2-3-Personen-HH	39,1%	39,3%	39,6%	41,8%	+2,2	11,9%	10,1%	12,1%	8,8%	-3,3	46,2%	48,6%	46,6%	48,3%	+1,7
4-und-mehr-Personen-HH	41,6%	31,4%	36,0%	31,6%	-4,3	14,6%	10,2%	10,1%	10,8%	±0,7	43,8%	56,8%	52,7%	56,3%	+3,6
Nettoeinkommen															
Unter 1.000 €	45,5%	33,3%	35,2%	28,7%	-6,5	14,5%	12,2%	15,5%	10,7%	-4,9	34,5%	51,1%	46,9%	59,0%	+12,1
1.000 bis unter 1.500 €	33,9%	33,3%	34,2%	35,4%	+1,2	16,9%	10,7%	15,4%	16,5%	+1,1	45,8%	54,8%	48,3%	48,0%	-0,3
1.500 bis unter 2.000 €	34,5%	39,6%	38,8%	36,8%	-2,0	12,7%	8,9%	11,5%	13,7%	+2,1	49,1%	50,5%	46,5%	47,4%	+0,8
2.000 bis unter 2.500 €	36,7%	37,6%	37,5%	40,9%	+3,4	12,7%	15,1%	11,7%	9,4%	-2,2	49,4%	44,1%	49,2%	48,8%	-0,4
2.500 bis unter 3.800 €	44,1%	37,4%	38,5%	43,2%	+4,7	9,9%	12,9%	9,6%	6,5%	-3,1	44,1%	47,6%	51,5%	50,4%	-1,2
3.800 € und mehr	55,1%	40,9%	46,6%	41,7%	-4,9	5,8%	6,8%	9,7%	6,3%	-3,5	39,1%	51,1%	43,3%	51,0%	+7,7
Nettoeinkommen****															
Geringverdiener	39,5%	33,3%	34,7%	32,1%	-2,6	15,8%	11,5%	15,5%	13,7%	-1,8	40,4%	52,9%	47,6%	53,4%	+5,8
Normalverdiener	35,8%	38,7%	38,2%	39,2%	+1,0	12,7%	11,9%	11,6%	11,3%	-0,4	49,3%	47,4%	47,8%	48,2%	+0,4
Gutverdiener	48,3%	38,7%	42,4%	42,6%	+0,1	8,3%	10,6%	9,7%	6,4%	-3,3	42,2%	48,9%	47,5%	50,6%	+3,1
Kinder im Haushalt															
Kein Kind	42,4%	40,0%	39,3%	39,3%	±0,0	10,8%	12,0%	12,7%	9,5%	-3,2	44,1%	46,3%	46,7%	50,2%	+3,5
Kinder	41,3%	31,7%	36,2%	35,3%	-0,9	13,0%	9,6%	11,5%	12,7%	+1,2	44,2%	56,3%	49,9%	51,6%	+1,7
Partnerstatus															
Verheiratet	42,4%	36,5%	40,3%	40,3%	±0,0	12,4%	11,1%	10,9%	9,5%	-1,3	45,2%	50,9%	47,1%	49,1%	+2,0
In Partnerschaft	41,6%	37,6%	38,0%	40,2%	+2,2	10,4%	9,6%	11,9%	11,3%	-0,6	44,0%	51,0%	48,6%	47,5%	-1,0
Geschieden / verwitwet	40,5%	31,4%	34,0%	36,4%	+2,4	16,2%	17,6%	12,8%	6,5%	-6,3	40,5%	51,0%	49,4%	55,8%	+6,5
Single	42,6%	40,1%	37,1%	32,3%	-4,9	9,6%	10,9%	14,7%	13,0%	-1,7	43,6%	45,3%	47,2%	54,7%	+7,5

Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*

Bezugszeitraum: Frühjahr...	Mit traditionellen Zahlweisen**					Über eigene Netzanbieter					Mit Payment-Dienstleistern***				
	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.	2013	2014	2015	2016	Abw.
Gesamt	42,0%	37,2%	38,3%	38,0%	-0,2	11,5%	11,2%	12,3%	10,5%	-1,8	44,1%	49,7%	47,7%	50,6%	+2,9
Aktuelle Kreditnutzung															
Keine Kreditnutzung	41,8%	38,5%	35,1%	38,6%	+3,5	9,1%	10,6%	13,6%	10,3%	-3,2	45,5%	50,0%	48,6%	50,2%	+1,6
Kreditnutzung	42,2%	36,4%	39,9%	37,8%	-2,1	13,1%	11,6%	11,7%	10,6%	-1,1	43,3%	49,5%	47,3%	50,8%	+3,5
Anschaffungsbereitschaft															
Keine Kredit-Konsumwünsche	39,1%	38,4%	39,2%	35,5%	-3,8	10,1%	10,4%	11,0%	9,4%	-1,6	47,9%	49,6%	47,8%	53,8%	+6,0
Kredit-Konsumwünsche	45,6%	35,3%	36,5%	41,2%	+4,7	13,3%	12,4%	14,8%	11,8%	-3,1	39,5%	49,8%	47,6%	46,7%	-0,9
Sparneigung															
Sparer	42,9%	38,1%	39,7%	39,5%	-0,2	11,3%	10,8%	11,5%	11,4%	-0,1	43,9%	49,2%	47,6%	48,5%	+0,9
Nicht-Sparer	39,4%	34,3%	35,6%	34,8%	-0,8	12,8%	11,2%	13,3%	8,6%	-4,7	44,0%	52,1%	48,5%	55,3%	+6,8
aktuelle wirtschaftliche Lage															
Der Zufriedene	43,5%	40,4%	42,5%	42,8%	+0,3	11,9%	10,1%	13,9%	8,7%	-5,3	44,0%	48,2%	43,0%	48,6%	+5,5
Der Ambivalente	41,3%	35,2%	38,4%	36,1%	-2,3	11,2%	11,4%	10,9%	11,3%	+0,5	44,2%	51,4%	49,2%	50,9%	+1,7
Der Unzufriedene	40,4%	36,1%	30,3%	35,8%	+5,5	12,3%	12,4%	12,6%	11,2%	-1,4	43,9%	48,5%	53,0%	53,0%	±0,0
Ost/West															
Westdeutschland (einschl. Berlin)	41,4%	34,6%	39,7%	37,0%	-2,7	12,3%	11,0%	11,9%	9,7%	-2,2	43,6%	52,2%	46,9%	52,4%	+5,6
Ostdeutschland	45,6%	49,1%	34,5%	43,3%	+8,8	7,4%	12,0%	13,4%	14,2%	+0,8	47,1%	38,0%	50,1%	41,7%	-8,4

* Bezug: Nutzung des Smartphones beim Einkauf; ohne „Andere Wege“.

** über Rechnung oder Kreditkarte,

*** wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

**** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 - 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

Anmerkung: Die **blau hervorgehobenen Werte** liegen über den jeweiligen Bezugs- bzw. Spaltenwerten.

Lesebeispiel: Mittlerweile gibt mehr als jeder zweite Befragte im Frühjahr 2016 an, beim Einkauf mit dem Smartphone oder dem Tablet bei der Bezahlung „Mobile-Payment-Dienstleister“ wie sofortüberweisung.de oder PayPal genutzt zu haben (51 Prozent). Der Anteil dieser Bezahlfom hat im Vergleich zur letzten Frühjahr-Umfrage wieder merklich um rund drei Prozentpunkte vergrößert (Frühjahr 2015: 48 Prozent). Der Anteil männlicher Nutzer, die über Mobile-Payment-Dienstleister ihre Einkäufe zahlen (52,0 Prozent; + 4,4 Punkte), nahm ebenso wie die der eher jüngeren Verbraucher (18 bis 39 Jahre: 53,3 Prozent; + 5,3 Punkte) und der „Geringverdiener“ (bis 1.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen (53,4 Punkte; + 5,8 Punkte) im Vergleich zum letzten Jahr überdurchschnittlich zu. Zugleich nahm die Nutzung der traditionellen Zahlformen bei Männern (34,7 Punkte; - 3,1 Punkte) und Geringverdienern (32,1 Punkte; - 2,6 Punkte) überdurchschnittlich ab.