



Universität St.Gallen



School of
Management and Law

Swiss Payment Monitor 2022 – Wie bezahlt die Schweiz?

Ausgabe 1/2022 – Erhebung November 2021

Studienautoren

Sandro Graf, Nina Heim, Marcel Stadelmann, Tobias Trütsch

Version vom 24. Februar 2022

www.swisspaymentmonitor.ch

Abstract

Die durch die Coronapandemie ausgelösten sprunghaften Verschiebungen im Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung haben sich im Jahr 2021 etwas stabilisiert. Die Debitkarte bleibt das meistgenutzte Zahlungsmittel sowohl hinsichtlich der Einsatzhäufigkeit als auch gemessen am Umsatz. Bargeld verliert zwar weiterhin an Umsatzanteilen, kann sich aber hinsichtlich der Einsatzhäufigkeit auf Platz zwei hinter der Debitkarte halten. Die Beliebtheit des mobilen Bezahlens nimmt weiter zu. Im Distanzgeschäft wird mittlerweile jede zweite Zahlung über ein mobiles Gerät abgewickelt. Neobanken gewinnen in der Schweiz laufend an Bekanntheit und Beliebtheit. Knapp ein Drittel der Schweizer Bevölkerung hat bereits Angebote einer Neobank genutzt, meist als Ergänzung zu den Leistungen herkömmlicher Anbieter von Finanzdienstleistungen. Digitales Zentralbankengeld («Central Bank Digital Currency» [CBDC]) ist in der Schweizer Bevölkerung noch kaum bekannt und die meisten Personen sind einer Einführung gegenüber eher kritisch gestimmt.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	6
2	Datengrundlage	7
3	Zahlungsverhalten	9
3.1	Gesamtausgaben	9
3.2	Präsenzgeschäft	12
3.3	Distanzgeschäft	14
4	Mobiles Bezahlen	17
4.1	Nutzungsverhalten gemäss enger Definition	17
4.2	Zugrundeliegendes Zahlungsmittel	19
4.3	Mobiles Bezahlen gemäss Zahlungsverfahren	20
5	(Digitales) Bargeld	22
5.1	Bargeldgebrauch	22
5.2	Digitales Zentralbankengeld	23
6	Neobanken	25
6.1	Bekanntheit und Nutzung	25
6.2	Effektive Nutzung	27
6.3	Neobanken als Hauptbank?	29
7	Schlusswort	30
	Anhang	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt	10
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt.....	11
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft.....	12
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft	13
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft	15
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft.....	16
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz gemäss enger und breiter gefasster Definition von mobilem Bezahlen	18
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen gemäss enger und breiter gefasster Definition von mobilem Bezahlen	19
Abbildung 9: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei mobilem Bezahlen	20
Abbildung 10: Anteil mobiles Bezahlen gemäss Zahlungsart-/verfahren nach Umsatz und Anzahl Transaktionen	21
Abbildung 11: Bargeldbesitz	22
Abbildung 12: Gründe für Bargeldzahlungen.....	23
Abbildung 13: Verständnis digitales Zentralbankengeld	24
Abbildung 14: Bewertung der Einführung von digitalem Zentralbankengeld	24
Abbildung 15: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken.....	25
Abbildung 16: Genutzte Leistungen von Neobanken.....	26
Abbildung 17: Substitution klassischer Bankangebote durch Neobanken.....	27
Abbildung 18: Effektive Nutzung von Neobanken gemäss Anbieter	28
Abbildung 19: Effektive Nutzung von Neobanken gemäss Tagebuch.....	28
Abbildung 20: Hauptbank gemäss Vermögen	29
Abbildung 21: Hauptbank gemäss Transaktionshäufigkeit	29
Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	32
Abbildung 23: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz gemäss Gesamtmarkt	33
Abbildung 24: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen gemäss Gesamtmarkt.....	34
Abbildung 25: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft.....	35
Abbildung 26: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft	35
Abbildung 27: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft	36
Abbildung 28: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft.....	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch.....	8
--	---

I Einführung

Die Coronapandemie hat die Digitalisierung des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung massiv beschleunigt. Bargeldlose Zahlungen sind mittlerweile die Norm. Hält dieser Trend hin zu (noch) mehr bargeldlosen Transaktionen weiter an oder schwächt er sich nach 20 Monaten Pandemie langsam ab?

Diese Frage wird in der vorliegenden sechsten Ausgabe des Swiss Payment Monitors (SPM), welche gemeinsam durch das Swiss Payment Research Center (SPRC) der ZHAW School of Management and Law und das Swiss Payment Behaviour Lab (SPBL) der Universität St.Gallen herausgegeben wird, thematisiert. Neben der Abbildung des aktuellen Zahlungsverhaltens und dessen Entwicklung im Zeitverlauf bietet der SPM wie gewohnt Einblick in die Einstellungen der Schweizer Bevölkerung zu verschiedenen Zahlungsmitteln und neuen Zahlungsdienstleistern.

Im November 2021 wurde über ein Online-Access-Panel eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von 1460 Personen im Alter zwischen 18 und 87 Jahren aus allen drei Landesteilen rekrutiert, befragt und anschliessend zu einer dreitägigen Tagebucherhebung zum Bezahlverhalten eingeladen.¹ Der vorliegende Bericht fasst die wichtigsten Erkenntnisse aus der aktuellen Befragung und Tagebucherhebung zusammen.

Die Ergebnisse sind auch auf der Projekthomepage www.swisspaymentmonitor.ch einsehbar. Zusätzlich gewährt die Homepage mithilfe eines interaktiven Dashboards laufend grafischen Einblick in die aktuellen Daten zum digitalen Zahlungsverkehr, die von der Schweizerischen Nationalbank veröffentlicht werden.² Damit ermöglicht die Projekthomepage eine holistische Analyse des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung.

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

Dieser Bericht ist wie folgt aufgebaut: In Kapitel 2 wird die Datengrundlage beschrieben, während Kapitel 3 die Entwicklung des Zahlungsverhaltens in der Schweiz anhand der Anteile der verschiedenen Zahlungsmittel seit Erhebungsbeginn des Swiss Payment Monitors zeigt. Kapitel 4 beleuchtet verschiedene Aspekte der Nutzung von mobilen Bezahlösungen. Kapitel 5 wirft einen Blick auf den Bargeldgebrauch und die Einstellung der Schweizer Bevölkerung zu digitalem Zentralbankengeld. Kapitel 6 präsentiert verschiedene Aspekte der Nutzung von Neobanken, bevor Kapitel 7 die wichtigsten Erkenntnisse zusammenfasst und einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen gibt.

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

² Siehe www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten

2 Datengrundlage

Im Rahmen der sechsten Ausgabe des SPM (Ausgabe 1/2022) haben 1460 Personen im Alter zwischen 18 und 87 Jahren aus der deutschen, französischen und italienischen Schweiz die Onlinebefragung ausgefüllt. Die Studienteilnehmenden wurden über ein Online-Access-Panel rekrutiert. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung.

Im ersten Schritt wurden die Teilnehmenden gebeten, Fragen rund um das Thema «Bezahlen» zu beantworten. Im Vordergrund standen die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener Aspekte ihres Bezahlverhaltens. Die Onlinebefragung dauerte circa 20 Minuten und wurde Ende Oktober 2021 gestaffelt durchgeführt.

Anschliessend wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung über die ersten zwei November-Wochen gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. Die Probanden erfassten während drei aufeinanderfolgenden Tagen sämtliche im Tagesverlauf anfallenden Zahlungen (mit Ausnahme der wiederkehrenden Ausgaben) und Bargeldbezüge und klassifizierten diese gemäss vordefinierten Merkmalen in Form eines Tagebuchs.

Wie die vergangenen Erhebungen im Rahmen des SPM zeigten, haben die Massnahmen zur Eindämmung des Coronavirus einen prägenden Einfluss auf das Zahlungsverhalten. Während des Erhebungszeitraums in der ersten November-Hälfte 2021 war das Leben in der Schweiz mit einem gültigen Covid-Zertifikat (geimpft, genesen oder getestet) kaum eingeschränkt³. Die Infektionszahlen lagen im Durchschnitt bei rund 30 Fällen pro 100'000 Einwohner⁴.

841 Personen (58% der Onlineumfrage) nahmen am zweiten Teil der Erhebung teil. Insgesamt erfassten sie 4571 Transaktionen mit einer Gesamtsumme von rund 194'000 Fr. im In- und Ausland (vgl. Tabelle 1).⁵ Das entspricht einem Durchschnitt von 1,8 Transaktionen pro Person am Tag und einem Durchschnittsbetrag von rund 43 Fr. Bei einer ausschliesslichen Betrachtung der Transaktionen im Inland fallen die beiden Werte etwas tiefer aus (1,7 Transaktionen und rund 42 Fr. Betrag). Im Vergleich zur Zahlungsmittelumfrage 2020 der Schweizerischen Nationalbank (1,5 Transaktionen und rund 50 Fr. Betrag)⁶ und zum SPM 2/2021 haben die Befragten häufiger eingekauft und im Durchschnitt pro Transaktion weniger ausgegeben (vgl. Tabelle 1).

Bezüglich der Höhe des Anteils der Online- und Vor-Ort-Transaktionen sind der SPM 1/2022 und der SPM 2/2021 nahezu identisch. Aus diesem Grund sind die Daten zu den Gesamtausgaben der beiden Erhebungen gut miteinander vergleichbar (vgl. Kapitel 3.1). Allerdings ist bei einem Vergleich dieser Daten mit denjenigen aus dem SPM 1/2021 Vorsicht

³ Siehe Bundesamt für Gesundheit (2022): Änderungen der nationalen Massnahmen zur Eindämmung des Coronavirus in der Schweiz seit Dezember 2020.

⁴ Siehe <https://www.covid19.admin.ch/de/epidemiologic/case?time=phase5>

⁵ Die Fremdwährungsbeträge wurden gemäss dem mittleren monatlichen Wechselkurs in Schweizer Franken umgerechnet.

⁶ Siehe Schweizerische Nationalbank (2021): Zahlungsmittelumfrage 2020, Zürich.

geboten. In der Erhebung im November 2020 war der Anteil der Onlinezahlungen hinsichtlich der Anzahl Transaktionen (18% vs. 14%/15%) und vor allem hinsichtlich des Umsatzes (47% vs. 29%) deutlich höher als in den zwei anderen Erhebungen (vgl. Tabelle 1). Dies dürfte einerseits darauf zurückzuführen sein, dass in diesem Zeitraum aufgrund der Pandemie und den geltenden Massnahmen zu deren Eindämmung verstärkt online eingekauft wurde und andererseits darauf, dass die Erhebung im Jahr 2020 in der zweiten November-Hälfte durchgeführt wurde und deshalb in die Vorweihnachtszeit fiel. In dieser Zeit wird tendenziell häufiger online und für grössere Beträge eingekauft.

Tabelle 1: Übersicht zum Zahlungstagebuch

Erhebung	Nov. 2020 (1/2021)	Mai 2021 (2/2021)	Nov. 2021 (1/2022)	Veränderung 1/2022 zu 2/2021
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	+0,5%
Umsatzvolumen in Fr.				
Inland	Fr. 281'149.–	Fr. 208'754.–	Fr. 177'923.–	-14,8%
In- und Ausland	Fr. 308'134.–	Fr. 228'846.–	Fr. 194'297.–	-15,1%
Online	47%	29%	29%	
Vor Ort	53%	71%	71%	
Transaktionsvolumen				
Inland	3'991	4'051	4'269	+5,4%
In- und Ausland	4'232	4'211	4'571	+8,5%
Online	18%	14%	15%	
Vor Ort	82%	86%	85%	
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag				
Inland	1,9	1,6	1,7	+6,2%
In- und Ausland	2,0	1,7	1,8	+5,9%
Durchschnittsbetrag pro Transaktion				
Inland	Fr. 70.45	Fr. 51.55	Fr. 41.70	-19,1%
In- und Ausland	Fr. 72.80	Fr. 54.35	Fr. 42.50	-21,8%

3 Zahlungsverhalten

3.1 Gesamtausgaben

Mithilfe der Tagebuchbefragung lassen sich die effektiven Verhaltensänderungen mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten darstellen. Abbildung 1 und Abbildung 2 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils (gemessen an den Gesamtausgaben⁷) und des Anteils der Transaktionen (gemessen an der gesamten Anzahl Transaktionen) verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf.⁸

Die Debitkarte behauptet ihre Position als umsatzstärkstes sowie meistgenutztes Zahlungsmittel der Schweiz, auch wenn ihre relativen Anteile sowohl beim Umsatz auf 30,1 Prozent (-1,2 Prozentpunkte [PP]) (vgl. Abbildung 1) als auch bei der Anzahl Transaktionen auf 31,8 Prozent (-2,4 PP) (vgl. Abbildung 2) im Vergleich zur letzten Erhebung vom Mai 2021 leicht gesunken sind.

Mit 3,3 PP gegenüber der letzten Erhebung am meisten zugelegt hinsichtlich des Umsatzanteils hat das mobile Bezahlen⁹ auf neu 12,6 Prozent (vgl. Abbildung 1). Das entspricht wie in der letzten Ausgabe dem fünften Platz unter allen Zahlungsmitteln. Das Bezahlen per Rechnung ist um 1,3 PP auf 13,3 Prozent gestiegen und verbleibt somit wie in Ausgabe 2/2021 auf Platz vier (vgl. Abbildung 1). Gemäss anhaltendem Trend weiter an Umsatzanteilen verloren hat das Bargeld mit 15,5% (-2,8 PP) sowie die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte (-1,7 PP), die sich mit einem Umsatzanteil von 22,8 Prozent aber auf Platz zwei hinter der Debitkarte hält (vgl. Abbildung 1).

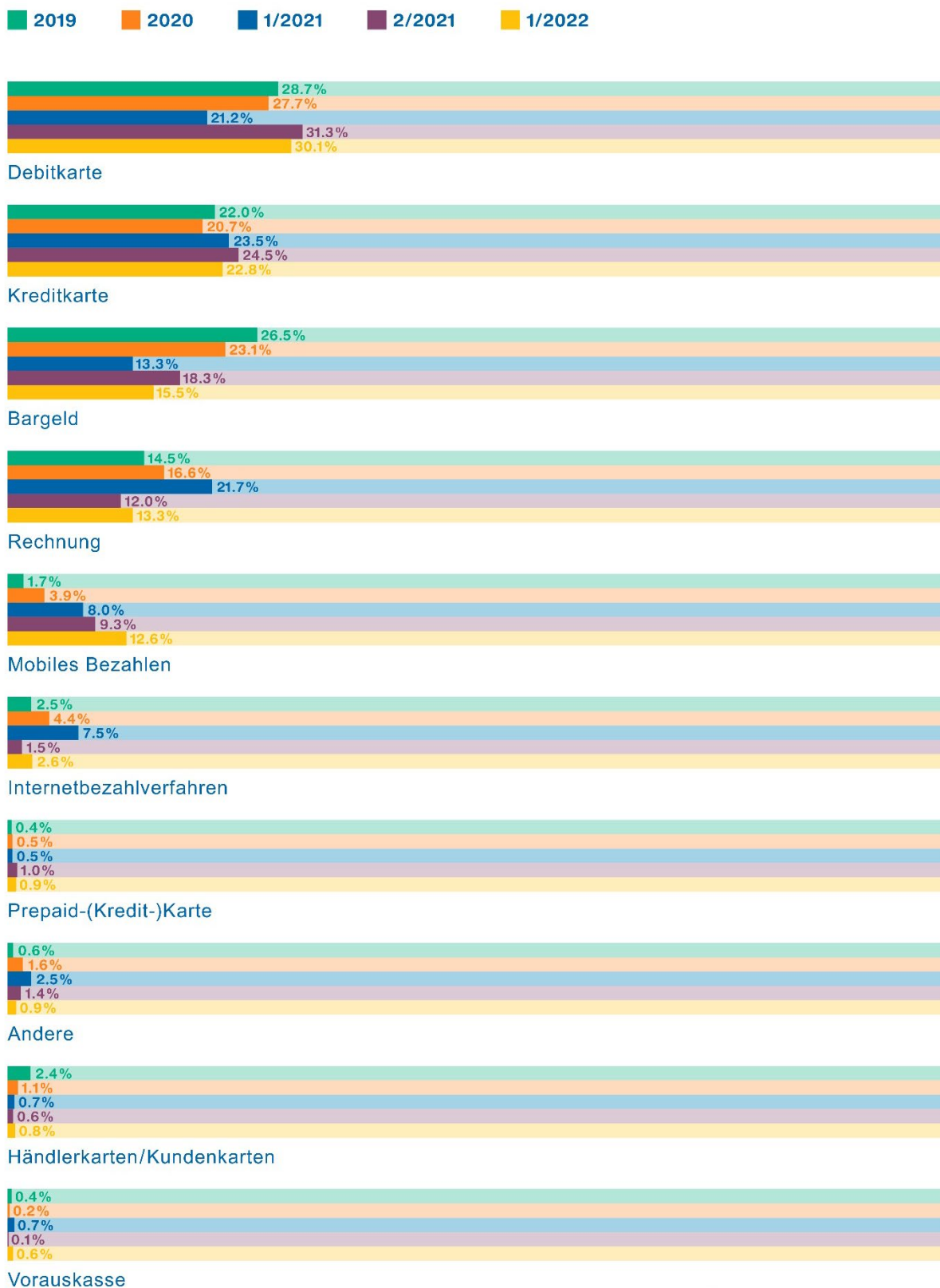
Gemessen an der Anzahl Transaktionen konnte das Bargeld den fortwährenden Abwärtstrend stoppen und liegt mit 30,2 Prozent (+0,7 PP) Transaktionsanteil knapp hinter der Debitkarte auf Platz zwei (vgl. Abbildung 2). Die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte liegt bei 16,4 Prozent (-0,6 PP) der gesamten Anzahl Transaktionen, wohingegen 13,3 Prozent (+2,0 PP) der Transaktionen über mobile Geräte abgewickelt werden (vgl. Abbildung 2). Die marginalen Veränderungen bei der Einsatzhäufigkeit der Zahlungsmittel könnten auf eine Stabilisierung des Zahlungsverhaltens nach 20 Monaten Coronapandemie hindeuten. Einzig der Trend zum vermehrten mobilen Bezahlen hält weiter an.

⁷ Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich diese Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel verteilen. Die absoluten Zahlen zum Umsatzvolumen respektive der gesamten Anzahl Transaktionen mit bargeldlosen Zahlungsmitteln können anhand des folgenden Dashboards mit Daten zum digitalen Zahlungsverkehr eingeordnet werden: www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten.

⁸ Die Daten des SPM 2019, 2020, 1/2021 und 1/2022 beziehen sich jeweils auf die Erhebung im Oktober/November des Vorjahres, die Daten der SPM-Ausgabe 2/2021 auf die Erhebung im Mai 2021.

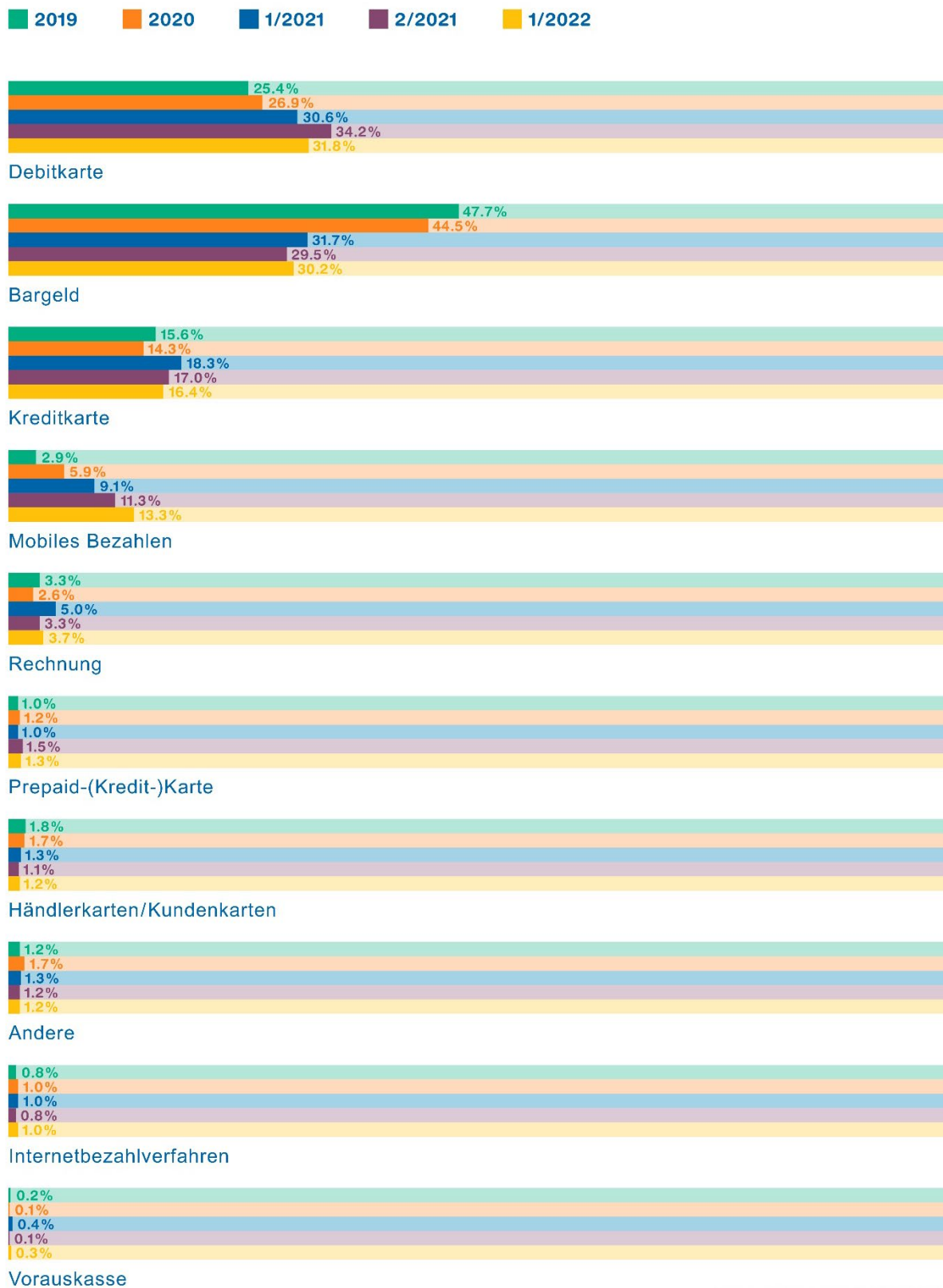
⁹ Die Kategorie «Mobiles Bezahlen» umfasst alle Bezahlvorgänge, die mit respektive auf einem mobilen Gerät wie beispielsweise dem Mobiltelefon, dem Tablet oder der Smartwatch ausgelöst werden. Zum mobilen Bezahlen zählen entsprechend auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Box 1 in Kapitel 4). Die Abbildungen 23 bis 28 im Anhang zeigen zum Vergleich die Anteile verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf bei einer engeren Definition von mobilem Bezahlen.

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt



Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt

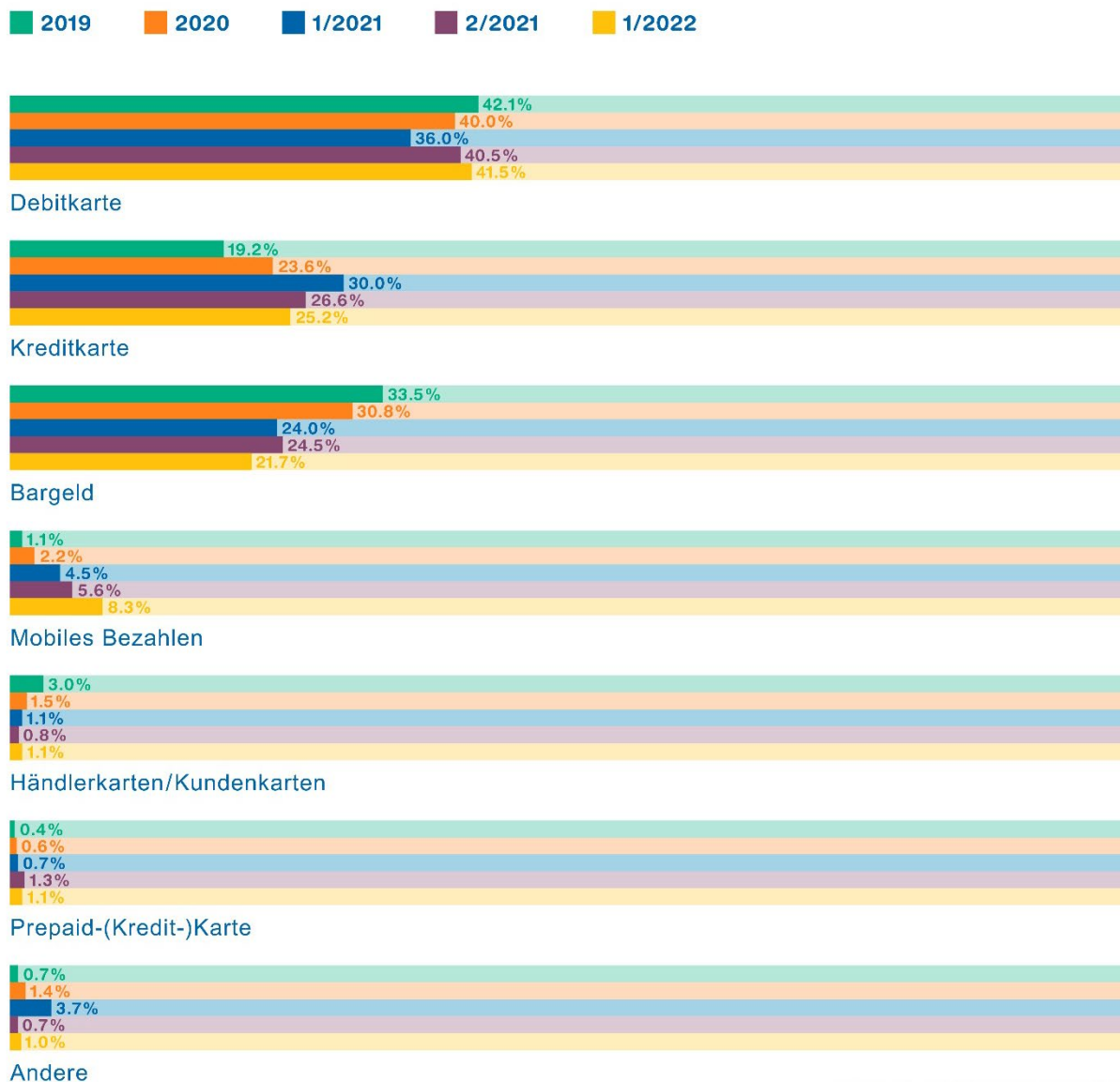


Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

3.2 Präsenzgeschäft

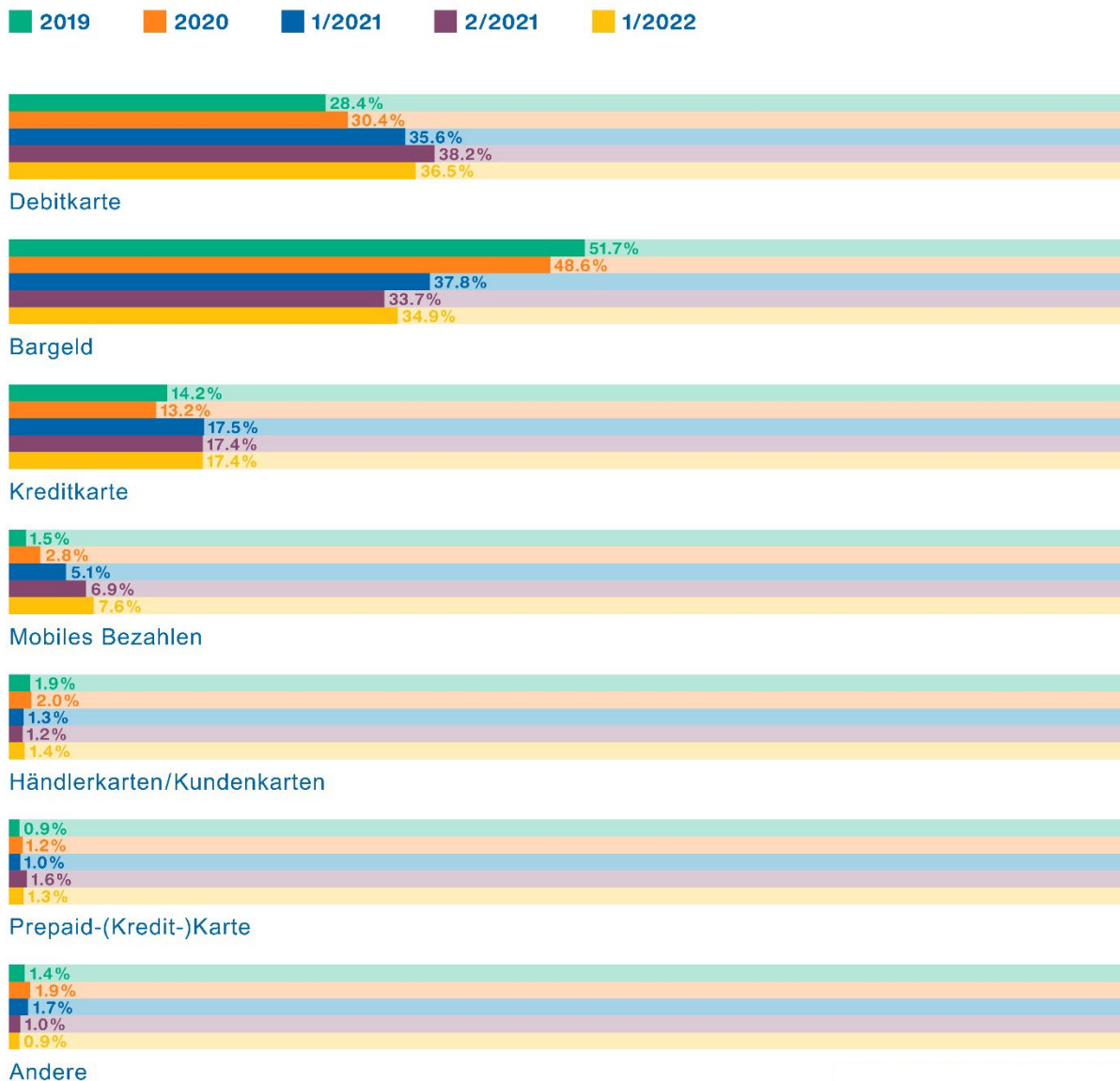
Die Bezahl-situation spielt eine wichtige Rolle bei der Zahlungsmittelwahl und den Zahlungsgewohnheiten. Unter Präsenzgeschäft versteht man alle Transaktionen vor Ort in einem physischen Geschäft oder an einem physischen Automaten. Dies in Abgrenzung zum Distanzgeschäft, bei dem Zahlende und Zahlungsempfangende räumlich voneinander getrennt sind, worunter vor allem Onlinezahlungen fallen (vgl. Kapitel 3.3).

Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft



Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft



Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

Tabelle 1 zeigt, dass sich rein mengenmässig der Grossteil der Transaktionen (85%) auf das Präsenzgeschäft konzentriert. Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts in der Erhebung 1/2022 analog zum SPM 2/2021 klar dominierend (71%).

Abbildung 3 und Abbildung 4 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Präsenzgeschäft im Zeitverlauf. Da Bargeld ausschliesslich vor Ort verwendet werden kann, wiederholt sich hier das Bild aus Kapitel 3.1 einer Erhöhung des Bargeldanteils nach Anzahl Transaktionen auf 34,9 Prozent (+1,2 PP) (vgl. Abbildung 4), während der Bargeldanteil am Umsatz weiter sinkt auf noch 21,7 Prozent (-2,8 PP) (vgl. Abbildung 3).

Das umgekehrte Bild zeigt sich interessanterweise bei der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte, die beim Anteil nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft 1,7 PP verlor (36,5%) (vgl. Abbildung 4), jedoch beim Umsatzanteil 1,0 PP zunahm (41,5%) (vgl. Abbildung 3). Das bedeutet, dass relativ zu den anderen Zahlungsmitteln vor Ort vermehrt grössere Beträge mit der Debitkarte beglichen wurden, unter anderem zu Lasten von Bargeld und der Kreditkarte. Der Anteil der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte blieb gemäss Anzahl Transaktionen mit 17,4 Prozent stabil (vgl. Abbildung 4), während der Umsatzanteil in der aktuellen Erhebung auf 25,2 Prozent sank (-1,4 PP) (vgl. Abbildung 3).

Das Wachstum von mobilem Bezahlen im Präsenzgeschäft setzt sich weiter fort, sowohl beim Umsatzanteil (+2,7 PP) als auch beim Anteil nach Anzahl Transaktionen (+0,7 PP) (vgl. Abbildung 3 und Abbildung 4). Mit einem Umsatzanteil von 8,3 Prozent spielt das mobile Bezahlen neben dem Distanzgeschäft auch im Präsenzgeschäft eine bedeutende Rolle (vgl. Abbildung 3).

3.3 Distanzgeschäft

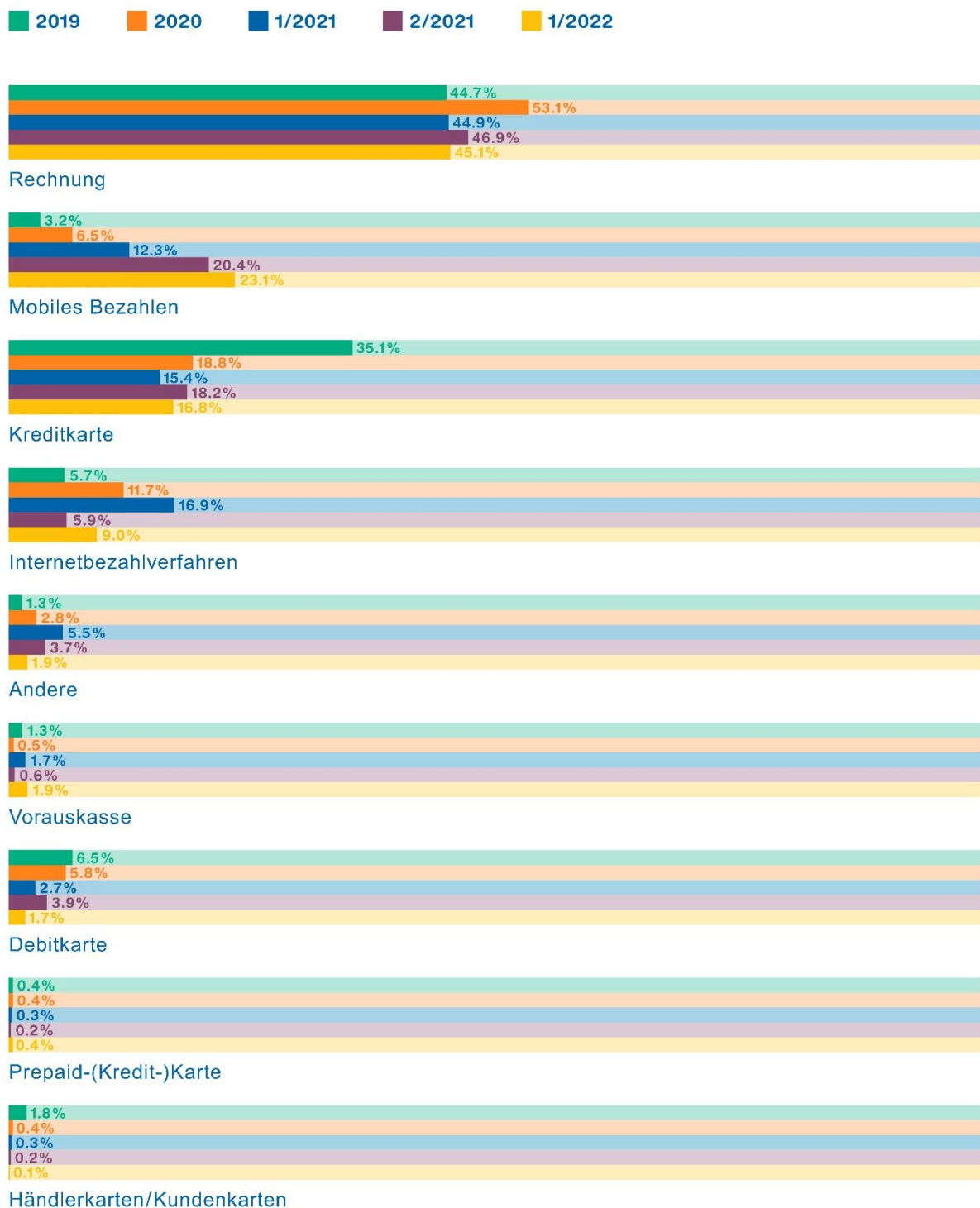
Abbildung 5 und Abbildung 6 zeigen die Entwicklung des Umsatzanteils und des Anteils nach Anzahl Transaktionen verschiedener Zahlungsmittel im Distanzgeschäft im Zeitverlauf. Dabei fällt auf, dass die Rechnung im Distanzgeschäft in der aktuellen Erhebung mit 45,1 Prozent trotz eines leichten Rückgangs um 1,8 PP weiterhin mit Abstand den grössten Umsatzanteil ausmacht, gefolgt von mobilem Bezahlen mit 23,1 Prozent (+2,7 PP) und dem nicht-mobilen Bezahlen per Kreditkarte mit 16,8 Prozent (-1,4 PP) (vgl. Abbildung 5).

Deutliche Veränderungen zeigen sich im Distanzgeschäft bei den Anteilen nach Anzahl Transaktionen. Das mobile Bezahlen nahm gegenüber dem SPM 2/2021 um 6,9 PP auf einen Anteil von 49,1 Prozent zu (vgl. Abbildung 6). Das nicht-mobile Bezahlen per Debit- und Kreditkarte im Distanzgeschäft sank hingegen anteilmässig um 4,4 PP respektive 4,0 PP (vgl. Abbildung 6).

Das starke Wachstum des mobilen Bezahlens im Distanzgeschäft ist vor allem auf Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion zurückzuführen, welche mittlerweile mehr als die Hälfte der mobilen Bezahlvorgänge aus der Distanz ausmachen. Dazu gehören zum Beispiel Apps zur Reisebuchung, zum Shoppen, Essen bestellen und weiteren Tätigkeiten, die vermehrt über mobile Apps statt über einen Internetbrowser abgewickelt werden. Diesen sogenannten In-App-Zahlungen liegt meist eine Kreditkarte zugrunde, wie Abbildung 9 im Kapitel 4.2 zeigt.¹⁰

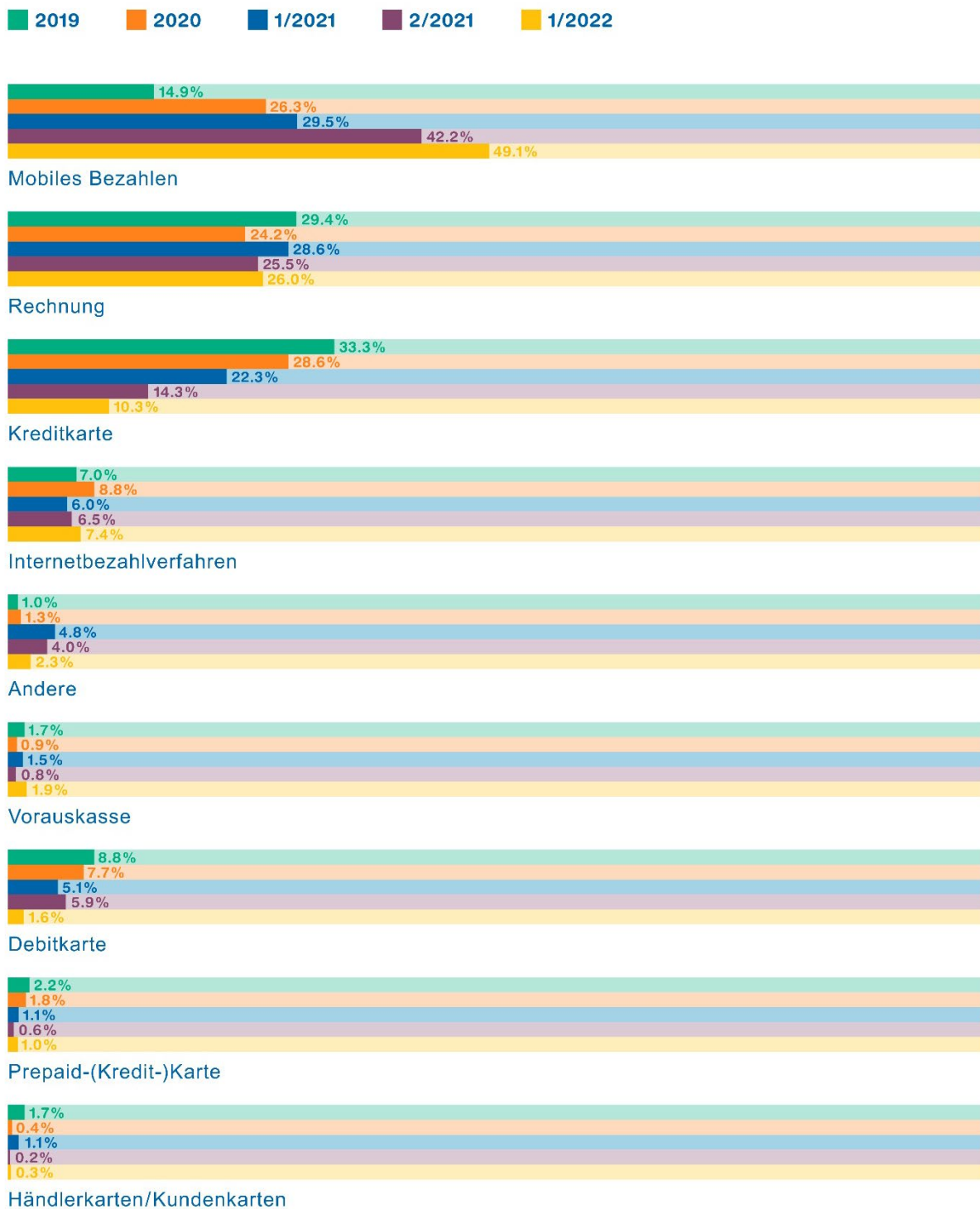
¹⁰ Bei einer engeren Definition von mobilem Bezahlen werden solche Zahlungen dem zugrundeliegenden Zahlungsmittel zugeordnet (vgl. Box 1 in Kapitel 4). Abbildungen 23 bis 28 im Anhang zeigen zum Vergleich die Anteile verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf bei einer engeren Definition von mobilem Bezahlen.

Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft



Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft



Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, nur Inlandzahlungen. Die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden (vgl. Kapitel 4).

4 Mobiles Bezahlen

Box 1: Definition «Mobiles Bezahlen»

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

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

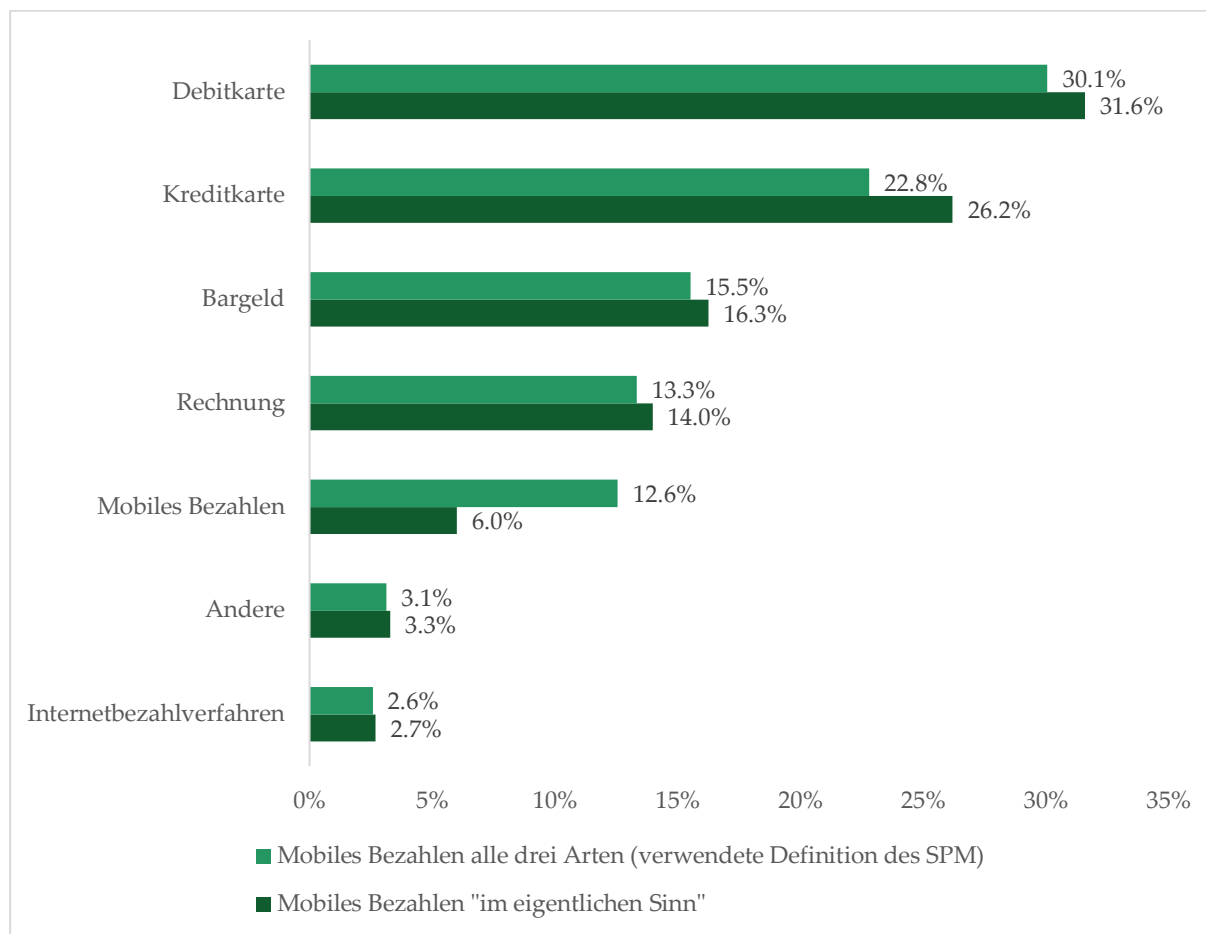
Aus Probandenperspektive sind diese Trennlinien vielfach schwer nachzuvollziehen. Mit anderen Worten werden beispielsweise In-App-Zahlungen mit Kreditkarte entweder als reine Kreditkartenzahlung oder als mobile Bezahlung deklariert, je nach Verständnis des Probanden.

Mit dem gewählten Studiendesign und der im Swiss Payment Monitor angewandten breiten Definition von mobilem Bezahlen wird dem individuellen Verständnis der Zahlungsmittel aus Sicht der Probanden Rechnung getragen. Dadurch können die Zahlungsmittelanteile des mobilen Bezahlens im Vergleich zu Erhebungen, die eine engere Definition zugrunde legen, höher ausfallen, während der Anteil an ausgewiesenen Kartenzahlungen niedriger liegt. Der Anteil an Bargeldzahlungen und Längsschnittvergleiche mit Daten des Swiss Payment Monitors bleiben hierdurch unberührt.

4.1 Nutzungsverhalten gemäss enger Definition

Die in Kapitel 3 ausgewiesenen Anteile von mobilem Bezahlen beinhalten alle drei Arten von mobilem Bezahlen, das heisst jegliche Formen des mobilen Bezahlens mit unterschiedlichen zugrundeliegenden Zahlungsmitteln wie beispielsweise Kredit- und Debitkarten oder direkter Kontoanbindung (vgl. Box 1). Gemäss dieser Definition werden die Zahlungsmittelanteile von mobilem Bezahlen tendenziell überschätzt verglichen mit einer Beschränkung auf mobiles Bezahlen «im eigentlichen Sinn», was in der Schweiz aktuell hauptsächlich auf Twint-Zahlungen mit direkter Kontoanbindung zutrifft (vgl. Box 1).

Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz gemäss enger und breiter gefasster Definition von mobilem Bezahlen



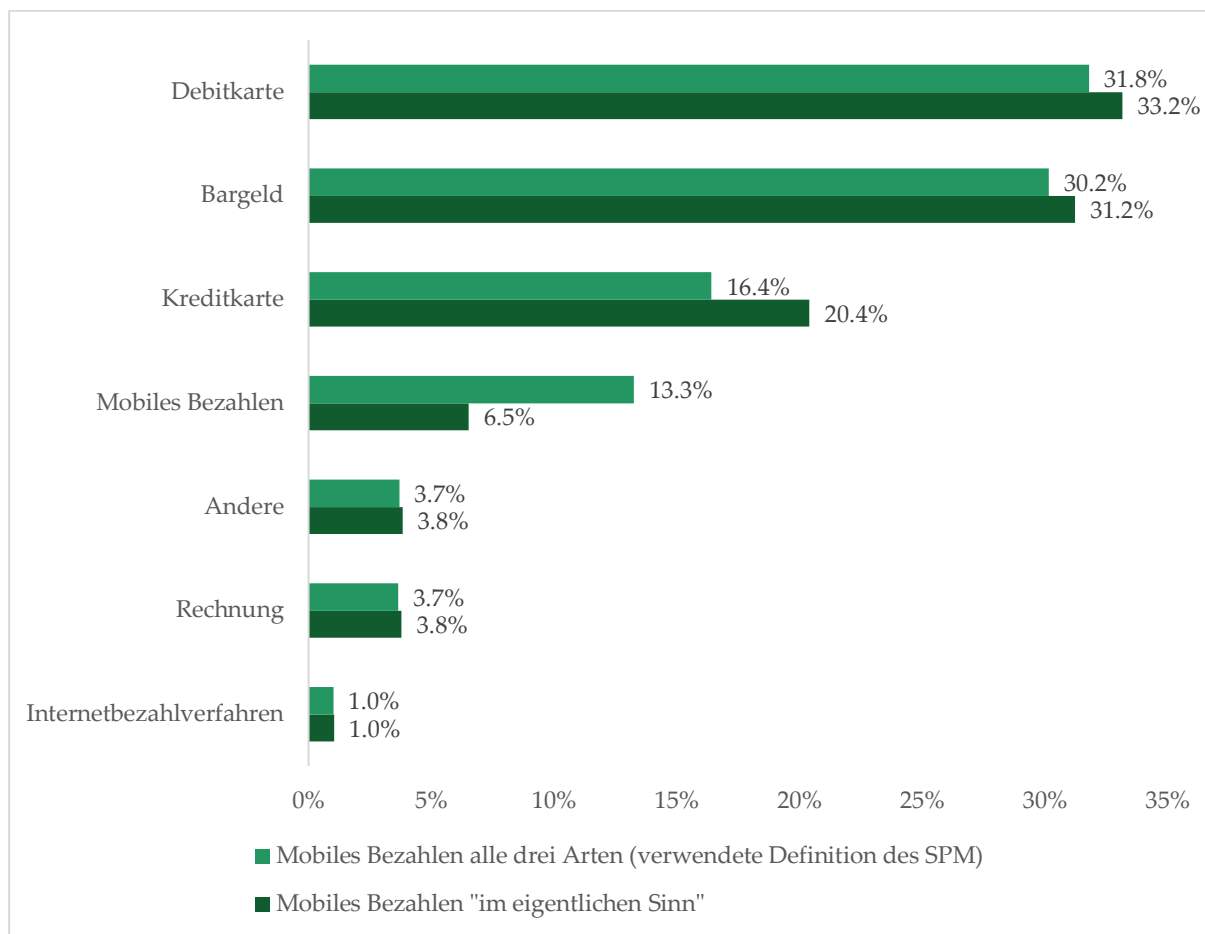
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen im November 2021, nur Inlandzahlungen. Definitionen mobiles Bezahlen gemäss Box 1.¹¹

Aus diesem Grund zeigen Abbildung 7 und Abbildung 8 einen Vergleich der Zahlungsmittelanteile aus der jüngsten Erhebung mit der weitesten und engsten Definition von mobilem Bezahlen.¹² Erwartungsgemäss ist der Umsatzanteil von mobilem Bezahlen gemäss engerer Definition tiefer als gemäss breiterer Definition – mit 5,9 Prozent rund halb so gross (vgl. Abbildung 7). Demgegenüber steigen die Umsatzanteile von Kredit- (26,3%; +3,5 PP) und Debitkarte (31,6%; +1,5 PP).

¹¹ Aufgrund der Fragelogik im Tagebuch konnten rund 2 Prozent der mobilen Bezahlvorgänge bei einer engeren Definition von mobilem Bezahlen nicht eindeutig einem Zahlungsmittel zugeordnet werden, weshalb die Datenreihe «Mobiles Bezahlen 'im eigentlichen Sinn'» auf einer anderen Grundgesamtheit beruht. Deshalb verändern sich auch Anteile von Zahlungsmitteln, die von der Definition von mobilem Bezahlen nicht tangiert sind (z.B. Bargeld).

¹² Der Transaktions- und Umsatzanteil von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» deckt sich in etwa mit den Werten, welche basierend auf Daten von Zahlungsdienstleistern errechnet werden (siehe [Swiss Payment Behaviour Lab - Mobile Payment](#)).

Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen gemäss enger und breiter gefasster Definition von mobilem Bezahlen



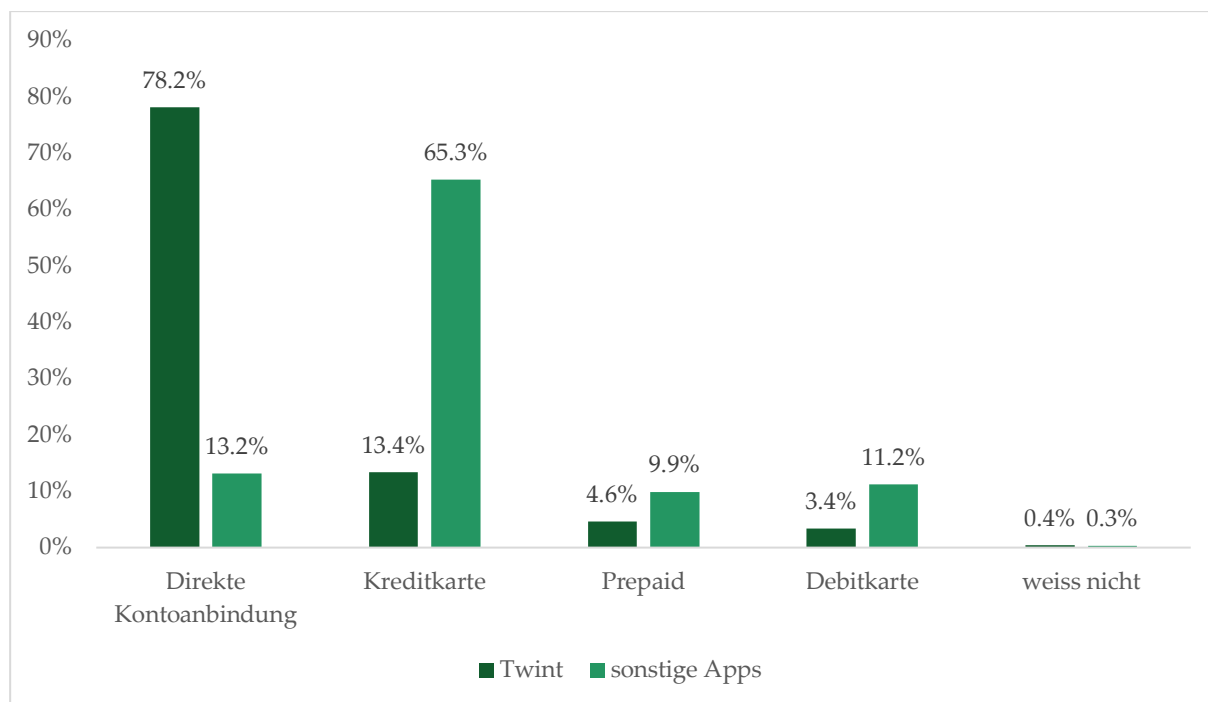
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen im November 2021, nur Inlandzahlungen. Definitionen mobiles Bezahlen (MP) gemäss Box 1.¹¹

In ähnlicher Grössenordnung halbiert sich der Anteil von mobilem Bezahlen an der Anzahl Transaktionen gemäss enger gegenüber breit gefasster Definition auf 6,4 Prozent (vgl. Abbildung 8). Umgekehrt steigt der Anteil der Kredit- (20,6%; +4,1 PP) und Debitkarte (33,2%; +1,4 PP). Abbildungen 23 bis 28 im Anhang zeigen zudem, dass sich der Trend zu vermehrtem mobilem Bezahlen in der zweiten Hälfte 2021 auch bei einer engen Definition von mobilem Bezahlen weiter fortgesetzt hat.

4.2 Zugrundeliegendes Zahlungsmittel

Um die Zahlungsmittelanteile basierend auf verschiedenen Definitionen von mobilem Bezahlen akkurat zu berechnen, ist es unabdingbar, das zugrundeliegende Zahlungsmittel der mobilen Transaktionen zu kennen. Abbildung 9 liefert hierbei die notwendigen Informationen separiert nach Twint und anderen mobilen (Bezahl-)Apps.

Abbildung 9: Zugrundeliegendes Zahlungsmittel bei mobilem Bezahlen



Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen im November 2021, nur Inlandzahlungen

Unter allen Twint-Zahlungen sind rund 78 Prozent direkt mit dem Bankkonto verknüpft, gefolgt von der Kreditkarte (13,4%) und Prepaid bzw. Vorkasse (4,6%) (vgl. Abbildung 9). Andere mobile (Bezahl-)Apps wie Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay oder auch SBB Mobile sind hauptsächlich mit der Kreditkarte verbunden: 65,3 Prozent der Transaktionen mit sonstigen (Bezahl-)Apps basieren auf Kreditkarten, gefolgt von direkter Kontoanbindung (13,2%) und der Debitkarte (11,2%).

4.3 Mobiles Bezahlen gemäss Zahlungsverfahren

Am häufigsten mobil bezahlt wird über Apps mit integrierter Bezahlfunktion (27,9% der Anzahl Transaktionen), gefolgt von Zahlungen vor Ort in Ladengeschäften mittels QR-Code (22,6%) oder via NFC (21,2%) (vgl. Abbildung 10). Auch gemessen am Umsatzanteil stehen diese drei Zahlungsverfahren in derselben Reihenfolge an der Spitze der Rangliste, wenn auch die Anteile jeweils etwas geringer ausfallen.

Die Überweisungen an Privatpersonen im Inland liegen mit einem Umsatzanteil von 16,2 Prozent nur knapp hinter Rang drei (vgl. Abbildung 10). Die Bezahlverfahren im Internet¹³ mit hinterlegten Bezahlten (11,1%) und per QR-Code (8,8%) spielen, gemessen am Umsatz, eine bedeutendere Rolle als gemessen an der Anzahl Transaktionen (6,5% resp. 5,8%). Die

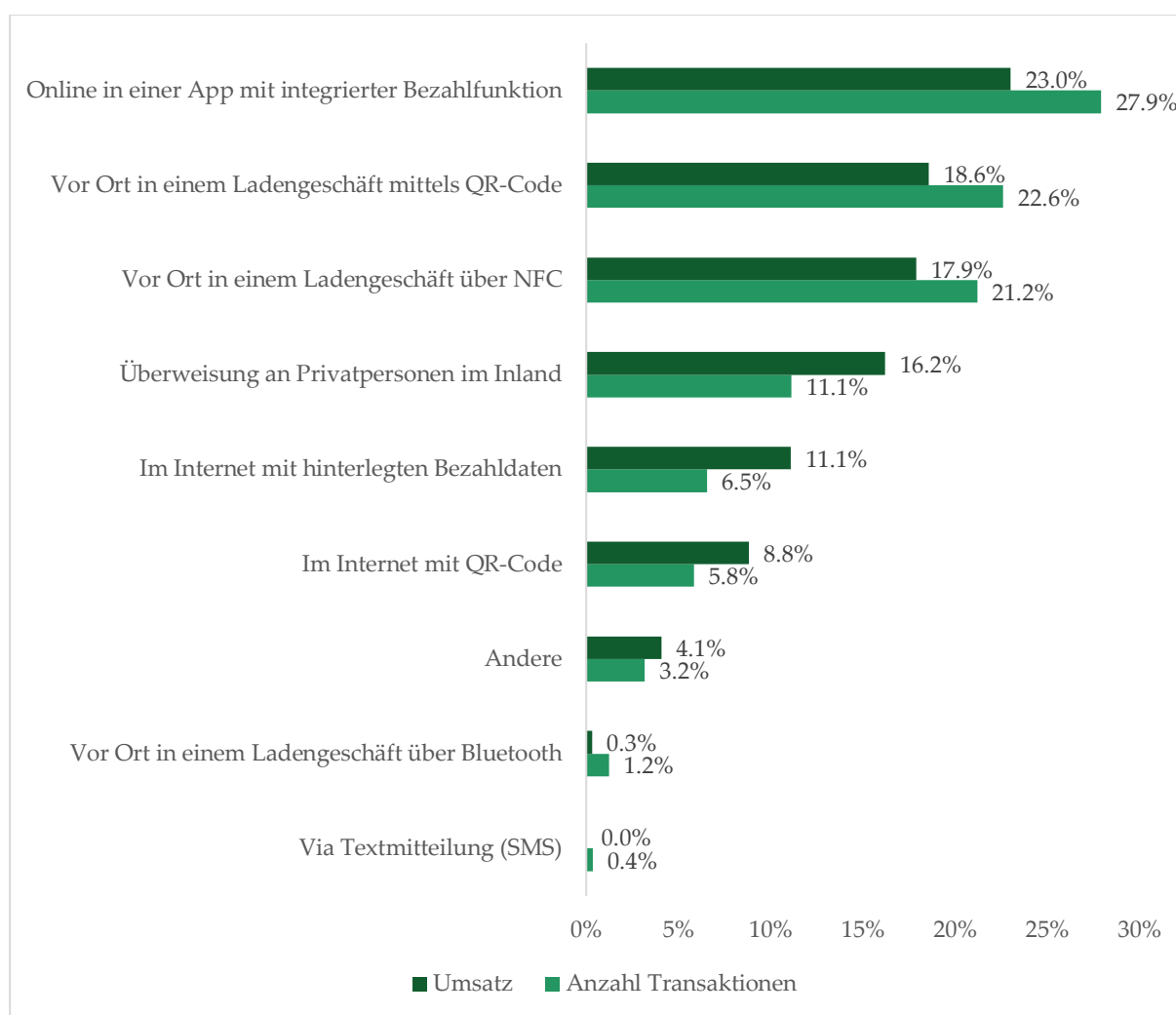
¹³ Das heisst über einen Internet-Browser und nicht über eine App.

Transaktionsbeträge sind nämlich bei diesen Bezahlarten, relativ zu den anderen mobilen Zahlungsarten, im Durchschnitt höher.

Twint ist die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz: 62,9 Prozent des Umsatzes und 61,3 Prozent der Anzahl Transaktionen mit mobilen Geräten werden mit Twint abgewickelt. Beide Werte haben im Vergleich zum SPM 2/2021 um rund 10 PP zugenommen. Apple Pay als zweitmeist genutzte mobile Bezahlösung macht rund 8,8 Prozent (-2,0 PP) des Umsatzes und 12,4 Prozent (-2,0 PP) nach Anzahl Transaktionen mit mobilen Geräten aus, was einem leichten relativen Rückgang im Vergleich zur Erhebung vom Mai 2021 gleichkommt.

Mit einem Transaktionsanteil von 8,9 Prozent, gemessen an allen mobilen Transaktionen im Inland, steht die SBB Mobile App an dritter Stelle, gefolgt von Samsung Pay (4,0%; -2,2 PP) und Google Pay (2,2%; +0,9 PP). Der Umsatzanteil von Samsung Pay beträgt 5,2 Prozent (-1,5 PP), derjenige der SBB Mobile App 2,9 Prozent (+1,1 PP) und von Google Pay 1,7 Prozent (+0,6 PP).

Abbildung 10: Anteil mobiles Bezahlen gemäss Zahlungsart-/verfahren nach Umsatz und Anzahl Transaktionen



Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen im November 2021, nur Inlandzahlungen

5 (Digitales) Bargeld

5.1 Bargeldgebrauch

Der Stellenwert des Bargelds hat in der Schweizer Bevölkerung vor allem seit Ausbruch der Coronapandemie stark abgenommen, hat sich im Verlauf des Jahres 2021 aber auf einem noch immer relativ hohen Niveau eingependelt (vgl. Kapitel 3). Mittlerweile verzichtet eine von sieben befragten Personen (14%) komplett auf das Mitführen von Bargeld im Portemonnaie (vgl. Abbildung 11). Dieser Anteil ist seit der Erhebung 1/2021 relativ stabil. 59 Prozent der Befragten gibt an, üblicherweise zu Hause Bargeld zu halten bzw. zu horten – beispielsweise für unvorhergesehene Ausgaben (vgl. Abbildung 11). Dieser Anteil ist gegenüber der Erhebung 1/2021 unverändert.

Die aktuelle Befragung offenbart weiter, dass Bargeld betreffend Imagedimensionen beinahe durchwegs leicht negativer beurteilt wird als in den vorangehenden Erhebungen: Es wird als unzuverlässiger, unsicherer, unnötiger, unbeliebter, umständlicher, teurer, suspekter, mit geringerer Kontrolle einhergehend und schwieriger in der Beschaffung beurteilt. Letzteres könnte auf den Umstand zurückzuführen sein, dass die Anzahl Geldautomaten und Bankfilialen insbesondere seit Ausbruch des Coronavirus zurückgegangen ist.

Abbildung 12 zeigt die sieben meistgenannten Gründe für eine Bargeldzahlung. In 40 Prozent der Fälle war die Höhe des zu bezahlenden Betrags der Grund für die Wahl des Bargelds als Zahlungsmittel. Gemäss den Zahlungsdaten wird vor allem im Kleinbetragsbereich (unter 20 Fr.) mit Bargeld bezahlt, was rund 75 Prozent aller Bargeldzahlungen entspricht. Es folgen Gewohnheit (24%) und persönliche Präferenz beim jeweiligen Händlertyp (19%) als Gründe für die Bargeldzahlung. In 14 Prozent der Fälle akzeptierte der Händler nur Bargeld, gefolgt von der Geschwindigkeit (11%) und fehlenden bargeldlosen Zahlungsmitteln (8%) als ausschlaggebendem Argument (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 11: Bargeldbesitz

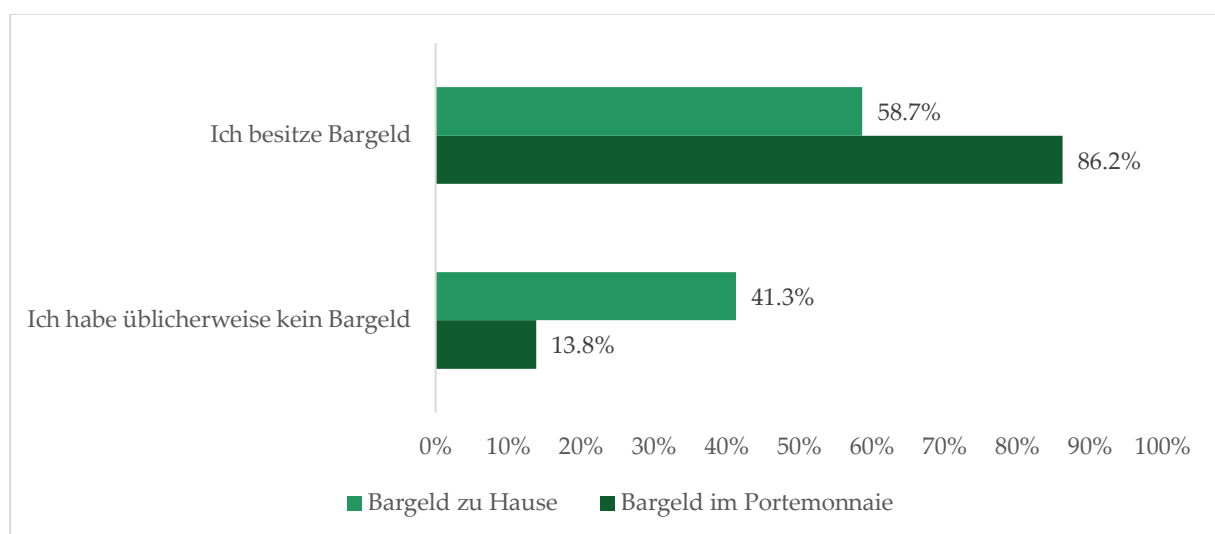
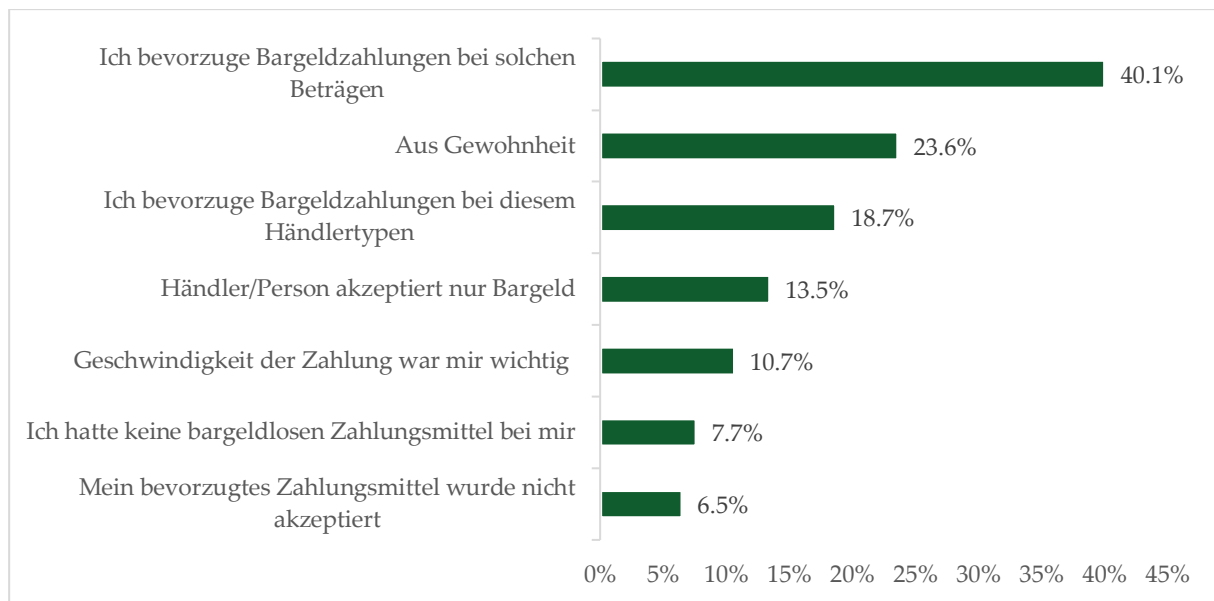


Abbildung 12: Gründe für Bargeldzahlungen



Frage: «Warum haben Sie mit Bargeld bezahlt?» Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen, Mehrfachnennungen möglich, die sieben häufigsten Gründe, Anzahl Bargeldzahlungen $n=1396$.

5.2 Digitales Zentralbankengeld

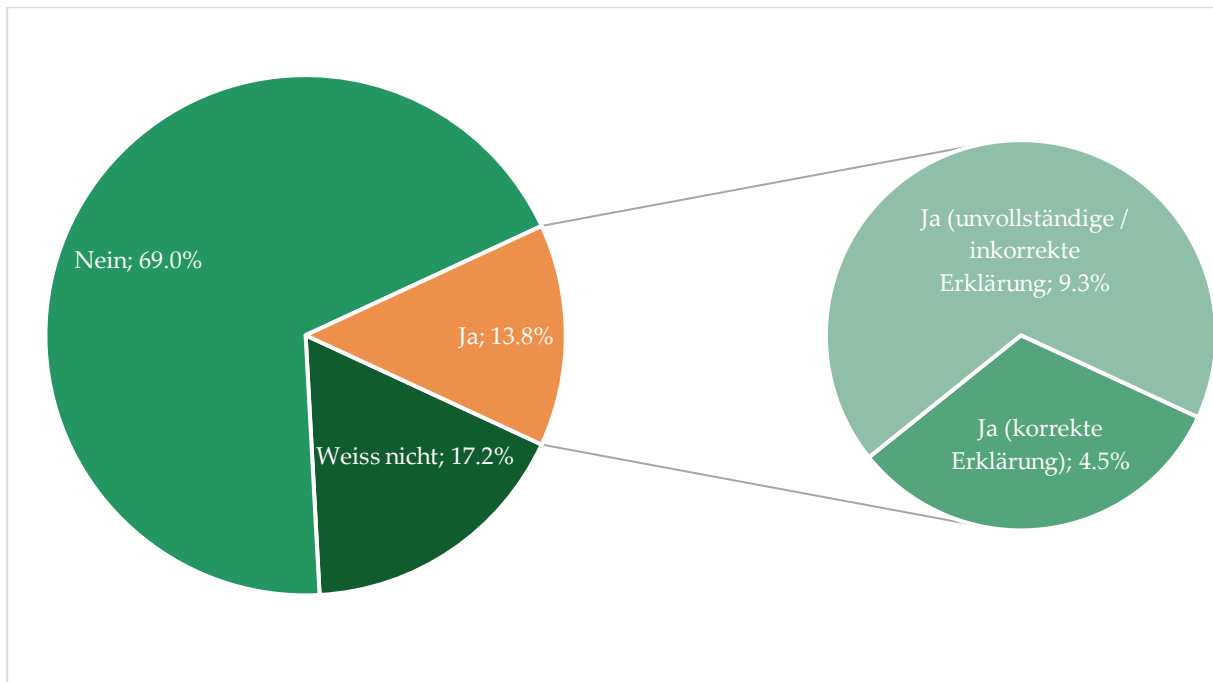
Immer mehr Zentralbanken auf der Welt beschäftigen sich mit sogenanntem digitalen Zentralbankengeld (Englisch «Central Bank Digital Currency [CBDC]»). Beim digitalen Zentralbankengeld handelt es sich um eine neue Form von elektronischem Geld, das von Zentralbanken herausgegeben wird. Es basiert auf der Blockchain-Technologie und widerspiegelt eine Verpflichtung der Zentralbank gegenüber dem Besitzer – ähnlich dem Bargeld. Das Konto liegt dabei direkt bei der Zentralbank, im Gegensatz zum elektronischen Buchgeld, das auf einer Geschäftsbank liegt.

Es gibt verschiedene Arten und technische Lösungen von CBDC (bspw. bestimmt für das breite Publikum oder nur für Geschäftsbanken), die sich auf unterschiedliche Weise auf das bestehende System auswirken. So dürfte der Zahlungsverkehr durch die Einführung von CBDC an Effizienz gewinnen, während die Wahrung der Finanzstabilität schwieriger wird.

Gemäss Abbildung 13 ist das Verständnis von CBDC in der Schweizer Bevölkerung noch sehr vage. Obwohl rund 14 Prozent der Befragten angaben, CBDC zu kennen, konnten effektiv nur rund 4,5 Prozent der Befragten mit Stichworten eine plausible Erklärung von CBDC abgeben. Demgegenüber gab rund jede zehnte befragte Person an, virtuelle Währungen bzw. Kryptowährungen im Allgemeinen zu kennen und zu nutzen. Das entspricht einem Anstieg von rund 4 PP innerhalb eines Jahres.

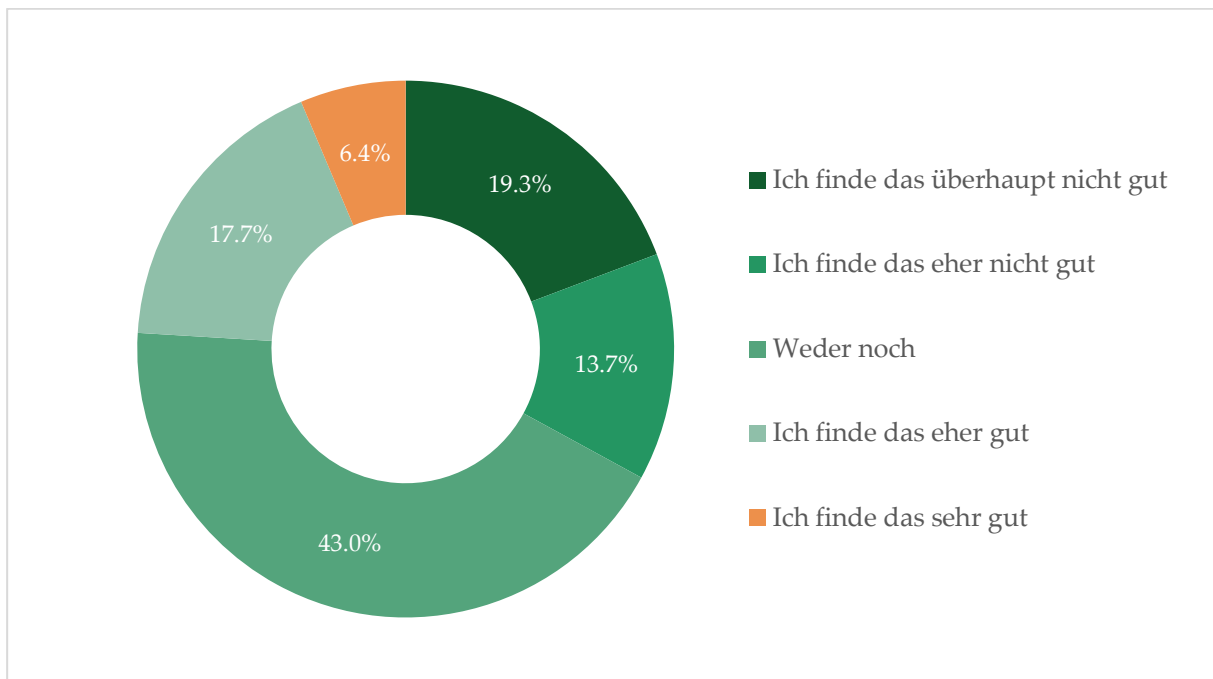
Das fehlende Verständnis von CBDC widerspiegelt sich auch in den Antworten zur Frage nach der Bewertung der Einführung von CBDC – wohlgermerkt nachdem alle Probanden über die Grundzüge von CBDC aufgeklärt wurden: Gemäss Abbildung 14 fanden rund 43 Prozent der Befragten eine mögliche Einführung weder gut noch schlecht. Mehr Personen sind gegenüber einer möglichen Einführung negativ (33%) als positiv (24%) gestimmt.

Abbildung 13: Verständnis digitales Zentralbankgeld



Frage: «Wissen Sie, was digitales Zentralbankgeld ist?» Bemerkung: Mithilfe einer offenen Abfrage wurde bei den «Ja»-Antworten kontrolliert, ob die Teilnehmenden tatsächlich eine korrekte Einordnung des Begriffs vornehmen können.

Abbildung 14: Bewertung der Einführung von digitalem Zentralbankgeld



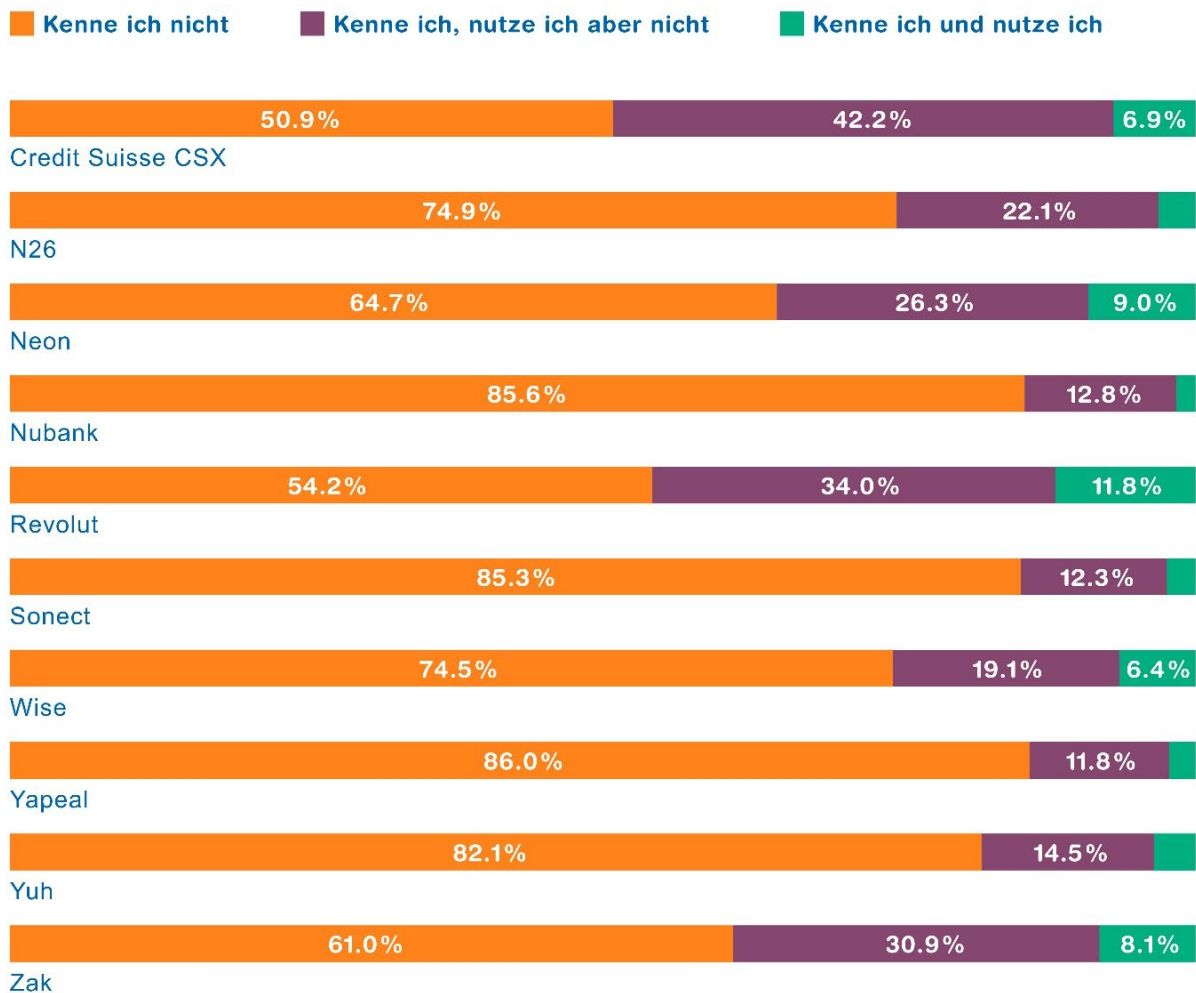
Frage: «Was würden Sie davon halten, wenn die Schweizerische Nationalbank digitales Zentralbankgeld für Sie als Kund:in einführt (z.B. in Form eines «E-Frankens»)?»

6 Neobanken

6.1 Bekanntheit und Nutzung

Insgesamt kennen 75,2 Prozent der Personen hierzulande mindestens einen der gängigsten Neobanken-Anbieter. Das sind ganze 9 PP mehr als bei der letzten Erhebung im Mai 2021. Am bekanntesten sind die Anbieter CSX der Credit Suisse¹⁴ (49,1% Bekanntheitsanteil), Revolut (45,8%), Zak (39,0%) und Neon (35,3%) (vgl. Abbildung 15). Im Vergleich zur letzten Erhebung haben diese drei Anbieter alle nochmals stark an Bekanntheit zugelegt.

Abbildung 15: Bekanntheit und Nutzung von Neobanken



Frage: «Bitte geben Sie für die einzelnen Anbieter an, welche der Aussagen auf Sie zutrifft.»

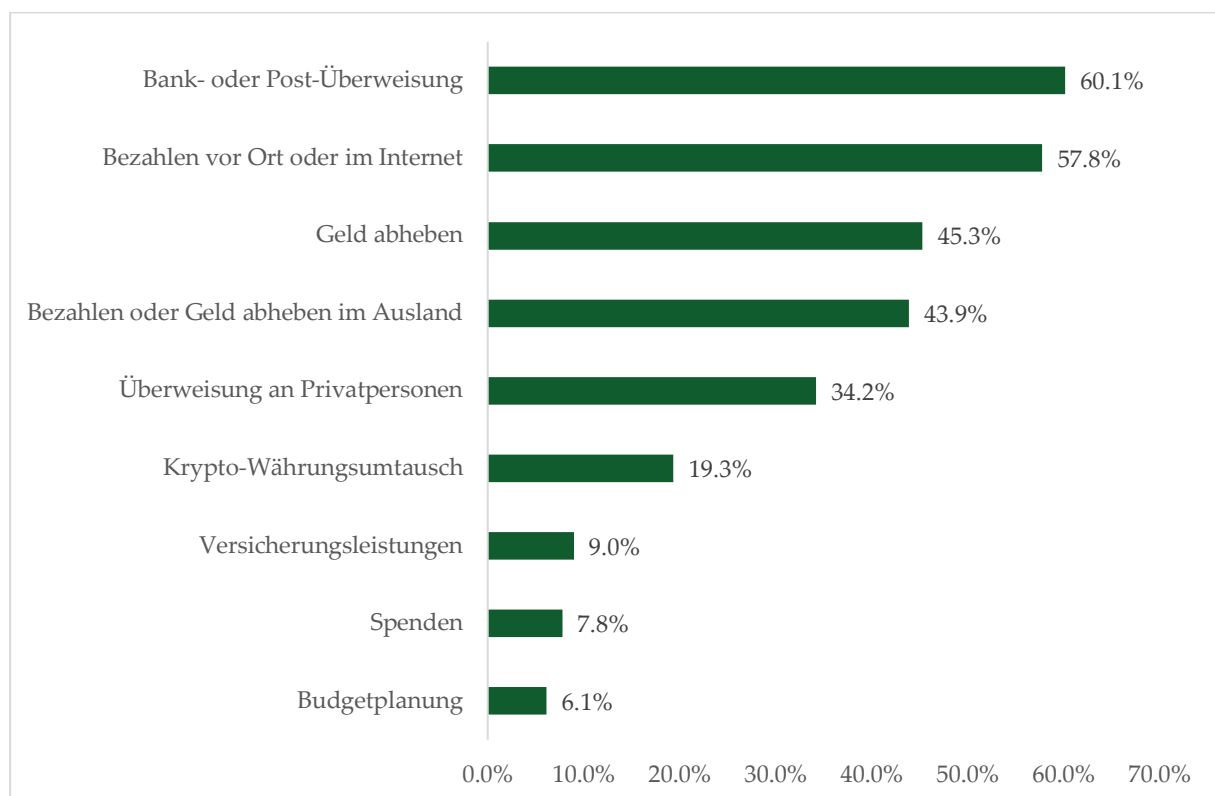
¹⁴ Dass der Name der bekannten Grossbank «Credit Suisse» Teil des Namens des rein digitalen Bankangebotes ist, könnte dazu führen, dass der Anteil CSX-Kenner überschätzt wird.

Neu in die Befragung aufgenommen wurde Yuh¹⁵, welche einen Bekanntheitsanteil von 18,0 Prozent erzielte (vgl. Abbildung 15).

Insgesamt erklärten 29,0 Prozent der Befragten – 5,6 PP mehr als noch vor einem halben Jahr – schon mindestens einmal neue Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben. Wie Abbildung 15 zeigt, wird Revolut am häufigsten genutzt (11,8% der Befragten; +3,0 PP), gefolgt von den Schweizer Anbietern Neon (9,0%; +1,9 PP), Zak (8,1%; +2,4 PP) und Credit Suisse CSX (6,9%; +2,5 PP). Mit diesem starken Wachstum innerhalb von rund sechs Monaten haben Zak und CSX den Anbieter Wise (6,4%) hinter sich gelassen.

Eine binär-logistische Regression zeigt, dass das Geschlecht, das Alter und der Bildungsstand einen statistisch signifikanten Einfluss auf die relative Wahrscheinlichkeit haben, Neobankkunde zu sein: (1) Männer sind eher Neobankkunden als Frauen; (2) mit zunehmendem Alter nimmt die Wahrscheinlichkeit, Neobankkunde zu sein, ab; (3) Personen mit Hochschulabschluss sind eher Neobankkunden als solche mit niedrigem oder mittlerem Bildungsstand. Die Sprachregion (D-FR-IT) und das Einkommen scheinen den Daten zufolge hingegen keinen statistisch signifikanten Einfluss zu haben auf die relative Wahrscheinlichkeit, Neobankkunde zu sein.

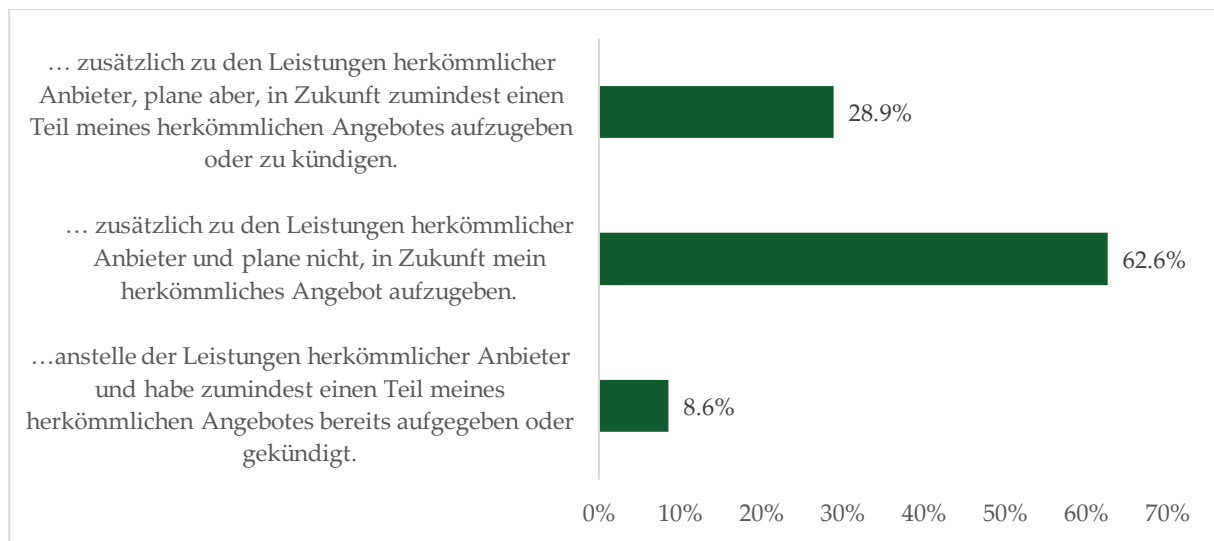
Abbildung 16: Genutzte Leistungen von Neobanken



Frage: «Welche Leistungen von Digital- bzw. Neobanken nutzen Sie hauptsächlich?»
(Mehrfachantworten möglich)

¹⁵ Yuh ist eine Finanz-App, die in Zusammenarbeit von Swissquote und PostFinance entstanden ist.

Abbildung 17: Substitution klassischer Bankangebote durch Neobanken



Frage: «Das Angebot der Digital-/Neobanken nutze ich...»

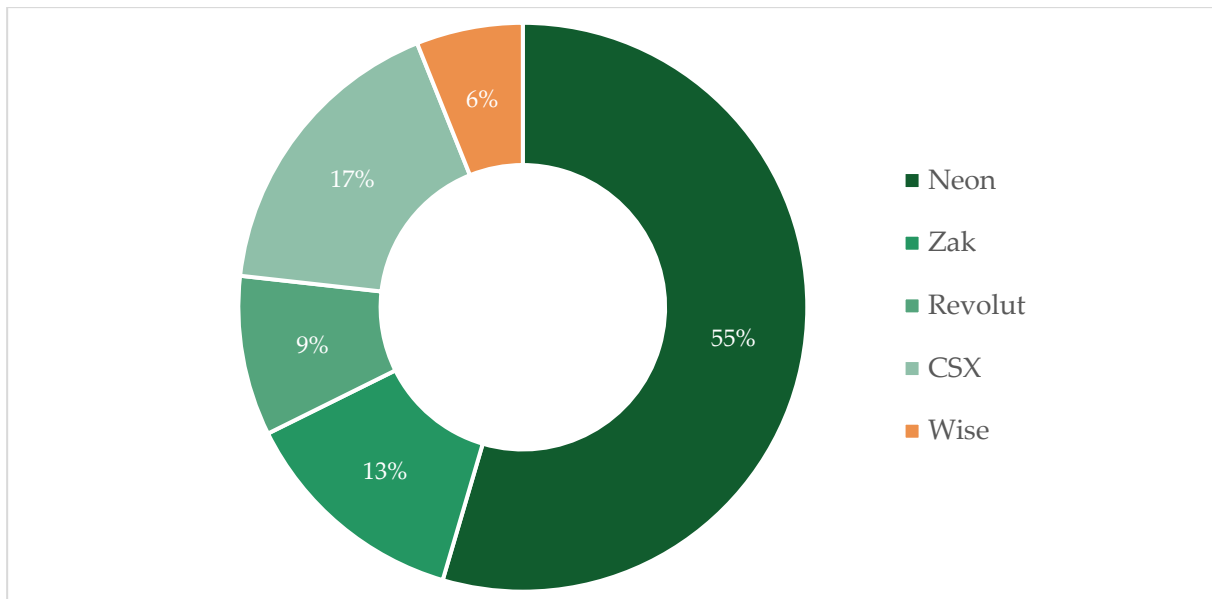
Am häufigsten genutzt werden die Angebote von Neobanken für Geldüberweisungen (60,1% der Nutzenden von Neobanken) sowie für Bezahlungen im Inland (57,8%) (vgl. Abbildung 16). Knapp die Hälfte der Nutzenden bezieht zudem Bargeld von ihrem Neobanken-Konto (45,3%) oder nutzt dieses im Ausland zum Bezahlen oder Geld abheben (43,9%) (vgl. Abbildung 16). Beinahe jede/r fünfte Nutzende von Neobanken (19,3%) nimmt zudem die Funktion zum Austausch von Kryptowährungen in Anspruch, während Versicherungsleistungen (9,0%), die Möglichkeit zu Spenden (7,8%) sowie die Budgetplanungsfunktion (6,1%) nur vereinzelt genutzt werden (vgl. Abbildung 16).

Die grosse Mehrheit der Nutzenden von Neobanken nutzt deren Leistungen als Ergänzung zu den Leistungen herkömmlicher Anbieter (91,4%) (vgl. Abbildung 17). Während 62,6% auch in Zukunft nichts daran zu ändern gedenken, planen 28,9% der Nutzenden von Neobanken, in Zukunft zumindest einen Teil ihres herkömmlichen Angebots zu kündigen (vgl. Abbildung 17). 8,6 Prozent der Nutzenden von Neobanken haben dies bereits getan, wobei Frauen, ältere Personen, tiefere Einkommen sowie die deutsche Sprachregion in dieser Gruppe statistisch signifikant übervertreten sind. Das zeigt, dass Frauen und ältere Personen zwar, wie zuvor beschrieben, weniger häufig Kundinnen von Neobanken sind, aber wenn doch, dann nutzen sie deren Leistungen verhältnismässig häufiger als Substitut für die Leistungen herkömmlicher Anbieter und haben bereits einen Teil der bisherigen Angebote gekündigt.

6.2 Effektive Nutzung

Dank einer Ergänzung in der Erfassung der Zahlungen ist es in dieser Ausgabe des SPM erstmals möglich, das effektive Nutzungsverhalten von Neobanken bei alltäglichen Zahlungen zu untersuchen. Bei einer Kartenzahlung konnte neben dem Lizenzgeber der Zahlungskarte (z.B. Visa, Mastercard, etc.) auch die herausgebende Neobank erfasst werden. Die Ergebnisse sind in Abbildung 18 dargestellt.

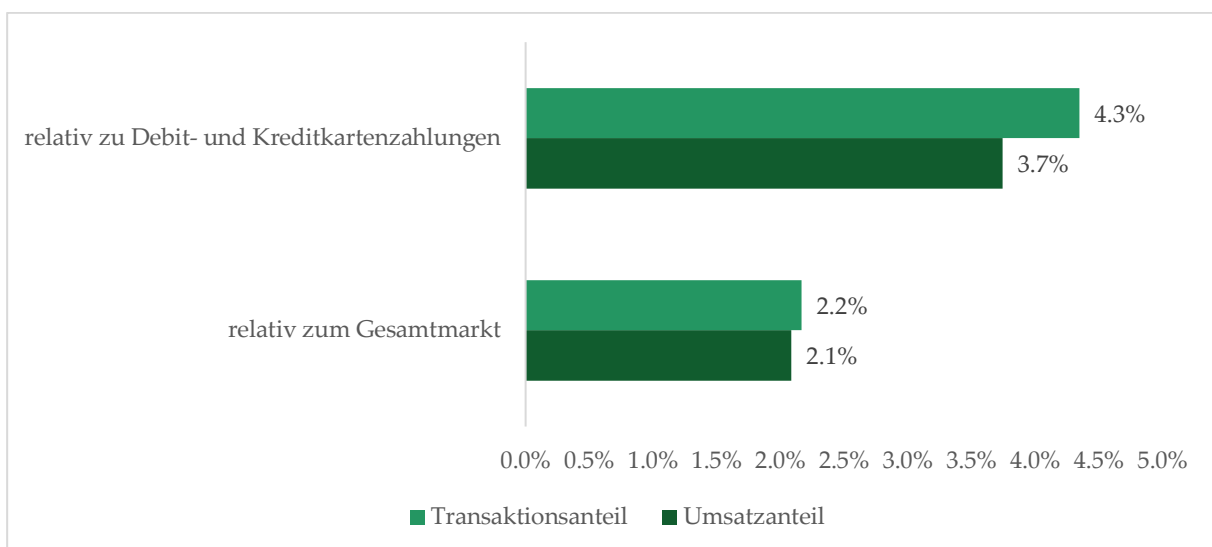
Abbildung 18: Effektive Nutzung von Neobanken gemäss Anbieter



Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen, In- und Auslandszahlungen, relativ zur Gesamtanzahl der Transaktionen mit Karten von Neobanken

55 Prozent aller effektiv durchgeführten Kartenzahlungen von Neobanken stammen von Neon, gefolgt von Credit Suisse CSX (17%) und Zak (13%) (vgl. Abbildung 18). Im Vergleich zu Kapitel 6.1 deutet dies darauf hin, dass die Zahlungskarten von Neon in der Schweiz häufig im Alltag eingesetzt werden. Dies im Gegensatz zu Revolut, dessen Karten gemessen am breiten Nutzerkreis selten zum Bezahlen von alltäglichen Zahlungen genutzt werden.

Abbildung 19: Effektive Nutzung von Neobanken gemäss Tagebuch



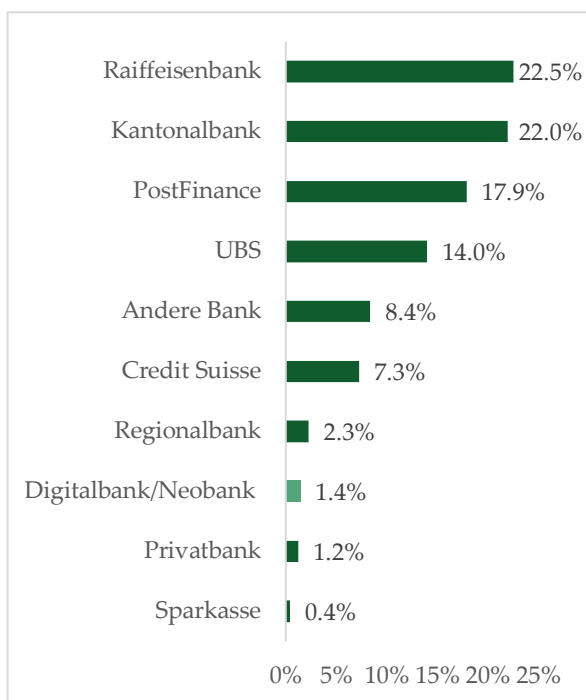
Bemerkung: Gemäss Tagebucheinträgen, In- und Auslandszahlungen

Abbildung 19 zeigt, dass die Kartenzahlungen von Neobanken mittlerweile mehr als 2 Prozent des Gesamtumsatzes und der gesamten Anzahl Transaktionen ausmachen.¹⁶ Der Transaktions- und Umsatzanteil der Kartenzahlungen von Neobanken entspricht 4,3 und 3,7 Prozent aller Debit- und Kreditkartenzahlungen.

6.3 Neobanken als Hauptbank?

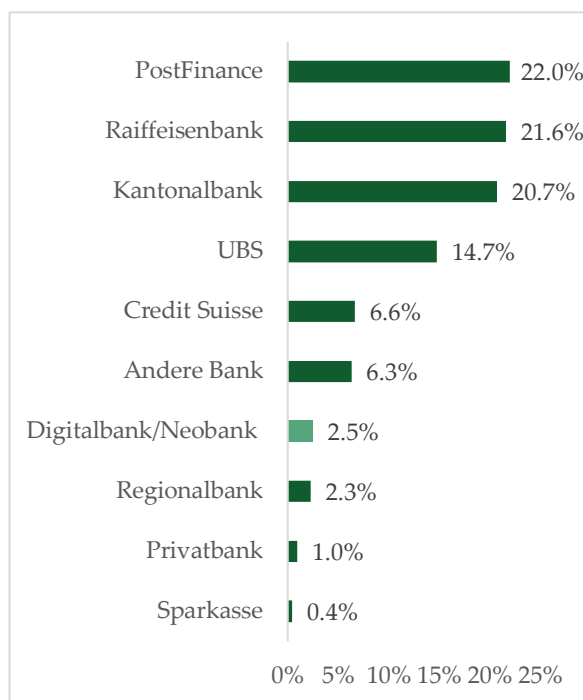
Eine in der Schweiz wohnhafte Person unterhält im Durchschnitt rund zwei Bankbeziehungen.¹⁷ Lediglich 1,4 Prozent der Probanden gibt an, den grössten Teil ihres Geldes bei Neobanken zu haben, womit diese auf den hintersten Plätzen aller Banken rangieren (vgl. Abbildung 20 und Abbildung 21).¹⁸ Es sind hauptsächlich Männer zwischen 45 und 59 Jahren mit weniger als 6000 Fr. Einkommen, welche Neobanken als Hauptbank für ihr Vermögen verwenden.

Abbildung 20: Hauptbank gemäss Vermögen



Frage: «Auf welcher (Art) Bank liegt der grösste Teil Ihres Geldes?»

Abbildung 21: Hauptbank gemäss Transaktionshäufigkeit



Frage: «Über welche (Art) Bank wickeln Sie Ihre regelmässigen Zahlungsströme ab?»

¹⁶ Bei der Erfassung einer mobilen Zahlung war in der verwendeten Fragebogenlogik die Angabe der Neobank nicht möglich. Es ist deshalb davon auszugehen, dass die effektiven Neobankenzahlungen leicht höher ausfallen als in Abbildung 18 ausgewiesen.

¹⁷ Dazu zählen auch Wertschriftendepots und Säule-3a-Konten.

¹⁸ Fehlende Anteile in den Abbildungen aufgrund Verweigerung von Angaben («Ich möchte keine Angaben machen»).

Die meisten Befragten haben den grössten Teil ihres Geldes bei etablierten Banken wie PostFinance (22%), Raiffeisenbanken (21,6%) und Kantonalbanken (20,7%) hinterlegt (vgl. Abbildung 20).

Gemäss Abbildung 21 wickeln 2,5 Prozent der Befragten regelmässig Zahlungen über Neobanken ab. Dabei handelt es sich wiederum vor allem um Männer, die zwischen 45 und 59 Jahre alt sind und weniger als 6000 Fr. Einkommen haben. Damit werden über Neobanken rund neun Mal weniger Zahlungen abgewickelt als über die meistgenannten Banken PostFinance und Raiffeisenbanken (vgl. Abbildung 21).

7 Schlusswort

Die vorliegende sechste Ausgabe des Swiss Payment Monitors hatte zum Ziel, aktuelle Veränderungen im Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung aufzuzeigen und in die langfristige Entwicklung einzuordnen. Mithilfe einer repräsentativen Onlineumfrage und anschliessender Tagebucheinfassung aller Zahlungen durch die Teilnehmenden konnten zahlreiche Erkenntnisse gewonnen werden.

Die anfänglich durch die Coronapandemie ausgelösten sprunghaften Verschiebungen im Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung haben sich im Verlaufe des Jahres 2021 allmählich stabilisiert. Die Debitkarte bleibt das meistgenutzte Zahlungsmittel sowohl hinsichtlich Einsatzhäufigkeit als auch gemessen am Umsatz. Bargeld verliert zwar weiterhin an Umsatzanteilen, kann sich aber hinsichtlich Einsatzhäufigkeit auf Platz zwei hinter der Debitkarte halten.

Die Beliebtheit des mobilen Bezahlens nimmt in allen Bereichen weiter markant zu, vor allem auf Kosten des Bargelds und dem nicht-mobilen Bezahlen per Debit- und Kreditkarte. Im Distanzgeschäft wird mittlerweile jede zweite Zahlung über ein mobiles Gerät abgewickelt, was vor allem auf Zahlungen in Apps mit integrierter Bezahlfunktion zurückzuführen ist. Auch im Präsenzgeschäft kommt das mobile Bezahlen immer häufiger zum Zug, vor allem für Zahlungen in einem Ladengeschäft mit QR-Code oder via NFC. Twint ist die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz und hat im Vergleich zum SPM 2/2021 nochmals deutlich zugelegt, während Apple Pay als zweitmeist genutzte mobile Bezahlösung relativ gesehen einem leichten Rückgang verzeichnete.

Bargeld verliert weiter an Attraktivität und wird über zahlreiche Imagedimensionen hinweg schlechter beurteilt als in den vergangenen Erhebungen. Eine von sieben befragten Personen verzichtet komplett auf das Mitführen von Bargeld im Portemonnaie oder in der Hosentasche. Digitales Zentralbankengeld (CBDC) ist in der Schweizer Bevölkerung noch kaum bekannt und die meisten Personen sind gegenüber einer Einführung eher kritisch gestimmt.

Knapp ein Drittel der Schweizer Bevölkerung hat bereits Angebote einer Neobank genutzt. Mit einem Anstieg von rund 6 PP gegenüber der letzten Erhebung vor einem halben Jahr zeugt dies von einem rasanten Wachstum. Revolut, Neon und Zak werden gemäss Angaben der Befragten am häufigsten verwendet. Vor allem jüngere Männer mit hohem Bildungsgrad haben eine statistisch signifikant höhere Wahrscheinlichkeit, Neobanken zu nutzen. Neobanken werden hauptsächlich für Bank- oder Postüberweisungen, Zahlungen vor Ort oder im Internet sowie für Bargeldabhebungen eingesetzt. Die Angebote von Neobanken

dienen dabei vor allem als Ergänzung zu den Leistungen herkömmlicher Anbieter von Finanzdienstleistungen. Mittlerweile machen Kartenzahlungen von Neobanken mehr als 2 Prozent des Gesamtumsatzes und der gesamten Anzahl Transaktionen aus.

Seit der Erhebung im Mai 2021 für den SPM 2/2021 war das öffentliche Leben pandemiebedingt mit Ausnahme der Zertifikatspflicht kaum eingeschränkt. Die Auswirkungen davon zeigen sich nun auch erstmals in den aktuellen Daten des Swiss Payment Monitors. Auf das durch starke Eingriffe in die Konsummöglichkeiten geprägte Winter- und Frühlingshalbjahr 2020/21 folgte in der Schweiz ein verhältnismässig «freier» Sommer und Herbst 2021 mit einem vielfältigen Freizeit- und Konsumangebot. Das Zahlungsverhalten scheint sich dadurch allmählich auf einem neuen Level zu stabilisieren. Der nächste SPM im Herbst 2022 wird zeigen, ob dies tatsächlich der Fall ist oder nur eine Momentaufnahme darstellt.

Anhang

Studiendesign

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

Die Untersuchung umfasst eine Mikro- und eine Makroperspektive (vgl. Abbildung 22). Die Mikroperspektive setzt sich aus einer Onlinebefragung mit Fragen zum Zahlungsverhalten und einem von den Befragten während drei Tagen ausgefüllten Zahlungstagebuch zusammen. Die Makroperspektive basiert auf der Analyse des öffentlich zugänglichen Datenmaterials zum elektronischen Zahlungsverkehr der Schweizerischen Nationalbank. Diese Daten sind auf der Projekthomepage unter www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten interaktiv einsehbar und werden laufend aktualisiert.

Abbildung 22: Studiendesign des Swiss Payment Monitors



Zahlungsmittelanteile nach enger Definition von mobilem Bezahlen

Die Abbildungen 23 bis 28 beruhen auf Tagebucheinträgen und beinhalten nur Inlandzahlungen. Für mobiles Bezahlen wird im Unterschied zu Abbildungen 1 bis 6 die enge Definition von mobilem Bezahlen *im eigentlichen Sinn* verwendet, das heisst nur direkt mit dem Bankkonto verknüpfte Bezahl-Apps auf mobilen Geräten wie beispielsweise Twint, Alipay oder WechatPay (vgl. Box 1 in Kapitel 4). Aufgrund der Fragelogik im Tagebuch konnten in jeder Erhebung jeweils rund 2 Prozent der mobilen Bezahlvorgänge bei einer engeren Definition von mobilem Bezahlen nicht eindeutig einem Zahlungsmittel zugeordnet werden und sind deshalb in den Abbildungen 23 bis 28 nicht berücksichtigt.

Abbildung 23: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz gemäss Gesamtmarkt

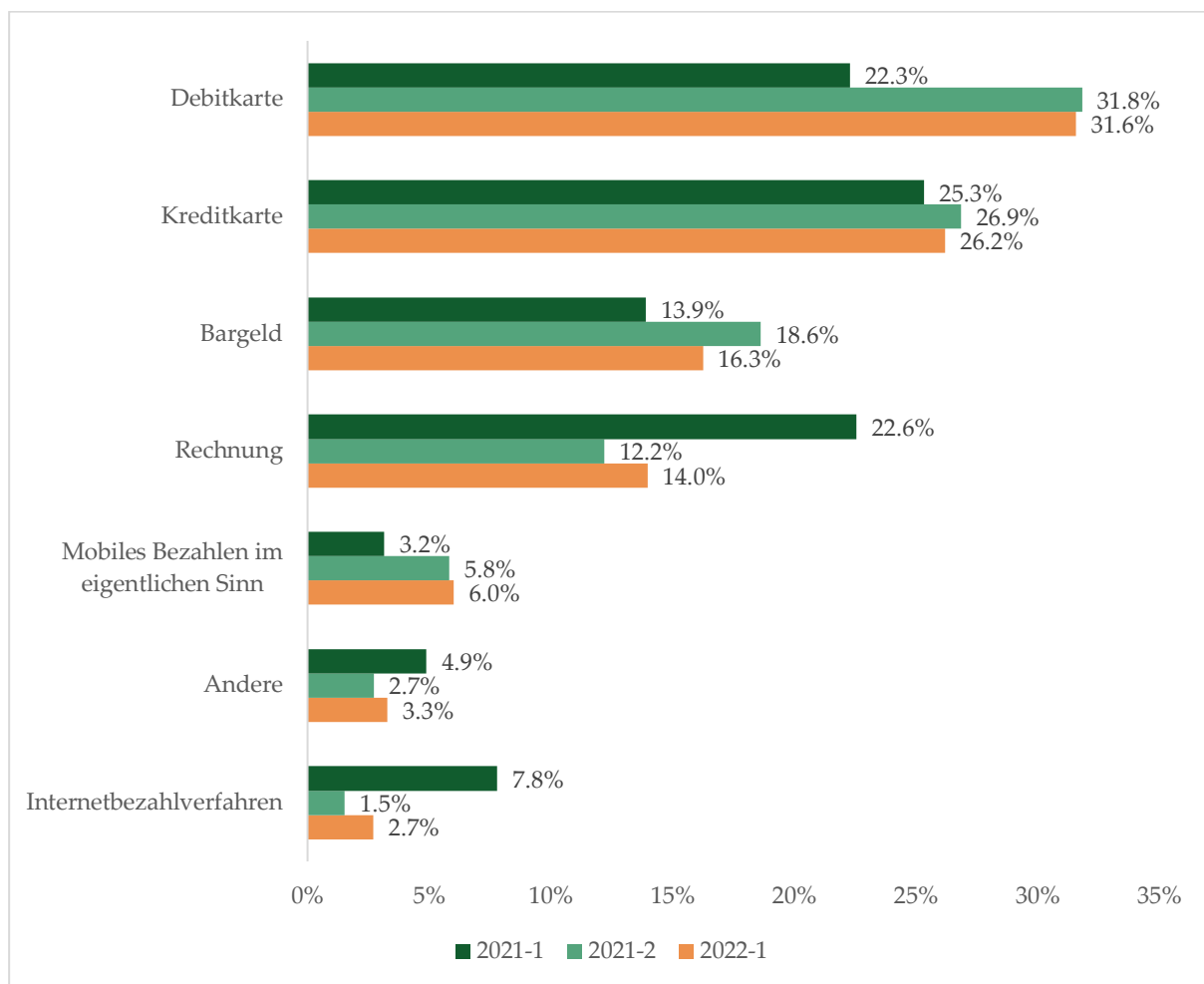


Abbildung 24: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen gemäss Gesamtmarkt

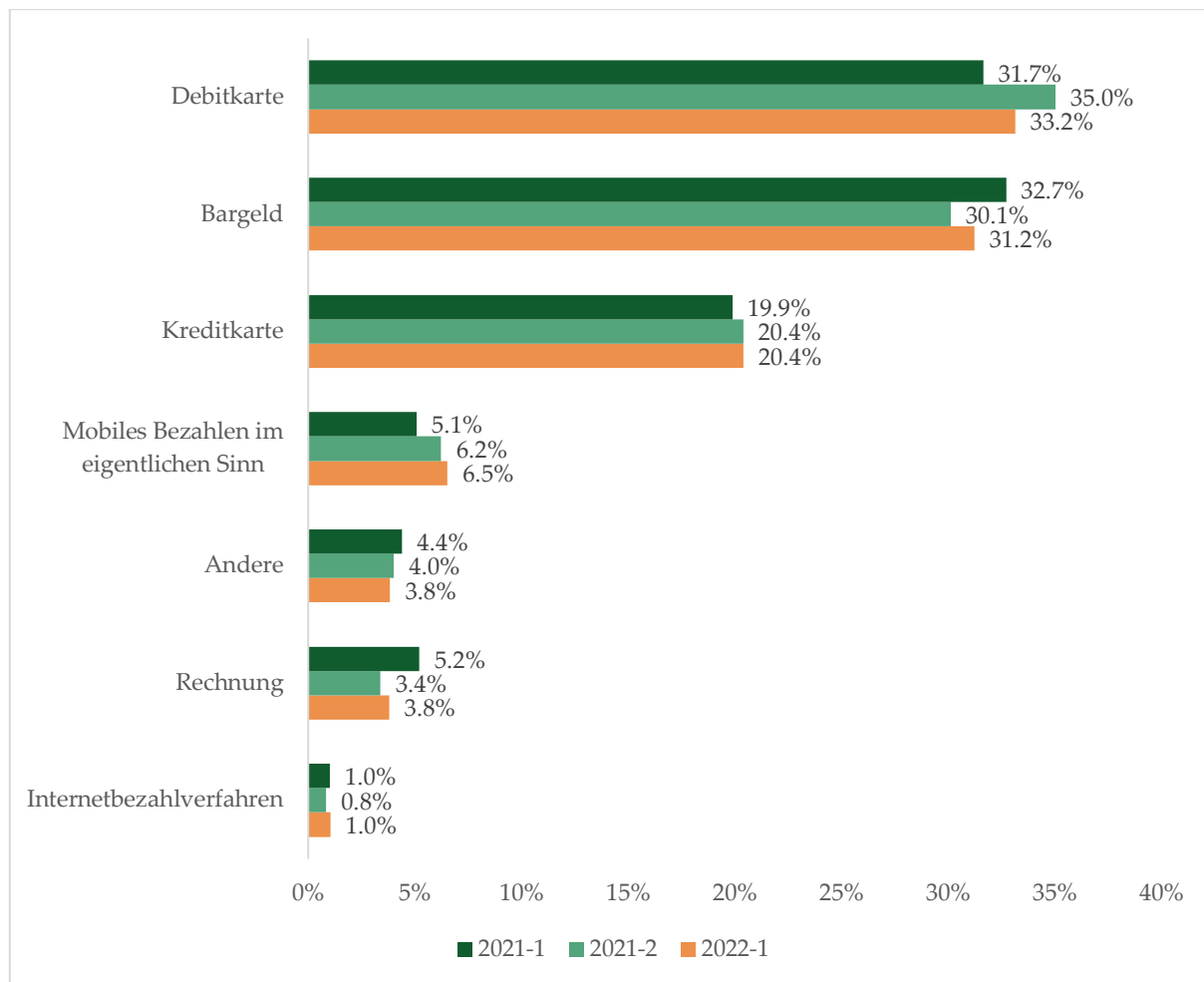


Abbildung 25: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft

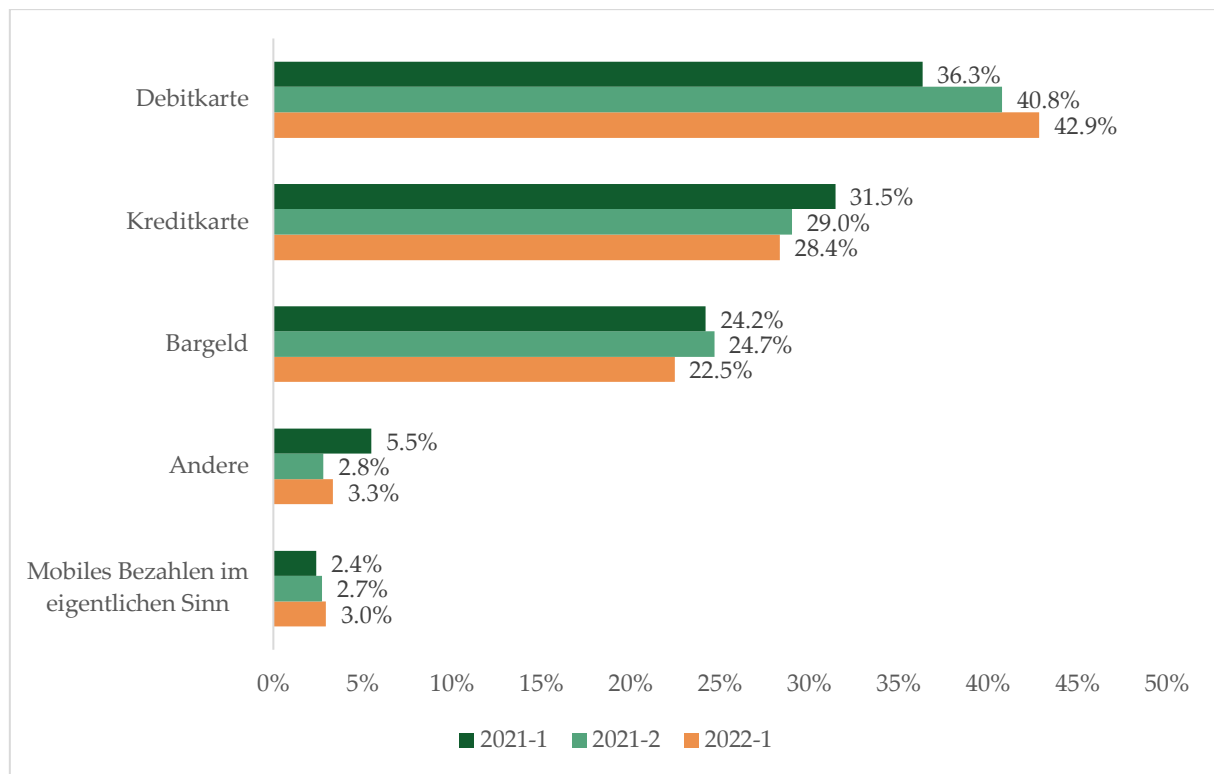


Abbildung 26: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft

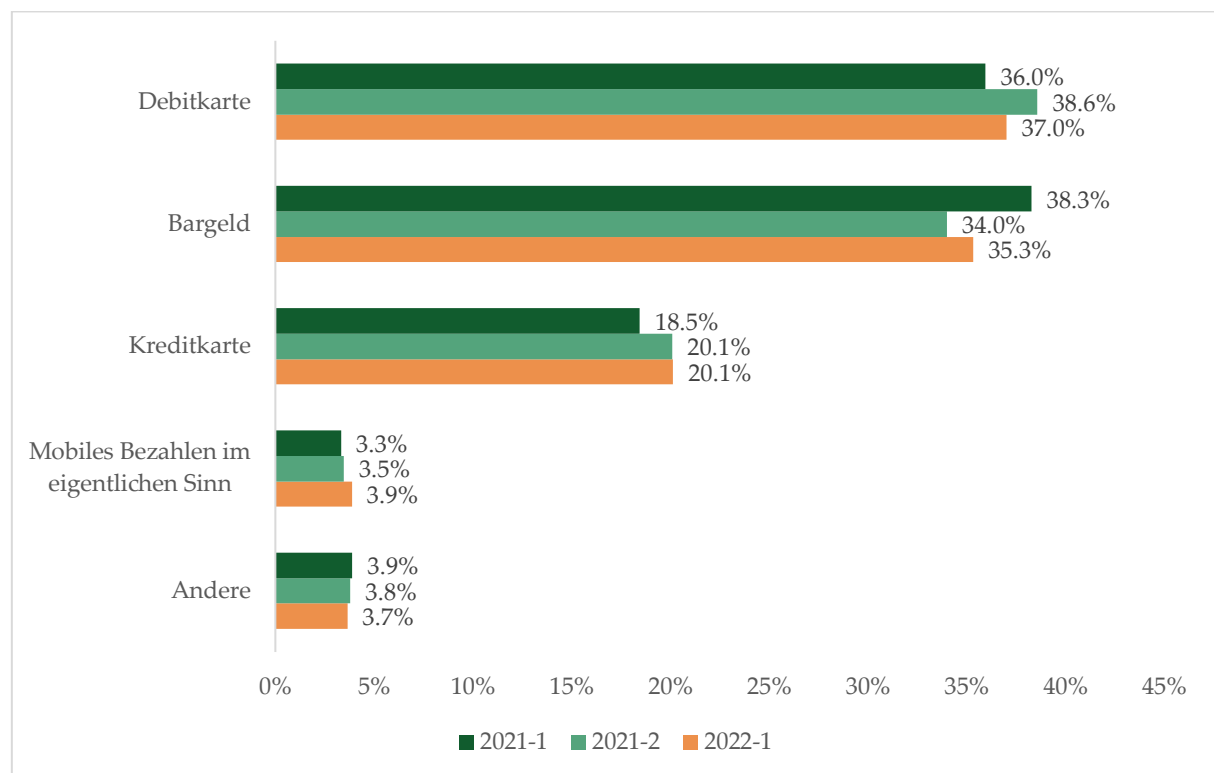


Abbildung 27: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft

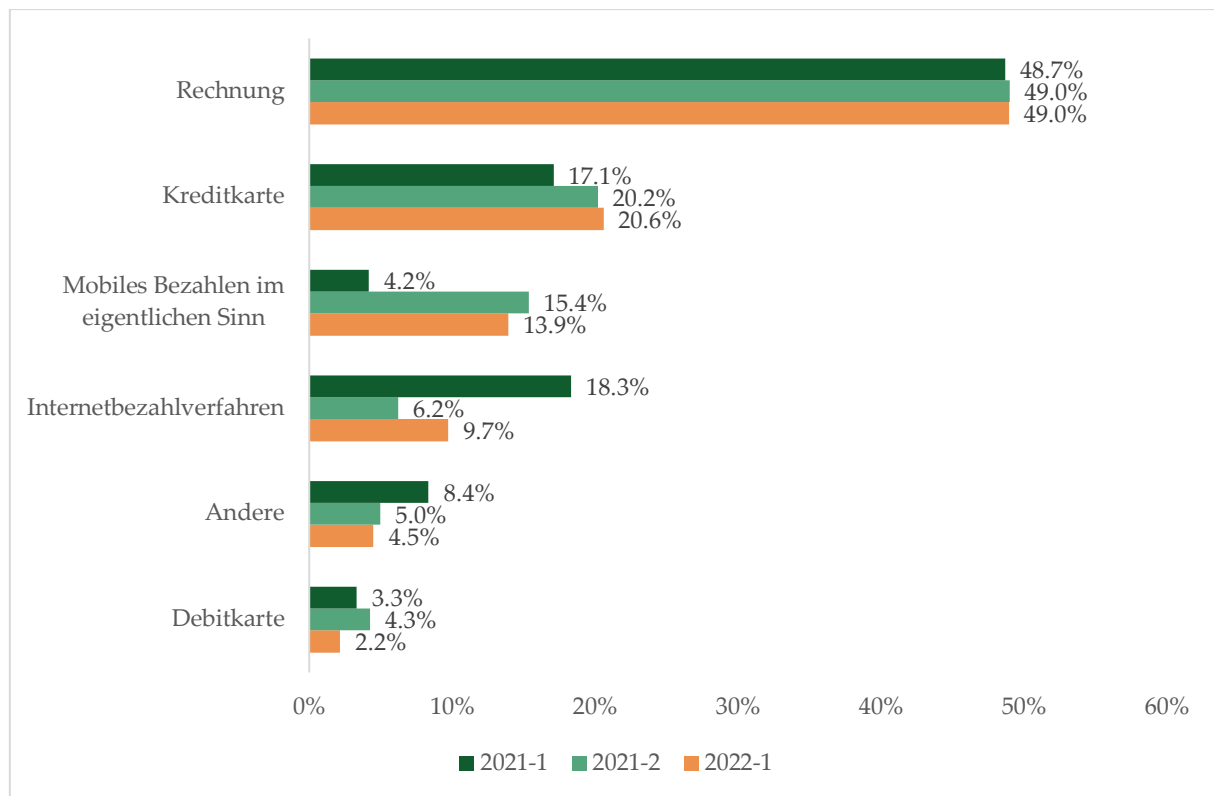
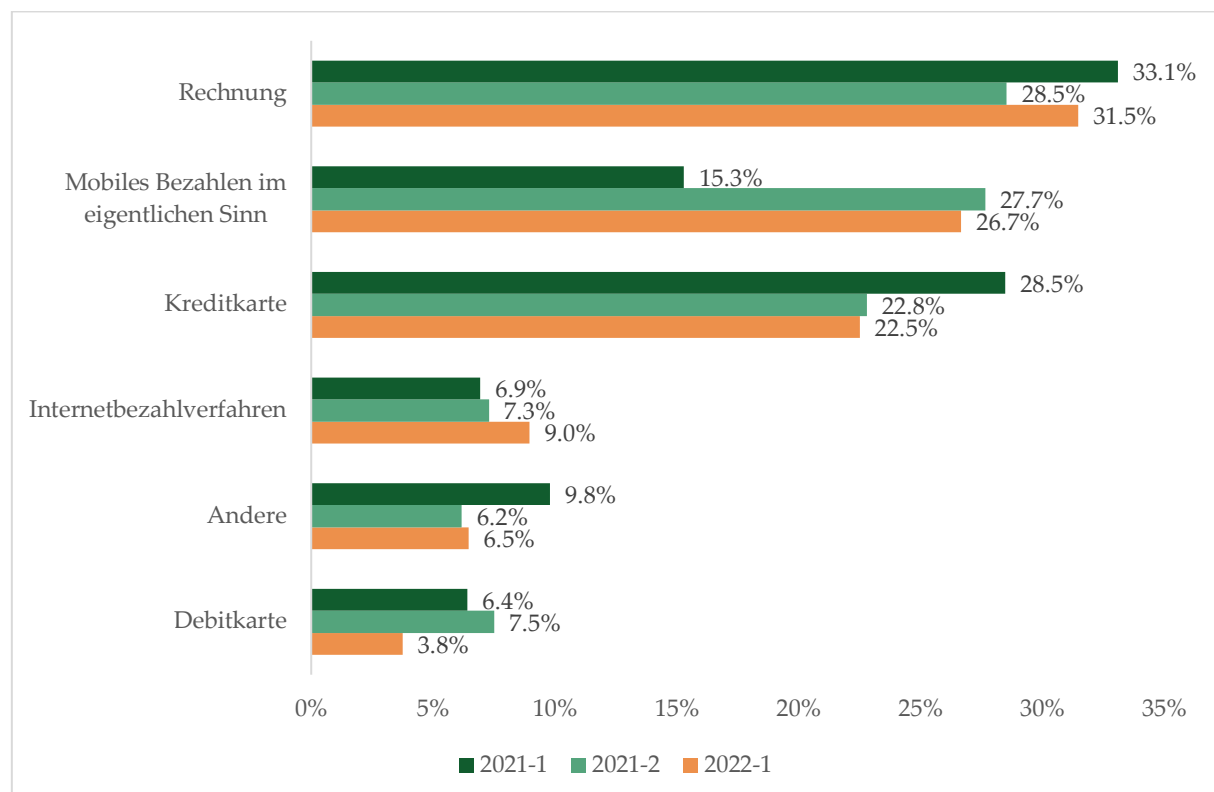


Abbildung 28: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft



Studienautoren

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

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

Dr. Marcel Stadelmann¹⁹, Senior Research Consultant, Projektleiter Swiss Payment Research Center, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law. E-Mail: marcel.stadelmann@zhaw.ch

Dr. Tobias Trütsch¹⁹, Head of Economics Division & Swiss Payment Behaviour Lab, Executive School of Management, Technology and Law, Universität St.Gallen. E-Mail: tobias.truetsch@unisg.ch

Vorgeschlagene Zitation:

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2022): Swiss Payment Monitor 2022 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 1/2022 – Erhebung November 2021, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

¹⁹ Korrespondenzautoren