



Jahreszahlen 2020:

girocard so häufig genutzt wie nie zuvor. Anstieg um fast eine Milliarde Transaktionen.

Frankfurt am Main, 09.02.2021: Die girocard bleibt auch in dem von der Corona-Pandemie bestimmten Jahr auf Erfolgskurs: Mit knapp 5,5 Milliarden Transaktionen im Jahr 2020 erreichte sie an der Kasse einen neuen Höchststand. Im Vergleich zum Vorjahr wurde sie rund eine Milliarde mal häufiger gezückt (2019: 4,5 Milliarden). Dies entspricht einem Wachstum um 21,7 Prozent. Wie die aktuelle Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) weiter zeigt, lag der Umsatz bei 236 Milliarden Euro und stieg damit um 12,0 Prozent (2019: 211 Milliarden Euro). Der seit Jahren zu beobachtende Wandel zur Kartenzahlung am Point-of-Sale setzt sich in dieser außergewöhnlichen Zeit somit weiter fort. Insbesondere das kontaktlose Bezahlen begegnet dem Wunsch der Kunden und des Handels nach Abstand und Hygiene.

Kontaktlos wächst im Jahresverlauf rasant

Wurden im Januar 2020 erst rund vier von zehn Transaktionen kontaktlos durchgeführt, stieg dieser Anteil zum Jahresende auf 60,4 Prozent (Jahresende 2019: 35,7 Prozent) und liegt damit klar über dem Jahresdurchschnitt 2020 von 50,1 Prozent (Jahresdurchschnitt 2019: 26,6 Prozent). Der Umsatz der berührungslosen Bezahlvorgänge wuchs im gleichen Zeitraum um mehr als das Doppelte auf 97 Milliarden Euro (2019: 41 Milliarden Euro). Zu den kontaktlosen Bezahlvorgängen zählt auch das Bezahlen mit der digitalen girocard, beispielsweise im Smartphone. Dieses hat sich immer weiter etabliert und wird künftig wohl noch häufiger an den Kassen des stationären Handels genutzt. Da die Zahlungsfreigabe hier ausschließlich über das eigene Smartphone, zum Beispiel über Fingerabdruck oder Gesichtserkennung (also ohne PIN-Eingabe in das Bezahlterminal) erfolgt, ist der Bezahlvorgang besonders schnell, bequem und - momentan für viele so wichtig - hygienisch.

Üblich wie nie, bei großen wie bei kleinen Beträgen

Kunden zücken die girocard nicht nur beim Begleichen größerer Beträge, wie dem Wochenendeinkauf, sondern auch bei immer geringeren Bonsummen. Insgesamt sank der durchschnittliche Bezahlbetrag von 46,86 Euro im Jahr 2019 auf 43,14 Euro im Jahr 2020. Gleichzeitig stieg der Durchschnittsbetrag von kontaktlosen Zahlungen mit der girocard auf 35,31 Euro (2019: 33,93 Euro). Das zeigt, wie selbstverständlich die (kontaktlose) Kartenzahlung mittlerweile genutzt wird – unabhängig von der Bonhöhe des Einkaufs. Für die Kunden wurde das berührungslose Bezahlen im Frühjahr 2020 noch bequemer: Auf vielfachen Wunsch hob die DK das Limit für PIN-freie Kontaktlos-Zahlungen von 25 Euro auf 50 Euro an.



„Mit Karte, bitte“: Handel setzt vermehrt auf das girocard-System

Viele Händler stehen gerade durch die Pandemie vor großen Herausforderungen. Um den Einkaufsvorgang für Kunden und Angestellte, trotz aller Widrigkeiten, sicher und schnell abwickeln zu können, bitten Händler ihre Kunden aktiv darum, bargeldlos zu bezahlen. Und auch Geschäfte, die bisher vornehmlich auf Bargeld setzten, wie zum Beispiel kleinere inhabergeführte Läden sowie Bäckereien oder Kioske, bieten nun Kartenzahlung an. Entsprechend stieg die Anzahl der aktiven girocard-Terminals im Jahr 2020 um über 30.000 auf bis zu 904.000 an.

Gemeinsam und mit Respekt füreinander lassen sich auch diese schweren Zeiten meistern. Kunden und Händler können sich dabei immer auf das sichere, stabile und vertraute Bezahlfverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft verlassen. So konnte im Pandemie-Jahr die enorme Steigerung der Transaktionen um gut eine Milliarde verlässlich verarbeitet werden. Das Zahlungssystem girocard bestätigt damit erneut, dass es auch nach 30 Jahren des Bestehens ein wichtiger Bestandteil des täglichen Lebens in Deutschland ist. Darüber hinaus bleibt die Deutsche Kreditwirtschaft in ihrem Bestreben aktiv, nicht nur im Handel an der Kasse die bestmöglichen Bezahloptionen zu bieten. So arbeitet sie in der Initiative #DK (Digitale Kreditwirtschaft) intensiv an der Integration kreditwirtschaftlicher Bezahlfverfahren in ein Gesamtsystem für alle Kunden der Banken und Sparkassen in Deutschland. Mit dem Zusammenschluss von paydirekt und giropay wurde ein erster wichtiger Schritt gegangen, weitere werden folgen. Ziel ist es, die Vorzüge dieser verschiedenen Angebote hin zu einer für alle Anwendungen einsetzbaren Lösung zu kombinieren – egal ob im Ladengeschäft vor Ort, online oder beim Geld senden und anfordern.

Grafiken und Bilder zur girocard finden Sie unter <https://www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek/>.

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 „Deutsches 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 GeldKarte (kontaktbehaftet) und girogo (kontaktlos) sowie 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

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