

**PRESSEMITTEILUNG**

26. Mai 2020

## **Umfrage: Seit COVID-19 nutzen die Deutschen digitale Kanäle wie nie zuvor**

- Neun von zehn Konsumenten nutzen seit Ausbruch der COVID-19-Krise digitale Dienste wie Online Banking oder Lebensmitteleinkauf
- 75% der Erstanwender werden digitale Kanäle auch nach der Krise weaternutzen
- Über 65-Jährige verdoppeln ihr Nutzungsverhalten

DÜSSELDORF. Deutschland digitalisiert sich nachhaltig. Seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie nutzen neun von zehn Konsumenten digitale Dienste, Medien und Kanäle. Gaben vor der Krise 61% an, dass sie mindestens einen digitalen Service wie Online-Banking oder Online-Einkauf nutzen, liegt der Wert nun bei 89%. Dies entspricht einer Steigerung um 28 Prozentpunkte. Die zunehmende Digitalisierung erfasst alle Altersgruppen: Ist das Wachstum in der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen erwartungsgemäß am höchsten (156%), hat sich der Wert auch bei den über 65-jährigen mehr als verdoppelt (107%).

Dies sind zentrale Ergebnisse des "Digital Sentiment Survey", einer repräsentativen Umfrage von McKinsey & Company, an der zwischen dem 4. und 10. Mai über 1.200 Konsumenten (18-85 Jahre) aus Deutschland teilnahmen. Untersucht wurde, wie sich das digitale Nutzungsverhalten seit Ausbruch der Pandemie verändert hat, wie zufrieden die Konsumenten mit den Diensten sind und wie dauerhaft etwaige Verhaltensänderungen sein werden.

"Die deutsche Bevölkerung vollzieht gerade eine riesige digitale Transformation. Mit den umfassenden Ergebnissen unserer Konsumentenbefragung können wir den Trend zur Digitalisierung unserer Gesellschaft nun mit Zahlen belegen", sagt Gérard Richter, Leiter von McKinsey Digital in Deutschland und Seniorpartner im Frankfurter Büro von McKinsey.

### **Verbraucher wollen auch in Zukunft digital bleiben**

Ob die Verbraucher digitale Medien auch in einer neuen Normalität weiterhin intensiv nutzen oder zu ihren analogen Gewohnheiten zurückkehren werden, beantwortet die Umfrage ebenfalls: 75% der Erstanwender und 71% der Intensivanwender<sup>1</sup> werden digitale Kanäle auch nach den Pandemiemaßnahmen weiter nutzen – mit gleicher Frequenz. Entsprechend hoch ist die Zufriedenheit der Erstanwender: 88% sind zufrieden oder sehr zufrieden mit den digitalen Angeboten. "Unternehmen und der öffentliche Sektor sollten die aktuelle Hinwendung der Bevölkerung zum Digitalen nutzen. Jetzt können Innovationssprünge vollzogen werden, die sonst deutlich mehr Umsetzungszeit beansprucht hätten", sagt McKinsey-Partner Gérard Richter.

<sup>1</sup> Nutzer, die sechs oder mehr digitale Dienste und Kanäle nutzen.

Diejenigen, die keine digitalen Lösungen nutzen, haben entweder keinen Bedarf (63%) oder sie entscheiden sich aus folgenden Gründen dagegen: bevorzugte Nutzung von Call Centern (41%), Schwierigkeiten beim Umgang mit digitalen Angeboten (23%), fehlendes Vertrauen in die Online-Kanäle (20%) oder mangelnde Verfügbarkeit des Dienstes (16%). Überdurchschnittlich oft Vertrauensprobleme haben die Befragten gegenüber Banking-Diensten (30%) und Social Media (28%). Rund 80% der Nutzer, die digitalen Kanälen nicht vertrauen, sorgen sich hauptsächlich um ihre persönlichen Daten und die Sicherheit der jeweiligen Dienste und Kanäle. Datenschutzbedenken sind mit durchschnittlich 45% der größte Hinderungsgrund. Furcht vor Cyber-Angriffen und Betrug fällt im Bankenbereich mit 49% besonders ins Gewicht.

Welches Wertschöpfungspotenzial digitale Kanäle für Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen haben, zeigt das Kaufverhalten der Erstnutzer: Mit 63% hat fast jeder zweite Erstnutzer digital auch Geld ausgegeben. Das Gros entfällt dabei auf die Bereiche Unterhaltung (23%), Kleidung (17%) und Lebensmittel (17%).

**Die gesamten Studienergebnisse zum Download:** <https://mck.co/2Xr1dnQ>

## Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 130 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

---

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Philipp Hühne, Telefon 0211 136-4486,  
E-Mail: [philipp\\_huehne@mckinsey.com](mailto:philipp_huehne@mckinsey.com)  
[www.mckinsey.de/news](http://www.mckinsey.de/news)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>