

Swiss Payment Monitor 2024

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 1/2024 – Erhebung November 2023

www.swisspaymentmonitor.ch

Sandro Graf, Nina Heim, Marcel Stadelmann, Tobias Trütsch
St.Gallen/Winterthur, im Februar 2024

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: 10.21256/zhaw-2467



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 2024

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

<https://doi.org/10.21256/zhaw-2467>

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2024): Swiss Payment Monitor 2024 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 1/2024 – Erhebung November 2023, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) hat ihre Spitzenposition der Zahlungsmittel beim Umsatzanteil deutlich ausgebaut, während die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) und das mobile Bezahlen (nach breiter Definition) Rückgänge verzeichnen. Auch gemessen an der Anzahl Transaktionen hat die Debitkarte ihre Führungsposition gefestigt. Dahinter bahnt sich eine Verschiebung in der Rangliste der Zahlungsmittel an, da das Bargeld nach dem ersten deutlichen Rückgang seit dem Ausbruch der Coronapandemie im Jahr 2020 nur noch knapp vor dem wachsenden mobilen Bezahlen liegt. Der relative Anteil der Kreditkartenzahlungen (nicht-mobile Nutzung) bleibt stabil. Bei der Betrachtung nach Abrechnungsprodukt wird das Wachstum der Debitkarte noch deutlicher, während mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn beim Umsatzanteil einen Rückgang und beim Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen ein geringes Wachstum aufweist.

Im Präsenzg Geschäft hat die Debitkarte als Abrechnungsprodukt ihre Spitzenposition deutlich gefestigt, und zwar sowohl gemessen am Umsatz als auch gemessen an der Anzahl Transaktionen. Die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt folgt beim Umsatz auf Platz zwei und gemessen an der Anzahl Transaktionen hinter dem Bargeld auf Platz drei. Mit dem Bankkonto verknüpfte Twint-Zahlungen (d.h. mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn) legen im Präsenzg Geschäft nach dem starken relativen Wachstum zwischen November 2022 und Mai 2023 nur noch leicht zu.

Im Distanzg Geschäft bleibt die Rechnung als Zahlungsmittel und somit das Bank-/Postkonto als Abrechnungsprodukt beim Umsatz führend. Gemessen an der Anzahl Transaktionen verzeichnet die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt ein deutliches Wachstum und hat die Spitzenposition vom mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn zurückerobert.

Die Mehrheit der Befragten bewertet den Zugang zu Bargeld positiv, obwohl fast die Hälfte eine Verschlechterung des Zugangs in den letzten Jahren wahrgenommen hat. Die Ablehnung einer Bargeldabschaffung nimmt zu, besonders unter jüngeren Befragten. Eine zwingende Annahmepflicht für Bargeld wird von einer Mehrheit begrüsst. Etwas weniger Zuspruch findet die Möglichkeit einer zwingenden Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel, wobei auch dies von mehr Befragten positiv als negativ bewertet wird.

Mobiles Bezahlen wächst in der Schweiz unaufhaltsam. Frauen, unter 30-Jährige, Personen mit hoher Bildung sowie Befragte aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz bezahlen überdurchschnittlich häufig mobil. Ebenso nutzen Personen mit höherem Einkommen mobiles Bezahlen häufiger im Vergleich zu Personen mit mittlerem und niedrigem Einkommen. Twint ist die klar dominierende mobile Bezahlösung in der Schweiz und legt bei der Nutzung weiter zu.

Der Anteil der Bevölkerung, der Neobanken nutzt, stagniert, wobei Revolut vor Neon und Yuh weiterhin am meisten Nutzende verzeichnen. Neobanken dienen primär als Ergänzung zu traditionellen Bankangeboten, statt diese vollständig zu ersetzen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Datengrundlage	2
3 Zahlungsverhalten	3
3.1 Vorbemerkungen	3
3.2 Gesamtmarkt	5
3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	5
3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	8
3.3 Präsenzgeschäft	10
3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	10
3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	13
3.4 Distanzgeschäft	15
3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	15
3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	18
4 Bargeld	20
4.1 Bargeldbesitz	20
4.2 Zugang zu Bargeld	21
4.3 Einstellung zu Bargeld	22
4.3.1 Bargeldabschaffung	22
4.3.2 Bargeldannahmepflicht	24
4.3.3 Akzeptanz von Bargeldzahlungen	25
4.3.4 Exkurs: Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel	26
5 Mobiles Bezahlen	27
6 Neobanken	30
7 Schlusswort	32
Anhang	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	6
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	7
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	8
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	11
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	12
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	13
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	16
Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	17
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	18
Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	19
Abbildung 13: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie bzw. zu Hause	20
Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie bzw. zu Hause	21
Abbildung 15: Wahrgenommene Veränderung des Zugangs zu Bargeld	22
Abbildung 16: Einstellung zu einer möglichen Bargeldabschaffung	23
Abbildung 17: Einstellung zu einer möglichen Annahmepflicht für Bargeld	24
Abbildung 18: Erfahrungen mit einer Verweigerung der Bargeldannahme	25
Abbildung 19: Einstellung zu einer möglichen Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel	26
Abbildung 20: Anteile mobiles Bezahlen nach Anzahl Transaktionen gemäss demografischen Merkmalen	27
Abbildung 21: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	28
Abbildung 22: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	29
Abbildung 23: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen	30
Abbildung 24: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken	31
Abbildung 25: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	34

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch _____ 2

1 Einleitung

In den vergangenen Ausgaben des Swiss Payment Monitors (SPM) konnte ein Trend hin zu weniger Bargeldzahlungen und deutlich mehr Transaktionen mit mobilen Geräten beobachtet werden. Wird dieser Trend fortgesetzt und wie sieht aktuell das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung aus? Diese und andere Fragen werden in der zehnten Ausgabe des Swiss Payment Monitors untersucht.

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 2023 eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von mehr als 1700 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, fasst die wichtigsten Erkenntnisse aus der aktuellen Erhebung zusammen und ordnet diese im Vergleich zu den vergangenen Erhebungen ein.

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 Nexi (Nexi 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

Die Studienteilnehmenden wurden über ein Online-Access-Panel rekrutiert. In einem ersten Schritt wurden die Teilnehmenden in einer Onlinebefragung 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 rund 20 Minuten und wurde Ende Oktober bis Anfang November 2023 gestaffelt durchgeführt. Im Vergleich zu vergangenen Befragungen wurde für die zehnte Ausgabe des SPM (Ausgabe 1/2024) die Stichprobe um rund 200 Personen vergrössert. 1704 Personen im Alter zwischen 18 und 88 Jahren aus der deutschen, französischen und italienischen Schweiz haben die Onlinebefragung ausgefüllt. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung. Nach Prüfung der Datenqualität verblieben die Antworten von 1619 Personen im Datensatz.

In einem zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im November 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 (elektronischen) Tagebuchs zu erfassen und diese gemäss vordefinierten Merkmalen zu klassifizieren.

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)	Nov. 2023 (1/2024)	Veränderung 1/2024 zu 2/2023
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	772	827	863	1034	+19,8%
Umsatzvolumen in Fr. (Tsd.)								
Inland	281	209	235	190	197	198	260	+31,0%
In- und Ausland	308	230	251	212	220	226	291	+28,9%
Online	47%	29%	39%	34%	29%	34%	36%	+2 PP
Vor Ort	53%	71%	61%	66%	71%	66%	64%	-2 PP
Transaktionsvolumen								
Inland	3991	4051	4269	4137	3986	4430	5699	+28,6%
In- und Ausland	4232	4211	4571	4403	4648	4787	6116	+27,8%
Online	18%	14%	15%	14%	14%	14%	16%	+2 PP
Vor Ort	82%	86%	85%	86%	86%	86%	84%	-2 PP
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag								
Inland	1,9	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8	+8,1%
In- und Ausland	2,0	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	+3,8%
Durchschnittsbetrag pro Transaktion in Fr.								
Inland	70	52	55	46	50	45	46	+1,8%
In- und Ausland	73	55	55	48	47	47	48	+0,9%

Bemerkungen: PP entspricht Prozentpunkten. Tsd. entspricht Tausend.

Die Aufteilung zwischen Online- und vor-Ort-Transaktionen ist gemessen an der Anzahl Transaktionen seit dem SPM 2/2021 nahezu konstant (vgl. Tabelle 1). Mehr als vier von fünf Zahlungen werden vor Ort abgewickelt, während etwa eine von fünf Transaktionen online stattfindet. Die Umsatzanteile hingegen sind von Erhebung zu Erhebung grösseren Schwankungen ausgesetzt, da beim Umsatz einzelne grosse Transaktionsbeträge naturgemäss einen starken Einfluss haben. Rund zwei Drittel des Umsatzes werden an physischen Verkaufspunkten und rund ein Drittel im Onlinegeschäft abgewickelt (vgl. Tabelle 1). Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandszahlungen deutlich: Rund 93 Prozent der Transaktionen finden im Inland statt. Die in diesem Bericht in der Folge diskutierten Ergebnisse basieren ausschliesslich auf den Inlandzahlungen. Die Datenreihe des Swiss Payment Monitors liefert insgesamt 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 mobilen Gerät³ 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 2018 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).⁴ 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 anderer Zahlungsmittel wie beispielsweise des Bargelds wird durch die Unterscheidung in «Zahlungsmittel» und «Abrechnungsprodukt» nicht tangiert.

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. Bei den Umsatzanteilen gemäss Gesamtmarkt (vgl. Kapitel 3.2) gilt es entsprechend zu berücksichtigen, dass der Anteil der Online-Zahlungen am Gesamtumsatz wie in Tabelle 1 dargestellt von Erhebung zu Erhebung variiert.

³ z.B. Smartphone, Tablet oder Smartwatch.

⁴ 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.

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.

Eine weitere Vorbemerkung zur Interpretation der Ergebnisse gilt der Kategorisierung der verschiedenen Kartentypen. Die neuen Debitkarten von Visa und Mastercard unterscheiden sich sowohl visuell als auch bezüglich Funktionalität weniger stark von Kreditkarten als ihre Vorgänger Maestro- und V-Pay-Karten.⁵ Sie weisen analog zu Kreditkarten die Logos von Mastercard respektive Visa sowie eine 16-stellige Nummer auf, ermöglichen Online-Zahlungen und können in mobilen Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay hinterlegt werden. Es ist deshalb nicht auszuschliessen, dass zu Beginn der Lancierung dieser Karten 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). Zudem enthält die Onlinebefragung seit dem SPM 2/2023 ausführliche Informationen zur Unterscheidung von Debit- und Kreditkarten.

⁵ 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. Im Verlauf des Jahres 2022 haben mit PostFinance, Raiffeisen, Migros Bank sowie Zürcher Kantonalbank und weitere Institute mit grossem Kundenstamm die neuartigen Debitkarten lanciert. Maestro-Karten, welche ihr Ablaufdatum erreicht haben, werden sukzessive durch Debitkarten der neuen Generation ersetzt. Die neue PostFinance Card ist zudem 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 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 hat die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) ihre Spitzenposition mit 27,3 Prozent – ein Plus von 3,2 Prozentpunkten [PP] im Vergleich zur letzten Erhebung vom Mai 2023 – deutlich ausgebaut (vgl. Abbildung 1). Dahinter haben sowohl die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit -2,8 Prozentpunkten als auch das mobile Bezahlen mit -1,5 Prozentpunkten an Umsatzanteilen eingebüsst (vgl. Abbildung 1). Beim mobilen Bezahlen gilt es darauf hinzuweisen, dass das Wachstum des Umsatzanteils zuvor vom SPM 1/2023 zum SPM 2/2023 aufgrund einzelner grosser Beträge besonders gross war (vgl. Abbildung 1). Gegenüber dem SPM 1/2023 stellt der aktuelle Umsatzanteil von 19,3 Prozent ein Wachstum um 4,0 Prozentpunkte dar, was gemäss Abbildung 1 auf dem langfristigen Wachstumspfad liegt. Der Umsatzanteil der Rechnung blieb mit 15,8 Prozent stabil (+0,9 PP), während der Anteil der Bargeldzahlungen mit 13,2 Prozent (-1,4 PP) seinen tiefsten Wert seit Erhebungsbeginn egalisiert (vgl. Abbildung 1).

Weniger stark beeinflusst durch einzelne Zahlungen sind die Anteile der Zahlungsmittel gemessen an der Anzahl Transaktionen. Mit einem Plus von 0,8 Prozentpunkten im Vergleich zum SPM 2/2023 auf 29,3 Prozent hat die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) auch bei dieser Betrachtung ihre Spitzenposition gefestigt (vgl. Abbildung 2). Dahinter bahnt sich in der Rangliste der am häufigsten verwendeten Zahlungsmittel eine grundlegende Änderung an: Mit einem Anteil von 25,0 Prozent (-3,2 PP) liegt das Bargeld nur noch knapp vor dem mobilen Bezahlen mit 23,3 Prozent (+2,3 PP) (vgl. Abbildung 2). Der Anteil Kreditkartenzahlungen (nicht-mobile Nutzung) gemessen an der Anzahl Transaktionen hält sich derweil mit 15,4 Prozent einigermaßen stabil (-0,8 PP), obwohl der Umsatzanteil dieses Zahlungsmittels um 2,8 Prozentpunkte zurück ging (vgl. Abbildung 2).

Zusammenfassend ist die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) weiterhin das meistverwendete Zahlungsmittel in der Schweiz. Die relative Bargeldnutzung nimmt erstmals seit 2021 wieder deutlich ab, vor allem gemessen an der Anzahl Transaktionen. Demgegenüber wächst das mobile Bezahlen nach breiter Definition gemessen an der Anzahl Transaktionen weiterhin kontinuierlich, was der treppenförmige Anstieg der Anteile in Abbildung 2 eindrücklich visualisiert. Auf welche Bezahlsituationen diese Entwicklungen vorwiegend zurückzuführen sind, zeigen die detaillierten Auswertungen nach Präsenz- und Distanzgeschäft in Kapitel 3.3 und Kapitel 3.4. Kapitel 5 geht zudem im Detail auf die Entwicklung des mobilen Bezahls ein.

⁶ 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.

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, 2/2022 und 2/2023 auf die Erhebung im Mai 2021, 2022 und 2023.

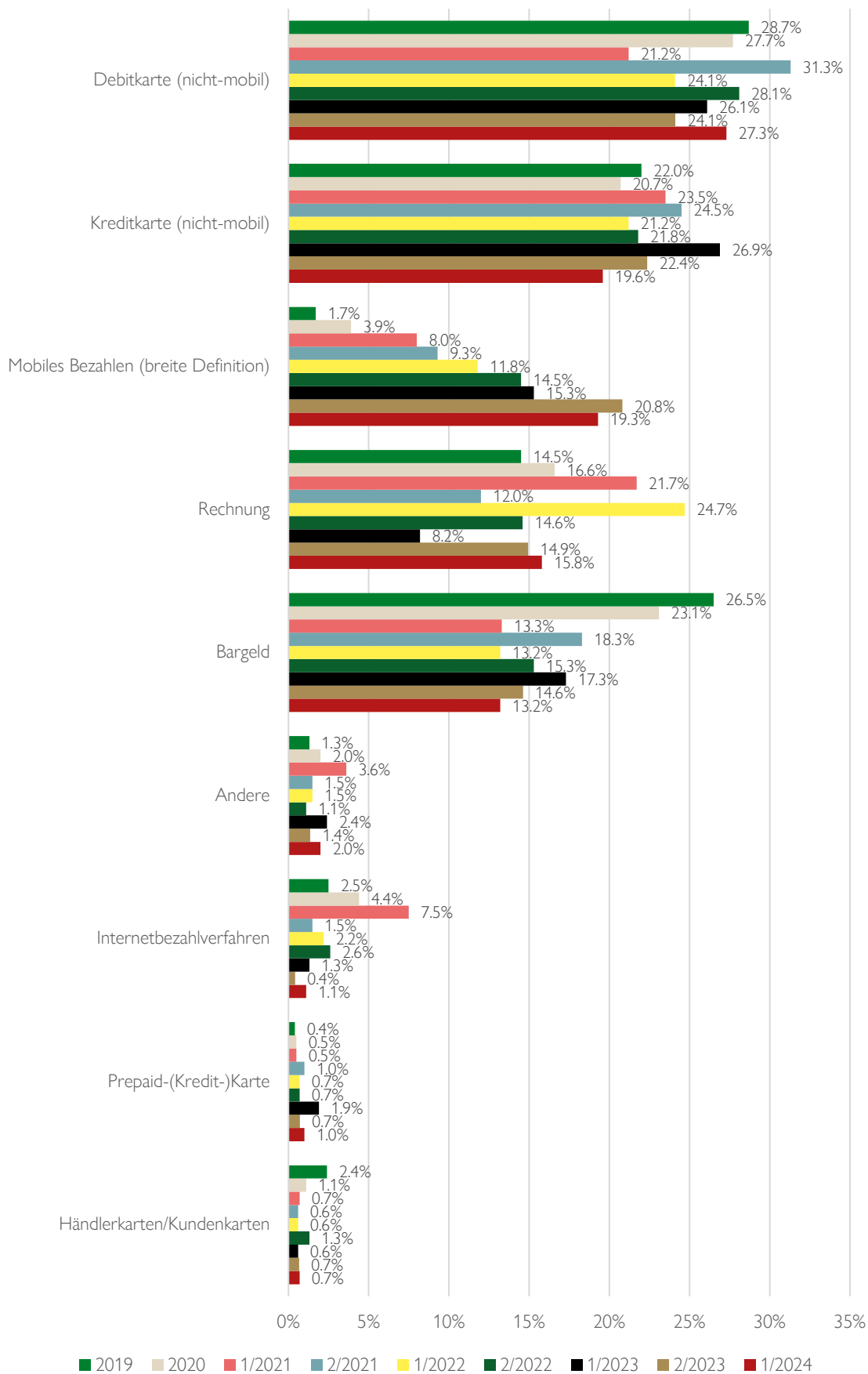


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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).

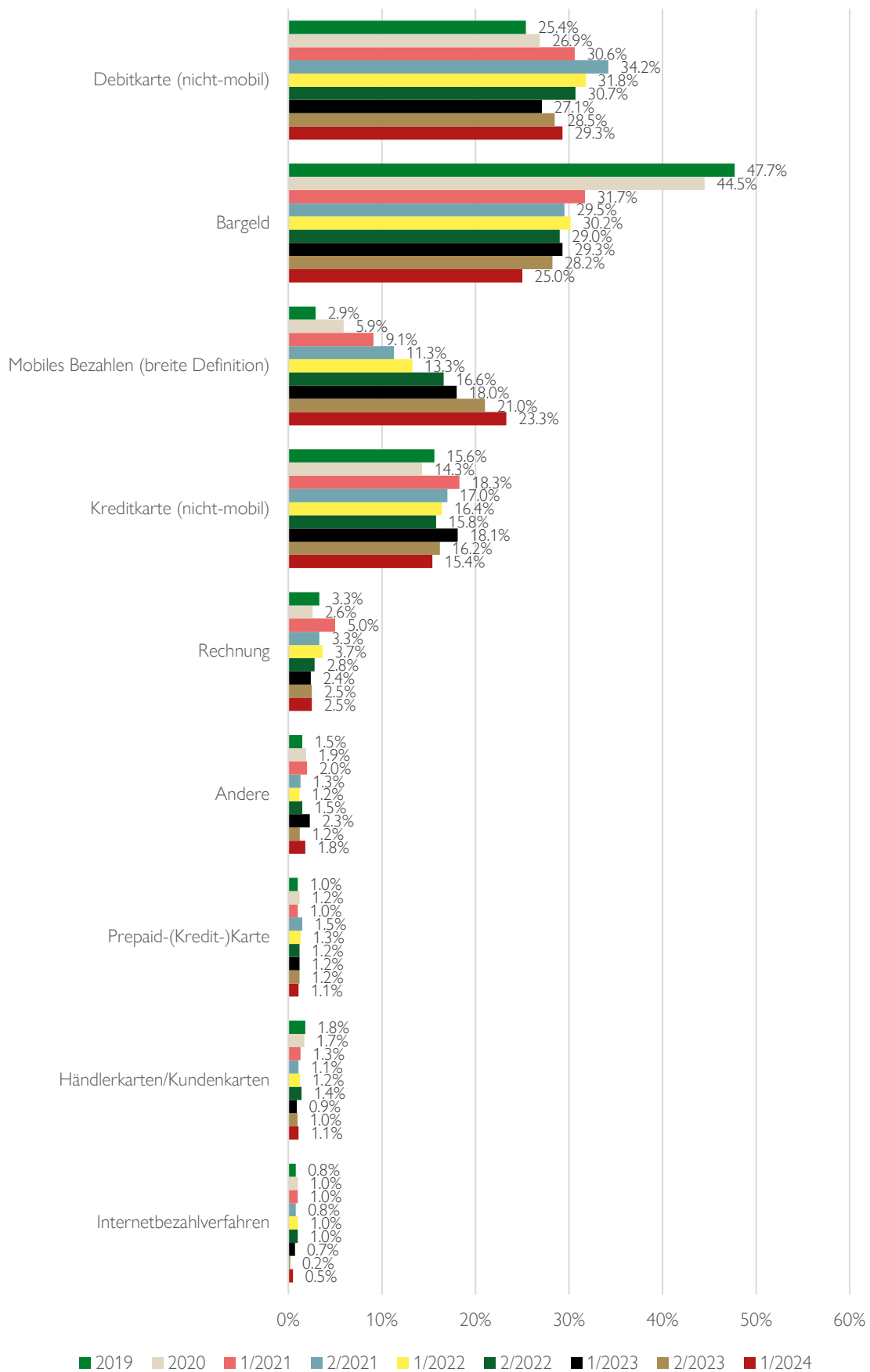


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

3.2.2 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 mobilen Bezahl-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).

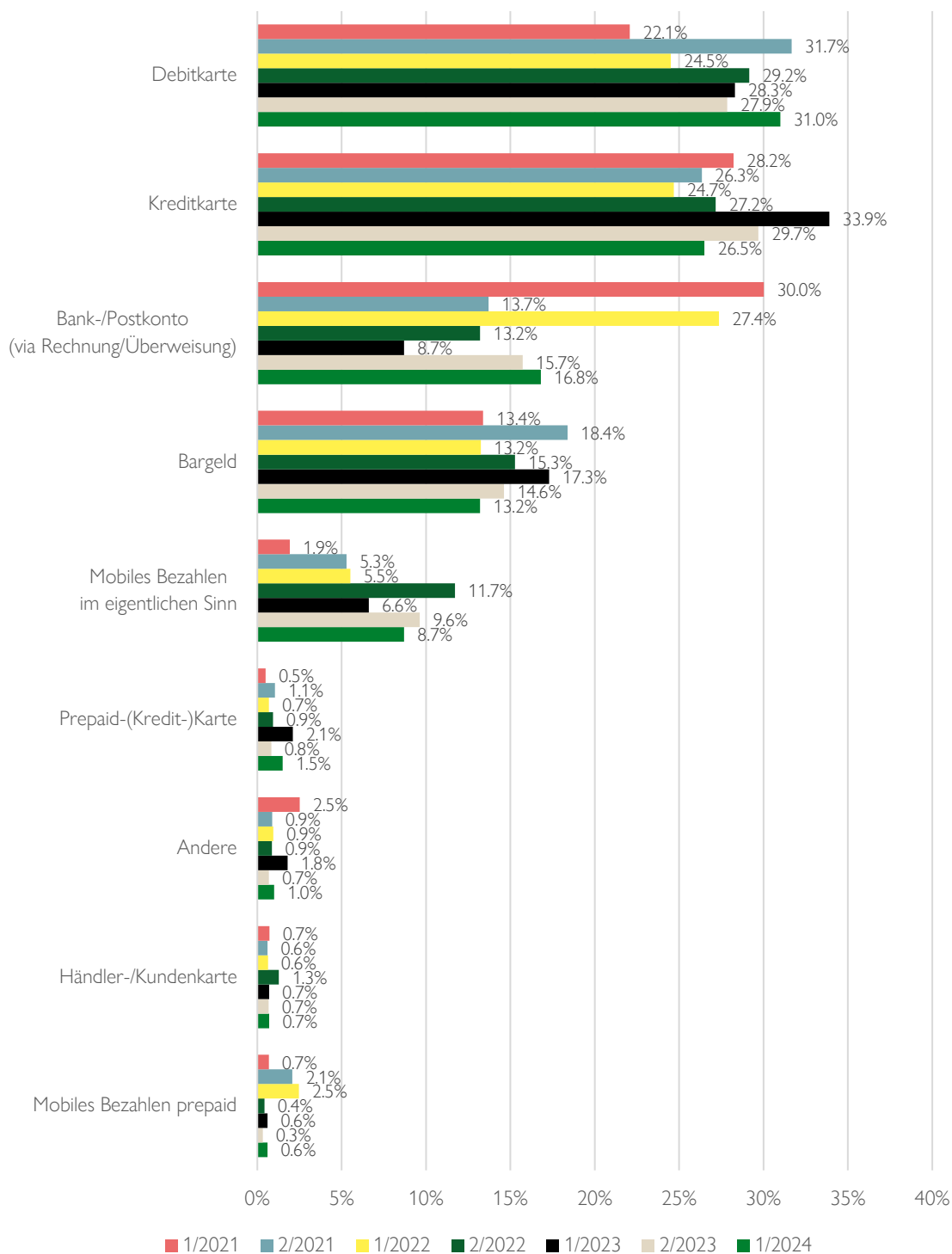


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Mit einem Plus von 3,1 Prozentpunkten gegenüber dem SPM 2/2023 auf 31,0 Prozent hat die Debitkarte als Abrechnungsprodukt gemessen am Umsatz die Spitzenposition inne (vgl. Abbildung 3). Nebst der vermehrten herkömmlichen – das heisst nicht-mobilen – Nutzung der Debitkarte gewinnen dabei dank der Debitkarten der neuesten Generation auch Online-Zahlungen oder Bezahlungen mit mobilen Bezahl-Apps an Bedeutung. Die Differenz der Anteile zwischen Abbildung 1 und Abbildung 3 zeigt, dass 6,9 Prozentpunkte des Umsatzanteils der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt respektive 3,7 Prozentpunkte des Umsatzanteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukt über mobile Geräte (z.B. via Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay) abgewickelt werden. Das entspricht 26 Prozent des gesamten Umsatzanteils der Kreditkarte beziehungsweise 11,9 Prozent des gesamten Umsatzanteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukt.

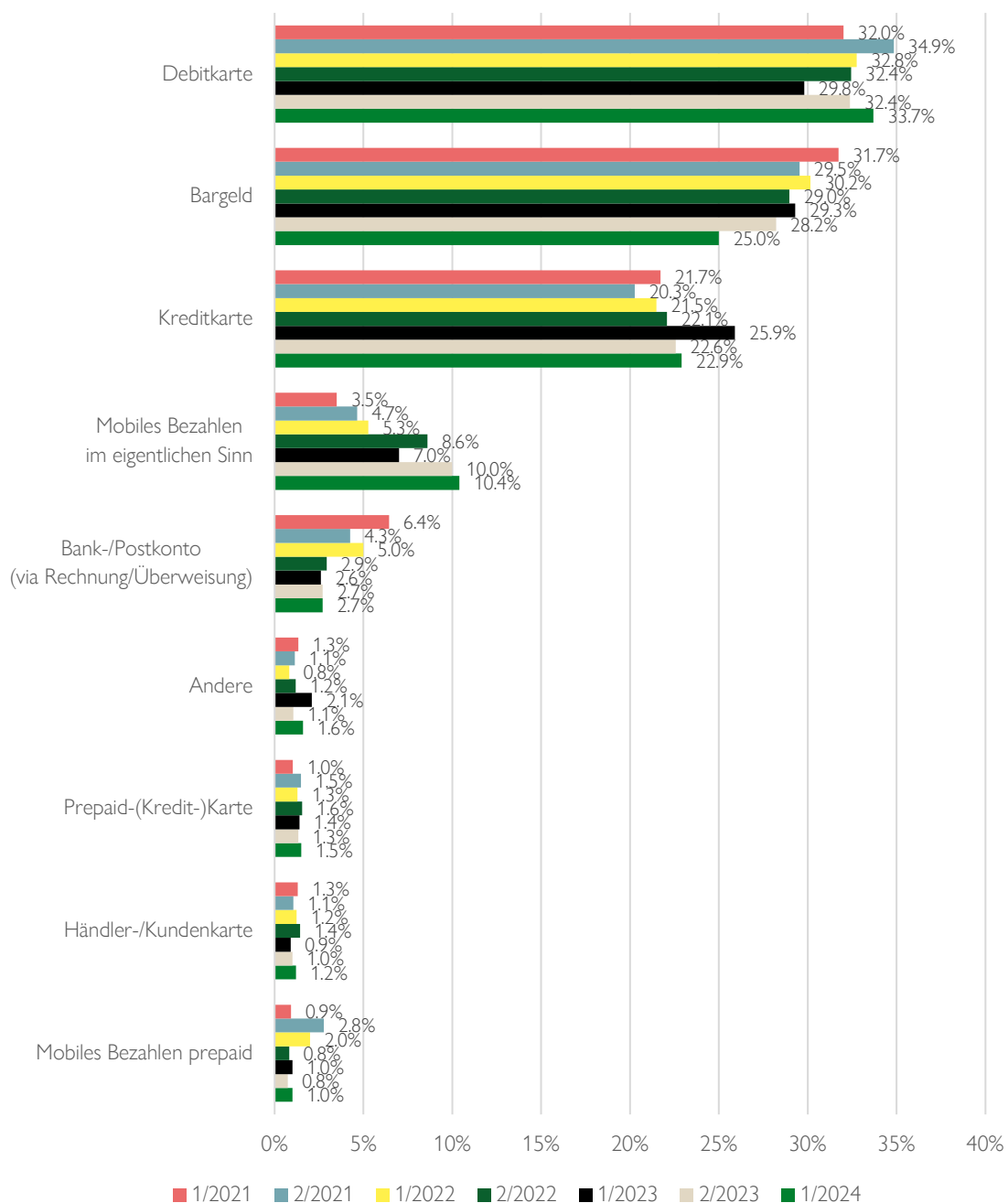


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Gemessen an der Anzahl Transaktionen liegt die Debitkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 33,7 Prozent ebenfalls an erster Stelle (vgl. Abbildung 4). Mit einem Plus von 1,3 Prozentpunkten im Vergleich zum SPM 2/2023 hat sie den Abstand zum Bargeld an zweiter Stelle mit einem Anteil von 25,0 Prozent (-3,2 PP) deutlich vergrössert (vgl. Abbildung 4). An dritter Stelle folgt die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt, welche ihren relativen Anteil bei 22,9 Prozent (+0,3 PP) stabil halten konnte (vgl. Abbildung 4). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn konnte seinen zweistelligen Anteil bewahren, legt aber im Vergleich zum SPM 2/2023 nur noch leicht zu (+0,4 PP) auf 10,4 Prozent (vgl. Abbildung 4). 7,5 Prozentpunkte des Transaktionsanteils der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt respektive 4,4 Prozentpunkte des Transaktionsanteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukt werden über mobile Geräte (z.B. via Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay) abgewickelt. Gemessen an der Anzahl Transaktionen entspricht das rund 33 Prozent des gesamten Anteils der Kreditkarte respektive 13,1 Prozent des gesamten Anteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukt.

3.3 Präsenzgeschäft

3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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 (84%) auf das Präsenzgeschäft konzentriert.⁸ Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts analog zu den Vorgängerwellen dominierend (64%), wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit.

Abbildung 5 zeigt im Unterschied zu Abbildung 1, dass der Umsatzanteil des mobilen Bezahlers im Präsenzgeschäft auf 14,9 Prozent leicht zugelegt hat (+0,3 PP), während dieser im Gesamtmarkt zurückgegangen ist (-1,5 PP). Ansonsten bringt der Vergleich dieser beiden Abbildungen wenig zusätzliche Erkenntnisse zum Präsenzgeschäft.

Hinsichtlich Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft zeigt Abbildung 6, dass die physische Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) bei Zahlungen vor Ort mit einem Anteil von 33,8 Prozent (+1,8 PP) am häufigsten eingesetzt wird. Das Bargeld fällt mit einem Minus von 2,9 Prozentpunkten auf 29,2 Prozent im Vergleich zur letzten Erhebung auf den zweiten Platz zurück (vgl. Abbildung 6). Die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) bleibt mit einem Anteil von 16,6 Prozent (-0,5 PP) im Präsenzgeschäft auf dem dritten Platz. Das mobile Bezahlen nach breiter Definition konnte mit einem Plus von 1,2 Prozentpunkten auf 16,3 Prozent weiter zulegen und ist nur noch knapp hinter der Kreditkarte auf Platz 4 (vgl. Abbildung 6).

Bei der Frage nach den Gründen⁹ für die Wahl von Bargeld als Zahlungsmittel gaben 36,0 Prozent der Befragten an, dass die Betragshöhe eine Rolle spielte. Bargeld kommt bei Kleinst- (bis 5 Fr.) und Kleinbeträgen (5 bis 20 Fr.) besonders häufig zum Einsatz. Am zweithäufigsten (31,6%)

⁸ 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.

⁹ Bei der Frage nach den Gründen für die Zahlungsmittelwahl waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

wurde die Gewohnheit als Begründung für die Verwendung von Bargeld genannt. Weiter eine Rolle spielt der Händlertyp (25,9%), dass nur Bargeld akzeptiert wurde (12,7%) sowie die Geschwindigkeit der Bezahlung (12,0%). 9,5 Prozent der Befragten möchten Gebühren für den Händler verhindern.

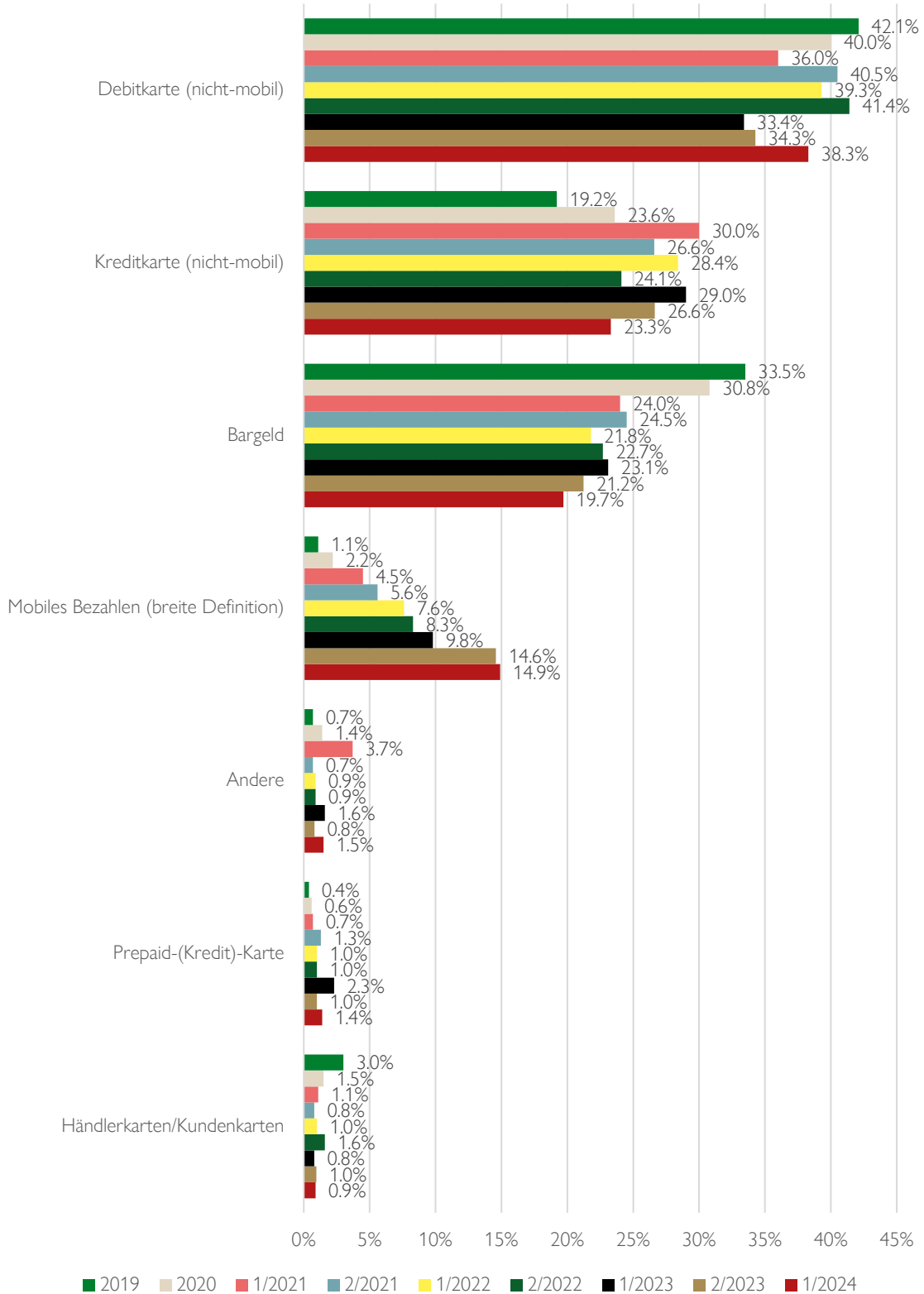


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzggeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

Für bargeldlose Zahlungen wird als weitaus häufigster Grund für die Wahl des Zahlungsmittels die Gewohnheit angegeben (46,3%), gefolgt von der Geschwindigkeit der Bezahlung (28,9%), der Bevorzugung von bargeldlosen Zahlungen bei diesem Händlertypen (23,9%) und der Betragshöhe (22,1%). Bei 3,7 Prozent der Zahlungen musste bargeldlos bezahlt werden, weil Bargeld nicht akzeptiert wurde.

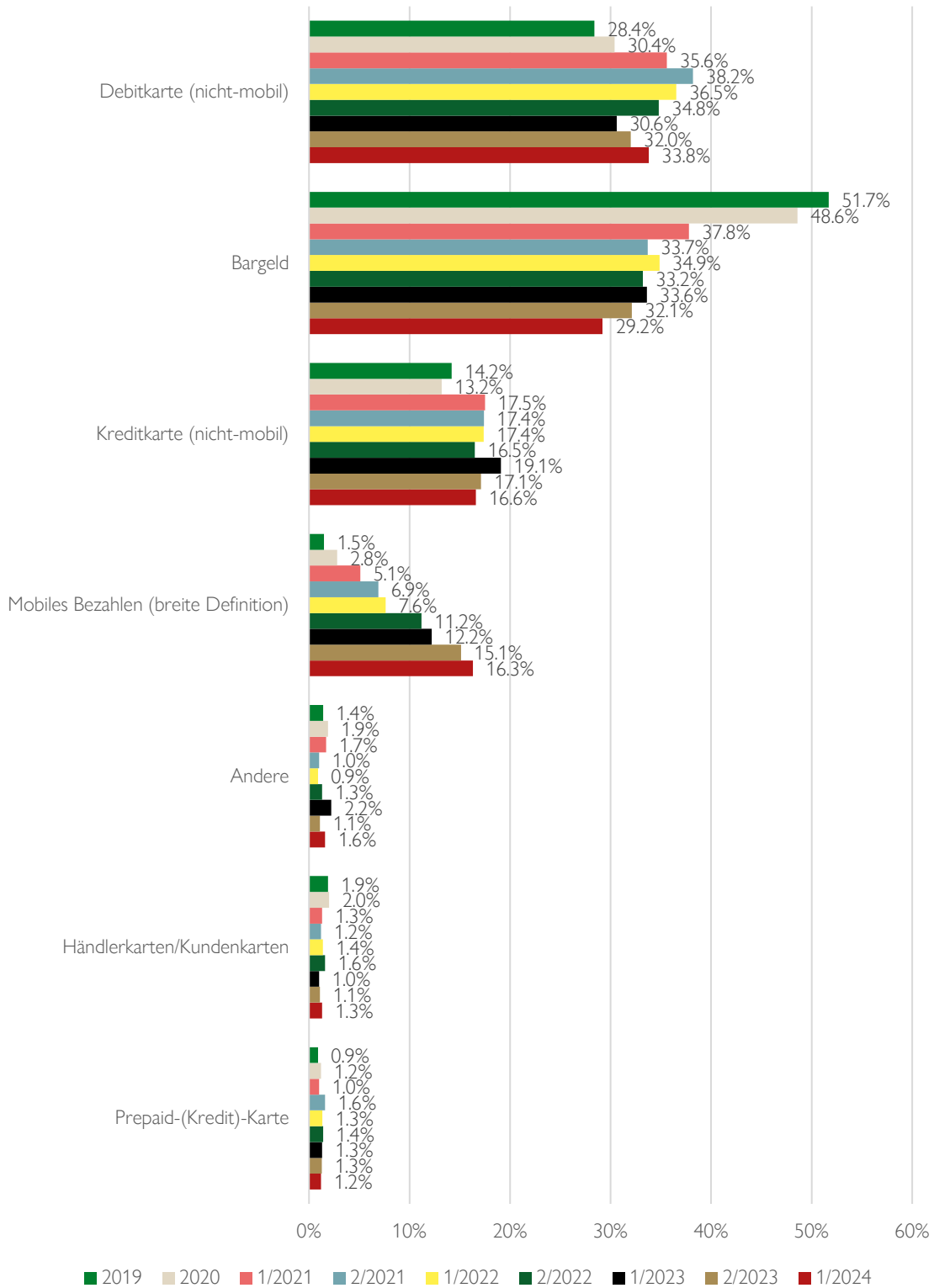


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

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 7 bzw. Abbildung 8). Bei den Umsatzanteilen nach Abrechnungsprodukt in Abbildung 7 ist der Abstand zwischen der Debitkarte (41,2%) auf Platz eins und der Kreditkarte (29,1%) auf Platz zwei weniger gross als bei der Betrachtung nach Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 5), da bei Zahlungen mit Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay häufiger eine Kredit- als eine Debitkarte als Abrechnungsprodukt dient (vgl. Abbildung 22).

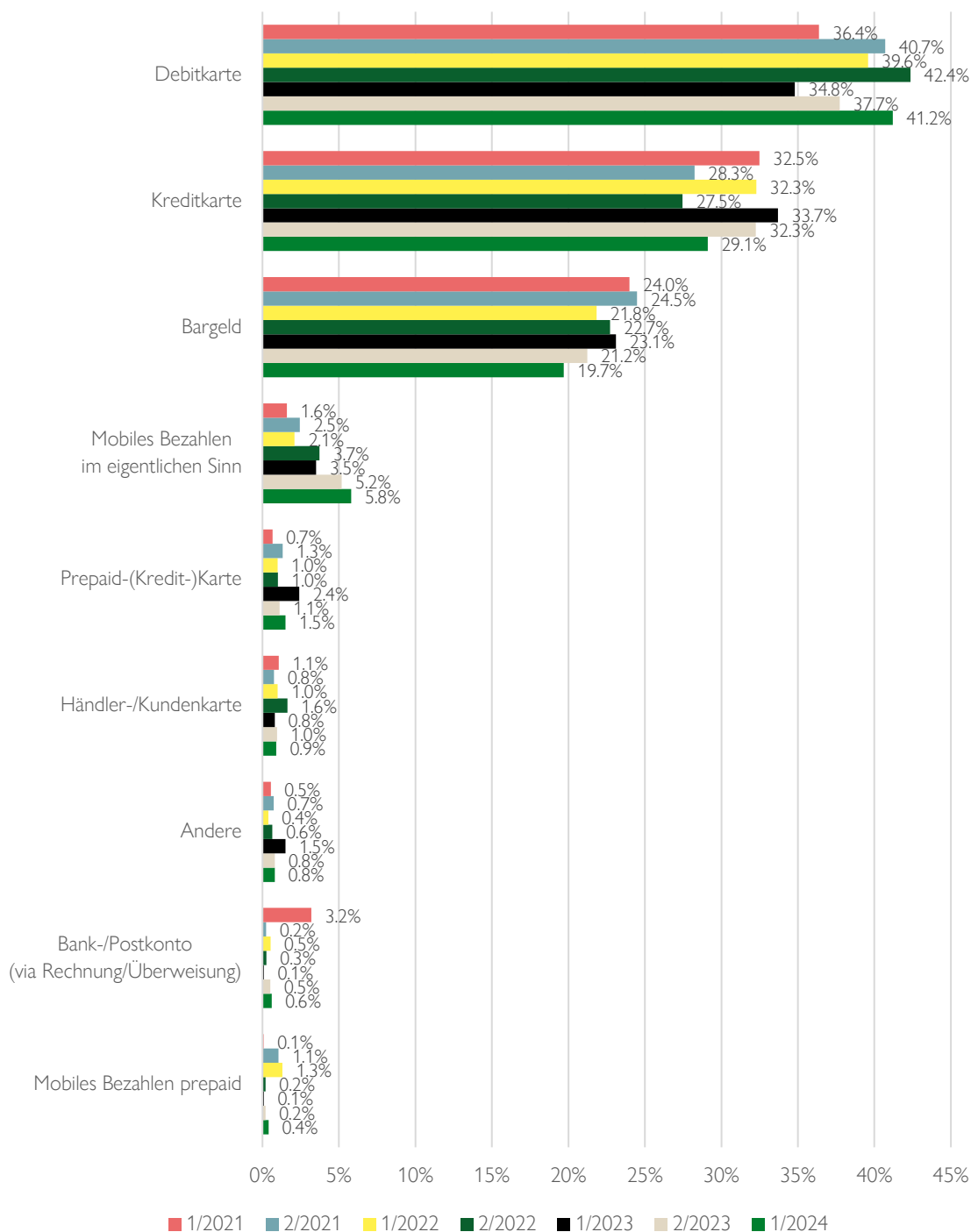


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Der Umsatz- und Transaktionsanteil von mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn liegt im Präsenzgeschäft mit 5,8 respektive 7,2 Prozent (vgl. Abbildung 7 bzw. Abbildung 8) deutlich tiefer als bei der Betrachtung von mobilem Bezahlen gemäss breiterer Definition (14,9% bzw. 16,3%) (vgl. Abbildung 5 bzw. Abbildung 6). Das zeigt, dass im Präsenzgeschäft die erwähnten Bezahl-Apps, bei denen ein Kartenprodukt hinterlegt ist, einen beträchtlichen Anteil der mobilen Zahlungen nach breiter Definition ausmachen. Nichtsdestotrotz weist das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn erneut ein Wachstum des Umsatz- und Transaktionsanteils im Vergleich zum SPM 2/2023 auf (vgl. Abbildung 7 bzw. Abbildung 8). Das zeigt, dass Twint im Präsenzgeschäft weiter an Anteilen gewinnt.

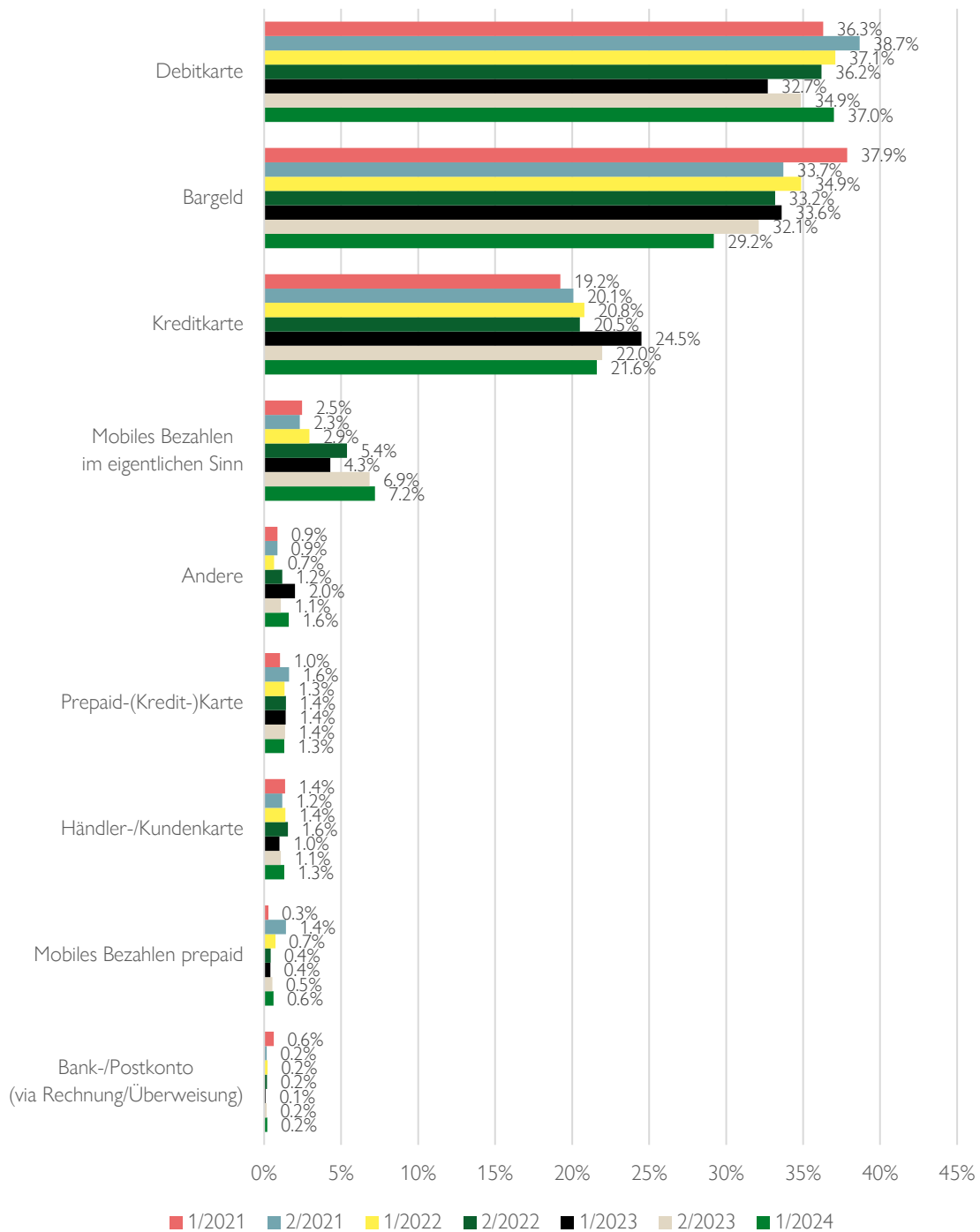


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

3.4 Distanzgeschäft

3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Abbildung 9 und Abbildung 10 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Distanzgeschäft im Zeitverlauf.¹⁰ Gemessen am Umsatz bleibt die Rechnung mit einem Anteil von 46,2 Prozent (-0,7 PP) mit klarem Abstand auf der Spitzenposition, da dieses Zahlungsmittel insbesondere bei grösseren Beträgen häufig gewählt wird (vgl. Abbildung 9). Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass beim Rechnungskauf die Ware nicht direkt beim Bestellungszeitpunkt, sondern erst nach erfolgter Lieferung mit einer Verzögerung bezahlt werden muss. Wenn aus Sicht der Konsument:innen beim Onlinekauf der Erhalt der (funktionsfähigen) Ware respektive eine problemlose Rückabwicklung eines Kaufs nicht als gesichert gilt, erscheint die Rechnung als Zahlungsmittel (immer noch) am beliebtesten, um das Risiko insbesondere bei grösseren Beträgen zu minimieren.

Das mobile Bezahlen liegt gemessen am Umsatz im Distanzgeschäft mit einem Anteil von 28,0 Prozent (-6,5 PP) auf Rang zwei (vgl. Abbildung 9). Der Vergleich mit Abbildung 10 zeigt, dass der starke Rückgang des Umsatzanteils des mobilen Bezahlers im Vergleich zu den anderen Zahlungsmitteln nicht auf eine geringere Einsatzhäufigkeit zurückzuführen ist, denn gemessen an der Anzahl Transaktionen ist der Anteil des mobilen Bezahlers um 1,6 Prozentpunkte auf 65,3 Prozent gewachsen. Das bedeutet, dass immer mehr Onlinekäufe direkt auf einem mobilen Gerät durchgeführt werden, während die durchschnittliche Betragshöhe der mobilen Zahlungen im Vergleich zu den anderen Zahlungsmitteln zurückgegangen ist.

Bei den anderen Zahlungsmitteln zeigen sich im Distanzgeschäft kaum nennenswerte Verschiebungen im Vergleich zum SPM 2/2023. Einzig der um 3,8 Prozentpunkte höhere Umsatzanteil der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) ist auffällig (vgl. Abbildung 9). Der Vergleich mit Abbildung 10 zeigt, dass dieses Wachstum auf vergleichsweise höhere Transaktionsbeträge zurückzuführen ist, da der Anteil der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) als Zahlungsmittel für Onlinekäufe gemessen an der Anzahl Transaktionen stabil blieb (-0,1 PP).

Als wichtigster Grund bei der Wahl des Zahlungsmittels im Distanzgeschäft wurde die Gewohnheit (38,4%) genannt, gefolgt vom Händler:typ (28,7%).¹¹ Das heisst, dass von mehr als einem Viertel der Käufer:innen je nach Art des Onlinehändlers die Bezahlung mit einem bestimmten Zahlungsmittel bevorzugt wird. Knapp dahinter auf Rang drei folgt die Geschwindigkeit der Zahlung (27,8%) 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 wurde nur bei 10,2 Prozent der Zahlungen als Grund für die Wahl des Zahlungsmittels genannt – und zwar vorwiegend als Grund für die Wahl der Kreditkarte.

¹⁰ Beim Vergleich der Umsatzanteile im Distanzgeschäft verschiedener Erhebungen gilt es zu beachten, dass bei einer durchschnittlichen Gesamtanzahl von rund 600-670 Distanzzahlungen je Erhebung 2019 bis 2/2023 respektive 912 in der aktuellen Erhebung mit Vergrösserung der Stichprobe einzelne grosse Beträge einen starken Einfluss auf die Anteile der Zahlungsmittel haben.

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

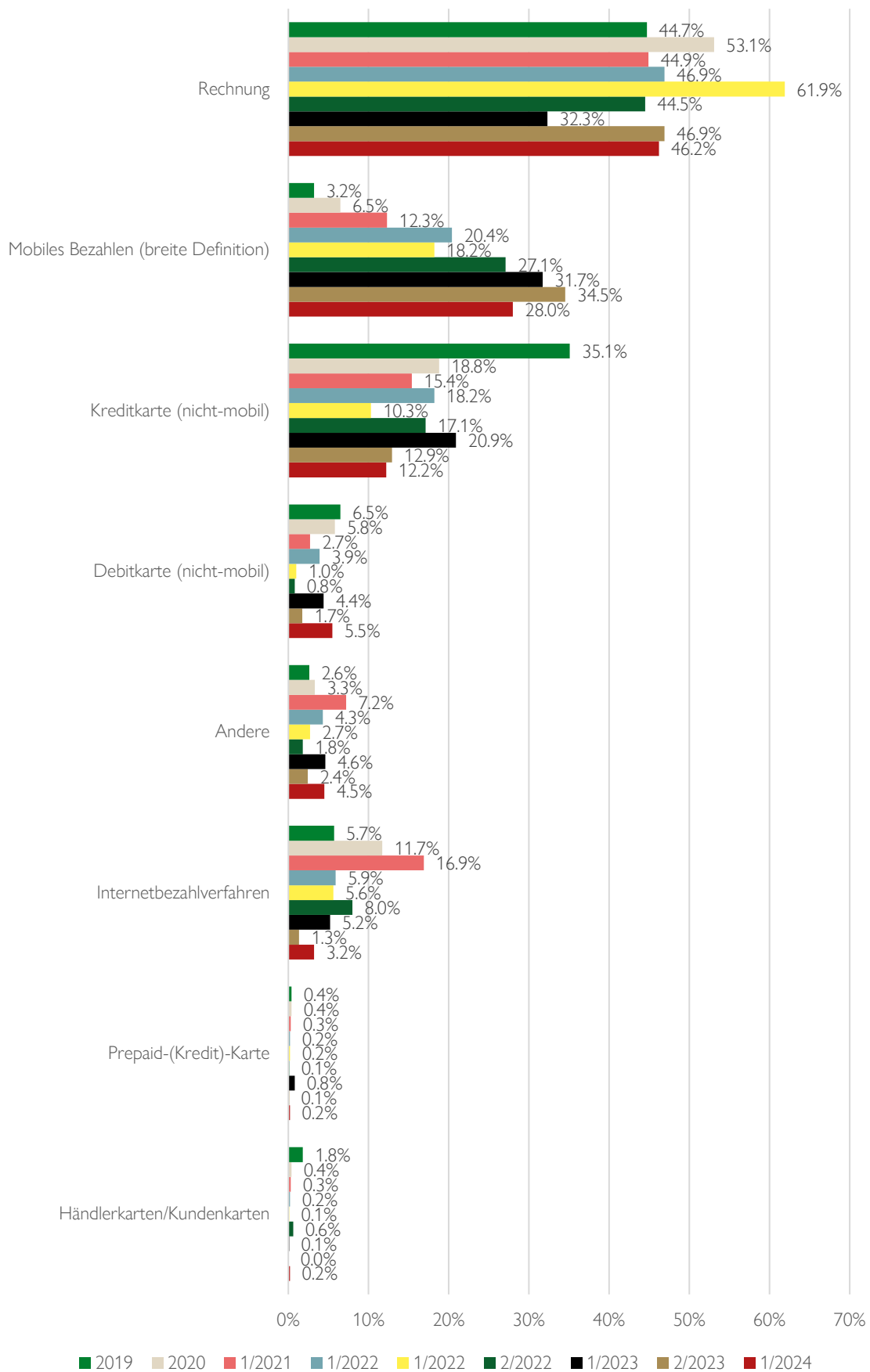


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

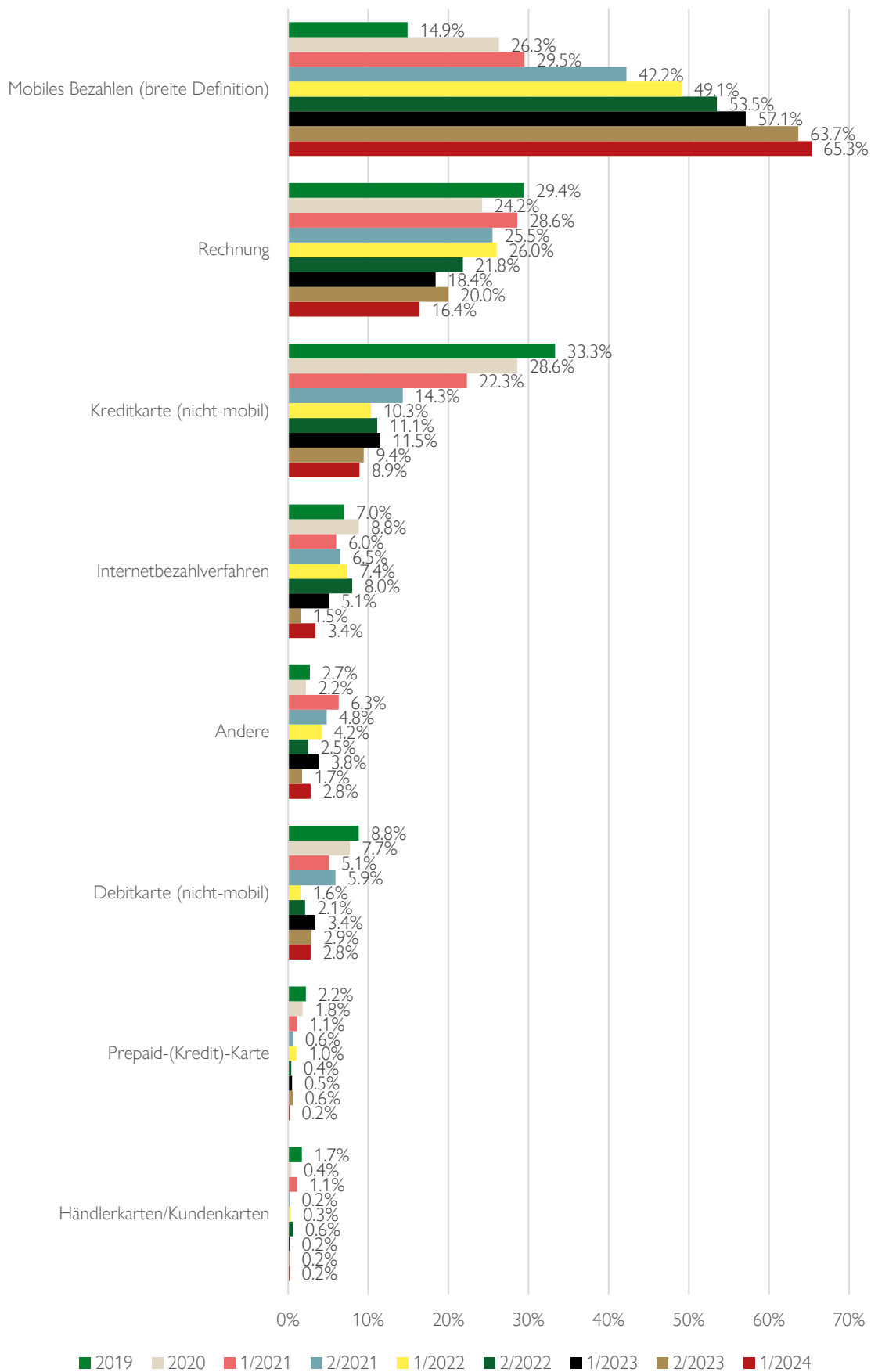


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App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

3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bei Betrachtung des Distanzgeschäfts nach Abrechnungsprodukt wird im Vergleich zur Auswertung gemäss Zahlungsmittel (vgl. Kapitel 3.4.1) deutlich, dass bei zahlreichen Onlinezahlungen über ein mobiles Gerät die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt zugrunde liegt. Deren Anteile am Umsatz (21,3%) sowie an der Anzahl Transaktionen (30,7%) sind somit deutlich höher (vgl. Abbildung 11 bzw. Abbildung 12). Mit einem Plus von 3,6 Prozentpunkten auf 30,7 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen hat die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft im Unterschied zum SPM 2/2023 wieder die Spitzenposition vom mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn mit 29,5 Prozent (-3,2 PP) übernommen (vgl. Abbildung 12).

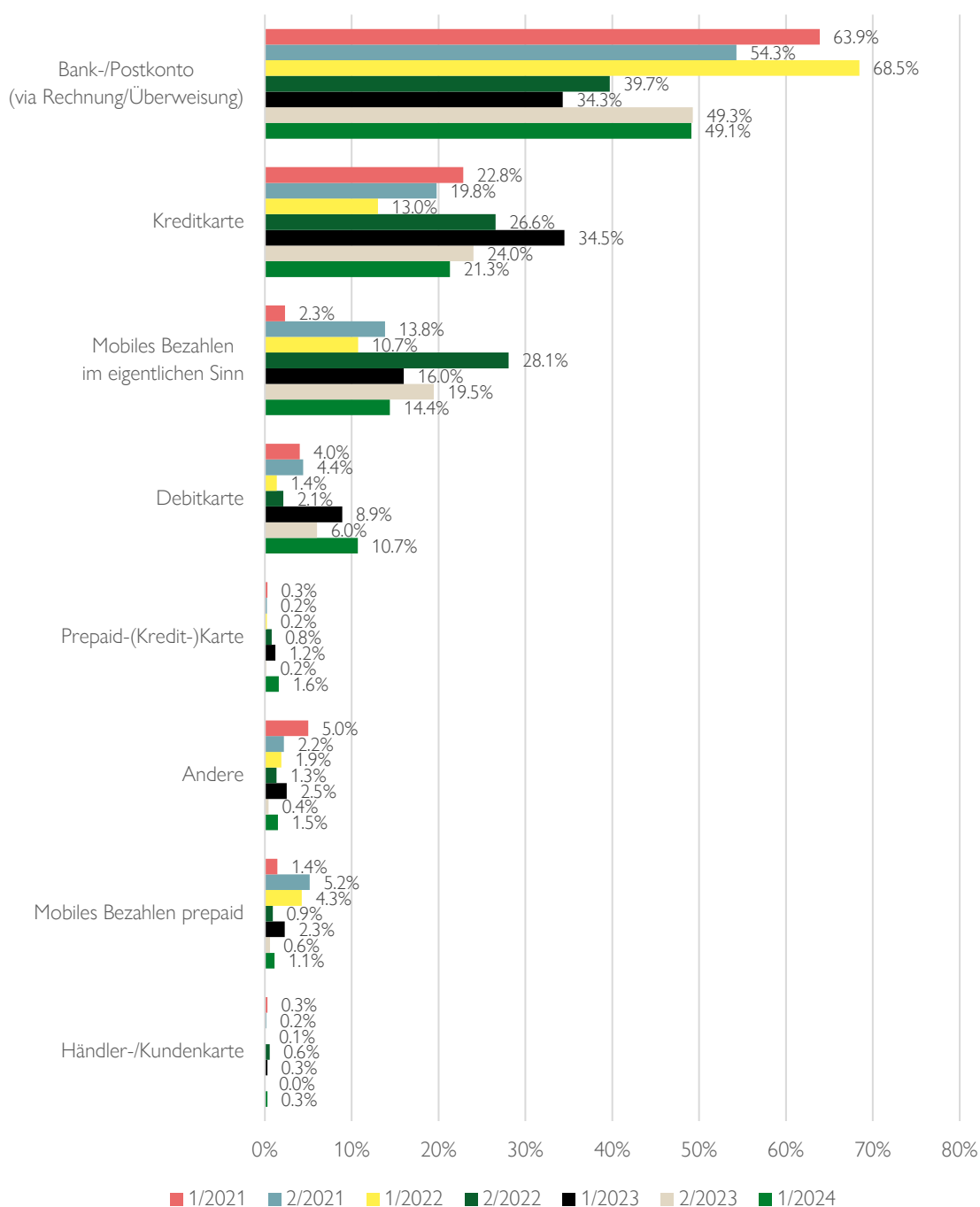


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Die Debitkarte als Abrechnungsprodukt verteidigte ihren Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen mit 14,1 Prozent (-0,3 PP) und legte beim Umsatzanteil sogar um 4,7 Prozentpunkte auf 10,7 Prozent zu (vgl. Abbildung 11 bzw. Abbildung 12). Dieses relative Wachstum des Umsatzanteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukt ist noch höher als bei der Debitkarte als Zahlungsmittel, was bedeutet, dass vermehrt vergleichsweise höhere Beträge mit mobilen Bezahl-Apps mit hinterlegter Debitkarte bezahlt wurden (vgl. Abbildung 9).¹²

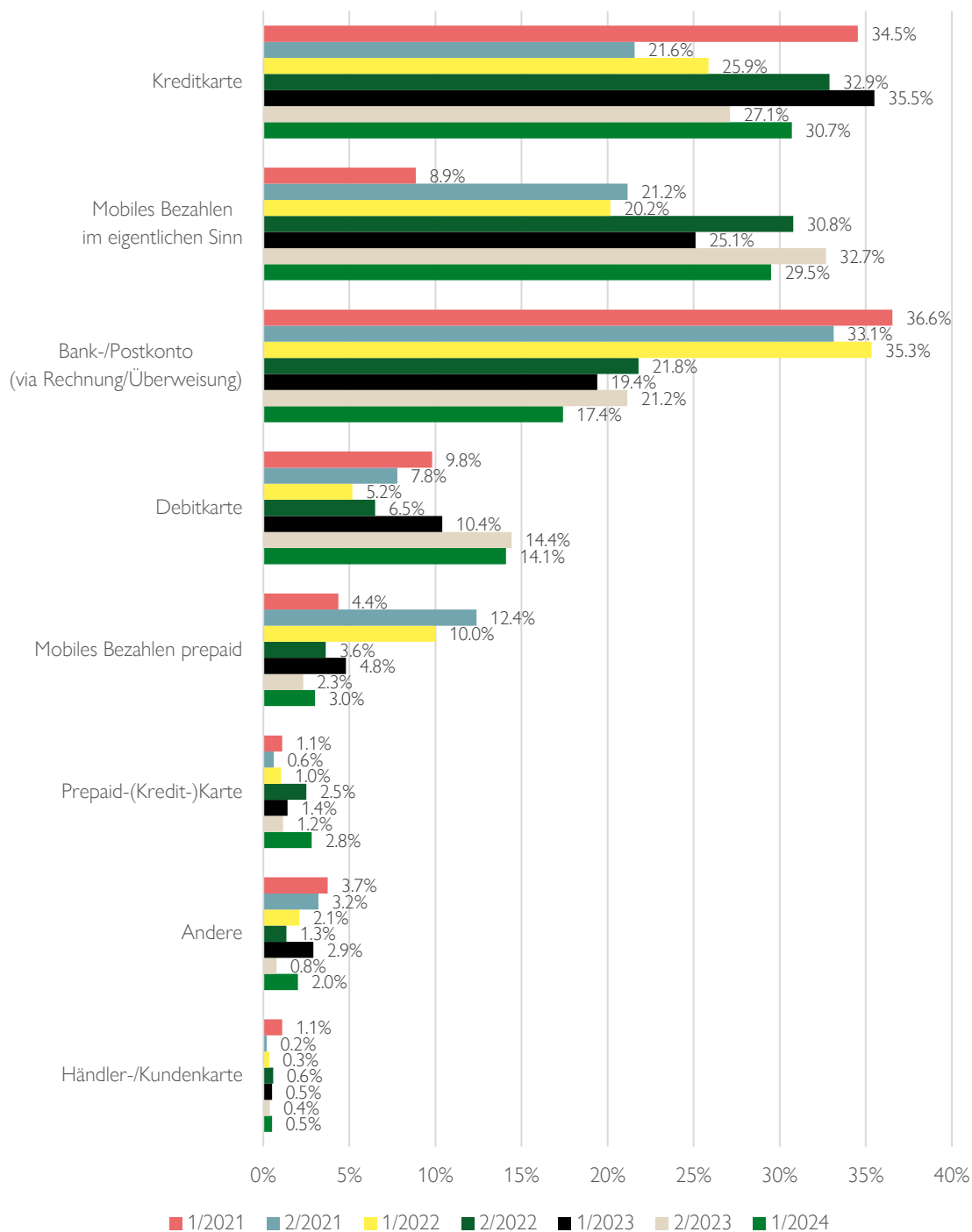


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

¹² 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.

4 Bargeld

4.1 Bargeldbesitz

Wie in Kapitel 3 ersichtlich, ist die Bargeldnutzung im Vergleich zu den Vorerhebungen relativ betrachtet wieder rückläufig. Dies könnte darauf hindeuten, dass sich der langfristige Trend weg vom Bargeld hin zu bargeldlosen Zahlungsmethoden nach einem sprunghaften Rückgang der Bargeldnutzung zu Beginn der Corona-Pandemie und einer anschliessenden Phase der Stabilisierung wieder fortsetzen könnte.

Die Rückkehr des Trends weg vom Bargeld deutet sich auch in Abbildung 13 an, welche zeigt, welcher Anteil der Bevölkerung gar kein Bargeld mit sich führt respektive zu Hause aufbewahrt. Nach einem Rückgang vom SPM 1/2023 zum SPM 2/2023 sind diese Werte in der aktuellen Erhebung von 12,7 Prozent auf 13,5 Prozent beziehungsweise von 37,3 Prozent auf 39,3 Prozent leicht gestiegen (vgl. Abbildung 13).

Ebenso zeigt sich, dass die Beträge, die sich durchschnittlich im Portemonnaie der Schweizer Bevölkerung befinden sowie die durchschnittlich zu Hause aufbewahrten Bargeldmengen im Vergleich zum SPM 2/2023 leicht gesunken sind (vgl. Abbildung 14). Konkret werden durchschnittlich 84 Fr. im Portemonnaie mitgeführt (SPM 2/2023: 113 Fr.) respektive 770 Fr. zu Hause aufbewahrt (SPM 2/2023: 780 Fr.) (vgl. Abbildung 14). Nach einem deutlichen Anstieg zwischen dem SPM 2/2022 und SPM 1/2023 – mutmasslich hervorgerufen durch eine potenzielle Strommangel-lage – scheint die Bargeldhaltung nun sukzessive wieder leicht reduziert zu werden.

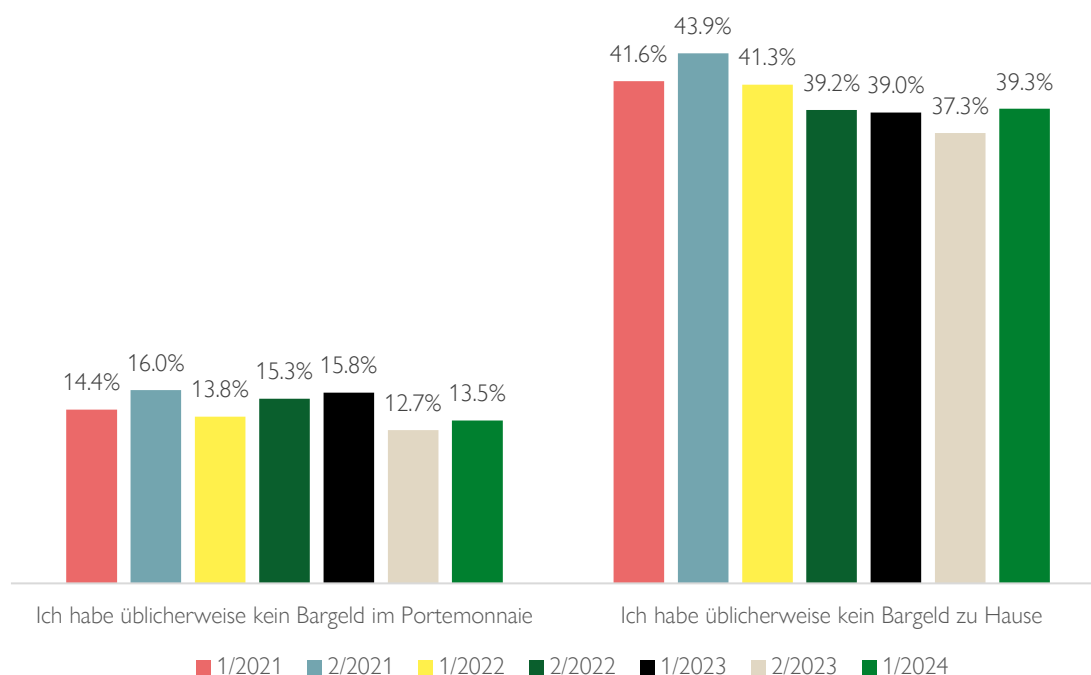


Abbildung 13: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie bzw. zu Hause

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?»

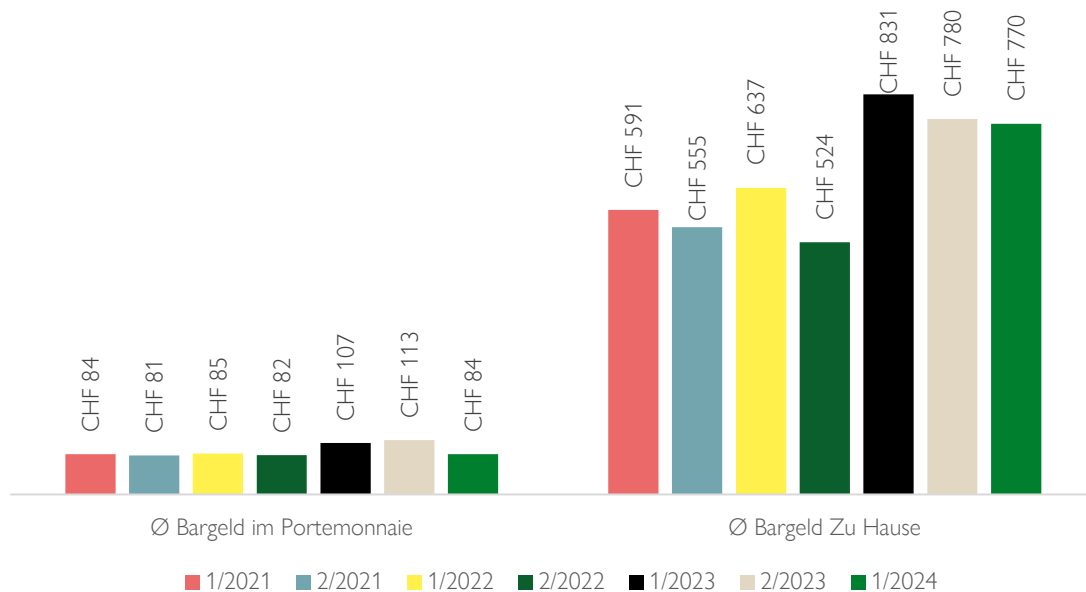


Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie bzw. zu Hause
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; nur Personen, die gewöhnlich Bargeld zu Hause oder im Portemonnaie haben; Fragen: «Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise in Ihrem Portemonnaie oder in Ihrer Hosentasche?»; «Wie viel Bargeld bewahren Sie für gewöhnlich zu Hause oder an einem anderen Ort (z.B. in einem Schliessfach) auf?»

4.2 Zugang zu Bargeld

Mögliche Veränderungen in der Verfügbarkeit und der Akzeptanz von Bargeld wie die Schliessung von Bankfilialen, die Reduktion von Bancomaten sowie die sinkende Akzeptanzpflicht von Bargeld bei Händlern, können einen Einfluss auf das Bezahlverhalten nach sich ziehen. Das veränderte Bezahlverhalten und damit der Bedarf der Bevölkerung an Bargeld können wiederum einen Einfluss auf Entscheidungen von Finanzdienstleistern zum Bereitstellen entsprechender Infrastruktur haben. Eine sinkende Nachfrage nach Bargeld kann die Finanzdienstleister beispielsweise dazu veranlassen, die Anzahl der in der Anschaffung und im Unterhalt kostspieligen Bancomaten zu reduzieren. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Entwicklungen sich in diesem Zusammenhang abzeichnen und wie diese von der Bevölkerung wahrgenommen werden.

Während die Anzahl Geldautomaten in der Schweiz seit 2020 von rund 7300 auf weniger als 6400 Bancomaten zurückging (vgl. SNB, 2024)¹³, entstehen neue Optionen zum Bargeldbezug wie beispielsweise an Ladenkassen und Kiosken. In der Ausgabe 2/2023 des Swiss Payment Monitors wurde das Thema «Cash-Back-Verfahren»¹⁴ näher beleuchtet und gezeigt, dass der Mehrheit der Befragten (61,3%) die Möglichkeit, Bargeld unabhängig von Bancomaten und Bankschaltern zu beziehen, bekannt ist und von jedem fünften Befragten schon einmal genutzt wurde. In der aktuellen Erhebung wurde ermittelt, wie die Befragten generell im Alltag den Zugang zu Bargeld sowie dessen Veränderung wahrnehmen.

¹³ SNB (2024): Datenportal der SNB – Anzahl Zahlungskarten und Geldausgabeautomaten.

¹⁴ 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.

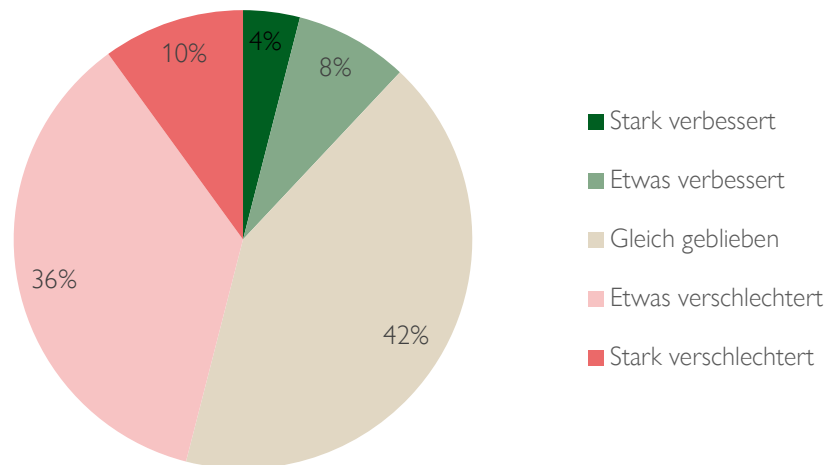


Abbildung 15: Wahrgenommene Veränderung des Zugangs zu Bargeld
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Wie hat sich aus Ihrer Sicht der Zugang zu Bargeld in den letzten Jahren verändert?»

Grundsätzlich bewertet die grosse Mehrheit der Schweizer Bevölkerung (85%) den Zugang zu Bargeld in ihrem Alltag als eher gut (53%) bis sehr gut (32%). Lediglich 15 Prozent beurteilt den Zugang insgesamt als sehr schlecht (2%) bis eher schlecht (13%).

Hinsichtlich der wahrgenommenen Veränderung des Zugangs zu Bargeld zeigt sich, dass obgleich der grossen aktuellen Gesamtzufriedenheit mit dem Bargeldzugang viele Befragte der Meinung sind, dass sich der Bargeldzugang in den letzten Jahren zumindest etwas (36%) oder sogar stark (10%) verschlechtert hat (vgl. Abbildung 15). Damit macht der Gesamtanteil derer, die eine negative Veränderung feststellen konnten, insgesamt 46 Prozent aus. Allerdings können fast ebenso viele Befragte keinerlei Veränderung feststellen (42%), während ein kleiner Anteil von 12 Prozent der Befragten eine positive Veränderung wahrgenommen hat (vgl. Abbildung 15).

4.3 Einstellung zu Bargeld

4.3.1 Bargeldabschaffung

Bei der Frage nach der Einstellung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld zeigt sich ein stetiges Fortschreiten der Meinungsbildung: Der Anteil derer, die sich weder für noch gegen eine Abschaffung aussprechen, nimmt stetig ab und liegt noch bei 13,7 Prozent (vgl. Abbildung 16). Eine stetige Zunahme zeigt sich stattdessen beim Anteil der Bevölkerung, der sich klar gegen eine Abschaffung von Bargeld ausspricht. Dieser beträgt mittlerweile 44,3 Prozent und ist im Vergleich zum SPM 2/2023 um 1,7 Prozentpunkte gewachsen. Insgesamt lehnen zwei Drittel der Befragten eine Abschaffung von Bargeld eher oder klar ab (vgl. Abbildung 16).

Hinsichtlich der Einstellung zu einer möglichen Bargeldabschaffung lassen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede in Bezug auf das Geschlecht oder die Kulturzugehörigkeit¹⁵ feststellen. Bei näherer Betrachtung der verschiedenen Altersklassen zeigt sich, dass statistisch signifikante Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Befragten bestehen. Ältere Befragte lehnen eine Bargeldabschaffung stärker ab. Interessanterweise ist jedoch die Quote der Ablehner in den

¹⁵ Konkret wurden die Befragten gefragt, ob sich der Kultur eines anderen Landes stärker verbunden fühlen als der Kultur der Schweiz. In diesem Zusammenhang haben 245 der 1619 Befragten und damit 15,1 Prozent angegeben, sich einer anderen Kultur stärker verbunden zu fühlen als der Schweizer Kultur.

älteren Altersklassen im Vergleich zur Erhebung vor einem Jahr nur leicht gestiegen, während insbesondere in den jüngeren Altersklassen ein deutlicherer Anstieg der Ablehner zu verzeichnen ist: Während in der Altersklasse 60 Jahre und älter der Anteil um 2,2 Prozentpunkte von 74,4 Prozent auf 76,6 Prozent anstieg, legte er in der Altersklasse von 18 bis 29 Jahren um 8,3 Prozentpunkte von 54,2 Prozent auf 62,5 Prozent zu.

Weitere statistisch signifikante Unterschiede sind in Zusammenhang mit den Landesteilen und dem Einkommen zu beobachten. Sowohl Befragte aus dem deutschsprachigen als auch dem französischsprachigen Landesteil der Schweiz lehnen eine Bargeldabschaffung stärker ab als Personen aus dem italienischsprachigen Landesteil. Bei Betrachtung der verschiedenen Einkommensklassen lässt sich erkennen, dass Personen mit niedrigerem Einkommen eine Bargeldabschaffung stärker ablehnen als Personen mit höherem Einkommen.

Über alle Befragten, die eine Abschaffung von Bargeld ablehnen, hinweg sind die drei meistgenannten Nachteile einer Bargeldabschaffung die Überforderung älterer Menschen sowie von Menschen mit Beeinträchtigungen (71%), die technologische Abhängigkeit (68%) und die Einschränkung der persönlichen Zahlungsmittelwahl (58%).

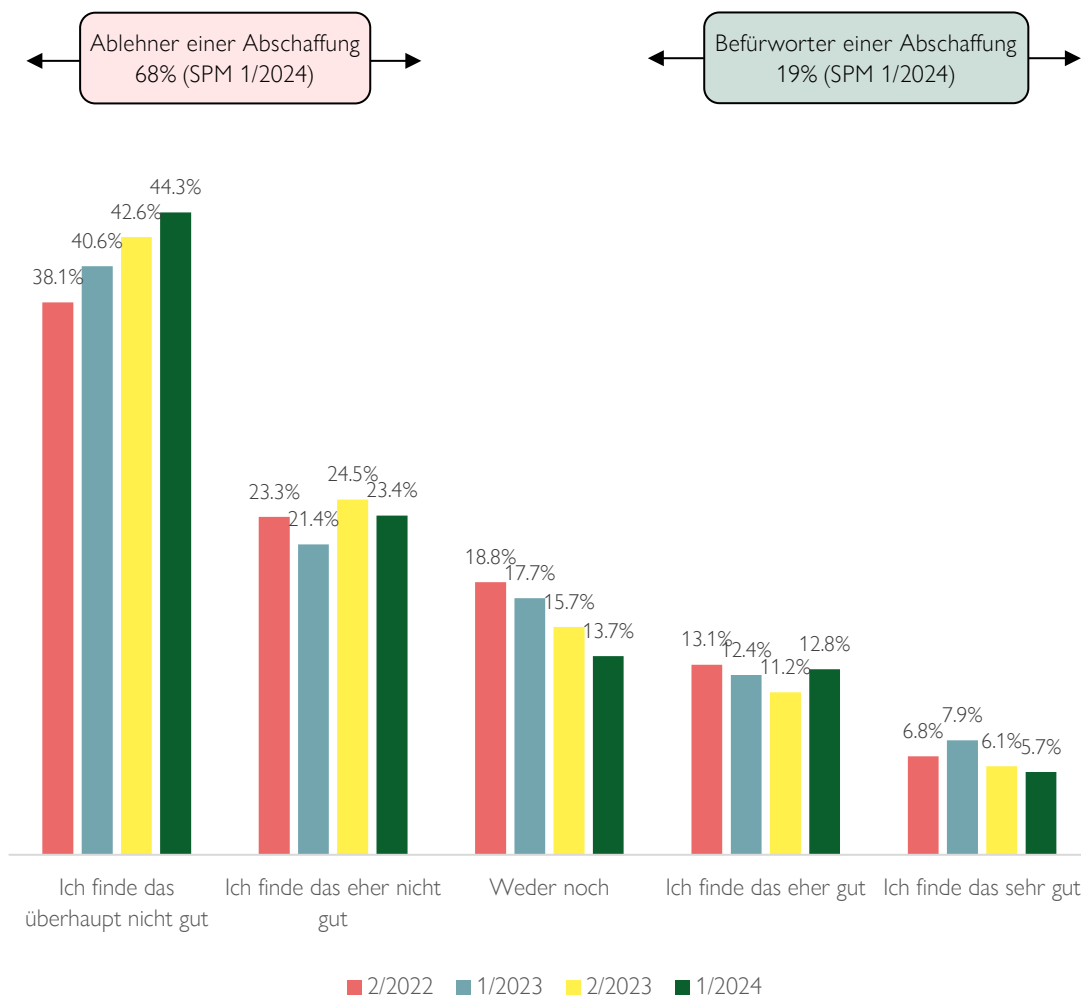


Abbildung 16: Einstellung zu einer möglichen Bargeldabschaffung
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Mit der Digitalisierung und den zunehmenden Möglichkeiten des mobilen Bezahls (Mobile Payment) verliert Bargeld immer mehr an Bedeutung. Stellen Sie sich vor, Bargeld wird komplett abgeschafft. Wie finden Sie das?»

4.3.2 Bargeldannahmepflicht

Einen weiteren thematischen Schwerpunkt dieser Erhebung bildet die Frage nach der Einstellung der Bevölkerung zu einer Annahme(-pflicht) von Bargeld. Basierend auf jüngsten politischen Entwicklungen wie beispielsweise den Volksinitiativen «Bargeld ist Freiheit» und «Wer mit Bargeld bezahlen will, muss mit Bargeld bezahlen können!» wird in der Schweiz noch vor der Frage nach einer Abschaffung von Bargeld die Frage nach einer Annahmepflicht von Bargeld diskutiert. Entsprechend wurde diese Frage in der aktuellen Befragung zum Swiss Payment Monitor aufgenommen. Es zeigt sich, dass es die absolute Mehrheit (61%) der Befragten (eher) eine Annahmepflicht von Bargeld (eher) befürwortet (vgl. Abbildung 17). Weniger als jeder fünfte Befragte spricht sich gegen die Einführung einer zwingenden Bargeldannahmepflicht aus (vgl. Abbildung 17).

Als Gründe für eine zwingende Annahmepflicht von Bargeld wird beispielsweise aufgeführt, dass die Wahl des Zahlungsmittels bei den Individuen liegen soll und dass alle die Möglichkeit erhalten sollen, mit Bargeld zu bezahlen. Eng verbunden ist dieses Argument mit dem Wunsch nach Inklusion aller Bevölkerungsgruppen und nach Barrierefreiheit, also der Zugänglichkeit zum Zahlungssystem für Menschen, die keinen Zugang zu Zahlungskarten oder digitalen Zahlungsmethoden haben, sei es aufgrund des Alters, mangelnden technologischen Verständnisses oder aus anderen Gründen. Bargeld ermöglicht es aus Sicht dieser Befragten, dass alle problemlos bezahlen können. Zudem werden häufig die Sicherheit und die Zuverlässigkeit sowie die Anonymität und der Datenschutz als Argumente für das Bargeld angeführt. Bargeld wird als zuverlässiges Zahlungsmittel betrachtet, das selbst bei Ausfällen elektronischer Systeme funktioniert. Zudem erachten viele Befragte das Barzahlen als Gewohnheit und sie wünschen sich die Beibehaltung kultureller Werte. Bargeld ist ihrer Meinung nach ein traditionelles und bewährtes Zahlungsmittel, das als wichtiges Element des Finanzsystems bewertet wird. Darüber hinaus ermöglicht Bargeld aus Sicht einiger Befragter eine bessere Ausgabenkontrolle und einen klareren Überblick, wie viel Geld ausgegeben wird. Ausserdem wird es teilweise als praktischer empfunden, kleine Beträge mit Bargeld zu bezahlen, anstatt bargeldlose Zahlungsmittel zu verwenden.

Im Gegensatz dazu betrachten Personen, die eine Annahmepflicht von Bargeld ablehnen, Barzahlungen als weniger praktisch und sehen diese als weniger wirtschaftlich an. Die Befragten sind oftmals der Meinung, dass die Zukunft digital sei, man mit der Zeit gehen müsse, Bargeld weniger sicher sei, weil es einfacher gestohlen werden könne, sowie dass Bargeld unhygienisch sei.

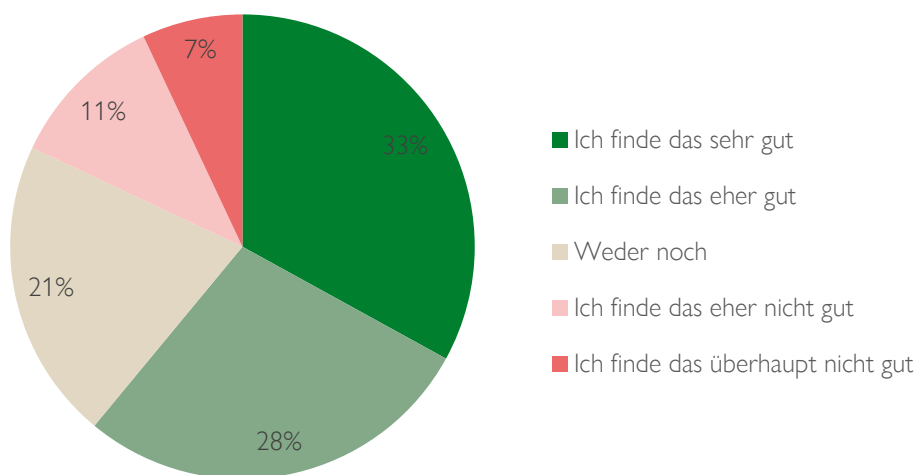


Abbildung 17: Einstellung zu einer möglichen Annahmepflicht für Bargeld
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Stellen Sie sich vor, in der Schweiz wird eine zwingende Annahmepflicht für Bargeld eingeführt, damit gesichert wird, dass überall mit Bargeld bezahlt werden kann. Wie finden Sie das?»

Als weiterer Grund gegen eine Annahmepflicht von Bargeld wird die Autonomie genannt, dass ein Unternehmen die freie Wahl haben soll, Bargeld anzunehmen oder nicht. Wiederkehrend wird in diesem Kontext auch angeführt, dass Regulierungen und gesetzliche Markteingriffe jeder Art generell eher skeptisch betrachtet werden.

4.3.3 Akzeptanz von Bargeldzahlungen

In dieser Erhebung des Swiss Payment Monitors wurde zudem gefragt, wie häufig den Befragten in der Vergangenheit verweigert wurde, mit Bargeld zu bezahlen. Die überwiegende Mehrheit der Befragten (69%) hat gemäss eigener Aussage in den vergangenen 12 Monaten keinerlei Erfahrungen mit einer Verweigerung der Bargeldzahlung gemacht. Weitere neun Prozent der Befragten gaben an, überhaupt nie versucht zu haben, mit Bargeld zu bezahlen. Entsprechend sah sich lediglich etwas mehr als jede:r fünfte Befragte vereinzelt (19%) oder gar mehrmals (3%) mit einer Situation konfrontiert, in welcher eine Barzahlung verweigert wurde (vgl. Abbildung 18).

Bei der Frage nach dem Ort, bei dem eine Barzahlung anbieterseits abgelehnt wurde, wurde überwiegend auf befristete Anlässe wie Festivals und Weihnachtsmärkte verwiesen (41%), aber auch Take-aways bzw. Essensstände (26%), Restaurants (25%) oder Bars und Clubs (20%) wurden angeführt. Etwas weniger häufig wurden das Bezahlen beim Parkieren (19%), im ÖV (17%), bei öffentlichen Toiletten (14%) oder in der Bäckerei (12%) genannt. Einzelnennungen bezogen sich zudem beispielsweise auf Zahlungen in Bauernhofläden, Kiosken oder beim Coiffeur, aber auch auf grössere Ausgaben wie zum Beispiel den Kauf von Flugtickets oder den Autokauf.¹⁶

Als Reaktion auf die Zurückweisung des Wunsches nach Barzahlung gaben 40 Prozent der Befragten an, nächstes Mal an diesen Orten einfach bargeldlos zu zahlen. Weitere 20 Prozent erklärten, beim nächsten Mal an diesem Ort erneut zu versuchen, mit Bargeld zu bezahlen. Allerdings gibt auch ein Drittel aller Befragten an, künftig entsprechende Orte nach Möglichkeit nicht mehr aufzusuchen. Die restlichen sieben Prozent gaben an, mit anderen Reaktionen aufzuwarten. Hierbei wurden fast ausschliesslich negative Reaktionen geäussert, wie beispielsweise Ärger zu empfinden, weiterhin auf eine Barzahlung zu pochen oder als Folge dessen kein Trinkgeld zu geben.

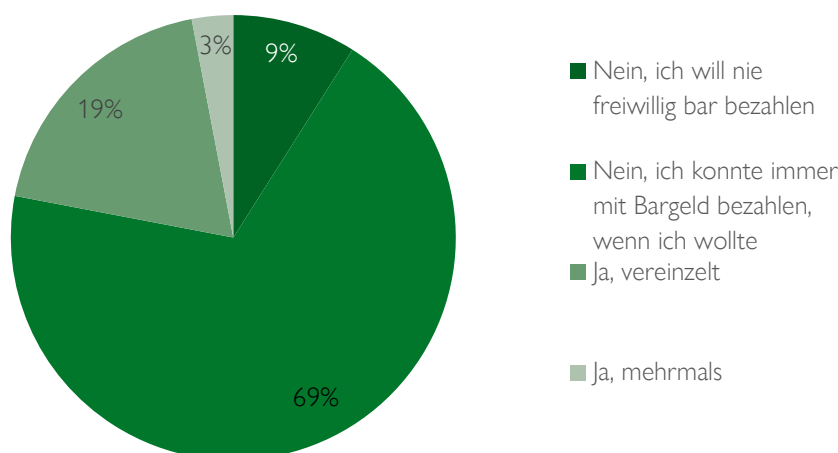


Abbildung 18: Erfahrungen mit einer Verweigerung der Bargeldannahme
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Ist es in den letzten 12 Monaten vorgekommen, dass Sie in der Schweiz mit Bargeld bezahlen wollten, dieses aber nicht akzeptiert wurde oder nicht erwünscht war?»

¹⁶ Bei der Frage nach dem Ort, bei dem eine gewünschte Barzahlung abgelehnt wurde, war die Wahl mehrerer Antwortmöglichkeiten möglich.

4.3.4 Exkurs: Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel

Obgleich der Fokus des aktuellen politischen und gesellschaftlichen Diskurses auf einer Annahmepflicht für Bargeld liegt, wurde als Ergänzung zu dieser Perspektive in dieser Erhebung der Aspekt aufgenommen, wie die Bevölkerung eine Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel beurteilen würde. Die Befragten bewerteten in diesem Kontext analog zur Fragestellung einer zwingenden Annahmepflicht von Bargeld auch eine zwingende Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel. Abbildung 19 zeigt, dass etwas mehr Befragte dies grundsätzlich positiv (41%) als negativ (37%) bewerten. Eine zwingende Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel wird allerdings deutlich weniger befürwortet als eine zwingende Annahmepflicht für Bargeld (vgl. Abbildung 17).

Bei den Gründen gegen eine zwingende Annahmepflicht bargeldloser Zahlungsmittel zeigt sich, dass diese Annahmepflicht von vielen Befragten mit einer Nutzungspflicht bargeldloser Zahlungsmittel gleichgesetzt oder mit der Furcht vor sinkender Relevanz des Bargelds assoziiert wird. Vor diesem Hintergrund wird wie auch bei einer möglichen Bargeldabschaffung häufig mit möglichen technischen Problemen und Abhängigkeiten argumentiert, weil viele Menschen Bedenken bezüglich der Zuverlässigkeit und Stabilität digitaler Systeme haben und zu starke Abhängigkeiten von der Stromversorgung und dem Internetzugang fürchten.

Zudem wird wiederum häufig mit einer vorhandenen emotionalen Bindung an Bargeld sowie mit dessen Wertschätzung argumentiert. Ebenso spielen aus Sicht vieler Befragter der Zugang aller Bevölkerungsgruppen zum Zahlungssystem sowie Generationenunterschiede und fehlende Privatsphäre bei bargeldlosen Zahlungen eine Rolle. Die Wahlfreiheit der Unternehmen in Bezug auf die angebotenen Zahlungsmittel ist den Befragten ebenfalls wichtig. Ergänzend wird angeführt, dass bargeldlose Zahlungen mit Gebühren verbunden sind, die insbesondere für kleinere Unternehmen eine unverhältnismässige wirtschaftliche Belastung darstellen könnten.

Im Kontrast dazu betonen Befürworter:innen einer zwingenden Annahmepflicht bargeldloser Zahlungsmittel deren Praktikabilität als zeitgemässe, bequeme und effiziente Bezahloption, die einen modernen Lebensstil widerspiegelt. Sie führen die Bedeutung der Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Zahlungsmitteln an, um den individuellen Bedürfnissen und Vorlieben der Konsument:innen gerecht zu werden und stellen die Sicherheit mit Blick auf Diebstähle sowie die Vereinfachung der Zahlungsvorgänge heraus.

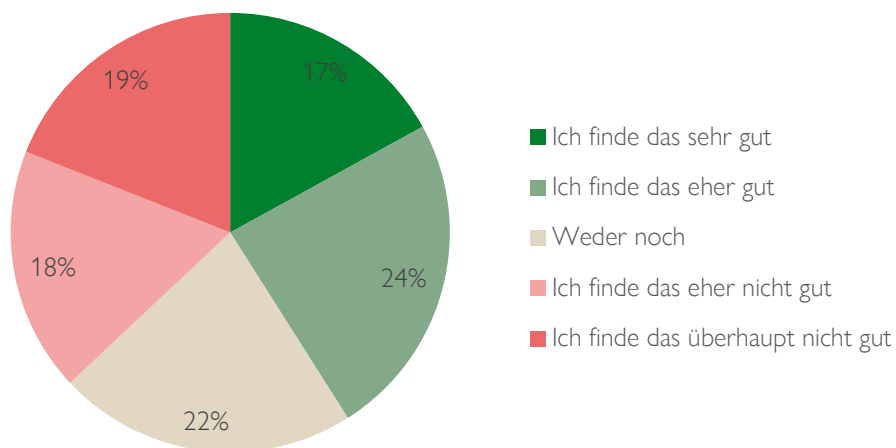


Abbildung 19: Einstellung zu einer möglichen Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Stellen Sie sich vor, in der Schweiz wird eine zwingende Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel eingeführt, damit gesichert wird, dass überall bargeldlos bezahlt werden kann. Wie finden Sie das?»

In Bezug auf die Zugänglichkeit wird angeführt, dass alle Zahlungsmethoden – einschliesslich bargeldloser Optionen – allen Menschen zugänglich sein sollten, um Gleichheit und Inklusion zu gewährleisten. Zudem sollten aus Sicht der Befürworter:innen einer zwingenden Annahmepflicht bargeldloser Zahlungsmittel die technologische Entwicklung und die Digitalisierung vorangetrieben werden, zumal eine wachsende Tendenz vorherrscht, dass viele Menschen seltener Bargeld mit sich führen, was die Notwendigkeit bargeldloser Zahlungsmöglichkeiten unterstreicht.

5 Mobiles Bezahlen

Mobiles Bezahlen kommt je nach Definition unterschiedlich häufig zum Einsatz: im eigentlichen Sinn – d.h. vor allem mit Twint – bei rund 10 Prozent aller Zahlungen und gemäss breiter Definition bei rund 23 Prozent aller Zahlungen gemessen an der Anzahl Transaktionen (vgl. Abbildung 20).

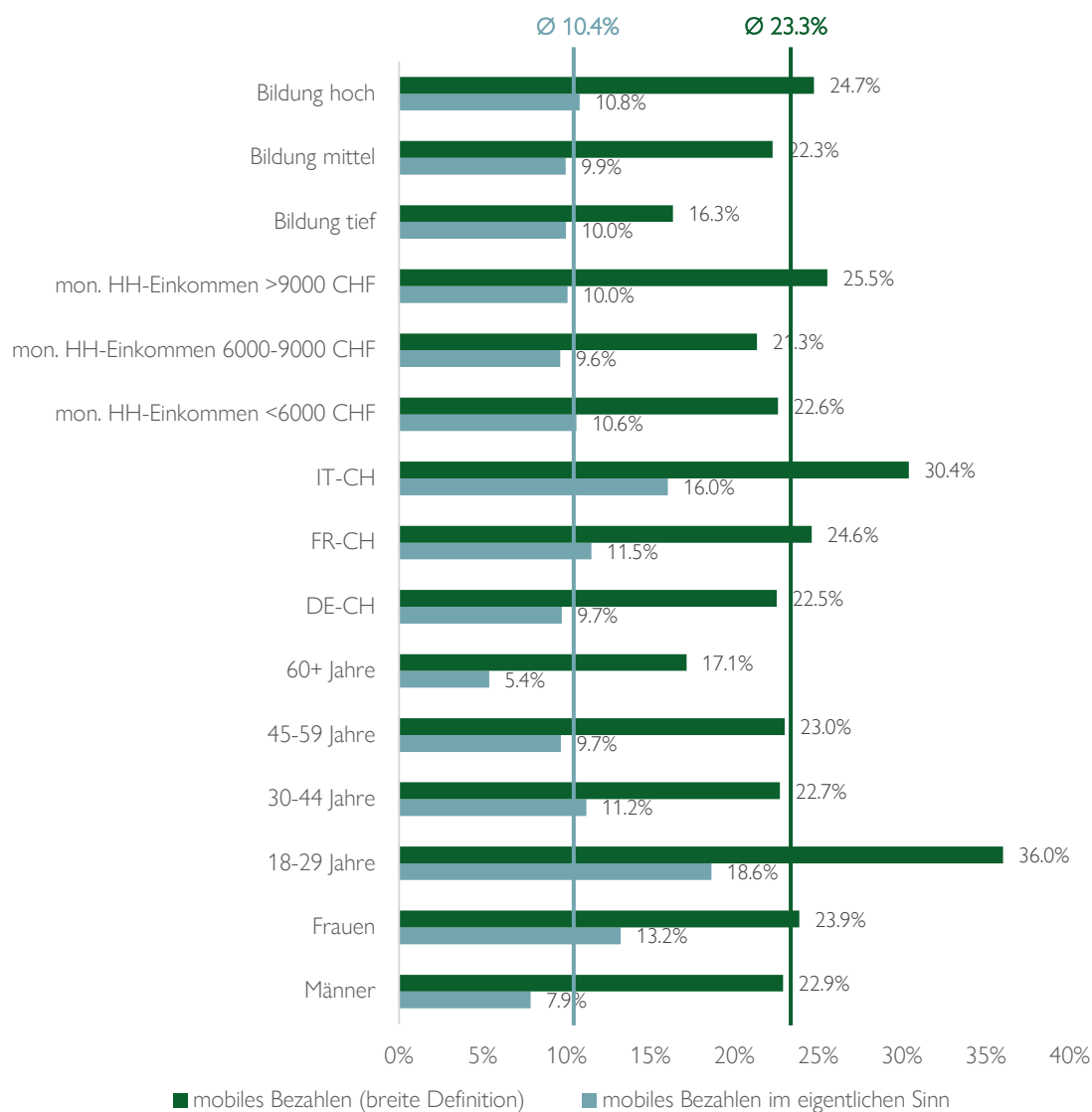


Abbildung 20: Anteile mobiles Bezahlen nach Anzahl Transaktionen gemäss demografischen Merkmalen

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Einkommenskategorie «möchte ich nicht preisgeben» wird nicht gezeigt.

Beide Varianten des mobilen Bezahls werden überdurchschnittlich häufig von Frauen, unter 30-Jährigen, Personen mit hoher Bildung sowie Befragten aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz verwendet (vgl. Abbildung 20). Ausserdem nutzen Personen mit hohem Einkommen mobiles Bezahlen gemäss breiter Definition häufiger als Personen mit tiefem und mittlerem Einkommen. Umgekehrt nutzen Personen mit tiefem Einkommen häufiger Twint im Vergleich zu Personen mit mittlerem und hohem Einkommen (vgl. Abbildung 20).

Twint ist gesamthaft und relativ betrachtet die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz: 64,5 Prozent der Transaktionen mit mobilen Geräten (dazu zählen alle Arten von mobilem Bezahlen, vgl. Box 1) werden mit Twint abgewickelt (vgl. Abbildung 21). Der relative Nutzungsanteil von Twint liegt damit 0,5 Prozentpunkte über dem Niveau des SPM 2/2023 (vgl. Abbildung 21).

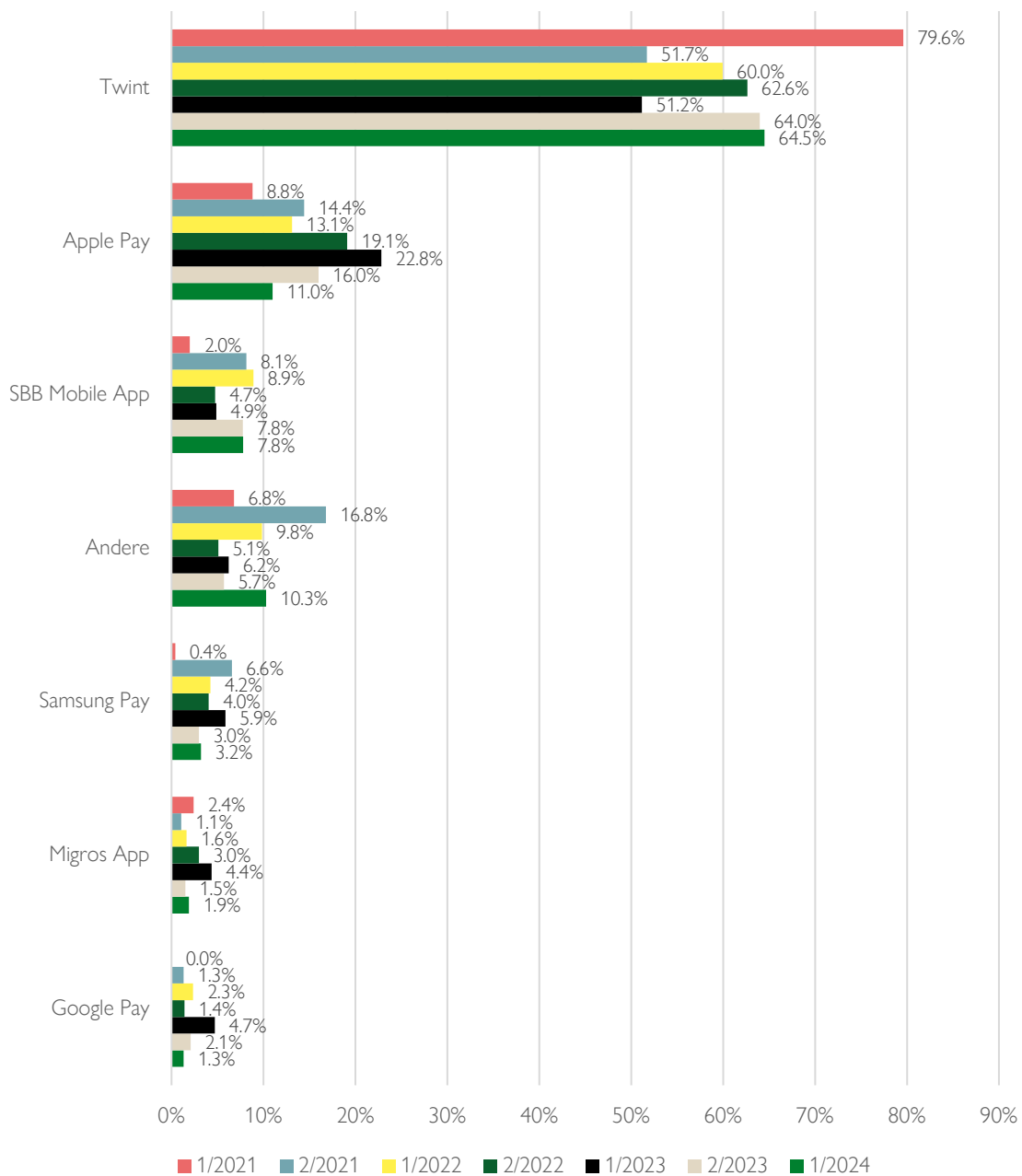


Abbildung 21: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

Die ausländischen Bezahl-Apps wie Apple Pay (-5,0 PP) und Google Pay (-0,8 PP) verloren gegenüber der letzten Erhebung relativ gesehen an Anteilen, während die Nutzung von Samsung Pay nahezu stabil blieb (+0,2 PP) (vgl. Abbildung 21). Ein grosser Teil der Rückgänge ist auf die relative Erhöhung der Nutzung weiterer mobiler Bezahlösungen unter der Kategorie «Andere» (+4,6 PP) zurückzuführen (vgl. Abbildung 21). Darunter fallen unter anderem PayPal, Parkingpay, Fairfiq, PostFinance Pay, Garmin Pay und weitere händlerspezifische Apps. Das zeigt, dass mobiles Bezahlen nach breiter Definition immer vielfältiger wird.

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 22 zeigt einen Überblick der zugrunde liegenden Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps.

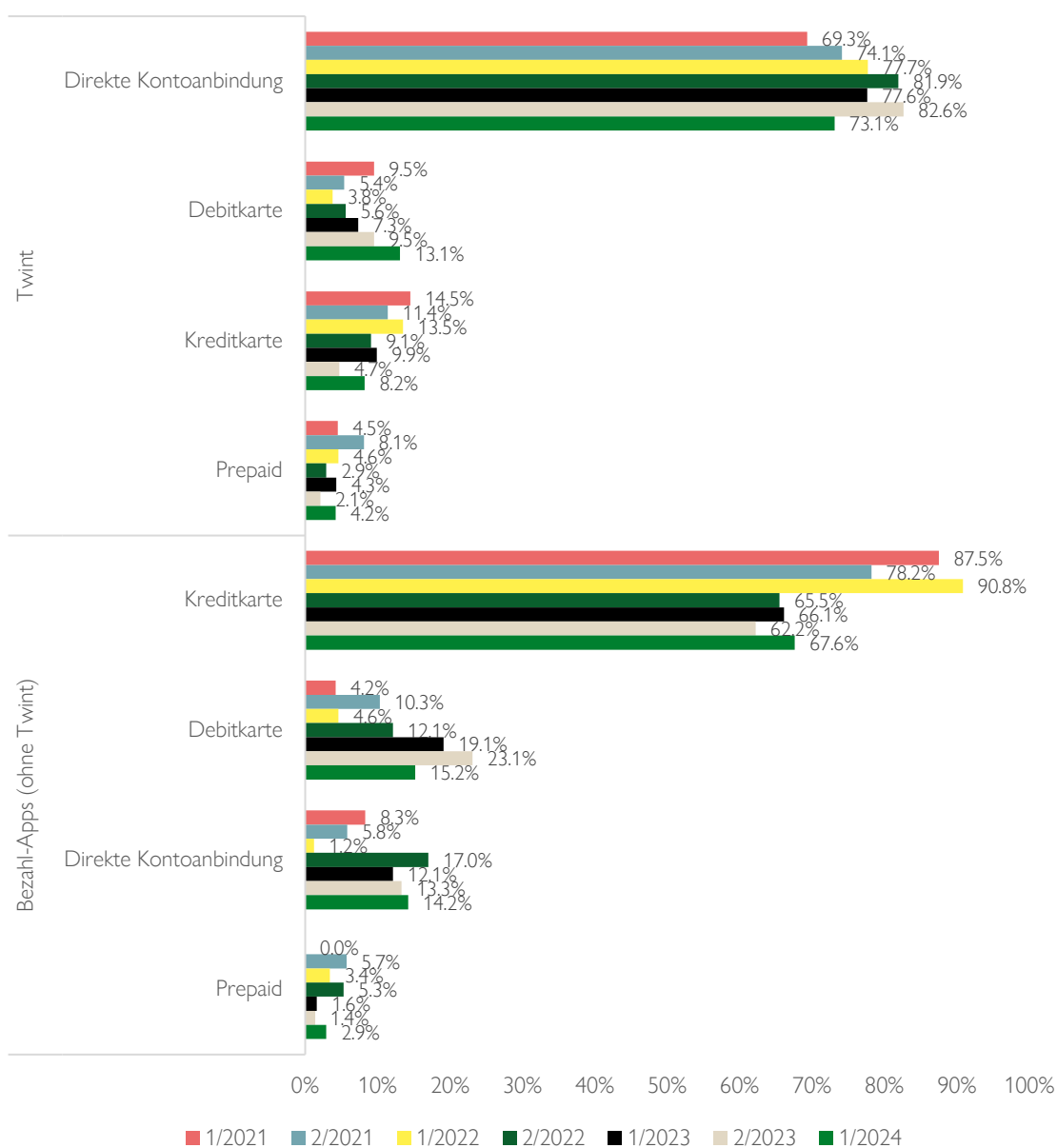


Abbildung 22: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei Bezahl-Apps nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. Es wird darauf hingewiesen, dass eine Twint-Zahlung technisch gesehen nie über eine Debitkarte abgewickelt wird. Dass dies von manchen Befragten so deklariert wird, könnte darauf zurückzuführen sein, dass beim Onboarding von Twint teilweise die Debitkarte zur Identifikation angegeben werden muss. Dadurch ist Twint aber letztlich trotzdem direkt mit dem Bankkonto verbunden.

Gemäss Angaben der Befragten sind 73,1 Prozent der Twint-Zahlungen direkt mit dem Bankkonto und rund 13 Prozent mit der Debitkarte verknüpft (vgl. Abbildung 22). Letzteres ist allerdings, wie in der Beschriftung zu Abbildung 22 erklärt, technisch nicht möglich. Es ist demnach zusammengerechnet davon auszugehen, dass rund 86 Prozent der Twint-Zahlungen direkt mit dem Bankkonto verknüpft sind, während die Kreditkarte mit 8,2 Prozent und die Prepaid-Möglichkeit mit 4,2 Prozent der Twint-Zahlungen eine untergeordnete Rolle spielen.

Andere mobile Bezahl-Apps wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay sind hauptsächlich mit der Kreditkarte verbunden: 67,6 Prozent der Transaktionen mit sonstigen Bezahl-Apps (ohne Twint) basieren auf Kreditkarten, gefolgt von der Debitkarte (15,2%) und der direkten Kontoanbindung (14,2%) (vgl. Abbildung 22). Die Kreditkarte als hinterlegtes Zahlungsmittel hat im Vergleich zum SPM 2/2023 um 5,4 Prozentpunkte auf Kosten der Debitkarte (-7,9 PP) zugelegt.

Knapp vier Fünftel der 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 – machen 26,3 Prozent der mobilen Zahlungen aus und sind somit die zweithäufigste Art des mobilen Bezahls. Zahlungen vor Ort per NFC – beispielsweise mit Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay – sind mit 27,0 Prozent die häufigste mobile Bezahlmethode. Auf den weiteren Plätzen der Art des mobilen Bezahls folgen «Online in einer App mit integrierter Zahlungsfunktion» (25,1%), «Überweisung mit dem Mobiltelefon an Privatperson im Inland» (6,7%) sowie «Im Internet mit hinterlegten Bezahlenden» (5,9%).

6 Neobanken

Insgesamt dokumentieren 35,9 Prozent der Befragten, schon mindestens einmal eine neue Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben (vgl. Abbildung 23). Das sind 1,3 Prozentpunkte weniger als noch vor einem halben Jahr. Nach dem anfänglichen starken Wachstum flacht die Marktdurchdringung der Neobanken ab, respektive geht im Vergleich zum letzten SPM 2/2023 sogar leicht zurück (vgl. Abbildung 23). Dies könnte darauf hinweisen, dass eine gewisse Sättigung bei der Anzahl Neobanken-Nutzenden erreicht ist.

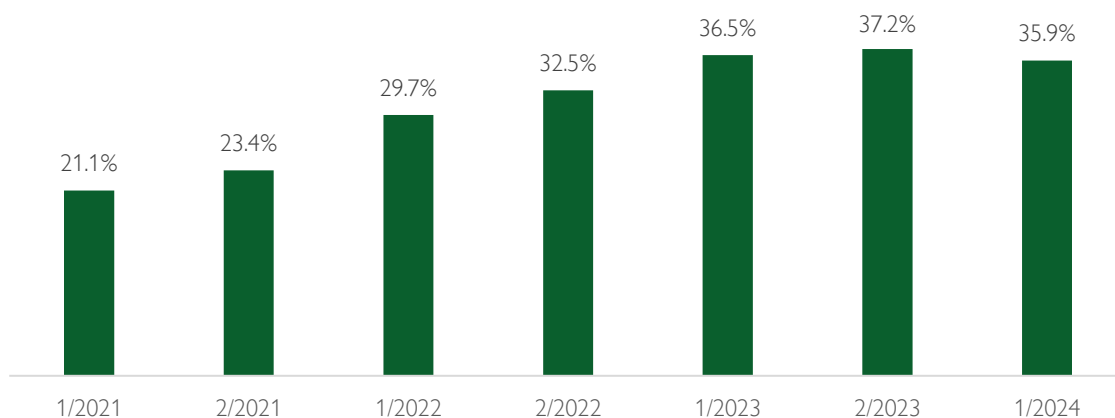


Abbildung 23: Anteil der Befragten, die mindestens eine Neobank nutzen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Anteil der Befragten, die bei der in Abbildung 24 dargestellten Frage bei mindestens einer Neobank die Antwort «Kenne ich und nutze ich» gewählt haben.

Wie Abbildung 24 zeigt, wird Revolut wie in den vergangenen Erhebungen am häufigsten genutzt (13,5% der Befragten; -1,3 PP), gefolgt von Neon (12,4%; -1,1 PP), Yuh¹⁷ (10,3%; -1,7 PP), Credit Suisse CSX¹⁸ (8,4%; -2,2 PP), Zak (7,0%; -1,6 PP) und Wise (6,5%; -4,0 PP). Im Vergleich zum SPM 2/2023 blieb die Rangliste mit Ausnahme von Zak und Wise, welche die Plätze getauscht haben, dieselbe. Yuh behauptet rund zwei Jahre nach der Lancierung betreffend Nutzungsanteilen den dritten Platz (vgl. Abbildung 24). Insgesamt haben alle bereits zuvor abgefragten Neobanken Nutzungsanteile verloren. Radicant und Kaspar& wurden neu als Antwortoptionen hinzugefügt. Ihre Nutzungsanteile liegen mit je 1,6 Prozent (noch) auf tiefem Niveau (vgl. Abbildung 24).

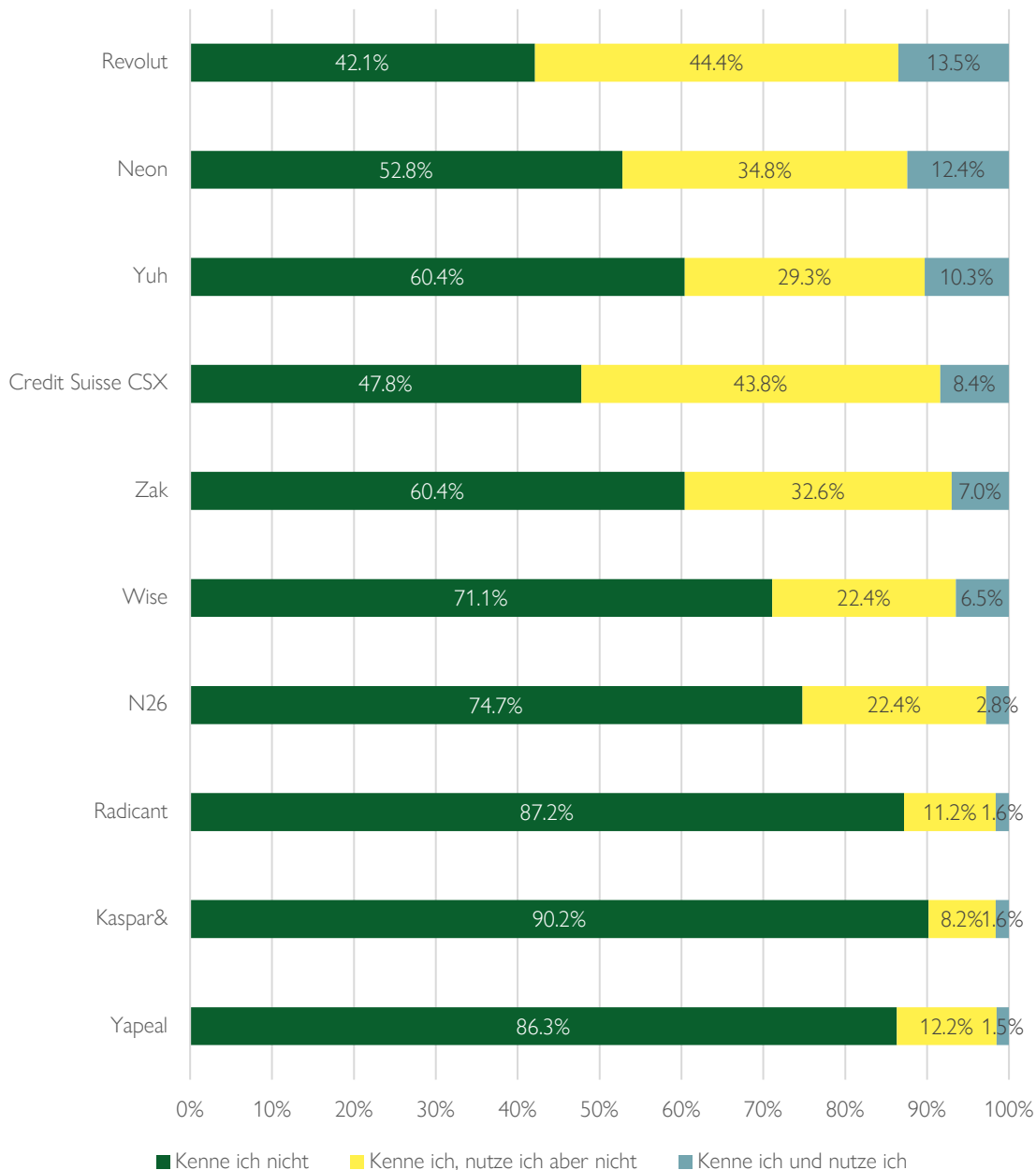


Abbildung 24: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Im Folgenden sehen Sie eine Übersicht verschiedener Anbieter von digitalen Banklösungen (sog. Digitalbanken bzw. Neobanken). Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der jeweiligen Aussagen auf Sie zutrifft.»

¹⁷ Yuh ist eine Finanz-App, die in Zusammenarbeit von Swissquote und PostFinance im Jahr 2021 lanciert wurde.

¹⁸ Dass der Name der bekannten (ehemaligen) Grossbank «Credit Suisse» Teil des Namens des rein digitalen Bankangebotes ist, könnte dazu führen, dass der Anteil CSX-Kenner überschätzt wird.

Mit 63,5 Prozent (+2,6 PP) nutzt die Mehrheit der Nutzenden 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 2,2 PP auf 28,2 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. Rund 8 Prozent (-0,5 PP) der Befragten nutzen Neobanken für das einmalige Kennenlernen der verschiedenen Funktionen. Dieser Wert ist seit der ersten Erhebung im November 2020 nahezu konstant.

7 Schlusswort

Die Zielsetzung der zehnten Ausgabe des Swiss Payment Monitors bestand darin, die gegenwärtigen Veränderungen im Zahlungsverhalten in der Schweiz zu erfassen und die Relevanz unterschiedlicher Zahlungsmittel und -angebote zu bewerten. Durch eine repräsentative Onlineumfrage sowie die nachfolgende Aufzeichnung von nicht-wiederkehrenden Zahlungen durch die Befragten in einem Tagebuch konnten folgende Erkenntnisse über das aktuelle Zahlungsverhalten in der Schweiz gewonnen werden.

Mit einem Plus von 3,2 Prozentpunkten auf einen Umsatzanteil von 27,3 Prozent konnte die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) ihre Spitzenposition als Zahlungsmittel deutlich festigen. Sowohl die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) als auch das mobile Bezahlen verzeichnen beim Umsatzanteil Rückgänge von 2,8 Prozentpunkten beziehungsweise 1,5 Prozentpunkten. Gemessen an der Anzahl Transaktionen behält die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anstieg um 0,8 Prozentpunkte auf einen Anteil von 29,3 Prozent ihre Spitzenposition aller Zahlungsmittel. Die relative Bargeldnutzung ging erstmals seit 2021 wieder deutlich zurück (-3,2 PP). Mit einem Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen von 25 Prozent liegt Bargeld nur noch knapp vor dem mobilen Bezahlen gemäss breiter Definition mit 23,3 Prozent (+2,3 PP). Der Anteil der Kreditkartenzahlungen (nicht-mobile Nutzung) bleibt stabil bei 15,4 Prozent, obwohl der Umsatzanteil zurückgegangen ist.

Auch bei der Betrachtung nach Abrechnungsprodukt behält die Debitkarte mit einem Umsatzanteil von 31,0 Prozent die klare Spitzenposition vor der Kreditkarte mit 26,5 Prozent. Ein erheblicher Anteil von 26 Prozent des gesamten Umsatzanteils der Kreditkarte beziehungsweise 11,9 Prozent des gesamten Umsatzanteils der Debitkarte als Abrechnungsprodukte werden über mobile Geräte (z.B. via Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay) abgewickelt. Gemessen an der Anzahl Transaktionen liegt die Debitkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 33,7 Prozent vor dem Bargeld mit 25,0 Prozent und der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit 22,9 Prozent, wobei sich der Abstand zwischen Bargeld und Kreditkarte deutlich verringert hat. Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn hat seinen Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen leicht erhöht auf 10,4 Prozent.

Im Präsenzgeschäft hat die Debitkarte sowohl als Zahlungsmittel (nicht-mobile Nutzung) als auch als Abrechnungsprodukt deutlich an Umsatz- und Transaktionsanteilen gewonnen. Der Umsatzanteil des mobilen Bezahlens ist bei den Zahlungen vor Ort leicht gestiegen (14,9%; +0,3 PP), während er im Gesamtmarkt zurückgegangen ist (-1,5 PP). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn

verzeichnet nach dem grossen Wachstum im SPM 2/2023 einen weiteren Zuwachs beim Umsatz- und Transaktionsanteil im Präsenzzgeschäft, wenn auch nicht mehr im gleichen Ausmass. Dies bestätigt, dass Twint bei Zahlungen vor Ort weiterhin an Anteilen gewinnt.

Im Distanzgeschäft behält die Rechnung ihre Spitzenposition beim Umsatz mit einem Anteil von 46,2 Prozent (-0,7 PP). Das mobile Bezahlen liegt auf Platz zwei beim Umsatz mit 28,0 Prozent (-6,5 PP), wobei der grosse Rückgang nicht auf eine seltenere Smartphone-Nutzung für Distanzkäufe zurückzuführen ist. Gemessen an der Anzahl Transaktionen verzeichnet das mobile Bezahlen nach breiter Definition nämlich erneut ein Wachstum (+1,6 PP) und liegt mit einem Anteil von 65,3 Prozent aller Zahlungen im Distanzgeschäft deutlich an erster Stelle.

Die Mehrheit der Befragten bewertet den Zugang zu Bargeld positiv, obwohl fast die Hälfte eine Verschlechterung des Zugangs in den letzten Jahren wahrgenommen hat. Die Haltung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld zeigt eine stetige Polarisierung. Mehr als zwei Drittel der Befragten lehnen mittlerweile eine Abschaffung von Bargeld ab, 44 Prozent sogar vehement. Ältere Befragte neigen stärker dazu, die Abschaffung von Bargeld abzulehnen, während die jüngste Altersklasse im Vergleich zur letzten Erhebung den grössten Anstieg der Ablehnung verzeichnet.

Die Einführung einer zwingenden Annahmepflicht für Bargeld in der Schweiz wird von einer Mehrheit von 61 Prozent begrüsst. Etwas weniger Zuspruch findet die Möglichkeit einer zwingenden Annahmepflicht für bargeldlose Zahlungsmittel, wobei auch dies von mehr Befragten positiv (41%) als negativ (37%) bewertet wird.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (69%) hat in den letzten 12 Monaten keine Erfahrungen mit einer Verweigerung der Annahme einer Bargeldzahlung gemacht, während etwas mehr als jeder fünfte Befragte vereinzelt (19%) oder mehrmals (3%) nicht mit Bargeld bezahlen konnten, obwohl sie das wollten.

Mobiles Bezahlen wird in der Schweiz immer verbreiteter. Insbesondere Frauen, unter 30-Jährige, Personen mit hoher Bildung und aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz bezahlen überdurchschnittlich häufig mobil. Ebenso nutzen Personen mit höherem Einkommen mobile Bezahlösungen häufiger als Personen mit mittlerem und niedrigem Einkommen. Twint ist mit einem Anteil von 64,5 Prozent aller Transaktionen mit mobilen Geräten die dominante mobile Bezahlösung in der Schweiz.

Die Nutzung von Neobanken, die in den Anfängen des Swiss Payment Monitors stark zugenommen hatte, zeigt eine gewisse Stagnation. Bei allen etablierten Neobanken gingen die Nutzungsanteile zurück. Trotzdem haben 35,9 Prozent (-1,3 PP) der Befragten bereits mindestens einmal eine neue Online-Banklösung einer Neobank genutzt. Revolut bleibt die am häufigsten genutzte Neobank, gefolgt von Neon, Yuh, Credit Suisse CSX, Zak und Wise.

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 25). 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 25: Studiendesign des Swiss Payment Monitors