

Aktuelle girocard-Studie zu Self-Check-out

Selbst scannen, einpacken und bezahlen: Immer mehr Menschen nutzen Selbstbedienungskassen

Angebot an Selbstbedienungskassen wächst • Rund zwei Drittel der Befragten nutzen schon Self-Check-out-Optionen • Bezahlt wird am Self-Check-out am häufigsten mit der girocard

Frankfurt am Main, 12.11.2025: Self-Check-out-Kassen sind längst kein Nischenangebot mehr, sondern haben sich in den letzten Jahren im stationären Handel etabliert. Zu diesem Schluss kommt eine aktuelle girocard-Studie.¹ Inzwischen nutzen mehr als zwei Drittel (67 Prozent) der Verbraucherinnen und Verbraucher Selbstbedienungskassen, wenn diese angeboten werden – vor einem Jahr waren es noch 56 Prozent. Am häufigsten zücken die Befragten zur Bezahlung beim Self-Check-out nach wie vor ihre girocard (56 Prozent).

Self-Check-out boomt – girocard weiterhin bevorzugte Bezahlmethode

Das Angebot an Self-Check-out-Optionen hat im deutschen Einzelhandel deutlich zugenommen: 86 Prozent der Befragten geben aktuell an, in ihrem Umfeld bereits auf Selbstbedienungskassen gestoßen zu sein. Im Jahr 2024 lag dieser Wert noch bei 73 Prozent – und damit deutlich unter dem aktuellen Wert. Ausschlaggebend für die Nutzung sind das Umgehen langer Warteschlangen an den normalen Kassen (70 Prozent) und das schnelle Bezahlen von weniger als zehn Artikeln (69 Prozent). Sind alle Waren gescannt, muss die Rechnung beglichen werden. Hier ist die girocard das Zahlungsmittel der Wahl: Während nur zwölf Prozent der Befragten beim Self-Check-out ihren Einkauf bar begleichen, zücken die meisten Befragten (56 Prozent) ihre girocard an der Selbstbedienungskasse – physisch oder digital über das Wallet auf Smartphone oder Smartwatch. Kreditkarten nutzen 27 Prozent der Befragten an der Selbstbedienungskasse.

¹ infas quo: Altersverifikation 2025, August 2025, 1.315 Befragte

Altersverifikation mit der Karte birgt Potenzial

Wer altersbeschränkte Waren wie Tabakprodukte, Wein oder Computerspiele im Warenkorb hat, meidet den Self-Check-out – dem stimmten 35 Prozent der Befragten zu. Hauptgrund dafür: 81 Prozent möchten nicht auf die Freigabe durch das Personal warten. Mehr als die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer von Self-Check-out-Kassen hat bereits erlebt, dass eine Verkäuferin oder ein Verkäufer den Einkauf altersbeschränkter Produkte freischalten musste (54 Prozent). 37 Prozent empfanden das als sehr störend oder störend. Das stellt den Handel vor eine Herausforderung. Schließlich kaufen mehr als drei Viertel der Befragten (77 Prozent) gelegentlich Waren ein, die dem Jugendschutz unterliegen.

Eine passende Lösung hierfür bietet die girocard: Mit ihrer Funktion der Altersverifikation lässt sich das Alter sicher, unkompliziert und direkt während des Bezahlvorgangs bestätigen – sowohl mobil als auch mit der physischen Karte. 53 Prozent der Befragten bewerten die Möglichkeit, ihr Alter direkt beim Bezahlen auszuweisen, positiv. Bei den unter 30-Jährigen sind es sogar 68 Prozent. Fast ein Drittel (30 Prozent) der Befragten stimmt zu, dass sie Selbstbedienungskassen öfter nutzen würden, wenn die Altersprüfung automatisch über die girocard erfolgen könnte. Der Handel profitiert dabei von einer Entlastung des Personals und effizienteren Prozessen, während sich Kundinnen und Kunden über geringere Wartezeiten freuen.

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

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH
Jasmin Hornung
Beratung
Tel.: +49 (0)621 / 9636-0023
j.hornung@agentur-publik.de