

Swiss Payment Monitor 2023

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 2/2023 – Erhebung Mai 2023

www.swisspaymentmonitor.ch

Sandro Graf, Nina Heim, Marcel Stadelmann, Tobias Trütsch
St.Gallen/Winterthur, im August 2023

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: 10.21256/zhaw-2466



Impressum

Publiziert von

Center for Financial Services Innovation (FSI-HSG)

Universität St.Gallen | Müller-Friedberg-Strasse 8 | 9000 St.Gallen

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)

Institut für Marketing Management | Theaterstrasse 17 | 8400 Winterthur

Autoren

Sandro Graf, Dozent Marketing, Leiter Service Lab & Swiss Payment Research Center, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Dr. Nina Heim, Senior Research Consultant, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Dr. Marcel Stadelmann, Senior Research Consultant, Projektleiter Swiss Payment Research Center, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Dr. Tobias Trütsch, Managing Director Center for Financial Services Innovation, Head of Swiss Payment Behaviour Lab, Universität St.Gallen

Kontakt

Dr. Marcel Stadelmann | marcel.stadelmann@zhaw.ch | +41 58 934 46 46

Dr. Tobias Trütsch | tobias.truetsch@unisg.ch | +41 71 224 71 55

Publikationsdatum

August 2023

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

<https://doi.org/10.21256/zhaw-2466>

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2023): Swiss Payment Monitor 2023 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 2/2023 – Erhebung Mai 2023, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Die Debitkarte hat ihre Spitzenposition als meistverwendetes Zahlungsmittel in der Schweiz zurückgeholt. Dank der neuen Generation von onlinefähigen Debitkarten kommen diese vermehrt auch als Abrechnungsprodukt bei mobilen Zahlungen zum Zug. Solche mobilen Zahlungen nach breiter Definition haben noch das stärkere Wachstum erfahren und sind mittlerweile das am drittmeisten eingesetzte Zahlungsmittel. Ein grosser Teil dieses Wachstums geht allerdings auf mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn – in der Schweiz gleichbedeutend mit Twint – zurück, welches erstmals im Swiss Payment Monitor (SPM) einen zweistelligen Transaktionsanteil erreicht. Die relativen Nutzungsanteile von Bargeld und der Kreditkarte sind zurückgegangen. Gemessen am Umsatz bleibt die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt aber auf der Spitzenposition. Die Nutzung von Neobanken nimmt in der Schweiz nur noch leicht zu. Während Yuh weiterhin Nutzer:innen gewinnen konnte, sind die Nutzungszahlen der anderen etablierten Anbieter sogar leicht rückläufig.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Datengrundlage	2
3 Zahlungsverhalten	3
3.1 Vorbemerkungen	3
3.2 Gesamtmarkt	6
3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	6
3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
3.3 Präsenzgeschäft	11
3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	11
3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
3.4 Distanzgeschäft	16
3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	16
3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	19
4 Bargeld	21
4.1 Bargeldbesitz	21
4.2 Einstellung zu Bargeld	22
4.3 Cash-Back-Verfahren	23
5 Mobiles Bezahlen	24
6 Neobanken	27
7 Schlusswort	29
Anhang	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil der Befragten, die eine Debitkarte des jeweiligen Anbieters besitzen _____	5
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel ____	7
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel _____	8
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt _____	9
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt _____	10
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	12
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzggeschäft gemäss Zahlungsmittel _____	13
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt _____	14
Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt _____	15
Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	17
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzggeschäft gemäss Zahlungsmittel _____	18
Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt _____	19
Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt _____	20
Abbildung 14: Anteil an Personen, die kein Bargeld mit sich führen oder zu Hause aufbewahren. _____	21
Abbildung 15: Durchschnittlicher Bargeldbesitz pro Person _____	22
Abbildung 16: Einstellung zur Bargeldabschaffung _____	22
Abbildung 17: Kenntnis und Nutzung des Bargeldbezugs an der Ladenkasse _____	23
Abbildung 18: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt _____	25
Abbildung 19: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt _____	26
Abbildung 20: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen _____	27
Abbildung 21: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken _____	28
Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors _____	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch	2
---	---

1 Einleitung

Die jüngsten Ausgaben des Swiss Payment Monitors (SPM) zeigten eine Stabilisierung des Bargeldgebrauchs und eine Verlangsamung des Wachstums von mobilem Bezahlen. Hält dieser Trend an oder kommt wieder mehr Dynamik in das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung? Dieser und weiteren Fragen wird in der vorliegenden neunten Ausgabe des Swiss Payment Monitors nachgegangen.

Der SPM ist ein Gemeinschaftsprojekt des Swiss Payment Research Centers (SPRC) der ZHAW School of Management and Law und des Swiss Payment Behaviour Labs (SPBL) des Centers for Financial Services Innovation der Universität St.Gallen. Im Zentrum der Studienreihe steht primär die Analyse des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung im Zeitverlauf.

Über ein Online-Access-Panel wurde Ende April bis Anfang Mai 2023 eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von 1442 Personen im Alter zwischen 18 und 88 Jahren aus allen drei Landesteilen rekrutiert, mit einem Online-Fragebogen befragt und anschliessend zu einer dreitägigen Tagebucherhebung zum Bezahlverhalten eingeladen.¹ Der vorliegende Bericht fokussiert auf eine Teilmenge der gesamten Resultate und fasst die wichtigsten Erkenntnisse aus der aktuellen und den vergangenen Erhebungen zusammen.

Ausgewählte Ergebnisse sind auch auf der Projekthomepage www.swisspaymentmonitor.ch einsehbar. Dank eines interaktiven Dashboards liefert die Homepage laufend grafischen Einblick in die aktuellen Daten zum digitalen Zahlungsverkehr, die von der Schweizerischen Nationalbank veröffentlicht werden.² Die Projekthomepage gewährt somit einen aktuellen Einblick in das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung.

Der SPM wird neben den beiden Forschungseinrichtungen ZHAW und Universität St.Gallen durch die Swiss Payment Association (Branchenorganisation aller grossen Schweizer Herausgeber von Kreditkarten internationaler Kartenorganisationen) sowie die Industriepartner Nets (Nets Schweiz AG) und Worldline finanziert.

Dieser Bericht gliedert sich wie folgt: In Kapitel 2 wird die Datengrundlage beschrieben. Kapitel 3 zeigt die Entwicklung des Zahlungsverhaltens in der Schweiz anhand der Umsatz- und Transaktionsanteile der verschiedenen Zahlungsmittel. Dabei wird zwischen Präsenz- und Distanzgeschäft sowie zwischen Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt unterschieden. Kapitel 4 wirft einen Blick auf das Thema Bargeld, während Kapitel 5 verschiedene Aspekte der Nutzung von mobilen Bezahlösungen analysiert. In Kapitel 6 steht das Nutzungsverhalten von Neobanken im Fokus. Kapitel 7 fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen.

¹ Ein detaillierter Überblick über das Studiendesign findet sich im Anhang des Berichts.

² Vgl. www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten

2 Datengrundlage

Im Rahmen der achten Ausgabe des SPM (Ausgabe 2/2023) haben 1442 Personen im Alter zwischen 18 und 88 Jahren aus der deutschen, französischen und italienischen Schweiz eine Onlinebefragung ausgefüllt. Die Studienteilnehmenden wurden über ein Online-Access-Panel rekrutiert. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung. Die Teilnehmenden wurden gebeten, Fragen rund um das Thema «Bezahlen» zu beantworten. Im Vordergrund standen die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener Aspekte ihres Bezahlverhaltens. Die Onlinebefragung dauerte circa 20 Minuten und wurde Ende April bis Anfang Mai 2023 gestaffelt durchgeführt.

In einem zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im Mai 2023 gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. In diesem Teil wurden die Befragten gebeten, während drei aufeinanderfolgenden Tagen sämtliche im Tagesverlauf anfallenden unregelmässigen (d.h. nicht regelmässig wiederkehrenden) Zahlungen und Bargeldbezüge in Form eines Tagebuchs zu erfassen und diese gemäss vordefinierten Merkmalen zu klassifizieren. Es sind keine ausserordentlichen Ereignisse bekannt, welche in dieser Zeitperiode das öffentliche Leben und dadurch das Konsum- und Zahlungsverhalten in der Schweiz stark beeinflusst hätten.

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch

Erhebung	Nov. 2020 (1/2021)	Mai 2021 (2/2021)	Nov. 2021 (1/2022)	Mai. 2022 (2/2022)	Nov. 2022 (1/2023)	Mai 2023 (2/2023)	Veränderung 2/2023 zu 1/2023
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	772	827	863	+4,4%
Umsatzvolumen in Fr.							
Inland	Fr. 281'149.–	Fr. 208'761.–	Fr. 234'706.–	Fr. 190'190.–	Fr. 197'213.–	Fr. 198'441.–	+0,6%
In- und Ausland	Fr. 308'134.–	Fr. 229'756.–	Fr. 251'435.–	Fr. 211'746.–	Fr. 220'261.–	Fr. 226'155.–	+2,7%
Online	47%	29%	39%	34%	29%	34%	
Vor Ort	53%	71%	61%	66%	71%	66%	
Transaktionsvolumen							
Inland	3'991	4'051	4'269	4'137	3'986	4'430	+11,1%
In- und Ausland	4'232	4'211	4'571	4'403	4'648	4'787	+3,0%
Online	18%	14%	15%	14%	14%	14%	
Vor Ort	82%	86%	85%	86%	86%	86%	
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag							
Inland	1,9	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	+6,3%
In- und Ausland	2,0	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	+0%
Durchschnittsbetrag pro Transaktion							
Inland	Fr. 70.45.–	Fr. 51.55.–	Fr. 55.00.–	Fr. 46.00.–	Fr. 49.50.–	Fr. 44.80.–	-9,5%
In- und Ausland	Fr. 72.80.–	Fr. 54.55.–	Fr. 55.00.–	Fr. 48.10.–	Fr. 47.40.–	Fr. 47.20.–	-0,4%

863 Personen (60% der Onlineumfrage) nahmen am zweiten Teil der Erhebung – dem Zahlungstagebuch – teil. Insgesamt erfassten sie 4787 unregelmässige Zahlungen im In- und Ausland mit einem Gesamtumsatz von rund 226'000 Fr. (vgl. Tabelle 1).³ Das entspricht einem Durchschnitt von 1,9 Transaktionen pro Person am Tag und einem durchschnittlichen Transaktionsbetrag von rund 47 Fr. Das sind ähnliche Werte wie in der letzten Erhebung sowie in der Studie der Schweizerischen Nationalbank (SNB) zum Zahlungsverhalten der Privatpersonen.⁴ Bei einer ausschliesslichen Betrachtung der Transaktionen im Inland fallen pro Person und Tag durchschnittlich 1,7 Transaktionen zu einem Betrag von rund 45 Fr. an. Im Vergleich zum SPM 1/2023 haben die Befragten im Inland pro Kopf und Tag rund 6 Prozent mehr Transaktionen erfasst, jedoch war der durchschnittliche Betrag um rund 10 Prozent kleiner (vgl. Tabelle 1).

Der Anteil der Online- und Vor-Ort-Transaktionen ist gemessen an der Anzahl Transaktionen seit dem SPM 2/2021 konstant (vgl. Tabelle 1). Die Umsatzanteile schwanken etwas stärker von Erhebung zu Erhebung, da beim Umsatz einzelne grössere Transaktionsbeträge einen starken Einfluss haben (vgl. Tabelle 1). Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandzahlungen deutlich: Rund 93 Prozent der Transaktionen finden jeweils im Inland statt. Die in diesem Bericht mit dem Untertitel «Wie bezahlt die Schweiz?» präsentierten Ergebnisse basieren ausschliesslich auf den Inlandzahlungen. Insgesamt bilden die Daten des Swiss Payment Monitors eine verlässliche Zeitreihe.

3 Zahlungsverhalten

3.1 Vorbemerkungen

Aufgrund der zunehmenden Dynamik im Bereich des mobilen Bezahls und der damit einhergehenden Verflechtung hinsichtlich des verwendeten Instruments zur Auslösung der Transaktion und des eigentlichen Abrechnungsprodukts wird im Folgenden das Zahlungsverhalten nach zwei verschiedenen Typologisierungen ausgewertet. Die ausgewiesenen Umsatz- und Transaktionsanteile «gemäss Zahlungsmittel» (vgl. Kapitel 3.2.1, 3.3.1 und 3.4.1) fokussieren auf den Vorgang der Auslösung der Transaktion mit einem bestimmten Zahlungsinstrument. Als mobiles Bezahlen werden dabei alle drei Arten des mobilen Bezahls taxiert, das heisst jegliche Formen des Bezahls mit einem Smartphone⁵ sind unter diesem Zahlungsmittel zusammengefasst (vgl. Box 1).

In der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» wird das Smartphone als eigentliches Zahlungsmittel angesehen – eine Betrachtungsweise, die im SPM seit Messbeginn im Jahr 2019 angewendet wird und somit einen Vergleich der Zahlungsmittelanteile im Zeitverlauf ermöglicht.

³ Die Fremdwährungsbeträge wurden gemäss dem mittleren monatlichen Wechselkurs vom Mai 2023 in Schweizer Franken umgerechnet.

⁴ Die durchschnittliche Transaktionszahl pro Tag und Person in der Tagebuchumfrage der SNB vom Herbst 2022 beträgt 1,58 und der durchschnittliche Betrag pro Transaktion 49,56 Fr. (vgl. SNB [2022]: Zahlungsmittelumfrage bei Privatpersonen in der Schweiz 2022).

⁵ Inklusive Zahlungen mit einem Tablet oder einer Smartwatch.

Box 1: Definitionen «Mobiles Bezahlen»

In allen Ausgaben des Swiss Payment Monitors wird mobiles Bezahlen grundsätzlich definiert als Bezahlvorgänge, die mit respektive auf einem mobilen Gerät wie beispielsweise dem Mobiltelefon, dem Tablet oder der Smartwatch ausgelöst werden. Dazu gehören auch Überweisungen an Privatpersonen wie zum Beispiel per Twint oder Revolut. Diese breite Definition von mobilem Bezahlen umfasst drei verschiedene Arten von mobilem Bezahlen:

1. Bezahl-Apps auf mobilen Geräten wie beispielsweise Twint, Alipay oder WechatPay können direkt mit dem Bankkonto verknüpft sein und entsprechen somit mobilem Bezahlen *im eigentlichen Sinn*.
2. In den meisten anderen Fällen liegt bei Bezahl-Apps die Kreditkarte und seltener die Debit- oder Prepaidkarte als Zahlungsmittel zugrunde (z.B. bei Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay), was mobilem Bezahlen *im engeren Sinn* entspricht.
3. Viele händlerspezifische Apps wie beispielsweise SBB Mobile ermöglichen das Bezahlen in der auf einem mobilen Gerät installierten App (In-App-Zahlung). Dieser Zahlung kann eine Kartenzahlung, eine Überweisung oder eine Bezahl-App-Zahlung im eigentlichen/engeren Sinn zugrunde liegen. Die In-App-Zahlung entspricht somit dem mobilen Bezahlen *im weitesten Sinn*.

Aus Sicht der befragten Personen sind diese Unterschiede vielfach schwer nachzuvollziehen. Eine In-App-Zahlung mit Kreditkarte kann beispielsweise entweder als Kreditkartenzahlung oder als mobile Bezahlung deklariert werden, je nach Verständnis der befragten Person. Mit dem gewählten Studiendesign wird dem individuellen Verständnis der Zahlungsmittel aus Sicht der befragten Person Rechnung getragen.

Mobiles Bezahlen lässt sich aufgrund der vorhandenen granularen Informationsstruktur im SPM jedoch beliebig darstellen. Neben der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» wird das Zahlungsverhalten im SPM «nach Abrechnungsprodukt» auch gemäss der Definition von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» ausgewertet.

In der Betrachtung des Zahlungsverhaltens gemäss dem zugrunde liegenden Abrechnungsprodukt (vgl. Kapitel 3.2.2, 3.3.2 und 3.4.2) wird die Definition von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» verwendet (vgl. Box 1).⁶ Dadurch fallen die Zahlungsmittelanteile von mobilem Bezahlen tiefer aus, während die Anteile verschiedener Kartenprodukte, die bei mobilen Zahlungen als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein können, höher ausfallen. Der Anteil an Bargeldzahlungen bleibt durch die Unterscheidung in «Zahlungsmittel» und «Abrechnungsprodukt» unberührt.

Da sich die verwendeten Zahlungsmittel je nach Bezahlsituation – das heisst bei Zahlungen vor Ort gegenüber Online-Zahlungen – stark unterscheiden, wird das Zahlungsverhalten zusätzlich zum Gesamtmarkt gemäss Präsenz- (vgl. Kapitel 3.3) und Distanzgeschäft (vgl. Kapitel 3.4) separat ausgewiesen. Beim Zahlungsverhalten gemäss Gesamtmarkt (vgl. Kapitel 3.2) gilt es entsprechend zu berücksichtigen, dass sich die Umsatzanteile von Online- und vor-Ort-Zahlungen zwischen den verschiedenen Erhebungen stark unterscheiden.

⁶ Diese Analyse wurde für jede Tagebuchehebung seit dem SPM1/2021 rückwirkend angewendet. Die Datenstruktur der Tagebuchehebung vor 2021 lässt eine Auswertung nach Abrechnungsprodukt für die Jahre 2019 und 2020 nicht zu.

Eine weitere Vorbemerkung zur Interpretation der Ergebnisse gilt der Kategorisierung der verschiedenen Kartentypen. Wie in Box 2 erklärt, unterscheiden sich die neuen Debitkarten von Visa und Mastercard sowohl visuell als auch bezüglich Funktionalität weniger stark von Kreditkarten als ihre Vorgänger Maestro- und V-Pay-Karten.⁷ Es ist deshalb nicht auszuschliessen, dass seit der breiten Einführung der neuartigen Debitkarten im Jahr 2022 vereinzelte Befragte ihre Debitkarten-Transaktionen fälschlicherweise als Kreditkarten-Transaktionen kategorisierten. Allerdings zeigt der Anstieg der Debitkarten-Nutzung für Online-Zahlungen, dass zahlreiche Befragte die neuen Debitkarten richtig erfassen, da Online-Zahlungen nur mit der neuen Generation von Debitkarten möglich sind (vgl. Kapitel 3.4).

Box 2: Verbreitung der neuartigen Debitkarten

In der Schweiz haben die ersten Grossbanken im Jahr 2020 mit der Einführung von Debit Mastercard und Visa Debit als Ersatz für Maestro- und V-Pay-Karten begonnen. Die neuen Debitkarten ähneln visuell stärker den Kreditkarten als die Maestro- und V-Pay-Karten: Sie weisen die Logos von Mastercard respektive Visa sowie eine 16-stellige Nummer auf. Analog zu Kreditkarten ermöglichen sie Online-Zahlungen.

Im Verlauf des Jahres 2022 haben mit PostFinance⁷, Raiffeisen, Migros Bank sowie Zürcher Kantonalbank weitere Institute die neuartigen Debitkarten lanciert. Diese können bei einigen Banken analog zu Kreditkarten in mobilen Bezahlösungen wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay hinterlegt werden. Gleichzeitig werden bei anderen Banken immer mehr Maestro-Karten, welche ihr Ablaufdatum erreicht haben, durch Debitkarten der neuen Generation ersetzt. Abbildung 1 zeigt, dass die neuartigen Debitkarten von Visa und Mastercard mittlerweile bereits die Mehrheit der Debitkarten ausmachen.

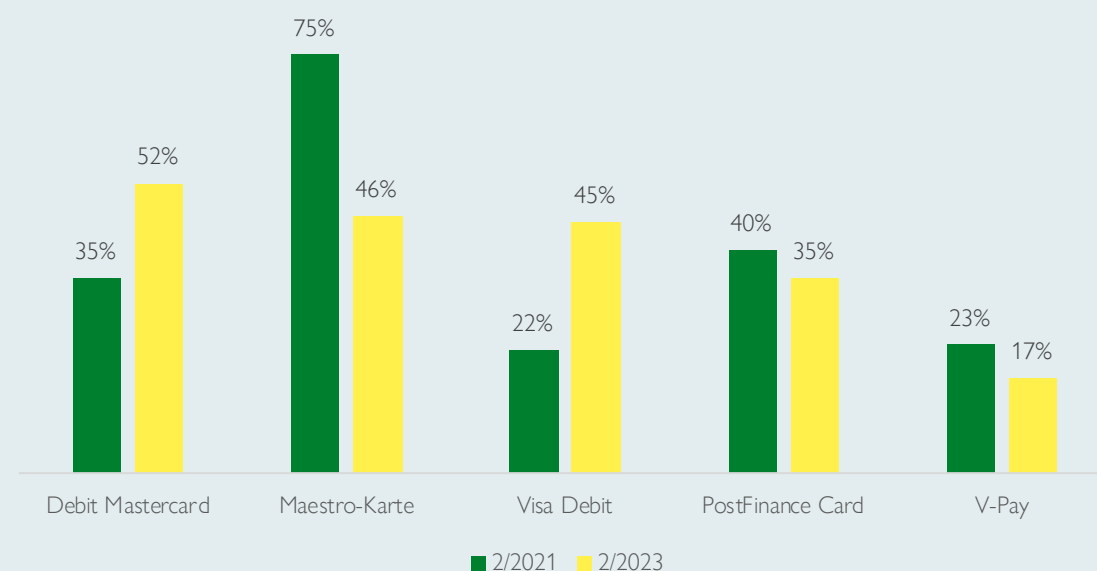


Abbildung 1: Anteil der Befragten, die eine Debitkarte des jeweiligen Anbieters besitzen (Mehrfachauswahl möglich).

⁷ Die neue PostFinance Card ist gleichzeitig eine Debit Mastercard.

3.2 Gesamtmarkt

3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

Mithilfe der Tagebucherhebung lässt sich das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten darstellen. Abbildung 2 und Abbildung 3 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils (gemessen an den Gesamtausgaben⁸) und des Anteils der Transaktionen (gemessen an der gesamten Anzahl Transaktionen) verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf.⁹

Mit Blick auf den Umsatzanteil haben die Debit- und Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit Anteilen von 24,1 respektive 22,4 Prozent die Plätze im Vergleich zur letzten Erhebung vom November 2022 getauscht (vgl. Abbildung 2). Nach einem deutlichen Anstieg um 5,5 Prozentpunkte [PP] im Vergleich zum SPM 1/2023 folgt das mobile Bezahlen nach breiter Definition neu mit 20,8 Prozent Umsatzanteil bereits knapp dahinter auf dem dritten Rang (vgl. Abbildung 2).¹⁰ Das Bargeld fällt gemessen am Umsatz mit einem Anteil von 14,6 Prozent (-2,7 PP) hinter die Rechnung auf den fünften Rang zurück. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass bei der Betrachtung nach Umsatz einzelne grosse Beträge einen starken Einfluss auf die Ergebnisse haben und deshalb insbesondere das Zahlungsmittel Rechnung, welches tendenziell für grössere Beträge genutzt wird, beim Umsatzanteil grösseren Schwankungen unterliegt.

Weniger stark beeinflusst durch einzelne Zahlungen ist die Betrachtung der Anteile der Zahlungsmittel gemessen an der Anzahl Transaktionen. Mit einem Plus von 1,4 Prozentpunkten im Vergleich zum SPM 1/2023 hat die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 28,5 Prozent die Spitzenposition nach kurzem Unterbruch wieder vom Bargeld mit 28,2 Prozent (-1,1 PP) übernommen (vgl. Abbildung 3). Auch auf den anderen Rängen gab es einen Platztausch: Das mobile Bezahlen liegt mit einem Anteil von 21,0 Prozent (+3,0 PP) der Anzahl Transaktionen neu vor der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte mit einem Anteil von 16,2 Prozent (-1,9 PP) (vgl. Abbildung 3).

Insgesamt zeigt sich bei der Betrachtung nach Zahlungsmittel, dass sich das Wachstum des mobilen Bezahlens nach breiter Definition rasant fortsetzt. Nachdem sich die Bargeldnutzung zuletzt stabilisiert hatte, nimmt sie erstmals wieder ab. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass insbesondere kleinere Beträge immer häufiger mit einem mobilen Gerät statt mit Bargeld bezahlt werden. Bei der nicht-mobilen Kartennutzung konnte die Debitkarte auf Kosten der Kreditkarte und Bargeld an Anteilen gewinnen. In welchen Bezahlsituationen dies primär der Fall ist und ob dieser Effekt auf die neue Generation von Debitkarten zurückzuführen ist, zeigen die detaillierten Auswertungen nach Präsenz- und Distanzgeschäft in Kapitel 3.3 und Kapitel 3.4. Kapitel 5 geht im Detail auf die Entwicklung des mobilen Bezahlens ein.

⁸ Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich diese Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel bzw. Abrechnungsprodukte verteilen. Die absoluten Zahlen zum digitalen Zahlungsverkehr in der Schweiz (basierend auf öffentlichen Daten der Schweizerischen Nationalbank) werden auf der Webseite des SPM unter folgendem Link in einem Dashboard dargestellt: www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten.

⁹ Die Daten des SPM 2019, 2020, 1/2021, 1/2022 und 1/2023 beziehen sich jeweils auf die Erhebung im Oktober/November des Vorjahres, die Daten der SPM-Ausgaben 2/2021, 2/2022 und 2/2023 auf die Erhebung im Mai 2021, 2022 und 2023.

¹⁰ Zur Erinnerung: Die Kategorie «Mobiles Bezahlen» umfasst an dieser Stelle alle Bezahlvorgänge, die mit respektive auf einem mobilen Gerät wie beispielsweise dem Mobiltelefon, dem Tablet oder der Smartwatch ausgelöst werden. Zum mobilen Bezahlen zählen entsprechend auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Box 1 in Kapitel 3.1).

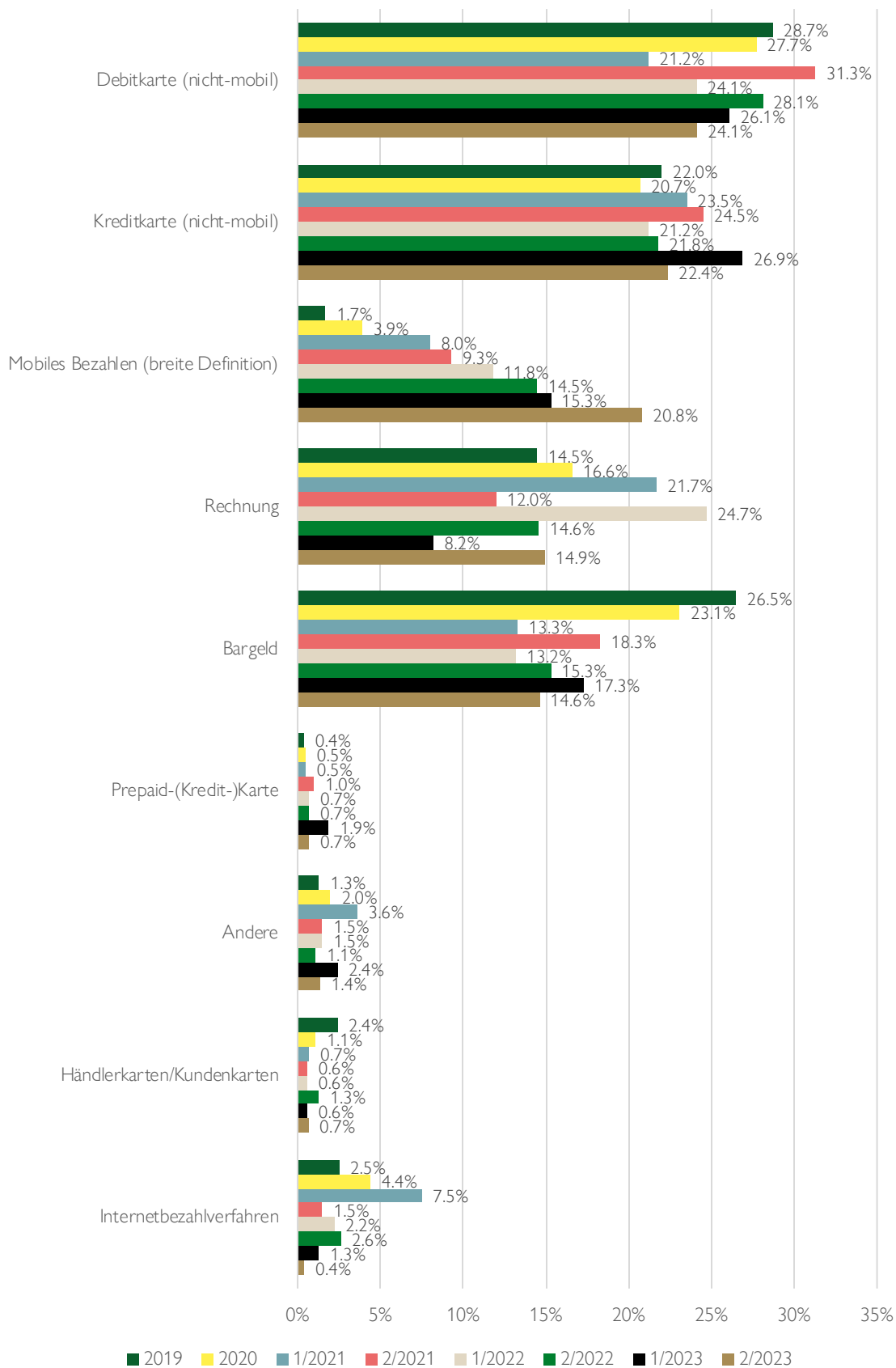


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

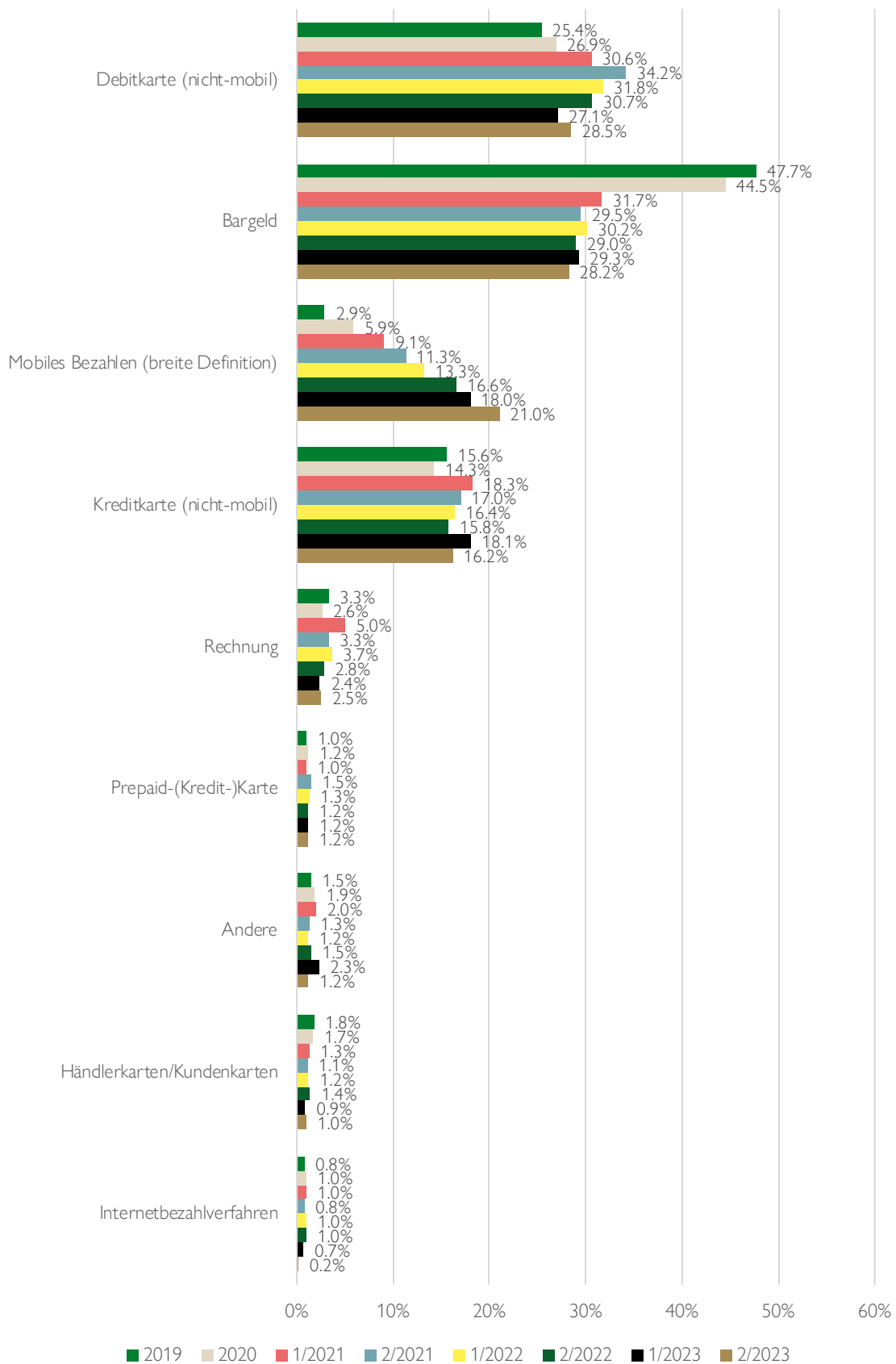


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten lässt sich zusätzlich gemäss dem Abrechnungsprodukt einer Zahlung darstellen. Das spielt primär beim mobilen Bezahlen eine Rolle: In diesem Kontext kann entweder eine Bezahlkarte als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein oder die Abwicklung der Zahlung erfolgt in einer Mobile-Payment-App direkt über ein Bankkonto («mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn») oder wird von zuvor geladenem Guthaben («mobiles Bezahlen Prepaid») abgebucht (vgl. Box 1 in Kapitel 3.1).

Die Kreditkarte hat als Abrechnungsprodukt gemessen am Umsatz mit 29,7 Prozent vor der Debitkarte mit 27,9 Prozent die Spitzenposition inne (vgl. Abbildung 4). Damit zeigt sich das umgekehrte Bild als bei der Betrachtung gemäss Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 2). Die Kreditkarte dient demnach deutlich häufiger als Abrechnungsprodukt für eine mit einem mobilen Gerät initiierten Zahlung als die Debitkarte. Die Differenz der Anteile zwischen Abbildung 2 und Abbildung 4 zeigt, dass diese Zahlungen 7,3 Prozentpunkte des Umsatzanteils der Kreditkarte respektive 3,8 Prozentpunkte des Umsatzanteils der Debitkarte betragen.

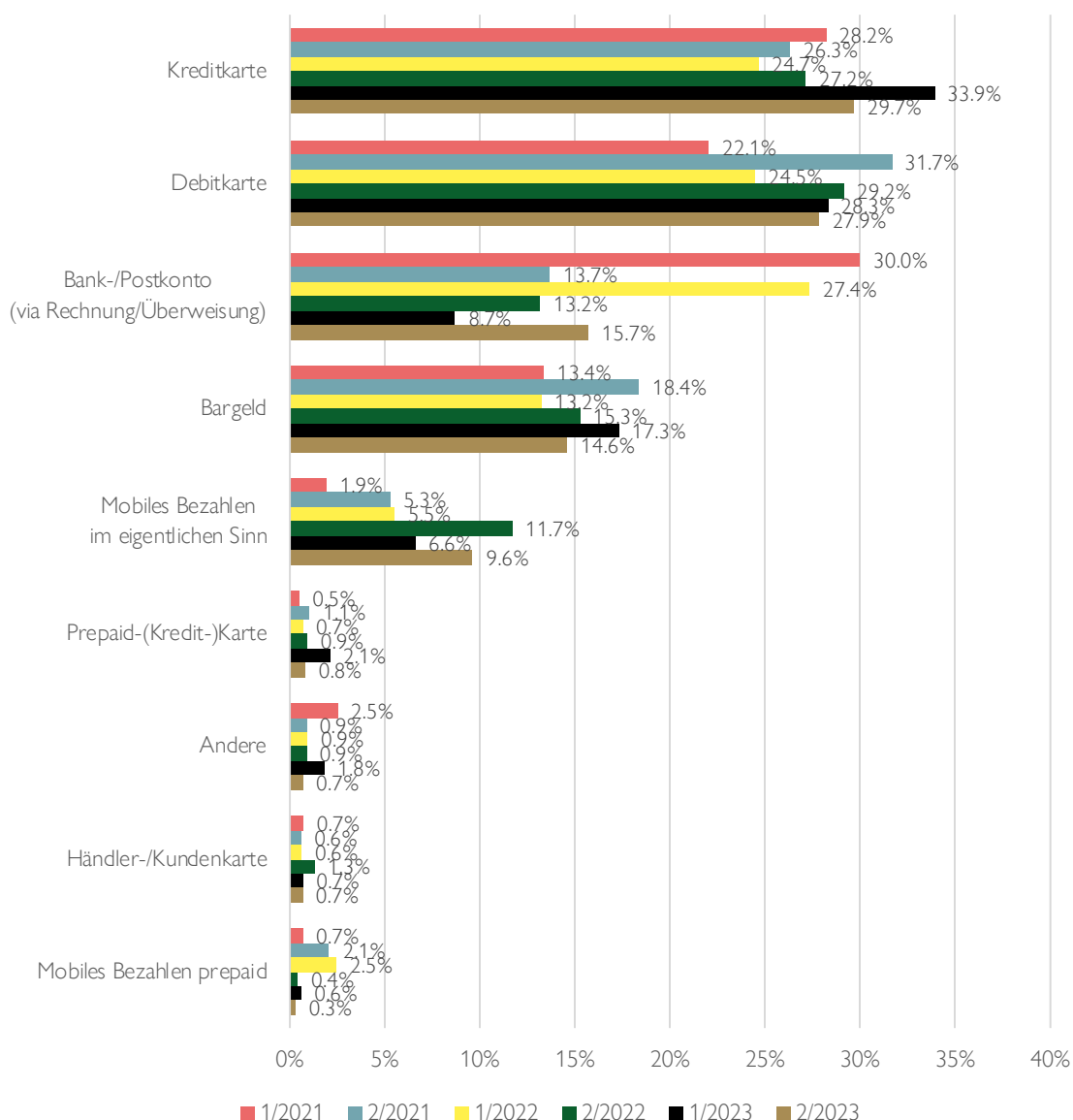


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Gemessen an der Anzahl Transaktionen liegt die Debitkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 32,4 Prozent deutlich an erster Stelle (vgl. Abbildung 5). Mit einem Plus von 2,6 PP im Vergleich zum SPM 1/2023 steht sie wieder deutlich vor der Kreditkarte, deren Anteil nach einem Ausreisser nach oben im SPM 1/2023 um 3,3 Prozentpunkte auf 22,6 Prozent zurückgegangen ist (vgl. Abbildung 5).

Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn setzt seinen langfristigen Wachstumstrend fort und weist gemessen an der Anzahl Transaktionen bereits einen zweistelligen Anteil von 10,0 Prozent (+3,0 PP) auf (vgl. Abbildung 5). Das zeugt vom starken Wachstum von Twint («mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn»), worauf in Kapitel 5 genauer eingegangen wird.

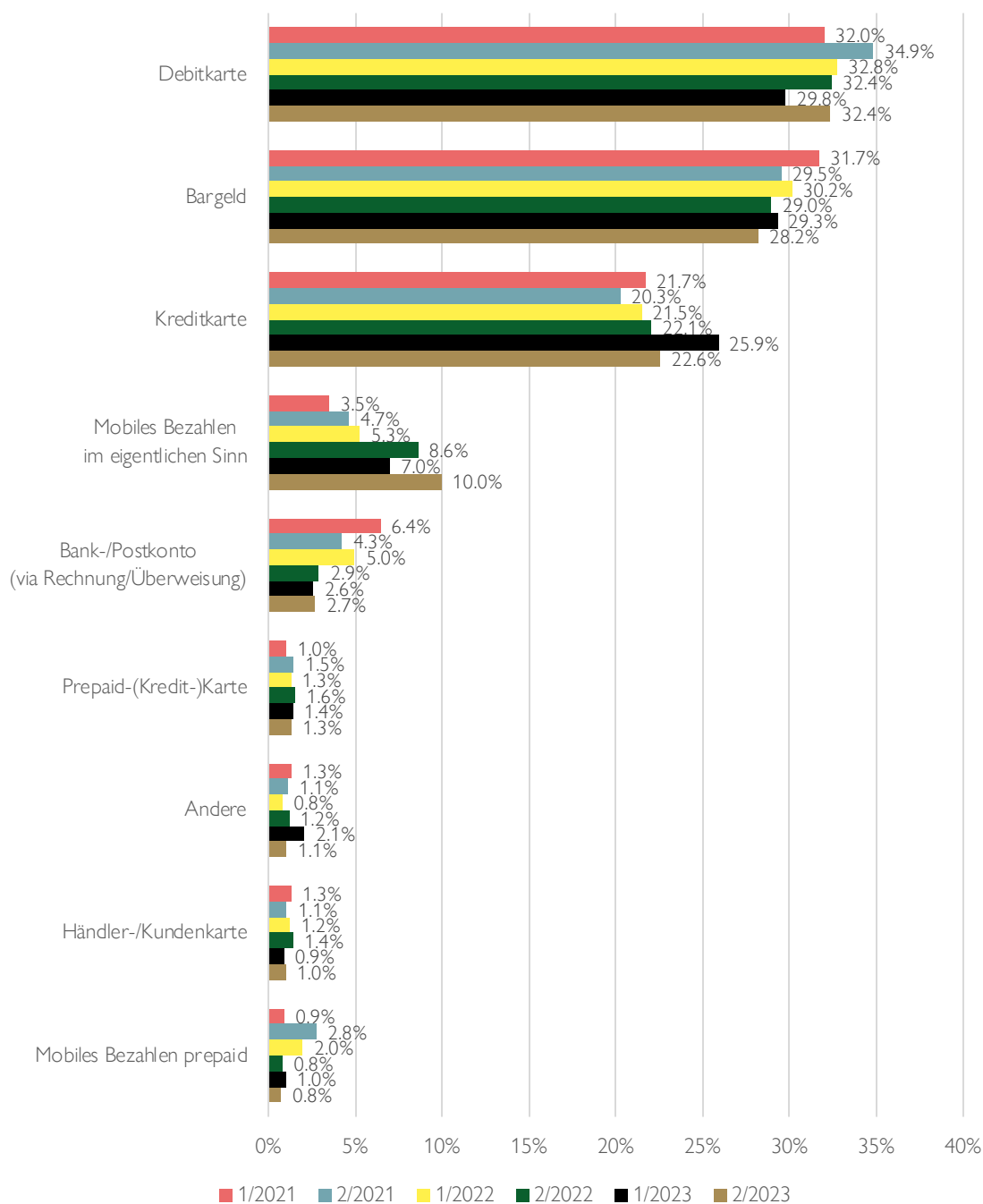


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

3.3 Präsenzgeschäft

3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Die Bezahlungssituation spielt eine wichtige Rolle bei der Zahlungsmittelwahl und den Zahlungsgewohnheiten. Unter Präsenzgeschäft versteht man alle Transaktionen vor Ort in einem physischen Geschäft oder an einem physischen Automaten. Dies in Abgrenzung zum Distanzgeschäft, bei dem Zahlende und Zahlungsempfänger räumlich voneinander getrennt sind, worunter vor allem Onlinezahlungen fallen (vgl. Kapitel 3.4).

Tabelle 1 zeigt, dass sich rein mengenmässig der Grossteil der Transaktionen (86%) auf das Präsenzgeschäft konzentriert. Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts in der Erhebung 2/2023 analog zu den Vorgängerwellen dominierend (66%), wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit. Aufgrund der hohen Anteile des Präsenzgeschäfts in der Stichprobe gleichen die Ergebnisse in diesem Kapitel in vielerlei Hinsicht den in Kapitel 3.2.1 präsentierten Ergebnissen gemäss Gesamtmarkt, vor allem bezüglich der Verwendung von Bargeld, welches nur im Präsenzgeschäft eingesetzt werden kann.

Abbildung 6 und Abbildung 7 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Präsenzgeschäft im Zeitverlauf. Dabei fällt auf, dass die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte seit dem ersten SPM stets den grössten Umsatzanteil ausmacht und in der neusten Erhebung bei 34,3 Prozent liegt (vgl. Abbildung 6). Gemessen an der Anzahl Transaktionen hingegen kann sich das Bargeld mit einem Anteil von 32,1 Prozent trotz eines Rückgangs um 1,5 Prozentpunkte im Vergleich zum SPM 1/2023 knapp vor der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte mit 32,0 Prozent (+1,4 PP) halten (vgl. Abbildung 7). Zusammen mit Abbildung 11 zeigt dies, dass praktisch das gesamte in Abbildung 3 gezeigte Wachstum des Anteils der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte auf das Präsenzgeschäft zurückzuführen ist.

Bei der Frage nach den Gründen¹¹ für die Wahl von Bargeld als Zahlungsmittel ist die häufigste Antwort (36,7%) die Betragshöhe. Bargeld kommt bei Kleinst- (bis 5 Fr.) und Kleinbeträgen (5 bis 20 Fr.) besonders häufig zum Einsatz. Am zweithäufigsten (31,7%) wird die Gewohnheit als Begründung für die Verwendung von Bargeld genannt. In der aktuellen Erhebung standen als Antwortmöglichkeiten erstmals auch das Vermeiden von Gebühren für den Händler sowie die Anonymität der Zahlung zur Verfügung. Beide Gründe spielen für die Wahl von Bargeld eine untergeordnete Rolle (8,2% «Vermeiden von Gebühren für den Händler»; 3,2% «Anonymität»).

Für bargeldlose Zahlungen wird als häufigster Grund die Gewohnheit angegeben (56,7%), gefolgt von der Geschwindigkeit der Bezahlung (32,1%), der Bevorzugung von bargeldlosen Zahlungen bei diesem Händlertypen (29,3%) und der Betragshöhe (28,6%). Insbesondere grössere Beträge werden überproportional häufig mit einer Zahlungskarte beglichen, weshalb im Präsenzgeschäft beim Umsatzanteil die nicht-mobile Nutzung von Debit- und Kreditkarte die ersten beiden Plätze belegen. Gemessen an der Anzahl Transaktionen rangieren die Debit- und Kreditkarte hingegen auf den Plätzen eins und drei (vgl. Abbildung 6 und Abbildung 7).¹²

¹¹ Bei der Frage nach den Gründen für die Zahlungsmittelwahl waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

¹² Dies trifft auch auf den Gesamtmarkt zu (vgl. Kapitel 3.2.1).

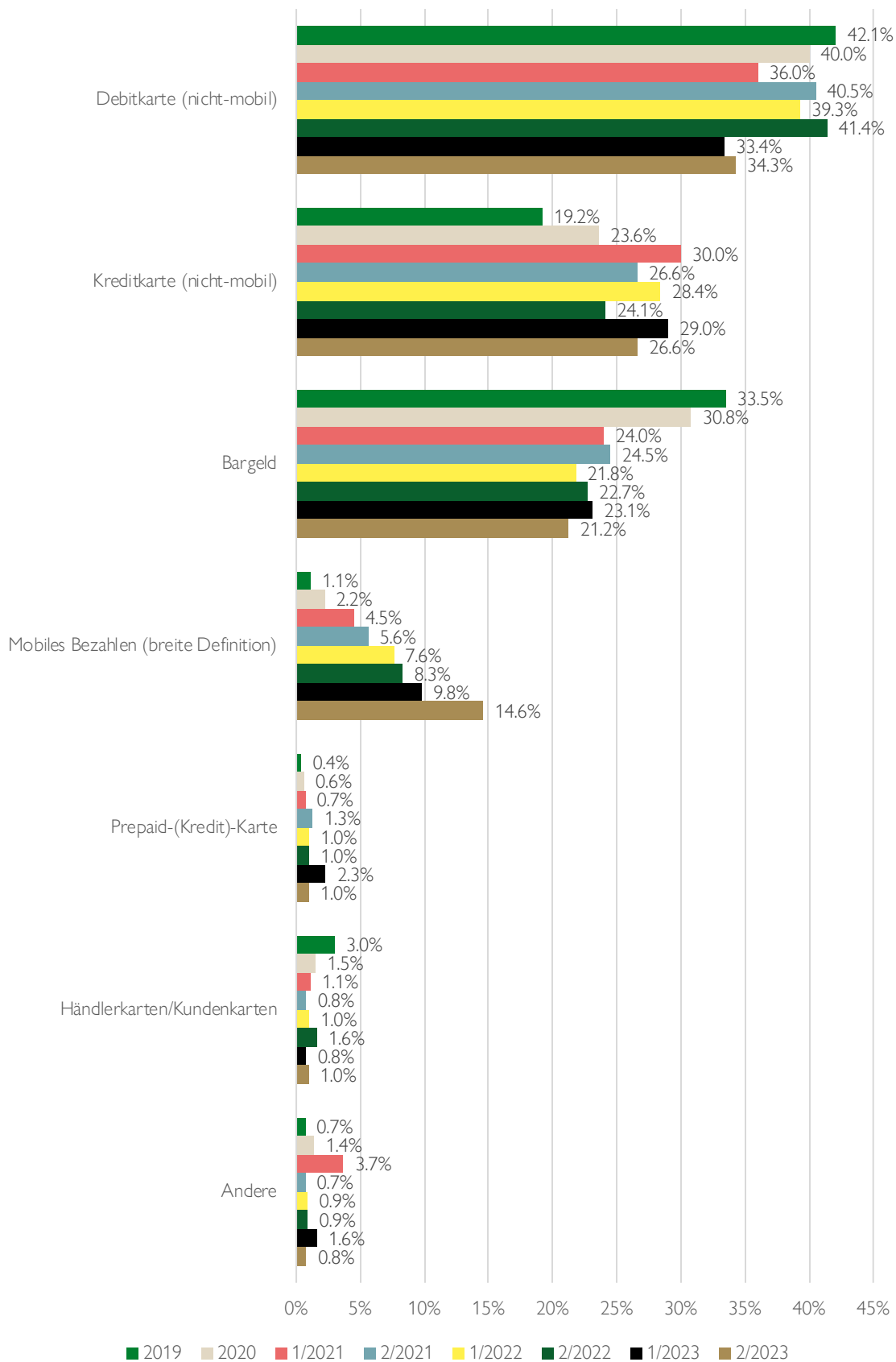


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

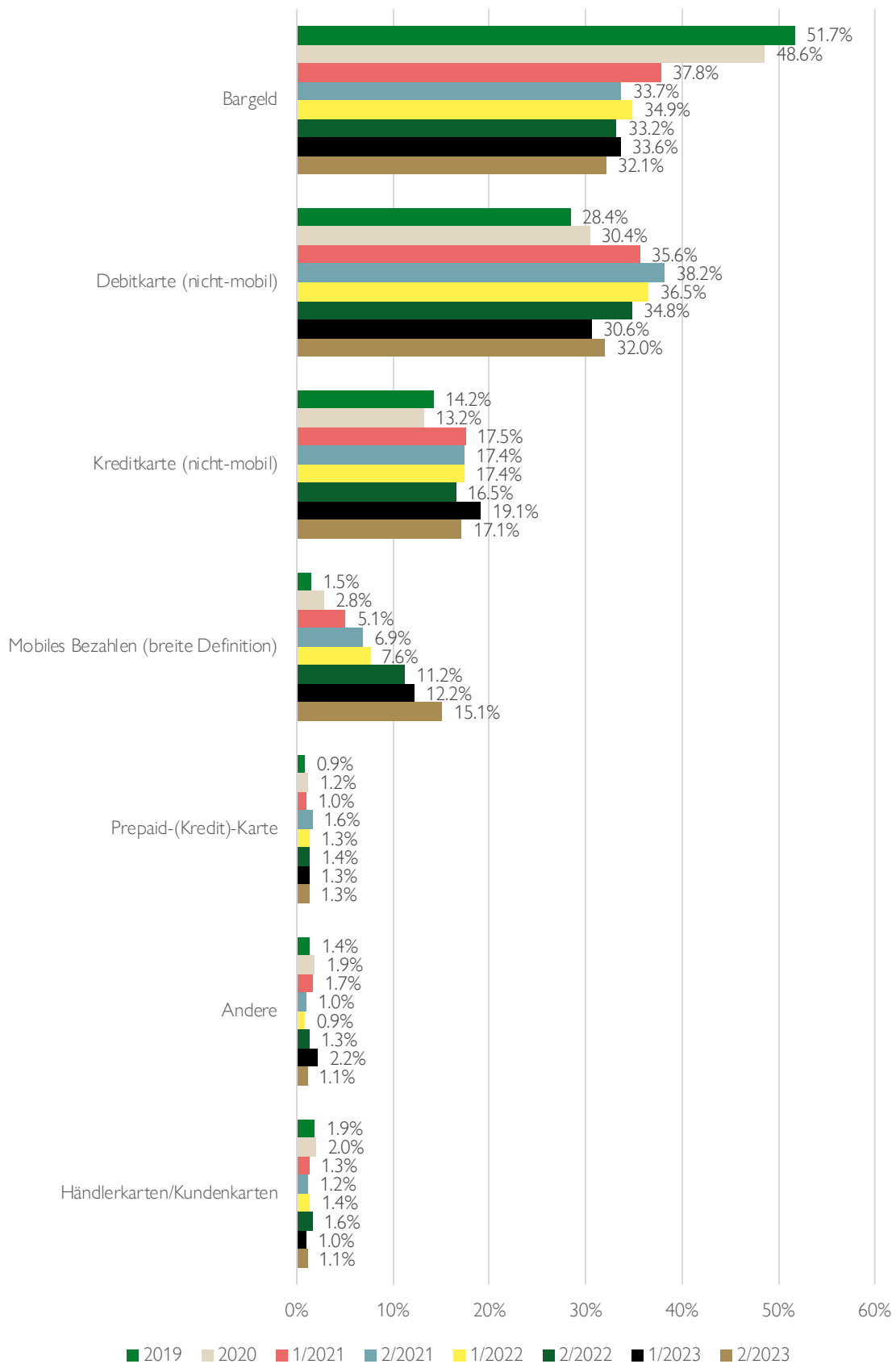


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzg Geschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Die Reihenfolge des Umsatz- und Transaktionsanteils der vier beliebtesten Abrechnungsprodukte im Präsenzgeschäft bleibt gegenüber der Auswertung «gemäss Zahlungsmittel» unverändert (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 9). Bei der Betrachtung der Umsatzanteile nach Abrechnungsprodukt ist der Abstand von der Debitkarte (37,7 Prozent) auf Platz eins zur Kreditkarte (32,3 Prozent) auf Platz zwei weniger gross als nach Zahlungsmittel, da im Präsenzgeschäft bei Zahlungen mit E-Wallets wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay häufiger eine Kredit- statt einer Debitkarte als Abrechnungsprodukt dient (vgl. Abbildung 8).

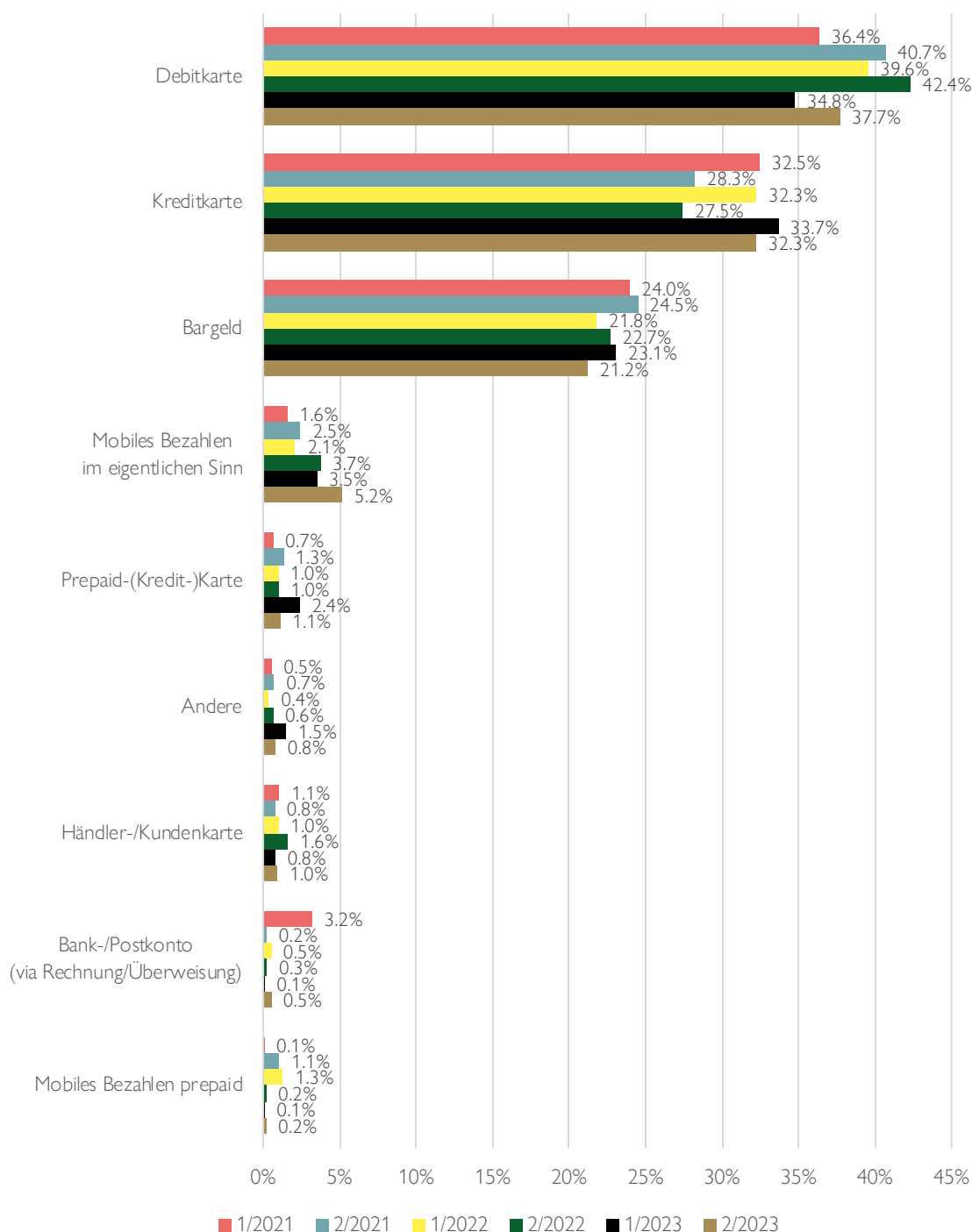


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Der Umsatz- und Transaktionsanteil von mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn liegt im Präsenzg Geschäft mit 5,2 und 6,9 Prozent (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 9) deutlich tiefer als gemäss breiterer Definition (14,6% bzw. 15,1%) (vgl. Abbildung 6 und Abbildung 7). Allerdings weist das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn ein deutliches Wachstum von Umsatz- und Transaktionsanteil im Vergleich zu den bisherigen Erhebungen auf. Nach einem leichten Rückgang im SPM 1/2023 liegen die aktuellen Ergebnisse wieder auf dem Wachstumspfad, der sich für das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn – also Twint – manifestiert (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 9).

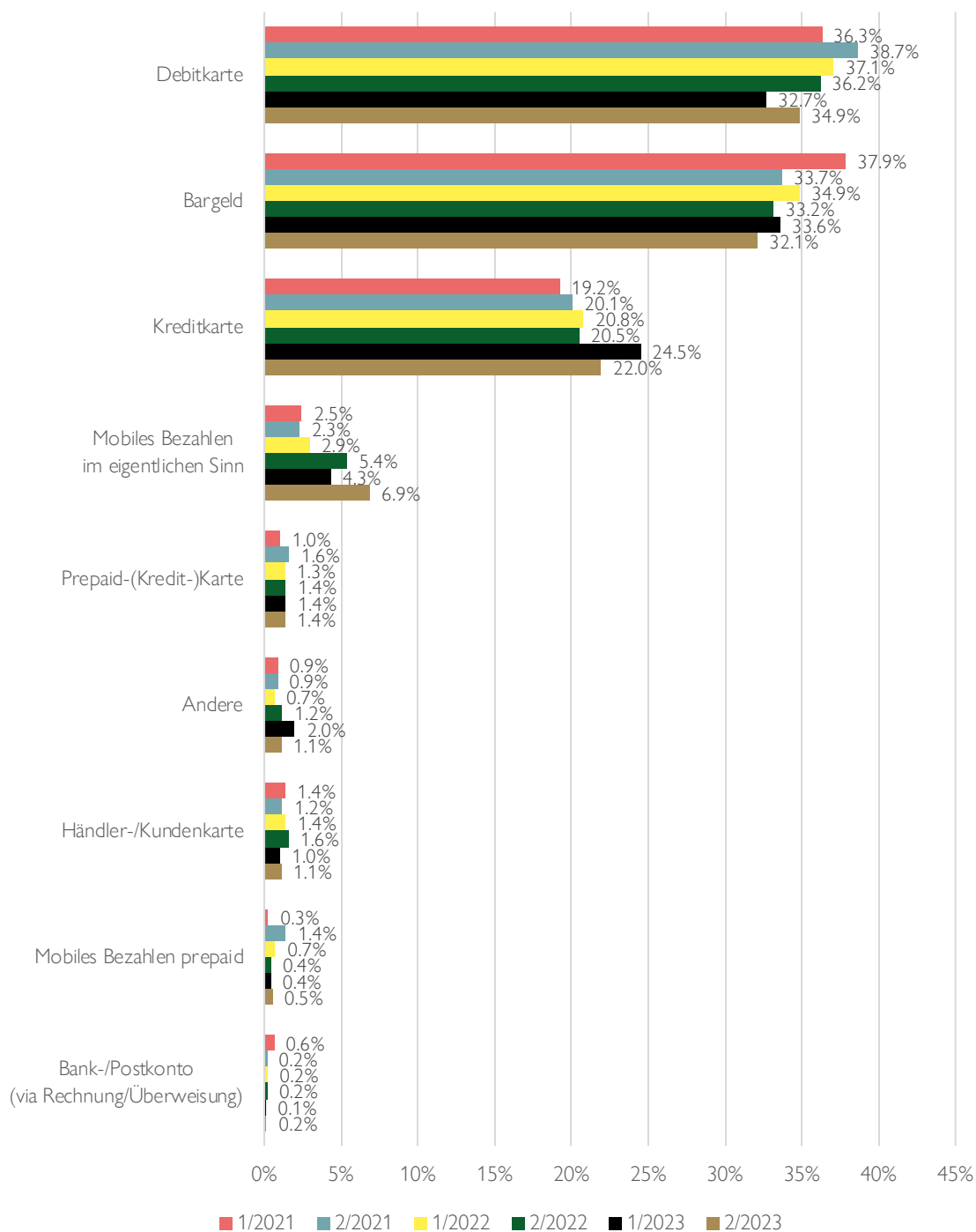


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzg Geschäft gemäss Abrechnungprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

3.4 Distanzgeschäft

3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Abbildung 10 und Abbildung 11 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Distanzgeschäft im Zeitverlauf.¹³ Dabei fällt auf, dass das mobile Bezahlen gemäss breiter Definition im Vergleich zum SPM 1/2023 weiter deutlich zugelegt und seine Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen um 6,6 PP auf 63,7 Prozent Anteil ausgebaut hat (vgl. Abbildung 11). Gleichzeitig sind die Transaktionsanteile der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte (-2,1 PP) sowie der nicht-mobilen Internetbezahlverfahren (-3,6 PP) im Distanzgeschäft rückläufig (vgl. Abbildung 11). Das bedeutet, dass immer mehr Onlinekäufe direkt auf einem mobilen Gerät durchgeführt werden und Zahlungen über einen Internetbrowser an einem Laptop/Desktop vermehrt in den Hintergrund rücken.

Hinsichtlich des Umsatzanteils bleibt hingegen die Rechnung im Distanzgeschäft mit 46,9 Prozent die klare Nummer eins (vgl. Abbildung 10). Dieser Wert liegt praktisch im langjährigen Mittel, nachdem der SPM 1/2023 für den Umsatzanteil der Rechnung einen Ausreisser nach unten zeigte. Die Rechnung als Zahlungsmittel konnte aber nicht nur beim generell volatileren Umsatzanteil zulegen, sondern mit einem Plus von 1,6 PP auf 20,0 Prozent auch beim Anteil nach Anzahl Transaktionen (vgl. Abbildung 11). Das zeigt, dass für die Schweizer Bevölkerung die Bestellung auf Rechnung im Distanzkauf weiterhin sehr beliebt ist. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass beim Rechnungskauf die Ware nicht direkt beim Bestellzeitpunkt, sondern erst nach erfolgter Lieferung bezahlt werden muss. Dieser Vorteil ist im Onlinehandel umso wichtiger, wo der Erhalt der funktionsfähigen Ware weniger sicher ist, als wenn ein Produkt in einem Ladengeschäft gekauft und vor Ort geprüft werden kann.

Als wichtigster Grund bei der Wahl des Zahlungsmittels im Distanzgeschäft wird die Gewohnheit (39,0%) genannt, gefolgt vom Händlertyp (31,8%).¹⁴ Das heisst, dass je nach Art des Händlers ein anderes Zahlungsmittel bevorzugt wird. Knapp dahinter auf Rang drei folgt die Geschwindigkeit der Zahlung (31,0%) als Grund für die Wahl des Zahlungsmittels. Diese spielt vor allem beim Entscheid für das mobile Bezahlen eine Rolle. Ist beispielsweise in einer App das Zahlungsmittel bereits hinterlegt, kann die Zahlung rasch und einfach mit wenigen Fingerbewegungen ausgelöst werden. Die Sicherheit der Zahlung wird am fünftheiligen (15,6%) mit als Grund für die Wahl des Zahlungsmittels genannt – und zwar vorwiegend als Grund für die Wahl der Kreditkarte.

¹³ Beim Vergleich der Umsatzanteile im Distanzgeschäft verschiedener Erhebungen gilt es zu beachten, dass bei einer durchschnittlichen Gesamtzahl von rund 600-670 Distanzzahlungen je Erhebung einzelne grosse Beträge einen starken Einfluss auf die Anteile der Zahlungsmittel haben.

¹⁴ Bei der Frage nach den Gründen für die Zahlungsmittelwahl waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

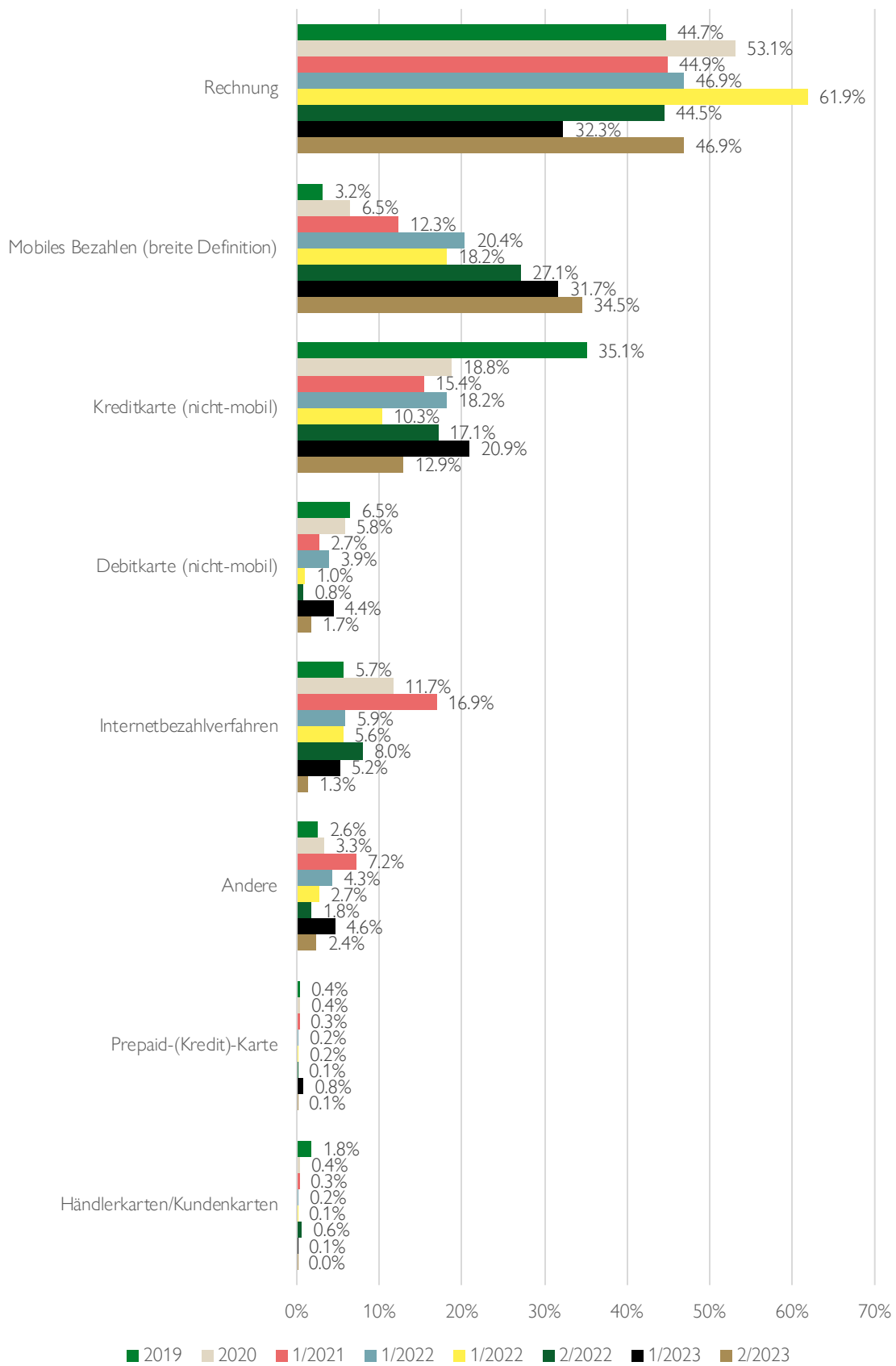


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

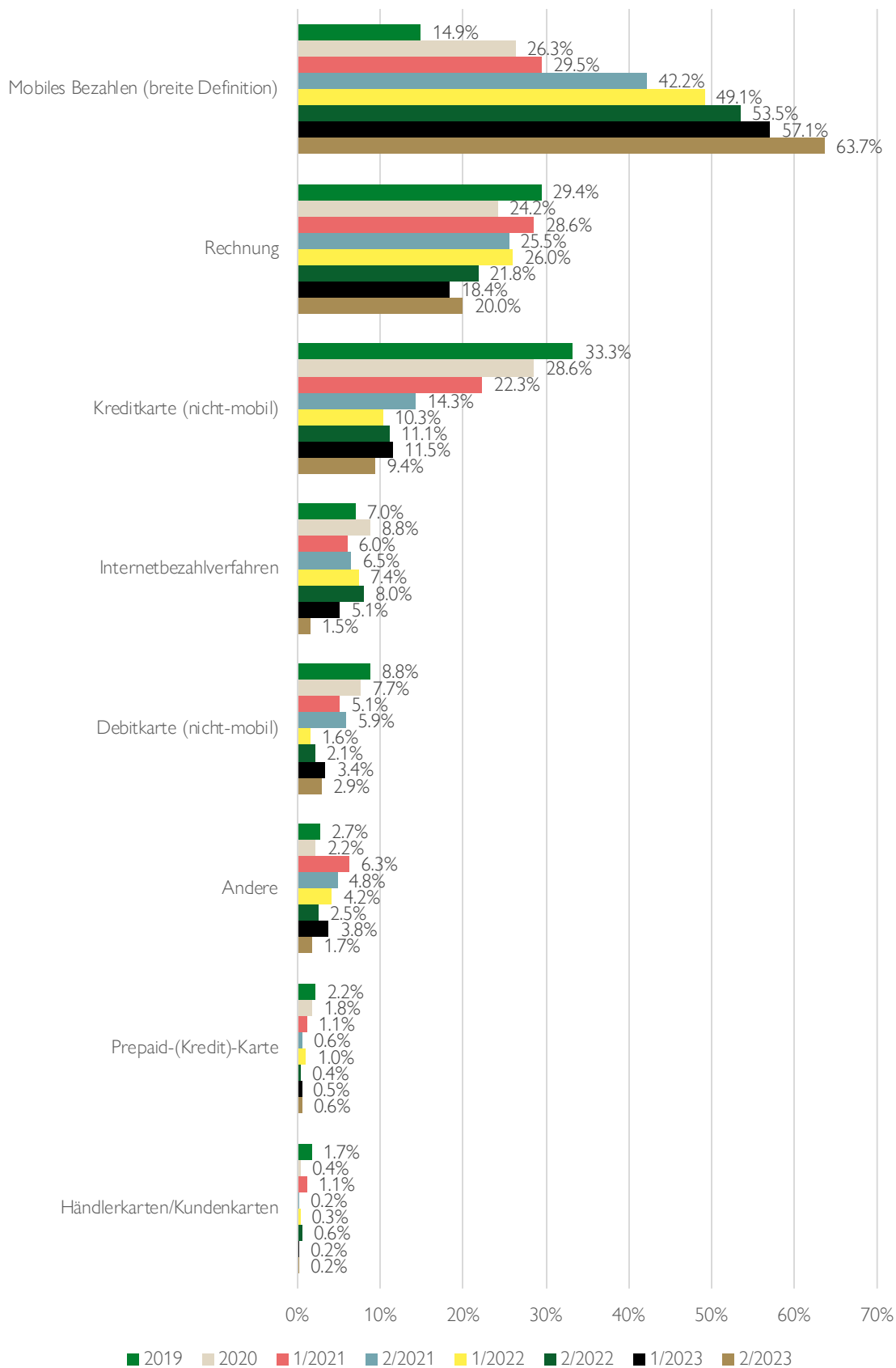


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bei Betrachtung des Distanzgeschäfts nach Abrechnungsprodukt wird im Vergleich zur Auswertung gemäss Zahlungsmittel deutlich, dass bei zahlreichen Onlinezahlungen über ein mobiles Gerät die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt zugrunde liegt und deren Anteile am Umsatz (24,0%) sowie an der Anzahl Transaktionen (27,1%) somit deutlich höher sind (vgl. Abbildung 12 und Abbildung 13). Erstmals im Rahmen des SPM reicht letzterer Wert aber nicht für den ersten Platz der Kreditkarte. Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn hat nämlich gemessen an der Anzahl Transaktionen deutlich um 7,6 Prozentpunkte auf 32,7 Prozent zugelegt, während der Anteil der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt um 8,4 Prozentpunkte zurückging (vgl. Abbildung 13). Das zeigt, dass Twint im Distanzgeschäft deutlich an Anteilen gewonnen hat.

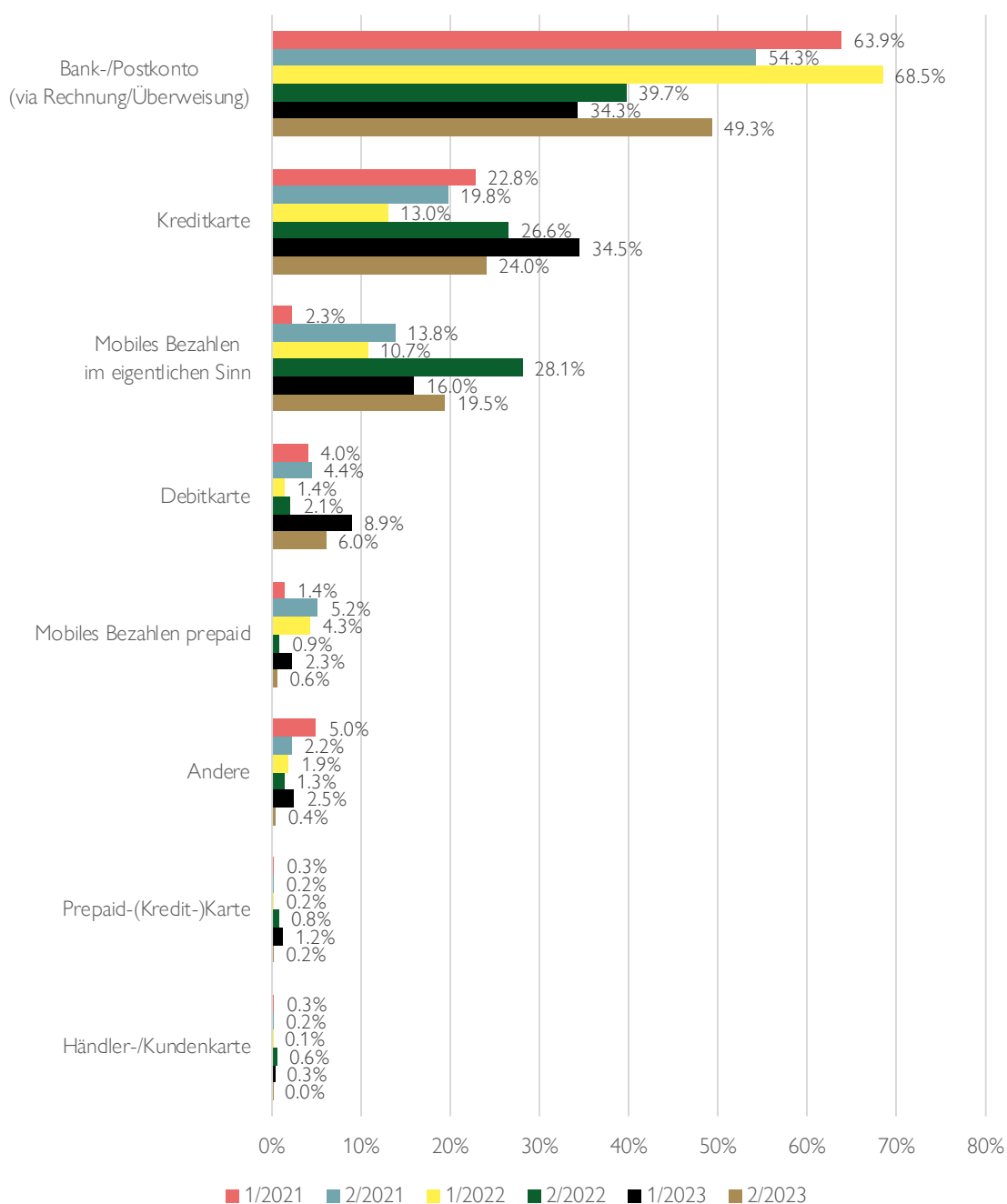


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Bei der Betrachtung der Anteile nach Anzahl Transaktionen fällt auch das erneute starke Wachstum der Debitkarte (+4,0 PP) als Abrechnungsprodukt auf (vgl. Abbildung 13). Das zeigt, dass die neue onlinefähige Generation von Debitkarten von Visa und Mastercard vermehrt bei mobilen Apps und Anwendungen hinterlegt und als Abrechnungsprodukt verwendet wird. Gleichzeitig zeigt das Ergebnis auch, dass die meisten Befragten die neue Generation von Debitkarten korrekt klassifizieren, da ältere Debitkarten wie Maestro oder V-Pay nicht onlinetauglich sind.

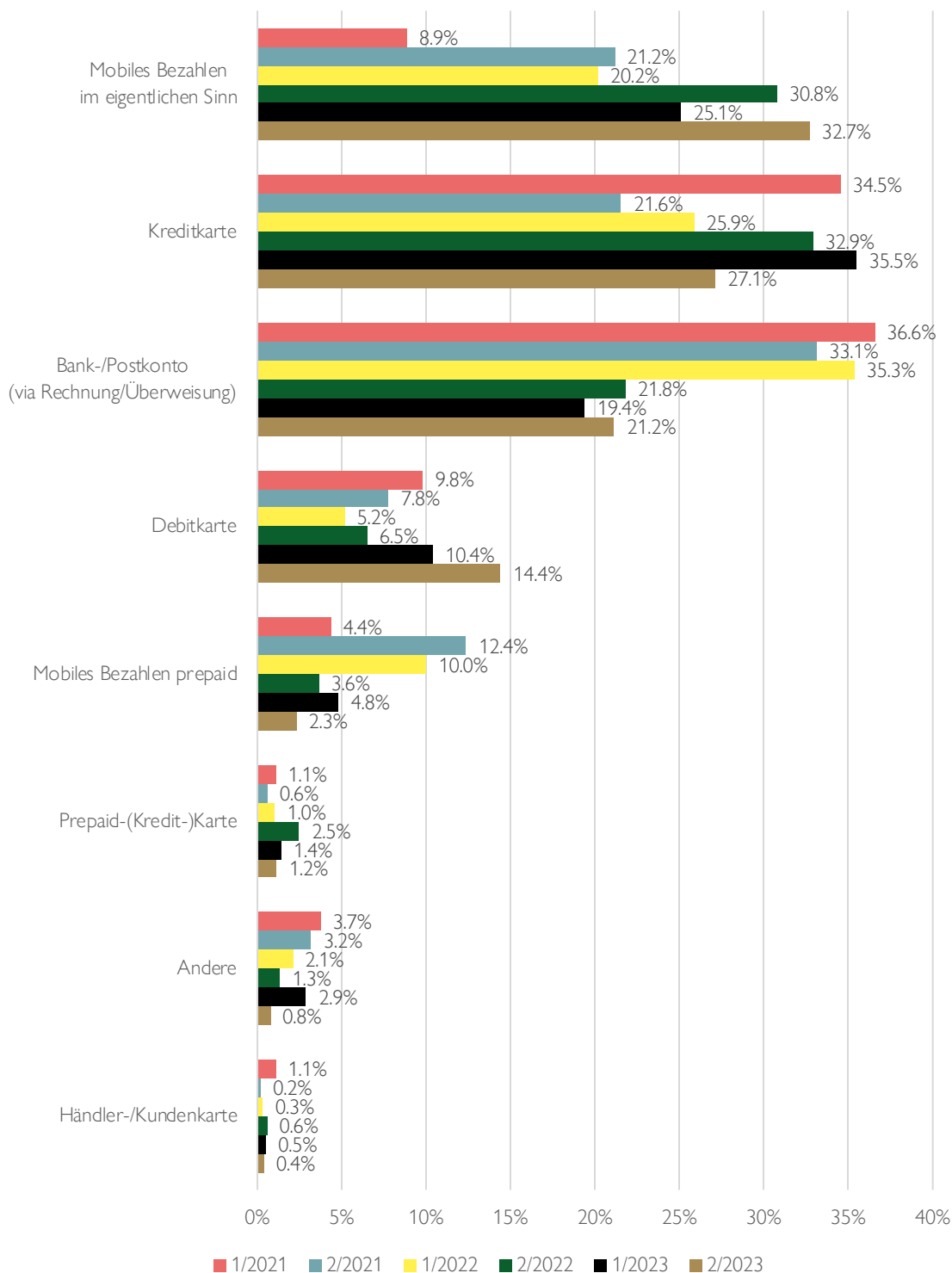


Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

4 Bargeld

4.1 Bargeldbesitz

Die Nutzung des Bargelds in der Schweizer Bevölkerung hat sich in den letzten zwei Jahren mehr oder weniger stabilisiert, wie Kapitel 3 zeigt. Gleichzeitig gab es zuletzt immer mehr Menschen, die üblicherweise gar kein Bargeld mehr mit sich führten (vgl. Abbildung 14). Die aktuelle Erhebung zeigt allerdings, dass im Vergleich zum SPM 1/2023 der Anteil der Personen, die üblicherweise kein Bargeld im Portemonnaie mit sich führen, um 3,1 Prozentpunkte auf 12,7 Prozent zurückgegangen ist (vgl. Abbildung 14). Ähnlich verhält es sich auch mit dem Bevölkerungsanteil, der üblicherweise kein Bargeld zu Hause hat, wobei dieser bereits zuvor rückläufig war (vgl. Abbildung 14).

Bei Betrachtung der durchschnittlichen Grössenordnungen an Bargeld, die gewöhnlich mit sich geführt und zu Hause aufbewahrt werden, zeigen sich im Vergleich zur letzten Erhebung lediglich geringfügige Änderungen, jedoch mit gegensätzlichen Tendenzen: Während der durchschnittliche Bargeldbetrag im Portemonnaie minimal von durchschnittlich 107 Fr. auf 113 Fr. anstieg, wurde die durchschnittliche Bargeldmenge zu Hause nach einer merklichen Erhöhung im SPM 1/2023 wieder etwas reduziert – von 831 Fr. auf durchschnittlich 780 Fr. (vgl. Abbildung 15).

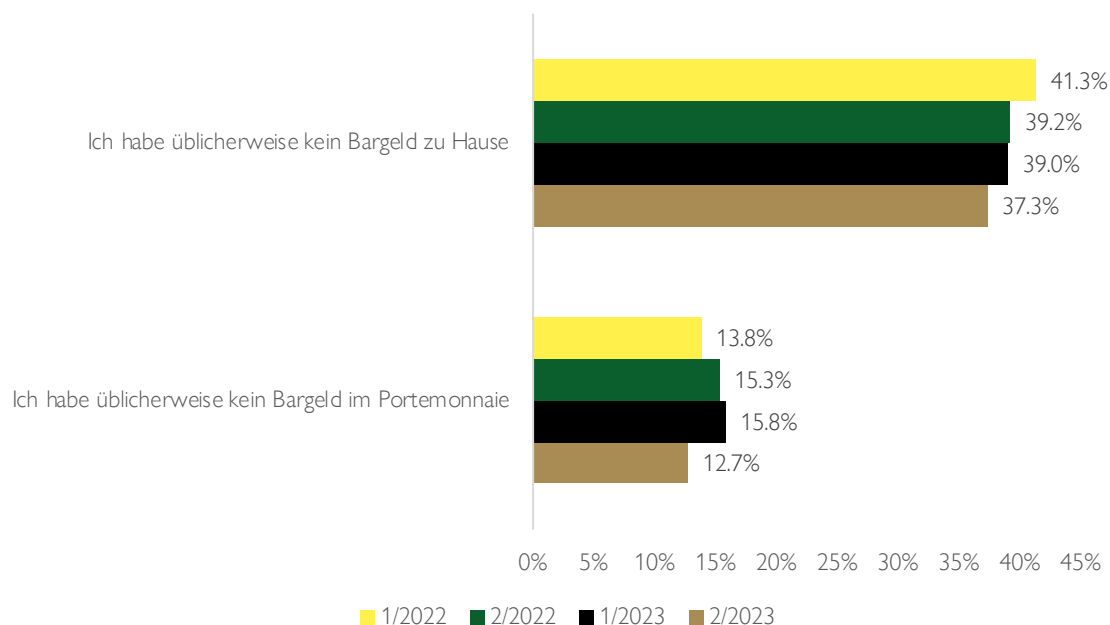


Abbildung 14: Anteil an Personen, die kein Bargeld mit sich führen oder zu Hause aufbewahren.
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Fragen: «Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise in Ihrem Portemonnaie oder in Ihrer Hosentasche?»; «Wie viel Bargeld bewahren Sie für gewöhnlich zu Hause oder an einem anderen Ort (z.B. in einem Schliessfach) auf?»

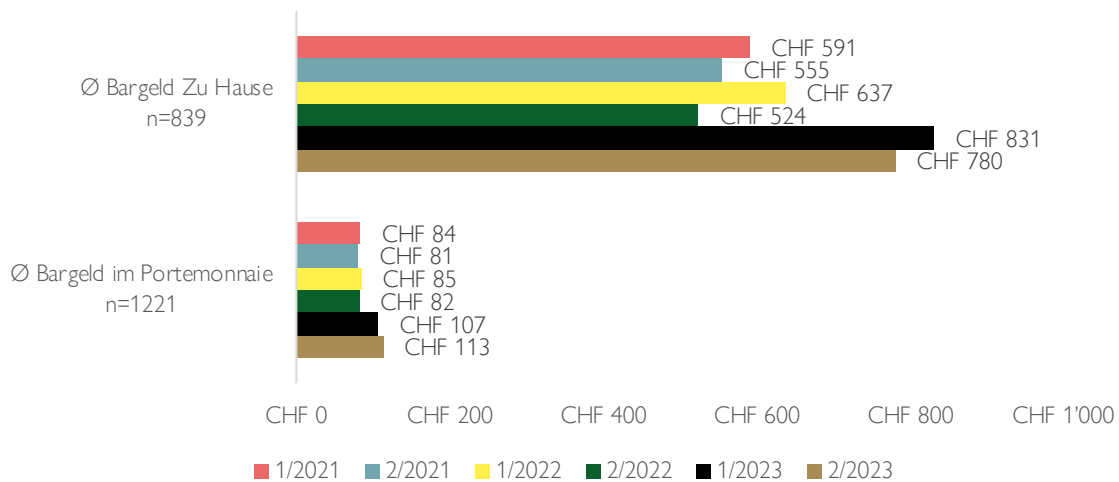


Abbildung 15: Durchschnittlicher Bargeldbesitz pro Person

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; nur Personen, die gewöhnlich Bargeld zu Hause oder im Portemonnaie haben; Fragen: «Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise in Ihrem Portemonnaie oder in Ihrer Hosentasche?»; «Wie viel Bargeld bewahren Sie für gewöhnlich zu Hause oder an einem anderen Ort (z.B. in einem Schliessfach) auf?»

4.2 Einstellung zu Bargeld

Trotz der leicht rückläufigen Nutzung von Bargeld (vgl. Kapitel 3) zeigt sich, dass eine Abschaffung von Bargeld für eine zunehmende Anzahl an Befragten nicht denkbar ist. Der Anteil derer, die eine Abschaffung überhaupt nicht oder eher nicht gut finden, stieg im Vergleich zur letzten Erhebung um 5,1 Prozentpunkte auf 67,1 Prozent (vgl. Abbildung 16). Es ist davon auszugehen, dass gewisse Verschiebungen in der Einstellung der Bevölkerung auch von aktuellen Rahmenbedingungen wie beispielsweise politischen Initiativen beeinflusst werden. Insofern wird spannend sein, wie sich die Einstellung der Bevölkerung zur Bargeldabschaffung vor dem Hintergrund der laufenden politischen Gegebenheiten zukünftig entwickeln wird.

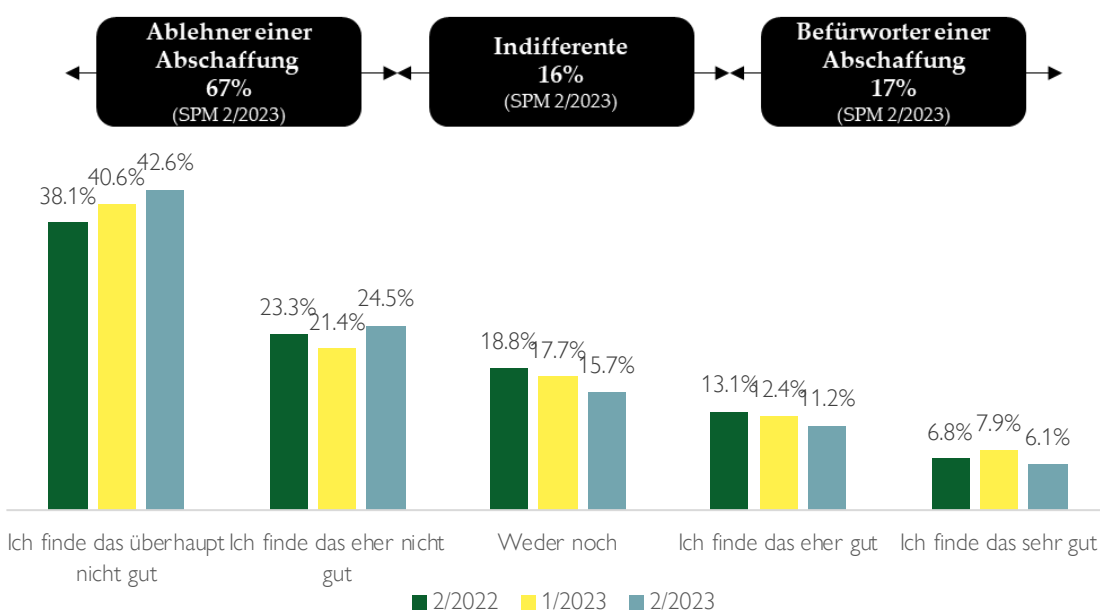


Abbildung 16: Einstellung zur Bargeldabschaffung

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Stellen Sie sich vor, Bargeld wird komplett abgeschafft. Wie finden Sie das?»; Fünfer-Skala von «Ich finde das überhaupt nicht gut» bis «Ich finde das sehr gut».

4.3 Cash-Back-Verfahren

In dieser Ausgabe des Swiss Payment Monitors wurde neben den wiederkehrenden Themen das «Cash-Back» näher beleuchtet. Beim Cash-Back-Verfahren¹⁵ handelt es sich um einen Zusatzservice, der es vielen Zahlungsdienstleistungskunden (z.B. Bankkunden mit ihrer Kredit- oder Debitkarte, aber auch Sonect-/Twint-Kunden) ermöglicht, an bestimmten Verkaufspunkten und Partnerstellen (z.B. Einkaufsstätten, Kiosken, Restaurants oder Bars) Bargeld zu beziehen. Je nach Zahlungsdienstleistungsanbieter variiert dabei, an welchen Stellen unabhängig vom Bancomaten oder Bankschalter Geld bezogen werden kann, ob und welche Gebühren anfallen sowie welche weiteren Rahmenbedingungen für die Nutzung erfüllt werden müssen.¹⁶

Insgesamt zeigt sich, dass die Möglichkeit, Bargeld unabhängig von Bancomaten und Bankschaltern zu beziehen, der Mehrheit der Befragten (61,3 Prozent) durchaus bekannt ist (vgl. Abbildung 17). Davon hat ein Drittel das Cash-Back-Verfahren bereits einmal genutzt, d.h. rund jeder fünfte Befragte insgesamt (vgl. Abbildung 17). Dabei wird der Bargeldbezug an der Ladenkasse von 92 Prozent der Nutzenden positiv bewertet. Am häufigsten wurde für den Bargeldbezug die Debitkarte (73,1 Prozent) und die Kreditkarte (29,6 Prozent) eingesetzt. Vergleichsweise selten wurden andere Varianten wie Twint via Sonect (15,6 Prozent), Sonect selbst (10,2 Prozent) oder die Post-Finance Card (2,1 Prozent) verwendet.¹⁷

Als Gründe für die Nutzung wurden in einer offenen Abfrage insbesondere die Bequemlichkeit und Zeitersparnis genannt. Die Befragten schätzen an diesem Verfahren, dass der zusätzliche Weg zum Bancomaten entfällt und eine direkte Abwicklung beim Einkaufen möglich ist. Interessant ist, dass viele Befragte angaben, dass ihr Fokus eigentlich auf dem Einkauf lag und der Bargeldbezug als attraktive und bequeme Zusatzleistung angesehen wird, während andere Befragte anführten, dass ihr Fokus auf den Bargeldbezug lag, den sie um einen Einkauf ergänzen konnten.

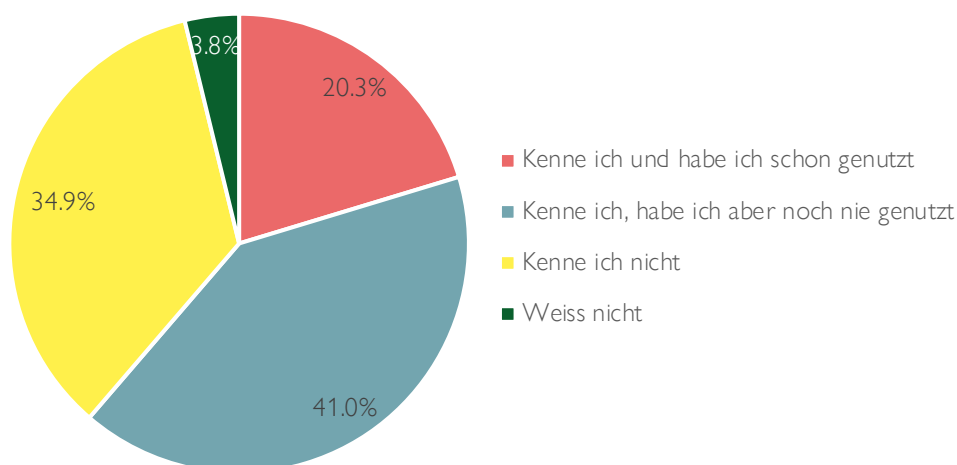


Abbildung 17: Kenntnis und Nutzung des Bargeldbezugs an der Ladenkasse
Bemerkung: Gemäss Onlinebefragung im Mai 2023; Frage: «Kennen Sie die Möglichkeit, Bargeld an Ladenkassen ausgewählter (Detail-)Händler zu beziehen?»

¹⁵ Gemäss unserer Verwendung der Terminologie «Cash-Back-Verfahren» wird der Begriff als spezielle Form zur Bargeldbeschaffung verstanden. Dementsprechend sollte der Begriff in diesem Verwendungszusammenhang nicht mit dem Cashback-System als spezifisches Bonus- bzw. Rückvergütungsprogramm für Kauftransaktionen verwechselt werden.

¹⁶ Beispielsweise, ob der Geldbezug nur in Verbindung mit einem Einkauf oder unabhängig davon möglich ist, ob ein allfälliger Mindesteinkaufswert besteht sowie der Maximalbetrag der Abhebung.

¹⁷ Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich.

Als weiterer Grund für die Nutzung des Cash-Back-Verfahrens wird häufig angeführt, dass der Prozess schnell und einfach ist. Ferner wurde angegeben, dass die Nähe und Zugänglichkeit von Alternativen eine Rolle spielen: Oftmals ist für die Befragten kein entsprechender Bancomat oder Bankschalter in der unmittelbaren Umgebung verfügbar, weshalb es nicht oder nur schwierig möglich ist, auf anderem Wege Bargeld zu erhalten. Ein weiteres Argument für diese Variante der Bargeldbeschaffung ist die Gebührenfreiheit, während bei der Nutzung von Bancomaten anderer als der eigenen Bank für die Befragten oft Gebühren fällig werden.

Als Gründe für die Nicht-Nutzung des Cash-Back-Verfahrens wurde oft der fehlende Bedarf bzw. das Vorhandensein anderer Optionen umschrieben. Ebenfalls sehr häufig wird angeführt, dass die Nicht-Nutzung weniger auf einer aktiven Entscheidung gegen diese Möglichkeit der Bargeldbeschaffung basiere, sondern dass man sich in der entsprechenden Situation gar keine Gedanken darüber mache, dass diese Option zur Verfügung stehen würde. Zudem wird die fehlende Verfügbarkeit des Angebots, die tiefere Bequemlichkeit oder das Anfallen von Gebühren genannt. Weitere Punkte, die für manche Befragte gegen die Nutzung des Cash-Back-Verfahrens sprechen, sind die nicht ausreichend empfundene Diskretion und Privatsphäre im Umfeld einer Ladenkasse, fehlendes Sicherheitsempfinden bzw. Vertrauen in das Verfahren sowie die Auffassung, dass derartige Dienstleistungen von einer Bank zu erbringen sind und Finanzdaten nicht mit dem Einzelhandel geteilt werden sollten. Unkenntnis und fehlendes Know-how bis hin zu Schamgefühlen, nicht zu wissen, wie ein Bargeldbezug an der Ladenkasse abzuwickeln sei, sind für manche Befragte weitere Gründe für die Nicht-Nutzung des Verfahrens.

Etwas mehr als ein Drittel der Befragten (34,9 Prozent) hat gar keine Kenntnis dieser Variante des Bargeldbezugs (vgl. Abbildung 17). Weitere 3,8 Prozent sind sich unsicher, was konkret unter dem Bargeldbezug an Ladenkassen zu verstehen ist (vgl. Abbildung 17).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Bargeldbezug an Verkaufspunkten auch vor dem Hintergrund einer sinkenden Anzahl an Bancomaten zukünftig vermutlich weiter an Bedeutung gewinnen wird.

5 Mobiles Bezahlen

Twint bleibt gesamthaft und relativ betrachtet die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz: 64,0 Prozent der Transaktionen mit mobilen Geräten (dazu zählen alle Arten von mobilem Bezahlen, vgl. Box 1) werden mit Twint abgewickelt (vgl. Abbildung 18). Der relative Nutzungsanteil von Twint liegt damit wieder über dem Niveau des SPM 2/2022, während die ausländischen Bezahl-Apps wie Apple Pay (-6,8 PP), Samsung Pay (-2,9 PP) und Google Pay (-2,6 PP) relativ gesehen alle an Anteilen verloren und mit Ausnahme von Google Pay unter dem Niveau des SPM 2/2022 landen (vgl. Abbildung 18). Drei von vier Befragten gaben an, dass sie in den zurückliegenden sechs Monaten Twint genutzt hatten, was eine äusserst hohe Marktdurchdringung in der Schweiz aufzeigt.

Diese Entwicklung widerspiegelt sich auch in der Art und Weise, wie in der Schweiz mobil bezahlt wird: Zahlungen vor Ort mittels QR-Code – die mehrheitlich von Twint angebotene Methode – sind mit 29,4 Prozent im Vergleich zur letzten Erhebung wieder auf dem ersten Platz der mobilen Bezahlarten. Zahlungen vor Ort per NFC – beispielsweise mit Apple Pay, Samsung Pay

und Google Pay – sind mit 27,9 Prozent die zweitbeliebteste mobile Bezahlmethode. Auf den weiteren Plätzen der Art des mobilen Bezahls folgen «Online in einer App mit integrierter Zahlungsfunktion» (23,3%), «Überweisung mit dem Mobiltelefon an Privatperson im Inland» (6,3%) sowie «Im Internet mit hinterlegten Bezahl-daten» (4,1%).

Um die Unterscheidung von Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt zu ermöglichen (vgl. Kapitel 3), wurde in der Tagebuchehebung das zugrunde liegende Zahlungsmittel der mobilen Transaktionen erhoben. Abbildung 19 zeigt einen Überblick der zugrunde liegenden Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps. Gemäss Angaben der Befragten sind 82,6 Prozent der Twint-Zahlungen direkt mit dem Bankkonto verknüpft (vgl. Abbildung 19).

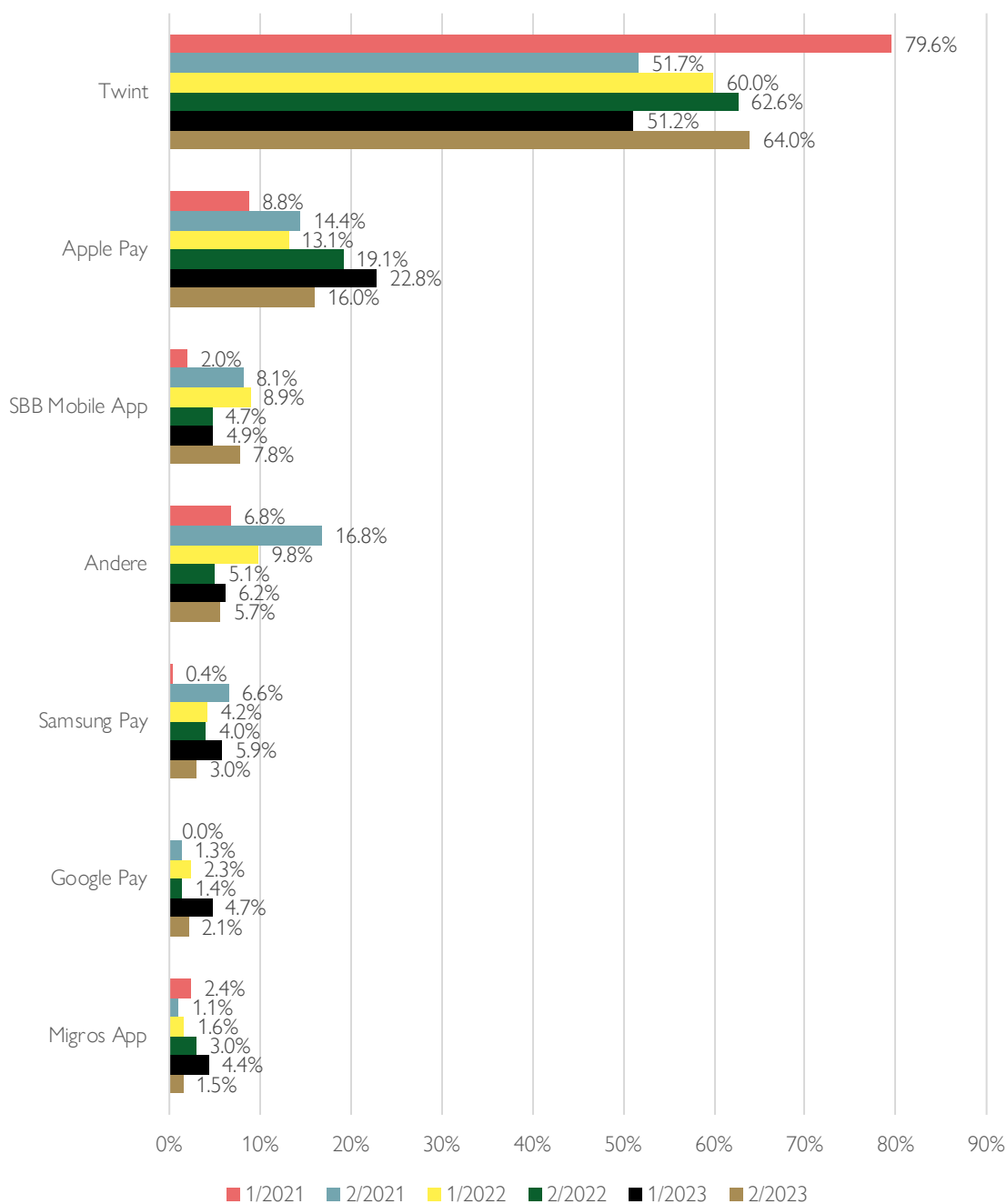


Abbildung 18: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

Andere mobile Bezahl-Apps wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay sind hauptsächlich mit der Kreditkarte verbunden: 62,2 Prozent der Transaktionen mit sonstigen Bezahl-Apps (ohne Twint) basieren auf Kreditkarten, gefolgt von der Debitkarte (23,1%) und der direkten Kontoanbindung (13,3%) (vgl. Abbildung 19). Die Debitkarte als hinterlegtes Zahlungsmittel hat damit im Vergleich zum SPM 1/2023 um 4,0 Prozentpunkte zugelegt, was mit grosser Wahrscheinlichkeit im Zusammenhang mit der neuen Generation von Debitkarten steht, die bei den gängigen Bezahl-Apps hinterlegt werden können (vgl. Box 2).

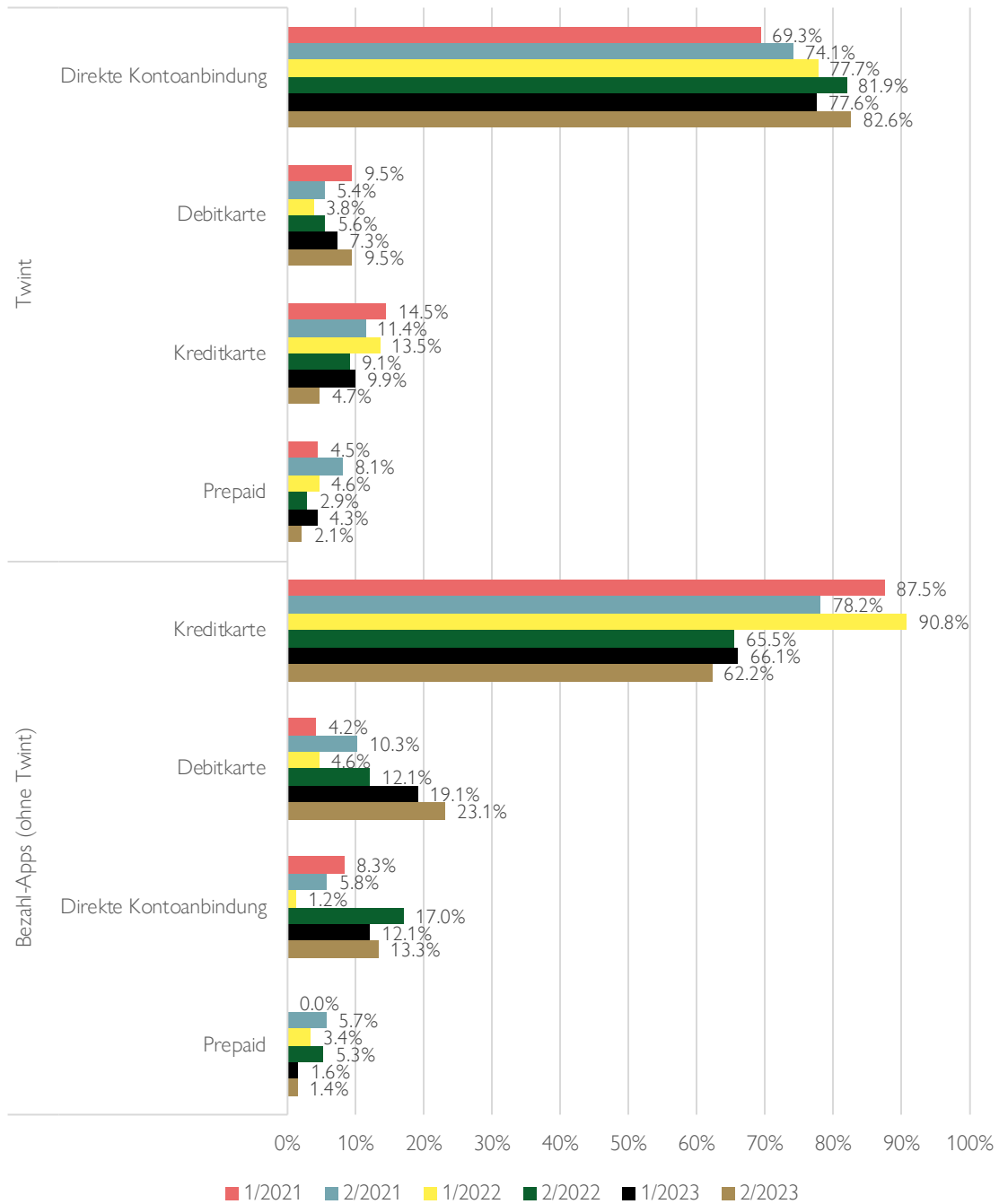


Abbildung 19: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. Es wird darauf hingewiesen, dass eine Twint-Zahlung technisch gesehen nie über eine Debitkarte abgewickelt wird. Dass dies von manchen Befragten so deklariert wird, könnte darauf zurückzuführen sein, dass beim Onboarding von Twint teilweise die Debitkarte zur Identifikation angegeben werden muss. Dadurch wird Twint aber letztlich trotzdem direkt mit dem Konto verbunden.

6 Neobanken

Insgesamt dokumentieren 37,2 Prozent der Befragten, schon mindestens einmal neue Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben (vgl. Abbildung 20). Das sind zwar 0,7 Prozentpunkte mehr als noch vor einem halben Jahr, das Wachstum des Nutzungsanteils scheint sich jedoch abzuflachen.

Wie Abbildung 21 zeigt, wird dabei Revolut wie in den vergangenen Erhebungen am häufigsten genutzt (14,8% der Befragten; -0,1 PP), gefolgt von Neon (13,5%; -0,3 PP), Yuh¹⁸ (12,0%; +1,9 PP), Credit Suisse CSX¹⁹ (10,6%; -0,4 PP), Wise (10,5%; +1,4 PP) und Zak (8,6%; -1,5 PP). Mit einem Nutzungsanteil von 12 Prozent liegt Yuh somit nur zwei Jahren nach der Lancierung nur noch knapp hinter Revolut, die bereits 2017 in den Schweizer Markt eintrat und als Pionierin einen Vorteil hat(te). Insgesamt haben alle Neobanken mit Ausnahme von Yuh und Wise Nutzungsanteile verloren. Im Vergleich zum SPM 1/2023 hat Yuh relativ gesehen zwei Plätze gut gemacht und Zak zwei Plätze verloren.

Mit 60,9 Prozent (+6,1 PP) nutzt die Mehrheit der Nutzer:innen das Angebot von Neobanken für bestimmte ausgewählte Zwecke. Demgegenüber hat der Anteil der Bevölkerung, der das Angebot von Neobanken als primäres Zahlungsmittel respektive als Hauptbankverbindung nutzt, um 5,6 PP auf 30,4 Prozent abgenommen. Der Trend deutet darauf hin, dass Neobanken weiterhin primär als Substitute für einen Teil der klassischen Retail-Banking-Angebote dienen und die traditionelle Bankbeziehung nicht komplett ersetzen.

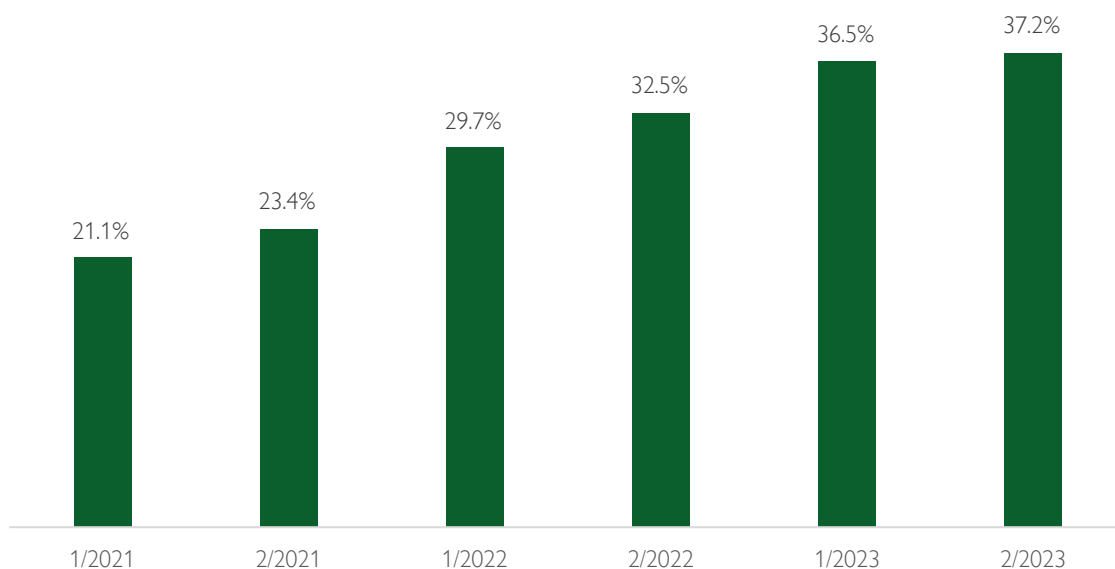


Abbildung 20: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Mai 2023.

¹⁸ Yuh ist eine Finanz-App, die in Zusammenarbeit von Swissquote und PostFinance im Jahr 2021 lanciert worden ist.

¹⁹ Dass der Name der bekannten Grossbank «Credit Suisse» Teil des Namens des rein digitalen Bankangebotes ist, könnte dazu führen, dass der Anteil CSX-Kenner überschätzt wird.

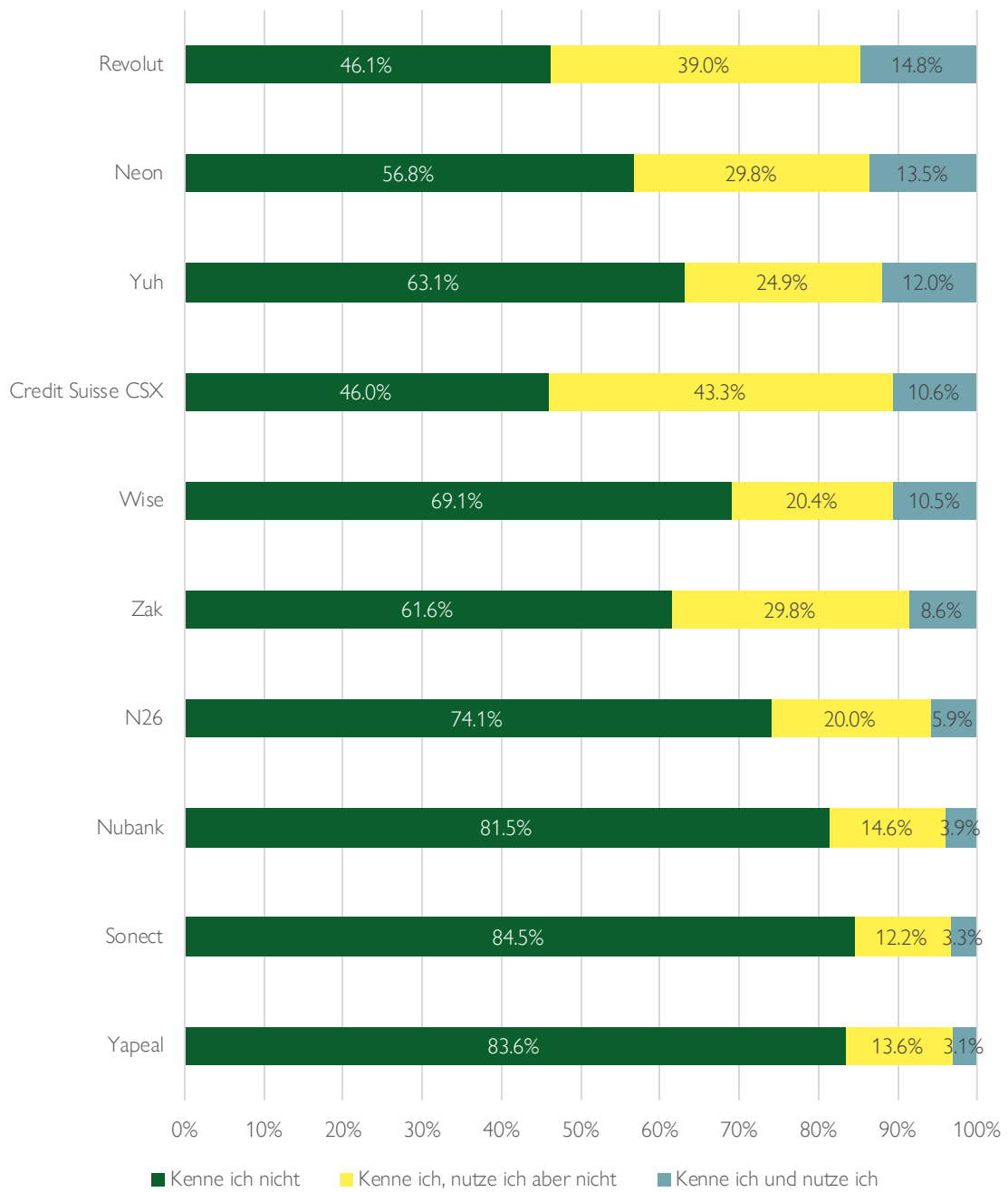


Abbildung 21: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Mai 2023; Frage: «Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der Aussagen auf Sie zutrifft.»

7 Schlusswort

Die vorliegende neunte Ausgabe des Swiss Payment Monitors hatte zum Ziel, aktuelle Verhaltensänderungen beim Bezahlen in der Schweiz aufzuzeigen und die Bedeutung verschiedener Zahlungsmittel und -angebote zu evaluieren. Mithilfe einer repräsentativen Onlineumfrage und einer anschliessenden Tagebucheinfassung aller nicht-wiederkehrenden Zahlungen durch die Teilnehmenden konnten verschiedene Erkenntnisse zum aktuellen Zahlungsverhalten in der Schweiz gewonnen werden.

Das Wachstum des mobilen Bezahlers hat wieder an Fahrt aufgenommen, sowohl nach der breiten Definition als auch im eigentlichen Sinn. So liegt das mobile Bezahlen nach breiter Definition mit einem Anteil nach Anzahl Transaktionen von 21 Prozent (+3,0 PP) neu auf dem dritten Rang der Zahlungsmittel. Als Abrechnungsprodukt bleibt das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn gemessen an der Anzahl Transaktionen zwar weiterhin auf Rang vier, doch nach einem Wachstum um 3,0 Prozentpunkte wird mittlerweile bereits jede zehnte nicht-wiederkehrende Zahlung in der Schweiz mit dieser Bezahlmethode – also mit Twint – getätigt.

Das relative Wachstum des mobilen Bezahlers ging dabei nicht auf Kosten der Debitkarte, welche im Vergleich zum SPM 1/2023 gemessen an der Einsatzhäufigkeit relativ betrachtet ebenfalls an Anteilen gewinnen konnte. Die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte ist mit einem Anteil von 28,5 Prozent (+1,4 PP) das am häufigsten verwendete Zahlungsmittel und hat nach einem kurzen Unterbruch das Bargeld wieder vom ersten Platz verdrängt, welches mit 28,2 Prozent (-1,1 PP) knapp dahinter auf Rang zwei landet. Als Abrechnungsprodukt konnte die Debitkarte mit +2,6 Prozentpunkten sogar noch stärker zulegen, da die neue Generation von Debitkarten onlinefähig ist und deshalb vermehrt auch bei mobilen Zahlungen hinterlegt wird.

Beim Bargeld zeigt sich nach zwei stabilen Jahren ein Rückgang in der relativen Einsatzhäufigkeit. Die grundsätzliche Einstellung zum Thema Bargeld tendiert hingegen in die andere Richtung, sodass sich mehr Personen für den Erhalt des Bargelds aussprechen. Bezüglich Bargeldbezug zeigen die Fragen zum Cash-Back-Verfahren, dass rund jede fünfte Person in der Schweiz dieses schon mal genutzt hat, während jede dritte Person diese Möglichkeit gar nicht kennt. Diejenigen Befragten, welche das Cash-Back-Verfahren schon einmal genutzt haben, beurteilen den Bargeldbezug an der Ladenkasse nahezu ausnahmslos positiv.

Einen Rückgang bei der Einsatzhäufigkeit verzeichnet die Kreditkarte, und zwar sowohl die nicht-mobile Nutzung (-1,9 PP) als auch die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt (-3,3 PP). Gemessen am Umsatz bleibt die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 29,7 Prozent trotz einem Rückgang um 4,2 Prozentpunkte auf dem ersten Rang. Hier gilt es zu erwähnen, dass die Umsatzanteile generell stärkeren Schwankungen ausgesetzt sind. Der Anteil der Kreditkarte stellt aber noch immer den zweithöchsten Wert der letzten drei Jahre dar.

37 Prozent der Schweizer Bevölkerung haben bereits Angebote einer Neobank genutzt, wobei sich hier das Wachstum mit +0,7 Prozentpunkten merklich verlangsamt hat. Revolut, Neon und Yuh werden dabei am häufigsten verwendet, wobei von diesen drei Anbietern einzig Yuh weiter an Nutzer:innen gewinnen und damit die Credit Suisse CSX überholen konnte.

Anhang

Studiendesign

Das Ziel des Swiss Payment Monitors ist es, die Schweizer Zahlungslandschaft umfassend aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten. Durch die Kombination verschiedener Untersuchungsmethoden bietet die Studie eine integrierte Sicht auf den Zahlungsmittelmarkt und ermöglicht über eine regelmässig stattfindende Datenerhebung die Erfassung neuer Entwicklungen und die Identifikation relevanter Treiber im Zeitverlauf.

Die Untersuchung umfasst eine Mikro- und eine Makroperspektive (vgl. Abbildung 26). Die Mikroperspektive setzt sich aus einer Onlinebefragung mit Fragen zum Zahlungsverhalten und einem von den Befragten während drei Tagen ausgefüllten Zahlungstagebuch zusammen. Die Makroperspektive basiert auf der Analyse des öffentlich zugänglichen Datenmaterials zum elektronischen Zahlungsverkehr der Schweizerischen Nationalbank. Diese Daten sind auf der Projekt-homepage unter www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten interaktiv einsehbar und werden laufend aktualisiert.



Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors