

Aktuelle girocard-Funktion

girocard ermöglicht Bezahlung und Kundenbindung in einem Schritt

85 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher sind bei einem Kundenbindungsprogramm angemeldet • Rund vier von fünf der Befragten (78 Prozent) befürworten eine Erfassung der Bonuspunkte im Rahmen des Bezahlvorgangs

Frankfurt am Main, 19.05.2026: Endlich Feierabend – auf dem Weg nach Hause nur noch schnell einkaufen gehen! Eine aktuelle girocard-Studie¹ belegt, dass der Stopp in einem Geschäft für die meisten Befragten zur Arbeitswoche gehört: 93 Prozent shoppen unter der Woche zumindest gelegentlich im Supermarkt, 76 Prozent in der Drogerie. Die Mehrheit setzt dabei auf Kartenzahlung (Supermärkte: 71 Prozent, Drogerien: 67 Prozent) und hier vorrangig auf die girocard. Gleichzeitig sind 85 Prozent der Befragten bei einem Kundenbindungsprogramm angemeldet – davon nutzen 88 Prozent ein solches häufig oder sogar bei jedem Einkauf.² An der Kasse ist das Scannen der Bonuskarte oder App ein zusätzlicher Schritt, der Zeit kostet. Genau hier setzt die girocard an: Eine neue Funktion vereint das Bezahlen und Sammeln von Treuevorteilen in einem Vorgang – für schnellere, komfortablere Prozesse. Bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern stößt diese Möglichkeit auf breite Akzeptanz: Über drei Viertel (78 Prozent) fänden es gut, die Bonuspunkte direkt im Zahlungsvorgang gutgeschrieben zu bekommen.²

Reibungslose Einbindung: Bonusprogramme im Bezahlvorgang

Die girocard bietet eine nahtlose Schnittstelle, über die der Handel Kundenbindungsprogramme direkt in den Bezahlprozess integrieren kann. Bisher war der Ablauf an der Ladenkasse zweigeteilt: Erst musste die Kundenkarte oder eine App gescannt werden, dann wurde bezahlt. Mit der neuen Funktion genügt das Stecken oder Vorhalten der girocard am Terminal – das Bonusprogramm wird automatisch erkannt und Treuepunkte werden gutgeschrieben oder eingelöst. Das zusätzliche Hantieren mit Karten oder Apps entfällt. So wird der Check-out schneller und komfortabler. Dies befürworten auch Kundinnen und Kunden: Drei Viertel (75 Prozent) der Befragten befürworten es, möglichst wenige Karten mit sich führen zu müssen – 60 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sie

¹ infas quo im Auftrag der girocard: Befragung zur girocard im Alltag 2025, Dezember 2025, 1.153 Befragte

² infas quo im Auftrag der girocard: Befragung zu Bonusprogrammen 2026, Mai 2026, 1.197 Befragte

nur eine Karte zum Bezahlen und Sammeln der Bonuspunkte nutzen wollen.³ Der Auftakt der Integration ist mit Payback und der Sparkassen-Finanzgruppe bereits gelungen. Als offene Plattform konzipiert, steht die Funktion dem Handel für weitere Kundenbindungsprogramme offen.

Höchste Standards bei Sicherheit und Datenschutz

Sicherheit und Datenschutz sind fest in der technischen Architektur der Integration verankert. Christopher Kirsch, Direktor Produktmanagement girocard bei der EURO Kartensysteme GmbH, erläutert: „Kundinnen und Kunden, die diese Funktion nutzen wollen, können sie freiwillig im geschützten Bereich ihres Online-Bankings aktivieren. Beim Bezahlen fließen die Informationen über zwei völlig separate Kanäle. Zahlungsdaten und Informationen zum Bonusprogramm bleiben dabei strikt voneinander getrennt.“

Günstige Entgelte, schnelle Prozesse, vielfältige Funktionen

Neben der Zeitersparnis bietet die girocard dem Handel einen weiteren zentralen Vorteil: niedrige Entgelte. Die Studie „Kosten von Zahlungsmitteln im Einzelhandel“ der Bundesbank bestätigt, dass die girocard gemessen am Umsatz das günstigste Bezahlverfahren ist. Die Integration des eigenen Kundenbindungsprogramms zahlt sich daher für den Handel doppelt aus. Mit Funktionen wie der Online-Altersverifikation, Kontaktloszahlung oder Kundenbindungsprogrammen unterstreicht die Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen ihre zukunftsfähige Weiterentwicklung im engen Austausch mit dem Handel.

Händlerinnen und Händler, die an der Integration interessiert sind, können sich an vertrieb@eurokartensysteme.de wenden.

Über die girocard:

Mit der Marke „girocard“ bündelt die Deutsche Kreditwirtschaft ihr eigenständiges, unabhängiges Debitkarten-Bezahlssystem 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 neben Produktmanagement, Vertrieb, Scheme Administration sowie Kommunikation und Marketing für die girocard auch die Entwicklung von operationalen Sicherheitsstandards und Methoden der Missbrauchsbekämpfung.

³ ebd., Zustimmungswerte zu einzelnen Aussagen (Zusammenfassung der Kategorien „Ich stimme voll und ganz zu“ und „Ich stimme zu“)



Kontakt

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

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH
Dr. Eva Antl-Wittenberg
Beratung
Tel.: +49 (0)621 / 963600-36
e.antl-wittenberg@agentur-publik.de