



girocard Kunden-Händler-Befragung

Gewohnte Muster beim Einkaufen, Kulturwandel beim Bezahlen

Frankfurt am Main, 24.08.2021: Der Sommer brachte dank sinkender Inzidenzwerte auch zahlreiche Lockerungen für Handel sowie Gastronomie und sorgte für Lust auf Kaffeetrinken mit Freunden und Einkaufsbummel in den Innenstädten. Hier sind damit ein Stück weit alte Gewohnheiten eingekehrt. Während fast sieben von zehn befragten Kunden (69 Prozent) planen, auch nach Corona wieder ganz wie gewohnt einzukaufen, ist beim Bezahlen keine Rückkehr zu alten Mustern zu erwarten. Das ergab eine repräsentative Befragung von Kunden und Händlern durch infas quo im Auftrag der EURO Kartensysteme im Juni 2021.

Mit Karte, insbesondere mit girocard, zu zahlen, ist normal; kontaktlos ist absoluter Standard an der Ladenkasse. Der Trend zu elektronischen Verfahren an sich ist nicht neu: Allein von 2016 bis 2020 hat sich die Zahl der girocard-Transaktionen fast verdoppelt (2016: 2,9 Milliarden/2020: 5,5 Milliarden). Seit 2010 haben sich diese sogar nahezu verdreifacht (1,89 Milliarden). Entsprechend sagt knapp die Hälfte der Kunden (46 Prozent), dass Bargeld für sie heute wesentlich weniger wichtig ist als noch vor zehn Jahren. Ganz einfach, weil es genügend andere Bezahllarten gibt. Passend dazu haben die Befragten immer weniger Münzen und Scheine in der Tasche: Jeder Dritte (33 Prozent) gibt an, heute weniger Bargeld dabeizuhaben als noch vor zehn Jahren und fast die Hälfte (46 Prozent) hebt auch seltener Bargeld ab.

Trend zur Karte setzt sich fort

„Wir beobachten den Shift zur Karte seit Jahren. Den ersten steileren Anstieg haben wir schon bei der Einführung von kontaktlos gesehen“, sagt Ingo Limburg, Leiter Marketing und PR für die girocard bei EURO Kartensysteme. Und auch im von der Pandemie geprägten ersten Halbjahr 2021 verzeichnet die girocard bei Transaktionen (+ 4,7 Prozent auf 2,59 Milliarden) sowie Umsätzen (+ 2 Prozent auf 114 Milliarden Euro) einen Zuwachs und baut ihre Position als führendes elektronisches Bezahlsystem weiter aus. Auch zwei Drittel (64 Prozent) der Händler sehen seit Beginn der Pandemie in ihren Geschäften einen Anstieg der kontaktlosen Zahlungen. „Der Wunsch nach Abstand und Hygiene hat diesen Wandel eindeutig beschleunigt, der Komfort ist es aber, der für einen echten Paradigmenwechsel hin zur Karte sorgt“, so Limburg weiter.

Kontaktlos heißt dabei nicht mehr nur Karte vorhalten – besonders in technikaffinen Bevölkerungsgruppen wird das Bezahlen mit der digitalen girocard, zum Beispiel im Smartphone, immer beliebter. Zusätzlich hat der Komfort des kontaktlosen Bezahlens die Debitkarte der Banken und Sparkassen in den letzten Jahren verstärkt in ehemalige Bargelddomänen wie Bäckereien und Metzgereien gebracht.



Kunden und Händler sind sich einig

Dem Bedarf der Kunden nach Kartenzahlung kommen die Händler in großer Mehrheit nach: 92 Prozent bieten Zahlungen mit girocard mittels Stecken und 90 Prozent – beinahe ebenso viele – ihre kontaktlose Variante. Insbesondere Letzteres ist im Handel beliebt: Je neun von zehn Händler finden kontaktloses Bezahlen bequem (90 Prozent) sowie einfach und unkompliziert (89 Prozent). Auch das Bezahlen mit der digitalen girocard im Smartphone kommt gut an: 81 Prozent stufen es etwa als bequem ein. Obwohl das System noch relativ jung ist, genießt die digitale girocard bereits hohes Vertrauen: So finden sie 68 Prozent der Händler vertrauenswürdig und bereits 59 Prozent sind von ihrer Sicherheit überzeugt.

Fakt ist: Die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft ist heute an der Ladenkasse so selbstverständlich wie nie zuvor, egal ob als physische Karte oder digital, zum Beispiel im Smartphone. Mit seiner breiten Infrastruktur ist das girocard-System deutschlandweit so gut vertreten wie kein anderes. Aufseiten der Kunden vom Jugendlichen bis zum Rentner; aufseiten der Händler bei großen Filialisten genauso wie bei kleinen und mittelständischen Unternehmen und auch in ehemaligen Bargelddomänen. Die girocard belegt in diesen außergewöhnlichen und fordernden Zeiten ihre Stellung als sicheres, stabiles und vertrautes Bezahlverfahren. Es ist und bleibt das beliebteste Bezahlverfahren an Deutschlands Ladenkassen.

Zur Studie:

Repräsentative telefonische Befragung von infas quo unter Endkunden (16 bis 69 Jahre; n = 1.200) sowie unter Einzelhändlern, Kassierern und Geschäftsführern in kleinen und mittelständischen Unternehmen (n = 350); Juni 2021.

Mehr Ergebnisse und Hintergründe lesen Sie im [Exposé](#).

Über die girocard:

Banken und Sparkassen in Deutschland haben rund 100 Millionen girocards ausgegeben. Die Marke „girocard“ steht für den übergeordneten Rahmen der Deutschen Kreditwirtschaft für ihre zwei bewährten Debitkarten-Zahlungssysteme: das girocard-Verfahren (ehemals „electronic cash“) als Debitkarten-Zahlverfahren und das „Deutsche Geldautomaten-System“. Mit der Verwendung der persönlichen Geheimzahl PIN (Personal Identification Number) garantiert die Deutsche Kreditwirtschaft stets den sicheren und einfachen Einsatz der girocard. Der Name und das Logo girocard wurden 2007 von der Deutschen Kreditwirtschaft eingeführt.

Über EURO Kartensysteme:

Als Gemeinschaftsunternehmen der Deutschen Kreditwirtschaft übernimmt die EURO Kartensysteme GmbH Aufgaben im gemeinsamen Interesse der deutschen Banken und Sparkassen im Bereich des kartengestützten Zahlungsverkehrs. Die EURO Kartensysteme GmbH konzentriert sich dabei insbesondere auf zentrale Aufgaben und Serviceleistungen, wie z. B. Marketing und PR für die girocard und ihre Prepaid-Bezahlfunktionen, die weiteren Funktionen auf dem Chip, Business Development girocard, die Entwicklung von operationalen Sicherheitsstandards und Methoden der Missbrauchsbekämpfung, zudem die Mastercard-Lizenzverwaltung.

Kontakt

EURO Kartensysteme GmbH
Sandra Schubert / Lisa Werner
Marketing und PR
Tel.: +49 (0)69 / 97945-4853
Fax: +49 (0)69 / 97945-4847
presse@eurokartensysteme.de

relatio PR
Arefeh Russell
Tel.: +49 (0)89 / 210257-32
Fax: +49 (0)89 / 210257-19
arefeh.russell@relatio-pr.de