

Servicemeldung

05.11.2024

girocard-Studie zum Einkaufsverhalten hierzulande

## Schnell, bequem, sicher: Kundinnen und Kunden zahlen am liebsten kontaktlos

Frankfurt am Main, 05.11.2024: Im hektischen Alltag vieler Menschen gewinnt das kontaktlose Bezahlen zunehmend an Bedeutung. Ob im Supermarkt, beim Discounter oder in der Drogerie – mit einem kurzen „Bing“ wird der Bezahlvorgang in wenigen Sekunden abgeschlossen, ohne Münzen zu suchen oder eine PIN einzugeben. Die girocard spielt dabei eine zentrale Rolle und hat sich als feste Größe in den Bezahlalltag etabliert. Wie oft der Gang in den Supermarkt stattfindet oder nach welchen Kriterien die Auswahl der Einkaufsstätten erfolgt, zeigt eine Studie von infas quo im Auftrag der EURO Kartensysteme. Beim Bezahlen ist klar: Bequem, schnell und einfach muss es gehen.

Beim Einkauf geht es den Befragten nicht nur um den Preis: Natürlich bleiben niedrige Kosten für 82 Prozent der Befragten ein entscheidender Faktor bei der Wahl des Geschäfts. Trotzdem spielen weitere Faktoren maßgeblich in die Entscheidung der Einkaufenden ein: Acht von zehn (81 Prozent) Kundinnen und Kunden bevorzugen Läden mit einem breiten Produktsortiment, während 68 Prozent auf gute Parkmöglichkeiten achten. An den Ladenkassen ist die Möglichkeit, bargeldlos zu zahlen, für über die Hälfte der Befragten (55 Prozent) ein Muss. Gerade die Kombination aus Komfort, Flexibilität und Auswahl treibt die Entscheidungen vieler Menschen, wenn es darum geht, wo sie ihren wöchentlichen Einkauf erledigen. Für 71 Prozent ist es außerdem entscheidend, alles Notwendige an einem Ort zu bekommen – weshalb Supermärkte und Discounter für Viele die erste Anlaufstelle sind.

girocard bleibt die Nummer eins an der Ladenkasse

An den Ladenkassen bleibt die girocard die Zahlungsmethode der Wahl. Die Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen kommt besonders in großen Einkaufsstätten wie Discountern (43 Prozent) und Supermärkten (42 Prozent) zum Einsatz. Dabei bevorzugen 71 Prozent der Kundinnen und Kunden das kontaktlose Bezahlen mit der girocard. Daran schätzen sie nicht nur die Schnelligkeit des Bezahlprozesses, sondern auch die unkomplizierte Handhabung. Auch andere bargeldlose Zahlungsmethoden wie das

Bezahlen per Smartphone oder Smartwatch gewinnen an Bedeutung – hier kann das Portemonnaie auch im Einkaufskorb liegen bleiben. Es zeigt sich: Der Wunsch nach mehr Bequemlichkeit wächst – und das kontaktlose Bezahlen hat es geschafft, diese Bedürfnisse zu erfüllen. Neben der kundenfreundlichen Handhabung schätzen Verbraucherinnen und Verbraucher die Sicherheit der girocard. Sie erfüllt die höchsten Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft, was den Nutzerinnen und Nutzern beim Bezahlen ein gutes Gefühl gibt – egal, ob sie ihre Karte oder moderne Wearables wie Smartwatches nutzen.

Infografik veranschaulicht das Einkaufsverhalten der Deutschen

Interessiert, wie sich das Einkaufs- und Zahlungsverhalten in Deutschland weiter verändert? Unsere Infografik fasst die Ergebnisse der Studie übersichtlich zusammen und bietet spannende Einblicke in die Trends, die den Handel und die Zahlungsmethoden der Zukunft prägen.

#### **Über die girocard:**

Die Marke „girocard“ steht für den übergeordneten Rahmen der deutschen Kreditwirtschaft: das girocard Verfahren 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 bündelt als Scheme Manager Kernkompetenzen im girocard-System. Zu ihren Aufgaben zählen Produktmanagement, Vertrieb und Scheme Administration sowie Kommunikation und Marketing für die girocard. Auch die Entwicklung von operationalen Sicherheitsstandards und Methoden der Missbrauchsbekämpfung gehören zum Leistungsspektrum des Unternehmens, zudem die Mastercard-Lizenzverwaltung.

## Kontakt

EURO Kartensysteme GmbH  
Lisa Werner / Jessica Henke  
Kommunikation und Marketing  
Tel.: +49 (0)69 / 97945-4853  
Fax: +49 (0)69 / 97945-4847  
[presse@eurokartensysteme.de](mailto:presse@eurokartensysteme.de)

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH  
Eva Wohlgemuth  
Beratung  
Tel.: +49 (0)621 / 963600-35  
[e.wohlgemuth@agentur-publik.de](mailto:e.wohlgemuth@agentur-publik.de)