

Swiss Payment Monitor 2023

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 1/2023 – Erhebung November 2022

www.swisspaymentmonitor.ch

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

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: [10.21256/zhaw-2431](https://doi.org/10.21256/zhaw-2431)



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

Februar 2023

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

<https://doi.org/10.21256/zhaw-2431>

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2023): Swiss Payment Monitor 2023 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 1/2023 – Erhebung November 2022, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Bargeld ist in der Erhebung vom November 2022 vor der Debit- und der Kreditkarte das meistgenutzte Zahlungsmittel in der Schweiz und hat damit den durch die Pandemie beschleunigten Abwärtstrend der letzten Jahre gestoppt. Gemessen am Umsatzanteil rangiert die Kreditkarte auf dem ersten Platz der Zahlungsmittel, vor der Debitkarte und Bargeld. Die Bargeldnutzung unterscheidet sich nach demografischen Merkmalen, wobei die 30-44-Jährigen am seltensten Bargeld nutzen, über 60-Jährige sowie Personen mit niedrigem Einkommen und geringem Bildungsstand am häufigsten. Die Beliebtheit des mobilen Bezahls nimmt weiter zu. Insbesondere mobile Bezahlösungen wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay haben im Verlaufe des Jahres 2022 verhältnismässig stark zugelegt, während der relative Umsatz- und Transaktionsanteil von Twint gesunken ist. Hinsichtlich des Umsatzanteils hat das mobile Bezahlen die Rechnung als beliebtestes Zahlungsmittel im Onlinehandel beinahe eingeholt. Mehr als die Hälfte der mobilen Distanzzahlungen werden über eine App mit integrierter Bezahlfunktion abgewickelt. Die Nutzung von Neobanken nimmt in der Schweiz weiter zu. Jeder dritte Befragte hat bereits Angebote einer Neobank genutzt, meist als Ergänzung zu den Leistungen herkömmlicher Anbieter von Finanzdienstleistungen. Revolut, Neon und Credit Suisse CSX werden dabei am häufigsten verwendet.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Datengrundlage	2
3 Zahlungsverhalten	4
3.1 Vorbemerkungen	4
3.2 Gesamtmarkt	6
3.2.1 Gemäss Zahlungsmittel	6
3.2.2 Gemäss Abrechnungsprodukt	9
3.3 Präsenzgeschäft	11
3.3.1 Gemäss Zahlungsmittel	11
3.3.2 Gemäss Abrechnungsprodukt	14
3.4 Distanzgeschäft	16
3.4.1 Gemäss Zahlungsmittel	16
3.4.2 Gemäss Abrechnungsprodukt	19
4 Bargeld	21
4.1 Bargeldbesitz	21
4.2 Einstellung zu Bargeld	23
4.3 Nutzung von Bargeld	24
5 Mobiles Bezahlen	25
6 Neobanken	27
7 Schlusswort	30
Anhang	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	7
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	8
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	10
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	12
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	13
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	15
Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	17
Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzggeschäft gemäss Zahlungsmittel	18
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	19
Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzggeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	20
Abbildung 13: Anteil der Befragten, der üblicherweise kein Bargeld mit sich führt	21
Abbildung 14: Durchschnittlicher Bargeldbesitz pro Person	22
Abbildung 15: Anteil der Befragten, die eine Abschaffung von Bargeld ablehnen	23
Abbildung 16: Anteil Bargeldtransaktionen nach Anzahl Transaktionen gemäss demografischen Merkmalen	24
Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	25
Abbildung 18: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei mobilem Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	26
Abbildung 19: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken	27
Abbildung 20: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen	28
Abbildung 21: Primärer Zweck der Nutzung von Neobanken	29
Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch _____ 3

1 Einleitung

Die Einschränkungen im Alltag aufgrund der Coronapandemie gehören der Vergangenheit an. Das Konsum- und Zahlungsverhalten hat sich in der Schweiz im Jahr 2022 normalisiert. Welche Spuren hat die Pandemie beim Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung hinterlassen und welche neuen Trends zeigen sich? Diesen und weiteren Fragen wird in der vorliegenden siebten Ausgabe des Swiss Payment Monitors (SPM) nachgegangen. Der Swiss Payment Monitor 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 Oktober bis Anfang November 2022 eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von 1459 Personen im Alter zwischen 18 und 87 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 den Bargeldgebrauch, 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 siebten Ausgabe des SPM (Ausgabe 1/2023) haben 1459 Personen im Alter zwischen 18 und 87 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 Oktober bis Anfang November 2022 gestaffelt durchgeführt.

In einem zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung zwischen Ende Oktober und Mitte November 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 Zahlungen (mit Ausnahme der wiederkehrenden Ausgaben) 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.

827 Personen (57% der Onlineumfrage) nahmen am zweiten Teil der Erhebung teil. Insgesamt erfassten sie 4648 Transaktionen mit einer Gesamtsumme von rund 220'000 Fr. im In- und Ausland (vgl. Tabelle 1).³ Das entspricht einem Durchschnitt von 1,9 Transaktionen pro Person am Tag und einem durchschnittlichen Transaktionsbetrag von rund 47 Fr. Bei einer ausschliesslichen Betrachtung der Transaktionen im Inland fallen pro Person und Tag durchschnittlich 1,6 Transaktionen zu einem Betrag von knapp 50 Fr. an. Im Vergleich zum SPM 2/2022 haben die Befragten im Inland pro Kopf und Tag weniger Transaktionen erfasst, dafür waren die durchschnittlichen Beträge etwas höher (vgl. Tabelle 1).

Das Transaktionsvolumen war über die letzten fünf Erhebungen hinweg ähnlich hoch ausgeprägt. Der Anteil der Online- und Vor-Ort-Transaktionen ist gemessen an der Anzahl Transaktionen nahezu konstant. Einzig bei der Erhebung im November 2020 wurde mit einem Anteil von 18 Prozent häufiger online eingekauft (vgl. Tabelle 1).

Das Umsatzvolumen hingegen schwankt stärker von Erhebung zu Erhebung. Dies hat vor allem damit zu tun, dass beim Umsatz einzelne grosse Transaktionsbeträge einen starken Einfluss haben. Das ausserordentlich hohe Umsatzvolumen in der Erhebung vom November 2020 lässt sich dadurch erklären, dass die Erhebung erst in der zweiten Monathälfte stattfand und deshalb durch Aktionen wie den «Singles Day» und den «Black Friday» sowie durch Weihnachtseinkäufe beeinflusst wurde. Zusammen mit den damals geltenden Massnahmen zur Einschränkung der Pandemie lässt sich dadurch der hohe Umsatzanteil der Online-Ausgaben erklären (vgl. Tabelle 1).

³ Die Fremdwährungsbeträge wurden gemäss dem mittleren monatlichen Wechselkurs vom November 2022 in Schweizer Franken umgerechnet.

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

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 Smartphone⁴ sind unter diesem Zahlungsmittel zusammengefasst (vgl. Box 1).

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.

⁴ Inklusive Zahlungen mit einem Tablet oder einer Smartwatch.

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.

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).⁵ 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 Bezahlssituation – 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.

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. Während der Einführungsphase der neuartigen Debitkarten in der Schweiz im Jahr 2022 ist es deshalb nicht auszuschliessen, dass vereinzelte Befragte ihre Debitkarten-Transaktionen fälschlicherweise als Kreditkartentransaktionen kategorisierten. Demgegenüber 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: Debit Mastercard und Visa Debit

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 PostFinance, Raiffeisen, Migros Bank sowie Zürcher Kantonalbank weitere Institute die neuartigen Debitkarten lanciert. Gleichzeitig werden bei anderen Banken immer mehr Maestro-Karten, welche ihr Ablaufdatum erreicht haben, durch Debitkarten der neuen Generation ersetzt. Es ist davon auszugehen, dass gegen Ende des Jahres 2022 ein beträchtlicher Teil der Schweizer Bevölkerung neue Debitkarten von Visa und Mastercard besass. Diese können bei einigen Banken analog zu Kreditkarten in mobilen Bezahlösungen wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay hinterlegt werden.

⁵ Diese Analyse wurde für jede Tagebuchehebung seit dem SPM 1/2021 rückwirkend angewendet. Die Datenstruktur der Tagebuchehebung vor 2021 lässt eine Auswertung nach Abrechnungsprodukt für die Jahre 2019 und 2020 nicht zu.

3.2 Gesamtmarkt

3.2.1 Gemäss Zahlungsmittel

Mithilfe der Tagebucherhebung lässt sich das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten darstellen. Abbildung 1 und Abbildung 2 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils (gemessen an den Gesamtausgaben⁶) und des Anteils der Transaktionen (gemessen an der gesamten Anzahl Transaktionen) verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf.⁷

Mit Blick auf den Umsatzanteil landet die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) nach dem SPM 1/2021 zum zweiten Mal auf Platz eins. Im Vergleich zur letzten Erhebung vom Mai 2022 hat sich der Umsatzanteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) um 5,1 Prozentpunkte [PP] auf 26,9 Prozent erhöht (vgl. Abbildung 1).⁸ Gemessen an der Anzahl Transaktionen wurde die Kreditkarte mit einem Plus von 2,3 PP auf 18,1 Prozent zudem häufiger eingesetzt (vgl. Abbildung 2). Gleichzeitig sind bei der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte sowohl der relative Umsatzanteil (-2,0 PP) als auch der Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen (-3,6 PP) zurückgegangen (vgl. Abbildung 1 und Abbildung 2). Damit steht die Debitkarte jeweils auf Platz zwei. Das lässt sich einerseits dadurch erklären, dass die Debitkarte vermehrt als Abrechnungsprodukt für mobile Zahlungen benutzt wurde, wie die Betrachtung in Kapitel 3.2.2 zeigt. Andererseits dürften bei den nicht-mobilen Kartenzahlungen im Vergleich zum SPM 2/2022 Anteile von der Debitkarte (und beim Umsatz von der Rechnung) an die Kreditkarte übergegangen sein. Es ist nicht auszuschliessen, dass ein Teil dieser Verschiebung auf die inkorrekte Kategorisierung von Zahlungen mit neuartigen Debitkarten zurückzuführen ist (vgl. Kapitel 3.1).

Zahlungen mit Bargeld haben sich gemessen an ihrer relativen Häufigkeit auf dem Niveau der letzten zwei Jahre stabilisiert (+0,3 PP; 29,3%). Damit ist das Bargeld wegen des relativen Rückgangs der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte zum ersten Mal seit dem SPM 1/2021 wieder das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 2). Bezüglich des Umsatzanteils hat das Bargeld im Vergleich zum SPM 2/2022 um 2,0 PP zugelegt und sich mit einem Anteil von 17,3 Prozent vor dem mobilen Bezahlen mit 15,3 Prozent (+0,8 PP) auf dem dritten Platz der Zahlungsmittel behauptet (vgl. Abbildung 1).

Somit bestätigt sich das Bild der letzten Erhebungen: Der Abwärtstrend des Bargelds ist zumindest vorübergehend gebrochen. Der Aufwärtstrend des mobilen Bezahls hält hingegen weiter an, wenn auch nicht mehr so stark wie in den Halbjahresschritten zuvor: Der Transaktionsanteil des mobilen Bezahls hat mit einem Plus von 1,4 PP auf neu 18,0 Prozent zugenommen (vgl. Abbildung 2). Er ist damit ähnlich hoch wie bei der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte (18,1%).⁹

⁶ Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich diese Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel bzw. Abrechnungsprodukte verteilen. Die absoluten Zahlen zum Umsatzvolumen respektive der gesamten Anzahl Transaktionen mit bargeldlosen Zahlungsmitteln (Abrechnungsprodukten) werden anhand des folgenden Dashboards mit Daten zum digitalen Zahlungsverkehr in der Schweiz gezeigt: www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten.

⁷ 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 und 2/2022 auf die Erhebung im Mai 2021 bzw. 2022.

⁸ Generell bewirken einzelne hohe Transaktionsbeträge grössere relative Verschiebungen bei den Umsatzanteilen. Deshalb sind grössere Verschiebungen mit Vorsicht zu interpretieren.

⁹ 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).

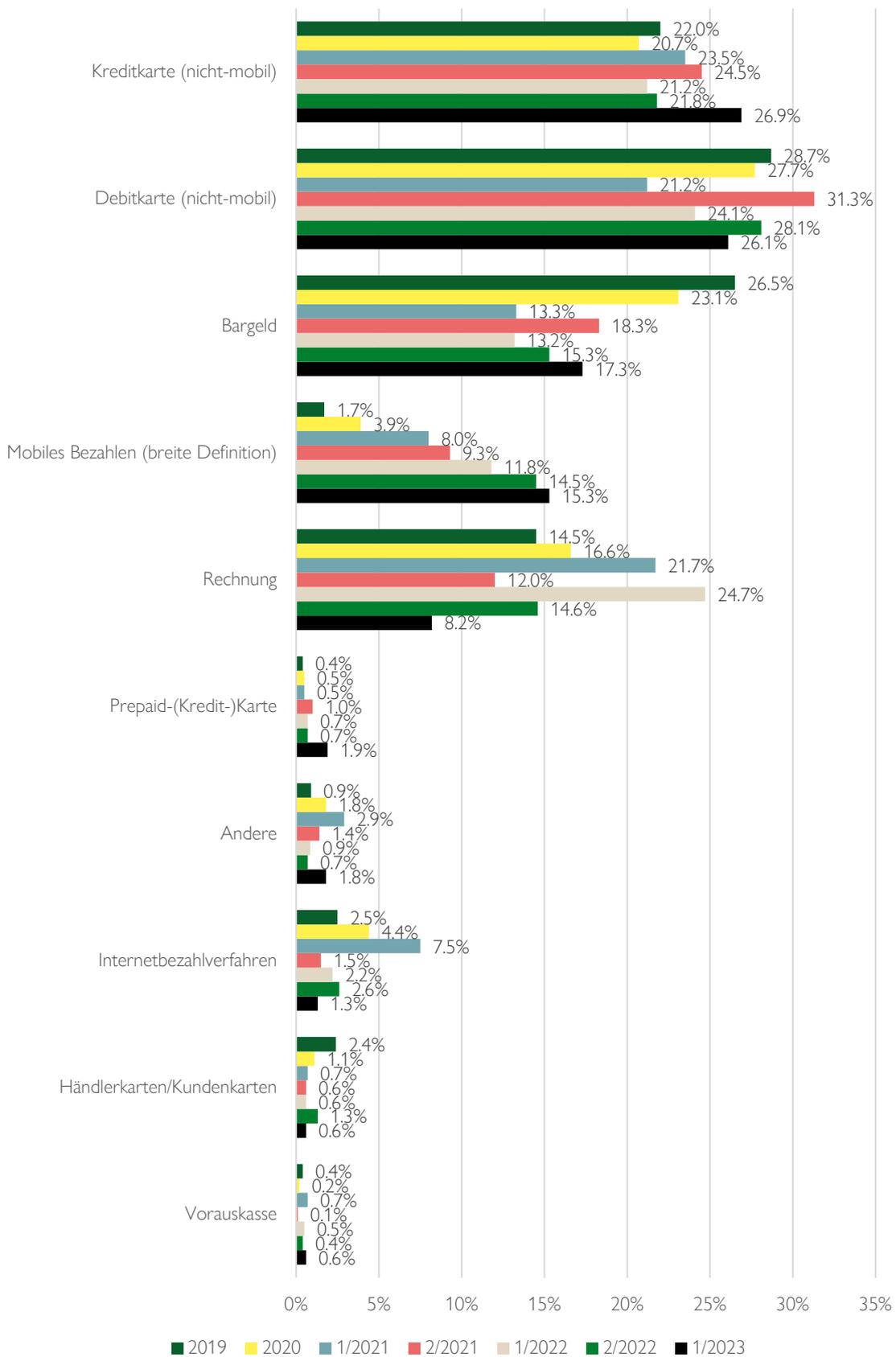


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl.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

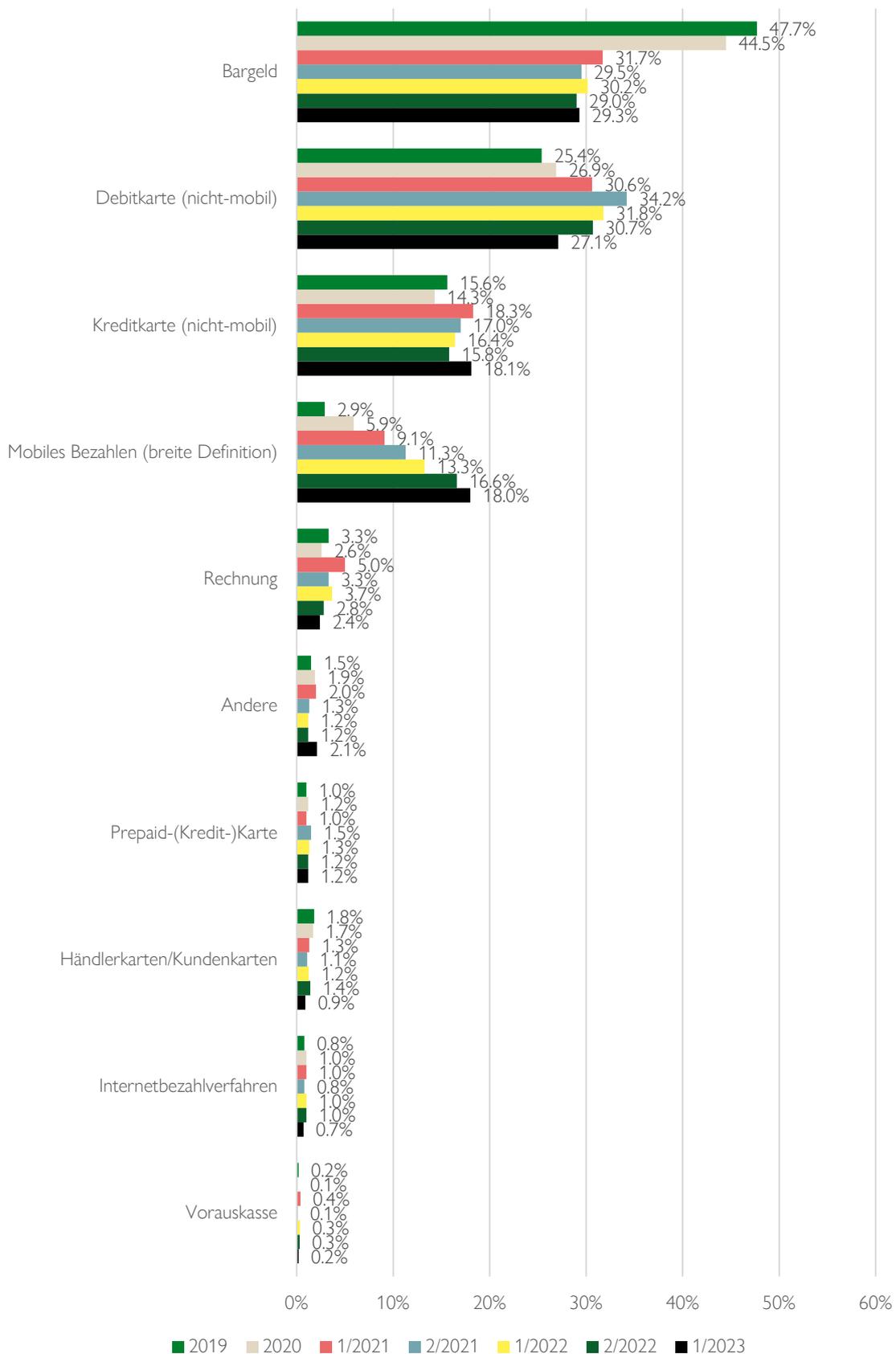


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

3.2.2 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 zuvor geladenes Guthaben («Mobiles Bezahlen Prepaid») (vgl. Box 1 in Kapitel 3.1).

Die Kreditkarte hat als Abrechnungsprodukt gemessen am Umsatz mit 33,9 Prozent die Spitzenposition inne, vor der Debitkarte mit 28,3 Prozent und dem Bargeld mit 17,3 Prozent (vgl. Abbildung 3). Die Differenz von 7 PP respektive 2,2 PP zum Umsatzanteil der Kredit- bzw. Debitkarte gemäss Zahlungsmittel ist als derjenige Anteil der Transaktionen zu interpretieren, der mit einem mobilen Gerät initiiert und über das Kartenprodukt abgewickelt wurde (vgl. Abbildung 1).

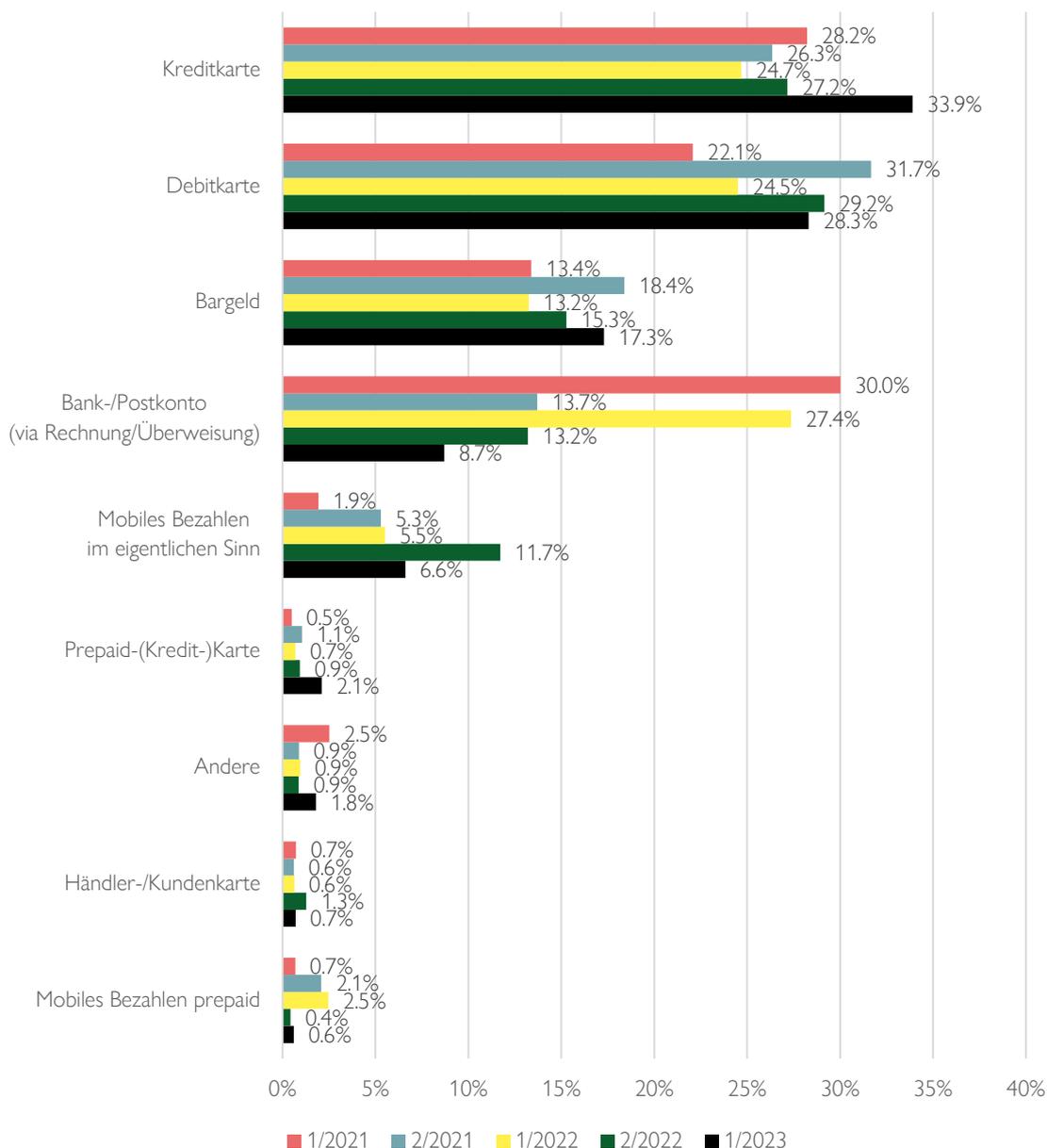


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Gemessen an der Anzahl Transaktionen liegt die Kreditkarte mit einem Anteil von 25,9 Prozent als Abrechnungsprodukt weiterhin auf dem dritten Platz (vgl. Abbildung 4). Mit einem Plus von 3,8 PP im Vergleich zum SPM 2/2022 liegt sie aber nicht mehr weit hinter der Debitkarte (29,8%; -2,6 PP) und Bargeld (29,3%; +0,3 PP) zurück (vgl. Abbildung 4).

Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn verzeichnet im Vergleich zur letzten Erhebung einen Rückgang, und zwar nicht nur beim volatileren Umsatzanteil um 5,1 PP auf 6,6 Prozent (vgl. Abbildung 3), sondern auch beim Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen um 1,6 PP auf 7,0 Prozent (vgl. Abbildung 4). Wie in Kapitel 5 detaillierter beschrieben, verweist dies innerhalb der Nutzung von mobilen Geräten auf einen relativen Rückgang der Nutzung von Twint («Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn») hin zu E-Wallets wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay. Diese Entwicklung erklärt auch, wieso die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt stärker an Anteilen gewonnen hat (vgl. Abbildung 3 und Abbildung 4) als in der nicht-mobilen Nutzung als Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 1 und Abbildung 2).

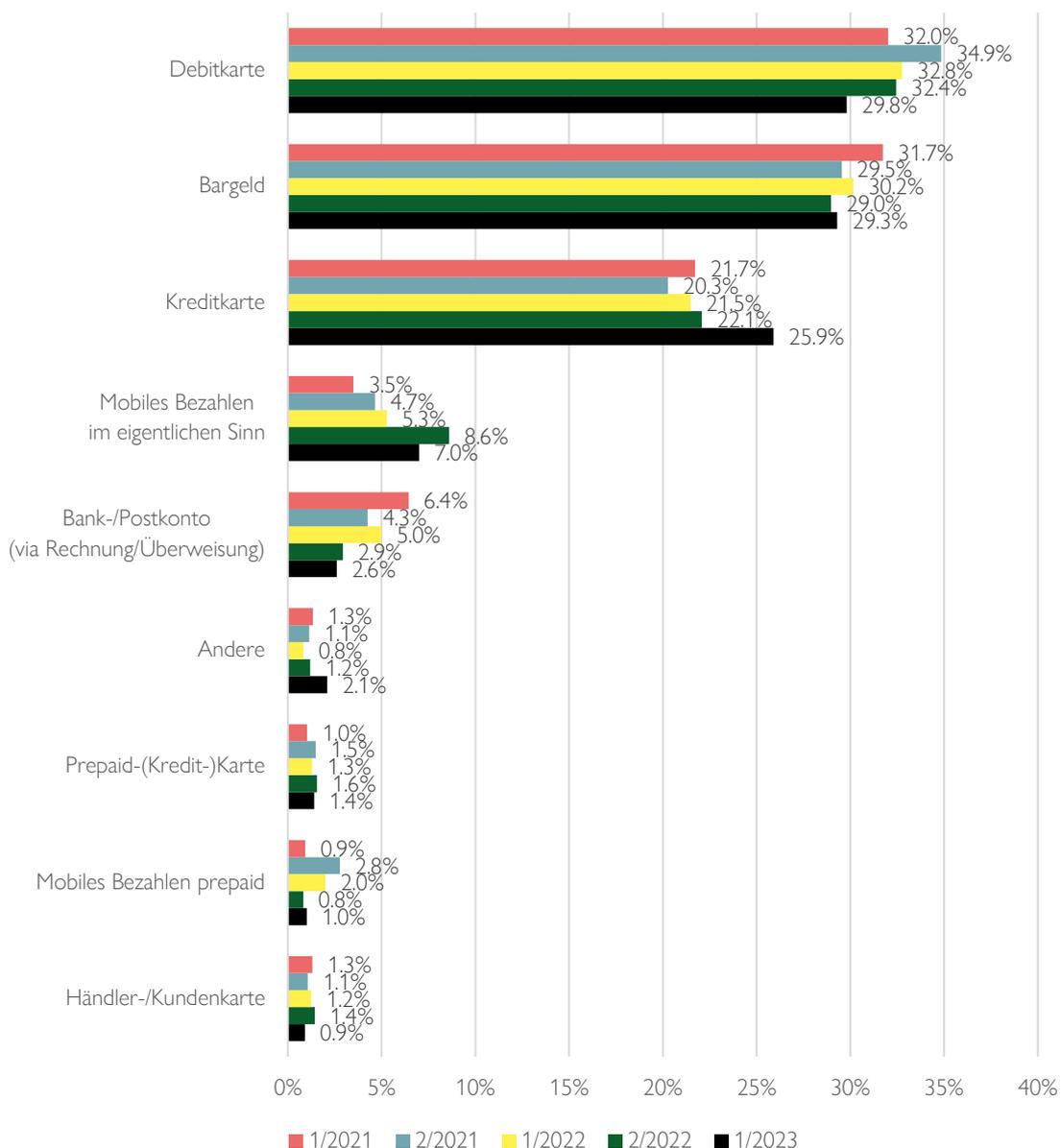


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

3.3 Präsenzgeschäft

3.3.1 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 Zahlungsempfangende 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 1/2023 analog zu den Vorgängerwellen dominierend (71%), wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit. Aufgrund der hohen Gewichtung des Präsenzgeschäfts 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 5 und Abbildung 6 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 mit 33,4 Prozent wie immer seit dem ersten SPM den grössten Umsatzanteil ausmacht. Gemessen an der Anzahl Transaktionen hat aber das Bargeld mit einem Anteil von 33,6 Prozent erstmals seit dem SPM 1/2021 wieder die Spitzenposition eingenommen. Bei der Frage nach dem Grund für die Wahl von Bargeld als Zahlungsmittel ist die häufigste Antwort die Betragshöhe. So kommt Bargeld nämlich bei Kleinst- (bis 5 Fr.) und Kleinbeträgen (5 bis 20 Fr.) besonders häufig zum Einsatz. Am zweithäufigsten wird die Gewohnheit als Begründung für die Verwendung von Bargeld genannt. Dass der Händler nur Bargeld akzeptierte, war bei 13 Prozent der Barzahlungen ursächlich für die Wahl des Zahlungsmittels. Bei 4 Prozent der Barzahlungen war zudem die Sicherheit der Zahlung der entscheidende Faktor für die Zahlungsmittelwahl.

Für bargeldlose Zahlungen wird als häufigster Grund die Gewohnheit angegeben, gefolgt von der Betragshöhe, wobei besonders grössere Beträge überproportional häufig mit einer Karte beglichen werden. Deshalb liegen im Präsenzgeschäft beim Umsatzanteil die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte (33,4%) sowie der Kreditkarte (29,0%) auf den ersten beiden Plätzen, obwohl sie gemessen an der Anzahl Transaktionen an zweiter (Debitkarte; 30,6%) und dritter (Kreditkarte; 19,1%) Position der Zahlungsmittel stehen (vgl. Abbildung 5 und Abbildung 6).¹⁰

Als Motiv für das mobile Bezahlen nach breiter Definition wird häufig die Geschwindigkeit der Zahlung genannt. Im Präsenzgeschäft werden mittlerweile 12,2 Prozent der Transaktionen auf diese Art und Weise ausgeführt bei einem Umsatzanteil von 9,8 Prozent (vgl. Abbildung 5 und Abbildung 6).

¹⁰ Dies trifft auch auf den Gesamtmarkt zu (vgl. Kapitel 3.2.1).

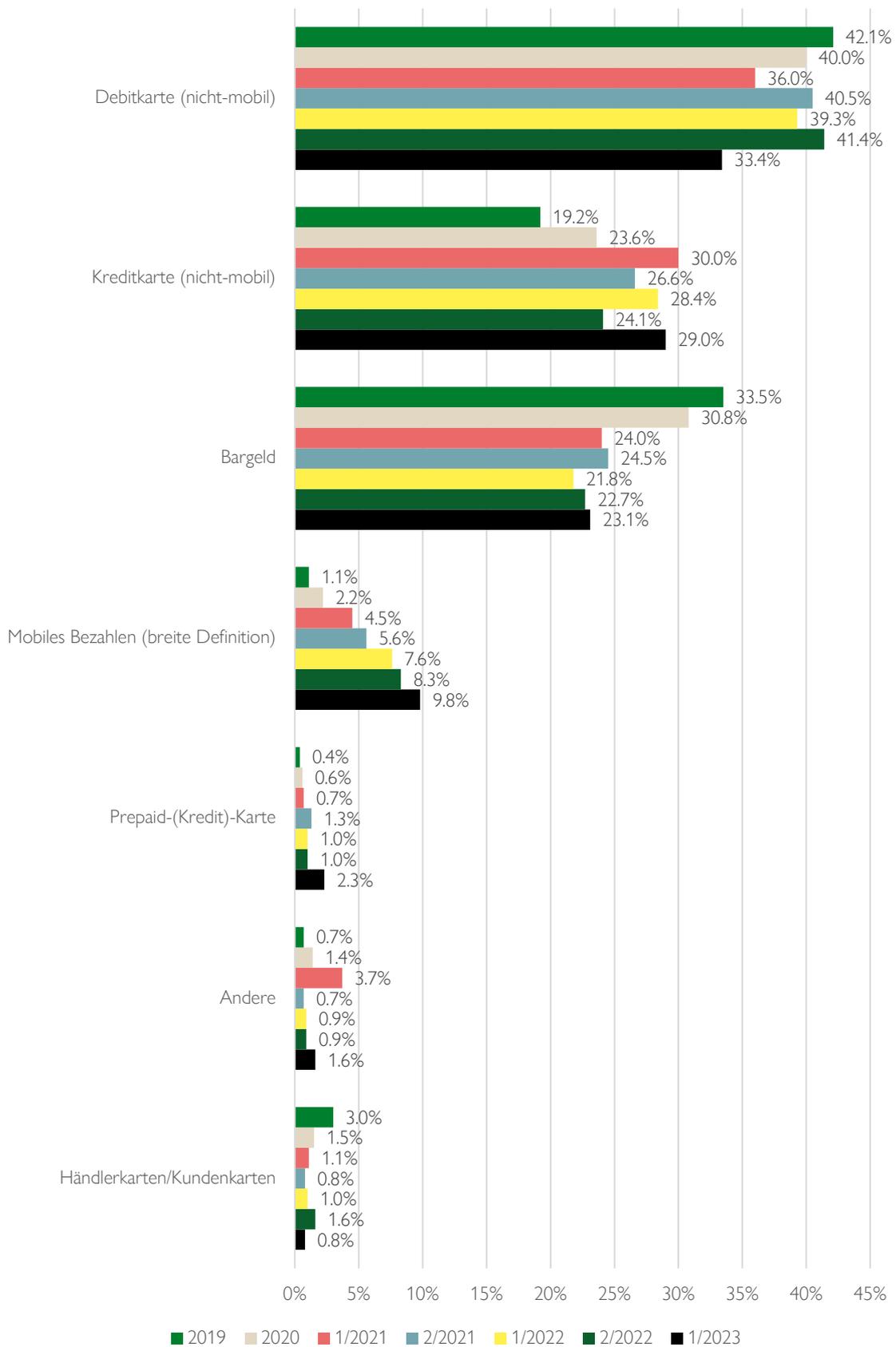


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

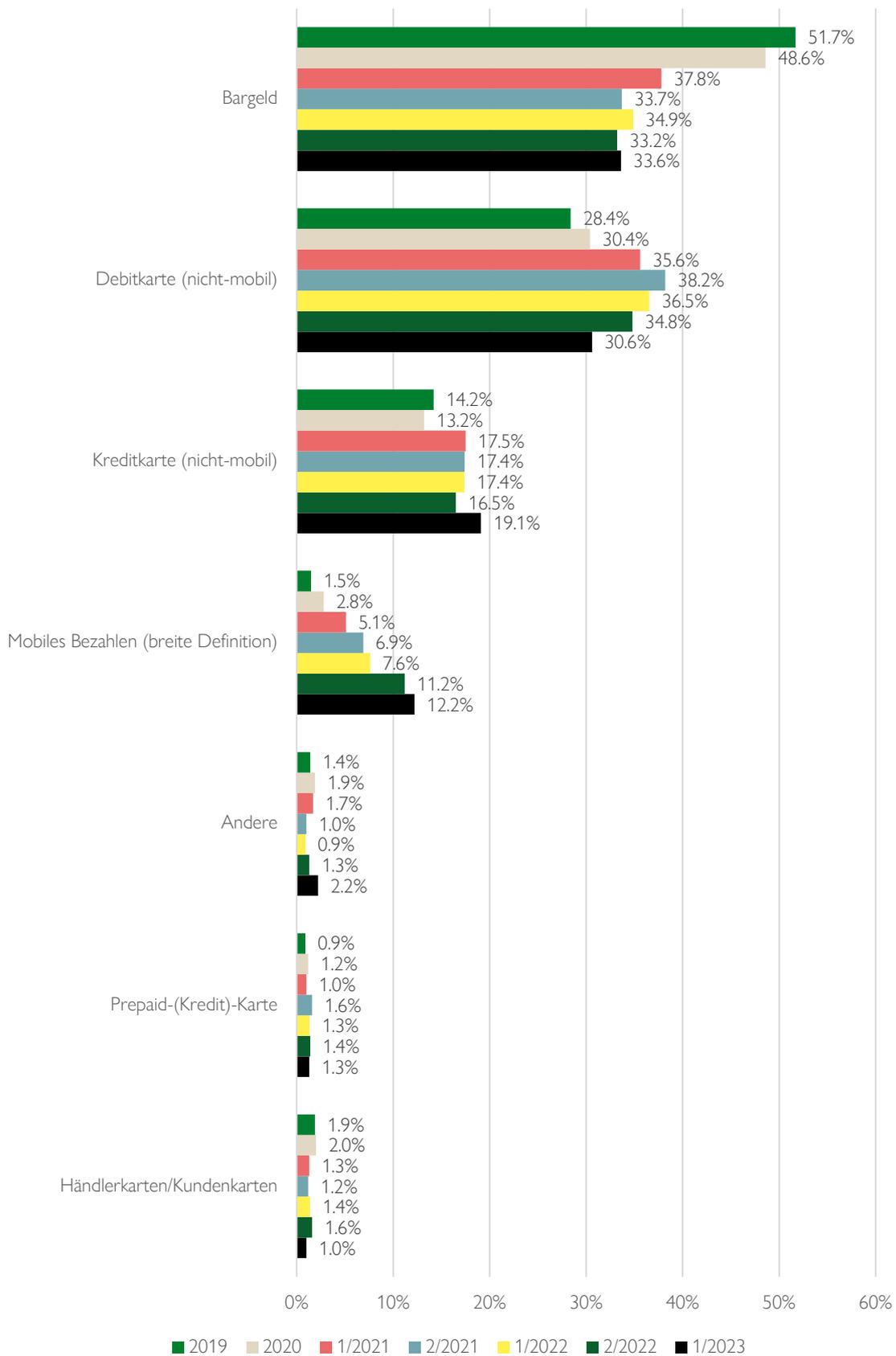


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgengeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App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

3.3.2 Gemäss Abrechnungsprodukt

Die Reihenfolge des Umsatz- und Transaktionsanteils der vier beliebtesten Abrechnungsprodukte im Präsenzgeschäft bleibt gegenüber der Auswertung «gemäss Zahlungsmittel» unverändert (vgl. Abbildung 7 und Abbildung 8). Die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt liegt mit einem Umsatzanteil von 33,7 Prozent beinahe auf dem Niveau der Debitkarte mit 34,8 Prozent. Der Anteil der Kreditkarte hat im Vergleich zum SPM 2/2022 um 6,2 PP zugelegt, während derjenige der Debitkarte um -7,6 PP zurückging (vgl. Abbildung 7).

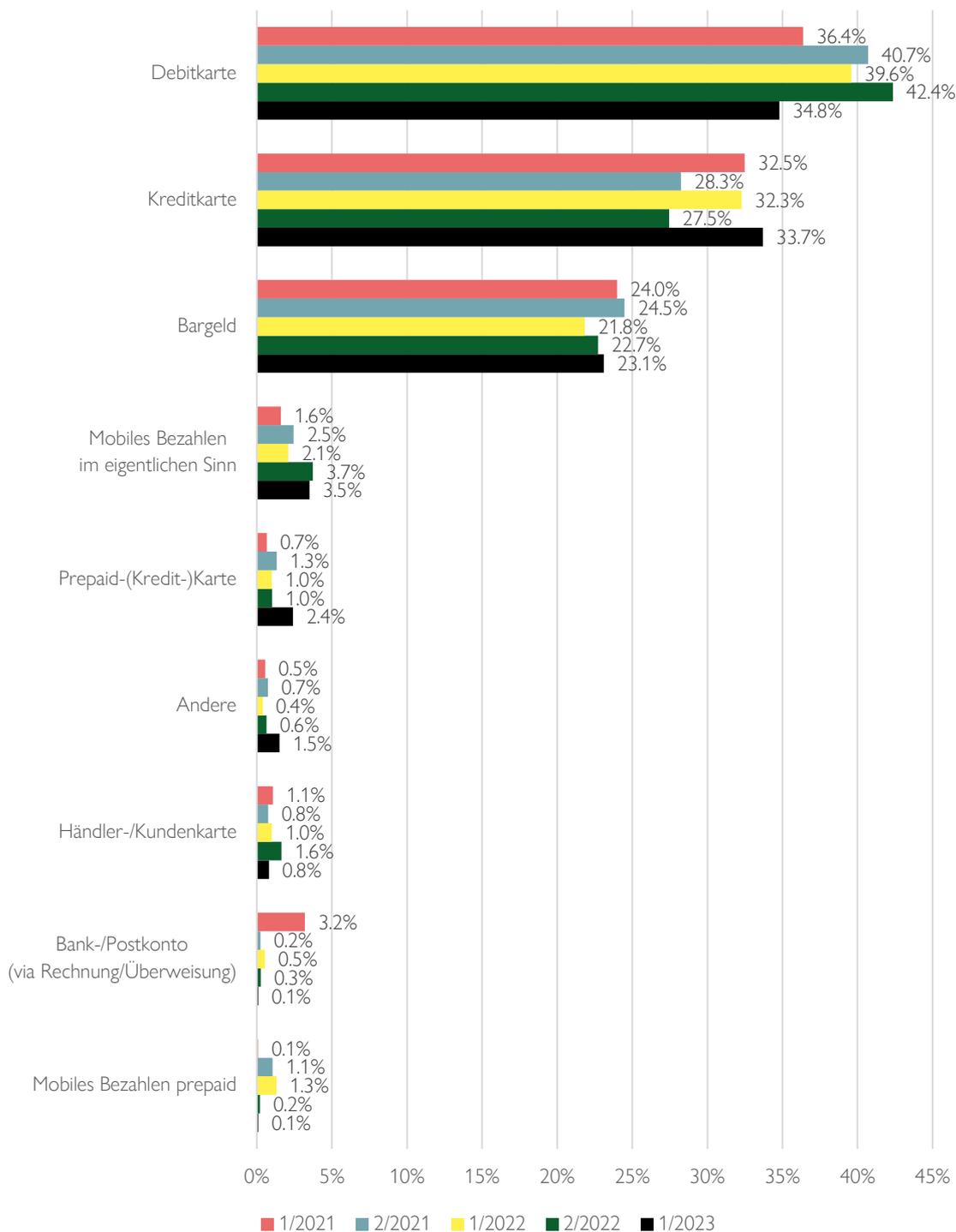


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Der Umsatz- und Transaktionsanteil von mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn liegt im Präsenzgengeschäft mit 3,5 und 4,3 Prozent (vgl. Abbildung 7 und Abbildung 8) deutlich tiefer als gemäss breiterer Definition (9,8% bzw. 12,2%) (vgl. Abbildung 5 und Abbildung 6). Beide Anteile gingen im Vergleich zum SPM 2/2022 leicht zurück. Mobiles Bezahlen per Prepaid ist mit 0,1 Prozent Umsatzanteil respektive 0,4 Prozent Anteil gemäss Anzahl Transaktionen vernachlässigbar (vgl. Abbildung 7 und Abbildung 8). Ein beträchtlicher Anteil des mobilen Bezahlers «gemäss Zahlungsmittel» und insbesondere dessen relatives Wachstum im Vergleich zum SPM 2/2022 ist deshalb auf E-Wallets wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay zurückzuführen (vgl. Abbildung 5 und Abbildung 6). Wie Kapitel 5 zeigt, ist bei E-Wallets meist eine Kreditkarte und seltener eine Debitkarte hinterlegt, weshalb diese Kartentypen als Abrechnungsprodukt höhere Anteile erzielen als in der Betrachtung der nicht-mobilen Nutzung dieser Zahlungsmittel.

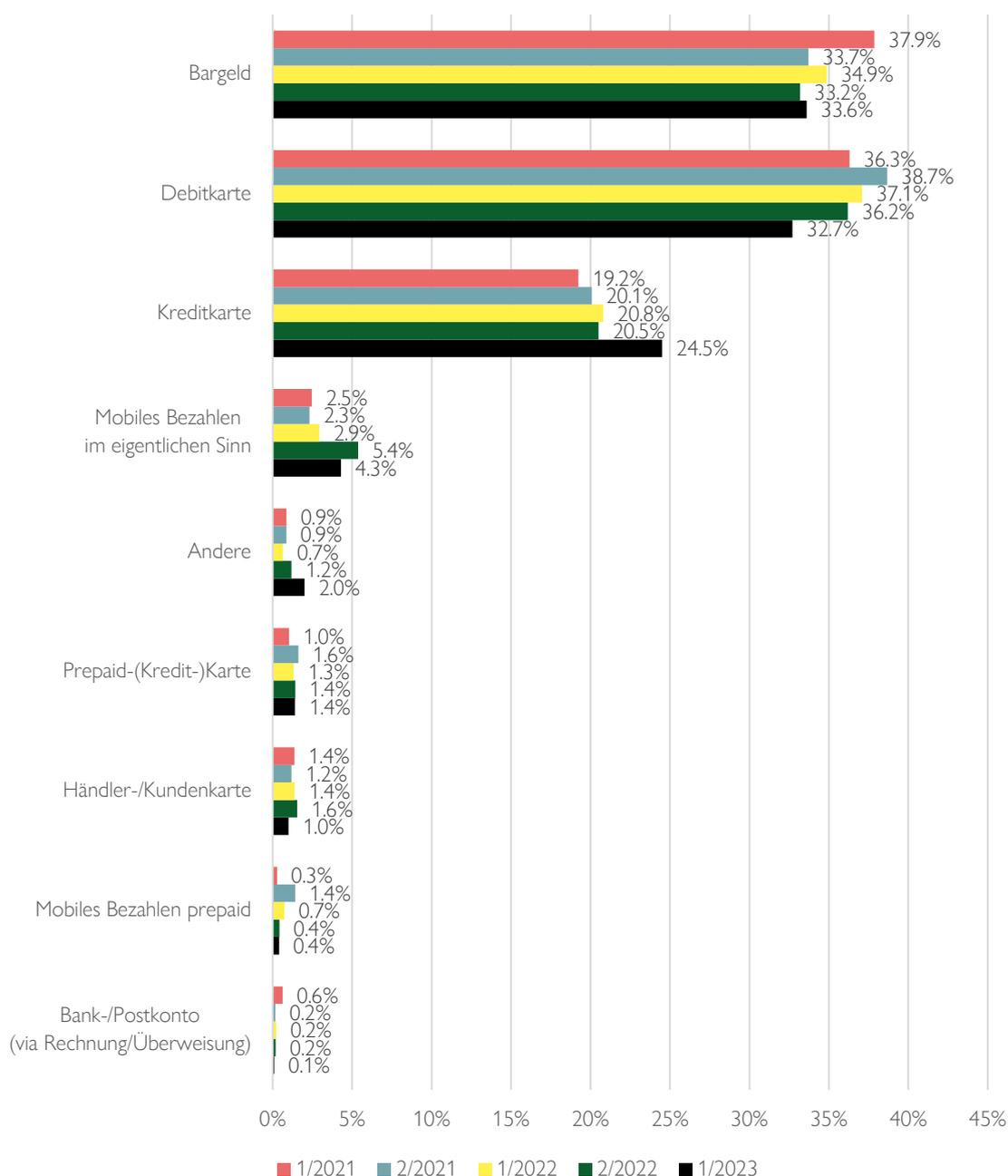


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgengeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

3.4 Distanzgeschäft

3.4.1 Gemäss Zahlungsmittel

Abbildung 9 und Abbildung 10 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Distanzgeschäft im Zeitverlauf. Dabei fällt auf, dass das mobile Bezahlen im Vergleich zum SPM 2/2022 weiter zugelegt hat. Es hat seine Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen um 3,6 PP auf 57,1 Prozent Anteil ausgebaut (vgl. Abbildung 10).

Hinsichtlich des Umsatzanteils hat das mobile Bezahlen mit einem Plus von 4,6 PP auf 31,7 Prozent die Rechnung als beliebtestes Zahlungsmittel im Onlinehandel mit 32,3 Prozent beinahe eingeholt (vgl. Abbildung 9). Etwas mehr als die Hälfte der mobilen Distanzzahlungen werden über eine App mit integrierter Bezahlfunktion abgewickelt. Dazu gehören zum Beispiel Apps zur Reisebuchung, zum Shoppen, Essen bestellen und weitere Tätigkeiten, die vermehrt über mobile Apps statt über einen Internetbrowser an einem stationären Computer abgewickelt werden. Diesen sogenannten In-App-Zahlungen liegt meistens eine Kreditkarte zugrunde, wie Abbildung 18 in Kapitel 5 zeigt.

Auch das nicht-mobile Bezahlen per Kreditkarte hat im Distanzgeschäft beim Umsatzanteil um 3,8 PP auf 20,9 Prozent zugelegt (vgl. Abbildung 9). Gemessen an der Anzahl Transaktionen blieb der Anteil der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte mit plus 0,4 PP auf 11,5 Prozent hingegen nahezu unverändert.

Der starke Rückgang des Umsatzanteils der Rechnung um 12,2 PP gegenüber der letzten Erhebung gründet vor allem in der Umsatzzunahme des mobilen Bezahlens (+4,6 PP) sowie des nicht-mobilen Bezahlens mit der Kredit- und Debitkarte (+3,8 PP bzw. +3,6 PP) (vgl. Abbildung 9). Beim Vergleich der Umsatzanteile verschiedener Erhebungen gilt es zu beachten, dass bei einer durchschnittlichen Gesamtzahl von rund 650 Distanzzahlungen je Erhebung einzelne grosse Beträge einen starken Einfluss auf die Anteile der Zahlungsmittel ausüben. Allerdings zeigt Abbildung 10, dass auch die Transaktionsanteile der Rechnung zurückgegangen sind – nämlich um 3,4 PP auf 18,4 Prozent – während die Anteile des mobilen Bezahlens (+3,6 PP) sowie der Debit- und Kreditkarte (+1,3 PP bzw. +0,4 PP) zugenommen haben.

Als wichtigster Grund bei der Wahl des Zahlungsmittels im Distanzgeschäft wird der Händlertyp genannt. Das heisst, dass je nach Art des Händlers ein anderes Zahlungsmittel bevorzugt wird. Am zweithäufigsten als Begründung für die Wahl des Zahlungsmittels im Distanzkauf wird die Gewohnheit genannt, gefolgt von der Betragshöhe. Die Geschwindigkeit der Zahlung spielt vor allem beim Entscheid für das mobile Bezahlen eine Rolle. Die Sicherheit der Zahlung wird am fünfthäufigsten als Motiv für die Wahl des Zahlungsmittels genannt – dies am häufigsten bei Kreditkartenzahlungen.

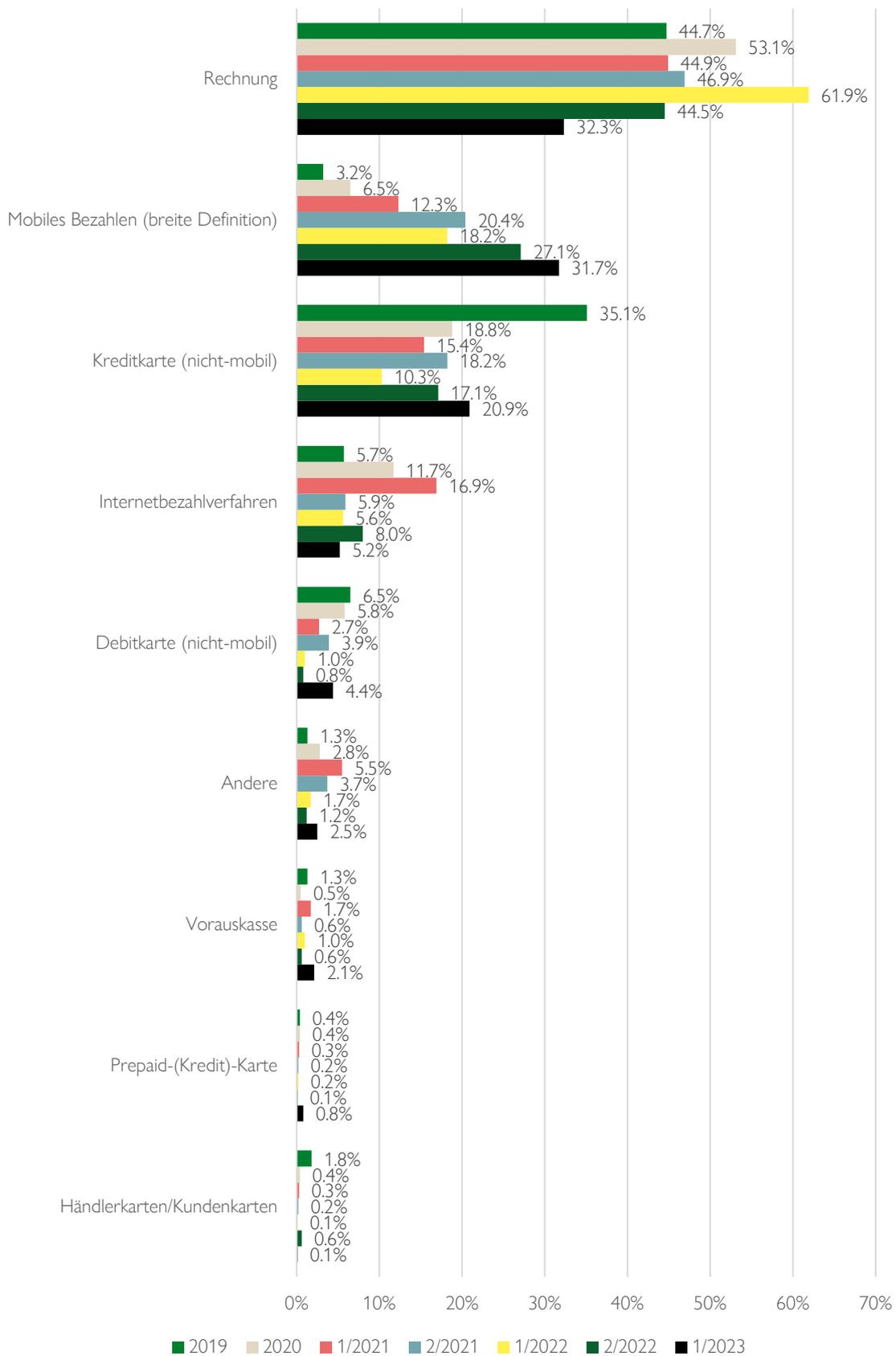


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Definition in Box 1).

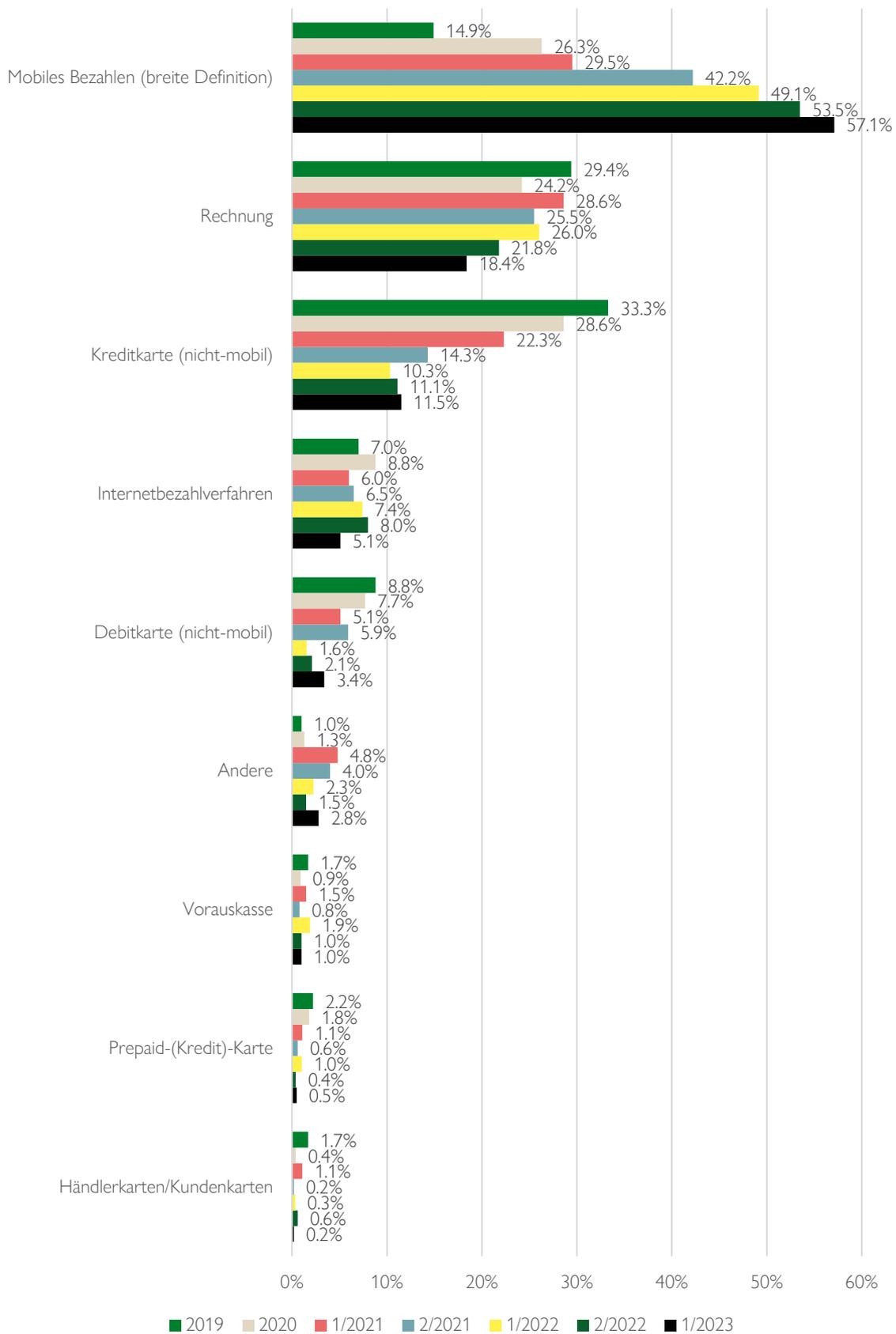


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App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

3.4.2 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. Sie hat hiernach den höchsten Umsatzanteil (34,5%; +8,0 PP) sowie den höchsten Transaktionsanteil (35,5%; +2,6 PP) (vgl. Abbildung 11 und Abbildung 12). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn hingegen verliert im Vergleich zum SPM 2/2022 deutlich an Anteilen im Distanzgeschäft, sowohl gemessen am Umsatz (16,0%; -12,1 PP) als auch gemessen an der Anzahl Transaktionen (25,1%; -5,7 PP) (vgl. Abbildung 11 und Abbildung 12). Ebenso verliert die Rechnung als Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft insgesamt an Stellenwert.

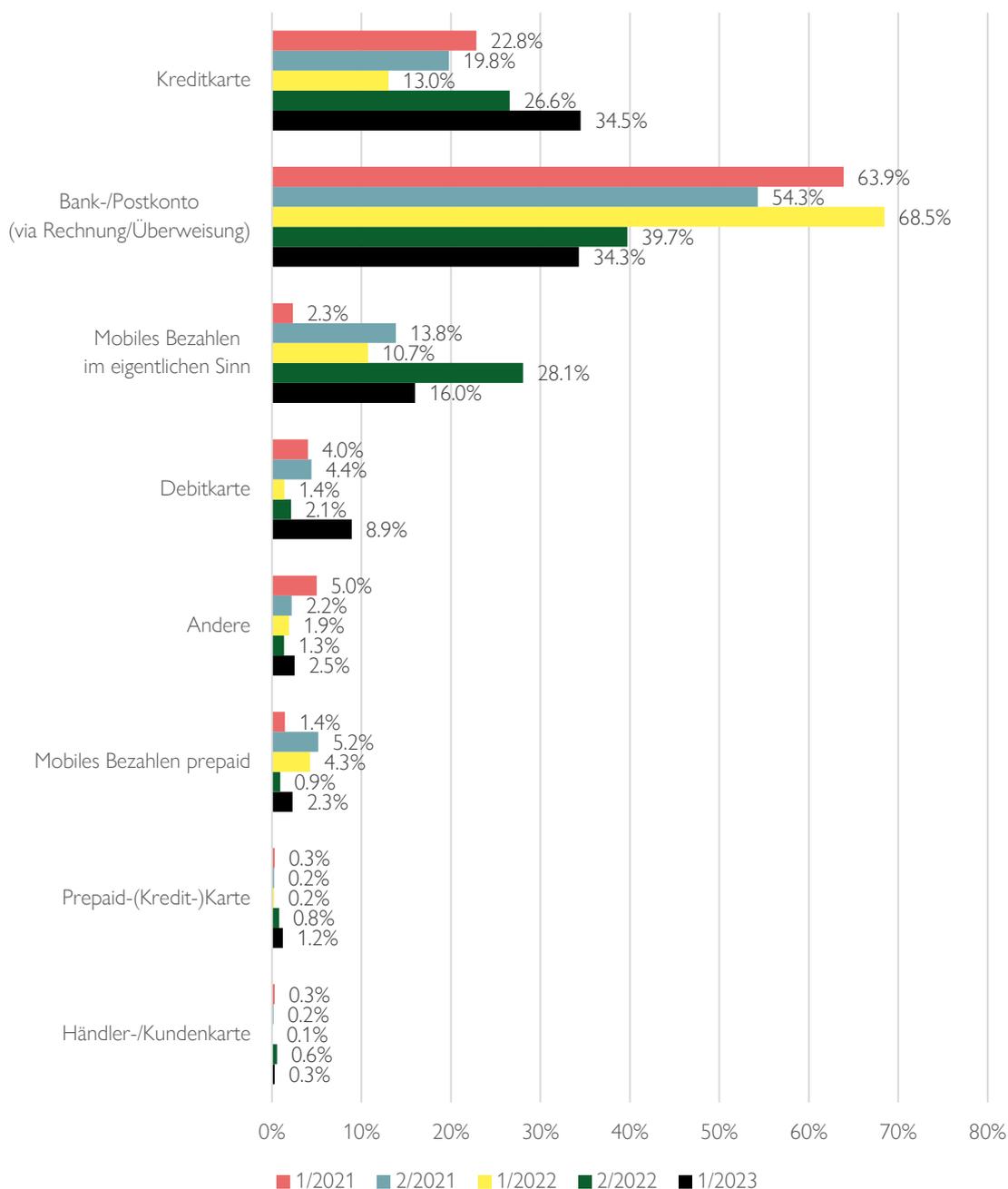


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Ein klares Wachstum im Vergleich zum SPM 2/2022 zeigt sich bei der Verwendung der Debitkarte als Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft, sowohl hinsichtlich des Umsatzes (8,9%; +6,8 PP) als auch in Bezug auf die Anzahl Transaktionen (10,4%; +3,9 PP) (vgl. Abbildung 11 und Abbildung 12). Diese Entwicklung ist vermutlich auf die grössere Verbreitung der neuartigen Debitkarten von Visa und Mastercard zurückzuführen, welche auch online eingesetzt werden können (vgl. Box 2). Das zeigt, dass zahlreiche Befragte die neue Generation von Debitkarten korrekt klassifizieren, da ältere Debitkarten wie Maestro oder V-Pay nicht online tauglich sind.

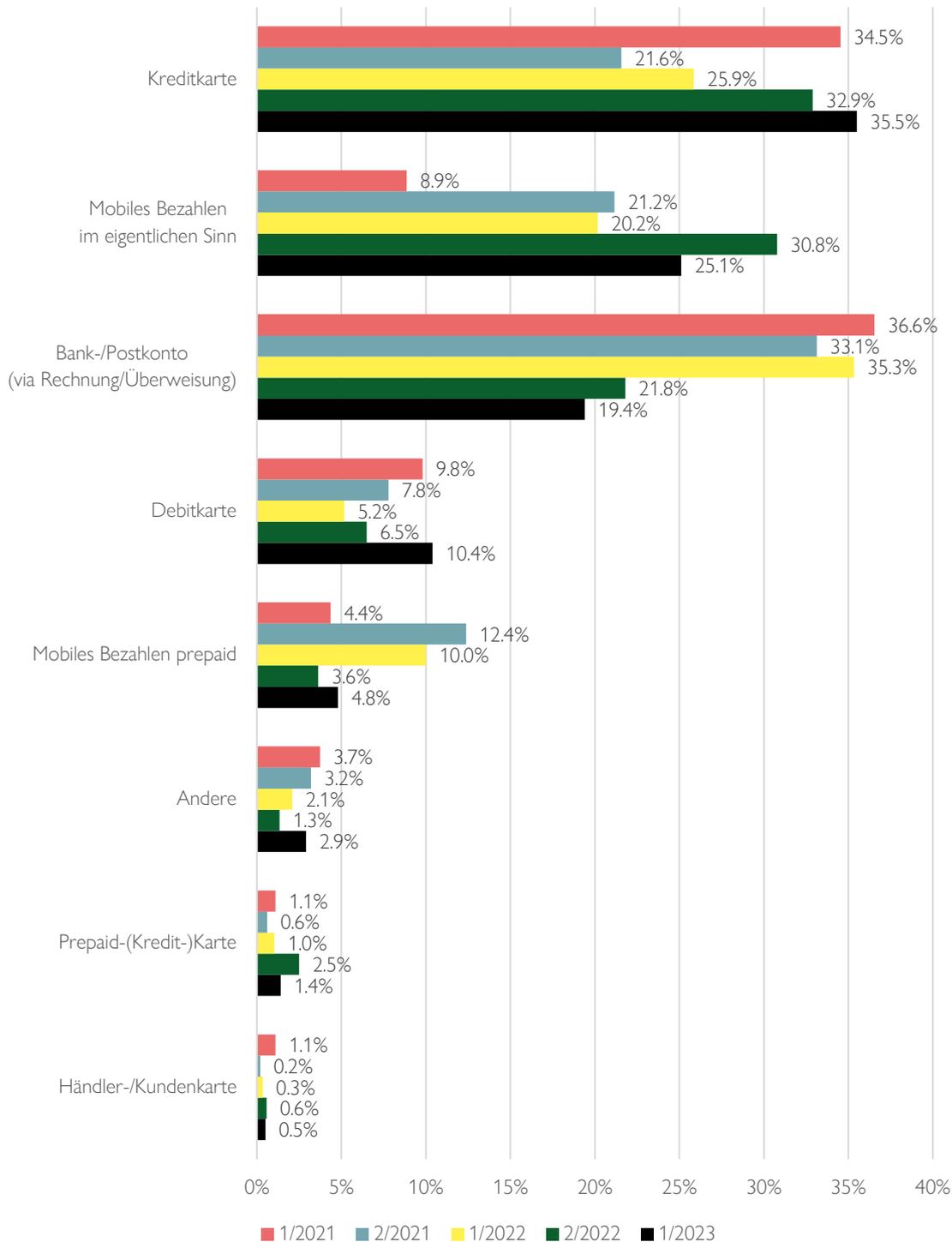


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

4 Bargeld

4.1 Bargeldbesitz

Die Nutzung des Bargelds hat in der Schweizer Bevölkerung vor allem seit Ausbruch der Coronapandemie stark abgenommen. Der Anteil von Bargeld gemessen an der Anzahl Transaktionen hat sich seit 2021 mit rund 30 Prozent jedoch auf einem (immer noch) hohen Niveau eingependelt (vgl. Kapitel 3).

Mittlerweile verzichten 15,8 Prozent der befragten Personen komplett auf das Mitführen von Bargeld im Portemonnaie (vgl. Abbildung 13). Dieser Anteil ist seit dem SPM 1/2021 relativ stabil. Abbildung 13 zeigt zudem, wie sich das Mitführen von Bargeld im Portemonnaie zwischen verschiedenen Segmenten der Bevölkerung unterscheidet. Dabei zeigen sich bei den Altersklassen die deutlichsten Unterschiede: Während 24,1 Prozent der unter 30-Jährigen auf das Mitführen von Bargeld verzichten, sind es bei den über 60-Jährigen lediglich 3,5 Prozent (vgl. Abbildung 13). Auch die verschiedenen Sprachregionen der Schweiz unterscheiden sich stark hinsichtlich des Mitführens von Bargeld: Während in der deutschsprachigen Schweiz nur 14,2 Prozent der Befragten bargeldlos unterwegs sind, steigt dieser Wert in der französischsprachigen Schweiz auf 19,2 Prozent und in der italienischsprachigen Schweiz gar auf 22,5 Prozent (vgl. Abbildung 13).

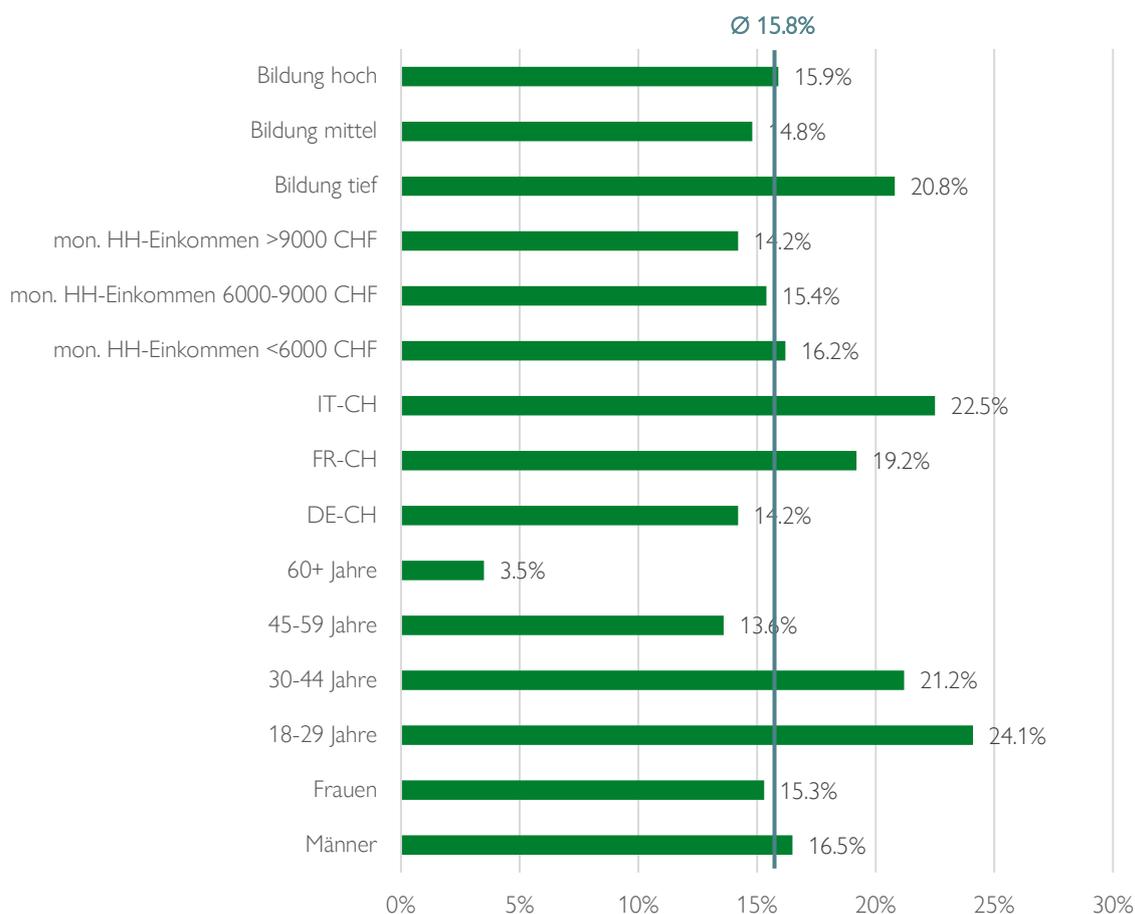


Abbildung 13: Anteil der Befragten, der üblicherweise kein Bargeld mit sich führt
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Oktober/November 2022.

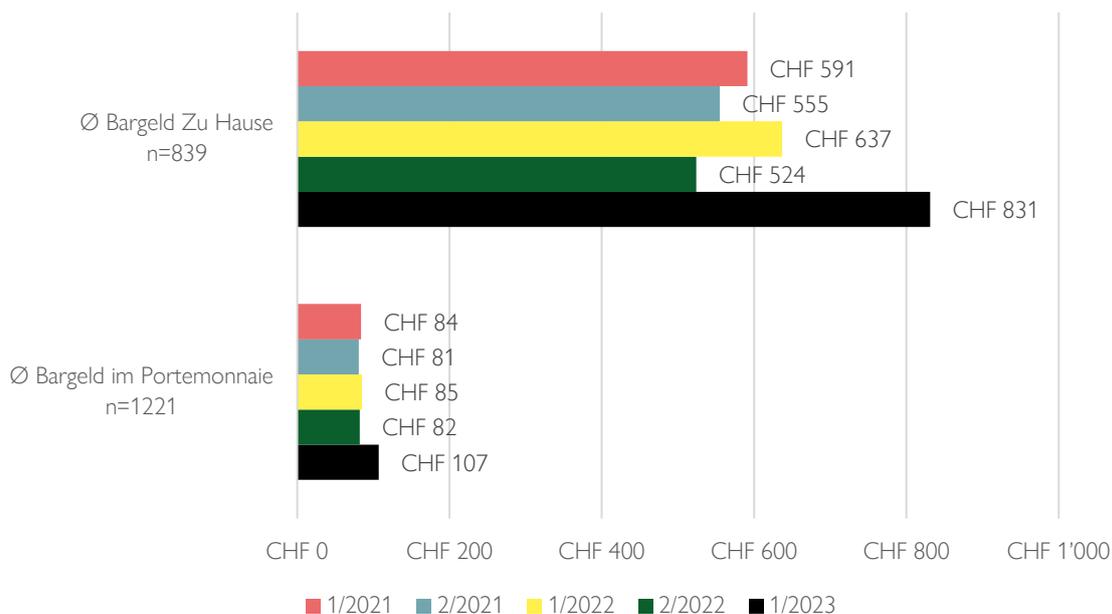


Abbildung 14: Durchschnittlicher Bargeldbesitz pro Person

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?»

Bei der Betrachtung nach Bildungsniveau fällt auf, dass Befragte ohne Bildungsabschluss auf Sekundarstufe II mit 20,8 Prozent Anteil häufiger kein Bargeld mit sich führen als Personen mit höherem Bildungsabschluss (vgl. Abbildung 13). Dies ist insofern interessant, als dass die tatsächliche Nutzung von Bargeld mit höherem Bildungsabschluss abnimmt, wie Kapitel 4.3 zeigt. Das bedeutet, dass Personen mit höherem Bildungsabschluss relativ gesehen zwar häufiger Bargeld mit sich tragen, dieses aber seltener zum Bezahlen nutzen. Nur geringfügige Unterschiede beim Mitführen von Bargeld zeigen sich zwischen Männern (16,5%) und Frauen (15,3%) sowie in den verschiedenen Einkommenskategorien (vgl. Abbildung 13).

Die Menge Bargeld, welche die Schweizer Bevölkerung üblicherweise mit sich führt oder zu Hause aufbewahrt, war in den letzten zwei Jahren relativ stabil: Im Portemonnaie betrug der Medianbetrag 50 Fr. und der Durchschnittsbetrag rund 80 Fr., zu Hause betrug der Median 200 Fr. und der Durchschnitt rund 600 Fr. (vgl. Abbildung 14). Während sich die Medianwerte auch in der aktuellen Erhebung stabil zeigen, hat sich der Durchschnittsbetrag an Bargeld im Portemonnaie auf über 100 Fr. und derjenige zu Hause auf über 800 Fr. erhöht (vgl. Abbildung 14).¹¹ Eine mögliche Erklärung für dieses Verhalten liegt in der für den Winter 2022/23 befürchteten Energiekrise, für die sich ein Teil der Bevölkerung mit höheren Bargeldreserven wappnen wollte. So empfiehlt beispielsweise das Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung in seiner Broschüre für klugen Notvorrat eine minimale Bargeldreserve als Vorsorge für einen möglichen Stromunterbruch.¹²

¹¹ Die Erhöhung des Durchschnitts bei gleichbleibendem Median bedeutet, dass sich das Verhalten der Mehrheit der Befragten nicht veränderte, eine Minderheit hingegen ihre gehaltenen Bargeldbeträge deutlich erhöht hat.

¹² Siehe https://www.bwl.admin.ch/dam/bwl/de/dokumente/dokumentation/publikationen/broschuere_notvorrat.pdf.download.pdf/Broschu%CC%88re_Notvorrat_D_Nov_2020.pdf.

4.2 Einstellung zu Bargeld

Wie Abbildung 15 zeigt, äussern sich 62,0 Prozent der Befragten kritisch gegenüber einer möglichen Abschaffung von Bargeld, wobei diese Ansicht bei 40,6 Prozent der Befragten stark ausgeprägt ist. Lediglich 7,9 Prozent der Befragten würden eine komplette Abschaffung von Bargeld klar begrüssen. Im Vergleich zum SPM 2/2022 haben somit beide Extrempositionen leicht zugelegt (+2,5 PP gegen die Abschaffung, +1,1 PP für die Abschaffung von Bargeld), während der Anteil der Befragten ohne klare Präferenz zum Thema Abschaffung von Bargeld um 1,1 PP auf 17,7 Prozent zurückgegangen ist. Das zeigt, dass das Thema Bargeld polarisiert und die meisten Befragten dazu eine klare Meinung haben.

Am deutlichsten ist die ablehnende Haltung gegenüber einer Abschaffung von Bargeld mit 74,4 Prozent bei den ältesten Befragten, während bei den unter 45-Jährigen nur etwas mehr als die Hälfte einer möglichen Abschaffung von Bargeld kritisch gegenübersteht (vgl. Abbildung 15). Mit steigendem Einkommen nimmt die kritische Haltung gegenüber einer Abschaffung von Bargeld ab, während Frauen (65,1%) einer Abschaffung von Bargeld gegenüber kritischer gestimmt sind als Männer (58,5%) (vgl. Abbildung 15). Klare Unterschiede zeigen sich auch nach Sprachregion: In der italienischsprachigen Schweiz stehen lediglich 43,8 Prozent der Bevölkerung einer Abschaffung von Bargeld kritisch gegenüber und somit rund 20 Prozentpunkte weniger als in den anderen Sprachregionen (vgl. Abbildung 15).



Abbildung 15: Anteil der Befragten, die eine Abschaffung von Bargeld ablehnen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Oktober/November 2022; Frage: «Stellen Sie sich vor, Bargeld wird komplett abgeschafft. Wie finden Sie das?»; Summe der Anteile beider Antworten «Ich finde das überhaupt nicht gut» und «Ich finde das eher nicht gut». Fünfer-Skala von «Ich finde das überhaupt nicht gut» bis «Ich finde das sehr gut».

4.3 Nutzung von Bargeld

Die Bargeldnutzung unterscheidet sich stark nach demografischen Merkmalen. Je tiefer die Bildung und das Einkommen, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass mit Bargeld bezahlt wird (vgl. Abbildung 16). So bezahlen Personen mit tieferer Bildung und mit tieferem Einkommen in 40,1 Prozent respektive 36,9 Prozent der Fälle mit Bargeld, während es bei hoher Bildung und hohem Einkommen nur 25,0 Prozent respektive 24,3 Prozent sind (vgl. Abbildung 16).

Zwischen dem Alter und der effektiven Nutzung von Bargeld lässt sich ein u-förmiger Zusammenhang erkennen: Während die unter 30-Jährigen bei 27,8 Prozent der Zahlungen mit Bargeld bezahlen, sinkt dieser Anteil bei den 30-44-Jährigen auf 23,6 Prozent, um danach mit dem Alter bis zu den über 60-Jährigen auf 38,2 Prozent zu steigen (vgl. Abbildung 16).

Unterschiede bei der Bargeldnutzung zeigen sich auch zwischen den Geschlechtern und Sprachregionen. Frauen weisen mit 32,1 Prozent den höheren Anteil Bargeldzahlungen auf als Männer (26,1%). In der Deutschschweiz liegt der Anteil Bargeldzahlungen mit 30,0 Prozent praktisch im Durchschnitt, während er in der italienischsprachigen Schweiz mit 34,4 Prozent höher, in der französischsprachigen Schweiz mit 24,7 Prozent hingegen deutlich tiefer ausfällt (vgl. Abbildung 16).

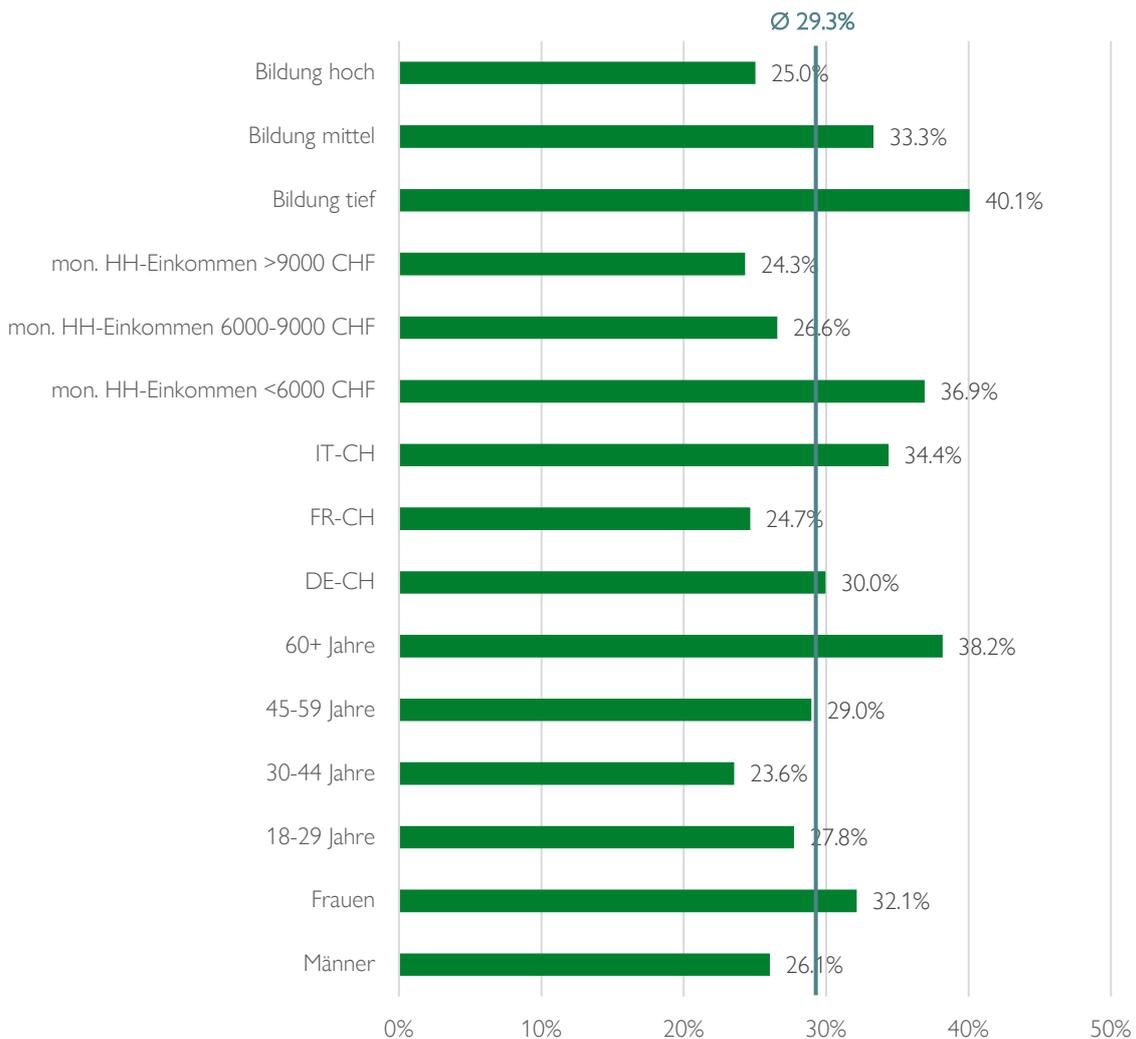


Abbildung 16: Anteil Bargeldtransaktionen nach Anzahl Transaktionen gemäss demografischen Merkmalen
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

5 Mobiles Bezahlen

Twint ist gesamthaft die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz: 49,4 Prozent der Transaktionen mit mobilen Geräten (dazu zählen alle Arten von mobilem Bezahlen, vgl. Box 1) werden mit Twint abgewickelt (vgl. Abbildung 17). Im Vergleich zum SPM 2/2022 bedeutet dies einen Rückgang von 12,0 PP, während unter anderem Apple Pay (+3,4 PP), Samsung Pay (+1,8 PP) und Google Pay (+3,1 PP) deutlich zulegen konnten (vgl. Abbildung 17). Diese Entwicklung widerspiegelt sich auch in der Art und Weise, wie in der Schweiz mobil bezahlt wird: Zahlungen vor Ort per NFC – beispielsweise mit Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay – sind mit 32,1 Prozent mittlerweile die häufigste mobile Bezahlmethode, während Zahlungen vor Ort mittels QR-Code – also mit Twint – mit 23,9 Prozent auf Platz zwei liegen.¹³ Diese beiden Bezahlarten haben im Vergleich zum SPM 2/2022 die Plätze getauscht.

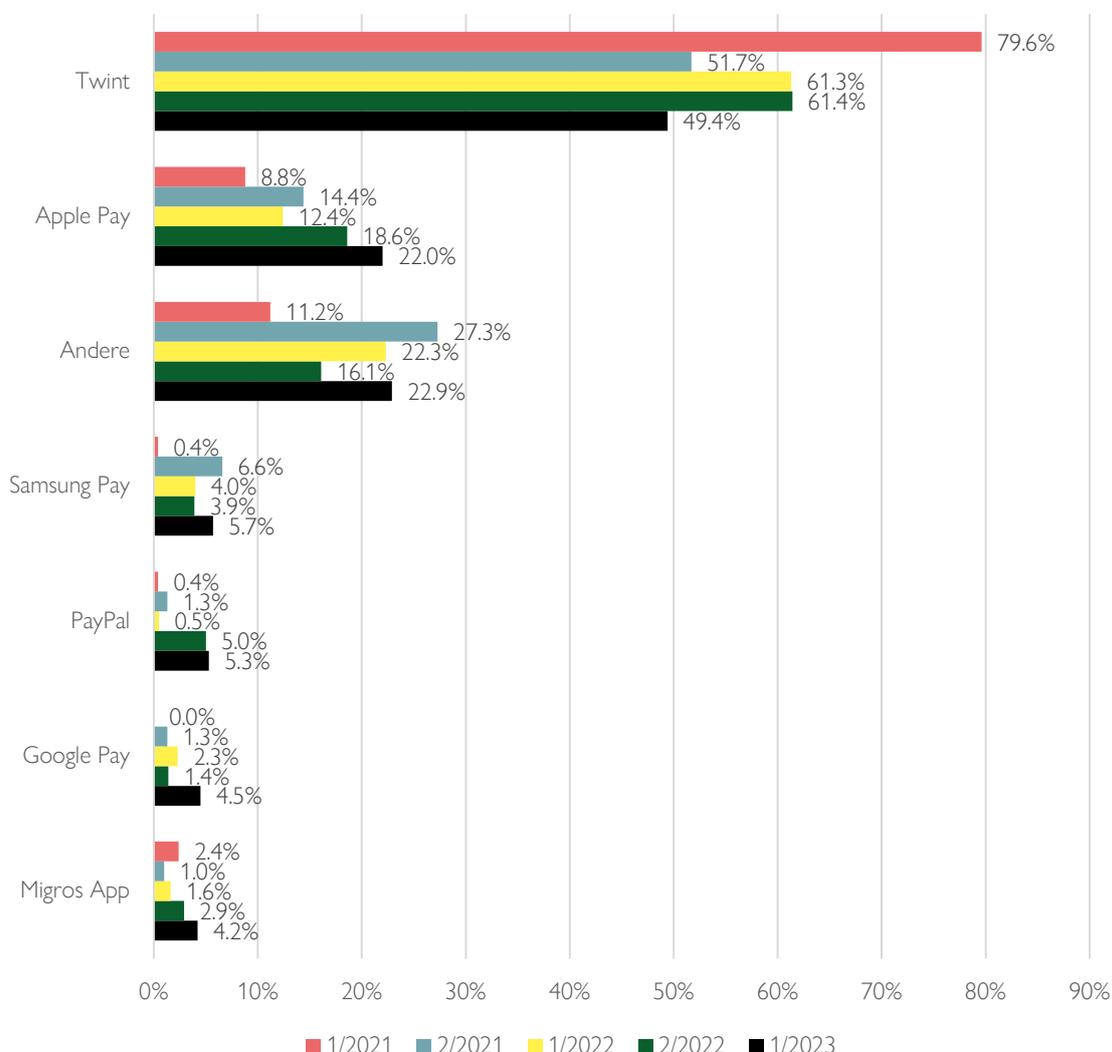


Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

¹³ Auf den weiteren Plätzen der Art des mobilen Bezahlens folgen «Online in einer App mit integrierter Zahlungsfunktion» (21,2%), «Im Internet mit hinterlegten Bezahlenden» (8,6%), «Im Internet mit QR-Code» (5,9%) und «Überweisung mit dem Mobiltelefon an Privatperson im Inland» (5,9%).

Um die Unterscheidung von Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt zu ermöglichen (vgl. Kapitel 3), wurde in der Tagebucherhebung das zugrunde liegende Zahlungsmittel der mobilen Transaktionen erhoben. Abbildung 18 zeigt einen Überblick der zugrunde liegenden Zahlungsmittel separiert nach Twint, anderen mobilen Bezahl-Apps sowie In-App Zahlungen.

Unter allen Twint-Zahlungen sind rund 77,6 Prozent direkt mit dem Bankkonto verknüpft, gefolgt von der Kreditkarte (9,9%) und der Debitkarte (7,3%) (vgl. Abbildung 18). Andere mobile Bezahl-Apps wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay sind hauptsächlich mit der Kreditkarte verbunden: 66,1 Prozent der Transaktionen mit sonstigen Bezahl-Apps (ohne Twint) basieren auf Kreditkarten, gefolgt von der Debitkarte (19,1%) und der direkten Kontoanbindung (12,1%) (vgl. Abbildung 18). Die Debitkarte als hinterlegtes Zahlungsmittel hat damit im Vergleich zum SPM 2/2022 um 7,2 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).

Bei In-App Zahlungen wie beispielsweise der Migros App, SBB Mobile oder Zalando wird mit 63,3 Prozent am häufigsten eine Kreditkarte verwendet, gefolgt von direkter Kontoanbindung (30,0%) und der Debitkarte (6,7%) (vgl. Abbildung 18).

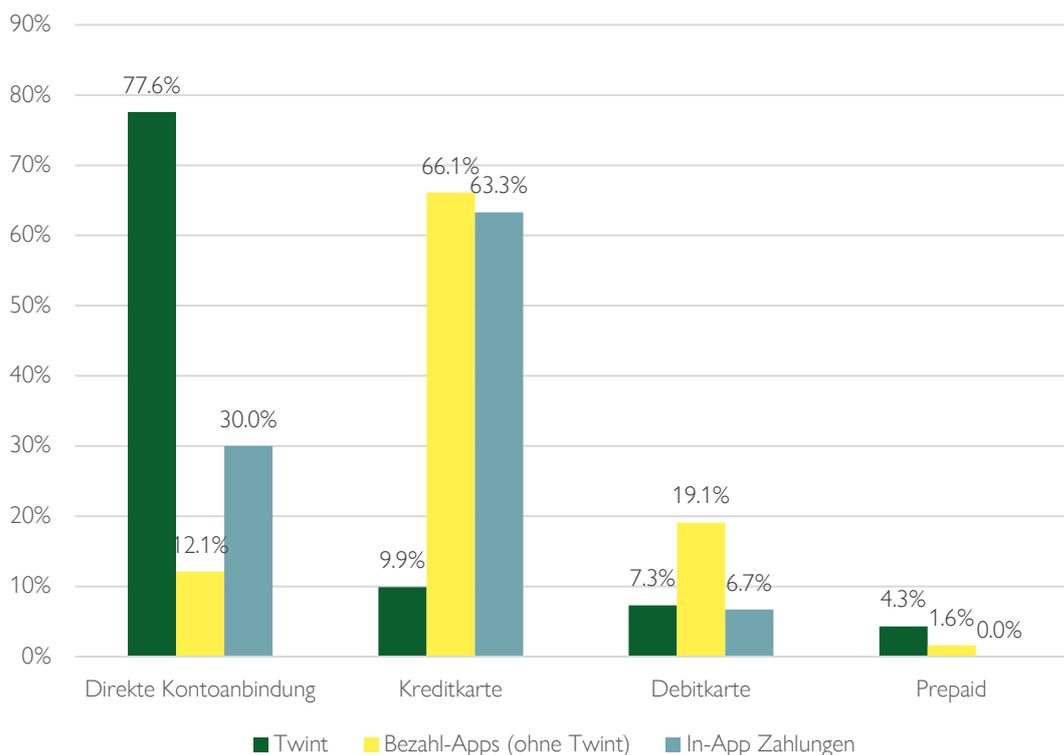


Abbildung 18: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei mobilem Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

6 Neobanken

Insgesamt erklären 36,5 Prozent der Befragten – 3,9 Prozentpunkte mehr als noch vor einem halben Jahr – schon mindestens einmal neue Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben. Wie Abbildung 19 zeigt, wird dabei Revolut am häufigsten genutzt (14,9% der Befragten; +2,0 PP), gefolgt von den Schweizer Anbietern Neon (13,8%; +3,2 PP), Credit Suisse CSX¹⁴ (11,0%; +2,1 PP), Zak (10,1%; +2,2 PP) und Yuh (10,1%; +4,9 PP). Im Vergleich zum SPM 2/2022 blieben die Podestplätze unverändert. Alle etablierten Neobanken legten stark an Nutzer:innen zu. Auffällig ist dabei das Wachstum von Yuh¹⁵, welche eineinhalb Jahre nach Lancierung bereits bei einem zweistelligen Nutzungsanteil liegt.

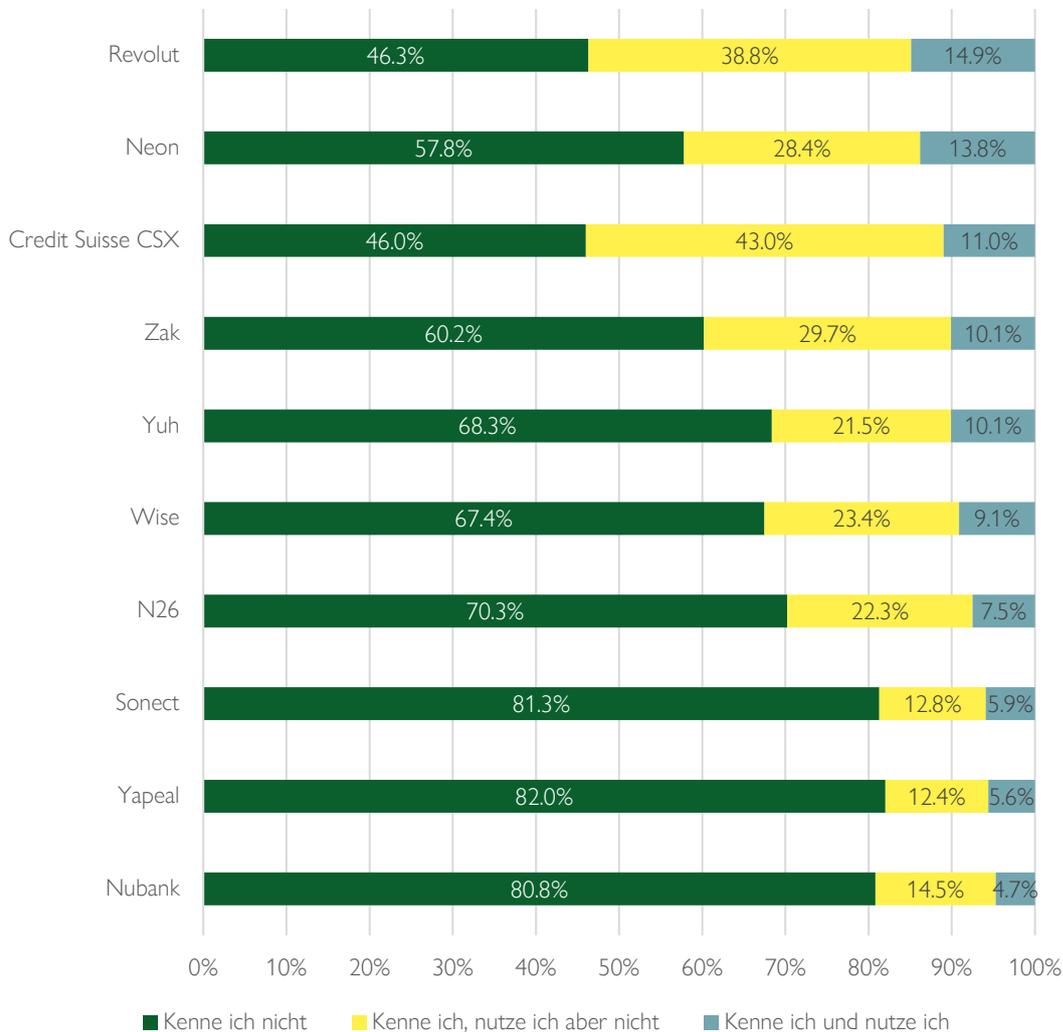


Abbildung 19: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Oktober/November 2022; Frage: «Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der Aussagen auf Sie zutrifft.»

¹⁴ 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.

¹⁵ Yuh ist eine Finanz-App, die in Zusammenarbeit von Swissquote und PostFinance im Jahr 2021 lanciert worden ist.

Wie Abbildung 20 zeigt, sind Nutzer:innen von Neobanken überdurchschnittlich häufig männlich, jünger als 45 Jahre alt, gut gebildet und haben ein monatliches Haushaltseinkommen von mehr als 9000 Franken. Zudem ist in der französischsprachigen Schweiz der Anteil Neobanken-Nutzer:innen mit 42,8 Prozent höher als in der restlichen Schweiz (vgl. Abbildung 20).

Mit 48,7 Prozent nutzen die 30-44-Jährigen am häufigsten die digitalen Angebote von Neobanken, gefolgt von den jüngsten Befragten (48,3%) (vgl. Abbildung 20). Selbst bei den über 60-Jährigen geben 15,6 Prozent an, das Angebot mindestens einer Neobank zu nutzen (vgl. Abbildung 20). Rein digitale Bankangebote auf mobilen Geräten werden mittlerweile also in allen Generationen genutzt. Dies offenbart sich auch in Kapitel 3 in der Nutzung des mobilen Bezahlens.

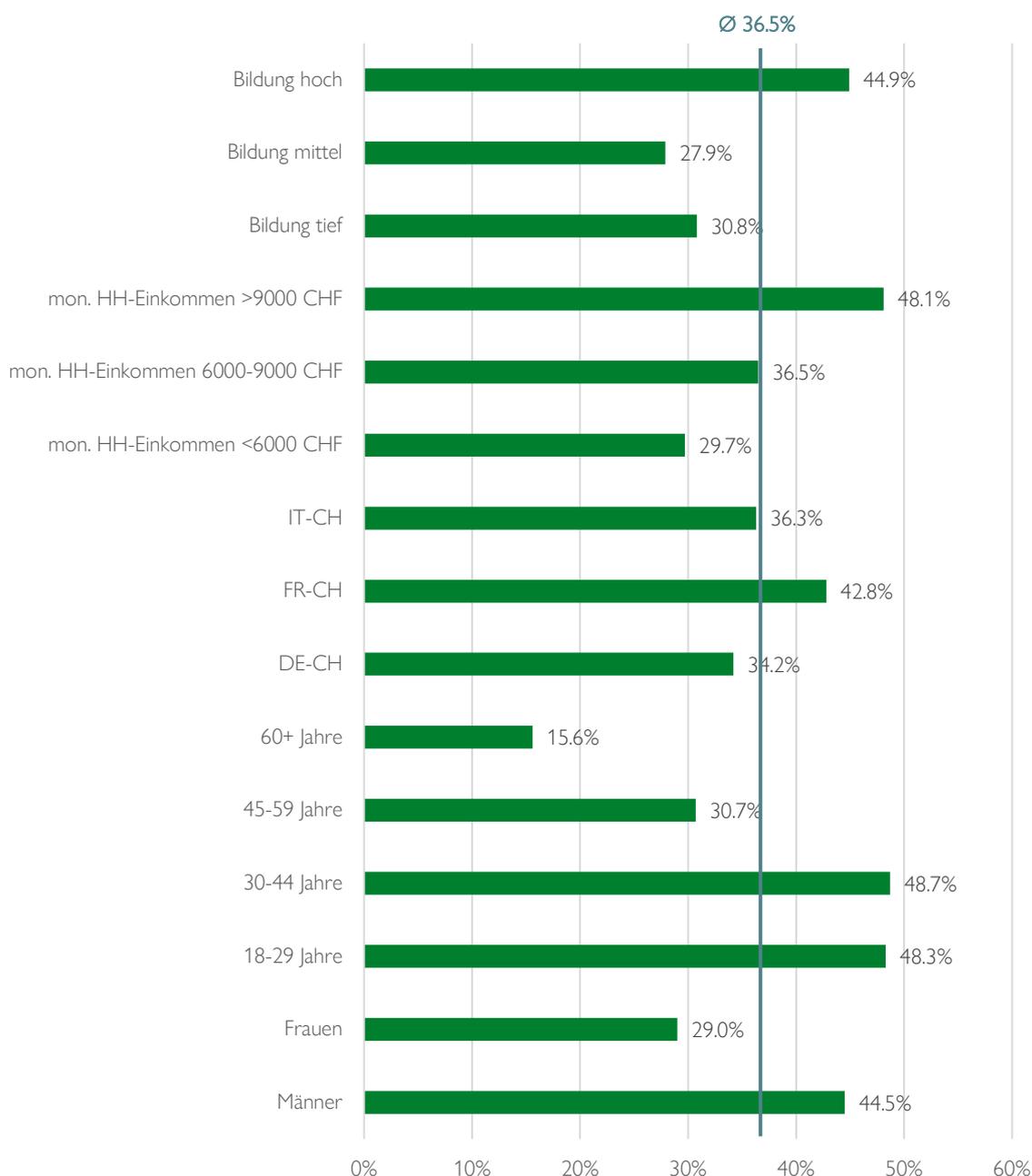


Abbildung 20: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung im Oktober/November 2022.

Abbildung 21 zeigt, dass mit 54,8 Prozent die Mehrheit der Nutzer:innen das Angebot von Neobanken für bestimmte ausgewählte Zwecke nutzt. Allerdings hat dieser Wert seit dem SPM 2/2022 mit -6,3 PP deutlich abgenommen. Stattdessen hat der Anteil der Bevölkerung, der das Angebot von Neobanken als primäres Zahlungsmittel respektive als Hauptbankverbindung nutzt, um 6,6 PP auf 36,0 Prozent zugenommen (vgl. Abbildung 21). Das deutet darauf hin, dass Neobanken vermehrt als Substitute für klassische Retail-Banking-Angebote dienen.

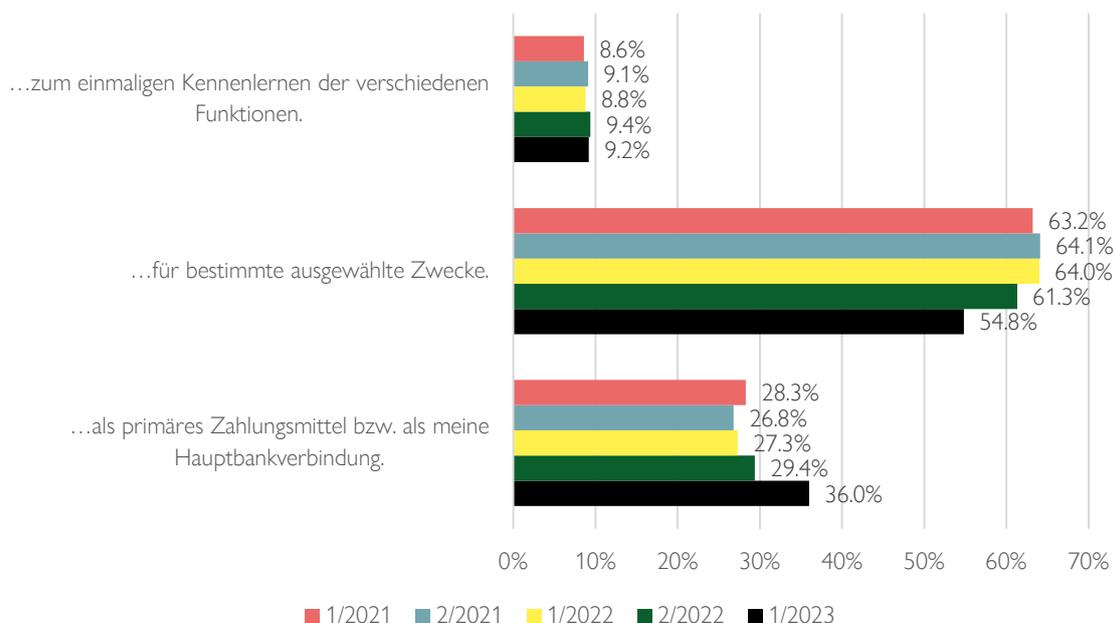


Abbildung 21: Primärer Zweck der Nutzung von Neobanken

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; nur Nutzer:innen von Neobanken; Frage: «Bitte geben Sie an, welche der nachfolgenden Aussagen auf Sie zutrifft. Das Angebot der Digital- bzw. Neobanken nutze ich hauptsächlich...»

7 Schlusswort

Die Coronapandemie und die Massnahmen zu deren Eindämmung beeinflussten 2020 und 2021 das Konsum- und Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Im Jahr 2022 hat sich die Lage normalisiert und mit ihr das Bezahlverhalten der Schweizer Bevölkerung. Die vorliegende siebte 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 Tagebucherfassung aller nicht-wiederkehrenden Zahlungen durch die Teilnehmenden konnten verschiedene Erkenntnisse zum aktuellen Zahlungsverhalten in der Schweiz gewonnen werden.

Der Abwärtstrend der Bargeldnutzung stoppte und der Anteil Bargeldzahlungen stabilisierte sich hinsichtlich der Anzahl Transaktionen bei rund 30 Prozent. Damit liegt Bargeld hinsichtlich Einsatzhäufigkeit wieder vor der (nicht-mobilen) Debitkarte (27,1%) auf Platz eins der Zahlungsmittel. Mit einem Transaktionsanteil von rund 18 Prozent liegt die (nicht-mobile) Kreditkarte auf dem dritten Platz. Die Rangliste gemäss Abrechnungsprodukt änderte sich dahingehend, dass die Debitkarte (29,8%) vor Bargeld (29,3%) und der Kreditkarte (25,9%) platziert ist. Die höheren Anteile von Debitkarte und Kreditkarte als Abrechnungsprodukt kommen daher, dass vor allem letztere beim mobilen Bezahlen häufig als Abrechnungsprodukt hinterlegt ist.

Gemessen am Umsatzanteil landet die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 26,9 Prozent auf Platz eins der Zahlungsmittel, vor der (nicht-mobilen) Debitkarte (26,1%) und Bargeld (17,3%). Gemäss Abrechnungsprodukt bleibt diese Rangliste bestehen, allerdings wiederum mit höheren Anteilen bei der Kredit- und Debitkarte.

Das mobile Bezahlen nimmt weiter zu. Insbesondere mobile Bezahlösungen wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay haben verhältnismässig stark zugelegt, während der relative Umsatz- und Transaktionsanteil von Twint innerhalb des mobilen Bezahlens gesunken ist. Das erklärt unter anderem das starke Wachstum der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt, da diese häufig bei den E-Wallets von Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay hinterlegt ist.

Die Bargeldnutzung unterscheidet sich stark nach demografischen Merkmalen. Je tiefer die Bildung und das Einkommen, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass mit Bargeld bezahlt wird. Zwischen dem Alter und der effektiven Nutzung von Bargeld lässt sich ein u-förmiger Zusammenhang erkennen, bei dem die 30-44-Jährigen am seltensten mit Bargeld bezahlen. Rund jede sechste Person in der Schweiz verzichtet gänzlich auf das Mitführen von Bargeld. Diese Verhaltensweise ist mit zunehmendem Alter, höherem Einkommen sowie in der Deutschschweiz weniger verbreitet. Die durchschnittliche Menge Bargeld, die eine Person im Portemonnaie mit sich führt respektive zu Hause aufbewahrt, hat sich in der aktuellen Erhebung erhöht, während der Medianbetrag stabil blieb.

Knapp 37 Prozent der Schweizer Bevölkerung hat bereits Angebote einer Neobank genutzt, was einem Anstieg von 4 PP gegenüber der letzten Erhebung entspricht. Revolut, Neon und Credit Suisse CSX werden dabei am häufigsten verwendet und konnten weiter an Nutzer:innen dazugewinnen. Nutzer:innen von Neobanken sind überdurchschnittlich häufig männlich, jünger als 45 Jahre alt, gut gebildet und haben ein Haushaltseinkommen von mehr als 9000 Franken.

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 22). 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 Projekthomepage unter www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten interaktiv einsehbar und werden laufend aktualisiert.



Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors