

# PAYLIFE-KUNDEN: STEIGENDER TREND BEI KREDITKARTEN-NUTZUNG DURCH CORONA-KRISE EINGEBREMST

- ▶ **Corona: Kreditkartenumsätze zwischen 16. März und 12. April um 45% geringer als im Vorjahr**
- ▶ **Anzahl der Kreditkarten-Transaktionen 2019 im Vergleich zu 2014 um 24% gestiegen**
- ▶ **2019: Österreicher nutzen im Schnitt alle fünf Tage ihre Kreditkarte, Männer häufiger als Frauen**
- ▶ **Shopping-Kings statt -Queens: Männer kaufen fleißiger ein, geben mehr aus als Frauen, auch online**

**WIEN, 20. April 2020** – Die Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus haben die Einkaufslust der Österreicher stark eingebremst – dies zeigt eine aktuelle Analyse der Kreditkartenzahlungen von PayLife-Kunden: Das Kreditkartentransaktionsvolumen von Privat- und Geschäftskunden war in den ersten vier Wochen seit Beginn der Ausgangsbeschränkungen (16. März 2020 bis 12. April 2020) um 45% geringer als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Nur leichte Einbußen verzeichnete hingegen der Online Handel: Von Mitte März 2020 bis Ostern wurde um nur 6% weniger Kartenumsatz erzielt als im Vorjahr.

## 2019: Rund ein Viertel mehr Kreditkarten-Transaktionen als 2014

Abseits der aktuellen Situation zeigt sich allerdings, dass die Kreditkarten-Umsätze und -Transaktionen bei PayLife-Kunden ansteigen, wie ein Vergleich der Jahre 2014 und 2019 zeigt. So gab es im Vorjahr um 24% mehr Transaktionen mit Kreditkarte als 2014. Einkaufen im World Wide Web wird dabei immer beliebter: Seit 2014 ist die Anzahl der Online-Kreditkarten-Transaktionen um 50% angewachsen, die Umsätze um 26%. 2014 fanden 49% aller Transaktionen in Online-Shops statt, 2019 waren es schon 59%. Demgegenüber wurde das Bargeldservice weniger nachgefragt: 2019 war die Anzahl an Transaktionen an Geldausgabegeräten mit Kreditkarte um ein Fünftel geringer als vor fünf Jahren. *„In den letzten Jahren hat sich die Kreditkarte immer mehr vom Fixstarter im Gepäck bei Auslandsreisen zum alltäglichen Zahlungsmittel entwickelt. Dafür verantwortlich ist auch der immer beliebter werdende Online-Handel, wo Kreditkarten zu den am häufigsten akzeptierten Zahlungsmitteln gehören“*, kommentiert **David O’Leary**, Vorstandsmitglied der BAWAG Group und ressortverantwortlich für BAWAG P.S.K. Retail & SME in Österreich.

## 2019: Ein Viertel aller Transaktionen im Zusammenhang mit Reisen

Die durchschnittliche Höhe pro Transaktion ging im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2014 zwar zurück (2014: 96 €; 2019: 79 €), dafür steigt die Anzahl der Zahlungen: Während 2014 noch im Schnitt 45 Mal mit Kreditkarte gezahlt wurde, waren es 2019 schon 74 Mal. Auch der Jahresumsatz pro Kreditkarte verzeichnete ein Plus von mehr als einem Drittel (35%). Vom Gesamtumsatz floss 2019 der größte Anteil in die Branchen „Reisen“ (25%), „Freizeit“ (16%) und „Bekleidung“ (10%). Zu Freizeit zählen unter anderem Ausgaben für Unterhaltungs- und Sportaktivitäten. Die höchsten Umsätze pro Zahlung wurden in den Branchen „Luxus“ (308 €) verzeichnet, wozu Ausgaben für Antiquitäten oder Schmuck gerechnet werden, gefolgt von „Reisen“ (284 €) und „Wohnen und Bauen“ (224 €). Übrigens zahlen die Österreicher in der warmen Jahreszeit die höchsten Beträge: Im Juni wird mit durchschnittlichen 81 € pro Transaktion am meisten ausgegeben, gefolgt von Juli, August und September mit 80 €.

## Branchen „Bekleidung“ und „Gesundheit“ bei Frauen höher im Kurs

Die Auswertung zeigt darüber hinaus auch Geschlechterunterschiede. Männer nützen das „Plastikgeld“ häufiger und geben mehr aus als Frauen. 57% aller PayLife-Kreditkarten waren 2019 im Besitz von Männern, 43% gehörten Frauen. 6 von 10 Kreditkarten-Transaktionen wurden im Vorjahr von Männern getätigt. Der Online Shopping-Umsatz von Männern war um mehr als die Hälfte (54%) höher als bei Frauen. Frauen gaben im Schnitt auch um 5 € weniger pro Transaktion aus (Frauen: 76 €; Männer: 81 €). Männer verwendeten 2019

mit durchschnittlich 78 Transaktionen ihre Kreditkarte zudem 9 Mal öfter als Frauen (67 Mal). Dafür ist der Anteil an den Ausgaben für „Bekleidung“ bei Frauen (16%) höher als bei Männern (6%). Dies trifft auch für Ausgaben in der Branche „Gesundheit“ zu, wozu Ärzte, Kosmetik und Wellness zählen: Der Anteil war bei Frauen mit 5% höher als bei Männern (2%). Demgegenüber war der Anteil am Gesamtumsatz bei Männern in den Branchen „Freizeit“ (17%; Frauen: 14%) und „Mobilität“ (10%; Frauen: 6%) höher. Zu letzterer werden Ausgaben für Treibstoff, Autovermietungen und Kfz-Reparaturen gezählt.

### Über die BAWAG Group

Die BAWAG Group AG ist die börsennotierte Holdinggesellschaft der BAWAG P.S.K. mit Sitz in Wien mit easybank, easyleasing und start:bausparkasse, der Südwestbank, BFL Leasing GmbH, Health Coevo AG und der start:bausparkasse in Deutschland sowie der Zahnärztekasse AG in der Schweiz. Mit 2,5 Millionen Kunden ist die BAWAG P.S.K. eine der größten Banken in Österreich und verfügt über eine landesweit bekannte Marke. Wir verfolgen ein einfaches und transparentes Geschäftsmodell, das auf niedriges Risiko, Effizienz sowie regional auf Österreich, Deutschland und entwickelte Märkte ausgerichtet ist. Wir betreuen Privat-, KMU- und Firmenkunden und bieten ihnen ein breites Sortiment an Spar-, Zahlungsverkehrs-, Kredit-, Leasing und Veranlagungsprodukten, Bausparen sowie Factoring und Versicherungen über verschiedene Online – und Offline-Vertriebswege an.

Kontakt:

---

Manfred Rapolter (Head of Communications, Pressesprecher)  
Tel: +43 (0) 5 99 05-31210  
E-Mail: [communications@bawaggroup.com](mailto:communications@bawaggroup.com)

Henriette Mußnig (Pressebeauftragte) & Doris Unterrainer (Communications Specialist)  
Tel: +43 (0) 5 99 05-32086  
E-Mail: [communications@bawaggroup.com](mailto:communications@bawaggroup.com)

Der Text der Pressemitteilung steht auch auf der Website der BAWAG Group zum Download zur Verfügung:  
<https://www.bawaggroup.com>