

Swiss Payment Monitor 2025

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 1/2025 – Erhebung November 2024

www.swisspaymentmonitor.ch

Sandro Graf, Nina Heim, Marcel Stadelmann, Tobias Trütsch
St. Gallen/Winterthur, im Februar 2025

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: 10.21256/zhaw-2506



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

Dr. Sandro Graf, Dozent Marketing, Leiter Fachstelle Customer Experience & Service Design,
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, Leiter Swiss Payment Research Center, In-
stitut 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 2025

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

<https://doi.org/10.21256/zhaw-2506>

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2025): Swiss Payment Monitor 2025 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 1/2025 – Erhebung November 2024, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Mobiles Bezahlen nach breiter Definition hat seine Spitzenposition als meistgenutztes Zahlungsmittel in der Schweiz ausgebaut, sowohl gemessen an der Anzahl Transaktionen als auch bezüglich Umsatz. Mittlerweile sind 14 Prozent der Schweizer Bevölkerung Mobilzahler. Das bedeutet, dass diese Personen mehr als 75 Prozent ihrer Zahlungen mit einem mobilen Gerät wie dem Mobiltelefon oder einer Smartwatch tätigen. Die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt zeigt, dass seit der letzten Ausgabe des Swiss Payment Monitors (SPM 2/2024) sowohl das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn als auch die Debitkarte als Abrechnungsprodukt vom relativen Wachstum des mobilen Bezahlers profitiert haben. Letzteres zeigt sich im höheren Anteil von Apple Pay unter den Anbietern mobiler Bezahlösungen.

Von den restlichen Zahlungsmitteln haben gemessen an der Anzahl Transaktionen die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung), das Bargeld und die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) an Anteilen verloren. Bei den Umsatzanteilen legten die beiden Kartenprodukte hingegen zu, während das Bargeld sowie auch die Rechnung deutlich an Anteilen verloren. Obwohl das Bargeld an Nutzungsanteilen verlor, nahm der Anteil Personen, der sich gegen eine mögliche Abschaffung von Bargeld ausspricht, weiter zu.

Im Präsenzgeschäft liegt Bargeld gemessen an der Anzahl Transaktionen wieder auf dem ersten Platz, da seine Nutzung weniger stark zurückgegangen ist als diejenige des bisherigen Primus Debitkarte (nicht-mobile Nutzung). Knapp hinter diesem Spitzenduo folgt nach einem weiteren starken Zuwachs das mobile Bezahlen (breite Definition). Diese Entwicklung wurde sowohl durch mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn als auch durch vermehrte mobile Zahlungen mit hinterlegter Debitkarte begünstigt. Im Distanzgeschäft konnte das mobile Bezahlen (breite Definition) ebenfalls weiter an Anteilen gewinnen, sowohl gemessen an der Anzahl Transaktionen als auch gemessen am Umsatz. Ansonsten gibt es im Distanzgeschäft kaum nennenswerte Veränderungen im Vergleich zum SPM 2/2024.

Der Anteil Bargeldzahlungen nimmt mit steigenden Transaktionsbeträgen kontinuierlich ab, während sich der Anteil Kreditkartenzahlungen und Zahlungen per Rechnung umgekehrt verhält. Mobiles Bezahlen (breite Definition) ist sowohl bei Kleinstbeträgen als auch bei grossen Beträgen weit verbreitet. Ähnliche Ergebnisse ergibt die Betrachtung verschiedener Zahlungsorte: Der Bargeldanteil ist an Verkaufsorten mit typischerweise kleinen Beträgen wie an Automaten, am Kiosk oder in der Bäckerei besonders hoch, während er bei typischerweise grösseren Ausgaben wie für persönliche Kleidung am geringsten ist.

Der Anteil der Bevölkerung, der Neobanken nutzt, ist weiter steigend. Die drei Anbieter Revolut, Yuh und Neon können sich immer deutlicher von den restlichen Neobanken absetzen. Neobanken werden weiterhin vor allem als Ergänzung zu klassischen Retail-Banking-Angeboten genutzt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Datengrundlage	2
3 Zahlungsverhalten	3
3.1 Vorbemerkungen	3
3.2 Gesamtmarkt	6
3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	6
3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
3.3 Präsenzgeschäft	11
3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	11
3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
3.4 Distanzgeschäft	16
3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	16
3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	19
3.5 Betragshöhe	21
3.6 Zahlungsort	22
4 Bargeld	24
5 Mobiles Bezahlen	26
6 Neobanken	28
7 Schlusswort	31
Anhang	33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	7
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	8
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	10
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	12
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	13
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	15
Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	17
Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	18
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	19
Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	20
Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe	21
Abbildung 14: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Ort/Typ der Zahlung	23
Abbildung 15: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause	24
Abbildung 16: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause	25
Abbildung 17: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf	25
Abbildung 18: Anteile der Zahlungstypen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	26
Abbildung 19: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	27
Abbildung 20: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt	28
Abbildung 21: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken	29
Abbildung 22: Entwicklung der Nutzung von Neobanken	30
Abbildung 23: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	33

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs	3
Tabelle 2: Deskriptive Statistiken der Transaktionsbeträge nach Zahlungsmittel	22
Tabelle 3: Deskriptive Statistiken der Transaktionsbeträge gemäss Anbieter von mobilem Bezahlen	28

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. Setzte sich dieser Trend fort und wie sieht aktuell das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung aus? Diese und andere Fragen werden in der zwölften 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 im Oktober und November 2024 eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von mehr als 1700 Personen im Alter zwischen 18 und 91 Jahren aus allen drei Landesteilen rekrutiert, mit einem Online-Fragebogen befragt und anschliessend zu einer viertägigen Tagebucherhebung zu ihrem 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 ermöglicht 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 Transaktions- und Umsatzanteile 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. Im ersten Schritt wurden sie in einer Onlinebefragung gebeten, Fragen rund um das Thema «Zahlungsmittel» und «Bezahlen» zu beantworten. Die Details zum Studiendesign sind im Anhang in Abbildung 23 zu finden. Im Vordergrund standen die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener Aspekte ihres Bezahlverhaltens.

Die Onlinebefragung dauerte rund 15 Minuten und wurde Ende Oktober bis Anfang November 2024 gestaffelt durchgeführt. 1730 Personen im Alter zwischen 18 und 91 Jahren aus allen Landesteilen der Schweiz haben die Onlinebefragung in den Sprachen deutsch, französisch oder italienisch 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 1674 Personen im Datensatz.

Im zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im November 2024 gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. 1021 Personen sind diesem Aufruf gefolgt und haben während vier aufeinanderfolgenden Tagen mit einer mobilen App ein (elektronisches) Zahlungstagebuch geführt (vgl. Tabelle 1).

Beim Zahlungstagebuch galt es, sämtliche im Tagesverlauf anfallenden, aktiv veranlassten, einmaligen (d.h. nicht regelmässig wiederkehrenden) Zahlungen an der Ladenkasse, im Onlinehandel und zwischen Privatpersonen im In- und Ausland zu erfassen und diese gemäss vordefinierten Merkmalen zu klassifizieren. Diese Zahlungen haben gemeinsam, dass die Befragten jedes Mal neu entscheiden, welches Zahlungsmittel sie verwenden. Somit sind nicht-wiederkehrende Zahlungen in einer langfristigen Studie über das Zahlungsverhalten von grösserem Interesse als regelmässig wiederkehrende Zahlungen wie die Miete, die Strom- oder die Internetrechnung, welche häufig mittels Dauerauftrag auf die immer gleiche Art und Weise beglichen werden.

Die Aufteilung zwischen Online- und vor-Ort-Transaktionen ist gemessen an der Anzahl Transaktionen in allen Erhebungen ähnlich: Mehr als vier von fünf Zahlungen werden vor Ort abgewickelt, während etwa eine von fünf Transaktionen online stattfindet (vgl. Tabelle 1). Somit ist über die verschiedenen Erhebungen hinweg auch bei der Betrachtung der Gesamtheit aller Transaktionen (d.h. des «Gesamtmarkts») ein hohes Mass an Vergleichbarkeit gewährleistet.

Die Umsatzanteile sind von Erhebung zu Erhebung tendenziell grösseren Schwankungen ausgesetzt, da beim Umsatz einzelne grosse Transaktionsbeträge naturgemäss einen starken Einfluss ausüben. Wie im langjährigen Mittel wurden in der aktuellen Erhebung rund zwei Drittel des Umsatzes an physischen Verkaufspunkten und rund ein Drittel des Umsatzes im Distanz- respektive Onlinegeschäft abgewickelt (vgl. Tabelle 1).

Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandzahlungen deutlich: In der aktuellen Erhebung fanden rund 84 Prozent der Transaktionen im Inland statt, wobei der Durchschnitt der Transaktionsbeträge bei rund 45 Fr. lag (vgl. Tabelle 1). Die in diesem Bericht in der Folge diskutierten Ergebnisse basieren ausschliesslich auf den knapp 5500 erfassten Inlandzahlungen (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs

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)	Mai 2024 (2/2024)	Nov. 2024 (1/2025)	Veränderung 1/2025 zu 2/2024
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	4 Tage	4 Tage	
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	772	827	863	1034	1051	1021	-2,9%
Umsatzvolumen in Fr. (Tsd.)										
Inland	281	209	235	190	197	198	260	296	270	-8,8%
In- und Ausland	308	230	251	212	220	226	291	343	319	-7,0%
Online	47%	29%	39%	34%	29%	34%	36%	34%	35%	-1 PP
Vor Ort	53%	71%	61%	66%	71%	66%	64%	66%	65%	-1 PP
Transaktionsvolumen										
Inland	3991	4051	4269	4137	3986	4430	5699	5994	5458	-8,9%
In- und Ausland	4232	4211	4571	4403	4648	4787	6116	6503	6466	-0,6%
Online	18%	14%	15%	14%	14%	14%	16%	15%	16%	+1 PP
Vor Ort	82%	86%	85%	86%	86%	86%	84%	85%	84%	-1 PP
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag										
Inland	1,9	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8	1,4	1,4	0%
In- und Ausland	2,0	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	1,6	1,6	0%
Durchschnittsbetrag pro Transaktion in Fr.										
Inland	70	52	55	46	50	45	46	49	45	-8,2%
In- und Ausland	73	55	55	48	47	47	48	53	49	-7,5%

Bemerkungen: PP entspricht Prozentpunkten. Tsd. entspricht Tausend.

3 Zahlungsverhalten

3.1 Vorbemerkungen

Aufgrund der zunehmenden Dynamik im Bereich des mobilen Bezahlens 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 Arten des mobilen Bezahlens taxiert, das heisst, jegliche Formen des Bezahlens mit einem mobilen Gerät³ sind unter diesem Zahlungsmittel zusammengefasst (vgl. Box 1).

³ z.B. Smartphone, Tablet oder Smartwatch.

In der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» werden mobile Geräte wie 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 Entsprechend fallen die Zahlungsmittelanteile von mobilem Bezahlen tiefer aus, während die Anteile verschiedener Kartenprodukte, die bei mobilen Zahlungen als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein können, höher ausfallen. Die Anteile anderer Zahlungsmittel wie beispielsweise des Bargelds werden durch die Unterscheidung in «Zahlungsmittel» und «Abrechnungsprodukt» nicht tangiert.

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 eine Kredit-, Debit- oder Prepaidkarte als Zahlungsmittel zugrunde, was mobilem Bezahlen *im engeren Sinn* entspricht. Beispiele solcher Bezahl-Apps sind Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay. Auch bei Twint kann je nach Bank eine Kreditkarte hinterlegt sein, jedoch keine Debitkarte.
3. Viele händlerspezifische Apps wie beispielsweise SBB Mobile ermöglichen das Bezahlen in der auf einem mobilen Gerät installierten App (In-App-Zahlung). Die Schweizerische Nationalbank verwendet in ihrer Zahlungsmittelumfrage den Begriff «Retail-Apps». 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 auch «nach Abrechnungsprodukt» gemäss der Definition von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» ausgewertet.

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.

Da sich die verwendeten Zahlungsmittel je nach Bezahlssituation – das heisst bei Zahlungen vor Ort gegenüber Online-Zahlungen – 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 zu Beginn der Zeitreihe wegen der Corona-Pandemie von Erhebung zu Erhebung stärker variiert (vgl. Tabelle 1).

Eine weitere Vorbemerkung zur Interpretation der Ergebnisse gilt der Kategorisierung der verschiedenen Kartentypen. Die neue Generation von Debitkarten von Visa und Mastercard unterscheidet 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 vor allem zu Beginn der breiten Lancierung dieser Karten vereinzelte Befragte ihre Debitkarten-Transaktionen fälschlicherweise als Kreditkarten-Transaktionen kategorisierten. Seit dem SPM 2/2023 enthält die Online-Befragung ausführliche Informationen und einen kleinen Test zur Unterscheidung von Debit- und Kreditkarten, um die Befragten für dieses Thema zu sensibilisieren.

Eine letzte Vorbemerkung gilt der Zuordnung des zu Grunde liegenden Zahlungsmittels bei mobilen Zahlungen. Wie bereits im SPM 2/2024 wurden Twint-Zahlungen, welche gemäss Angaben der Befragten über eine Debitkarte abgewickelt wurden, zu «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» umklassifiziert, da die Abbuchung aus technischer Sicht direkt auf dem Bankkonto erfolgt. In der aktuellen Erhebung waren 113 Twint-Zahlungen betroffen. Neu wurden zudem Zahlungen mit anderen Bezahl-Apps als Twint, welche gemäss Angaben der Befragten direkt über ein Bankkonto abgewickelt wurden, zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert. Eine direkte Verknüpfung mit einem Schweizer Bankkonto ist bei Anbietern wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay nicht möglich. Es ist sehr wahrscheinlich, dass diese Zahlungen technisch gesehen mittels Debitkarte abgewickelt wurden, da sie aufgrund der direkten Bankkontoverbuchung aus Sicht der Befragten als direkte Verknüpfung mit dem Bankkonto interpretiert wurden. Folglich wurden 84 mobile Zahlungen mit verschiedenen (Bezahl-)Apps von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert. Vier Zahlungen mit Paypal respektive sechs Zahlungen mit Parkingpay wurden als wahrscheinlichste Alternative zur direkten Kontoanbindung als «mobiles Bezahlen prepaid» umklassifiziert. 29 Zahlungen in der SBB Mobile App, welche gemäss den Befragten direkt mit dem Bankkonto verknüpft waren, wurden dem Abrechnungsprodukt «Bank-/Postkonto» zugeordnet, da «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» per Definition nur mit Bezahl-Apps wie Twint möglich ist (vgl. Box 1). Diese in dieser Ausgabe erstmaligen Umklassifizierungen erhöhen die Qualität der Ergebnisse, erschweren aber die Vergleichbarkeit der Resultate mit den Vorerhebungen. Um die Vergleichbarkeit mit den vorherigen Erhebungen zu wahren, wird bei den jeweiligen Grafiken nach Abrechnungsprodukt gemäss Anzahl Transaktionen vermerkt, welchen Einfluss die Umklassifizierungen auf die ausgewiesenen Anteile der verschiedenen Abrechnungsprodukte hatten.

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 Anteils der Anzahl Transaktionen (gemessen an der gesamten Anzahl Transaktionen während der Erhebung) respektive des Umsatzanteils (gemessen an den Gesamtausgaben während der Erhebung) verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf.⁶ Somit offenbaren die Ergebnisse des SPM, wie sich die Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel respektive Abrechnungsprodukte verteilen.⁷

Als auffälligste Veränderung im Vergleich zur letzten Erhebung vom Mai 2024 zeigt sich, dass das mobile Bezahlen nach breiter Definition gemessen an der Anzahl Transaktionen als einziges der wichtigeren Zahlungsmittel Anteile gewann – und zwar 3,9 Prozentpunkte [PP], womit es auf einen Anteil von 30,7 Prozent kommt (vgl. Abbildung 1). Damit baute das mobile Bezahlen (nach breiter Definition) seine im SPM 2/2024 erstmals eroberte Spitzenposition als am häufigsten verwendetes Zahlungsmittel deutlich aus und liegt bezüglich Transaktionsanteil 6,3 Prozentpunkte vor der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung), welche auf Platz zwei mit einem Anteil von 24,4 Prozent folgt (vgl. Abbildung 1). Da sowohl die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) als auch das Bargeld mit -1,8 Prozentpunkten respektive -1,5 Prozentpunkten in ähnlichem Masse Anteile verloren, hat sich bei der Rangfolge der Zahlungsmittel gemessen an der Anzahl Transaktionen im Vergleich zum SPM 2/2024 nichts verändert (vgl. Abbildung 1).

Auch gemessen am Umsatz hat sich bei der Rangfolge der Zahlungsmittel insgesamt nichts verändert im Vergleich zum SPM 2/2024. Das mobile Bezahlen (nach breiter Definition) legte um 2,2 Prozentpunkte auf einen Umsatzanteil von 25,6 Prozent zu und festigte somit auch bei dieser Betrachtung seine im SPM 2/2024 eroberte Spitzenposition (vgl. Abbildung 2). Die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) gewann zwar mit einem Plus von 1,0 Prozentpunkten ebenfalls an Umsatzanteilen, liegt aber neu mit einem Anteil von 24,0 Prozent deutlicher hinter dem mobilen Bezahlen (nach breiter Definition) und nur knapp vor der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung), welche mit einem Umsatzanteil von 23,8 Prozent (+2,0 PP) auf Rang drei folgt (vgl. Abbildung 2). Diese drei Zahlungsmittel generieren mittlerweile fast drei Viertel des Umsatzes, da der Umsatzanteil des Bargelds (-3,7 PP) sowie der Rechnung (-2,4 PP) weiter (deutlich) zurück ging (vgl. Abbildung 2).

Zusammenfassend hat das mobile Bezahlen nach breiter Definition sein graduelles Wachstum, welches Abbildung 1 eindrücklich zeigt, weiter fortgesetzt und somit seine Spitzenposition als Zahlungsmittel in der Schweiz sowohl gemessen an der Anzahl Transaktionen als auch gemessen am Gesamtumsatz gefestigt. Die folgenden Kapitel bieten einen tieferen Einblick in diese Entwicklung.

⁶ Die Daten des SPM 2019, 2020, 1/2021, 1/2022, 1/2023, 1/2024 und 1/2025 beziehen sich jeweils auf die Erhebung im Oktober/November des Vorjahres, die Daten der SPM-Ausgaben 2/2021, 2/2022, 2/2023 und 2/2024 auf die Erhebung im Mai 2021, 2022, 2023 und 2024.

⁷ Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich diese Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel resp. 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.

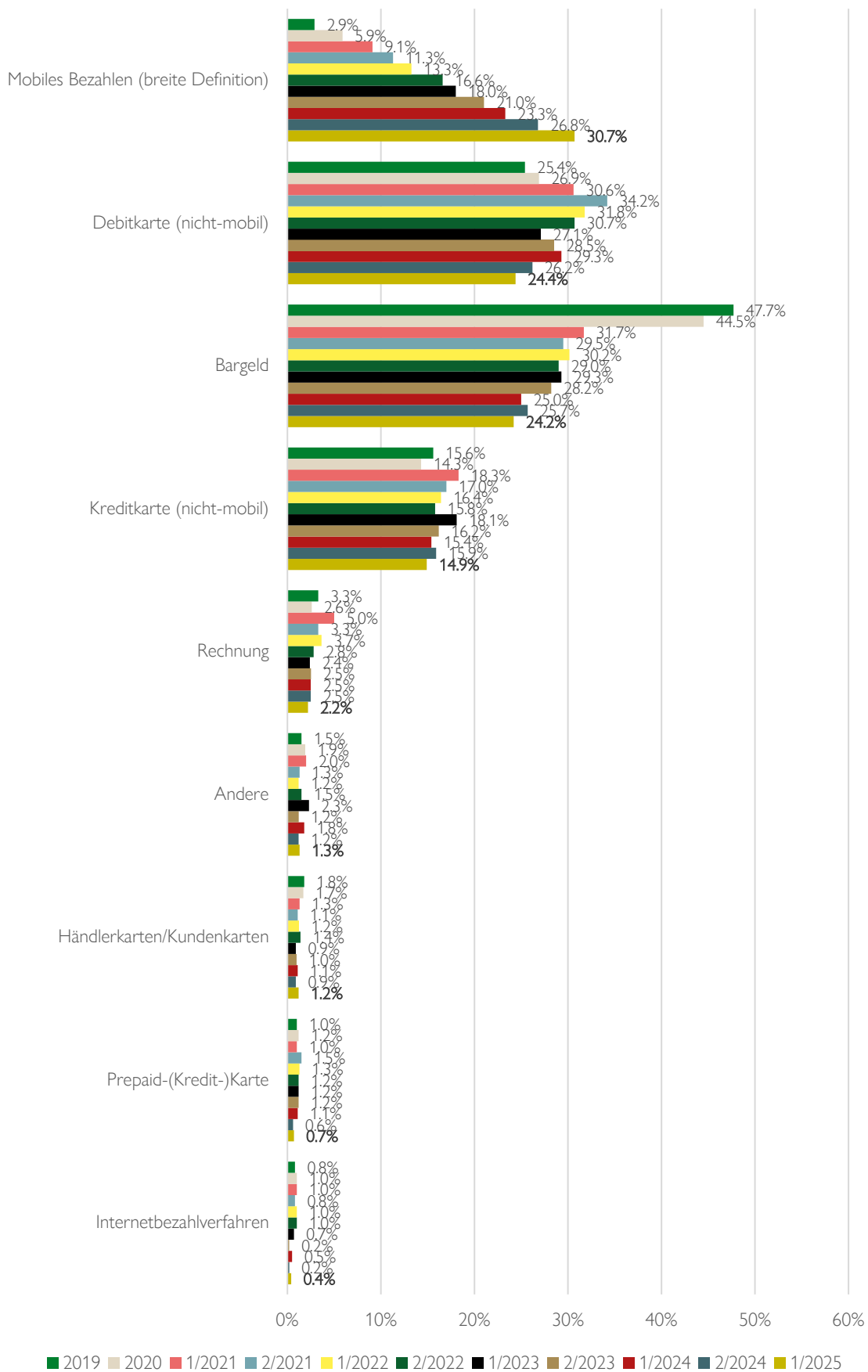


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

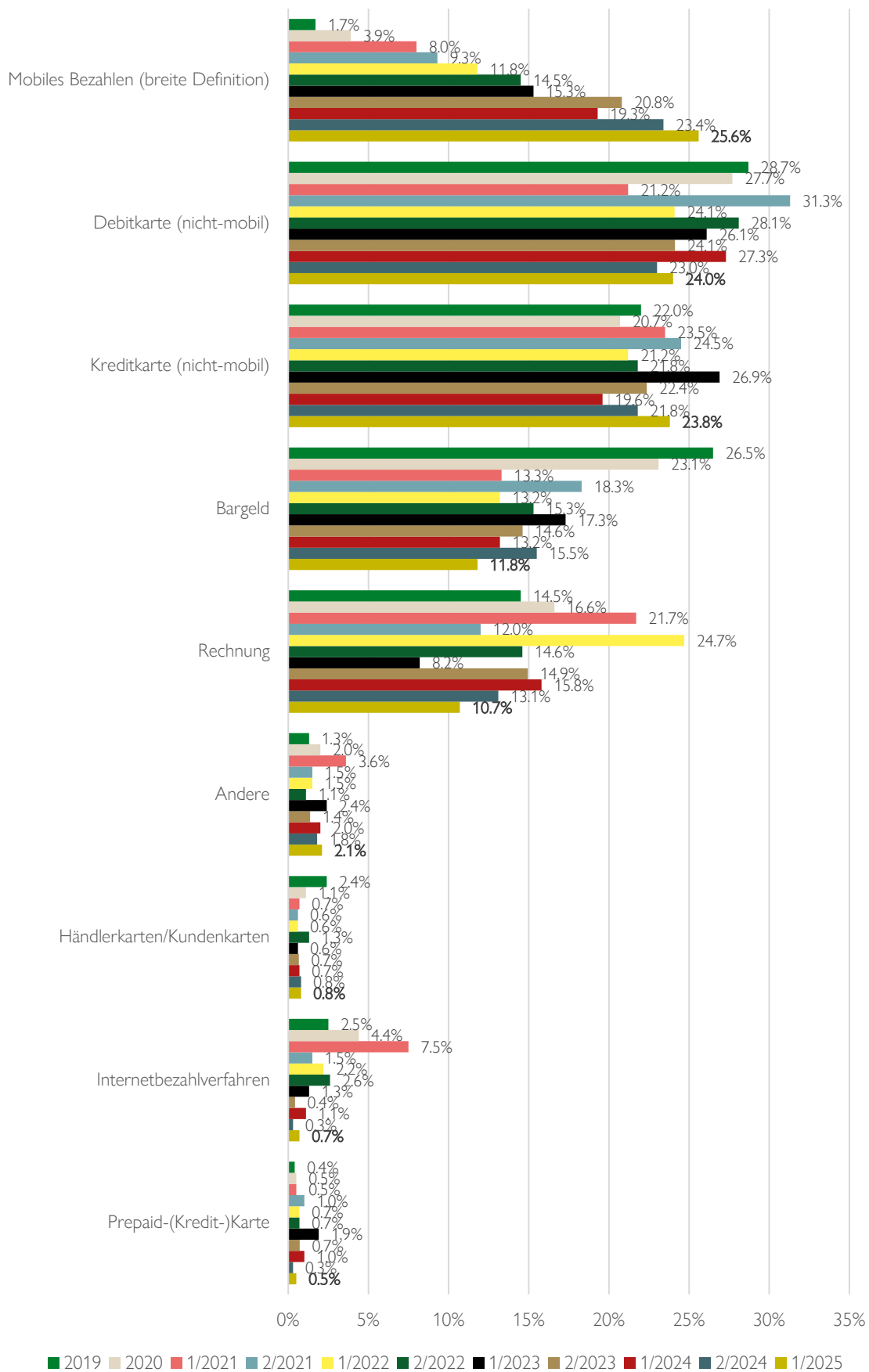


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl.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

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») respektive via zuvor geladenem Guthaben («mobiles Bezahlen prepaid») (vgl. Box 1 in Kapitel 3.1). Die Anteile der Zahlungsmittel wie Bargeld oder Rechnung bleiben durch diesen Perspektivenwechsel unverändert und werden deshalb in diesem Kapitel nicht vertieft diskutiert.

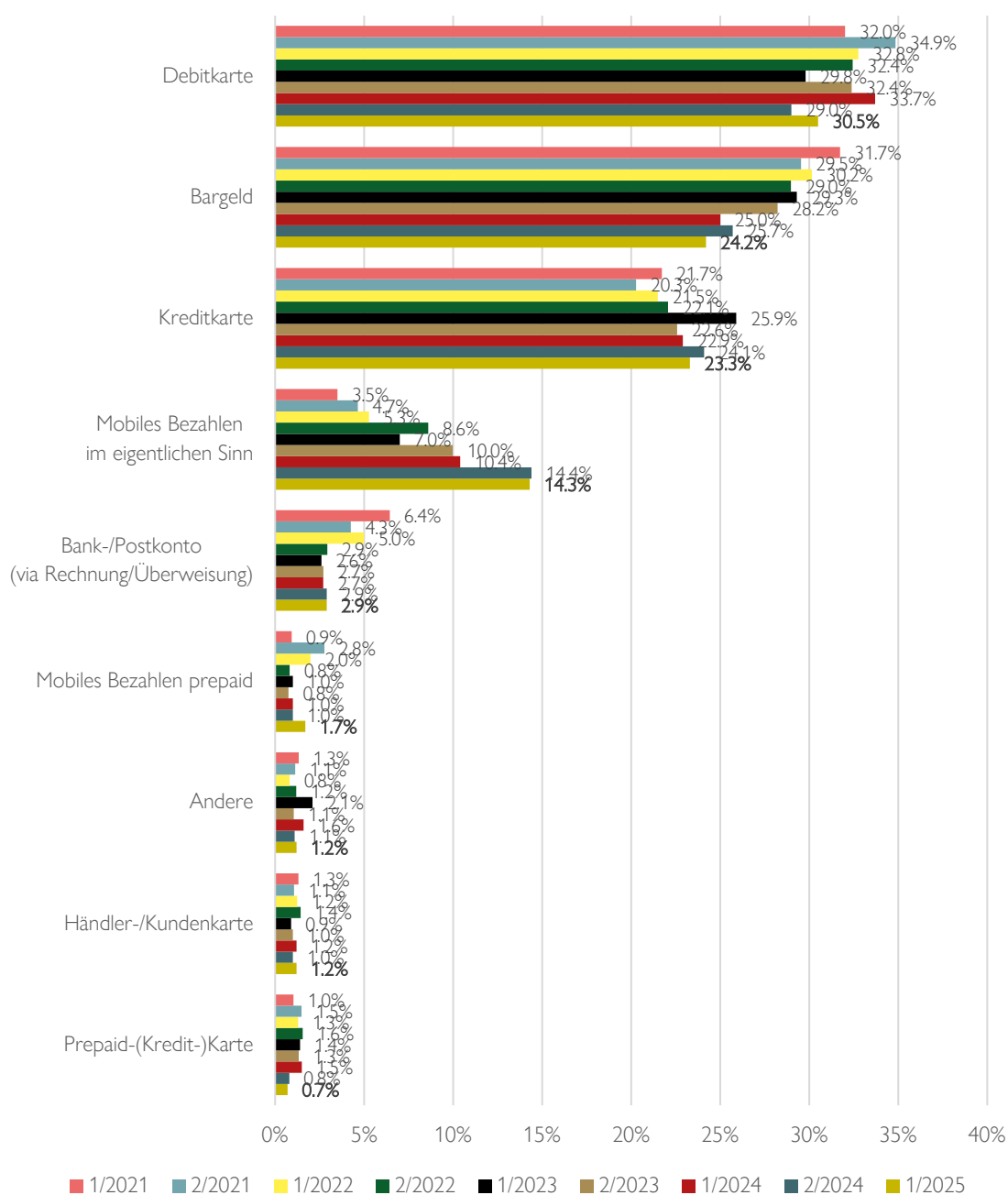


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; 113 Twint-Zahlungen (1,9 PP) wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; bei Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 84 (1,4 PP) Zahlungen von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 10 (0,2 PP) Zahlungen zu «mobiles Bezahlen prepaid» geändert. 29 (0,5 PP) Zahlungen in der SBB Mobile App wurden von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Bank-/Postkonto» geändert.

Abbildung 3 zeigt, dass die Debitkarte als Abrechnungsprodukt ihre Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Plus von 1,5 Prozentpunkte gegenüber des SPM 2/2024 auf einen Anteil von 30,5 Prozent ausbaute. Allerdings sind 1,4 Prozentpunkte – und somit fast das gesamte Wachstum – auf die in Kapitel 3.1 beschriebenen Umklassifizierungen zurückzuführen. Die Debitkarte als Abrechnungsprodukt konnte ihre Anteile im Vergleich zum SPM 2/2024 aber zumindest halten, während die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte abnahm (vgl. Abbildung 1 resp. Abbildung 3). Das zeigt, dass die Debitkarte im Vergleich zum SPM 2/2024 relativ betrachtet häufiger als hinterlegtes Abrechnungsprodukt für eine mobile Zahlung genutzt wurde.

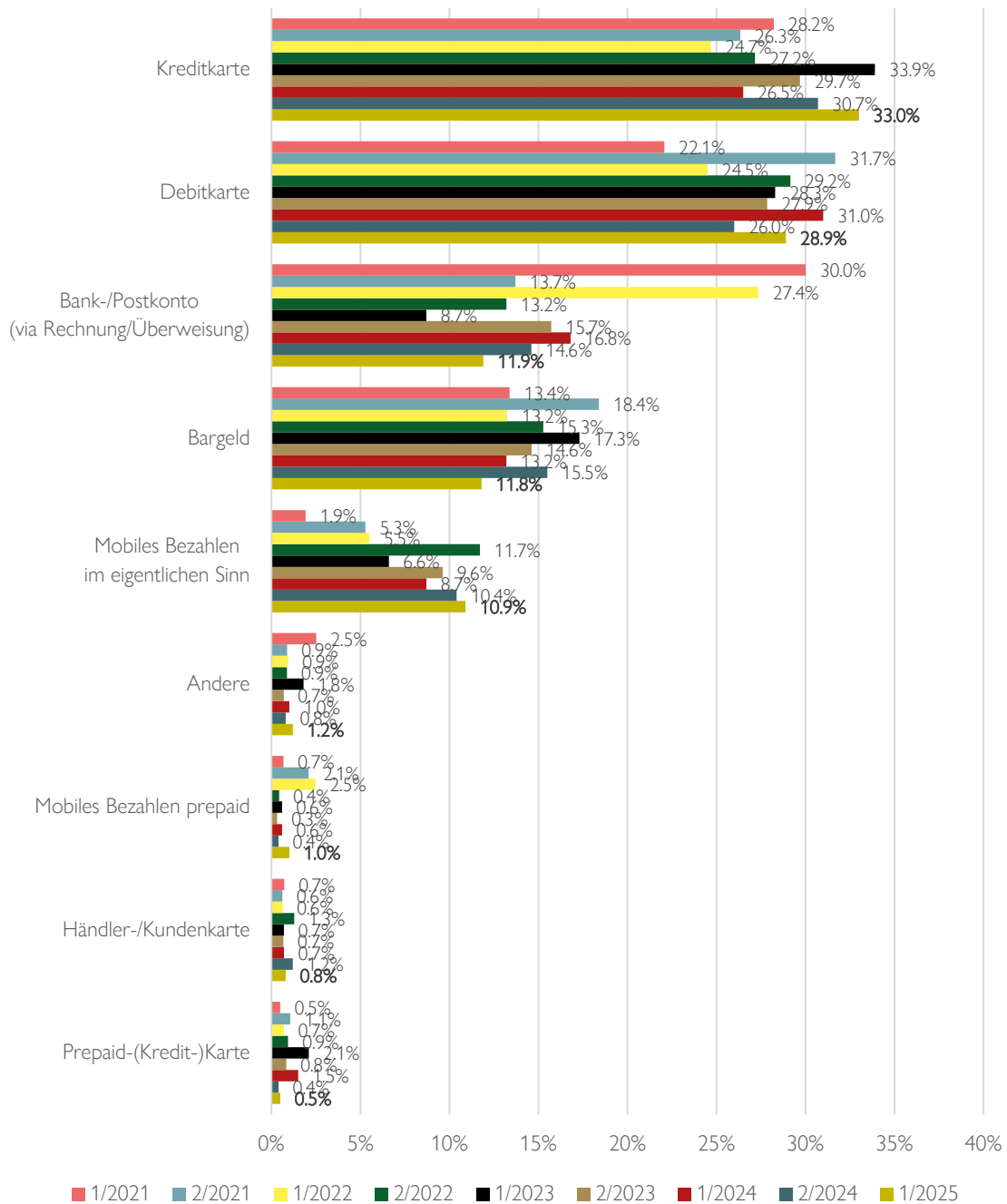


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; 113 Twint-Zahlungen wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; bei Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 84 Zahlungen von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 10 Zahlungen zu «mobiles Bezahlen prepaid» geändert. 29 Zahlungen in der SBB Mobile App wurden von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Bank-/Postkonto» geändert.

Die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt verlor gemessen an der Anzahl Transaktionen an Anteilen (-0,8 PP), während das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn im Vergleich zum SPM 2/2024 praktisch konstant blieb (-0,1 PP) (vgl. Abbildung 3). Beim mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn gilt es allerdings zu erwähnen, dass dessen Anteile ohne die neu eingeführten Umklassifizierungen im SPM 1/2025 um 2,1 Prozentpunkte höher liegen würden. Somit ist das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn mit einem Plus von 2,0 Prozentpunkten dasjenige Abrechnungsprodukt, welches gemessen an der Anzahl Transaktionen das höchste Wachstum gegenüber dem SPM 2/2024 verzeichnete. Zusammenfassend zeigt ein Vergleich von Abbildung 3 mit Abbildung 1 unter Berücksichtigung der Umklassifizierungen, dass das relative Wachstum des mobilen Bezahlers nach breiter Definition in erster Linie auf die vermehrte Nutzung von mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn sowie der Debitkarte als hinterlegtem Abrechnungsprodukt beim mobilen Bezahlen zurückzuführen ist.

Gemessen am Umsatz festigte die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Plus von 2,3 Prozentpunkten auf 33,0 Prozent ihre Spitzenposition (vgl. Abbildung 4). Der Vergleich mit Abbildung 2 zeigt, dass dieses Wachstum grösstenteils auf das relative Umsatzwachstum der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte zurückzuführen ist. Anders sieht es bei der Debitkarte als Abrechnungsprodukt aus, deren Umsatzwachstum um 2,9 Prozentpunkte auf einen Anteil von 28,9 Prozent mehrheitlich auf die mobile Nutzung der Debitkarte zurückzuführen ist (vgl. Abbildung 4). Beim mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn würde das Umsatzwachstum – wie bereits zuvor erklärt – höher ausfallen als 0,5 Prozentpunkte, würden in dieser Auswertung (SPM 1/2025) nicht die neuen Umklassifizierungen angewendet (vgl. Abbildung 4).

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 Zahlungsempfänger räumlich voneinander getrennt sind, worunter vor allem Online-Zahlungen 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 (65%), wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit.

Abbildung 5 zeigt, dass im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 28,2 Prozent erstmals seit dem SPM 2/2023 Bargeld wieder das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel ist. Bei einem Rückgang des Anteils von Bargeld um 1,7 Prozentpunkte war der Spitzenplatz allerdings nur möglich, weil die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte mit einem Minus von 2,1 Prozentpunkte auf 28,0 Prozent noch stärker an Anteilen verlor (vgl. Abbildung 5). Demgegenüber legte das mobile Bezahlen nach breiter Definition im Präsenzgeschäft mit einem Plus von 4,3 Prozentpunkten auf einen Anteil von 24,4 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen deutlich zu (vgl. Abbildung 5). Der Abstand zum Spitzenduo Bargeld und Debitkarte hat sich dadurch deutlich verkleinert.

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.

Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) im Präsenzgeschäft ging gemessen an der Anzahl Transaktionen um 1,0 Prozentpunkte auf 16,1 Prozent zurück (vgl. Abbildung 5). Gemessen am Umsatz legte die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) jedoch um 4,8 Prozentpunkte auf einen Anteil von 28,4 Prozent zu (vgl. Abbildung 6). Eine gegensätzliche Entwicklung zeigt gemessen am Umsatz das Bargeld, dessen Anteil im Präsenzgeschäft um 5,7 Prozentpunkte auf 16,6 Prozent schrumpfte (vgl. Abbildung 6). Dies lässt in Kombination mit Abbildung 5 erahnen, dass die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) vermehrt zur Bezahlung grösserer Beträge und das Bargeld zur Bezahlung von Klein- und Kleinstbeträgen genutzt wurde (vgl. Kapitel 3.5).

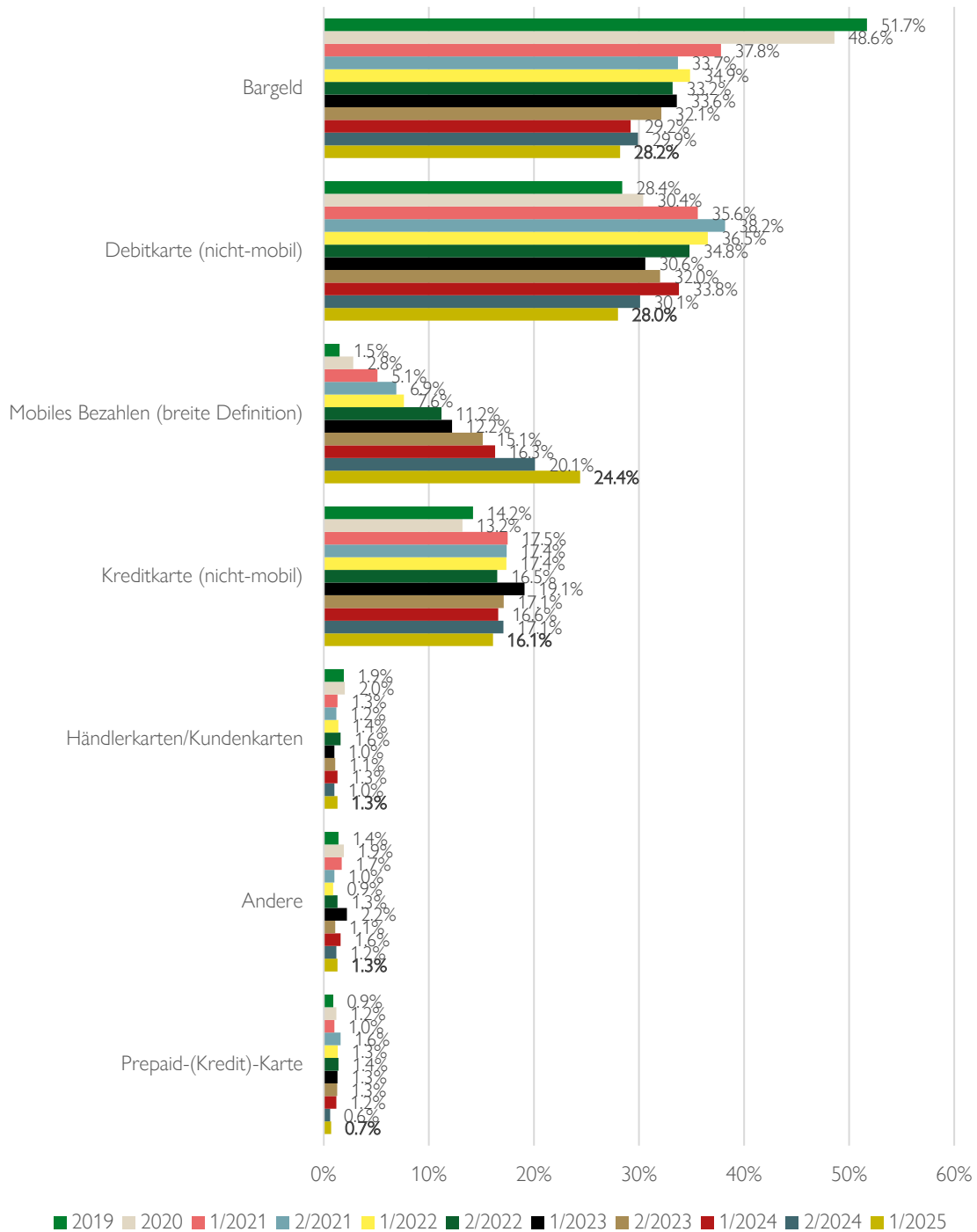


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

Bei bargeldlosen Zahlungen wird als häufigster Grund für die Wahl des Zahlungsmittels die Gewohnheit angegeben (60%), gefolgt von der Geschwindigkeit der Bezahlung (36%), der Bevorzugung von bargeldlosen Zahlungen bei solchen Händlertypen (30%) und der Betragshöhe (29%).⁹ Dies hat sich im Vergleich zu vorherigen Ausgaben des SPM kaum verändert. Bei Bargeldzahlungen wurde bei 45 Prozent der Zahlungen erwähnt, dass die Betragshöhe für die Wahl von Bargeld eine Rolle spielte. Am zweithäufigsten (37%) wurde die Gewohnheit als Begründung für die Verwendung von Bargeld genannt. Weiter eine Rolle für die Verwendung von Bargeld spielt der Händlertyp (30%), dass nur Bargeld akzeptiert wurde (13%) sowie das Verhindern von Gebühren für den Händler (12%).

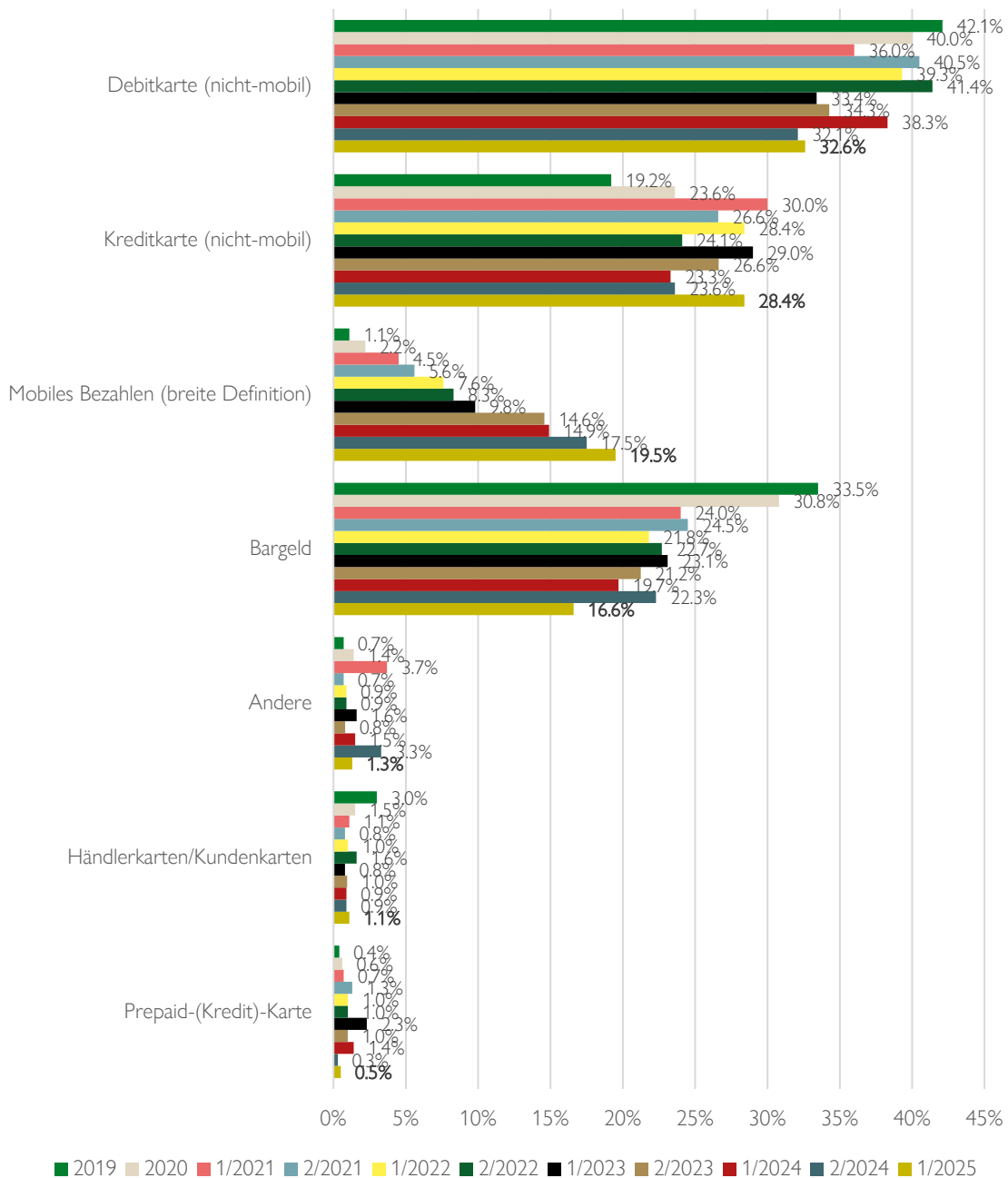


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgesehäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

⁹ Bei der Frage nach den Gründen für die Wahl des Zahlungsmittels waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Im Unterschied zur Betrachtung gemäss Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 5) behält die Debitkarte als Abrechnungsprodukt im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 33,7 Prozent (+1,6 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen die Spitzenposition (vgl. Abbildung 7). Dahinter folgen das Bargeld mit 28,2 Prozent (-1,7 PP), die Kreditkarte mit 22,4 Prozent (-1,2 PP) sowie das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn mit 11,6 Prozent (+0,8 PP) (vgl. Abbildung 7). Ohne die neu eingeführten Umklassifizierungen würde das Wachstum der Debitkarte als Abrechnungsprodukt praktisch vollständig auf das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn entfallen, welches dadurch 2,3 Prozentpunkte betragen würde.

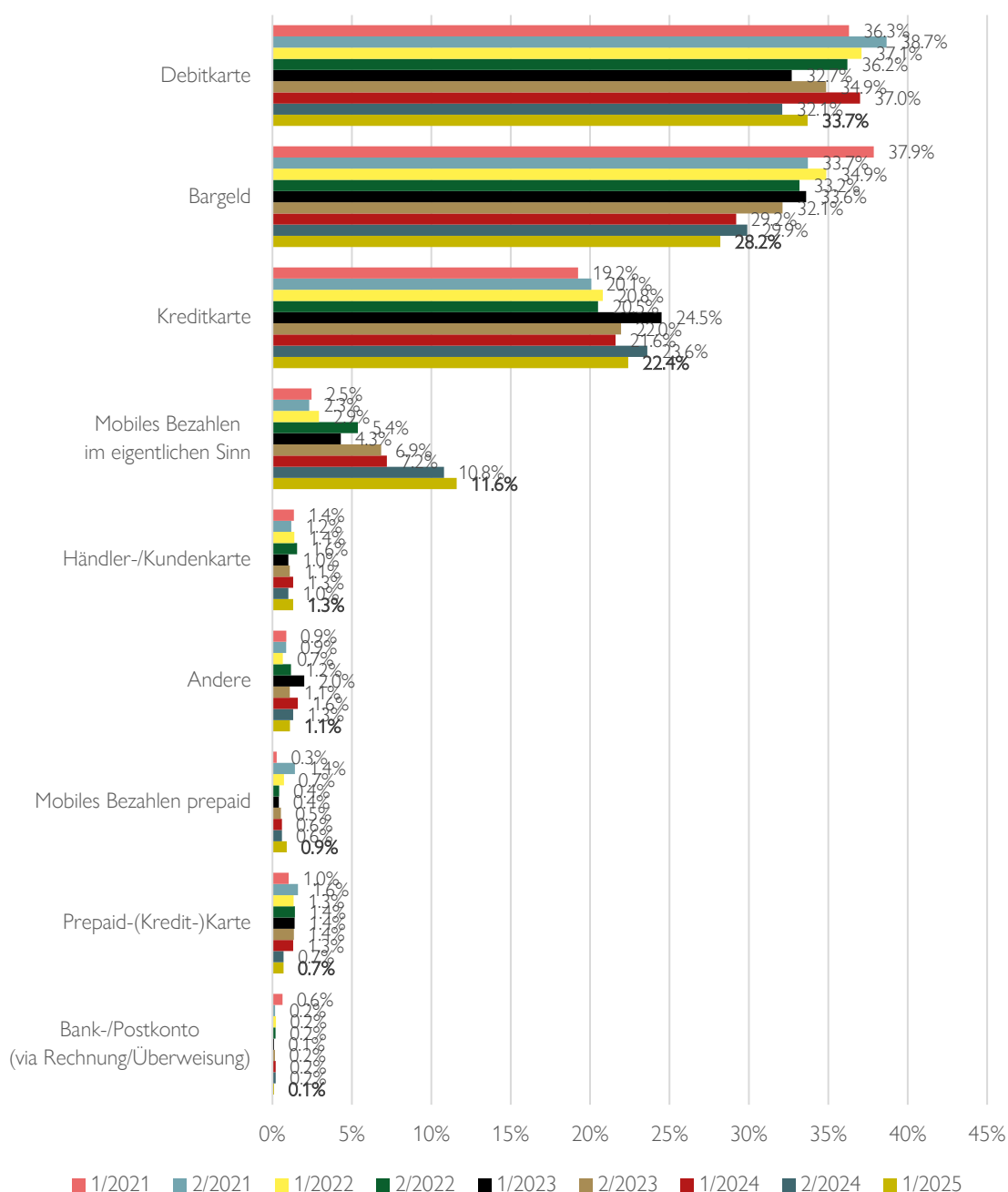


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. 75 Twint-Zahlungen (1,5 PP) wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; bei Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 72 Zahlungen (1,4 PP) von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 3 (0,1 PP) Zahlungen zu «mobiles Bezahlen prepaid» geändert.

Auch vom Umsatz entfällt im Präsenzgeschäft mit 37,2 Prozent (+3,6 PP) der grösste Anteil auf die Debitkarte als Abrechnungsprodukt, wobei das dargestellte Wachstum im Vergleich zum SPM 2/2024 wegen den Umklassifizierungen überzeichnet ist. Am zweitmeisten Umsatz erzielt im Präsenzgeschäft mit 34,4 Prozent die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt, wobei deren Wachstum von 2,8 Prozentpunkten auf das relative Wachstum des Durchschnittsbetrags zurückgeführt werden kann (vgl. Abbildung 8 resp. Kapitel 3.5). Der Umsatzanteil des mobilen Bezahls im eigentlichen Sinn ist um 0,8 Prozentpunkte auf 8,4 Prozent gewachsen (vgl. Abbildung 8). Ohne die Umklassifizierungen wäre das Wachstum noch stärker ausgefallen.

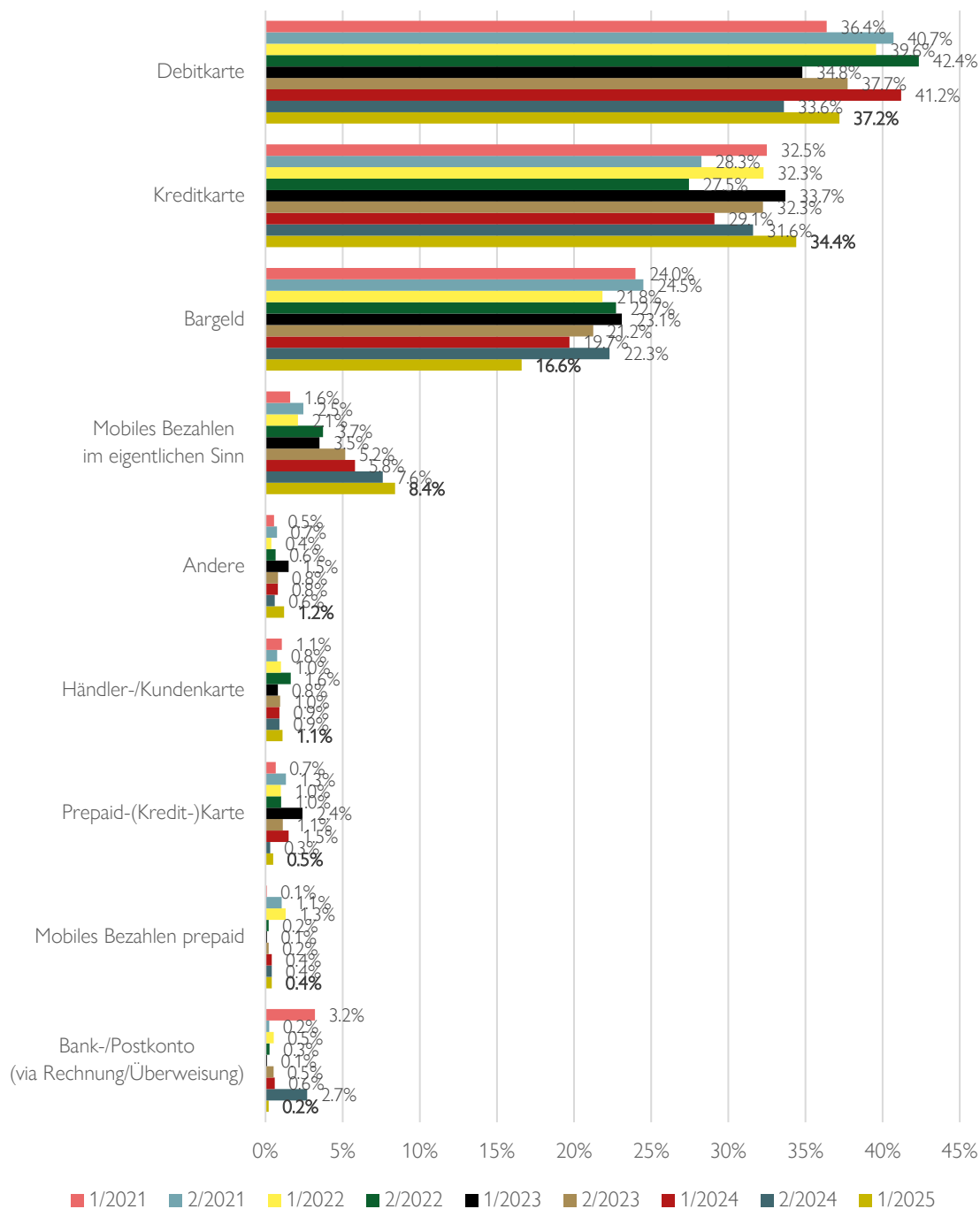


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; 75 Twint-Zahlungen wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; von Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 72 von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 3 Zahlungen zu «Mobiles Bezahlen prepaid» geändert.

Zusammenfassend ist im Präsenzg Geschäft das Wachstum des mobilen Bezahle ns nach breiter Definition gemäss Anzahl Transaktionen vor allem auf die vermehrte Nutzung von mobile m Bezahle n im eigentli chen Sinn sowie der Debitkarte als hinterlegtem Abrechnungsprodukt beim mobile n Bezahle n zurückzuführen. Gemessen am Umsatz ist das Wachstum der Anteile der Debitkarte und der Kreditkarte als Abrechnungsprodukte in erster Linie auf die nicht-mobile Kartennutzung zurückzuführen, während das Bargeld deutlich an Anteilen verlor (vgl. Abbildung 6).

3.4 Distanzgeschäft

3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Abbildung 9 und Abbildung 10 zeigen die Entwicklung der Anteile verschiedener Zahlungsmittel bezüglich Anzahl Transaktionen respektive bezüglich Umsatz im Distanzgeschäft im Zeitverlauf.¹⁰ Gemessen an der Anzahl Transaktionen wuchs der Anteil des mobilen Bezahle ns nach breiter Definition wie immer seit Erhebungsbeginn. Im Vergleich zum SPM 2/2024 betrug der Zuwachs 1,7 Prozentpunkte auf einen Anteil von 69,1 Prozent (vgl. Abbildung 9). Der Anteil der Rechnung hingegen reduzierte sich um 1,7 Prozentpunkte auf den Tiefstwert von 15,4 Prozent (vgl. Abbildung 9). Die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte reduzierte sich gemessen an der Anzahl Transaktionen um 0,4 Prozentpunkte auf 8,0 Prozent, während die verschiedenen Internetbezahlverfahren um 1,4 Prozentpunkte auf 2,7 Prozent zulegten (vgl. Abbildung 9).

Gemessen am Umsatz im Distanzgeschäft konnte das mobile Bezahle n nach breiter Definition seine im SPM 2/2024 eroberte Spitzenposition behaupten. Mit einem Plus von 4,0 Prozentpunkten innerhalb von sechs Monaten liegt das mobile Bezahle n mit einem Anteil von 40,8 Prozent nun deutlich vor der Rechnung mit 36,6 Prozent (-0,1 PP) (vgl. Abbildung 10). Der Umsatzanteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) reduzierte sich um 5,2 Prozentpunkte auf 12,4 Prozent (vgl. Abbildung 10). Dieser Rückgang erscheint auf den ersten Blick gross, ist beim volatilen Umsatzanteil aber nicht aussergewöhnlich. Der Umsatzanteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) ist somit wieder auf dem Niveau des SPM 1/2024 (vgl. Abbildung 10).

Insgesamt zeigt sich, dass sich immer grössere Teile des Distanzgeschäfts auf einem mobile n Gerät abspielen und das desktopbasierte Einkaufs- und Zahlungsverhalten immer mehr an Bedeutung verliert. Als Grund für die mobile Bezahlung im Distanzgeschäft werden in erster Linie die Gewohnheit (39%) angegeben, gefolgt von der Geschwindigkeit der Zahlung (32%) und der Bevorzugung der Bezahlmethode bei diesem Händler typ.¹¹ Für die Rechnung als Zahlungsmittel ist der Händler typ (39%) der meistgenannte Faktor. Am zweithäufigsten genannt wird die Gewohnheit (33%), während die Höhe des Betrags nur noch bei 16 Prozent der Zahlungen ausschlaggebend für die Wahl der Rechnung als Zahlungsmittel war. Dieser Wert lag im Jahr 2023 noch bei 34 Prozent. Für die Wahl der Kreditkarte als Zahlungsmittel im Distanzgeschäft spricht der Händler typ (40%), die Gewohnheit (38%), die Betragshöhe (30%), sowie die Geschwindigkeit der Zahlung (23%), wobei dieser Grund seltener genannt wurde als beim mobile n Bezahle n.

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 vom SPM 2019 bis zum SPM 2/2023 respektive rund 900 Transaktionen in den letzten drei Erhebungen seit 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.

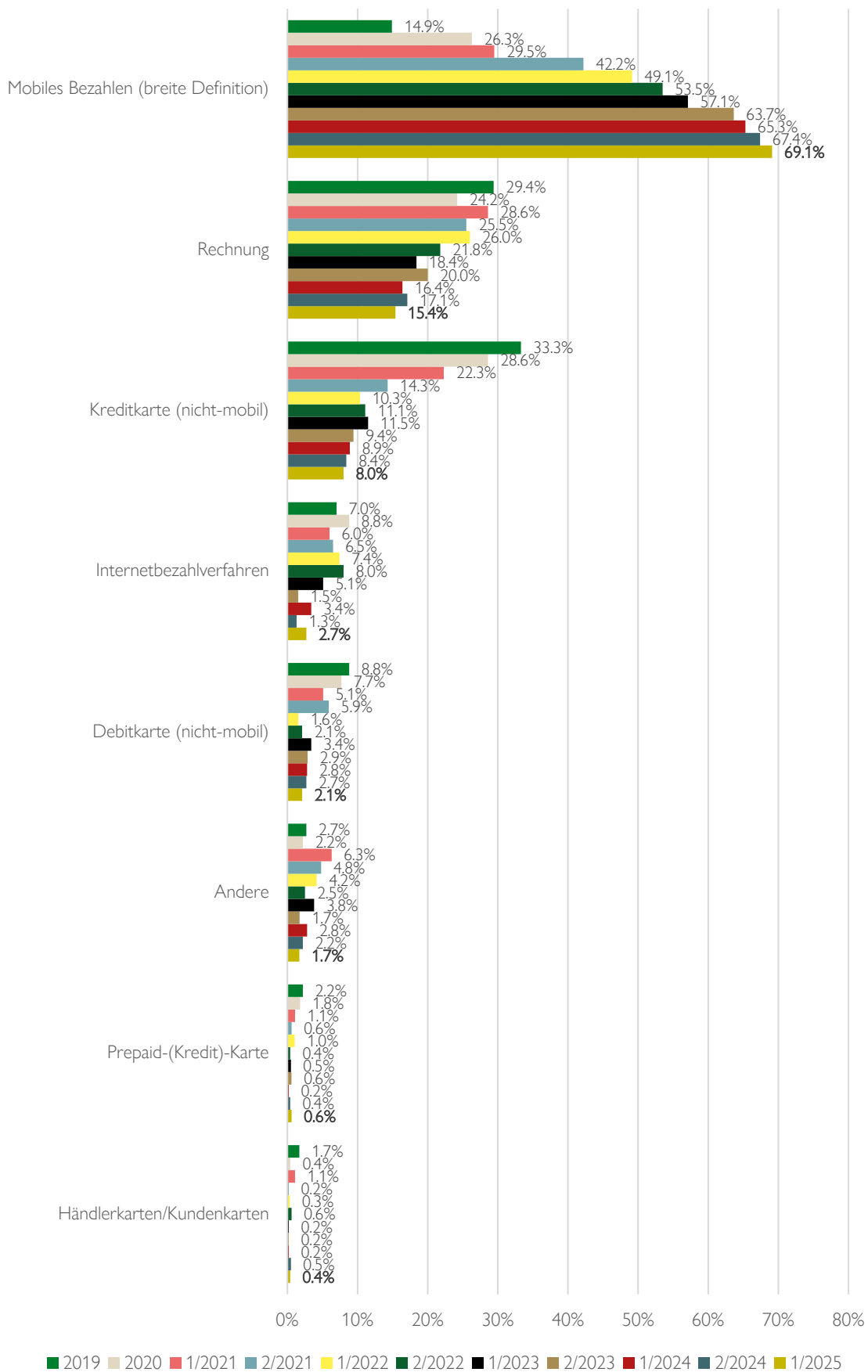


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst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

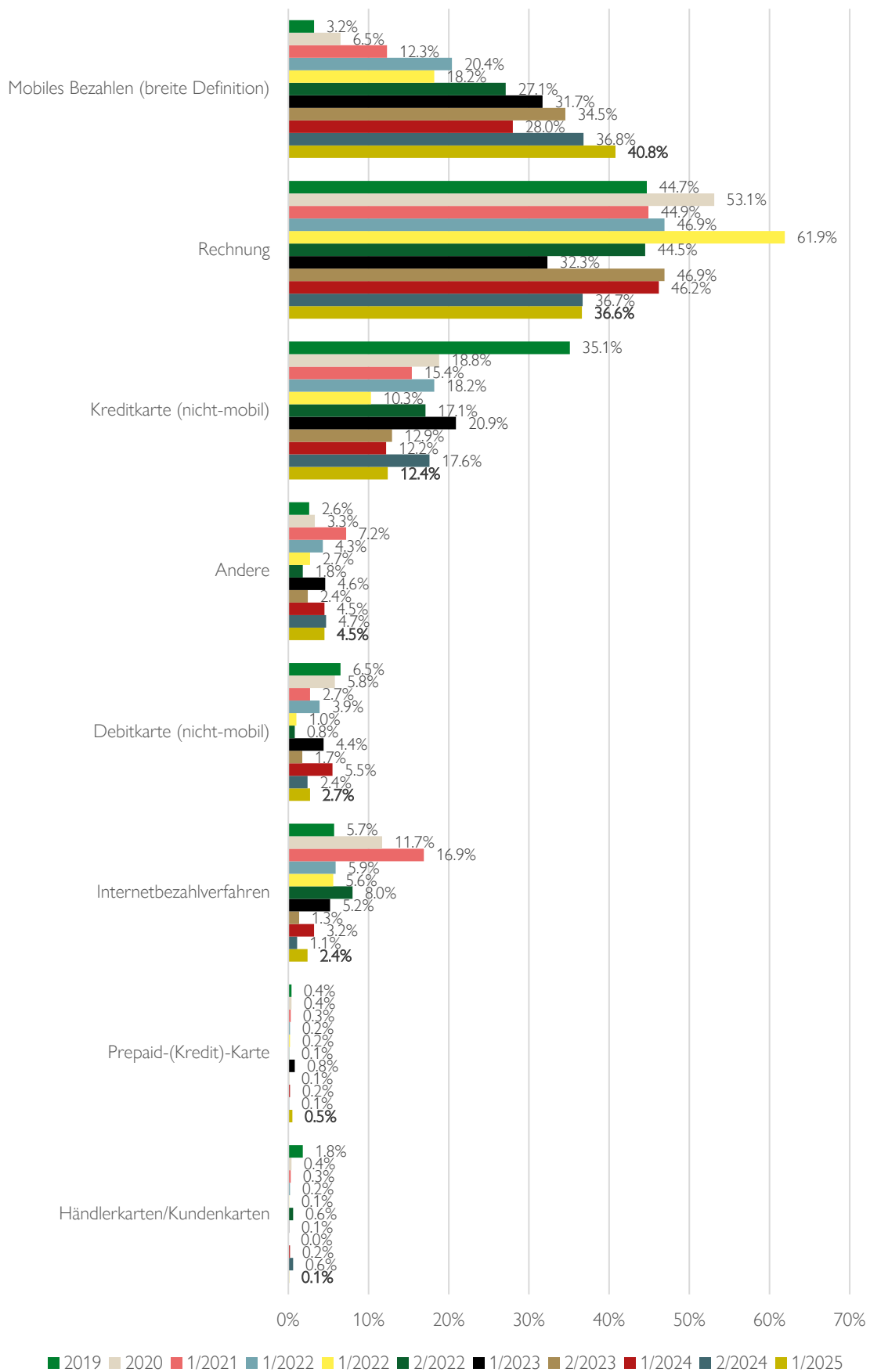


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bei Betrachtung des Distanzgeschäfts nach Abrechnungsprodukt zeigt sich, dass bei zahlreichen Online-Zahlungen über ein mobiles Gerät die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt zugrunde liegt. Dies erkennt man daran, dass die Anteile der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt gemessen an der Anzahl Transaktionen mit 29,2 Prozent (+1,6 PP) (vgl. Abbildung 11) sowie gemessen am Umsatz mit 29,6 Prozent (+1,1 PP) (vgl. Abbildung 12) deutlich höher liegen als bei der (nicht-mobilen) Kreditkarte als Zahlungsmittel mit 8,0 Prozent (vgl. Abbildung 9) respektive 12,4 Prozent (vgl. Abbildung 10). Bei beiden Betrachtungsweisen liegt die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt auf dem zweiten Platz.

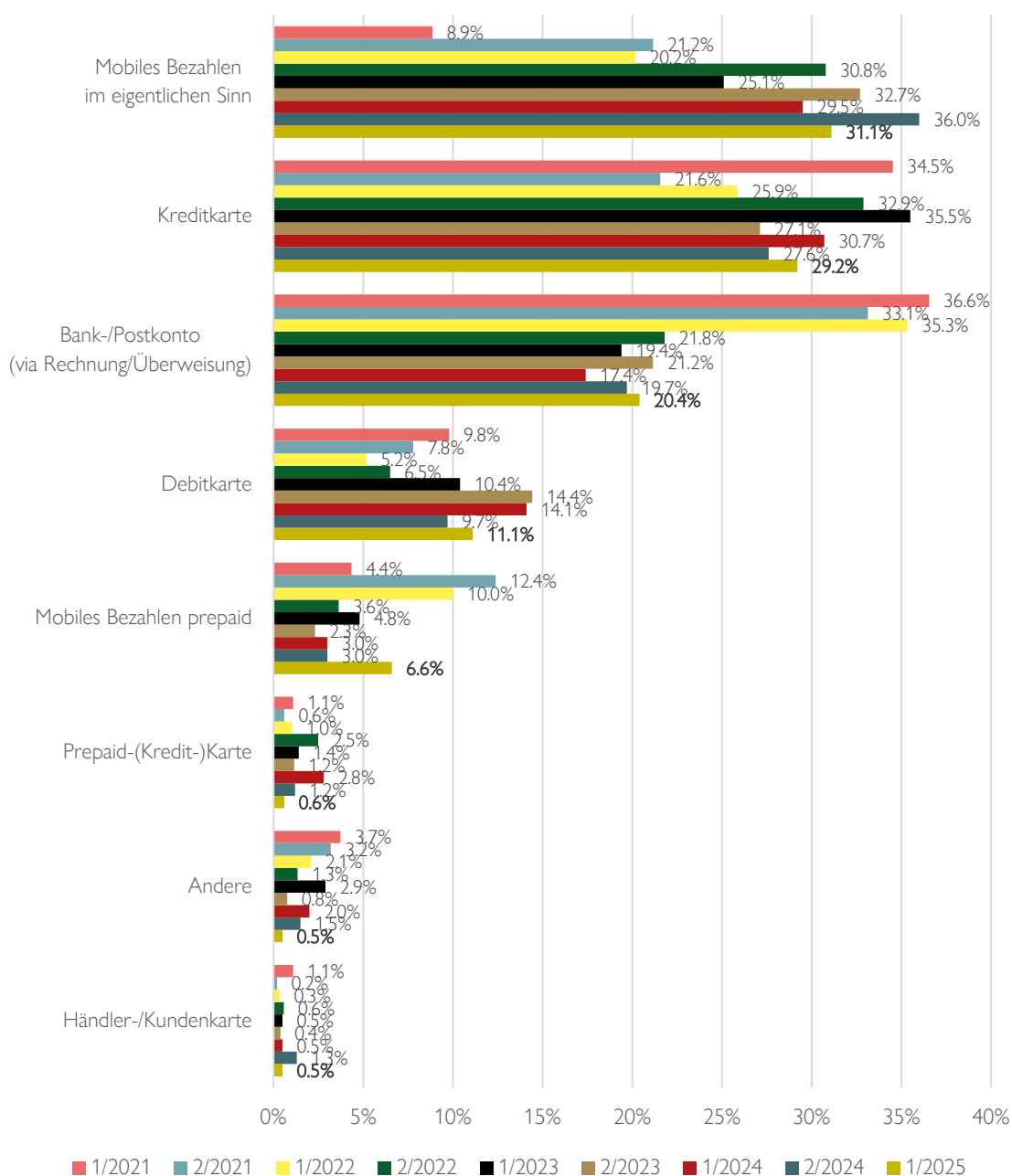


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. 38 Twint-Zahlungen (4,5 PP) wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; bei Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 12 Zahlungen (1,4 PP) von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 7 (0,8 PP) Zahlungen zu «mobiles Bezahlen prepaid» geändert. 29 (3,4 PP) Zahlungen in der SBB Mobile App wurden von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Bank-/Postkonto» geändert.

Gemessen an der Anzahl Transaktionen behauptet das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn mit einem Anteil von 31,1 Prozent seine Spitzenposition trotz eines Rückgangs um 4,9 Prozentpunkte (vgl. Abbildung 11). Dieser Rückgang ist allerdings vollumfänglich auf die neu eingeführten Umklassifizierungen zurückzuführen (vgl. Kapitel 3.1). Bei Anwendung derselben Klassifizierung wie im SPM 2/2024 hätte das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn gemessen an der Anzahl Transaktionen ein Wachstum von 0,7 Prozentpunkten verzeichnet. Bei der Debitkarte als Abrechnungsprodukt ist das gesamte Wachstum von 1,4 Prozentpunkten gemessen an der Anzahl Transaktionen auf die Umklassifizierungen zurückzuführen. Ohne Umklassifizierung wären bei den Umsatzanteilen zudem sowohl das Wachstum vom mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn als auch der Rückgang der Debitkarte höher als in Abbildung 12 dargestellt.

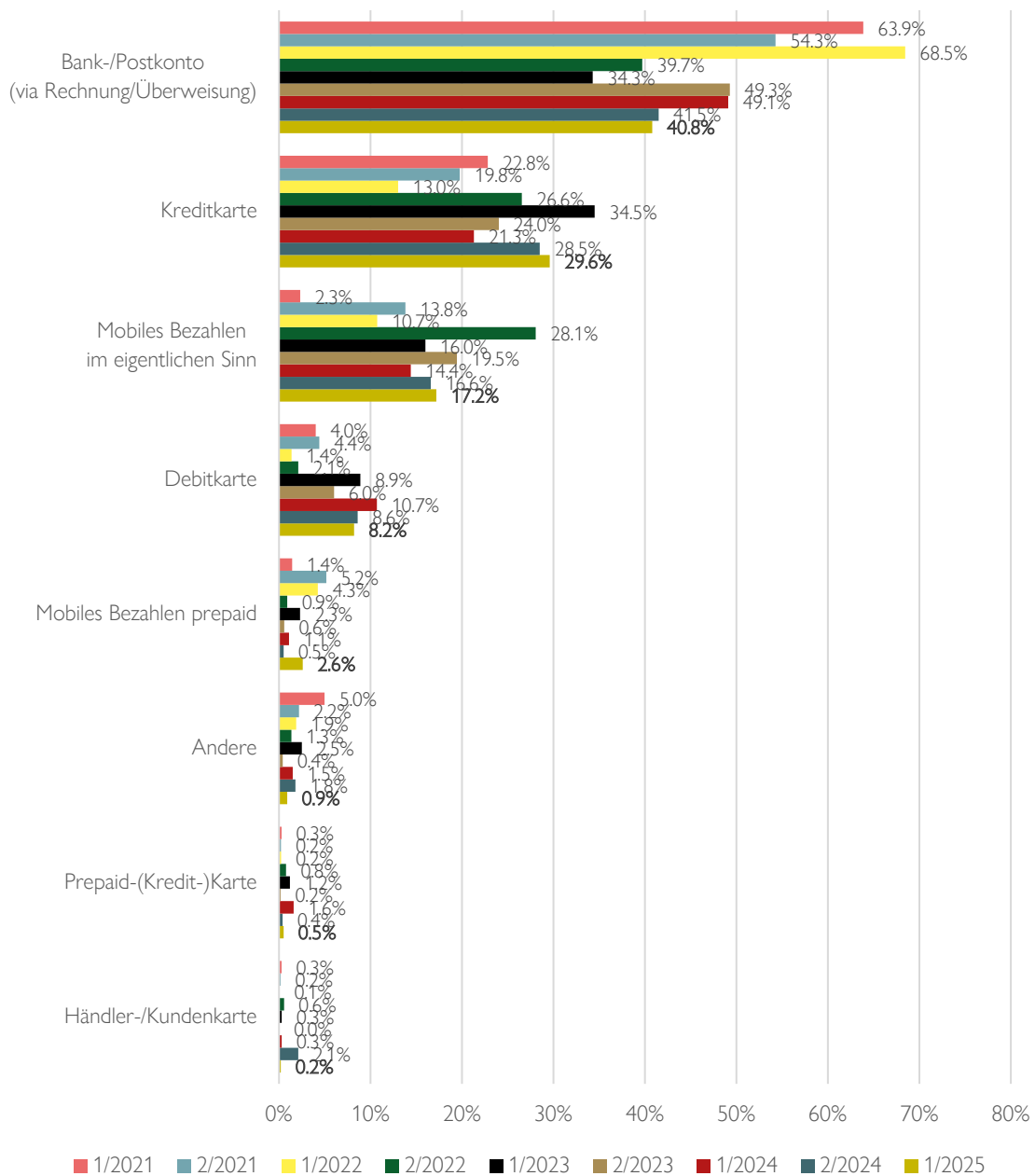


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. 38 Twint-Zahlungen wurden analog zum SPM 2/2024 von «Debitkarte» zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» geändert; von Zahlungen mit verschiedenen Apps wurden 12 von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Debitkarte» und 7 Zahlungen zu «Mobiles Bezahlen prepaid» geändert. 29 Zahlungen in der SBB Mobile App wurden von «Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zu «Bank-/Postkonto» geändert.

3.5 Betragshöhe

Die vorangehenden Kapitel haben gezeigt, dass sich bei den verschiedenen Zahlungsmitteln Umsatzanteile und Anteile gemäss Anzahl Transaktionen teilweise stark unterscheiden. Das ist darauf zurückzuführen, dass die durchschnittlichen Zahlungsbeträge bei den verschiedenen Zahlungsmitteln teilweise stark variieren.

Wie Tabelle 2 zeigt, kommt die Rechnung mit einem Mittelwert von 217 Fr. und einem Median von 96 Fr. in der Tendenz bei deutlich höheren Transaktionsbeträgen zum Einsatz als alle anderen Zahlungsmittel. Die Anteile verschiedener Zahlungsmittel in unterschiedlichen Betragsbereichen in Abbildung 13 zeigen, dass die Rechnung als Zahlungsmittel erst ab Beträgen über 50 Fr. relevant wird. Bei Beträgen über 500 Fr. ist die Rechnung mit einem Anteil von 25,4 Prozent sogar das am zweithäufigsten eingesetzte Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 13). Da die Rechnung vorwiegend im Distanzgeschäft zum Einsatz kommt, könnte das in erster Linie darauf zurückzuführen sein, dass Konsument:innen bei Onlinekäufen insbesondere grössere Beträge lieber erst im Nachhinein begleichen, wenn sie sich der zufriedenstellenden Erfüllung der Gegenleistung sicher sind. Zudem ermöglicht die Rechnung einen Zahlungsaufschub um 30 Tage, was bei grösseren Beträgen aus Liquiditätsgründen relevant sein kann.

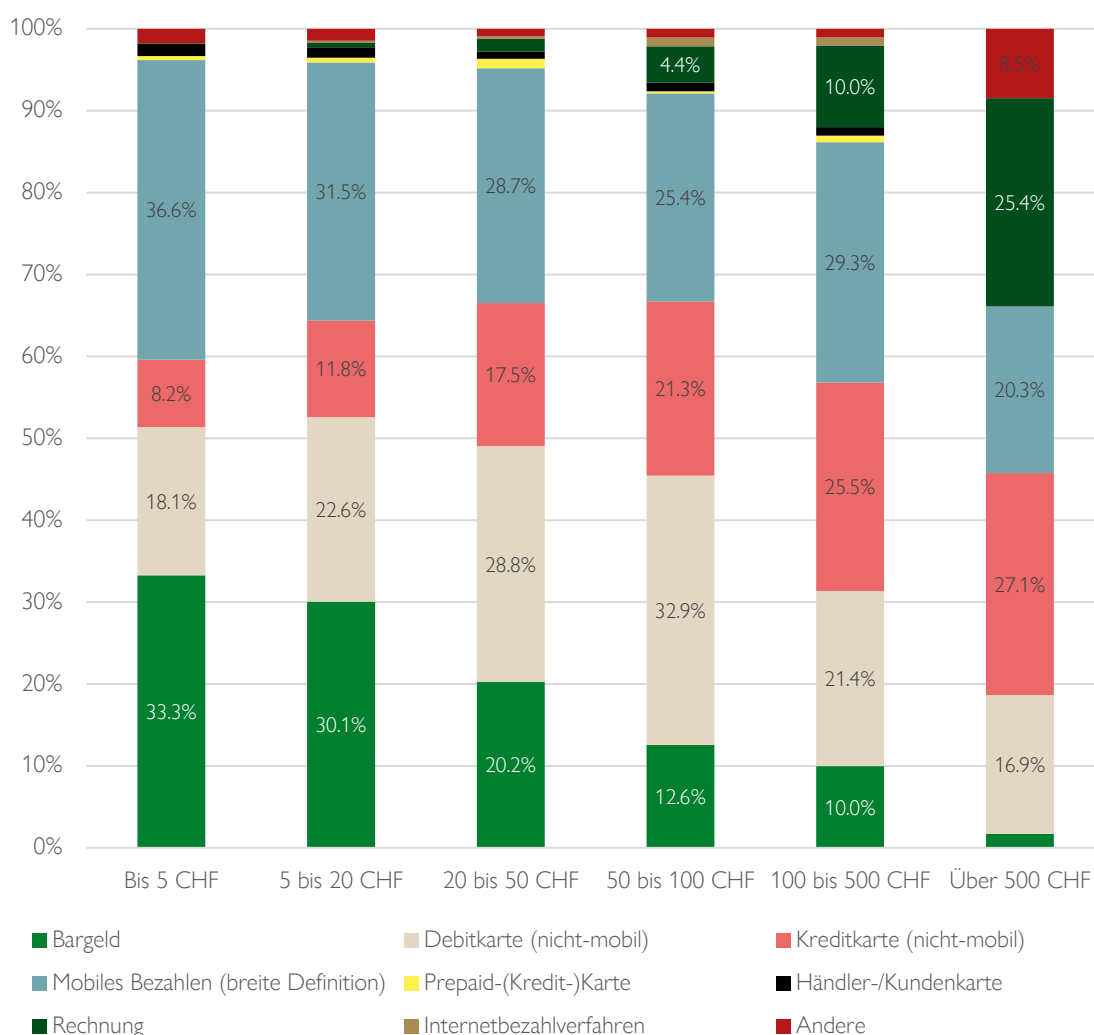


Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

Tabelle 2: Deskriptive Statistiken der Transaktionsbeträge nach Zahlungsmittel

	Anzahl Transaktionen	Transaktionsbetrag Mittelwert	Transaktionsbetrag Median
Rechnung	132	CHF 217.08	CHF 96.00
Kreditkarte (nicht-mobil)	898	CHF 71.41	CHF 28.15
Debitkarte (nicht-mobil)	1452	CHF 44.42	CHF 20.95
Mobiles Bezahlen (breite Definition)	1843	CHF 37.53	CHF 13.65
Prepaid-(Kredit-)Karte	49	CHF 36.30	CHF 21.85
Händler-/Kundenkarte	69	CHF 31.19	CHF 12.80
Bargeld	1445	CHF 22.24	CHF 10.00

Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; Reihenfolge der Zahlungsmittel nach der Höhe des Mittelwerts des Transaktionsbetrags.

Am zweithöchsten sind die Transaktionsbeträge im Durchschnitt mit 71 Fr. sowie im Median mit 28 Fr. bei der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte (vgl. Tabelle 2). Abbildung 13 zeigt zudem, dass der Anteil der nicht-mobilen Kreditkartennutzung mit der Erhöhung der Beträge kontinuierlich steigt und sein Maximum mit einem Anteil von 27,1 Prozent bei Transaktionsbeträgen über 500 Fr. erreicht. Ähnlich wie die Rechnung als Zahlungsmittel ermöglicht auch die Kreditkarte einen Zahlungsaufschub, was insbesondere bei grösseren Beträgen von Bedeutung sein kann. Im Unterschied zur Rechnung kommt die Kreditkarte zudem auch im Präsenzgeschäft häufig zum Einsatz. Neben der grundsätzlichen Präferenz für die Kreditkarte als Zahlungsmittel kann es dort bei grösseren Beträgen der Fall sein, dass nicht genügend Bargeld zur Verfügung steht, oder dass die Kreditmöglichkeit genutzt wird – zum Beispiel zur Vermeidung von Liquiditätsengpässen.

Am kleinsten sind die durchschnittlichen Transaktionsbeträge (22 Fr.) sowie der Median (10 Fr.) bei Bargeldzahlungen (vgl. Tabelle 2). Der Anteil Bargeldzahlungen ist bei Kleinstbeträgen unter 5 Fr. mit 33,3 Prozent am höchsten und nimmt mit steigender Betragshöhe kontinuierlich ab (vgl. Abbildung 13). Die Beliebtheit von Bargeld bei kleinen Beträgen kann einerseits auf die Gewohnheit bei solchen Zahlungen zurückgeführt werden. Andererseits weisen Händler teilweise darauf hin, dass bargeldlose Zahlungen bei kleinen Beträgen (aufgrund der Händlergebühren) unerwünscht sind, was einige Konsument:innen bei ihrer Zahlungsmittelwahl berücksichtigen.

Bei den Kleinstbeträgen unter 5 Fr. ist das Bargeld mittlerweile nicht mehr – wie bisher in jeder Erhebung des SPM – das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel, sondern mit einem Anteil von 36,6 Prozent das mobile Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Abbildung 13). Neben den Kleinstbeträgen ist das mobile Bezahlen auch bei Beträgen zwischen 5 und 20 Fr. (31,5 Prozent) sowie bei Beträgen zwischen 100 und 500 Fr. (29,3 Prozent) das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 13). Das zeigt, dass sich das mobile Bezahlen unabhängig von der Betragshöhe einer grossen Beliebtheit erfreut (vgl. Kapitel 5).

3.6 Zahlungsort

Weitere Einblicke in das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung bieten sich, wenn die unterschiedlichen Orte der Ausgaben verglichen werden. Im Einklang mit der Analyse nach Betragshöhe in Kapitel 3.5 zeigt Abbildung 14, dass der Bargeldanteil an Orten mit tendenziell kleinen Beträgen wie an Automaten (42,1%) oder am Kiosk respektive in der Bäckerei (38,9%) besonders hoch ist, während er bei grösseren Ausgaben wie für Kleidung mit 8,1 Prozent am geringsten ist.

Der tiefe Bargeldanteil beim Kauf von Kleidung ist dabei einerseits auf die Häufigkeit der Onlinekäufe von persönlicher Kleidung zurückzuführen, andererseits liegt dieser auch im Präsenzgengeschäft für diesen Ausgabentyp bei lediglich 13,8 Prozent. In Bars und Clubs ist der Bargeldanteil mit 40,9 Prozent ebenfalls sehr hoch, obwohl die Transaktionsbeträge 20 Fr. oft übersteigen (vgl. Abbildung 14).

Die Debitkarte (nicht-mobil) kommt insbesondere an der Tankstelle (41,4%), in der Apotheke (35,1%) sowie im Einzelhandel beim Kauf von Gütern für den täglichen Bedarf (31,9%) zum Einsatz (vgl. Abbildung 14). Letzteres fällt für die Betrachtung nach «Gesamtmarkt» (vgl. Kapitel 3.2) besonders ins Gewicht, da Zahlungen im Einzelhandel für den täglichen Bedarf mit einer Anzahl von 2520 rund das Fünffache des zweithäufigsten Zahlungsortes «Restaurant» (n=523) ausmachen.

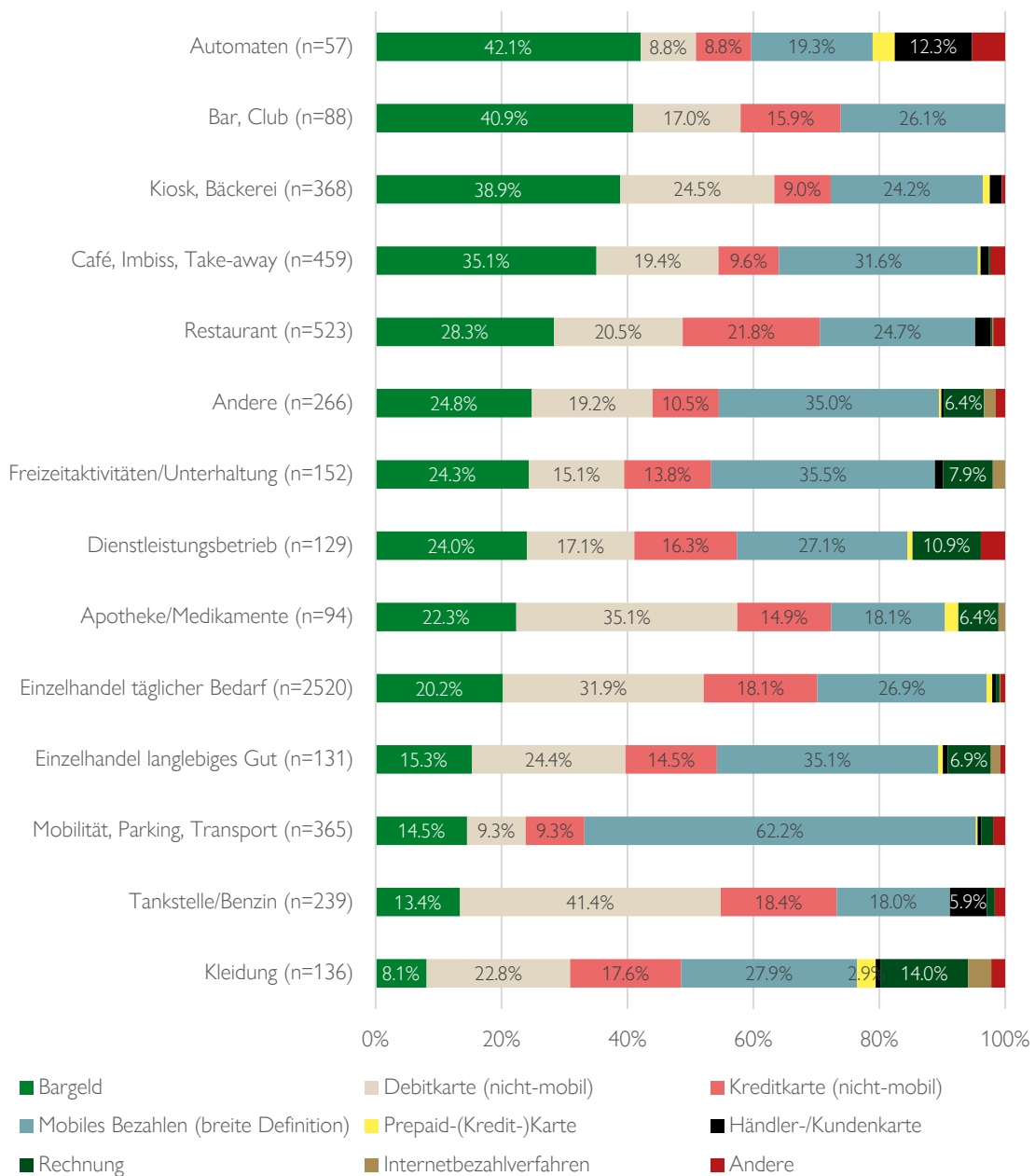


Abbildung 14: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Ort/Typ der Zahlung
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; Orte geordnet nach Anteil der Bargeldzahlungen.

In Restaurants werden die vier dominierenden Zahlungsmittel ähnlich häufig eingesetzt. Für die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) stellt der Anteil von 21,8 Prozent in Restaurants den höchsten Wert aller Zahlungsorte dar, gefolgt von der Tankstelle (18,4%) und dem Einzelhandel für den täglichen Bedarf (18,1%) (vgl. Abbildung 14). Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) an der Tankstelle ist deutlich tiefer als derjenige der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) – eine Beobachtung, die auch auf die Orte «Kiosk, Bäckerei» sowie «Café, Imbiss, Take-away» zutrifft.

Mobiles Bezahlen nach breiter Definition dominiert beim Ausgabentyp «Mobilität, Parking, Transport» mit einem Anteil von 62,2 Prozent (vgl. Abbildung 14). Dies könnte auf innovative, kundenorientierte App-Lösungen insbesondere für den öffentlichen Verkehr (z.B. SBB Easy Ride, Fairtiq, etc.), aber auch zum Bezahlen von Parkgebühren des motorisierten Individualverkehrs (z.B. EasyPark, Twint, etc.) zurückzuführen sein. Des Weiteren werden auch Freizeitaktivitäten (35,5%) und langlebige Güter im Einzelhandel (35,1%) besonders häufig mobil bezahlt (vgl. Abbildung 14). Am seltensten mobil bezahlt wird an der Tankstelle (18,0%) und in der Apotheke (18,1%) (vgl. Abbildung 14).

Zusammenfassend beeinflusst der Zahlungsort die Wahl des Zahlungsmittels. Oft spielt dabei der Durchschnittsbetrag eines Warenkorbs, der stark mit dem Ort korreliert und – wie in Kapitel 3.5 gezeigt – einen Einfluss auf das Zahlungsverhalten ausübt, eine wichtige Rolle. Es gibt aber auch unabhängig von der Betragshöhe Zahlungsorte, an welchen ein bestimmtes Zahlungsmittel bevorzugt wird.

4 Bargeld

Der durchschnittliche Bargeldbestand der Befragten hat sich im Vergleich zum SPM 2/2024 sowohl im Portemonnaie von 82 Fr. auf 94 Fr. als auch zu Hause von 739 Fr. auf 902 Fr. erhöht (vgl. Abbildung 15). Der Anstieg bei der Bargeldhaltung zu Hause ist dabei besonders auffällig, da 902 Fr. einen neuen Höchstwert seit Erhebungsbeginn darstellen (vgl. Abbildung 15). Allerdings gilt es, zu erwähnen, dass der Mittelwert stark durch einzelne hohe Werte nach oben getrieben wird. Der Median des Bargeldbesitzes liegt unverändert bei 50 Fr. im Portemonnaie respektive 200 Fr. zu Hause.

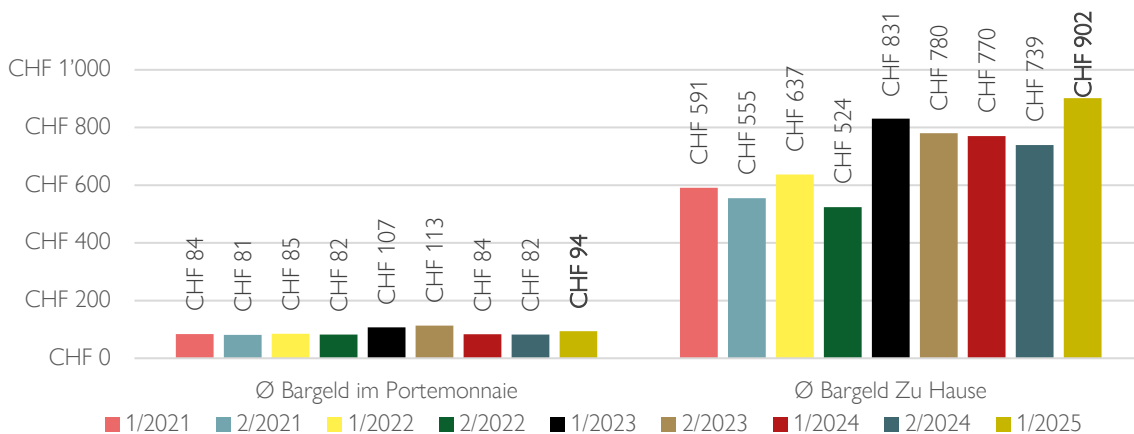


Abbildung 15: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; nur Personen, die gewöhnlich Bargeld zu Hause oder im Portemonnaie haben; Fragen: «Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise in Ihrem Portemonnaie oder in Ihrer Hosentasche?»; «Wie viel Bargeld bewahren Sie für gewöhnlich zu Hause oder an einem anderen Ort (z.B. in einem Schliessfach) auf?»

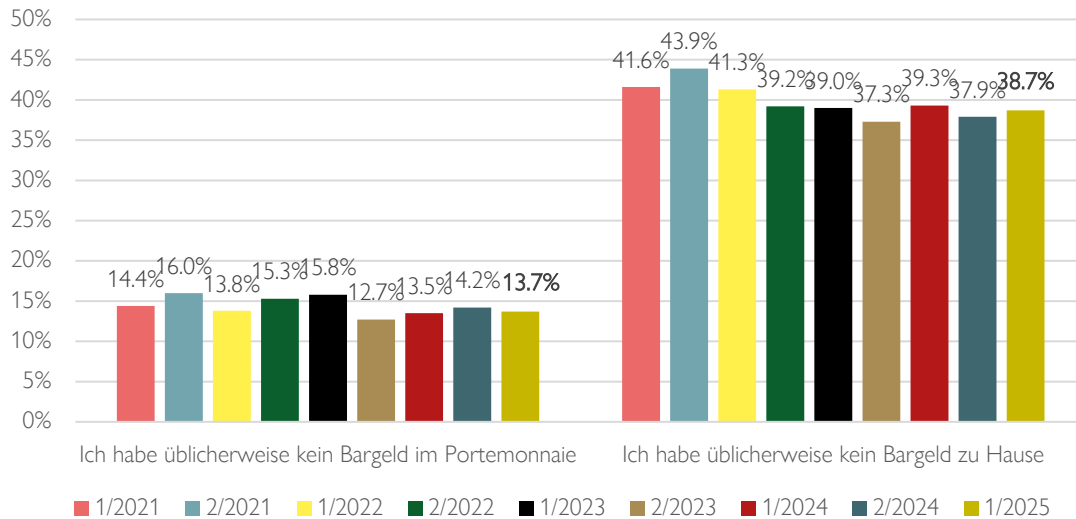


Abbildung 16: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Fragen: «Wie viel Bargeld haben Sie üblicherweise in Ihrem Portemonnaie oder in Ihrer Hosentasche?»; «Wie viel Bargeld bewahren Sie für gewöhnlich zu Hause oder an einem anderen Ort (z.B. in einem Schliessfach) auf?»

Die Anteile der Befragten, die überhaupt kein Bargeld mehr im Portemonnaie mit sich führen (13,7%; -0,5 PP) respektive kein Bargeld zu Hause aufbewahren (38,7%; +0,8 PP) veränderten sich im Vergleich zum SPM 2/2024 nur unwesentlich und liegen im Bereich der Mittelwerte der letzten zwei Jahre (vgl. Abbildung 16).

Bei der Frage nach der Einstellung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld wurden in der aktuellen Erhebung neue Höchst- respektive Tiefstwerte erreicht: Nur noch 16,4 Prozent der Befragten sprechen sich (eher) für eine Abschaffung von Bargeld aus. 70,4 Prozent der Befragten sprechen sich (eher) dagegen aus (vgl. Abbildung 17). Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre weiter fort: Bargeld wird immer seltener zum Bezahlen verwendet, wird aber von einem wachsenden Anteil der Bevölkerung wertgeschätzt und als erhaltenswürdig – wenn nicht gar erhaltungspflichtig – bezeichnet.

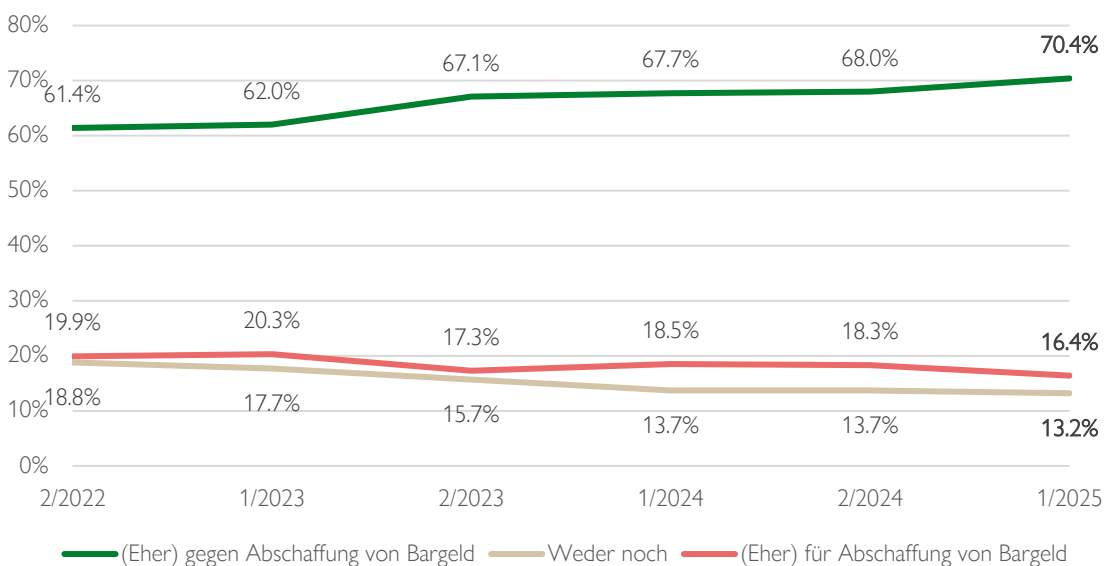


Abbildung 17: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Mit der Digitalisierung und den zunehmenden Möglichkeiten des mobilen Bezahlens (Mobile Payment) verliert Bargeld immer mehr an Bedeutung. Stellen Sie sich vor, Bargeld wird komplett abgeschafft. Wie finden Sie das?»

5 Mobiles Bezahlen

Mobiles Bezahlen nach breiter Definition hat gemessen an der Anzahl Transaktionen im Vergleich zum SPM 2/2024 um 3,9 Prozentpunkte zugenommen (vgl. Kapitel 3.2.1). Mit anderen Worten werden immer häufiger Zahlungen mit einem mobilen Gerät abgewickelt. Der Anteil der Mobilzahler ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und ist aktuell mit einem Anteil von 14,4 Prozent der häufigste Zahlungstyp hinter den Mischzahlern mit 58,7 Prozent (vgl. Abbildung 18).¹² Vor zwei Jahren lag der Anteil der Mobilzahler noch bei 7,6 Prozent und hat sich in dieser Zeit somit auf Kosten aller anderen Zahlungstypen fast verdoppelt (vgl. Abbildung 18). An dritter Stelle folgen die Debitkartenzahler mit einem Anteil von 10,5 Prozent, gefolgt von den Barzahlern mit 9,4 Prozent und den Kreditkartenzahlern mit 7 Prozent (vgl. Abbildung 18).

Twint ist gesamthaft und relativ betrachtet weiterhin die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz. Allerdings nahm der relative Nutzungsanteil von Twint an der Gesamtheit aller mobilen Zahlungen (nach breiter Definition, vgl. Box 1) im letzten halben Jahr von 67,8 Prozent auf 66,7 Prozent der Transaktionen ab, nachdem dieser in den letzten drei Erhebungen stetig gewachsen ist (vgl. Abbildung 19). Der Grund für den tieferen relativen Nutzungsanteil von Twint liegt in der zunehmenden Verwendung von Apple Pay, welches mit einem Anteil von 16,4 Prozent (+3,9 PP) an zweiter Stelle der mobilen Bezahlösungen in der Schweiz steht (vgl. Abbildung 19). Dies könnte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass dank der neuen Generation von Debitkarten (vgl. Kapitel 3.1) immer mehr Leute Apple Pay nutzen und dessen Schnelligkeit und Einfachheit zum Bezahlen kennen lernen.¹³

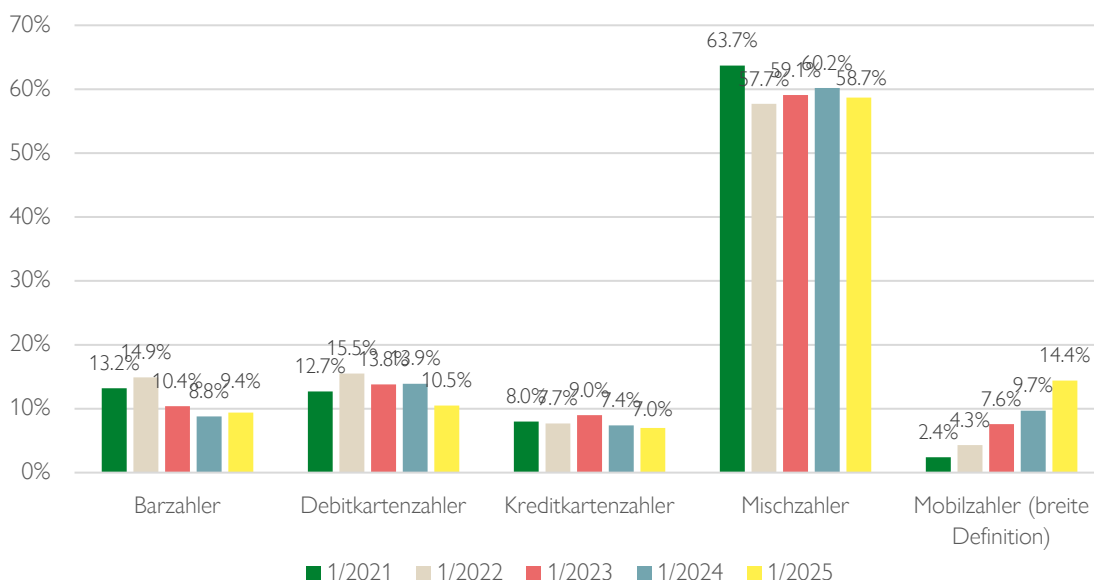


Abbildung 18: Anteile der Zahlungstypen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

¹² Wenn eine Person mit einem einzigen Zahlungsmittel mehr als 75 Prozent ihrer Transaktionen ausübt, wird sie diesem Zahlungstyp zugeordnet. Personen, die mit keinem einzelnen Zahlungsmittel über 75 Prozent ihrer Transaktionen ausüben, gelten als Mischzahler.

¹³ Das zweimalige Betätigen der Seitentaste gefolgt vom Hinhalten des iPhones an das Terminal ermöglicht das Bezahlen mit Apple Pay am physischen Verkaufspunkt per NFC-Technologie. Die Nutzung der NFC-Schnittstelle ist auf Apple-Geräten Apple Pay vorbehalten, weshalb z.B. das Bezahlen mit Twint zusätzliche Schritte erfordert.

Eine separate Betrachtung von mobilem Bezahlen im Präsenz- und im Distanzgeschäft zeigt, dass Twint gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Anteil von 65,2 Prozent respektive 70,2 Prozent in beiden Bereichen die meistverwendete mobile Bezahlösung ist. Im Präsenzgeschäft liegt an zweiter Stelle Apple Pay (20,9%), gefolgt von «Andere» (5,5%; bspw. PayPal, Parkingpay, Fairtiq, PostFinance Pay, Garmin Pay, andere händlerspezifische Apps), Samsung Pay (3,6%) und Google Pay (3,4%). Im Distanzgeschäft rangiert an zweiter Stelle hinter Twint die SBB Mobile App (15,5%), gefolgt von «Andere» (8,4%), Apple Pay (5,5%), Samsung Pay (0,2%) und Google Pay (0,2%). Der hohe Anteil von Twint im Distanzgeschäft lässt sich teilweise dadurch erklären, dass Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay in vielen Onlineshops in der Schweiz nicht akzeptiert werden, während Twint von knapp 80 Prozent der Händler akzeptiert wird.¹⁴

Ähnlich wie bei bargeldlosen Zahlungen im Allgemeinen wird als häufigster Grund für die Wahl von mobilem Bezahlen (unabhängig der Definition) sowohl für vor-Ort-Transaktionen als auch für Onlinezahlungen die Gewohnheit (50%) angegeben, gefolgt von der Geschwindigkeit der Bezahlung (33%), der Bevorzugung von bargeldlosen Zahlungen bei solchen Händlerarten (28%) und der Betragshöhe (23%).¹⁵

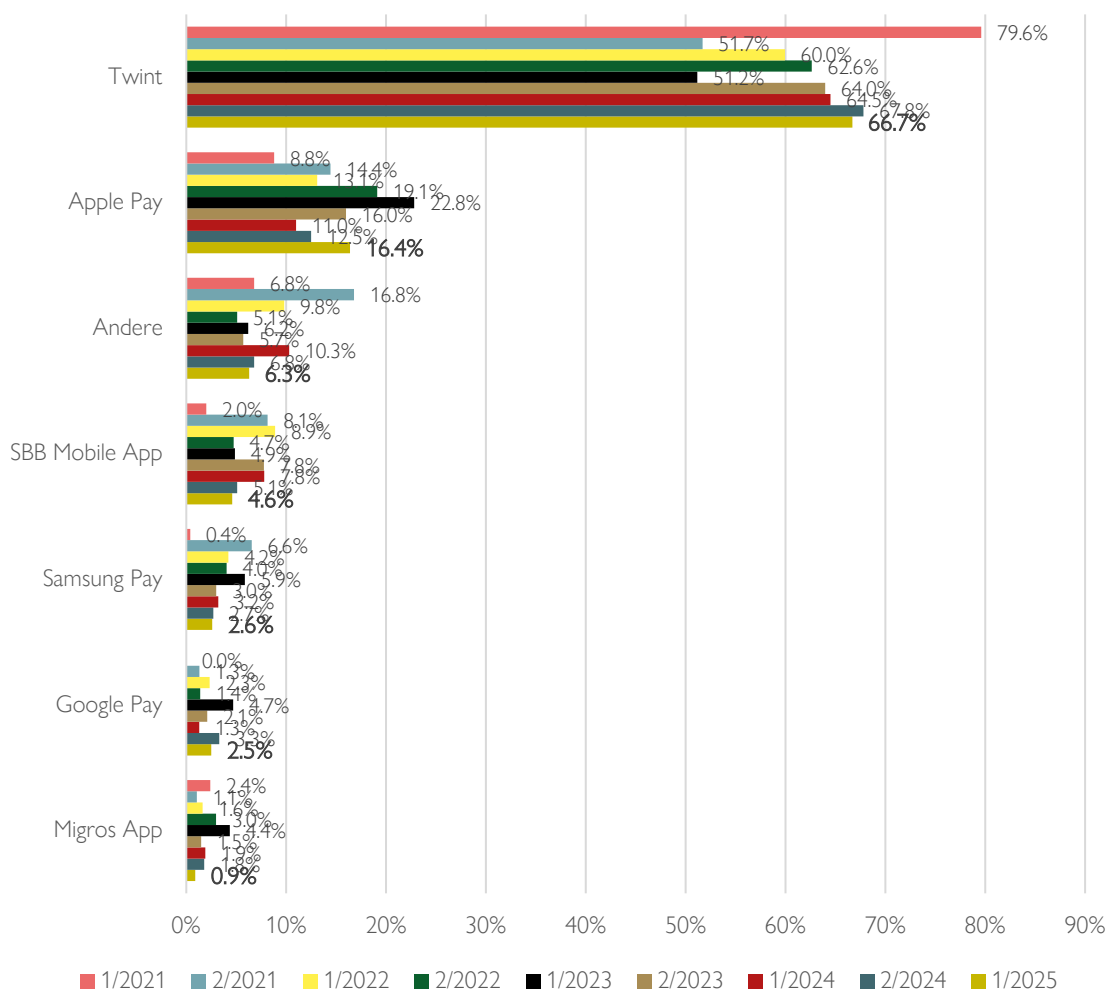


Abbildung 19: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

¹⁴ Siehe «Händlerbefragung zum Bargeldlosen Zahlungsverkehr in der Schweiz» (<https://www.alexandria.unisg.ch/entities/publication/5134f3cc-0d43-4ec8-b800-ea53143cf62c>)

¹⁵ Bei der Frage nach den Gründen für die Wahl des Zahlungsmittels waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

Tabelle 3: Deskriptive Statistiken der Transaktionsbeträge gemäss Anbieter von mobilem Bezahlen

	Anzahl Transaktionen	Transaktionsbetrag Mittelwert	Transaktionsbetrag Median
Google Pay	35	CHF 37.4	CHF 10.3
Twint	722	CHF 28.9	CHF 12.0
Apple Pay	216	CHF 26.8	CHF 12.1
Andere	12	CHF 25.1	CHF 12.6
Hinterlegte Bezahlkarte	29	CHF 27.5	CHF 14.4
PostFinance Pay	7	CHF 32.0	CHF 18.9
Migros App	14	CHF 58.5	CHF 20.6
Samsung Pay	37	CHF 36.0	CHF 22.0

Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; geordnet nach Höhe des Medians des Transaktionsbetrags.

Tabelle 3 zeigt Mittelwert und Median der Transaktionsbeträge aufgeschlüsselt nach den Anbietern von mobilem Bezahlen. Der Median beträgt zwischen 10.30 Fr. (Google Pay) und 22 Fr. (Samsung Pay), wobei er bei den am meisten genutzten Anbieter Twint und Apple Pay jeweils bei rund 12 Fr. liegt (vgl. Tabelle 3). Mit anderen Worten werden häufig Beträge im Kleinbetragsbereich mit mobilen Bezahlösungen beglichen, also just in jenem Bereich, wo Bargeld dominiert (vgl. Kapitel 3.5). Im Falle einer zukünftig weiter steigenden Verbreitung des mobilen Bezahlsens könnte dies den klassischen Zusammenhang zwischen Barzahlungsanteil und Betragshöhe (kleinere Beträge werden eher bar und grosse Beträge eher bargeldlos gezahlt) weiter abschwächen.

6 Neobanken

39,1 Prozent der Befragten und damit 0,7 Prozentpunkte mehr als vor einem halben Jahr gaben an, schon mindestens einmal eine Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben – so viele wie noch nie in der Befragungsreihe des SPM (vgl. Abbildung 20).

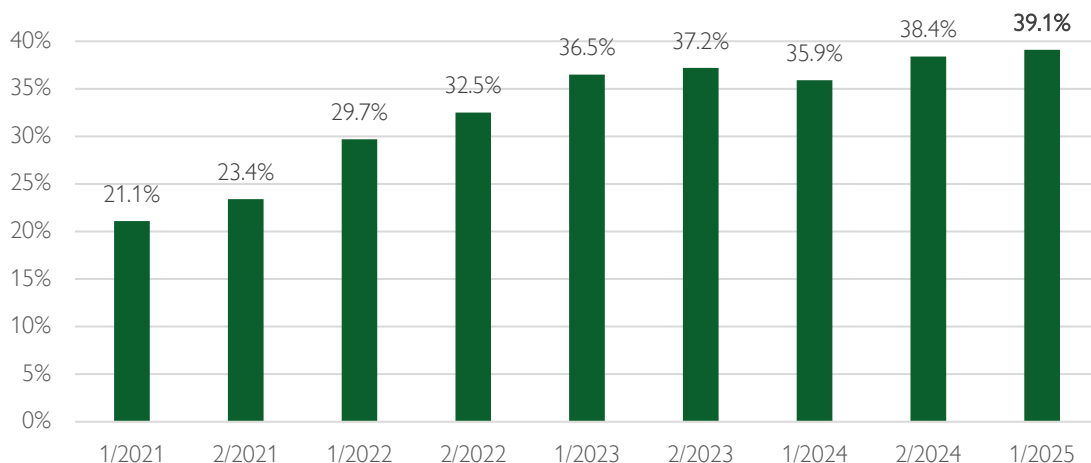


Abbildung 20: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Anteil der Befragten, der bei der in Abbildung 21 dargestellten Frage bei mindestens einer Neobank die Antwort «Kenne ich und nutze ich» gewählt hat.

Wie Abbildung 21 zeigt, wird Revolut am häufigsten genutzt (17,1% der Befragten; +0,6 PP), gefolgt von Neon (11,4%; +0,9 PP), Yuh (11,1%; +0,3 PP), Credit Suisse CSX¹⁶ (7,0%; -0,7 PP), Zak (6,3%; -0,7 PP) und Wise (6,3%; -0,6 PP). Die drei erstgenannten Neobanken Revolut, Neon und Yuh konnten ihre Nutzungsanteile somit weiter ausbauen, während die restlichen Neobanken (mit Ausnahme von Radicant) Anteile verloren (vgl. Abbildung 22). Revolut steht seit Beginn der Neobanken-Erhebung im Rahmen des SPM an erster Stelle, während Neon den zweiten Platz von Yuh zurückgewinnen konnte (vgl. Abbildung 22).

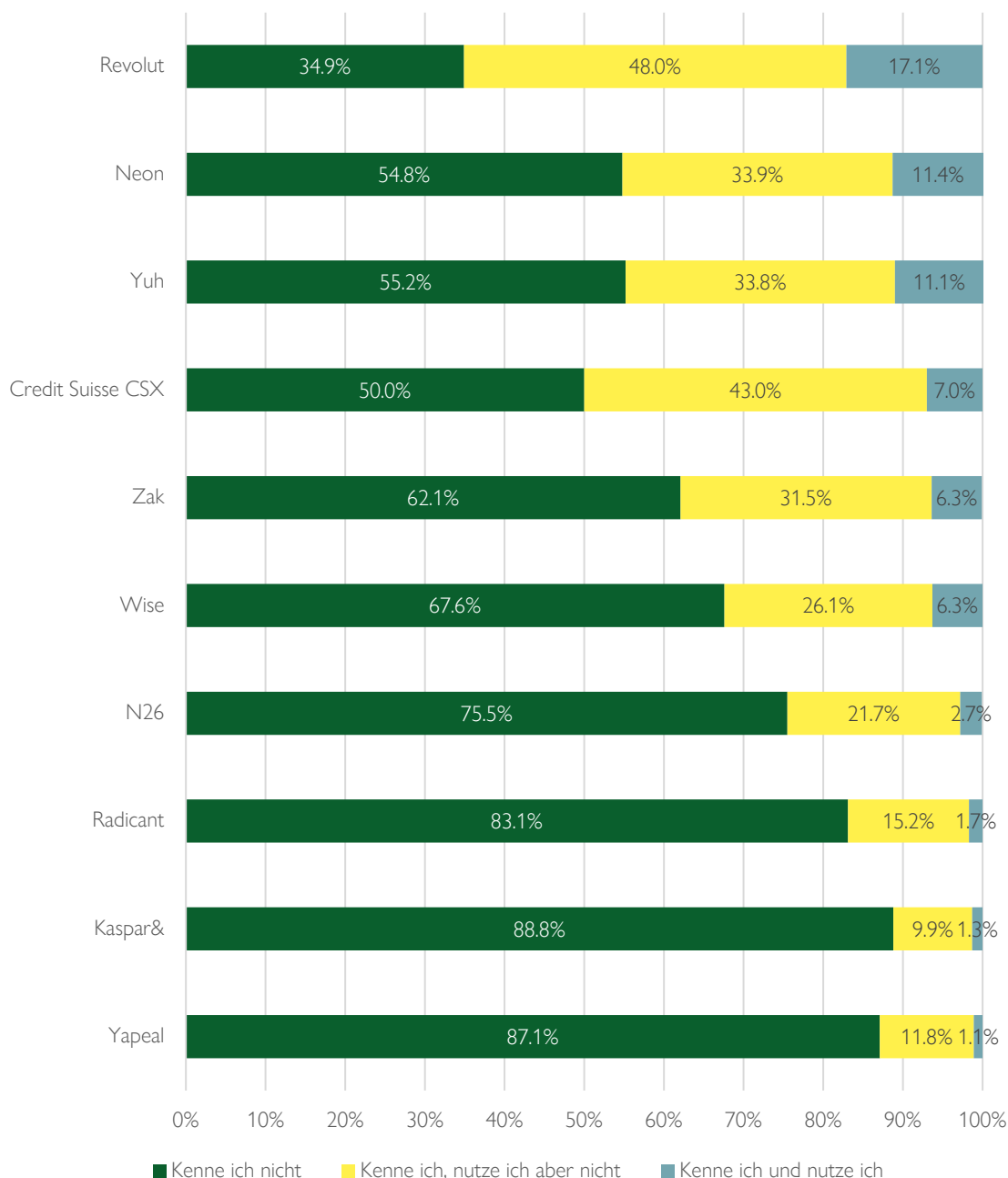


Abbildung 21: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Im Folgenden sehen Sie eine Übersicht verschiedener Anbieter von digitalen Banklösungen (sog. Digitalbanken resp. Neobanken). Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der jeweiligen Aussagen auf Sie zutrifft.»

¹⁶ 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 in der Befragung zu hoch angegeben wird.

Bei der Frage der Bewertung verschiedener Aspekte von Neobanken wird Neon von den Befragten in den Bereichen Sicherheit, Beliebtheit, Praktikabilität, Kosten, Akzeptanz und Beschaffung mit Abstand am besten bewertet. Einzig bei der Zuverlässigkeit und beim Kontrollgefühl wird mit ZAK respektive Kaspar& eine andere Neobank besser bewertet als Neon.

Als wichtigste Gründe für die Nutzung von Neobanken werden folgende angeführt (nach absteigender Häufigkeit): Sie sind immer auf dem Mobiltelefon verfügbar, sie können zum Reisen verwendet werden, sie ermöglichen eine schnelle Überweisung, und sie sind einfach bzw. praktisch in der Handhabung.

Mit 66,6 Prozent (+0,9 PP) nutzen die meisten Personen Neobanken für spezifische, ausgewählte Zwecke. Am häufigsten werden Neobanken genutzt, um Bank- oder Postüberweisungen zu tätigen, vor Ort oder im Internet zu bezahlen, im Ausland Bargeld abzuheben oder zu bezahlen, sowie um im Inland Bargeld zu beziehen (nach absteigender Häufigkeit). Der Anteil derjenigen, die Neobanken als primäres Zahlungsmittel oder Hauptbankverbindung verwenden, um 2,7 Prozentpunkte auf 26 Prozent gestiegen, nachdem dieser Wert in der vorherigen Erhebung gesunken war. Der Trend zeigt, dass Neobanken weiterhin vor allem als Ergänzung zu klassischen Retail-Banking-Angeboten genutzt werden, ohne die traditionelle Bankbeziehung vollständig zu ersetzen. Lediglich 7,5 Prozent (-3,5 PP) der Befragten verwenden Neobanken zum einmaligen Kennenlernen ihrer Funktionen – ein deutlicher Rückgang auf den bisher niedrigsten Wert. Diese Entwicklung unterstreicht, dass Neobanken zunehmend in der Schweizer Bevölkerung etabliert sind.

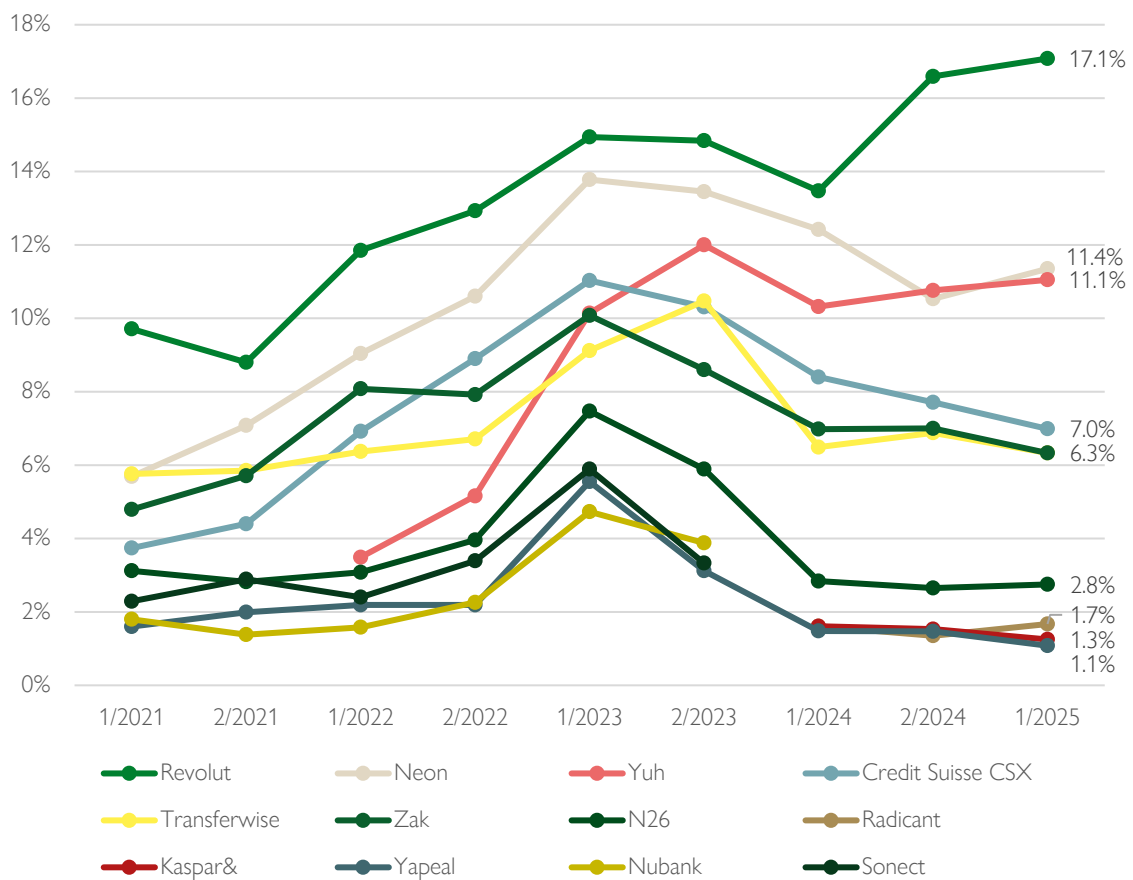


Abbildung 22: Entwicklung der Nutzung von Neobanken
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Antwortanteil «kenne ich und nutze ich» auf folgende Frage: «Im Folgenden sehen Sie eine Übersicht verschiedener Anbieter von digitalen Banklösungen (sog. Digitalbanken resp. Neobanken). Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der jeweiligen Aussagen auf Sie zutrifft.»

7 Schlusswort

Die Zielsetzung der zwölften Ausgabe des Swiss Payment Monitors bestand darin, die laufenden Veränderungen im Zahlungsverhalten in der Schweiz zu erfassen und die Relevanz unterschiedlicher Zahlungsmittel und -angebote aufzuzeigen. Durch eine repräsentative Online-Umfrage sowie die Erfassung von nicht-wiederkehrenden Zahlungen durch die Befragten in einem Tagebuch konnten insbesondere nachfolgende Erkenntnisse über das aktuelle Zahlungsverhalten in der Schweiz gewonnen werden.

Mit einer Zunahme von 3,9 Prozentpunkten auf einen Anteil von 30,7 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen sowie um 2,2 Prozentpunkte auf einen Anteil von 25,6 Prozent gemessen am Umsatz hat das mobile Bezahlen gemäss breiter Definition seine Spitzenposition unter allen Zahlungsmitteln im Gesamtmarkt ausgebaut. Die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt zeigt, dass vom relativen Wachstum des mobilen Bezahlers in erster Linie das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn sowie die Debitkarte als Abrechnungsprodukte profitiert haben. Letzteres widerspiegelt sich im um 3,9 Prozentpunkte höheren Anteil von Apple Pay unter den Anbietern mobiler Bezahlösungen.

Die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) liegt mit einem Anteil von 24,4 Prozent (-1,8 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen respektive einem Umsatzanteil von 24,0 Prozent (+1,0 PP) jeweils auf dem zweiten Platz im Gesamtmarkt. Auf dem dritten Platz liegt jeweils nur knapp dahinter gemessen an der Anzahl Transaktionen das Bargeld mit einem Anteil von 24,2 Prozent (-1,5 PP) und gemessen am Umsatz die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 23,8 Prozent (+2,0 PP).

Im Präsenzgeschäft ist das Bargeld mit einem Anteil von 28,2 Prozent trotz eines Rückgangs um 1,7 Prozentpunkte das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel, da die Nutzung der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Minus von 2,1 Prozentpunkten auf 28,0 Prozent noch stärker abnahm. Gemessen am Umsatz hingegen bleibt die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 32,6 Prozent (+0,5 PP) führend. Das mobile Bezahlen (breite Definition) legte im Präsenzgeschäft deutlich an Anteilen zu: Gemessen an der Anzahl Transaktionen um 4,3 Prozentpunkte auf 24,4 Prozent und gemessen am Umsatz um 2,0 Prozentpunkte auf 19,5 Prozent. Der grösste Teil dieser Entwicklung ist dabei auf das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn sowie auf mobile Zahlungen mit hinterlegter Debitkarte zurückzuführen.

Im Distanzgeschäft festigte das mobile Bezahlen nach breiter Definition seine Spitzenposition mit einem Wachstum von 1,7 Prozentpunkten auf einen Anteil von 69,1 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen sowie einem Plus von 4,0 Prozentpunkten auf einen Anteil von 40,8 Prozent gemessen am Umsatz. Von den vermehrten mobilen Zahlungen im Distanzgeschäft profitiert auch die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Zuwachs von 1,6 Prozentpunkten auf 29,2 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen.

Der Anteil Bargeldzahlungen nimmt mit steigenden Beträgen kontinuierlich ab, während sich der Anteil Kreditkartenzahlungen und Zahlungen per Rechnung umgekehrt verhält. Mobiles Bezahlen (breite Definition) ist sowohl bei Kleinstbeträgen als auch bei grossen Beträgen weit verbreitet. Ähnliche Ergebnisse ergibt die Betrachtung verschiedener Zahlungsorte: Der Bargeldanteil ist an Verkaufsorten mit typischerweise kleinen Beträgen wie an Automaten, am Kiosk oder in der

Bäckerei besonders hoch, während er bei typischerweise grösseren Ausgaben wie für Kleidung am geringsten ist. Der Kreditkartenanteil (nicht-mobile Nutzung) ist im Restaurant am höchsten, während die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) an Tankstellen führend ist. Im Bereich «Mobilität, Parking, Transport» ist mobiles Bezahlen klar führend.

Der durchschnittliche Bargeldbestand im Portemonnaie und zu Hause hat zugenommen, der Median blieb hingegen stabil. Der Anteil der Menschen, die kein Bargeld im Portemonnaie haben, ist geringfügig gesunken, während der Anteil derjenigen ohne Bargeld zu Hause leicht gestiegen ist. Der Anteil der Befragten, die sich gegen eine mögliche Abschaffung von Bargeld aussprechen, nahm weiter zu und liegt erstmals über 70 Prozent.

Der Anteil der Bevölkerung, der Neobanken nutzt, ist um 0,7 Prozentpunkte auf 39,1 Prozent gestiegen. Revolut (17,4%) verzeichnet weiterhin mit Abstand die meisten Nutzenden, während Neon (11,4%) den Rückgang des Nutzungsanteils stoppen und den zweiten Platz von Yuh (11,1%) zurückerobern konnte. Neobanken werden hauptsächlich als Ergänzung zu traditionellen Bankangeboten genutzt, ersetzen diese in der Regel also nicht vollständig.

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 regelmässige stattfindende Datenerhebung die Erfassung neuer Entwicklungen und die Identifikation relevanter Treiber im Zeitverlauf.

Die Untersuchung umfasst eine Mikro- und eine Makroperspektive (vgl. Abbildung 23). Die Mikroperspektive setzt sich aus einer Onlinebefragung mit Fragen zum Zahlungsverhalten und einem von den Befragten während vier 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 23: Studiendesign des Swiss Payment Monitors