



# Swiss Payment Monitor 2020

Wie bezahlt die Schweiz?

[swisspaymentmonitor.ch](https://www.swisspaymentmonitor.ch)

Bettina Gehring  
Sandro Graf  
Dr. Tobias Trütsch

**zhaw** School of  
Management and Law

 Universität St.Gallen

# Vorwort



**Bettina Gehring**



**Sandro Graf**



**Dr. Tobias Trütsch**

Der Schweizer Zahlungsmarkt ist weiter im Umbruch. Mit der zunehmenden Digitalisierung gesellen sich laufend neue innovative Anbieter von digitalen Zahlungs- und Bankdienstleistungen zu den hiesigen Marktteilnehmern, insbesondere auch aus dem Ausland. Sogenannte Neobanken gehen mit eigenen Zahlungsmittelprodukten, praktischen App-Lösungen und attraktiven Gebührenstrukturen in der Schweiz auf Kundencatchment. Sie werden aktuell vor allem als Nischenprodukte genutzt, wie unsere vorliegende Studie erstmals zeigt. Daneben hat mobiles Bezahlen enormes Wachstumspotenzial, während sich kontaktloses Bezahlen mittlerweile in der Schweiz etabliert hat. Die Coronakrise wird diese Trends zweifelsfrei fördern und das Zahlungsverhalten nachhaltig verändern. Es wird zunehmend bargeldlos geprägt sein. Nichtsdestotrotz ist die Abschaffung von Bargeld gemäss Aussagen der Schweizer Bevölkerung keine Option. Es bietet in den Augen der Befragten zu viele gewichtige Vorteile.

Die zunehmende Dynamik im Markt haben die ZHAW und die Universität St. Gallen zum Anlass genommen, im Rahmen eines grossangelegten, gemeinsamen Forschungsprojektes repräsentativ das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung und die zugrundeliegenden Motive sowie deren Entwicklung im Zeitverlauf zu untersuchen. Das Swiss Payment Research Center (SPRC) der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften sowie die Executive School of Management, Technology and Law (ES-HSG) der Universität St. Gallen beschäftigen sich seit mehreren Jahren unabhängig voneinander und aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit Fragestellungen rund um das Thema «Bezahlen».

Es handelt sich vorliegend um die 3. Ausgabe des jährlich durchgeführten Swiss Payment Monitors, welcher Konsumentenperspektive und makroökonomische Sicht miteinander verbindet. Der vorliegende Bericht basiert auf der Erhebung aus dem Jahr 2019, im Rahmen derer insgesamt über 1200 Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren aus allen drei Landesteilen der Schweiz befragt wurden. Die Studie wird finanziell unterstützt durch die Swiss Payment Association (SPA) sowie die Industriepartner Concardis und SIX Payment Services.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre!

Bettina Gehring, Sandro Graf, Dr. Tobias Trütsch

# Inhaltsverzeichnis



I. DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE AUS DEM SWISS PAYMENT MONITOR 2020	4
II. STUDIENDESIGN	7
III. BEKANNTHEIT UND IMAGE VON ZAHLUNGSMITTELN	9
IV. BLICK INS PORTEMONNAIE	15
V. ZAHLUNGSVERHALTEN	18
VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT	38
VII. GLOSSAR	45

---

# I. Die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Swiss Payment Monitor 2020

## **Debitkarte gilt weiterhin als beliebtestes Zahlungsmittel**

Die Debitkarte ist für die Schweizer Bevölkerung immer noch das mit Abstand beliebteste Zahlungsmittel. Sie wird als deutlich zuverlässiger, vertrauenswürdiger, transparenter und sicherer als die Kreditkarte und erheblich praktischer, attraktiver, schneller und zukunftsweisender als Bargeld eingeschätzt. Die Schweizerinnen und Schweizer geben mit einem Anteil von 28 % am meisten Geld mit der Debitkarte aus, gefolgt von Bargeld (23 %) und der Kreditkarte (21%).

## **Bargeldgebrauch bleibt hoch, ist aber abnehmend**

Bargeld ist gemessen an der Transaktionsanzahl mit 45 % nach wie vor das am häufigsten genutzte Zahlungsinstrument in der Schweiz, gefolgt von der Debitkarte (27 %) und der Kreditkarte (14 %). Gegenüber dem Vorjahr ging der Bargeldgebrauch jedoch sowohl hinsichtlich Anzahl Transaktionen als auch Umsatz um rund 3 Prozentpunkte zurück. Im Durchschnitt trägt jeder Schweizer 70 Fr. auf sich. Seit 2018 haben der mitgeführte Bargeldbestand und die Bezugshäufigkeit leicht abgenommen, während die Höhe des mittleren Bargeldbezugs zugenommen hat.

## **Zahlungsmittelpräferenzen sind multifaktoriell**

Neben wahrgenommenen Eigenschaften der Zahlungsmittel, Gewohnheiten, sozialen Normen (siehe weiter unten) und demographischen Faktoren bestimmen die Betragshöhe, der Zahlungsort und die Zahlungssituation (stationärer Handel oder Einkauf im Internet) im Wesentlichen die Wahl eines Zahlungsmittels.

Kleinbeträge bis 20 Fr. werden hauptsächlich bar beglichen (70 % der Transaktionen); davon entfällt ein Viertel auf Kleinstbeträge bis 5 Fr. Nebst Bargeld werden überproportional häufiger zu den Vorjahren auch kontaktlose und mobile Bezahlverfahren (insbesondere «In-App»-Zahlungen) sowie die Prepaid-Karte in diesen Betragsbereichen eingesetzt.

Mit Blick auf den Zahlungsort dominieren im umsatzstarken Einzelhandel Kartenzahlungen. Die Debitkarte wird sehr vielseitig über verschiedene Ausgabenkategorien eingesetzt, während die Kreditkarte vornehmlich in Restaurants sowie auf Reisen zur Anwendung kommt. Mobile Bezahlmethoden kommen nebst dem Einzelhandel für den täglichen Bedarf vor allem für Ausgaben im Zusammenhang mit Mobilität (ÖV, Parking) zum Einsatz. Bargeld wird deutlich häufiger in Restaurants und in Bäckereien sowie an Aussenverkaufsstellen (Kiosk, Take-away) eingesetzt.

## **Mischzahler bilden den Hauptzahlungstyp**

Gemäss Zahlungstagebucheinträgen sind fast die Hälfte der Befragten Mischzahler. Dieser Zahlungstyp bevorzugt je nach Zahlungssituation, -ort und Betragshöhe unterschiedliche Zahlungsmittel. Ein Viertel bezahlt hauptsächlich mit der Debitkarte und ein Fünftel vornehmlich bar. Lediglich jeder Zehnte gehört zur Kategorie der Kreditkartenzahler. Im Zeitverlauf hat eine leichte Verschiebung von Kredit- zu Debitkartenzahlern stattgefunden. Insbesondere Barzahlende sind überzeugte Verfechter ihres bevorzugt genutzten Zahlungsmittels.



### **Kontaktloses Bezahlen ist etabliert**

Kontaktloses Bezahlen mittels Bezahlkarte ist mittlerweile nahezu jedem Schweizer bekannt und hat Eingang in den Alltagsgebrauch gefunden. Gemäss Selbsteinschätzung der Befragten nutzen rund drei von fünf Personen die Kontaktlosfunktion, wobei diejenige der Debitkarte das erste Mal jene der Kreditkarte übertrifft. Ende 2019 waren 97 % der Kredit- und 80 % der Debitkarten mit der Kontaktlosfunktion ausgerüstet. 56 % und 45 % der Kreditkarten- und Debitkartenzahlungen am Verkaufspunkt in der Schweiz wurden im Jahr 2019 kontaktlos initiiert. Dies entspricht 34 % des Kredit- und 27 % des Debitkartenumsatzes. Kontaktloses Bezahlen wächst seit 2015 exponentiell.

### **Umfassendes Verständnis von Mobile Payment**

Im Gegensatz zu den beiden Vorgängermessungen wird «Mobile Payment» inzwischen sehr umfassend verstanden. Am stärksten assoziiert wird der Begriff mit Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion und Bezahlen mit dem Mobiltelefon vor Ort in einem Ladengeschäft, gefolgt von Bezahlen mit dem Mobiltelefon im Internet bzw. in einem Onlineshop und «Peer-to-Peer»-Zahlungen im Inland. Die mit Abstand bekanntesten Mobile-Payment-Anbieter in der Schweiz sind Twint und die SBB App. «Digital-Wallet»-Lösungen wie Google Pay und Samsung Pay verzeichnen gegenüber 2019 eine erhebliche Bekanntheitszunahme.

### **Mobile Payment mit grossem Potenzial**

Mobiles Bezahlen beginnt sich im alltäglichen Gebrauch der Schweizer Bevölkerung zu etablieren. Gegenüber den

beiden Vorjahren gab es über sämtliche Anwendungsformen eine signifikante Nutzungssteigerung. Gemäss Selbsteinschätzung der Befragten nutzen rund zwei Drittel «In-App»-Zahlungen, knapp die Hälfte mobiles Bezahlen im Internet, zwei von fünf Personen «Peer-to-Peer»-Zahlungen im Inland und rund ein Drittel mobiles Bezahlen im stationären Geschäft. Mobiles Bezahlen online und «In-App»-Zahlungen werden denn auch am besten bewertet – noch besser als kontaktloses Bezahlen.

Mobiles Bezahlen macht gemessen an den Gesamtausgaben effektiv rund 6 % der Transaktionen und 4 % des Umsatzes aus, was gegenüber 2019 einer signifikanten Zunahme entspricht. Es besitzt weiterhin grosses Nutzungspotenzial, insbesondere mobiles Bezahlen im Internet, gefolgt von «In-App»-Zahlungen und mobilem Bezahlen im Präsenzggeschäft.

### **Abschaffung von Bargeld ist keine Option**

Eine mögliche Abschaffung von Bargeld ist für die Schweizer Bevölkerung ein hoch emotionales Thema. Für rund drei Viertel ist die Abschaffung von Bargeld keine Option, die Hälfte der Befragten lehnt eine Abschaffung sogar gänzlich ab. Nur rund ein Fünftel stimmen einer Schweiz ohne Bargeld voll und ganz zu. Als Hauptgründe gegen eine Abschaffung von Bargeld wurde nach abnehmender Wichtigkeit der Verlust der Wertigkeit von Geld, die mangelnde Kontrolle über die eigenen Finanzen, die technologische Abhängigkeit sowie diverse Sicherheitsbedenken (z.B. Cyberrisks, technische Störungen) angeführt. Ebenfalls eine Rolle spielen der Verlust von Anonymität, die Angst vor einer Überwachung



durch Staat und Finanzinstitute sowie die geringere Flexibilität im Umgang mit dem Zahlungsmittel.

### **Neobanken werden als Nischenprodukte genutzt**

Neobanken sind in der Schweiz im Aufwind. Die Umfrageergebnisse machen deutlich, dass zwei von fünf Personen in der Schweiz mindestens einen der gängigsten Anbieter von digitalen Banklösungen (Neobanken) kennen; jede zehnte Person hat deren Leistungen schon mindestens einmal genutzt oder ausprobiert. Insbesondere Männer, jüngere und gebildete Personen mit höherem Einkommen nutzen Neobanken öfter im Vergleich zu ihren Pendants.

Am meisten bekannt sind in der Schweiz die Neobanken-Anbieter Revolut und Zak. Am meisten genutzt werden die britischen Anbieter Revolut und Transferwise, obwohl in puncto Sicherheitswahrnehmung die Schweizer Anbieter Zak und Neon vorne liegen. Der grösste Sympathieträger ist aktuell Revolut, gefolgt von den beiden inländischen Anbietern Neon und Zak und dem britischen Unternehmen Transferwise.

### **Soziale Normen haben Einfluss auf das Zahlungsverhalten**

Gemäss Umfrageergebnissen nehmen die meisten Personen sehr stark auf die Zahlungsmittelbedürfnisse von anderen Personen Rücksicht, vor allem Frauen und junge Personen. Grundsätzlich erwarten die befragten Personen, dass bei Servicemitarbeitenden im Gastronomiebereich die Zahlungsmittelpräferenz klar auf Barzahlungen liegt, insbesondere bei Kleinbeträgen. Dies ist auf den «Trinkgeld-Effekt» zurückzuführen.

Die Befragten schätzen die Wahlfreiheit bei den Zahlungsmitteln. Sie finden, dass es immer möglich sein sollte, sowohl mit Bargeld als auch elektronisch bzw. bargeldlos zu bezahlen. Bargeldliebhaber sind überzeugte Verfechter ihres bevorzugt genutzten Zahlungsmittels und der Ansicht, dass Personen im gleichen Alter und vergleichbarem Einkommen ebenfalls mit Bargeld bezahlen sollten. Viele Personen finden zudem, dass Personen wohnhaft in urbanen Gebieten eher elektronisch/bargeldlos und Personen wohnhaft in ländlichen Regionen eher mit Bargeld zu bezahlen haben.



# II. Studiendesign

Ziel des Swiss Payment Monitors (SPM) 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 jährliche Datenerhebung die Erfassung neuer Entwicklungen und die Identifikation relevanter Treiber im Zeitverlauf.

Die Untersuchung umfasst zwei Teile: die Mikroperspektive bestehend aus einer standardisierten Onlinebefragung mit Fragen zum Zahlungsverhalten generell und einem von den Befragten auszufüllenden Zahlungstagebuch sowie die Makroperspektive basierend auf der Analyse des öffentlich zugänglichen Datenmaterials zum elektronischen Zahlungsverkehr der Schweizerischen Nationalbank (SNB) (vgl. Abb. 1).

## Mikroperspektive

Die Mikroperspektive widerspiegelt die Konsumentensicht und erfasst die Zahlungsgewohnheiten sowie die Wahrnehmung und Einstellungen der Schweizerinnen und Schweizer gegenüber verschiedenen Zahlungsmitteln.

Im Rahmen der dritten Durchführung des Swiss Payment Monitors wurden innerhalb der Mikroperspektive insgesamt 1259 Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren aus der deutschen, französischen und italienischen Schweiz befragt.

## ONLINEBEFRAGUNG

In einem ersten Schritt wurden die Teilnehmer gebeten, online Fragen rund um das Thema «Bezahlen» zu beantworten. Im Vordergrund standen hier die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener

Aspekte ihres Bezahlerhaltens. Die Befragung dauerte circa 25 Minuten und wurde im November 2019 gestaffelt durchgeführt.



Abb. 1

## II. STUDIENDESIGN

### ZAHLUNGSTAGEBUCH

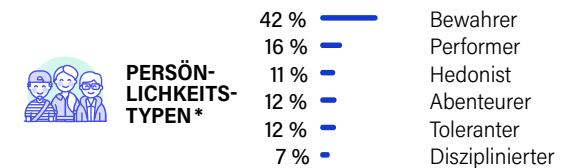
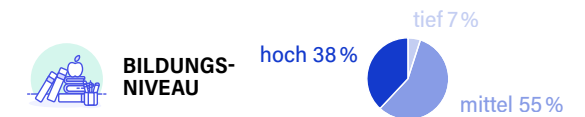
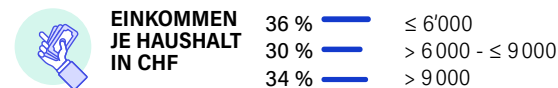
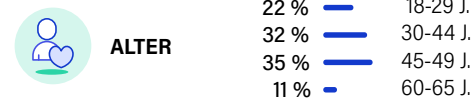
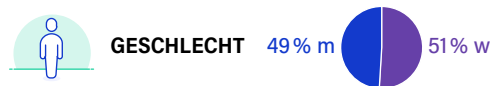
Im Anschluss an die Onlinebefragung dokumentierten die Teilnehmer ihr Bezahlverhalten in Form eines Zahlungstagebuchs über einen Zeitraum von 7 Tagen (vgl. Tabelle 1). Dementsprechend wurden die Teilnehmer gebeten, sämtliche, im Tagesverlauf anfallenden Zahlungen – mit Ausnahme der wiederkehrenden Ausgaben – zu erfassen und gemäss vordefinierten Merkmalen zu klassifizieren. Verglichen mit der Onlinebefragung interessierte hierbei in erster Linie das tatsächliche Zahlungsverhalten der Personen und darauf basierend die Abweichungen gegenüber den expliziten Aussagen im ersten Teil. Das Zahlungstagebuch konnte entweder online oder via mobile App geführt werden, was die zeitnahe Erfassung der Transaktionen nach dem Einkauf ermöglichte.

Die Studienteilnehmer wurden über das *intervista Online Access Panel* rekrutiert. Um die Repräsentativität der Stichprobe sicherzustellen, erfolgte die Auswahl der Teilnehmer nach dem Quotaverfahren auf der Grundlage der vorgängig festgelegten Kriterien (Sprach-)Region, Geschlecht, Alter und Bildungsniveau. Im Anschluss an die Erhebung wurden die Daten bereinigt und gemäss den Strukturmerkmalen in der Schweizer Bevölkerung gewichtet (vgl. Abb. 2).

### Makroperspektive

Die Makroperspektive bezieht sich auf die gesamtwirtschaftlichen Grössen und erfasst die Zahlungstransaktionen auf aggregierter Ebene basierend auf dem öffentlich zugänglichen Datenmaterial der Schweizerischen Nationalbank (SNB) bis Ende 2019. Sie gibt ein unverfälschtes Bild über den bargeldlosen Zahlungsverkehr in der Schweiz und mit Schweizer Zahlungskarten im Ausland ab, dies sowohl hinsichtlich Anzahl wie auch Umsatz von bargeldlosen Zahlungsmitteln. Zusätzlich liefert sie Informationen über den effektiven Bargeldbezug mit Zahlungskarten.

### STICHPROBE ONLINEBEFRAGUNG UND TAGEBUCH



\* basierend auf Limbic® Types

Abb. 2

#### Übersicht zum Zahlungstagebuch

Dauer der Tagebucherhebung	7 Tage
Anzahl der ausgefüllten Tagebücher	977
Umsatzvolumen Inland	CHF 387'274
Transaktionsvolumen Inland	8'020
Durchschnittliche Transaktionszahl pro Person in der Woche	8,2
Durchschnittliche Transaktionszahl pro Person am Tag	1,2
Durchschnittsbetrag pro Transaktion	CHF 48,29

Tabelle 1



# III. Bekanntheit und Image von Zahlungsmitteln

## Bekanntheit von Zahlungsmitteln

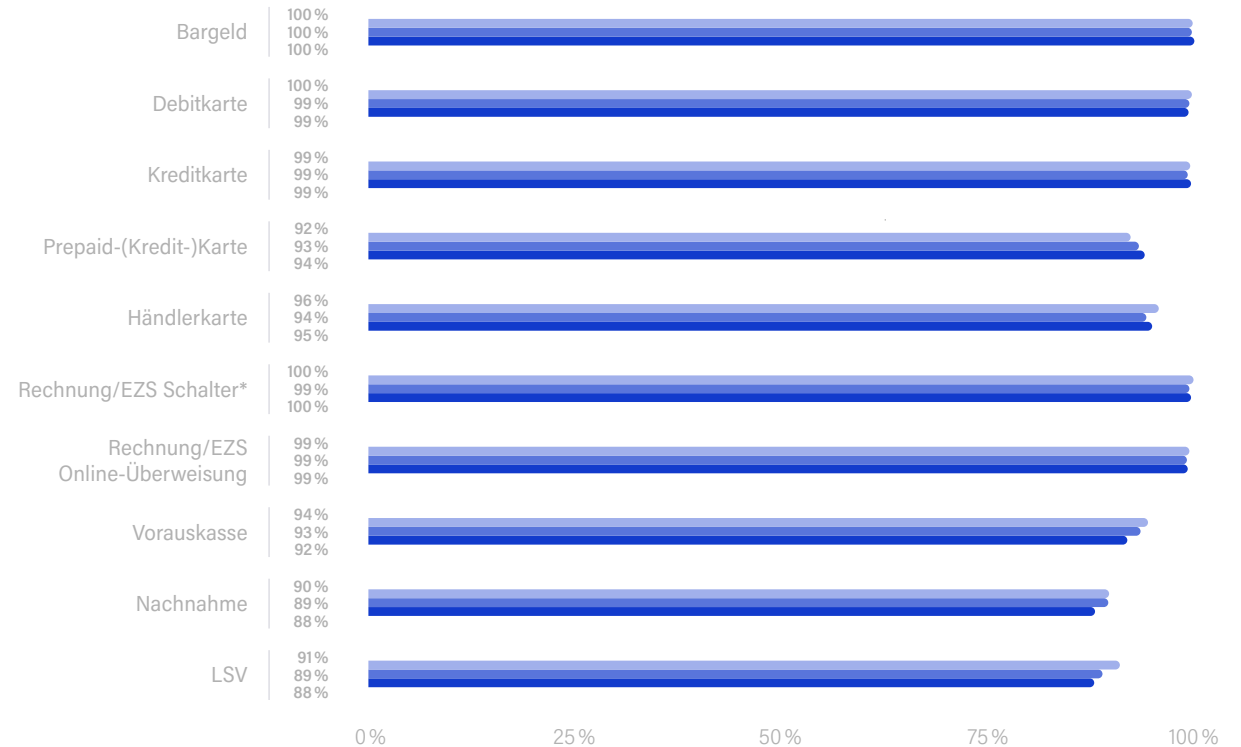
Nebst den traditionellen Zahlungsmitteln Bargeld, Debitkarte und Kreditkarte sind auch neuere Bezahlformen wie kontaktloses und mobiles Bezahlen sowie Internetbezahlverfahren wie z.B. Sofortüberweisung oder Twint mittlerweile äusserst bekannt (vgl. Abb. 3 und 4). So geben 97% der Befragten an, kontaktloses Bezahlen («Contactless Payment») mit der Kreditkarte zu kennen, beim kontaktlosen Bezahlen mit der Debitkarte sind es 95%, womit die Sättigungsgrenze inzwischen erreicht ist. Kontaktloses Bezahlen ist mittlerweile etabliert.

Ebenfalls sehr präsent mit Werten von 98% resp. 91% sind Onlinebezahlen mit Kreditkarte und Debitkarte sowie auch Internetbezahlverfahren wie Twint, welche 9 von 10 Personen kennen. Die Bekanntheit von Online-Debitkartenzahlungen hat gegenüber 2019 leicht zugenommen (+2 Prozentpunkte).

Mobiles Bezahlen («Mobile Payment») im stationären Handel («Proximity Mobile Payment») und mobiles Bezahlen online («Remote Mobile Payment») kennen derzeit 96% und 95% der Befragten, bei mobilem Bezahlen über eine App mit integrierter Bezahlfunktion (sog. «In-App»-Zahlungen) sind es knapp 94%. Dies entspricht einem Plus von 2, 3 und 2 Prozentpunkten (nachfolgend PP) gegenüber dem Vorjahr.

Etwas weniger geläufig, aber mit steigender Tendenz, sind mit 87% «Peer-to-Peer»-Lösungen wie z.B. PayPal oder Twint zum Verschicken oder Empfangen von Geld (plus 5,8 PP ggü. 2019), Kryptowährungen mit 84% (plus 3,7 PP ggü. 2019) sowie Zahlungen mit «Wearables» mit 52% (plus 7,4 PP ggü. 2019). Diese Zahlungsmittelformen werden in Zukunft an Relevanz gewinnen.

## BEKANNTHEIT HERKÖMMLICHER ZAHLUNGSINSTRUMENTE



\* Werte von 2018 nicht mit 2019 und 2020 vergleichbar, da Abfrage geändert

- 2018  
n=1018
- 2019  
n=1011
- 2020  
n=1259

«n» = Anzahl Beobachtungen

Abb. 3  
Frage: Bitte geben Sie an, welche der aufgeführten Zahlungsmittel/Bezahlarten Sie kennen.

Basis: Alle Befragten

### III. BEKANNTHEIT UND IMAGE VON ZAHLUNGSMITTELN

#### Einstellung zu Zahlungsmitteln

Wie in den beiden Vorjahren ist die Debitkarte das mit Abstand beliebteste Zahlungsmittel bei den Schweizern (Maestro-Karte, PostFinance Card/Postkarte, V PAY) (vgl. Abb. 5). Sie wird über einen Grossteil der Bewertungsdimensionen (Sympathie, Notwendigkeit, Zuverlässigkeit, Vertrauenswürdigkeit, Transparenz und Kontrollierbarkeit des Bezahlvorgangs und der Ausgaben, preisliche Attraktivität, Akzeptanz an den Verkaufsstellen sowie Sicherheit) klar positiver beurteilt als die Kreditkarte. Zusätzlich wird sie als erheblich praktischer, attraktiver, schneller und zukunftsweisender eingeschätzt als Bargeld.

Analog zur Debitkarte werden auch Bargeld und die Kreditkarte positiver bewertet als noch im Vorjahr, wobei insbesondere die Kreditkarte deutlich an Sympathien hinzugewonnen hat. So gilt sie als signifikant praktischer und sympathischer und wird häufiger mit guter Ausgabenübersicht und verbesserter Ausgabenkontrolle in Verbindung gebracht als dies in den beiden Vorgängermessungen der Fall war.

#### BEKANNTHEIT NEUERER ZAHLUNGSINSTRUMENTE

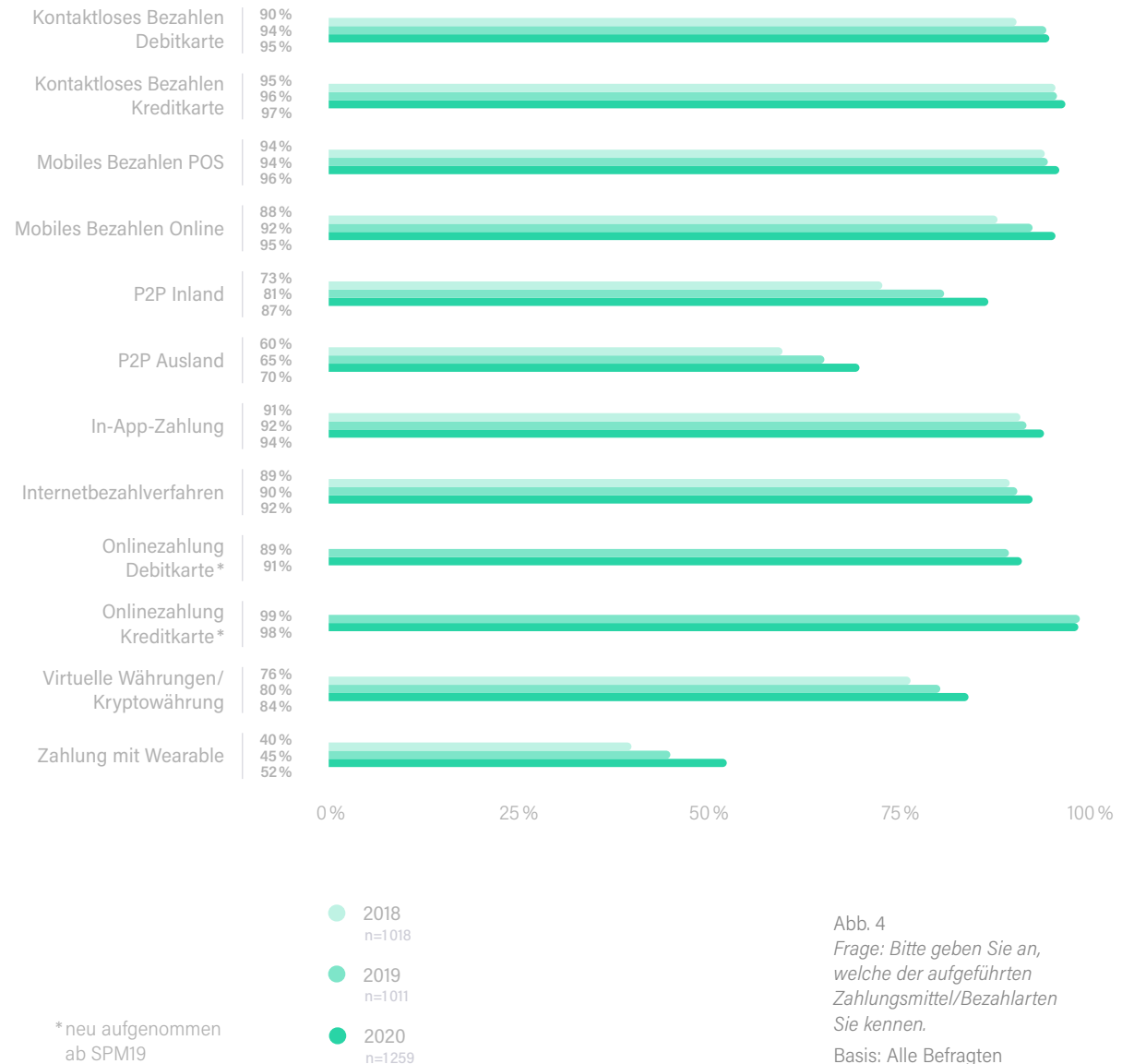


Abb. 4  
Frage: Bitte geben Sie an, welche der aufgeführten Zahlungsmittel/Bezahlarten Sie kennen.  
Basis: Alle Befragten

### III. BEKANNTHEIT UND IMAGE VON ZAHLUNGSMITTELN

Die neueren Bezahlmethoden wie kontaktloses oder mobiles Bezahlen hinken aufgrund verschiedener Sicherheitsbedenken bezüglich Einstellung in der Tendenz den traditionellen Zahlungsmitteln wie Bargeld, Debitkarte und Kreditkarte noch hinterher, sind aber kontinuierlich am Aufholen. Während das kontaktlose Bezahlen bereits breit etabliert ist und Eingang in den Alltagsgebrauch gefunden hat, gewinnt das mobile Bezahlen zunehmend an Relevanz. Die grössten Sympathien geniesst derzeit das mobile Bezahlen im Internet, gefolgt von «In-App»-Zahlungen. Erwähnenswert ist an dieser Stelle auch das kontaktlose Bezahlen mittels Kreditkarte, dessen Beliebtheit sich im vergangenen Jahr sehr positiv entwickelte. Derzeit am wenigsten Anklang findet das mobile Bezahlen an einem stationären Verkaufspunkt, welches als vergleichsweise langsamer, unzuverlässiger und umständlicher empfunden wird als wie die restlichen Bezahlverfahren.

Zu beachten gilt, dass die Bewertung bei den Nichtnutzern dieser Zahlungsmittel wesentlich schlechter ausfällt als bei den Nutzern.

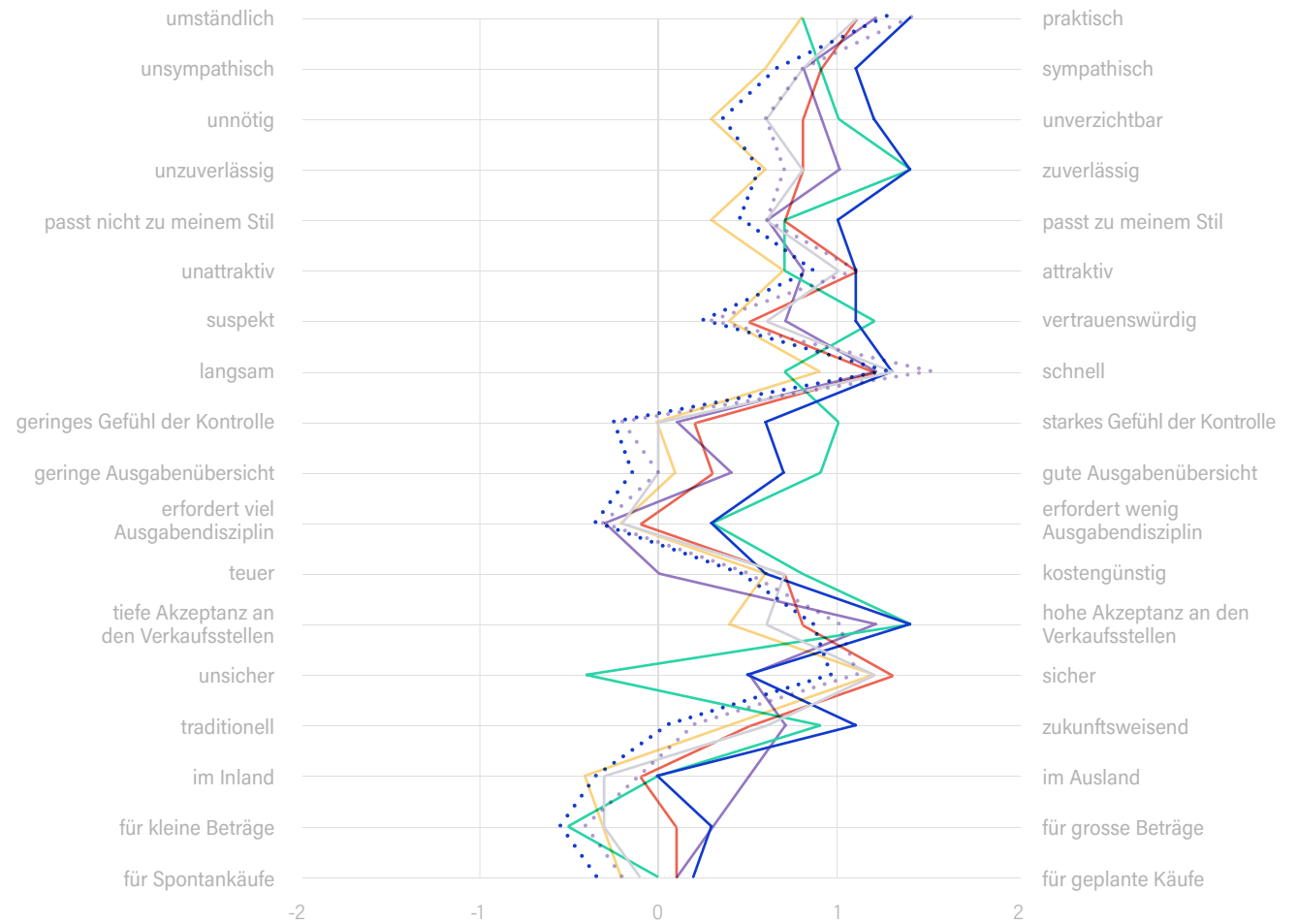


Abb. 5

Frage: Inwieweit treffen die aufgeführten Beschreibungen/Eigenschaften Ihrer Ansicht nach auf «Zahlungsmittel» zu?

Basis: Personen, die das Zahlungsmittel kennen; Zufallsauswahl für Bargeld, Debitkarte und Kreditkarte



## Schwerpunkt Neobanken

Neobanken sind in der Schweiz im Aufwind. Insgesamt kennen 38% der Schweizer Bevölkerung mindestens einen der acht gängigsten Anbieter von digitalen Banklösungen (sog. Neobanken oder Challenger-Banken) in der Schweiz wie N26, Neon, Nubank, Revolut, Transferwise, Sonect, Yapeal und Zak (vgl. Abb. S.1.1).

Jeder Zehnte nutzt eine oder mehrere Leistungen einer Neobank oder hat solche schon einmal ausprobiert (vgl. Abb. S.1.2). Insbesondere Männer, jüngere und gebildete Personen mit höherem Einkommen nutzen Challenger-Banken öfter im Vergleich zu ihren Pendanten. Die Hauptgründe für deren Nutzung sind die einfache und praktische Handhabung (Convenience) sowie die vorteilhafte Gebührenstruktur, darunter insbesondere die günstigen Wechselkurse (vgl. Abb. S.1.3).

Abb. S.1.1

Frage: Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter digitaler Banklösungen (sog. Digitalbanken bzw. Neobanken) an, welche der jeweiligen Aussagen auf Sie zutrifft.

Basis: Alle Befragten

Abb. S.1.2

Bitte geben Sie an, welche der jeweiligen Aussagen in Bezug auf digitale Banklösungen (sog. Digitalbanken bzw. Neobanken) auf Sie zutrifft.

Basis: Alle Befragten

Abb. S.1.3

Frage: Was ist der Grund bzw. was sind die Gründe für die Nutzung?

Basis: Befragte, die Neobanken nutzen

### BEKANNTHEIT & NUTZUNG VON NEOBANKEN

Abb. S. 1.1

- Kenner
- Nichtkenner

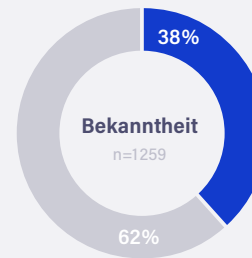
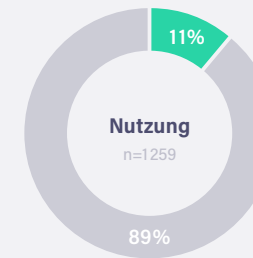


Abb. S. 1.2

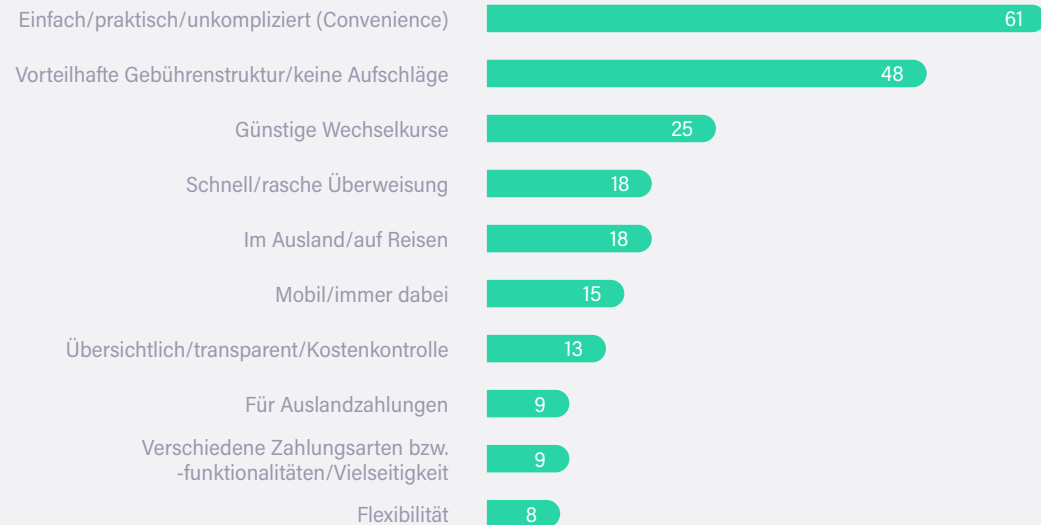
- Nutzer
- Nichtnutzer



### TOP 10 GRÜNDE FÜR NUTZUNG

ungestützte Abfrage, Anzahl Nennungen

Abb. S. 1.3  
n=271



## Schwerpunkt Neobanken

Rund zwei Drittel der Befragten nutzen die Neobanken für das Bezahlen vor Ort oder im Internet – hauptsächlich im Ausland auf Reisen (41%) und als reine Inlandszahlungen (35%) –, gefolgt von Geld abheben (38%) und Überweisungen an Privatpersonen (36%). Drei Viertel verwenden die neuen digitalen Bankangebote komplementär zu den herkömmlichen Anbietern, lediglich je rund 10% haben aufgrund der neuen Angebote Leistungen eines herkömmlichen Anbieters gekündigt oder 10% beabsichtigen dies in ferner Zukunft zu tun. Die meisten Personen nutzen in Zusammenhang mit der Neobank eine Mastercard- oder Visa-Kreditkarte (76% der Befragten), aber auch Debitkarten sind verbreitet (58%).

Am bekanntesten sind in der Schweiz die Neobanken-Anbieter Revolut (26% Bekanntheitsanteil) und Zak (16%). Am meisten genutzt werden jedoch die britischen Anbieter Revolut und Transferwise (7% resp. 3% Nutzungsanteil) (vgl. Abb. S.1.4).

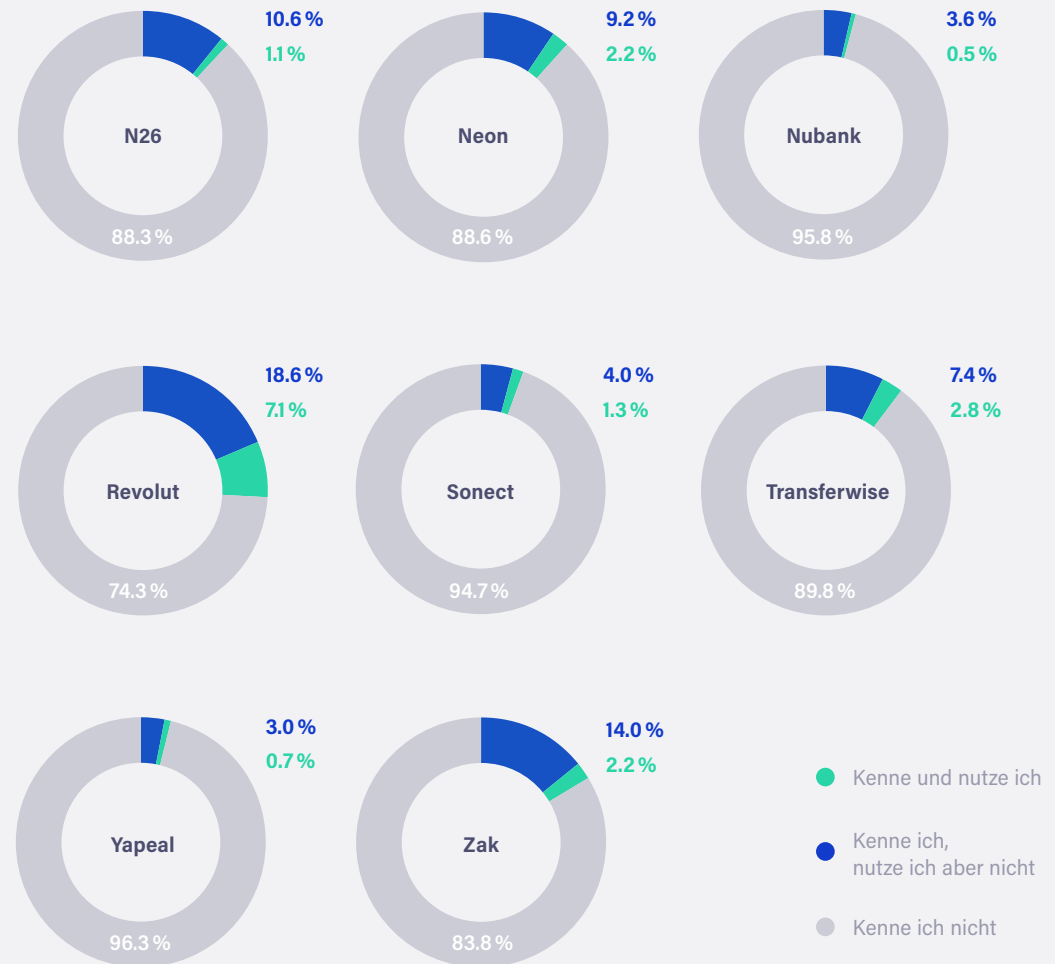
Abb. S.1.4

Frage: Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter digitaler Banklösungen (sog. Digitalbanken bzw. Neobanken) an, welche der jeweiligen Aussagen auf Sie zutrifft.

Basis: Alle Befragten

### BEKANNTHEIT UND NUTZUNG EINZELNER NEOBANKEN-ANBIETER

Abb. S. 1.4  
n=1259



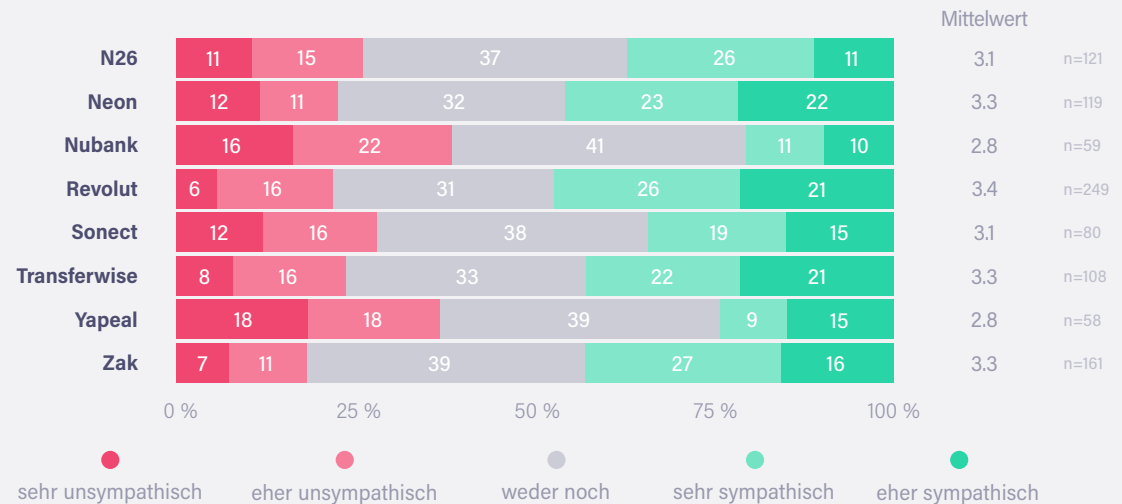
## Schwerpunkt Neobanken

Der grösste Sympathieträger ist aktuell Revolut, gefolgt von den beiden inländischen Anbietern Neon und Zak und dem britischen Unternehmen Transferwise (MW je 3,3) (vgl. Abb. S.1.5). Die geringsten Sympathiewerte geniessen derzeit die Nubank und Yapeal, was damit zusammenhängen dürfte, dass beide Anbieter in der Schweiz noch kaum bekannt sind.

In puncto Sicherheitswahrnehmung liegen die Schweizer Anbieter hingegen klar vorne (vgl. Abb. S.1.6): Gemäss Aussagen der Befragten am sichersten sind Zak (MW 3,5) sowie Neon, Transferwise und Sonect (MW je 3,3). Am unsichersten wahrgenommen werden die Anbieter Nubank und Yapeal (MW je 2,8). Revolut und N26 liegen mit einem Mittelwert von je 3,2 im Mittelfeld.

SYMPATHIEWAHRNEHMUNG

Abb. S. 1.5



SICHERHEITSWAHRNEHMUNG

Abb. S. 1.6

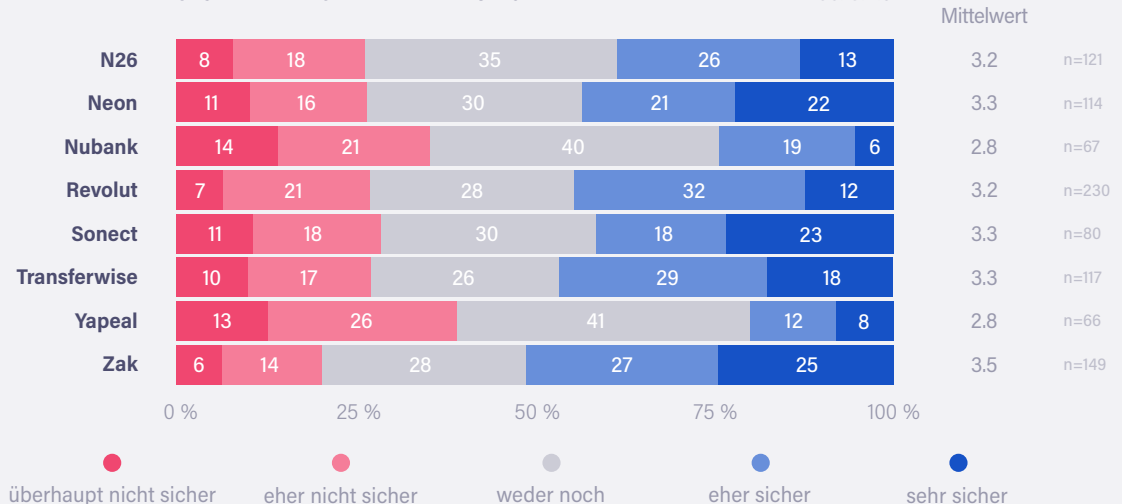


Abb. S.1.5

Frage: Als wie sympathisch nehmen Sie die einzelnen Anbieter wahr?

Basis: Befragte, die Anbieter kennen oder nutzen

Abb. S.1.6

Frage: Als wie sicher beurteilen Sie die einzelnen Anbieter?

Basis: Befragte, die Anbieter kennen oder nutzen

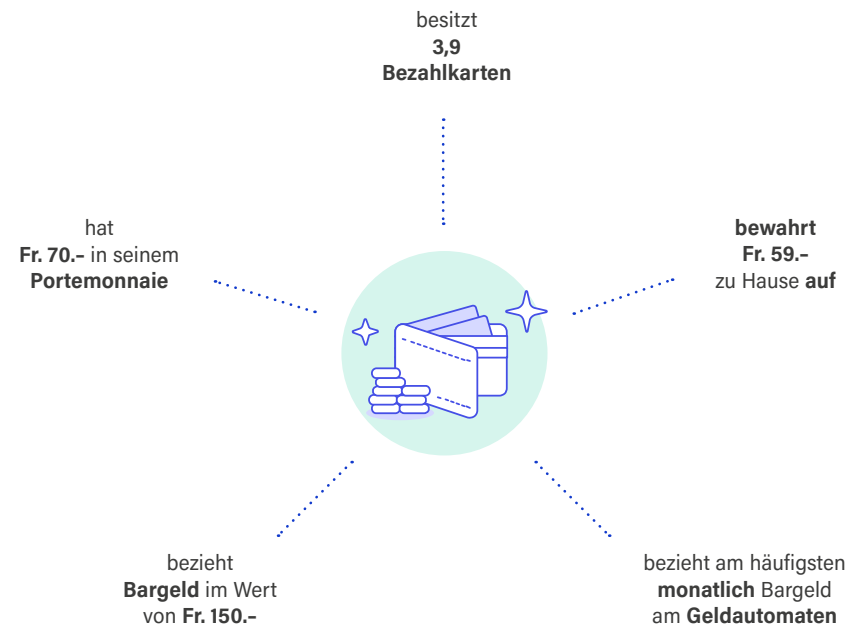
# IV. Blick ins Portemonnaie

## Bargeldbezug und Bargeldbestand

Bargeld gilt für die meisten Schweizerinnen und Schweizer nach wie vor als unverzichtbar. Dies zeigt auch ein Blick ins Portemonnaie von Herrn und Frau Schweizer (vgl. Abb. 6): So haben die meisten Personen zumindest noch etwas «Münz» im Portemonnaie oder in der Hosentasche. Im Durchschnitt sind es 70 Fr. (minus 10 Fr. ggü. 2019). Lediglich 3 % (plus 1 PP ggü. 2019) geben an, kein Bargeld mit sich zu führen. Gegenüber den beiden Vorjahren ist damit ein leichter Rückgang des mitgeführten Bargeldbestandes und der Bezugshäufigkeit festzustellen, gleichzeitig hat sich die Höhe des bezogenen Betrages am Geldautomaten erhöht.

Bezüglich Bargeldbesitz sind soziodemografische Unterschiede zu beobachten: So tragen Männer mit 80 Fr. im Mittel deutlich höhere Geldbeträge mit sich als Frauen (Median 60 Fr.), gleichzeitig geben Männer aber auch wesentlich häufiger an, kein Bargeld im Portemonnaie oder in der Hosentasche zu haben. Ebenfalls hängen insbesondere risikoaverse und ältere Personen noch stark am Bargeld, was sich unter anderem auch darin äussert, dass Personen ab 45 Jahren erheblich mehr Bargeld besitzen als jüngere.

## DER DURCHSCHNITTLICHE SCHWEIZER...



n=988

Abb. 6  
Hinweis: Die Durchschnittswerte beziehen sich auf den Median.

## IV. BLICK INS PORTEMONNAIE

Neben Bargeld besitzen die meisten Schweizer mehrere Bezahlkarten (vgl. Abb. 7). So verfügen 81 % der befragten Personen über eine Kreditkarte und 85 % über eine Debitkarte. Auf einen Kartenbesitzer entfallen somit durchschnittlich 1,6 Debitkarten und 1,7 Kreditkarten. Dabei besitzt bereits jede fünfte Person eine neuartige, mit Kreditkartenfunktionen ausgestattete Debitkarte (z.B. Visa Debit oder Debit Mastercard). Zudem besitzen die Befragten im Schnitt 1,9 Händlerkarten mit Bezahlfunktion (Globus-Karte, MyOne-Karte etc.).

Ein Blick in die digitale Geldbörse ergibt ferner, dass zwei Drittel der Befragten gemäss eigener Aussage eine App mit integrierter Bezahlfunktion auf ihrem Handy installiert haben (z.B. iTunes, PayPal-App, SBB Mobile App), wobei unter 45-Jährige deutlich mehr solcher Apps besitzen. Des Weiteren gibt jeder Zweite an, eine oder mehrere Bezahl-Apps (z.B. Apple Pay, PayPal, Twint) auf seinem Smartphone zu besitzen, wobei die Personen im Schnitt 1,5 solcher Apps installiert haben. Die Adoptionsraten sind nochmals deutlich gestiegen ggü. 2019.

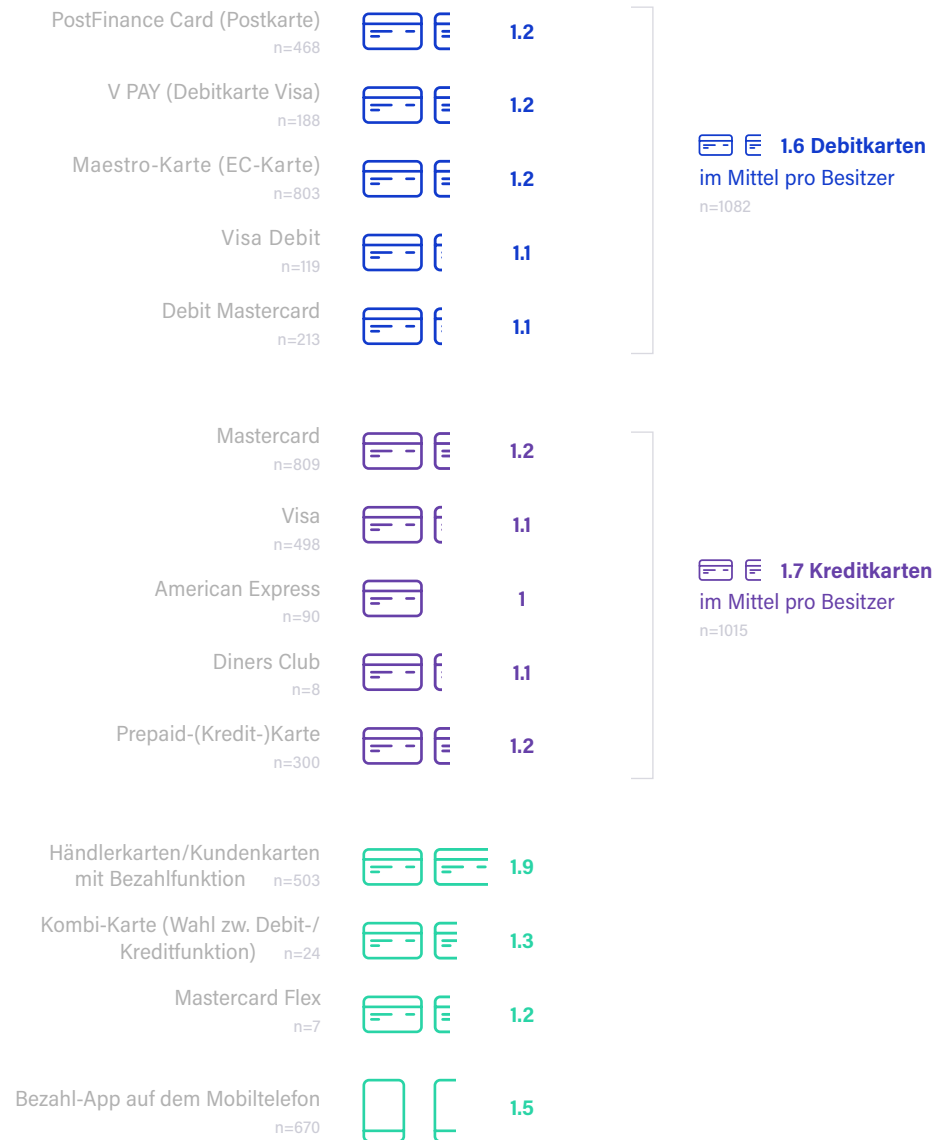
Männer besitzen verglichen zu Frauen in der Regel signifikant mehr Kreditkarten, haben signifikant mehr Bezahl-Apps auf ihrem Smartphone installiert und sind signifikant häufiger im Besitz von neueren Bezahlverfahren (z.B. Kryptowährungen).

Abb. 7

Frage: Welche der aufgeführten herkömmlichen Zahlungsmittel besitzen Sie persönlich? Bitte geben Sie die jeweilige Anzahl an.

Basis: Zahlungsmittel, die der Befragte kennt; nur Besitzer des entsprechenden Zahlungsmittels

### ZAHLUNGSMITTELBESITZ





## Schwerpunkt Abschaffung Bargeld

Die Umfrageergebnisse legen nahe, dass die Abschaffung von Bargeld keine Option ist (vgl. Abb. S.2.1). Rund 71% sprechen sich dagegen aus. Knapp die Hälfte (48%) der Befragten lehnt eine Abschaffung sogar gänzlich ab. Nur gerade knapp 17% stimmen einer Schweiz ohne Bargeld grundsätzlich zu.

Als Hauptgründe gegen eine Abschaffung von Bargeld wurde nach abnehmender Wichtigkeit der Verlust der Wertigkeit von Geld («etwas in den Händen halten»), die mangelnde Kontrolle über seine Finanzen, die technologische Abhängigkeit («angewiesen sein auf funktionierende Netze und elektronische Devices») sowie diverse Sicherheitsbedenken (z.B. Cyberrisks, technische Störungen) angeführt (vgl. Abb. S.2.2). Ebenfalls eine Rolle spielen der Verlust von Anonymität, die Angst vor einer Überwachung durch Staat und Finanzinstitute sowie die geringere Flexibilität im Umgang mit dem Zahlungsmittel.

Abb. S.2.1

Frage: Was würden Sie davon halten, wenn es kein Bargeld mehr gäbe?

Basis: Alle Befragten

Abb. S.2.2

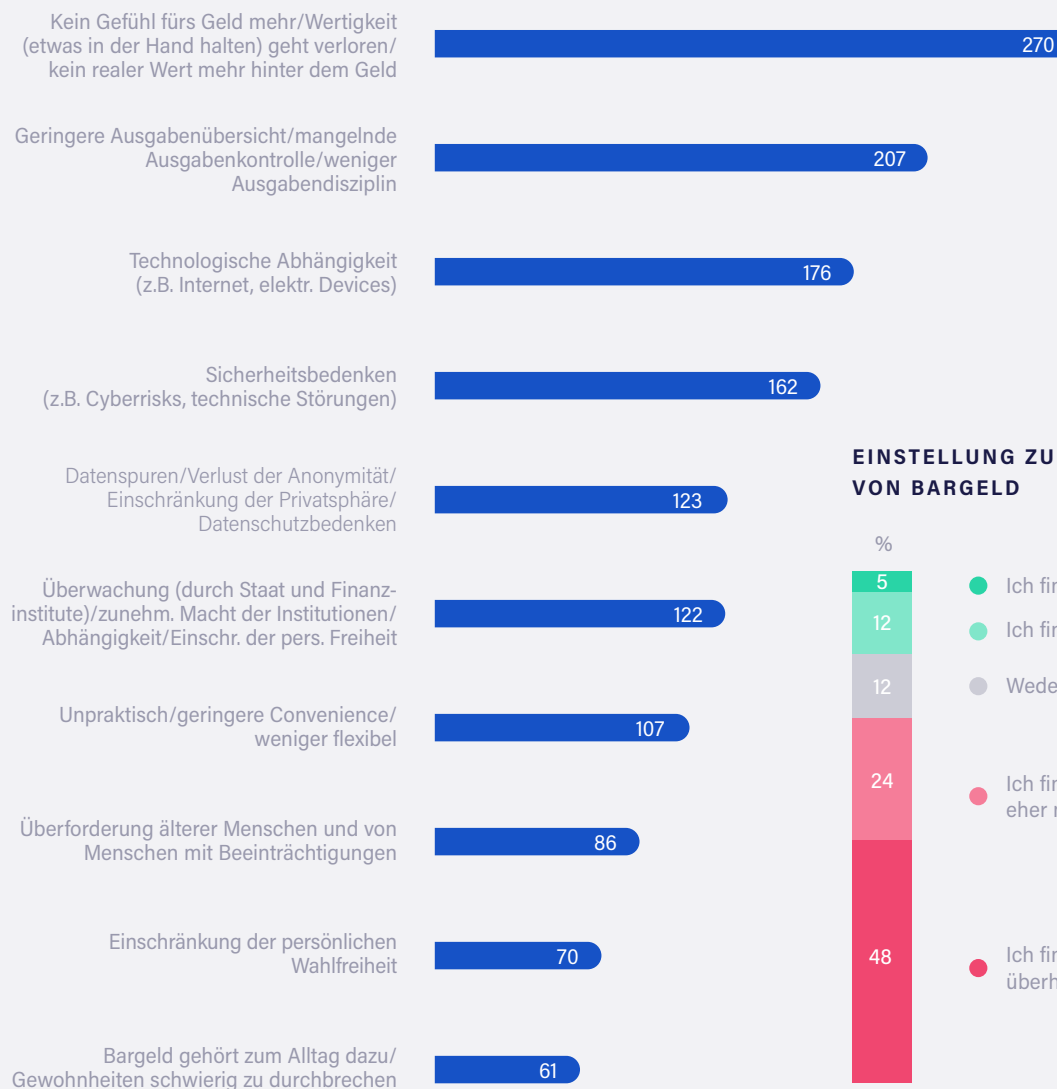
Frage: Welche Nachteile hätte Ihrer Meinung nach die Abschaffung von Bargeld?

Basis: Alle Befragten

### TOP 10 NACHTEILE EINER BARGELDABSCHAFFUNG

Abb. S. 2.2  
n=1882

ungestützte Abfrage, Anzahl Nennungen



### EINSTELLUNG ZUR ABSCHAFFUNG VON BARGELD

Abb. S. 2.1  
n=1259



# V. Zahlungsverhalten

## Verschiedene Zahlungstypen

Die Zahlungsmittelpräferenzen sind sehr heterogen und unterscheiden sich je nach Person und Bezahlsituation. Ausgehend von den im Rahmen des Tagebuchs erhobenen Zahlungsdaten können vier Nutzertypen unterschieden werden: der Barzahler, der Debitkartenzahler, der Kreditkartenzahler sowie der Mischzahler (vgl. Abb. 8).

Mit Abstand am häufigsten vertreten ist mit einem Stichprobenanteil von 42% der Mischzahler, der abhängig von der Situation mit unterschiedlichen Zahlungsmitteln bezahlt und ein hybrides Bezahlverhalten an den Tag legt. Ebenfalls verbreitet mit 25% resp. 21% sind Personen, die überwiegend mit der Debitkarte oder bar bezahlen. Die kleinste Gruppe macht mit einem Anteil von 12% die Kategorie der Kreditkartenzahler aus (vgl. Abb. 8).

Seit 2018 hat eine leichte Verschiebung von Kredit- zu Debitkartenzahlern stattgefunden, wobei gegenüber 2019 eine Verschiebung vom überwiegend mit Debitkarte Zahlenden hin zum überwiegend bar Zahlenden beobachtet werden konnte (plus 3 PP).

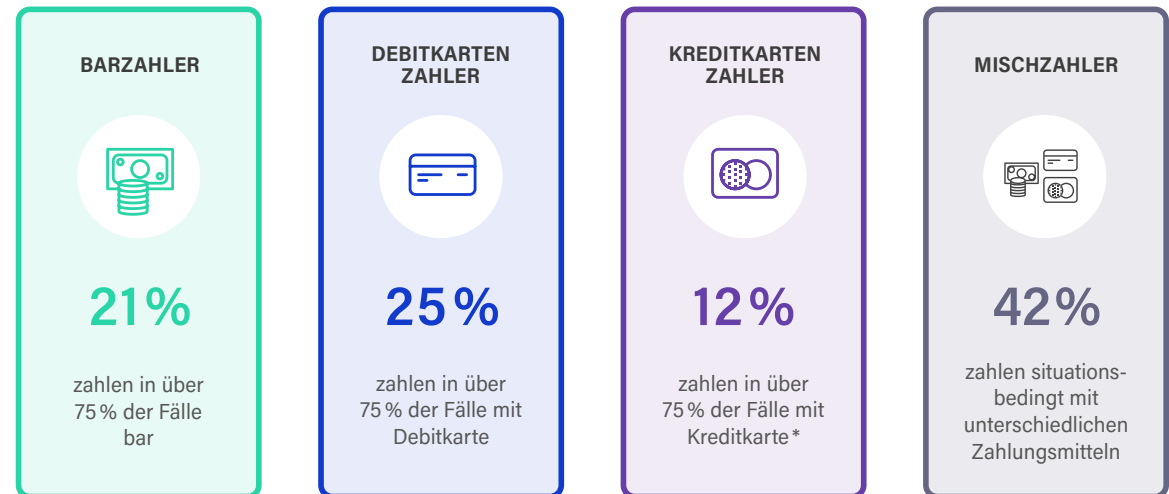
Der typische Barzahler ist in der Regel über 45 Jahre alt, sicherheitsliebend und traditionsbewusst. Er ist Neuerungen (z.B. neuen Bezahlformen) gegenüber tendenziell eher skeptisch eingestellt und nutzt neue Technologien erst, wenn es unumgänglich wird.

Debitkartenzahler sind generell mehrheitlich weibliche Personen im Alter zwischen 18 und 44 Jahren. Sie sind eher risikoavers und schätzen das Vertraute, stehen Neuem aber grundsätzlich aufgeschlossener gegenüber als Barzahler. Neue Technologien werden im Wesentlichen unter der Voraussetzung adoptiert, dass andere Personen diese ebenfalls nutzen und damit gute Erfahrungen machen.

Der klassische Kreditkartenzahler ist überwiegend männlich, über 30 Jahre alt, verfügt über ein gutes Bildungsniveau und ein höheres Einkommen. Er ist stark leistungsorientiert, extrovertiert, risikofreudig und probiert gern Neues aus.

Der Mischzahler ist in der Regel ebenfalls männlich, über alle Altersklassen verteilt und aus verschiedenen sozialen Schichten stammend. Vornehmlich handelt es sich dabei um aufgeschlossene, eher extrovertierte Persönlichkeiten mit einem gewissen Hang zum Risiko.

Insbesondere überwiegend bar zahlende Personen sind überzeugte Verfechter ihres bevorzugt genutzten Zahlungsmittels. Sie beurteilen dieses deutlich positiver als die anderen Zahlungstypen. Bei Kartenzahlern ist dagegen keine derart ausgeprägte Präferenz feststellbar.



n=973

Abb. 8

\*Schliesst mobile Bezahlvorgänge mit ein.

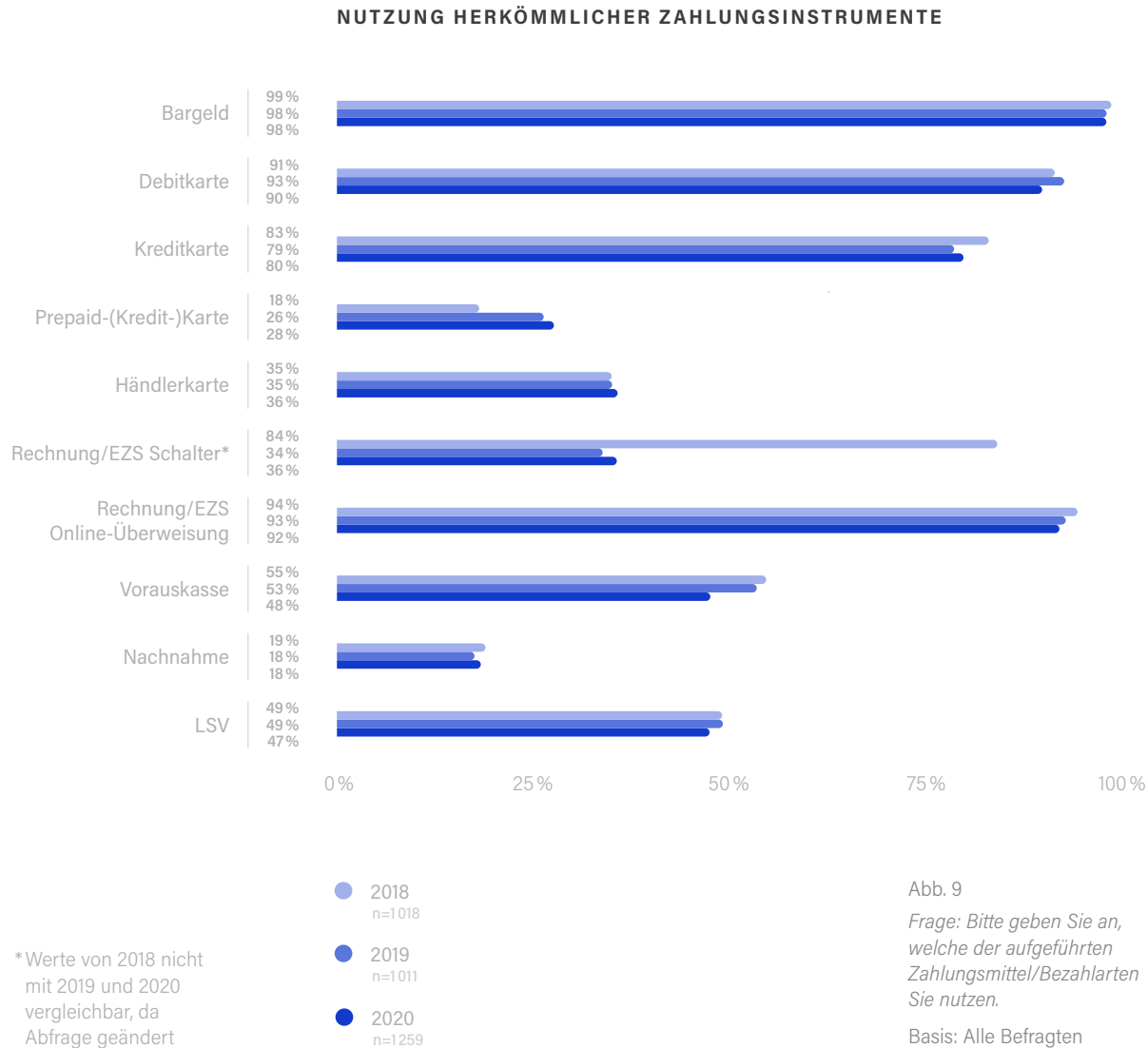
## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Zahlungsverhalten gemäss Selbsteinschätzung der Befragten

Die hohen Bekanntheitswerte schlagen sich auch in der Nutzung nieder: Analog zur Bekanntheit ist bei den meisten Zahlungsformen auch die Nutzung im Steigen begriffen, im Unterschied zur Bekanntheit variiert die Nutzungsquote allerdings wesentlich stärker (vgl. Abb. 9 und 10).

Gemäss Selbsteinschätzung der Befragten sind am verbreitetsten neben Bargeld mit 98 % Nutzungsanteil die Onlineüberweisung (E-Banking) mit 92 % und die Debitkarte generell, welche neun von zehn Personen angeben zu nutzen. Im Anschluss folgt die Onlinezahlung mittels Kreditkarte mit 83 % sowie Kreditkartenzahlungen generell mit einem Anteil von 80 %.

Neuere Bezahlmethoden sind weiter auf dem Vormarsch. Sowohl kontaktlose wie auch mobile und Internet-bezahlverfahren verzeichnen hohe Wachstumsraten. Dementsprechend hat die Kontaktlosnutzung gegenüber der Nullmessung 2018 deutlich zugenommen und bewegt sich auf die 60 %-Schwelle zu. Das kontaktlose Bezahlen mittels Debitkarte macht derzeit 59 % aus, dasjenige mittels Kreditkarte 57 %. Basierend auf der Selbsteinschätzung der Befragten hat damit die Nutzung der Kontaktlosfunktion der Debitkarte das erste Mal diejenige der Kreditkarte überholt.



## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Während das kontaktlose Bezahlen mit Debitkarte aufgrund der hohen Praktikabilität und der geringen Kosten insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe grossen Anklang findet, spricht kontaktloses Bezahlen mit Kreditkarte überproportional häufiger Männer sowie Personen mit höherem Bildungsniveau und Einkommen an.

Gleichermassen beliebt sind auch Internetbezahlverfahren wie PayPal oder etwa Twint. Knapp zwei Drittel (59%) der Teilnehmer geben an, solche Bezahlformen zu nutzen. Das grösste Potenzial geht derzeit von mobilen Bezahlverfahren aus, die sich rasant entwickeln und deren Nutzungsquoten gegenüber den beiden Vorjahren über sämtliche Anwendungsformen eine signifikante Steigerung verzeichnen können. Laut Angaben der Befragten nutzen gegenwärtig über 36% mobiles Bezahlen im stationären Geschäft (plus 9,6 PP ggü. 2019), beim mobilen Bezahlen im Internet sind es inzwischen sogar 48% (plus 11,5 PP ggü. 2019). «In-App»-Zahlungen nutzen 67% (plus 4,3 PP ggü. 2019). «Peer-to-Peer»-Zahlungen im Inland nutzen 43% (plus 15,0 PP ggü. 2019). Diese Zahlen machen deutlich, dass sich mobiles Bezahlen im Alltag der Bevölkerung zu etablieren beginnt.

Aktuell noch weniger relevant, allerdings ebenfalls mit beachtlichen Wachstumsraten, sind virtuelle Währungen und Zahlungen mit «Wearables». Virtuelle Währungen werden zum jetzigen Zeitpunkt von 5% der Teilnehmer genutzt, «Wearables» nutzen derzeit 4%.

Männer sowie unter 45-jährige, progressiv orientierte Personen sind generell technikaffiner und nutzen neue Technologien (kontaktlos, mobil, online) deutlich häufiger.

### NUTZUNG NEUERE ZAHLUNGSINSTRUMENTE



Abb. 10  
Frage: Bitte geben Sie an, welche der aufgeführten Zahlungsmittel/Bezahlarten Sie nutzen.  
Basis: Alle Befragten

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Zahlungsverhalten gemäss Tagebuch

Ein Blick auf das tatsächliche Nutzungsverhalten macht deutlich, dass Bargeld in Bezug auf die Transaktionszahl zwar nach wie vor das am häufigsten genutzte Zahlungsinstrument (Transaktionsanteil von 45 %) darstellt, der prozentuale Anteil im Jahresvergleich aber kontinuierlich abnimmt. So ist gegenüber dem Vorjahr ein Rückgang von 3,2 PP zu verzeichnen (vgl. Tabelle 2).

Mit Blick auf die Umsätze rangieren Bartransaktionen (23 %) hinter Debitkartenzahlungen (28 %) und vor Kreditkartenzahlungen inkl. Prepaid (21 %). Dabei wird die Debitkarte in der französischsprachigen Schweiz erheblich öfter eingesetzt als in der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz. Bargeld dagegen ist im Tessin wesentlich verbreiteter als in den restlichen Landesteilen.

Umsatzmässig ebenfalls relevant ist die Rechnung bzw. Online-Überweisung mit knapp 17 %. Dieser Wert hat sich gegenüber 2019 nochmals leicht erhöht.

Während bezogen auf die Anzahl Transaktionen das Gros der Debitkartentransaktionen aufgrund der im Zeitverlauf späteren Einführung der Kontaktloskarte nach wie vor auf konventionelle Weise durch Einstecken ins Bezahlterminal erfolgt (56 % konventionell verglichen mit 41 % kontaktlos), liegt bei der Kreditkarte der Anteil der Kontaktlos-Transaktionen (44 %) bereits über dem Wert für herkömmliche Transaktionen (33 %). Bezogen auf das wertmässige Volumen (Umsatz) wird bei beiden Bezahlformen aber

### ZAHLUNGSMITTEL NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Median
<b>Bargeld</b>	3 568	44.5	89 546	23.1	10.74
<b>Debitkarte</b>	2 161	26.9	107 365	27.7	25.28
<b>Kreditkarte</b>	1 145	14.3	80 351	20.7	24.97
<b>Prepaid-(Kredit-)Karte</b>	93	1.2	1 856	0.5	10.56
<b>Händlerkarten/Kundenkarten</b>	137	1.7	4 286	1.1	11.02
<b>Rechnung</b>	210	2.6	64 430	16.6	99.16

Tabelle 2

FORTSETZUNG TABELLE 2 →

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

immer noch der grösste Anteil auf herkömmliche Weise umgesetzt. Der Kontaktlos-Anteil (gemessen als Anteil zum Umsatz der jeweiligen Kartenart) der Debitkarte (26 %) liegt inzwischen über demjenigen der Kreditkarte (22 %). (vgl. Tabelle 2).

Rechnungen (für einmalige oder unregelmässig wiederkehrende Ausgaben) werden überwiegend per Onlineüberweisung bzw. E-Banking beglichen. So werden beinahe 82 % der Zahlungen auf Rechnung online ausgeführt, was einem Umsatzanteil von 95 % entspricht.

Im Gegensatz zur Selbsteinschätzung (welche auch Einmal- oder Gelegenheitsnutzer berücksichtigt) mit zum Teil Nutzungsquoten von 50 % und mehr für mobile Bezahlverfahren weist die Analyse der Tagebuchstudie mit Werten im einstelligen Bereich ein deutlich geringeres (effektives) Nutzungsverhalten aus (Transaktionen 5,9 %, Umsatz 3,9 %). Analog zur Selbsteinschätzung kann allerdings auch hier eine signifikante Zunahme des (mengen- und wertmässigen) Transaktionsvolumens festgestellt werden. Mobiles Bezahlen hält je länger je mehr Einzug in das alltägliche Zahlungsverhalten.

### ZAHLUNGSMITTEL NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Median
<b>Vorauskasse</b>	8	0.1	612	0.2	47.51
<b>Lastschriftverfahren (LSV)</b>	5	0.1	466	0.1	6.94
<b>Mobiles Bezahlen (Mobile Payment)</b>	475	5.9	15 288	3.9	10.74
<b>Internetbezahlverfahren</b>	84	1.0	16 978	4.4	56.43
<b>Andere</b>	133	1.7	6 095	1.6	6.74
<b>Summe</b>	<b>8 019</b>	<b>100.0</b>	<b>387 274</b>	<b>100.0</b>	

Tabelle 2

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Debitkarte

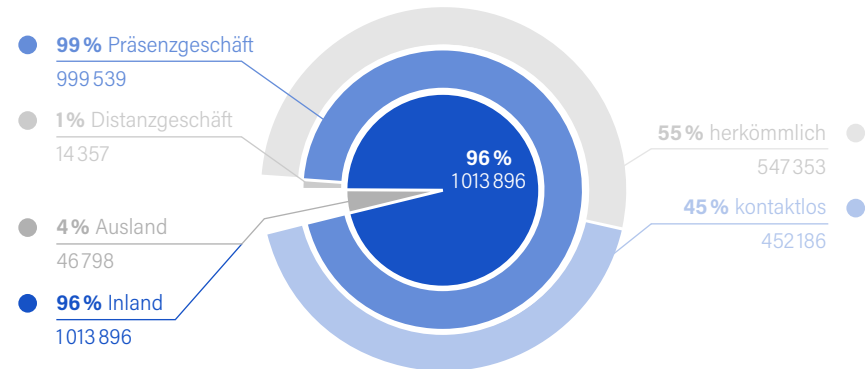
Die Beliebtheit der Debitkarte zeigt sich zusätzlich in der im Vergleich zur Kreditkarte mehr als doppelten Einsatzhäufigkeit. Mit Schweizer Debitkarten wurden in 2019 erstmals über 1 Mia. Transaktionen abgewickelt – davon 98 % im In- und 2 % im Ausland (vgl. Abb. 12). Von 2005 bis 2019 sind die Schweizer Debitkartentransaktionen um mehr als das Vierfache gestiegen. Kontaktlose Debitkartenzahlungen machten im Jahr 2019 45 % der Präsenzzahlungen im Inland aus (plus 17 PP ggü. 2018) (vgl. Abb. 11).

Mit Schweizer Debitkarten wurden in 2019 rund 54 Mia. Fr. umgesetzt – davon rund 50 Mia. Fr. (ca. 93 %) im In- und rund 4 Mia. Fr. (ca. 7 %) im Ausland (vgl. Abb. 14). Der Umsatz hat sich seit 2005 mehr als verdoppelt. 27 % des inländischen Debitkartenumsatzes in der Schweiz am stationären Verkaufspunkt wurden in 2019 kontaktlos generiert (plus 13 PP ggü. 2019) (vgl. Abb. 13).

### TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN IM JAHR 2019

Analyse SNB-Daten – in Millionen

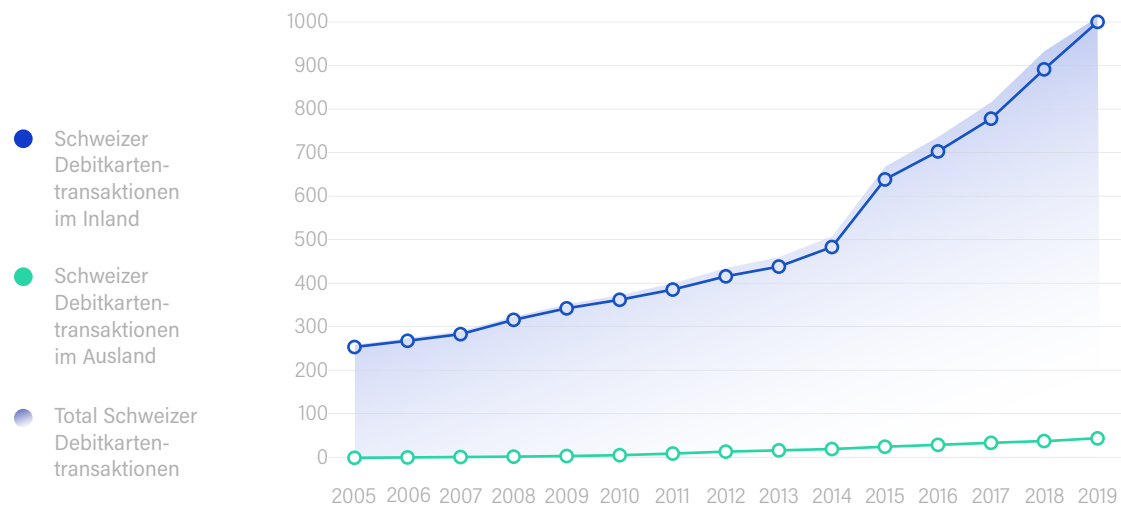
Abb. 11



### ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER DEBITKARTEN

Analyse SNB-Daten – in Millionen

Abb. 12

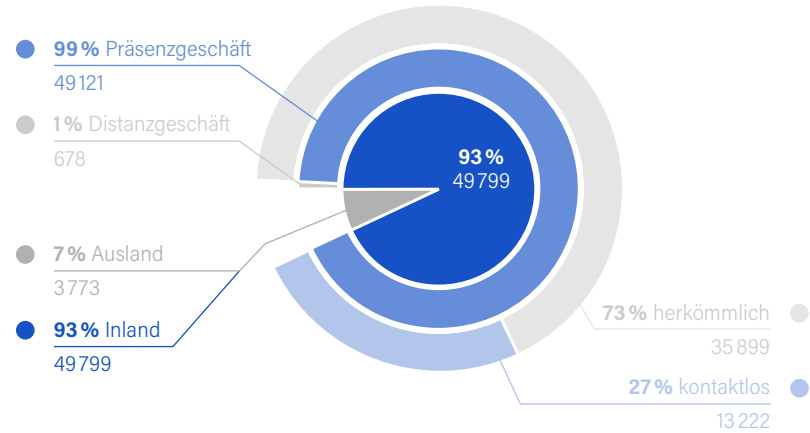


## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### UMSATZ SCHWEIZER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN IM JAHR 2019 IM INLAND

Abb. 13

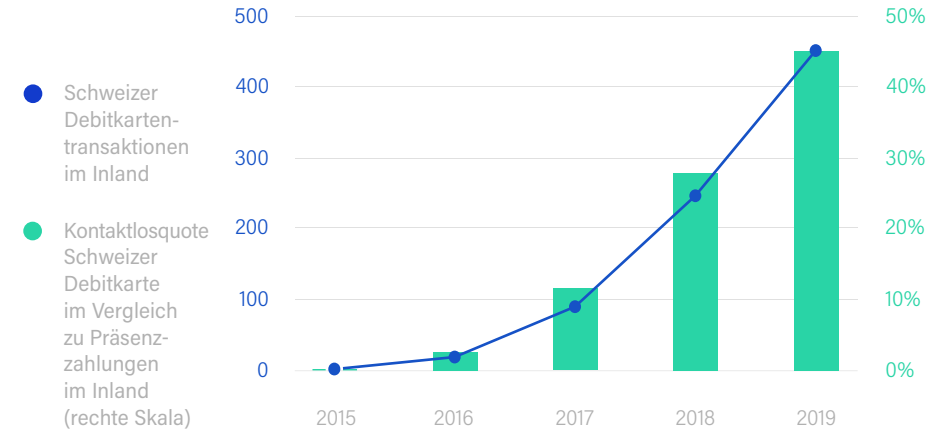
Analyse SNB-Daten - in Millionen CHF



### ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN

Abb. 15

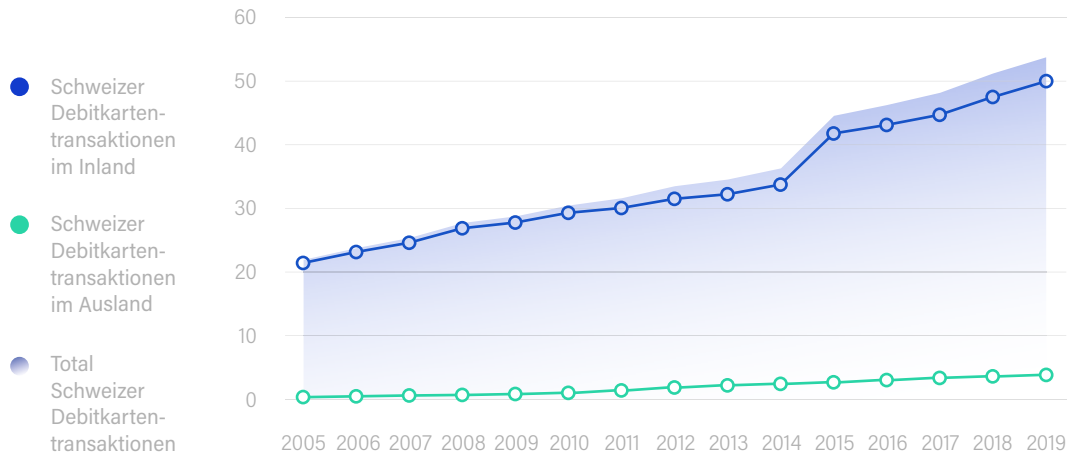
Analyse SNB-Daten - in Millionen



### ENTWICKLUNG UMSATZ SCHWEIZER DEBITKARTEN

Abb. 14

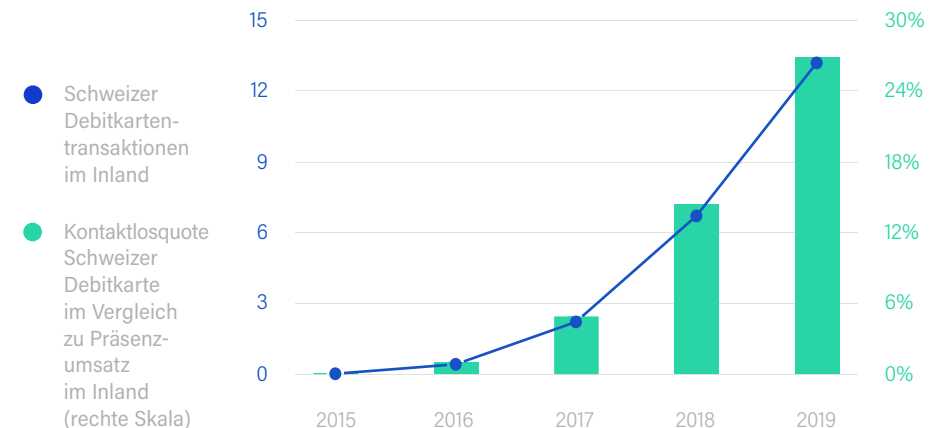
Analyse SNB-Daten - in Milliarden CHF



### ENTWICKLUNG UMSATZ SCHWEIZER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN

Abb. 16

Analyse SNB-Daten - in Milliarden CHF





## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Kontaktlose inländische Debitkartentransaktionen sind im Inland von 2015-2019 um das 390-fache gestiegen (vgl. Abb. 15). Der Umsatz mit kontaktlosen inländischen Debitkarten ist von 2015-2019 um das 490-fache gestiegen (vgl. Abb. 16).

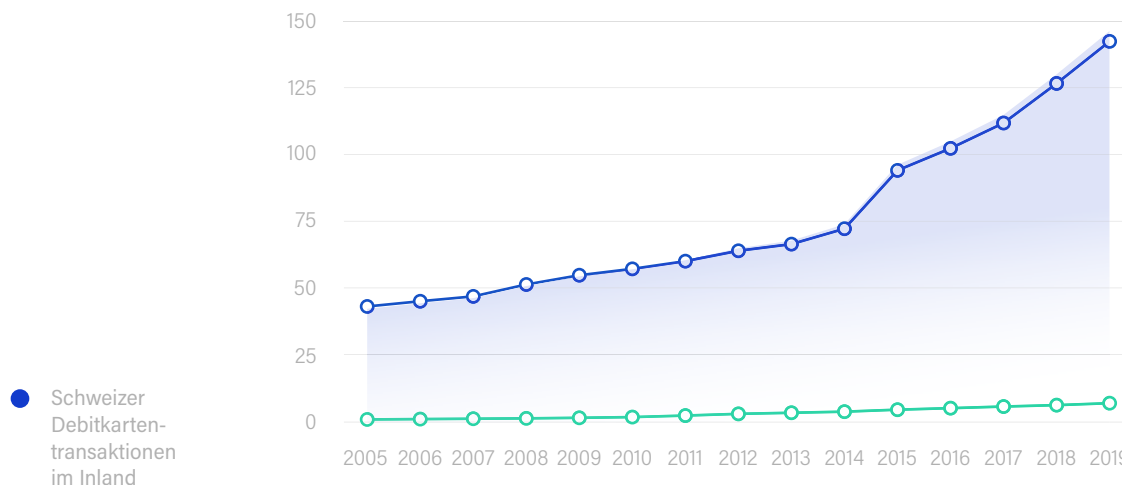
Im Durchschnitt machte eine erwachsene Person in der Schweiz in 2019 149 Debitkartentransaktionen – davon 142 (95 %) im In- und rund 7 (5 %) im Ausland (vgl. Abb. 17). Von 2005 bis 2019 hat sich der Debitkarteneinsatz pro erwachsene Person mehr als verdreifacht.

Der Jahresumsatz der Debitkarte pro Kopf einer erwachsenen Person belief sich in 2019 auf 7509 Fr. (vgl. Abb. 18). Seit 2005 haben sich die Ausgaben pro Kopf verdoppelt.

**ANZAHL DEBITKARTENTRANSAKTIONEN PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG**

Abb. 17

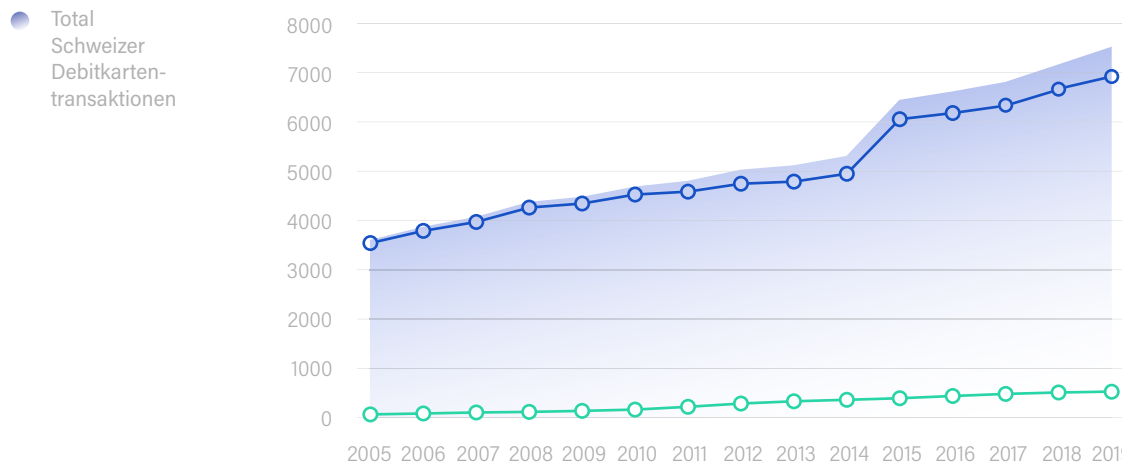
Analyse SNB-Daten



**JAHRESUMSATZ DER DEBITKARTE PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG**

Abb. 18

Analyse SNB-Daten – in CHF



## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Kreditkarte

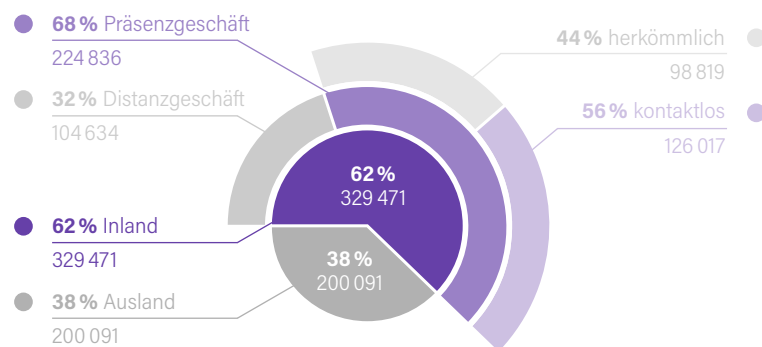
Mit Schweizer Kreditkarten wurden in 2019 rund 530 Mio. Transaktionen abgewickelt – davon 60 % im In- und 40 % im Ausland (vgl. Abb. 20). Dies entspricht rund der Hälfte der Transaktionen mit Debitkarten. Etwas mehr als die Hälfte der Präsenzzahlungen im Inland waren dabei Kontaktloszahlungen (plus 10 PP ggü. 2018) (vgl. Abb. 19). Von 2005 bis 2019 sind die Schweizer Kreditkartentransaktionen um das Fünffache gewachsen.

Mit Schweizer Kreditkarten wurden in 2019 rund 47 Mia. Fr. umgesetzt – davon rund 26 Mia. Fr. (ca. 53 %) im In- und rund 21 Mia. Fr. (ca. 47 %) im Ausland (vgl. Abb. 22). Der Umsatz hat sich seit 2005 mehr als verdoppelt. 34 % des inländischen Kreditkartenumsatzes in der Schweiz am stationären Verkaufspunkt wurden im Jahr 2019 kontaktlos generiert (plus 10 PP ggü. 2018) (vgl. Abb. 21).

### TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN IM JAHR 2019 IM INLAND

Abb. 19

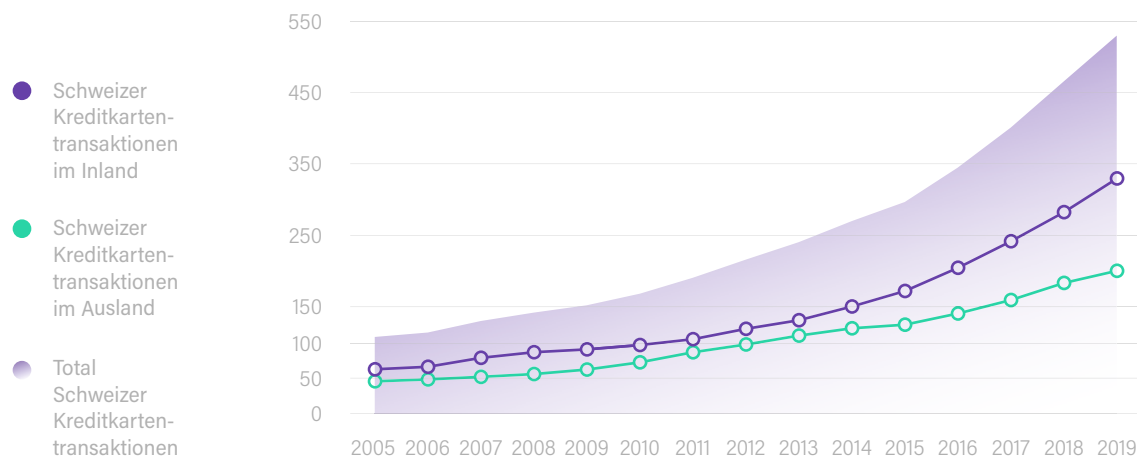
Analyse SNB-Daten – in Millionen



### ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER KREDITKARTEN

Abb. 20

Analyse SNB-Daten – in Millionen

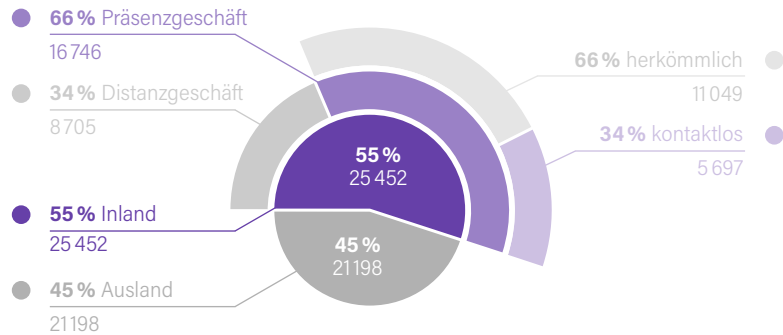


## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### UMSATZ SCHWEIZER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN IM JAHR 2019 IM INLAND

Abb. 21

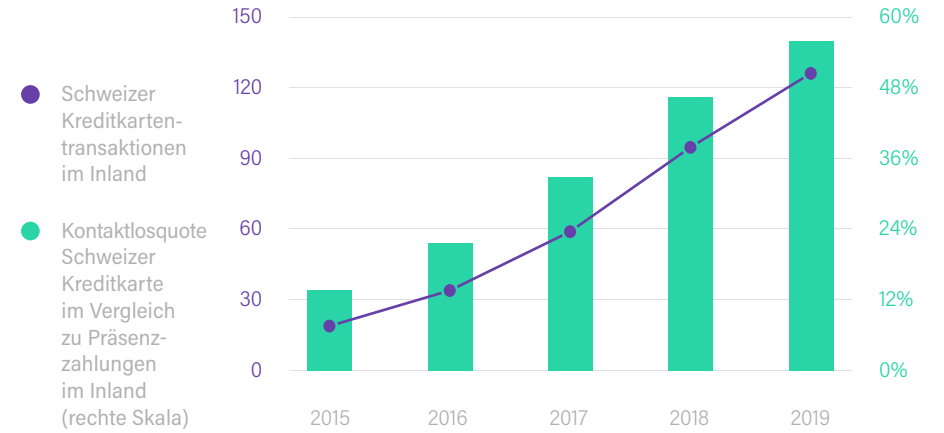
Analyse SNB-Daten – in Millionen CHF



### ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT SCHWEIZER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN

Abb. 23

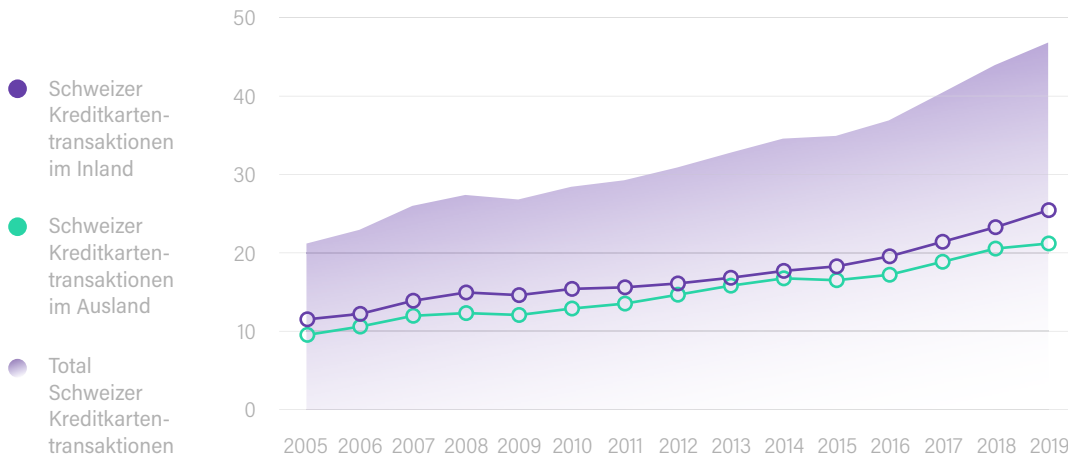
Analyse SNB-Daten – in Millionen



### ENTWICKLUNG UMSATZ SCHWEIZER KREDITKARTEN

Abb. 22

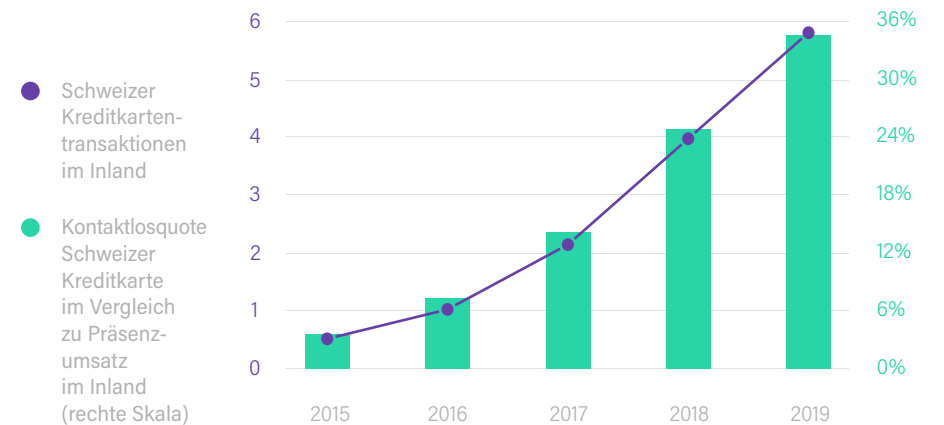
Analyse SNB-Daten – in Milliarden CHF



### ENTWICKLUNG UMSATZ SCHWEIZER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN

Abb. 24

Analyse SNB-Daten – in Milliarden CHF



## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Kontaktlose Schweizer Kreditkartentransaktionen sind im Inland von 2015-2019 um das Siebenfache gestiegen, während der Umsatz mit kontaktlosen inländischen Kreditkarten um das Zwölfwache zugenommen hat (vgl. Abb. 23 und Abb. 24).

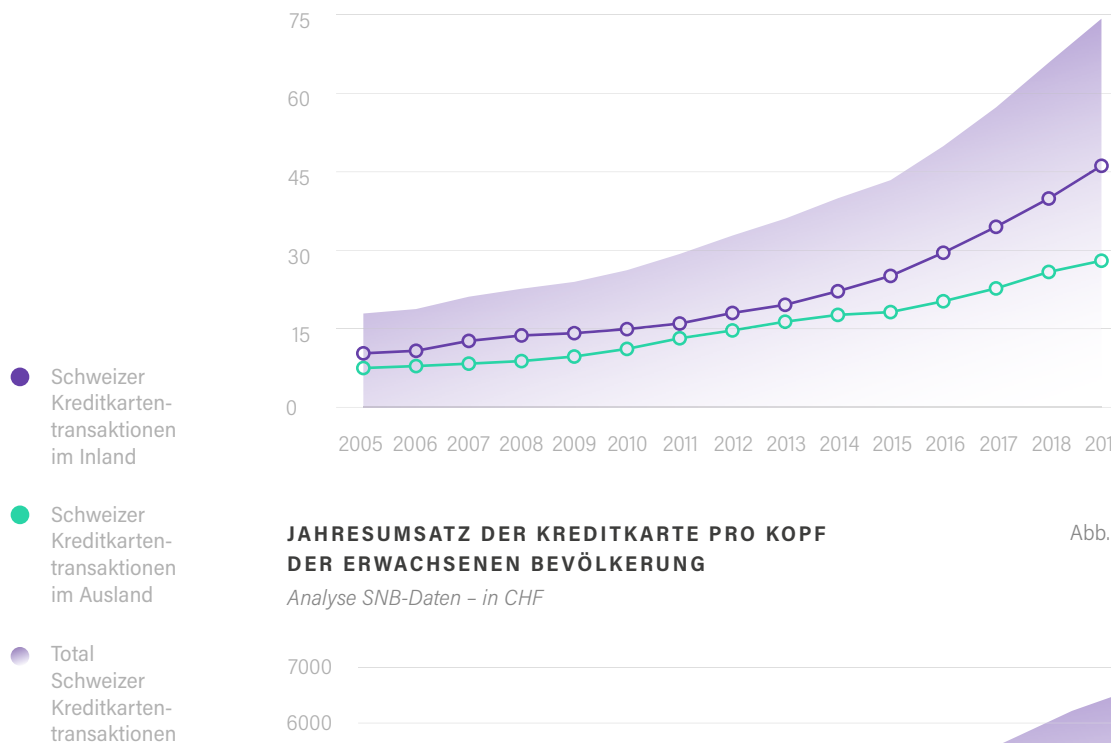
Im Durchschnitt machte eine erwachsene Person in der Schweiz in 2019 74 Kreditkartentransaktionen – davon 46 (60 %) im In- und 28 (40 %) im Ausland (vgl. Abb. 25). Die inländische Kreditkarte wurde somit in 2019 pro Kopf rund halb so viel mal verwendet wie die Debitkarte. Von 2005 bis 2019 hat der Kreditkarteneinsatz pro Kopf um mehr als das Vierfache zugenommen.

Der Jahresumsatz der Kreditkarte pro Kopf einer erwachsenen Person belief sich in 2019 auf 6463 Fr. (vgl. Abb. 26). Seit 2005 haben sich die Ausgaben pro Kopf mit Kreditkarte verdoppelt.

### ANZAHL KREDITKARTENTRANSAKTIONEN PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 25

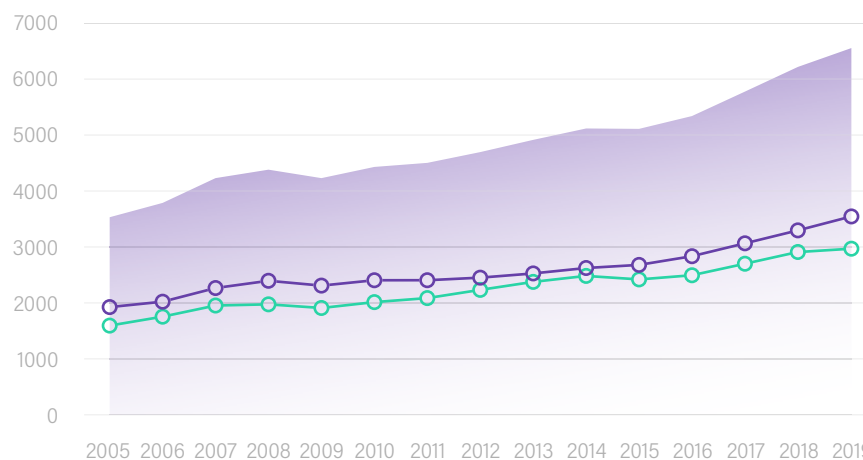
Analyse SNB-Daten



### JAHRESUMSATZ DER KREDITKARTE PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 26

Analyse SNB-Daten - in CHF



## Schwerpunkt soziale Normen

Soziale Normen als psychologische Faktoren haben gemäss Umfrageergebnisse neben den Gewohnheiten einen relevanten Einfluss auf das Zahlungsverhalten.

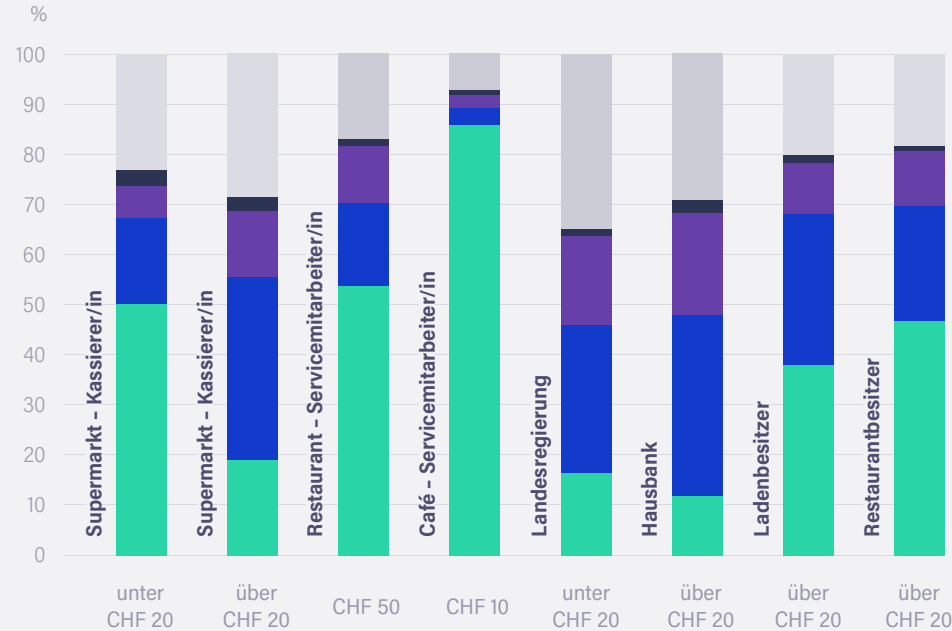
Grundsätzlich erwarten die befragten Personen, dass bei Servicemitarbeitenden im Gastronomiebereich die Zahlungsmittelpräferenz auf Barzahlungen liegt («Trinkgeld-Effekt»). In einem Café (Betrag um 10 Fr.) liegt dieser Anteil bei 86%, in einem Restaurant (Betrag um 50 Fr.) bei 54% der Befragten (vgl. Abb. S.3.1). Auch bei den Laden- und Restaurantbesitzern ist die (vermeintliche) Bargeldpräferenz verbreitet (38% resp. 47%), wobei auch die Debitkarte als Wunschzahlungsmittel angesehen wird (30% resp. 23%). Bei Kassierern/Kassiererinnen im Supermarkt wird vermutet, dass die Zahlungsmittelpräferenz bei Beträgen unter 20 Fr. auf Barzahlungen liegt (50%) und bei Beträgen über 20 Fr. auf der Debitkarte (36%).

Die Kreditkarte wird ausser bei Zahlungen im Zusammenhang mit der eigenen Bank selten als erwartetes Wunschzahlungsmittel beurteilt (vgl. Abb. S.3.1).

Die meisten Befragten geben an, dass sie sehr stark auf die Zahlungsmittelbedürfnisse von anderen Rücksicht nehmen, insbesondere auf diejenigen von Serviceangestellten im Restaurant (MW 3,4 auf einer 5er-Skala) und von Laden- und Restaurantbesitzern (MW je 3,3) (vgl. Abb. S.3.2).

ERWARTETES ZAHLUNGSVERHALTEN (INJUNCTIVE NORMS)

Abb. S.3.1  
n=1259



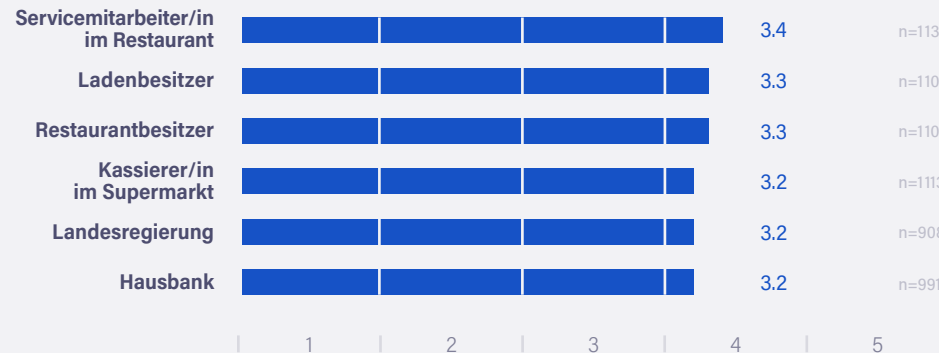
Frage: Wie wollen die aufgeführten Personen/ Institutionen, dass Sie vor Ort in einem Lokal bezahlen?

Basis: Alle Befragten

- keine Meinung
- Mobiltelefon
- Kreditkarte
- Debitkarte
- Bargeld

ANPASSUNG DES ZAHLUNGSVERHALTENS

Abb. S.3.2



Frage: Bewerten Sie bitte folgende Aussage: Ich bezahle gern so, wie die aufgeführten Personen/Institutionen wollen, dass ich bezahle.

Basis: Alle Befragten

Mittelwertskala:  
1 = stimme überhaupt nicht zu  
5 = stimme voll zu

## Schwerpunkt soziale Normen

Die meisten Personen denken, dass enge Freunde, der Partner/in, Arbeitskollegen und andere Kunden gleich oft mit Bargeld wie elektronisch zahlen oder meistens bargeldlos (vgl. Abb. S.3.3). Dieselbe Frage betreffend Familie wird mit «meistens mit Bargeld» beantwortet. Die befragten Personen orientieren sich bei der Wahl des Zahlungsmittels unter anderem an den (vermeintlichen) Präferenzen von anderen, insbesondere Frauen und junge Personen. Am stärksten beeinflusst werden sie dabei von der eigenen Partnerin bzw. vom eigenen Partner (MW 3,3) (vgl. Abb. S.3.4).

Abb. S.3.3

Frage: Wie denken Sie zahlen die meisten Personen der aufgeführten Gruppen?

Basis: Alle Befragten

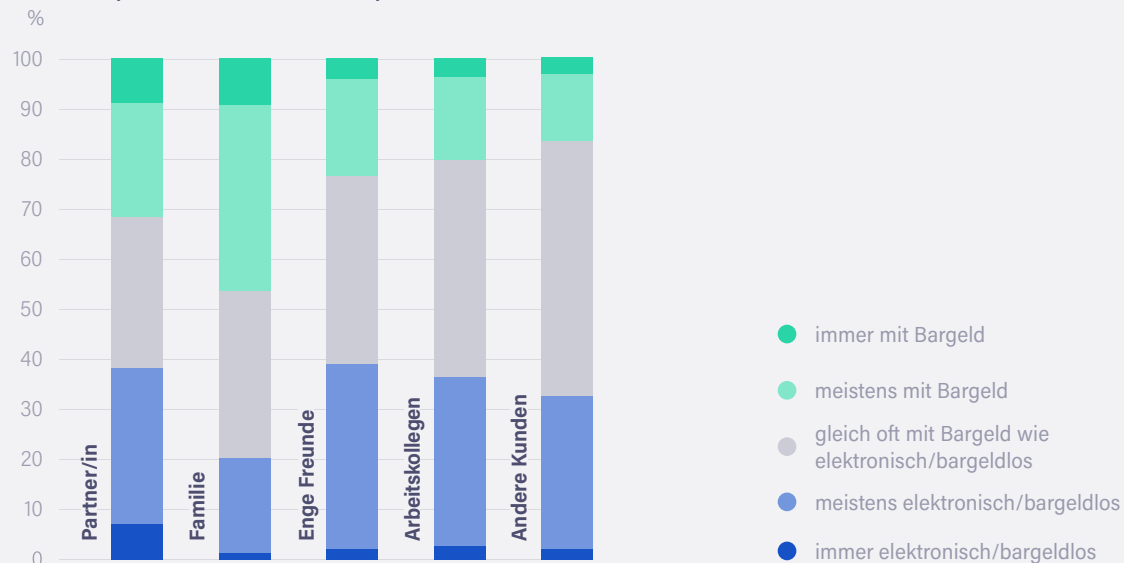
Abb. S.3.4

Frage: Bewerten Sie bitte folgende Aussage: Ich bezahle gern so, wie die aufgeführten Personen wollen, dass ich bezahle.

Basis: Alle Befragten

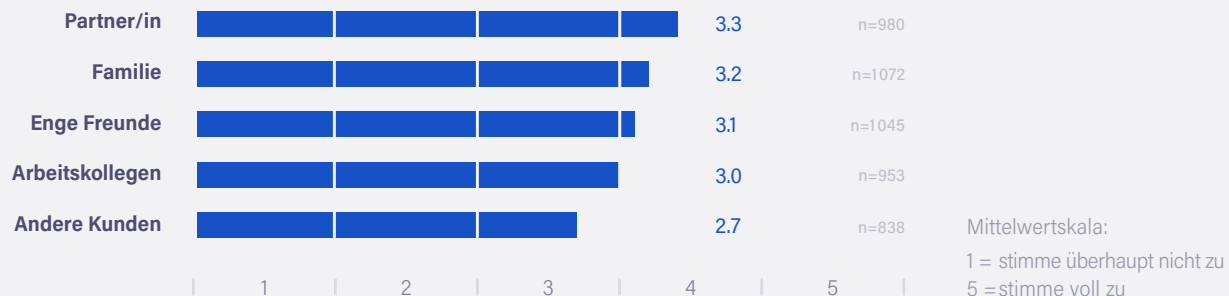
ERWARTETES ZAHLUNGSVERHALTEN (DESCRIPTIVE NORMS)

Abb. S.3.3  
n=1259



ANPASSUNG DES ZAHLUNGSVERHALTENS GEGENÜBER BESTIMMTEN PERSONENGRUPPEN

Abb. S.3.4



## Schwerpunkt soziale Normen

Die Befragten schätzen die Wahlfreiheit bei den Zahlungsmitteln (vgl. Abb. S.3.5). Sie sind sich grundsätzlich einig, dass es immer möglich sein sollte, sowohl mit Bargeld (77% stimmen zu) als auch elektronisch bzw. bargeldlos zu bezahlen (73% stimmen zu). Sie finden es jedoch wichtiger, dass immer mit Bargeld bezahlt werden kann gegenüber bargeldlos.

Bargeldliebhaber sind überzeugte Verfechter ihres bevorzugt genutzten Zahlungsmittels und der Ansicht, dass Personen im gleichen Alter und vergleichbarem Einkommen ebenfalls mit Bargeld bezahlen sollten (vgl. Abb. S.3.6). Jüngere Personen bis 44 Jahre sind signifikant häufiger der Meinung, dass Personen in ihrem Alter elektronisch bzw. bargeldlos bezahlen sollten, bei älteren ist es genau umgekehrt. Personen mit einem Einkommen unter 6000 Fr. und tiefem Bildungsniveau sind signifikant häufiger der Ansicht, dass in ihrer Einkommensklasse mit Bargeld bezahlt werden sollte. Es herrscht tendenziell die Meinung vor, dass Personen wohnhaft in urbanen Gebieten eher elektronisch/bargeldlos und Personen wohnhaft in ländlichen Regionen eher mit Bargeld bezahlen sollten.

Abb. S.3.5

Frage: Bewerten Sie die jeweiligen Aussagen.

Basis: Alle Befragten

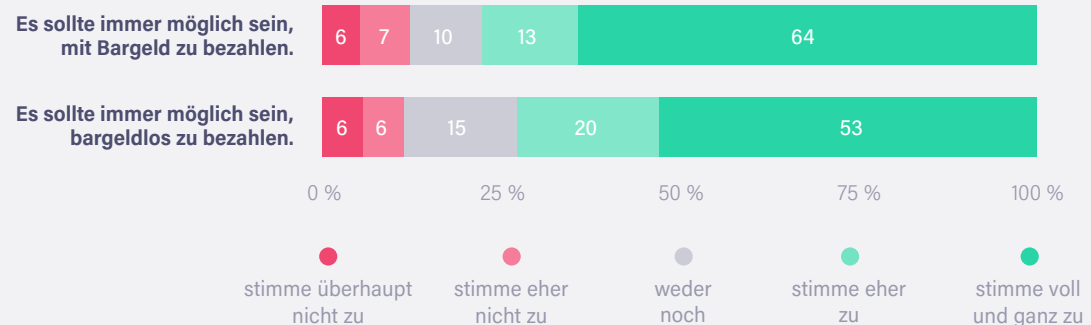
Abb. S.3.6

Frage: Was denken Sie: Wie ist das optimale Zahlungsverhalten für Personen ...

Basis: Alle Befragten

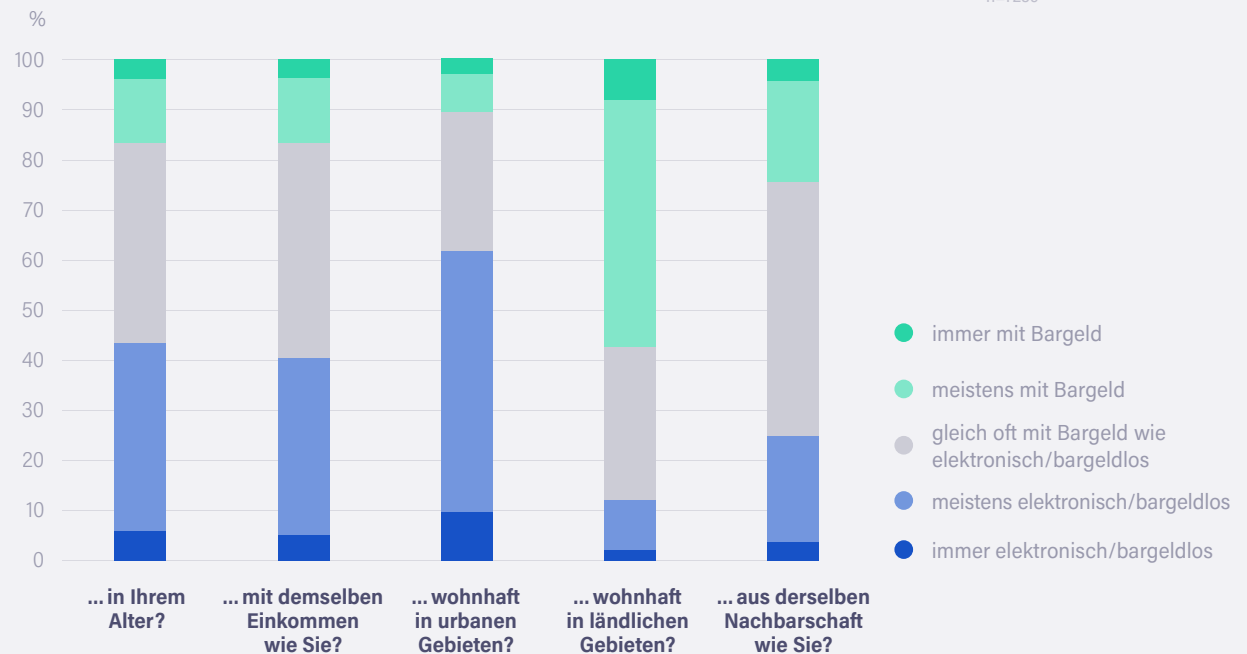
### PERSÖNLICHE EINSTELLUNG ZUM ZAHLUNGSVERHALTEN

Abb. S.3.5  
n=1259



### WIE IST DAS OPTIMALE ZAHLUNGSVERHALTEN FÜR PERSONEN...

Abb. S.3.6  
n=1259



## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Zahlungsverhalten in Abhängigkeit des Zahlbetrages

Wie die Analyse des Zahlungstagebuchs zeigt, hat die Höhe des Zahlbetrages einen massgeblichen Einfluss auf die Wahl des Zahlungsmittels (vgl. Abb. 27 und 28).

So ist Bargeld für Zahlungen bis 20 Fr. nach wie vor das mit Abstand am häufigsten verwendete Zahlungsinstrument. Ein Grossteil der Bartransaktionen (70 %) entfällt auf Kleinbeträge bis 20 Fr., davon ein Viertel auf Kleinbeträge bis 5 Fr.

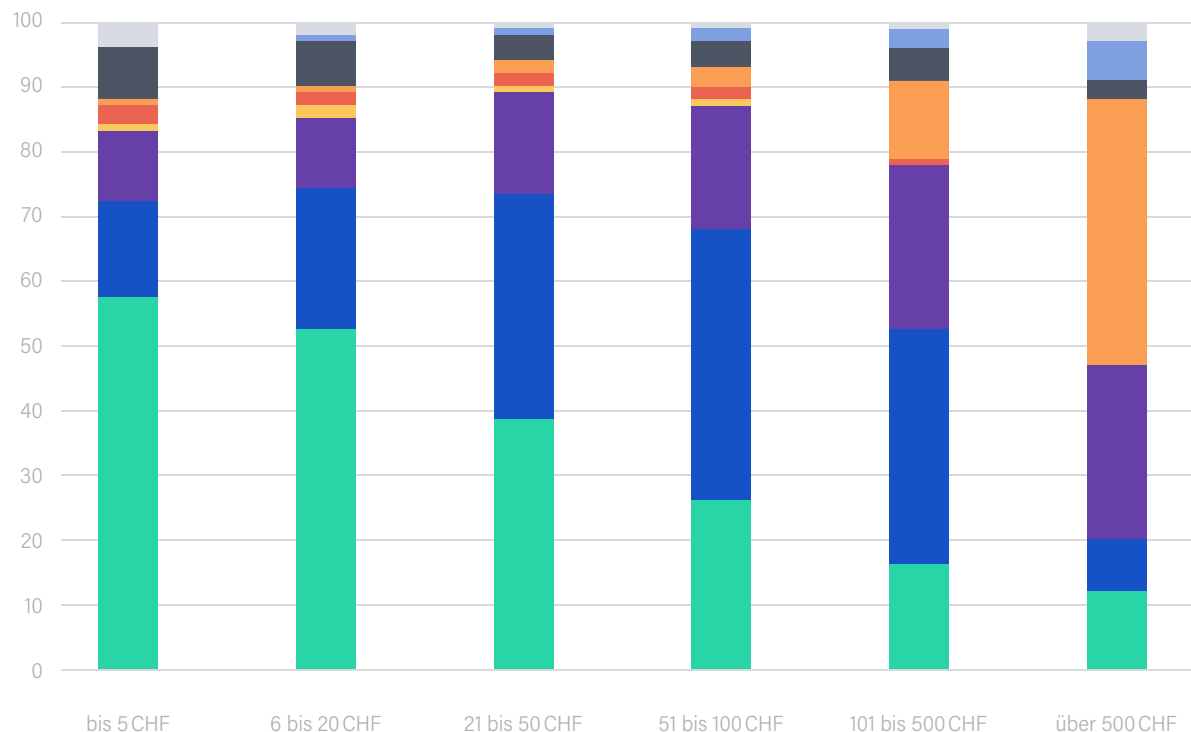
Nebst Bargeld werden für die Begleichung von Klein- und Kleinbeträgen überproportional häufiger auch kontaktlose und mobile Bezahlverfahren (insbesondere «In-App»-Zahlungen) sowie die Prepaid-Karte eingesetzt.

Während die Debitkarte bereits ab 6 bis 20 Fr. vermehrt genutzt wird, kommt die Kreditkarte in der Regel erst bei Beträgen ab 20 Fr. stärker zum Einsatz. Beim kontaktlosen

### ZAHLUNGSMITTEL NACH BETRAGSBEREICH IM INLAND

Transaktionsanteile in %, gemäss Tagebuch

Abb. 27  
Basis: 8 020



- Bargeld
- Debitkarte
- Kreditkarte
- Prepaid-(Kredit-)Karte
- Rechnung
- Händlerkarten/Kundenkarten
- Mobiles Bezahlen (Mobile Payment)
- Internetbezahlverfahren
- Andere Zahlungsmittel
- Vorkasse\*
- Lastschriftverfahren (LSV)\*

\* Werte nicht abgebildet, da annähernd 0%



## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Bezahlen wird bei Kleinstbeträgen tendenziell die Kreditkarte etwas mehr bevorzugt, abgesehen davon hat die Höhe des Betrags jedoch keinen merklichen Einfluss auf die Wahl des entsprechenden Zahlungsmittels (Debit- oder Kreditkarte).

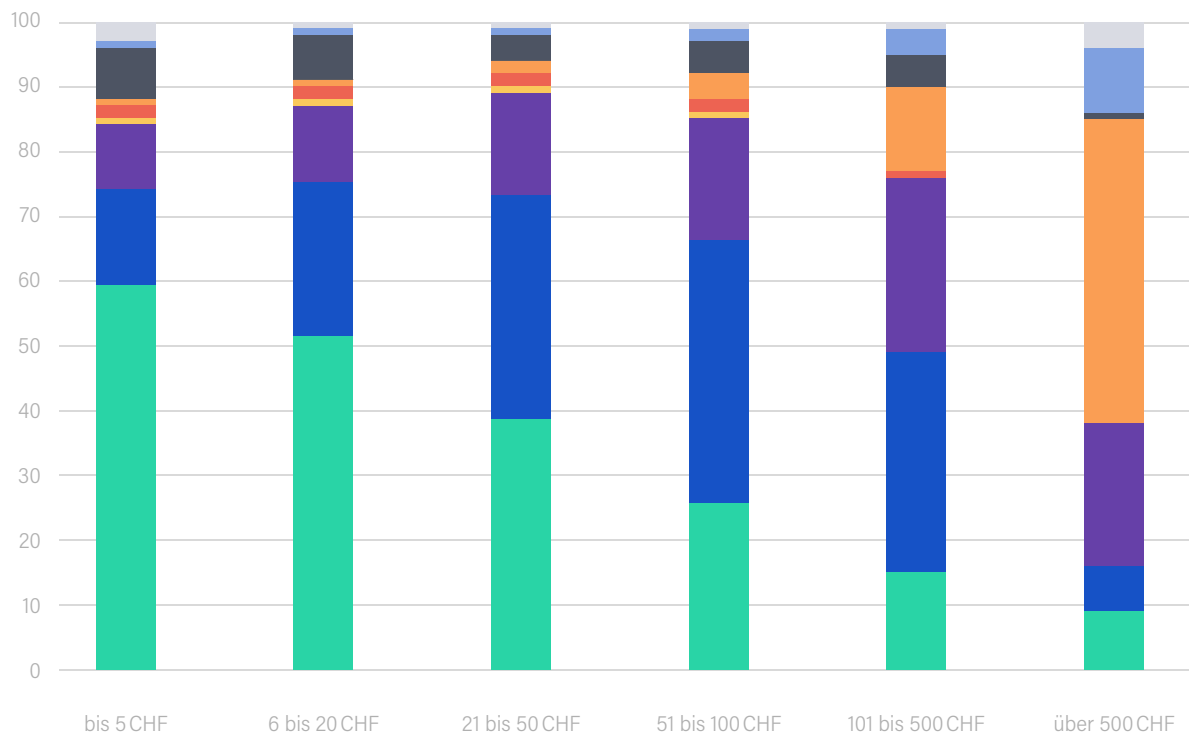
Die Übergangsschwelle von Bar- zu Kartentransaktionen (also derjenige Punkt, wo der Anteil Kartentransaktionen denjenigen der Bartransaktionen überwiegt) liegt im Bereich zwischen 20 und 50 Fr., wobei Kartenzahlungen mit steigender Betragshöhe anteilmässig zunehmen.

Bei Beträgen ab 100 Fr. sind in erster Linie klassische Distanzzahlungsmittel wie Rechnung, Vorkasse und LSV sowie auch herkömmliche Kreditkartenzahlungen und Internetbezahlverfahren vorherrschend, wobei Grossbeträge über 500 Fr. überproportional häufiger per Onlineüberweisung beglichen werden.

### ZAHLUNGSMITTEL NACH BETRAGSBEREICH IM INLAND

Umsatzanteile in %, gemäss Tagebuch

Abb. 28  
Basis: 387 274 CHF



- Bargeld
- Debitkarte
- Kreditkarte
- Prepaid-(Kredit-)Karte
- Rechnung
- Händlerkarten/Kundenkarten
- Mobiles Bezahlen (Mobile Payment)
- Internetbezahlverfahren
- Andere Zahlungsmittel
- Vorkasse\*
- Lastschriftverfahren (LSV)\*

\* Werte nicht abgebildet, da annähernd 0%

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Zahlungsverhalten in Abhängigkeit der Bezahlsituation

Neben dem Zahlungsbetrag ist die Zahlungsmittelwahl auch abhängig von der Bezahlsituation und dem Zahlungs-ort bzw. Zahlungszweck.

Rein mengenmässig konzentriert sich der Grossteil (86%) der Transaktionen auf das Präsenzgeschäft, das Distanzgeschäft macht lediglich einen Zehntel aller getätigten Transaktionen aus. Überweisungen an Privatpersonen («Peer-to-Peer»-Zahlungen) haben einen Anteil von 4% an der Gesamtheit aller Transaktionen (vgl. Abb. 29).

Gemessen am Umsatz ist das Verhältnis jedoch ausgeglichener: Während 64% der Umsätze im stationären Geschäft generiert werden, erreicht das Distanzgeschäft aufgrund der verhältnismässig höheren Transaktionsbeträge einen beachtlichen Anteil von 29% am gesamten Umsatzvolumen. «Peer-to-Peer»-Überweisungen machen derzeit 7% aus. Diese Werte sind im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben.

Im stationären Handel entfällt mit 40% der grösste Anteil der Umsätze auf Debitkartentransaktionen, gefolgt von Bartransaktionen mit 31% (vgl. Tabelle 3). Ebenfalls eine wichtige Rolle spielt die Kreditkarte (inkl. Prepaid), deren Umsatzanteil im Präsenzgeschäft von 19% im Jahr 2019 auf 24% im Jahr 2020 angewachsen ist.

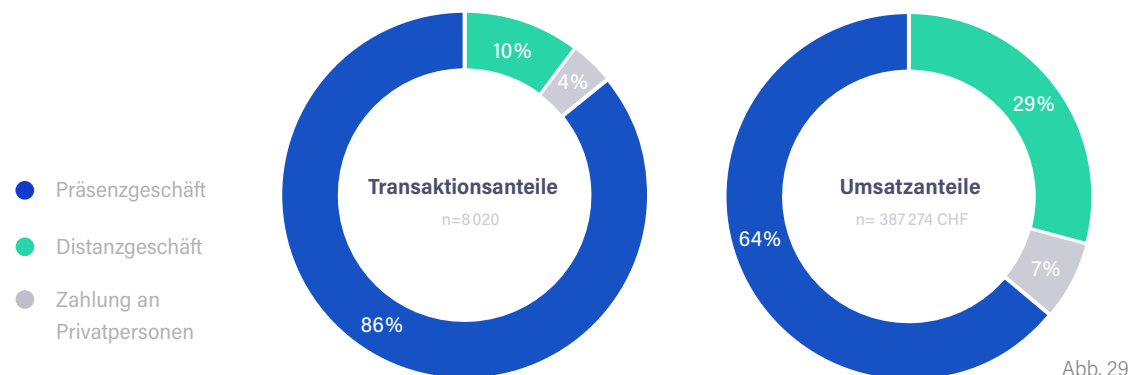


Abb. 29

### Präsenzgeschäft

#### ZAHLUNGSMITTEL NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz	
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %
Bargeld	3 325	48.6	76 347	30.8
Debitkarte	2 083	30.4	99 208	40.0
Kreditkarte	903	13.2	58 525	23.6
Prepaid-(Kredit-)Karte	79	1.2	1 441	0.6
Händlerkarten/Kundenkarten	134	2.0	3 820	1.5
Mobiles Bezahlen (Mobile Payment)	195	2.8	5 357	2.2
Andere	128	1.9	3 365	1.4
<b>Summe</b>	<b>6 847</b>	<b>100.0</b>	<b>248 063</b>	<b>100.0</b>

Tabelle 3

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Während der Anteil Debitkartenzahlungen im Präsenzgeschäft geg. 2019 zugenommen hat (plus 2 PP), sind Barzahlungen (minus 3,1 PP ggü. 2019) und Kreditkartentransaktionen gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig (minus 2,0 PP ggü. 2019).

Distanzgeschäfte werden gemessen am Umsatz überwiegend per Rechnung bzw. Onlineüberweisung (53 %), über die Kreditkarte (19 %) sowie über Internetbezahlverfahren wie Twint oder PayPal (12 %) abgewickelt (vgl. Tabelle 4). Zunehmend relevant werden zudem auch mobile Bezahlmethoden: Gemessen am Umsatz machen diese mit 7% erst einen verhältnismässig kleinen Anteil aus, mengenmässig laufen aber bereits 26 % aller Transaktionen über mobile Endgeräte.

### Distanzgeschäft

#### ZAHLUNGSMITTEL NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz	
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %
Debitkarte	63	7.7	6 502	5.8
Kreditkarte	234	28.6	20 907	18.8
Prepaid-(Kredit-)Karte	15	1.8	415	0.4
Händlerkarten/Kundenkarten	4	0.4	466	0.4
Rechnung*	198	24.2	59 182	53.1
Vorkasse	8	0.9	612	0.5
Lastschriftverfahren (LSV)	5	0.7	466	0.4
Mobiles Bezahlen (Mobile Payment)	216	26.3	7 209	6.5
Internetbezahlverfahren	72	8.8	13 015	11.7
Andere	4	0.5	2 593	2.3
<b>Summe</b>	<b>819</b>	<b>100.0</b>	<b>111 367</b>	<b>100.0</b>

Tabelle 4

\* Werte nicht mit Vorjahren vergleichbar, da Abfrage geändert

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

### Zahlungsort

Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Verteilung der Umsätze und Transaktionen in Abhängigkeit des Zahlungsortes bzw. Verwendungszwecks.

Mit Blick auf den Zahlungsmiteinsatz bzw. Verwendungszweck der Ausgaben dominieren im umsatzstarken Einzelhandel Kartenzahlungen.

Bargeld wird gegenüber anderen Zahlungsmitteln deutlich häufiger in Restaurants und in Bäckereien sowie an Aussenverkaufsstellen (Kiosk, Take-away) eingesetzt.

Während die Debitkarte sehr vielseitig über verschiedene Ausgabenkategorien zum Einsatz kommt, ist die Kreditkarte vornehmlich in Restaurants sowie auf Reisen das Zahlungsmittel der Wahl.

### ZAHLUNGORT NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsort	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Median
<b>Einzelhandel für den täglichen Bedarf</b>	3 140	39.2	112 827	29.1	17.79
<b>Persönliche Bekleidung</b>	174	2.2	19 265	5.0	65.99
<b>Apotheke/Medikamente</b>	128	1.6	5 182	1.3	26.25
<b>Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen</b>	256	3.2	40 760	10.5	54.28
<b>Tankstelle/Benzin</b>	306	3.8	12 080	3.1	35.35
<b>Kiosk, Bäckerei</b>	553	6.9	5 916	1.5	6.98
<b>Restaurant</b>	836	10.4	34 608	8.9	18.67
<b>Café, Kneipe, Imbiss, Schnellrestaurant, Take-away, Lieferdienste, Bar, Club</b>	919	11.5	11 368	2.9	8.19
<b>Freizeitaktivitäten/Unterhaltung</b>	325	4.1	21 439	5.5	30.08
<b>Dienstleistungsbetrieb (z.B. Coiffeur)</b>	170	2.1	19 497	5.0	57.84
<b>Hotel, Pension</b>	27	0.3	6 315	1.6	127.67

Tabelle 5

FORTSETZUNG TABELLE 5 →

## V. ZAHLUNGSVERHALTEN

Die Rechnung bzw. Überweisung findet grundsätzlich breite Anwendung, ist aber insbesondere bei Zahlungen an öffentliche Ämter vorherrschend.

Internetbezahlverfahren werden mehrheitlich für die Begleichung von Aufwendungen im Bereich Freizeitaktivitäten und Mobilität sowie im Einzelhandel für Verbrauchs- und Gebrauchsgüter genutzt. Eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielen sie ausserdem im Rahmen von privaten Begleichungen und Zahlungen an öffentliche Ämter.

Mobile Bezahlmethoden kommen nebst dem Einzelhandel für den täglichen Bedarf vor allem für Ausgaben im Zusammenhang mit Mobilität (ÖV, Parking) zum Einsatz.

### ZAHLUNGORT NACH TRANSAKTIONSZAHL UND UMSATZ

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsort	Verteilung nach Transaktionszahl		Verteilung nach Umsatz		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Median
<b>Mobilität, Reise, Parking, Transport</b>	533	6.6	20 520	5.3	7.23
<b>Automaten (z.B. Zigaretten, Selecta)</b>	123	1.5	517	0.1	1.95
<b>Bestellungen beim Versandhandel ohne Internet (z.B. Kataloge, Teleshopping)</b>	38	0.5	4 066	1.0	74.85
<b>Ausgaben an Privatpersonen (z.B. Babysitting, Nachhilfe)</b>	30	0.4	3 697	1.0	37.51
<b>Private Begleichungen (z.B. Taschengeld)</b>	89	1.1	8 667	2.2	23.14
<b>Ausgaben/Spenden an wohltätige Organisationen</b>	48	0.6	2 915	0.8	19.98
<b>Zahlungen an Ämter/öffentliche Verwaltungen (z.B. Bussen, Gebühren)</b>	68	0.9	11 164	2.9	60.94
<b>Andere</b>	258	3.2	46 469.8	12.0	26.09
<b>Summe</b>	<b>8 021</b>	<b>100.0</b>	<b>387 274</b>	<b>100.0</b>	

Tabelle 5

# VI. Blick in die Zukunft

## Neue Bezahlformen

Unter die neueren Bezahlformen fallen das kontaktlose Bezahlen mit Kredit- und Debitkarte («Contactless Payment») und mobile Bezahlverfahren («Mobile Payment») wie das Bezahlen vor Ort im stationären Geschäft, im Internet oder innerhalb einer App («In-App»-Zahlungen).

Während das kontaktlose Bezahlen mittlerweile bereits breit etabliert ist und Eingang in den Alltagsgebrauch gefunden hat, erlebt das mobile Bezahlen nach einer anfänglich sehr zögerlichen Entwicklung derzeit einen starken Aufschwung.

Der Kartenbestand von in der Schweiz ausgestellten Kontaktloskreditkarten ist im Vergleich zum Vorjahr von 95 % auf 97 % leicht gestiegen. Die Anzahl kontaktlosfähiger Debitkarten, die im vergangenen Jahr in Umlauf gebracht wurden, hat nochmals deutlich zugenommen und liegt gegenwärtig bei einem Anteil von 80 % am gesamten Debitkartenvolumen (plus 9 PP ggü. 2019).

## Verständnis von Mobile Payment

Im Gegensatz zu den beiden Vorgängermessungen wird «Mobile Payment» inzwischen sehr umfassend verstanden. Am stärksten assoziiert wird der Begriff mit Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlungsfunktion (hinterlegtes Zahlungsmittel) und Bezahlen mit dem Mobiltelefon vor Ort in einem Ladengeschäft (beide 68 %), gefolgt von Bezahlen mit dem Mobiltelefon im Internet bzw. in einem Onlineshop (61 %) und «Peer-to-Peer»-Zahlungen im Inland (56 %) (vgl. Abb. 30).

Gut jeder Fünfte verbindet mobiles Bezahlen mit Überweisungen an Privatpersonen im Ausland (23 %) und «Wearables» (21 %), wobei letztere in der Wahrnehmung der Befragten deutlich präsenter sind als noch im Vorjahr (plus 7,9 PP).

## ASSOZIATIONEN MOBILE PAYMENT

Gestützte Abfrage

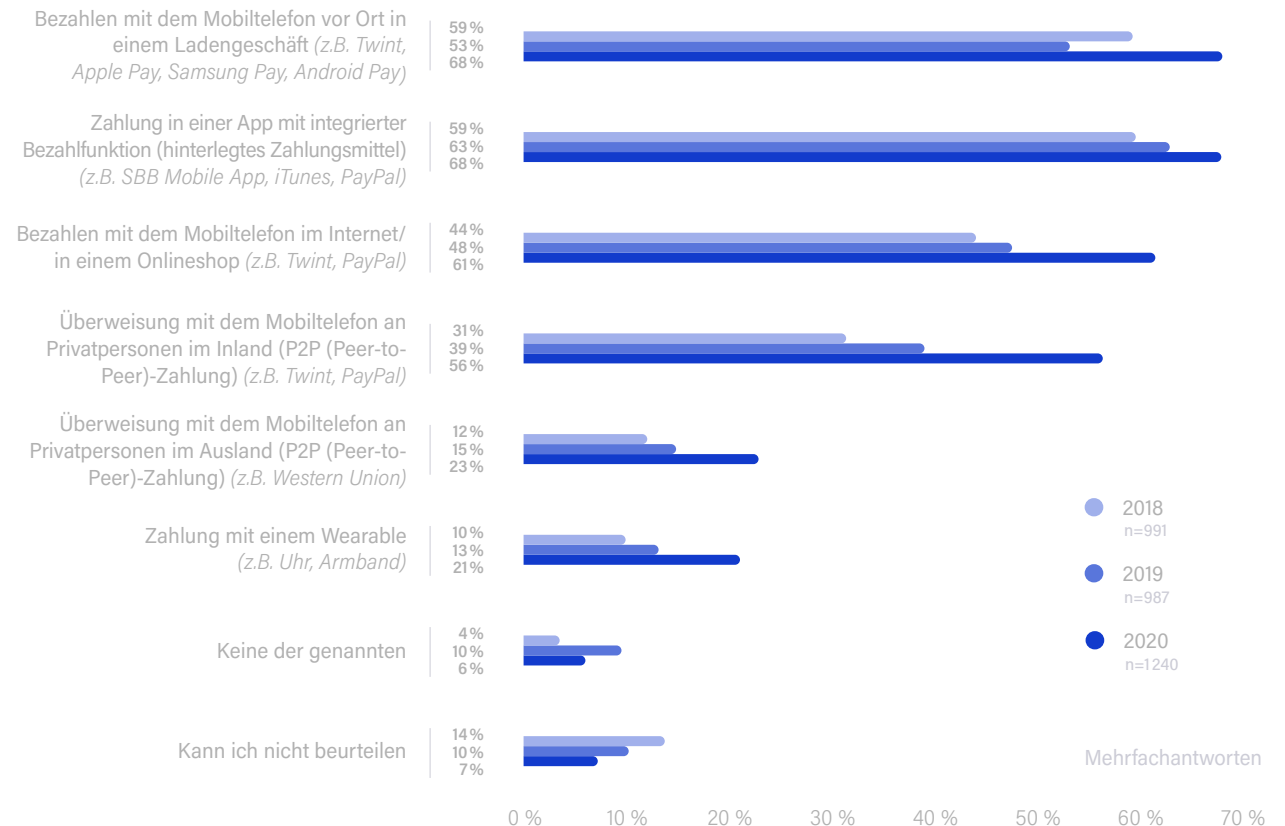


Abb. 30

Frage: Welche der aufgeführten Bezahlmethoden bringen Sie im Allgemeinen mit mobilem Bezahlen in Verbindung?

Basis: Befragte, die angegeben haben, mobiles Bezahlen zu kennen

## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

### Beliebtheit der neuen Bezahlformen

Neuere Bezahlformen erfreuen sich grosser Beliebtheit. Danach gefragt, wie gut diese gefallen, werden mit einer durchschnittlichen Punktzahl von 3,9 auf einer 5er-Skala kontaktlose und mobile Bezahlverfahren gleichermaßen positiv beurteilt (vgl. Abb. 31 und 32). Sowohl beim kontaktlosen wie auch beim mobilen Bezahlen besonders geschätzt werden die hohe Praktikabilität (Convenience) sowie die Schnelligkeit des Bezahlvorgangs. Während mobiles Bezahlen jedoch erst richtig in Fahrt kommt, verlangsamt sich beim kontaktlosen Bezahlen das Wachstum und es beginnt sich allmählich eine Sättigung abzuzeichnen.

Nicht nur zwischen den Bezahlformen sind Unterschiede festzustellen, sondern auch innerhalb der einzelnen Methoden. Entsprechend hat in erster Linie das kontaktlose Bezahlen mit Kreditkarte signifikant an Attraktivität hinzugewonnen, wohingegen diejenige des Bezahlens mit Debitkarte nur noch wenig gewachsen ist. Hinsichtlich des Gesamteindrucks liegen kontaktloses Bezahlen mittels Debitkarte und mittels Kreditkarte somit gleichauf.

Dabei gefällt unabhängig von der Art der Karte Deutschschweizern kontaktloses Bezahlen wesentlich besser als Personen aus der Westschweiz. Gleichzeitig bewerten Männer kontaktloses Bezahlen signifikant positiver als Frauen und die Altersgruppe der 18- bis 44-Jährigen spricht die Bezahlform deutlich stärker an als Personen ab 45 Jahren. Besonders beliebt ist kontaktloses Bezahlen ausserdem bei kaufkräftigen Konsumenten und Personen, die gern Neues ausprobieren («Pioniere»).

Mobiles Bezahlen wird im Rahmen der aktuellen Messung nochmals signifikant besser bewertet als im Vorjahr (vgl. Abb. 32). Dies gilt nicht nur für mobiles Bezahlen

### GESAMTEINDRUCK KONTAKTLOSES BEZAHLEN - JAHRESVERGLEICH

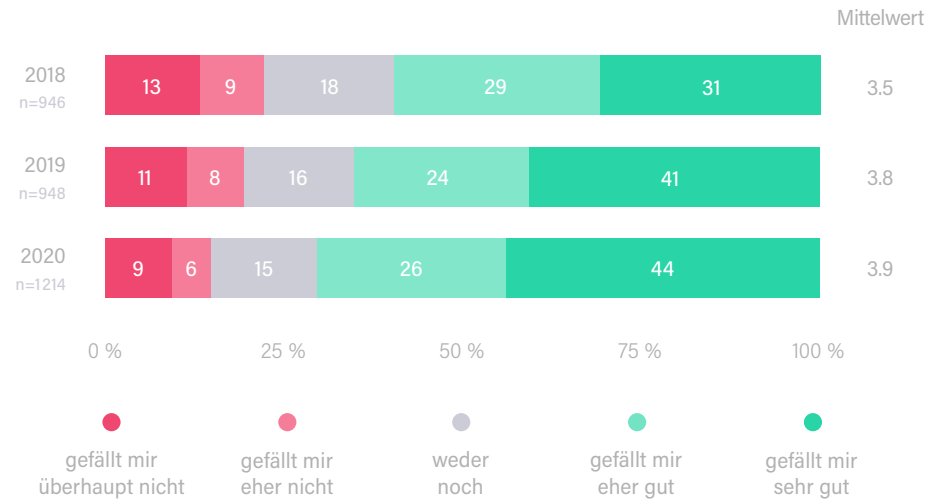


Abb. 31

Frage: Wie gut gefällt Ihnen kontaktloses Bezahlen?

Basis: Befragte, die kontaktloses Bezahlen kennen

### GESAMTEINDRUCK MOBILES BEZAHLEN - JAHRESVERGLEICH

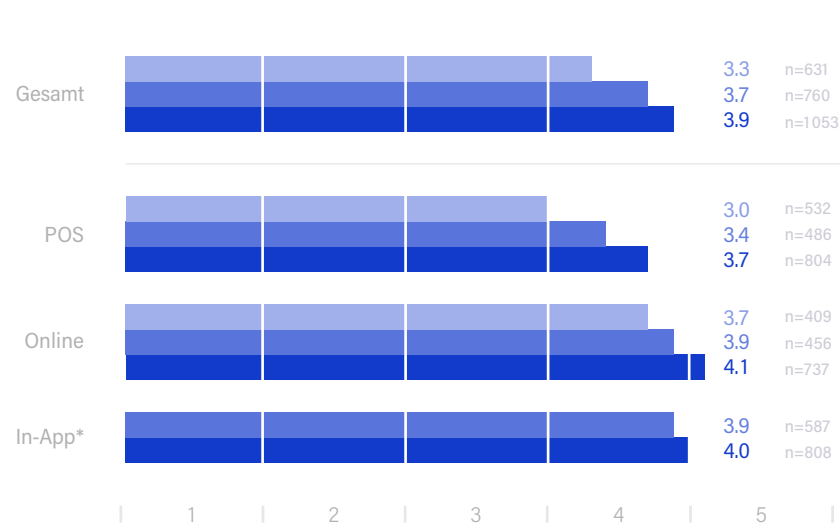


Abb. 32

Frage: Wie gut gefällt Ihnen mobiles Bezahlen?

Basis: Befragte, die mobiles Bezahlen kennen

● 2018  
● 2019  
● 2020

Mittelwertskala:

1 = gefällt mir überhaupt nicht  
5 = gefällt mir sehr gut

\*neu aufgenommen ab SPM19

## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

generell, sondern für sämtliche Ausprägungen von mobilem Bezahlen, wobei insbesondere das mobile Bezahlen am POS/vor Ort in einem Ladengeschäft mit einem Mittelwert von 3,7 einen deutlichen Sprung nach vorne gemacht hat (plus 0,3 Punkte).

Mit einem Durchschnittswert von 4,1 nach wie vor am beliebtesten ist das mobile Bezahlen online, dicht gefolgt von «In-App Payments» mit einem Mittelwert von 4,0 (vgl. Abb. 33).

Damit platzieren sich diese beiden Bezahlformen auf der Beliebtheitskala noch vor dem kontaktlosen Bezahlen. Demgegenüber werden POS-Zahlungen mit einem höheren Skeptiker- und Indifferenzanteil (38%) noch etwas verhaltener beurteilt.

Wie beim kontaktlosen Bezahlen sind hier ebenfalls gewisse segmentspezifische Unterschiede feststellbar. So beurteilen Männer und unter 45-Jährige mobiles Bezahlen generell signifikant besser als weibliche und ältere Personen. Des Weiteren bewerten leistungsorientierte Personen mobiles Bezahlen deutlich besser als konservativ eingestellte und «Pioniere» und tendenziell risikoaffinere Personen signifikant besser als die restlichen Adoptions-typen. Zudem gefallen Nutzern erwartungsgemäss die neuen Bezahlformen jeweils deutlich besser als Nichtnutzern.

### GESAMTEINDRUCK MOBILE-PAYMENT-FORMEN

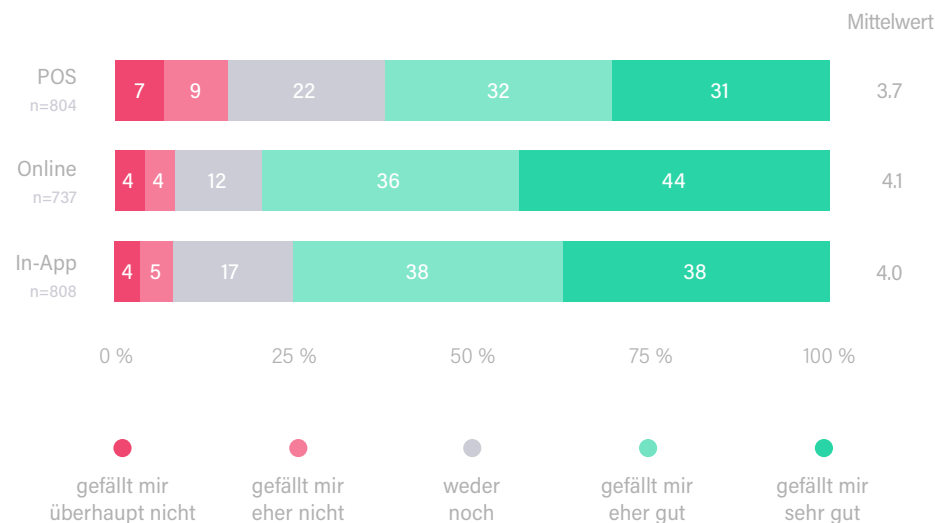


Abb. 33

Frage: Wie gut gefällt Ihnen mobiles Bezahlen?

Basis: Befragte, die mobiles Bezahlen kennen



## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

### Nutzungsintention neuer Bezahlformen

Neue Bezahlformen besitzen auch weiterhin Potenzial. Entsprechend könnten sich über 63 % der Befragten grundsätzlich vorstellen, kontaktloses Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre (noch häufiger) zu nutzen, was einem Anstieg von 5,0 PP gegenüber 2019 entspricht (vgl. Abb. 34). Treiber für diese Entwicklung ist vor allem das kontaktlose Bezahlen mit Kreditkarte, welches hinsichtlich Nutzungsintention im vergangenen Jahr verhältnismässig stark (plus 0,4 Punkte auf einer 5er-Skala) zugenommen hat. Mit einer durchschnittlichen Punktzahl von 3,8 auf einer 5er-Skala befinden sich kontaktloses Bezahlen mit Debitkarte und mit Kreditkarte nun auf dem gleichen Niveau.

### ZUKÜNFTIGE NUTZUNG DES KONTAKTLOSEN BEZAHLENS - JAHRESVERGLEICH

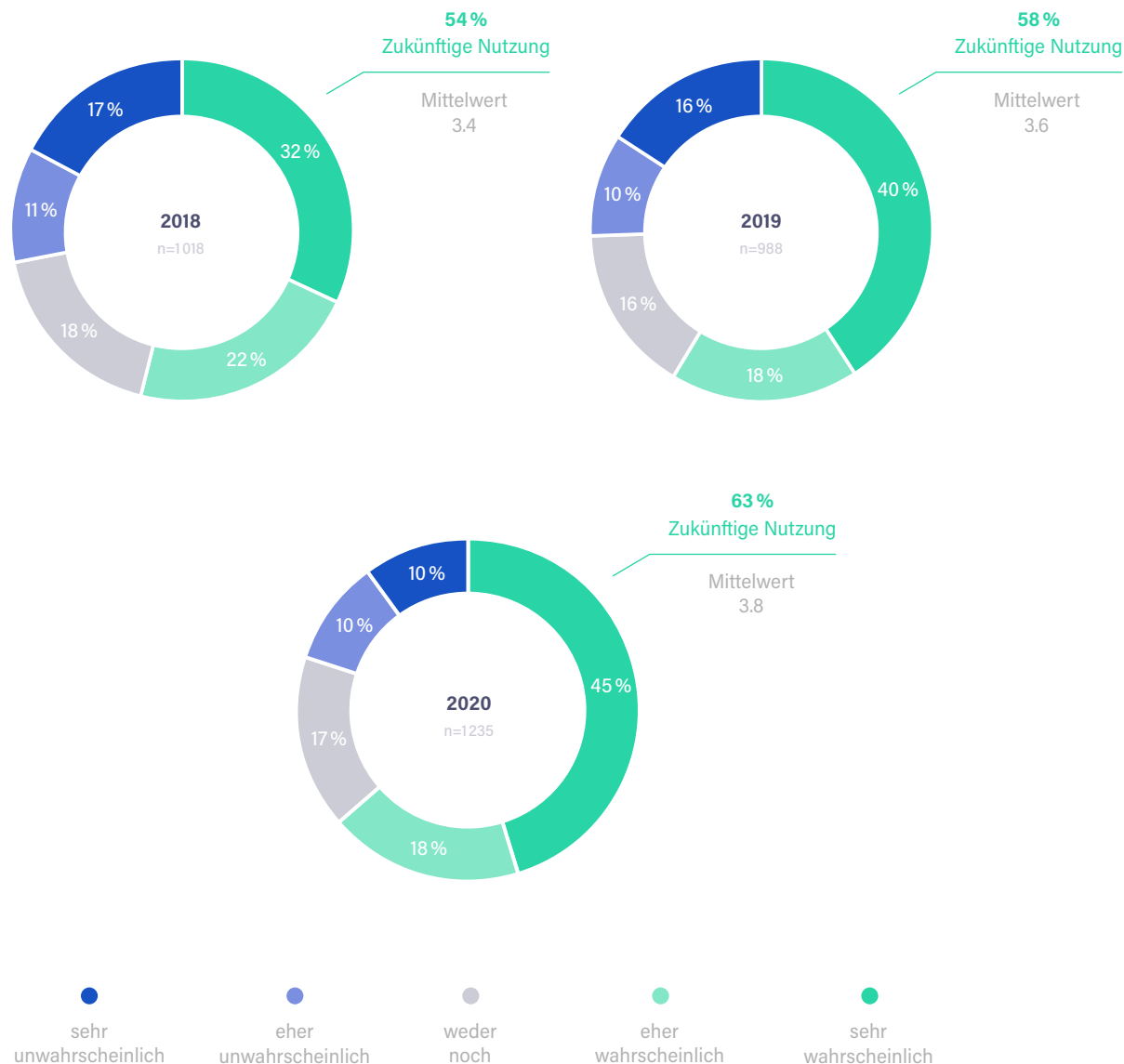


Abb. 34

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie kontaktloses Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre (noch) häufiger nutzen werden?

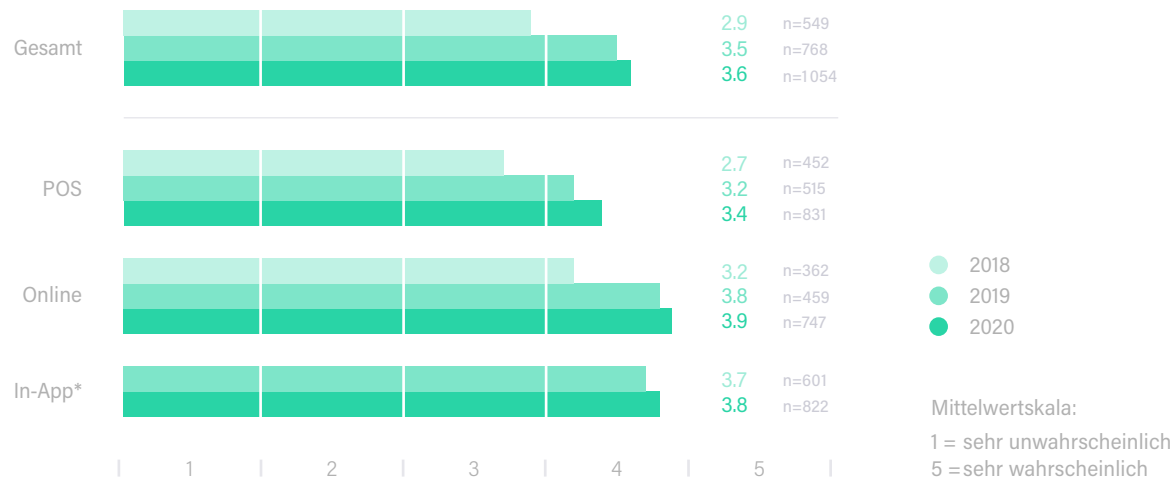
Basis: Befragte, die kontaktloses Bezahlen kennen

## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

Die zukünftige Nutzungsabsicht ist unter anderem auch abhängig von der Erfahrung der Befragten mit der Kontaktlosfunktion. Während es von den Nichtnutzern (483 Personen) knapp 43% als wahrscheinlich erachten, kontaktloses Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre zu nutzen, sind es bei den Nutzern rund 77%, die eine zukünftige Nutzungssteigerung in Betracht ziehen. Hierbei hat, in Übereinstimmung mit der zunehmenden Popularität kontaktloser Kreditkartenzahlungen, eine Angleichung zwischen den Bezahlformen (Debit- und Kreditkarte) stattgefunden.

Gleichzeitig hat sich im Vergleich zum Vorjahr auch die Nutzungsintention von mobilem Bezahlen gesteigert, wenn auch in geringerem Umfang (vgl. Abb. 35).

### ZUKÜNFTIGE NUTZUNG DES MOBILEN BEZAHLENS - JAHRESVERGLEICH



\*neu aufgenommen ab SPM19

Abb. 35

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie mobiles Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre (noch häufiger) nutzen werden?

Basis: Befragte, die mobiles Bezahlen kennen

## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

Das höchste Potenzial geht dabei von mobilem Bezahlen im Internet aus (vgl. Abb. 36). Über zwei Drittel (69%) der Befragten erachten es als wahrscheinlich, dass sie diese Bezahlmethode innerhalb der nächsten drei Jahre (noch häufiger) einsetzen werden.

Ebenfalls vielversprechend sieht die Prognose für «In-App»-Zahlungen aus. 62% der befragten Personen könnten sich vorstellen, diese Bezahlform in Zukunft (noch häufiger) zu nutzen. Mit 52% am geringsten fällt die Nutzungsintention im Präsenzgeschäft aus, im Vergleich zum Vorjahr allerdings auch hier mit beachtlichen Wachstumsraten.

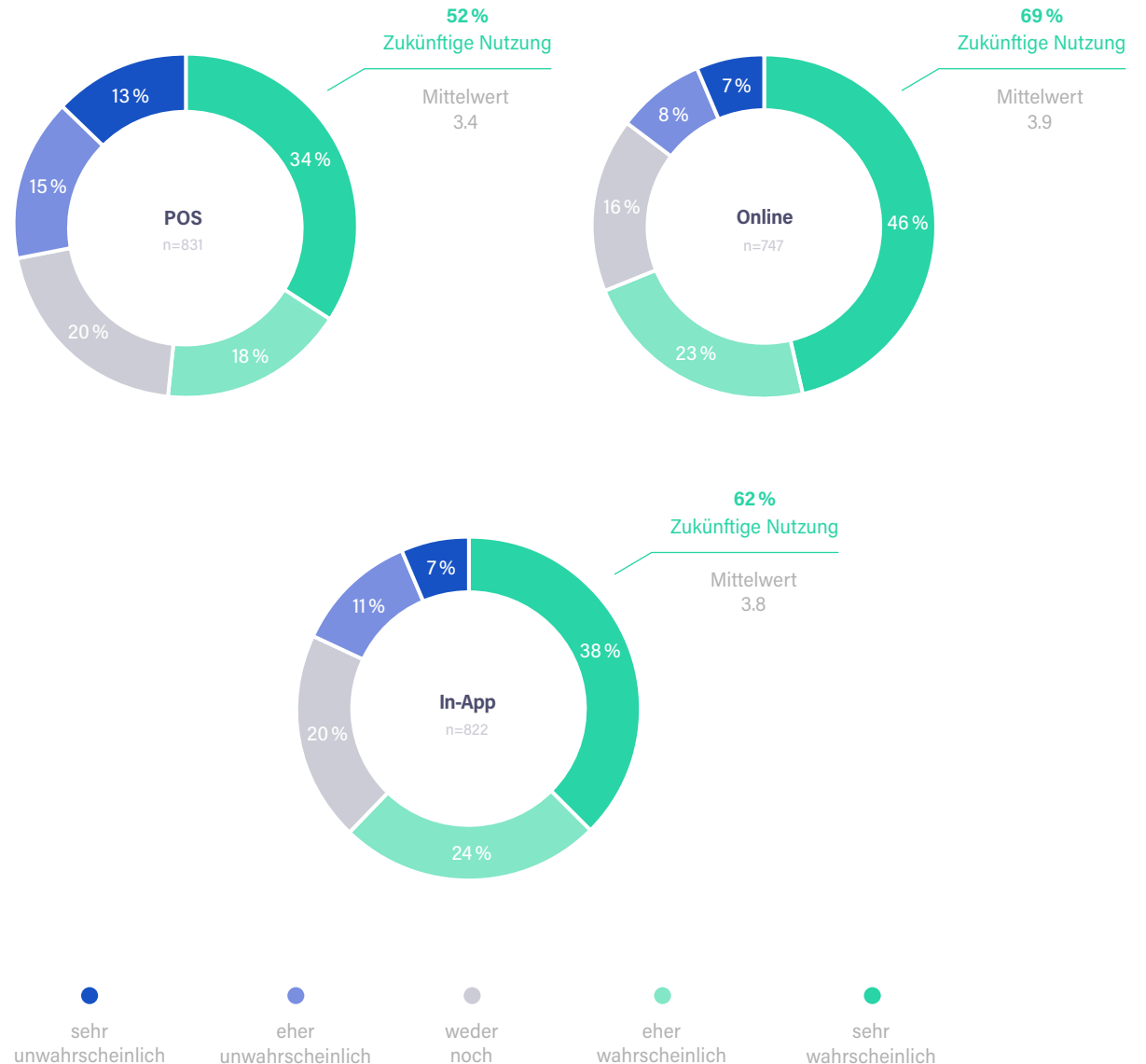
Interessant ist in diesem Zusammenhang eine Betrachtung nach Nutzern und Nichtnutzern. Während bei POS- und «In-App»-Zahlungen das Nutzungspotenzial in Abhängigkeit der Gruppenzugehörigkeit stark variiert (Nutzungspotenzial von 76% bei den Nutzern vs. 28% bei den Nichtnutzern für POS-Zahlungen; 70% bei den Nutzern vs. 27% bei den Nichtnutzern für «In-App»-Zahlungen), ist das Verhältnis bei Onlinezahlungen deutlich ausgeglichener (78% bei den Nutzern vs. 51% bei den Nichtnutzern).

Abb. 36

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie mobiles Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre (noch häufiger) nutzen werden?

Basis: Befragte, die mobiles Bezahlen kennen

### ZUKÜNFTIGE NUTZUNG MOBILE-PAYMENT-FORMEN



## VI. BLICK IN DIE ZUKUNFT

In Übereinstimmung mit dem Attraktivitätszuwachs mobiler Bezahlmethoden ist auch die Bekanntheit mobiler Anbieter gestiegen (vgl. Abb. 37). Spitzenreiter mit einem Bekanntheitsgrad von 87% ist gemäss gestützter Abfrage die Twint App, dicht gefolgt von der SBB App (SBB Mobile) mit 84%. Ebenfalls präsent, allerdings mit deutlichem Abstand zu den beiden Erstplatzierten, ist der iTunes Store (73%), die PayPal App (71%), Apple Pay (68%) sowie der App Store (65%).

Bei einem Grossteil der angebotenen Bezahlösungen ist gegenüber der Erhebung 2019 eine Bekanntheitszunahme zu verzeichnen, allen voran «Digital Wallet»-Lösungen wie Google Pay bzw. Android Pay (plus 32,1 PP) sowie Samsung Pay (plus 10,3 PP).

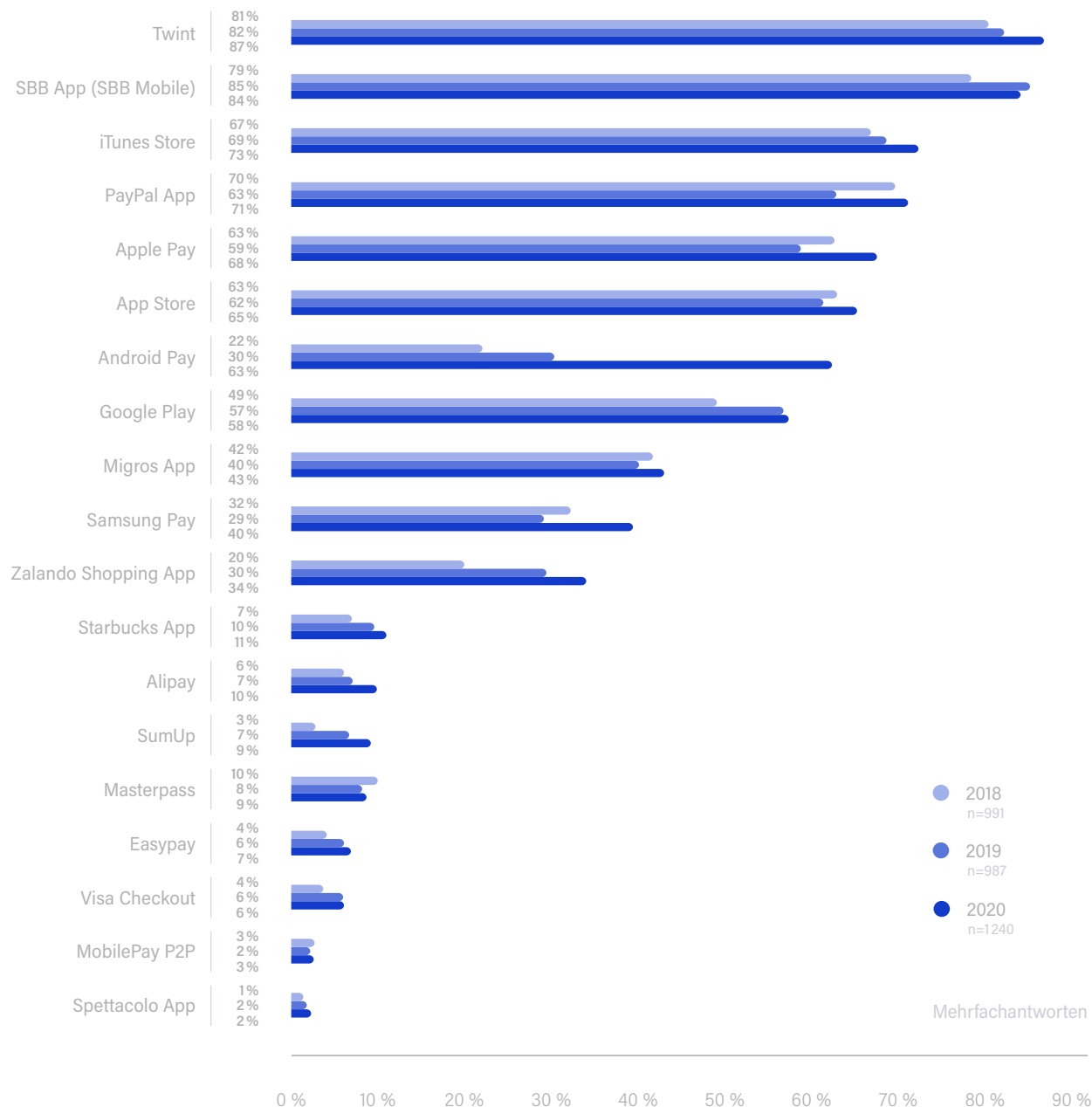
Abb. 37

Frage: Welche der aufgeführten Anbieter sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt?

Basis: Befragte, die mobiles Bezahlen kennen

### BEKANNTHEIT MOBILE-PAYMENT-ANBIETER

Gestützte Abfrage



## VII. Glossar

### **Distanzgeschäft (Remote Payments)**

Zahlung, bei welcher Zahler und Zahlungsempfänger räumlich voneinander getrennt sind (z.B. Zahlung im Onlineshop, Einzahlung am Schalter etc.).

### **Debitkarte (EC-Karte)**

Zahlungskarte, die an ein Privatkonto gekoppelt ist, das unmittelbar nach der Zahlung belastet wird (z.B. Maestro-/EC-Karte, PostFinance Card / Postkarte, V PAY).

### **Cashback (POS-Abhebung)**

Möglichkeit, beim Händler zusätzlich zum Einkauf Bargeld abzuheben, z.B. an Supermarktkassen. Der Gesamtbetrag für Einkauf und Auszahlung wird dann vom Privatkonto abgebucht.

**E-Commerce** Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet.

### **Elektronische Rechnung (E-Rechnung)**

Rechnung, die auf elektronischem Weg erstellt und übermittelt wird.

### **In-App-Zahlungen**

Form des mobilen Bezahlers, welche Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlungsfunktion beschreibt (z.B. iTunes, PayPal, SBB Mobile App).

### **Inländerprinzip**

Basiert auf der Herkunft der Zahlungskarte (in diesem Fall ausschliesslich die Schweiz). Es werden alle Transaktionen von inländischen Zahlungskarten ausserhalb und innerhalb der Schweiz erfasst.

### **Inlandsprinzip**

Basiert auf der räumlichen Abgrenzung innerhalb der Schweiz. Es werden alle Transaktionen von in- und ausländischen Zahlungskarten innerhalb der Schweiz erfasst.

### **Internetbezahlverfahren**

Speziell für das Bezahlen im Internet entwickelte Verfahren

wie bspw. PayPal, Sofortüberweisung oder Twint.

### **Kontaktloses Bezahlen mit Karte (Contactless Payment)**

Verfahren, bei dem die für eine Zahlung benötigten Daten kontaktlos, d. h. nur durch Vorhalten der Karte via Funktechnologie (NFC, Bluetooth) an das Lesegerät übertragen werden. Eine PIN-Eingabe ist standardmässig erst ab Fr. 40.- (seit April 2020 ab Fr. 80.-) nötig.

### **Kreditkarte**

Zahlungskarte, bei der eine zeitlich verzögerte Kontobelastung erfolgt. Die Zahlung ist dem Händler garantiert (z.B. Mastercard, Visa, American Express).

### **Kundenkarte mit Zahlungsfunktion**

Kunden- oder Bonuskarte eines Händlers, die zum Zahlen genutzt werden kann. Die Bezahlung an sich erfolgt dabei meist nachgelagert über einen Lastschrift-einzug oder die Belastung einer Kreditkarte (z.B. MyOne-Karte [Manor, Jumbo, Athleticum], Globus-Karte, Starbucks Card, Tankstellen-Karten [Petrol Cards], Geschenkkarten).

**Lastschriftverfahren** Elektronisches Bezahlverfahren, bei dem der Zahlungsempfänger unter Einschaltung eines Zahlungsdienstleisters einen Betrag vom Konto des Zahlungspflichtigen abbuchen lässt (z.B. LSV, Debit Direct, Swiss Direct Debit).

**Mobiles Bezahlen (Mobile Payment, M-Payment)** Bezahlen mit einem Mobiltelefon/Smartphone oder einem anderen mobilen Endgerät (z.B. Android Pay, Apple Pay, Samsung Pay, Twint, PayPal).

**Nachnahme** Versand- und Zahlungsart, bei der die Bezahlung einer Ware beim Empfang derselben durch den Empfänger an das ausführende Post- bzw. Logistik-Unternehmen erfolgt.

**Onlinebanking (E-Banking)** Elektronisches Bezahlssystem, das es Kunden von Banken oder anderen finanziellen Institutionen ermöglicht, ihr Privatkonto online zu verwalten und Bankgeschäfte über die Webseite der finanziellen Institution abzuwickeln.

**Online-Überweisung** Vom Zahler über das Internet ausgelöste Übertragung von Guthaben auf das Zahlungskonto des Zahlungsempfängers.

**Papierrechnung** Rechnung auf Papier

**Peer-to-Peer (P2P)-Zahlungen** Form des mobilen Bezahlers, welche Überweisungen zwischen Privatpersonen im In- und Ausland über eine mobile Anwendung beschreibt (z.B. PayPal, Twint, Western Union).

**POS (Point of Sale)** Physischer Ort, an dem Waren oder Dienstleistungen verkauft und bezahlt werden (z.B. an der Ladenkasse). Gemäss vorliegender Definition nicht unter POS fällt der Online- und Versandhandel.

**Präsenzgeschäft (Proximity Payments)** Bezahlen bei einem Händler vor Ort in einem physischen Geschäft (POS).

**Prepaidkarte** Bezahlkarten, die vor Nutzung mit einem Guthaben aufgeladen werden müssen.

**Virtuelle Währung (Kryptowährung)** Elektronische Währung, welche ohne Bargeld funktioniert und auf der Blockchain-Technologie basiert.

**Vorkasse** Zahlungsbedingung, die vom Käufer zunächst eine Zahlung des Kaufpreises verlangt, bevor der Verkäufer mit der vertraglichen Warenlieferung oder zugesicherten Dienstleistung beginnt.

**Zahlen mit Wearables** Form des mobilen Bezahlers, welche das kontaktlose Bezahlen über tragbare Endgeräte wie bspw. Smartwatch oder Fitness-Tracker beschreibt.

Quelle: Deutsche Bundesbank, 2017

# Studienautoren



## **Bettina Gehring**

Projektleiterin/Senior  
Research Consultant  
Swiss Payment  
Research Center

School of Management and Law  
Theaterstrasse 17  
8401 Winterthur



## **Sandro Graf**

Dozent/Leiter Fachstelle  
Service Lab und  
Swiss Payment  
Research Center

School of Management and Law  
Theaterstrasse 17  
8401 Winterthur

## **Forschungspartner für Datenanalyse**

### **Prof. Dr. Marianne Müller**

Institut für Datenanalyse  
und Prozessdesign IDP

ZHAW Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften  
School of Engineering



### **Dr. Tobias Trütsch**

Head of Economics  
Division

Executive School of Management,  
Technology and Law (ES-HSG)  
Holzstrasse 15  
9010 St. Gallen

**Die ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften** zählt mit ihren acht Departementen und über 12 000 Studierenden zu den führenden Schweizer Hochschulen für Angewandte Wissenschaften und ist in Lehre, Weiterbildung, Forschung und Dienstleistung tätig. Neben der Aus- und Weiterbildung hat die ZHAW als Fachhochschule den Auftrag, praxisorientierte Forschung zu betreiben, den Technologietransfer zu den kleinen und mittleren Unternehmen zu fördern sowie Dienstleistungen zugunsten Dritter zu erbringen. Das durch die Forschung neu gewonnene Wissen fliesst in die Lehre und Praxis zurück und kommt damit mittelbar bzw. unmittelbar einem spezifischen Nutzerkreis bzw. der Gesellschaft zugute.

**Die Universität St. Gallen (HSG)** bildet als eine der führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas Managerinnen und Manager aus. Gegründet 1898 als bedarfsorientierte Handelsakademie ist die HSG seit über hundert Jahren eine prominente Anlaufstelle für ambitionierte Menschen, deren Ziel es ist, etwas zu erreichen: persönlich und gesamtgesellschaftlich – um Zukunft aktiv mitzugestalten. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der dreissig Institute offerieren Studierenden qualifizierte Abschlüsse in den Bereichen Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften sowie Internationale Beziehungen. Die HSG erreicht regelmässig Top-Positionen in internationalen Business-School-Rankings und ist im Financial-Times-Ranking für europäische Business Schools aktuell auf dem vierten Platz gelistet.

## Swiss Payment Monitor – Ausgabe 2020

Vorgeschlagene Zitation:

Gehring, B., Graf, S. und Trütsch, T. (2020): Swiss Payment Monitor 2020,  
Universität St. Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

### **Swiss Payment Association (SPA)**

Der Verein bezweckt die Stärkung der Stellung der Vereinsmitglieder im Bezahlmarkt Schweiz, den Austausch sowie die themenbezogene Zusammenarbeit mit anderen Akteuren im Bezahlmarkt Schweiz und die Förderung des bargeldlosen Bezahlebens. Die Aktivitäten des Vereins stehen im Interesse eines fairen und wirksamen Wettbewerbs. [swiss-payment-association.ch](https://www.swiss-payment-association.ch)

