

Servicemeldung

22.01.2026

Aktuelle girocard-Studie zu Apotheken

Apothekenbesuche in der Erkältungszeit: Das wünschen sich Kundinnen und Kunden

Ein Viertel der Kundinnen und Kunden sucht Apotheken im Winter häufiger auf als im restlichen Jahr • 60 Prozent bevorzugen Kartenzahlung in Apotheken • In der Erkältungszeit wird vermehrt mit Karte bezahlt

Frankfurt am Main, 22.01.2026: Die Nase läuft, der Hals kratzt – in der Erkältungszeit läuft das Apothekengeschäft auf Hochtouren. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle girocard-Studie¹. In den Wintermonaten nehmen bei einem Viertel (26 Prozent) aller Kundinnen und Kunden die Apothekenbesuche zu. Die Grippeaison beeinflusst nicht nur, wie viel, sondern auch, was in den Apotheken eingekauft wird. Die Hälfte der Befragten gibt an, besonders häufig zu Erkältungspräparaten wie Hustensaft, Nasenspray und Lutschpastillen (50 Prozent) zu greifen – ein Drittel (32 Prozent) kauft auch Schmerz- und Fiebermittel.

Die meisten Kundinnen und Kunden (88 Prozent) haben zwar einen Vorrat an Medikamenten zu Hause – die sogenannte Hausapotheke –, allerdings kontrolliert nur ein Fünftel (21 Prozent) der Befragten diese regelmäßig und füllt sie auf. So heißt es alle Jahre wieder: Zur Linderung von Erkältungssymptomen geht es zur Apotheke. Dabei kaufen 42 Prozent auch nicht-apothekenpflichtige Medikamente und Arzneimittel lieber in der Apotheke als im Drogeriemarkt – ein Vertrauensvotum für die pharmazeutische Fachkompetenz vor Ort.

Persönliche Beratung plus digitale Services

Trotz zunehmender Digitalisierung schätzen Käuferinnen und Käufer das persönliche Gespräch mit dem pharmazeutischen Fachpersonal sehr: 56 Prozent finden eine individuelle Beratung wichtig – und das quer durch alle Altersgruppen. Besonders bei verschreibungspflichtigen Medikamenten (66 Prozent) und frei verkäuflichen Arzneimitteln (53 Prozent) wollen viele auf das Expertenwissen vor Ort nicht verzichten. Ein Großteil der Befragten kann sich vorstellen, zukünftig digitale Services wie Online-Reservierungen (45 Prozent) oder Vorbestell-Apps (42 Prozent) zu nutzen, um Medikamente schneller abholen zu können. Jede zweite Person (52 Prozent) findet Abholfächer

¹ infas quo im Auftrag der girocard: Apothekenumfrage 2025, November 2025, 1.082 Befragte



praktisch, die rund um die Uhr zugänglich sind – vor allem die 30- bis 39-Jährigen sind dafür offen (66 Prozent). Doch nicht nur digitale Lösungen sind gefragt: Ein Drittel der Befragten (33 Prozent) würde erweiterte Öffnungszeiten begrüßen.

Kartenzahlung ist Standard – kontaktlos, bequem und vor allem hygienisch

Die meisten Kundinnen und Kunden (60 Prozent) bezahlen in der Apotheke am liebsten mit Karte. Besonders in der Erkältungszeit steigt die Kartennutzung weiter an: 15 Prozent geben an, dann vermehrt mit Karte zu bezahlen – vor allem, wenn größere Beträge zu begleichen sind. Nur noch 38 Prozent der Befragten bevorzugen das Bargeld. Die girocard ist an der Kasse der klare Favorit unter den Bezahlkarten: 36 Prozent aller Kundinnen und Kunden setzen beim Einkauf von Medikamenten & Co. auf die Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen. Das zahlt sich für Apotheken aus, denn als günstigstes bargeldloses Kartenzahlverfahren mit Zahlungsgarantie punktet die girocard im Vergleich zu Kreditkarten oder Debitkarten internationaler Zahlungsanbieter mit besonders niedrigen Entgelten.

Über die girocard:

Mit der Marke „girocard“ bündelt die Deutsche Kreditwirtschaft ihr eigenständiges, unabhängiges Debitkarten-Bezahlsystem und das Deutsche Geldautomaten-System. Mit rund 100 Millionen Karten ist sie das meistgenutzte Zahlungssystem in Deutschland. Ob kontaktlos, mobil oder klassisch mit PIN – die girocard garantiert einen sicheren, einfachen und schnellen Bezahlvorgang. 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 / Laura Schildger
Kommunikation und Marketing
Tel.: +49 (0)69 / 97945-4853
presse@eurokartensysteme.de

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH
Eva Pflästerer
Beratung
Tel.: +49 (0)621 / 9636-0024
e.pflaesterer@agentur-publik.de