In. / Out. Trends 2026

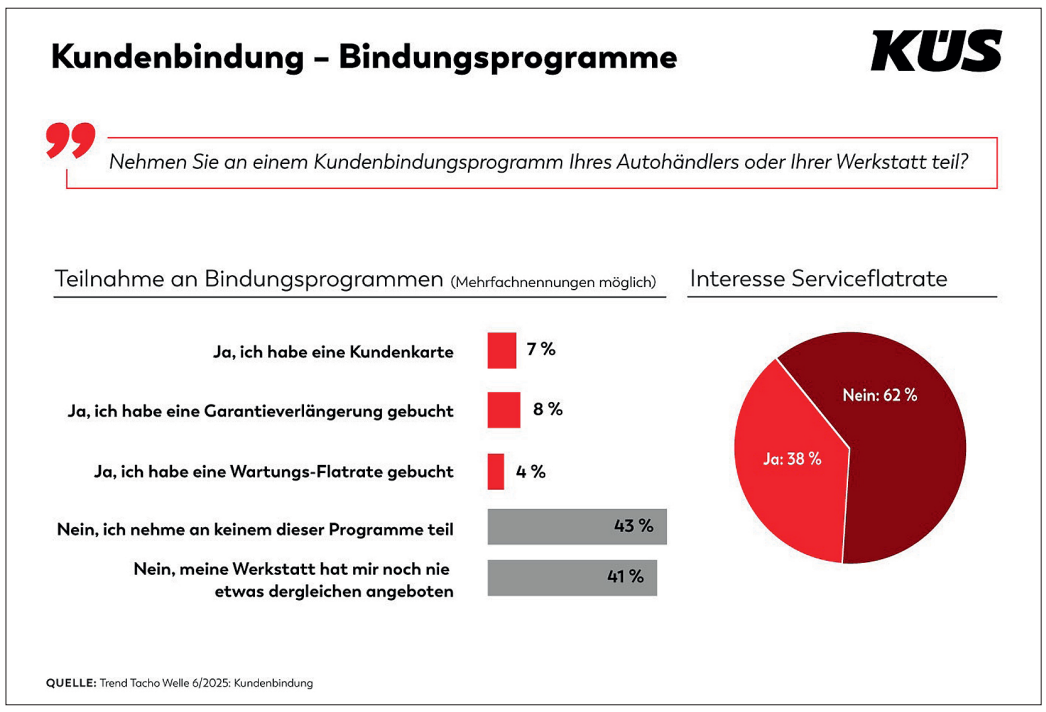
Geschäftsmodell mit Potenzial

Bei Telefon und Internet sind Flatrates ebenso selbstverständlich wie fürs Lieblings-Streaming oder das Fitnessstudio. Auch im öffentlichen Nahverkehr erfreuen sich Pauschalangebote großer Beliebtheit. Anders sieht es jedoch bei der individuellen Mobilität aus: Preisgünstige Pauschalangebote rund ums Auto haben sich bislang kaum durchgesetzt. Das zeigt eine Umfrage der KÜS.

Nur 38 Prozent der Befragten können sich vorstellen, eine monatliche Flatrate für die Wartung des Autos zu buchen - für 62 Prozent bleibt dieses Modell unattraktiv. Auch die Preisvorstellungen sind klar umrissen: Zwei Drittel (67 Prozent) würden maximal 50 Euro im Monat ausgeben, ein Viertel (24 Prozent) kann sich 100 Euro vorstellen.

Doch wie sieht die tatsächliche Nutzung aus? Nur vier Prozent der Befragten haben bereits eine Autoservice-Flatrate abgeschlossen, sieben Prozent besitzen eine Kundenkarte ihrer Werkstatt. Eine klassische Garantieverlängerung nutzen acht Prozent. Auffällig: Fast die Hälfte (43 Prozent) gibt an, keines der vorhandenen Angebote in Anspruch zu nehmen. Gleichzeitig zeigt die Umfrage auch Informationslücken auf - 41 Prozent wurden von ihrer Werkstatt noch nie auf einen vergünstigten Service im Sinne eines Pauschalangebots angesprochen.

„Flatrates sind aus vielen Bereichen unseres Alltags nicht mehr wegzudenken. Fürs eigene Auto sind sie noch wenig populär - das mag überraschen“, fasst KÜS-Hauptgeschäftsführer Peter Schuler zusammen.



Nur vier Prozent der Befragten haben bereits eine Autoservice-Flatrate abgeschlossen.

Powerpacks



Das Smartphone ist leer, Laptop und Tablet zeigen einen geringen Ladezustand und auch der Smartwatch und dem Bluetooth-Kopfhörer geht die Energie aus. Ist man unterwegs und keine Steckdose greifbar, ist das alles ein klarer Fall für eine Powerbank. Energienachschub wird meistens gebraucht, wenn man unterwegs und weit weg von jeder Steckdose ist. Das kann auf der Zugreise ebenso der Fall sein wie im Geschäftsmeeting mit Kollegen oder beim Wochenend-Ausflug der Familie. Mit 65, 150 oder 200 Watt bieten die drei neuen Powerpacks eines Herstellers genügend Strom, um beispielsweise ein energiehungriges Notebook zuverlässig zu versorgen oder auch, um an zwei USB-C und einer USB-A-Buchse bis zu drei Geräte gleichzeitig anzuschließen. Werkfoto: Hama

Superzoom

Diese Kamera möchte die perfekte Begleiterin für alle sein, die unterwegs keine Kompromisse eingehen wollen.

Mit ihrem leistungsstarken 30-fach optischen Zoom und bis zu 60-fachem iZoom gelingen beeindruckende Aufnahmen - von weiten Landschaften bis hin zu feinsten Details.

Das neue Modell ermöglicht hochwertige 4K-Videoaufnahmen mit 30p sowie schnelle 4K-Fotoreihen mit 30 Bildern pro Sekunde, um flüchtige Szenen präzise einzufangen. Außerdem bietet die Möglichkeit, HD-Hochgeschwindigkeitsvideos mit 120 Bildern pro Sekunde aufzunehmen, mehr kreative Spielräume für eindrucksvolle Zeitlupeneffekte.

Ein neigbarer Touchscreen mit 1,84 Millionen Bildpunkten ermöglicht flexible Perspektiven für kreative Bildkompositionen. Die USB-C-Ladefunktion sorgt für zuverlässige Energieversorgung - auch unterwegs.



Die praktische Superzoom-Kamera ist auch in stilvollem Weiß erhältlich. Werkfoto: Panasonic

ETFs - die neue Lust am Anlegen

Den Schritt an die Börsen wagen in Deutschland immer mehr Menschen: Während 2023 rund 27 Prozent der Verbraucher in Aktien und Fonds investierten, legen heute bereits 34 Prozent Geld in Wertpapieren an. Das ergibt eine aktuelle Umfrage im Auftrag einer Bank.

Maßgeblich für diese Entwicklung ist die steigende Beliebtheit von ETFs („Exchange Traded Funds“): Innerhalb von zwei Jahren stieg der Anteil der ETF-Anleger um 62 Prozent - von 13 Prozent auf 21 Prozent, so ein Umfrageergebnis. Im Gegensatz zu aktiv gemanagten Investmentfonds versuchen ETFs nicht, einen Markt zu übertreffen, sondern ihn möglichst genau abzubilden. Dies macht sie im Vergleich zu aktiv gemanagten Fonds unflexibler, aber kostengünstiger. Die Verwaltungs- und Transaktionskosten bei einem ETF sind deutlich geringer als bei einem Investmentfonds.

Grundsätzlich gilt: Wertpapieranlagen bergen Risiken, doch wer einige Regeln beachtet, kann diese deutlich reduzieren. „Je breiter ein ETF aufgestellt ist, desto geringer fällt das Risiko aus“, erklärt Finanzexperte Michael Koschatzki. Ein Beispiel ist der MSCI World Index, der die Entwicklung von rund 1.300 Unternehmen aus 23 Industrienationen umfasst. Zudem gilt: Geduld zahlt sich meist aus. „Eine Wertpapieranlage sollte stets langfristig ausgerichtet sein, damit mögliche Kursschwankungen ausgeglichen werden können - ein Anlagehorizont von zehn Jahren und mehr ist ideal“, rät Koschatzki.

Auf lange Sicht kann der Zinseszinseffekt die angelegte Summe erheblich wachsen lassen – vorausgesetzt, dass der Fonds schwarze Zahlen schreibt und der Anleger von den Gewinnen weitere Anteile des Indexfonds kauft. „Es gibt sowohl ETFs, die ihre jährlichen Gewinne automatisch wieder anlegen, als auch solche, die sie ausschütten. Für den langfristigen Vermögensaufbau eignet sich in der Regel die erste Variante, unter Fachleuten ‚thesaurierend‘ genannt“, so der Profi. Historisch erzielte der MSCI World im Durchschnitt 6,7 Prozent Rendite pro Jahr. Mit diesem durchschnittlichen Ertrag hätte man bei einem monatlichen Kauf von MSCI-World-Anteilen in Höhe von 100 Euro über einen Zeitraum von 15 Jahren ein Endkapital von 30.000 Euro erzielen können. Laut Umfrage liegt jeder dritte Sparer (38 Prozent) mit seiner Renditeerwartung zum Teil deutlich unter dem historischen Durchschnitt; jeder vierte (25 Prozent) kann die Rendite eines ETF-Sparplans gar nicht einschätzen. Anleger sollten bedenken, dass jede Anlage in Wertpapiere mit Risiken verbunden und eine vergangene Wertentwicklung kein Versprechen für die Zukunft ist.



Wertpapiere wandeln sich vom Spekulationsobjekt zur salonfähigen Anlage. Werkfoto: Postbank/Prostock-studio

Spezielle Apps

Von Rabatten über Guthaben bis hin zu Treuepunkten - viele Supermärkte bieten bereits eigene Apps für den Lebensmitteleinkauf an. Das findet breite Akzeptanz: Laut einer repräsentativen Befragung des Digitalverbands Bitkom unter 1.120 Internetnutzerinnen und -nutzern ab 16 Jahren verwenden zwei Drittel (67 Prozent) mindestens eine App von Lebensmittelhändlern. „Beim Lebensmitteleinkauf wollen Verbraucherinnen und Verbraucher Vorteile ohne Umwege.“ sagt Bitkom-Retail-Expertin Nastassja Hofmann. „Apps bündeln Rabatte und Coupons, speichern Belege, stellen Produktinformationen dar oder ermöglichen die Bezahlung direkt per App.“ Demnach gibt knapp jede und jeder Fünfte (21 Prozent) an, fünf oder mehr solcher speziellen Apps zum Lebensmitteleinkauf zu verwenden. Acht Prozent geben an, vier entsprechende Apps zu verwenden, zwölf Prozent nutzen drei Apps, 14 Prozent zwei Apps und bei zwölf Prozent kommt genau eine App beim Lebensmitteleinkauf zum Einsatz. Damit haben die Befragten im Durchschnitt vier entsprechende Apps auf ihrem Smartphone installiert.

Herstellernachweise: **Geschäftsmodell:** KÜS-Bundesgeschäftsstelle, Zur KÜS 1, 66679 Losheim am See, Tel.: 06872/9016-380; **Superzoom:** Panasonic Marketing Europe GmbH, Winsbergring 15, 22525 Hamburg, Tel.: 040/8549-0; **ETFs:** Postbank - eine Niederlassung der Deutsche Bank AG, Bundeskanzlerplatz 6, 53113 Bonn, Tel.: 0228/9200; **Powerpacks:** Hama GmbH & Co KG, Dresdner Str. 9, 86653 Monheim, Tel.: 09091/5020; **Spezielle:** Bitkom e.V., Albrechtstr. 10, 10117 Berlin, Tel.: 030/27576-0;
Redaktionelle Bearbeitung: AST