



Universität St.Gallen

Center for Financial Services Innovation



School of
Management and Law

Swiss Payment Monitor 2025

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 2/2025 – Erhebung Mai 2025

www.swisspaymentmonitor.ch

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

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: 10.21256/zhaw-2507



Impressum

Publiziert von

Center for Financial Services Innovation (FSI-HSG)

Universität St.Gallen | Müller-Friedberg-Strasse 8 | 9000 St.Gallen

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)

Institut für Marketing Management | Theaterstrasse 17 | 8400 Winterthur

Autoren

Dr. Sandro Graf, Dozent Marketing, Leiter Fachstelle Customer Experience & Service Design, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

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

Dr. Marcel Stadelmann, Senior Research Consultant, Leiter Swiss Payment Research Center, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Dr. Tobias Trütsch, Managing Director Center for Financial Services Innovation, Head of Swiss Payment Behaviour Lab, Universität St.Gallen

Kontakt

Dr. Marcel Stadelmann | marcel.stadelmann@zhaw.ch | +41 58 934 46 46

Dr. Tobias Trütsch | tobias.truetsch@unisg.ch | +41 71 224 71 55

Publikationsdatum

August 2025

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2025): Swiss Payment Monitor 2025 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 2/2025 – Erhebung Mai 2025, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Mobiles Bezahlen nach breiter Definition hat seine Spitzenposition als meistgenutztes Zahlungsmittel in der Schweiz ausgebaut, sowohl gemessen an der Anzahl Transaktionen als auch bezüglich Umsatz. Mittlerweile sind 16 Prozent der Schweizer Bevölkerung Mobilzahler. Das bedeutet, dass diese Personen mehr als 75 Prozent ihrer Zahlungen mit einem mobilen Gerät wie dem Mobiltelefon oder einer Smartwatch tätigen. Von den restlichen Zahlungsmitteln sind die Anteile der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) sowie des Bargelds gemessen an der Anzahl Transaktionen praktisch unverändert, während der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) abnahm. Bei den Umsatzanteilen legten das mobile Bezahlen (breite Definition), die Rechnung und auch das Bargeld zu, während die Anteile der nicht-mobilen Nutzung von Debit- und Kreditkarte zurückgingen.

Im Präsenzg Geschäft liegt Bargeld gemessen an der Anzahl Transaktionen knapp vor der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) auf dem ersten Platz. Nach einem kleineren Zuwachs als in den vorangehenden Erhebungen liegt das mobile Bezahlen nach breiter Definition im Präsenzg Geschäft weiterhin auf Platz drei. Dies unter anderem deshalb, weil das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn im Präsenzg Geschäft gemessen an der Anzahl Transaktionen keine weiteren Anteile gewann. Bei der Kreditkarte zeigt sich im Präsenzg Geschäft eine Verschiebung von der nicht-mobilen Nutzung der physischen Karte zur mobilen Nutzung der Kreditkarte als hinterlegtes Abrechnungsmittel.

Der Anteil der Bevölkerung, der kein Bargeld im Portemonnaie mit sich führt, hat deutlich zugenommen und einen Höchstwert seit Erhebungsbeginn des SPM erreicht. Gleichzeitig erreicht auch der Anteil der Bevölkerung, der einer Abschaffung von Bargeld kritisch gegenübersteht, einen neuen Höchststand.

Die Verbreitung der Nutzung von Neobanken ist in der Bevölkerung weiter steigend. Alle drei grössten Anbieter Revolut, Yuh und Neon gewannen weitere Nutzer:innen. Neobanken werden weiterhin vor allem als Ergänzung zu klassischen Retail-Banking-Angeboten genutzt.

Instant-Zahlungen sind weniger als der Hälfte der Schweizer Bevölkerung ein Begriff. Knapp 20 Prozent haben bereits mindestens einmal eine Instant-Zahlung getätigt. Wenn keine zusätzlichen Kosten entstehen, kann sich rund die Hälfte der Befragten grundsätzlich vorstellen, Instant-Zahlungen in Zukunft häufiger zu verwenden.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Datengrundlage	2
3 Zahlungsverhalten	3
3.1 Vorbemerkungen	3
3.2 Gesamtmarkt	6
3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	6
3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	8
3.3 Präsenzgeschäft	9
3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	9
3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	11
3.4 Distanzgeschäft	13
3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	13
3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
3.5 Betragshöhe	16
4 Bargeld	17
5 Mobiles Bezahlen	18
6 Neobanken	20
7 Instant-Zahlungen	22
7.1 Bekanntheit und bisherige Nutzung	22
7.2 Zukünftige Nutzungsabsicht	23
8 Schlusswort	24
Anhang	26
Studiendesign	26
Glossar	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	6
Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel	7
Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	8
Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt	9
Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	10
Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	11
Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	11
Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	12
Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	13
Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	14
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	15
Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	15
Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe	16
Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause	17
Abbildung 15: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause	17
Abbildung 16: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf	18
Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	19
Abbildung 18: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt	20
Abbildung 19: Entwicklung der Nutzung von Neobanken	21
Abbildung 20: Wahrscheinlichkeit einer zukünftigen Nutzung von Instant-Zahlungen	23
Abbildung 21: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs	2
--	---

1 Einleitung

In den vorangehenden Ausgaben des Swiss Payment Monitors (SPM) zeigte sich ein klarer Trend: Bargeld wurde in der Schweiz als Zahlungsmittel zunehmend weniger genutzt, während Zahlungen mit mobilen Geräten deutlich zunahmen. Hält dieser Trend weiterhin an? Welche sonstigen Entwicklungen zeigen sich im Zahlungsverhalten? Diesen und weiteren Fragen geht die 13. Ausgabe des Swiss Payment Monitors nach.

Der Swiss Payment Monitor ist eine gemeinsame Initiative des Swiss Payment Research Centers (SPRC) an der ZHAW School of Management and Law sowie des Swiss Payment Behaviour Labs (SPBL) am Center for Financial Services Innovation der Universität St.Gallen. Im Fokus der Studienreihe steht die langfristige Analyse des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung.

Über ein Online-Access-Panel wurde im April und Mai 2025 eine für die Schweizer Bevölkerung repräsentative Stichprobe von 1653 Personen im Alter zwischen 18 und 92 Jahren aus allen drei Landesteilen rekrutiert, mit einem Online-Fragebogen befragt und anschliessend zu einer viertägigen Tagebuchehebung zu ihrem Bezahlverhalten eingeladen.¹ Der vorliegende Bericht fokussiert auf eine Teilmenge der gesamten Resultate, fasst die wichtigsten Erkenntnisse aus der aktuellen Erhebung zusammen und ordnet diese im Vergleich zu den vergangenen Erhebungen ein.

Ausgewählte Ergebnisse sind auch auf der Projekthomepage www.swisspaymentmonitor.ch einsehbar. Dank eines interaktiven Dashboards liefert die Homepage laufend grafischen Einblick in die aktuellen Daten zum digitalen Zahlungsverkehr, die von der Schweizerischen Nationalbank veröffentlicht werden.² Die Projekthomepage ermöglicht somit einen aktuellen Einblick in das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung.

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

Dieser Bericht gliedert sich wie folgt: In Kapitel 2 wird die Datengrundlage beschrieben. Kapitel 3 zeigt die Entwicklung des Zahlungsverhaltens in der Schweiz anhand der Transaktions- und Umsatzanteile der verschiedenen Zahlungsmittel. Dabei wird zwischen Präsenz- und Distanzgeschäft sowie zwischen Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt unterschieden. Kapitel 4 wirft einen Blick auf das Thema Bargeld, während Kapitel 5 verschiedene Aspekte der Nutzung von mobilen Bezahlösungen analysiert. In Kapitel 6 steht das Nutzungsverhalten von Neobanken im Fokus, während Kapitel 7 Einblick in das Nutzungsverhalten und die Einstellung zu Instant-Zahlungen liefert. Kapitel 8 fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen.

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

² Vgl. www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten

2 Datengrundlage

Die Studienteilnehmenden wurden über ein Online-Access-Panel rekrutiert. Im ersten Schritt wurden sie in einer Onlinebefragung gebeten, Fragen rund um das Thema «Zahlungsmittel» und «Bezahlen» zu beantworten. Die Details zum Studiendesign sind im Anhang in Abbildung 22 zu finden. Im Vordergrund standen die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener Aspekte ihres Bezahlverhaltens.

Die Onlinebefragung dauerte rund 20 Minuten und wurde Ende April bis Anfang Mai 2025 gestaffelt durchgeführt. 1653 Personen im Alter zwischen 18 und 92 Jahren aus allen Landesteilen der Schweiz haben die Onlinebefragung in den Sprachen deutsch, französisch oder italienisch ausgefüllt. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter³, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung. Nach Prüfung der Datenqualität verblieben die Antworten von 1612 Personen im Datensatz.

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs

Erhebung	Nov. 2020 (1/2021)	Mai 2021 (2/2021)	Nov. 2021 (1/2022)	Mai. 2022 (2/2022)	Nov. 2022 (1/2023)	Mai 2023 (2/2023)	Nov. 2023 (1/2024)	Mai 2024 (2/2024)	Nov. 2024 (1/2025)	Mai 2025 (2/2025)	Veränderung 2/2025 zu 1/2025
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	4 Tage	4 Tage	4 Tage	
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	772	827	863	1034	1051	1021	1096	+7,3%
Umsatzvolumen in Fr. (Tsd.)											
Inland	281	209	235	190	197	198	260	296	270	268	-0,7%
In- und Ausland	308	230	251	212	220	226	291	343	319	301	-5,6%
Online	47%	29%	39%	34%	29%	34%	36%	34%	35%	34%	-1 PP
Vor Ort	53%	71%	61%	66%	71%	66%	64%	66%	65%	66%	+1 PP
Transaktionsvolumen											
Inland	3991	4051	4269	4137	3986	4430	5699	5994	5458	6358	+16,5%
In- und Ausland	4232	4211	4571	4403	4648	4787	6116	6503	6466	6901	+6,7%
Online	18%	14%	15%	14%	14%	14%	16%	15%	16%	14%	-2 PP
Vor Ort	82%	86%	85%	86%	86%	86%	84%	85%	84%	86%	+2 PP
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag											
Inland	1,9	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8	1,4	1,4	1,5	+7,1%
In- und Ausland	2,0	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	1,6	1,6	1,6	0%
Durchschnittsbetrag pro Transaktion in Fr.											
Inland	70	52	55	46	50	45	46	49	45	42	-6,7%
In- und Ausland	73	55	55	48	47	47	48	53	49	44	-10,2%

Bemerkungen: PP entspricht Prozentpunkten. Tsd. entspricht Tausend.

³ Für die Altersgruppe von 18 bis 75 Jahren.

Im zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im Mai 2025 gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. 1096 Personen sind diesem Aufruf gefolgt und haben während vier aufeinanderfolgenden Tagen mit einer mobilen App ein (elektronisches) Zahlungstagebuch geführt (vgl. Tabelle 1).

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

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

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

Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandzahlungen deutlich: In der aktuellen Erhebung fanden rund 84 Prozent der Transaktionen im Inland statt, wobei der Durchschnitt der Transaktionsbeträge bei rund 45 Fr. lag (vgl. Tabelle 1). Die in diesem Bericht in der Folge diskutierten Ergebnisse basieren ausschliesslich auf den knapp 6500 erfassten Inlandzahlungen (vgl. Tabelle 1).

3 Zahlungsverhalten

3.1 Vorbemerkungen

Aufgrund der zunehmenden Dynamik im Bereich des mobilen Bezahls und der damit einhergehenden Verflechtung hinsichtlich des verwendeten Instruments zur Auslösung der Transaktion und des eigentlichen Abrechnungsprodukts wird im Folgenden das Zahlungsverhalten nach zwei verschiedenen Typologisierungen ausgewertet. Die ausgewiesenen Umsatz- und Transaktionsanteile «gemäss Zahlungsmittel» (vgl. Kapitel 3.2.1, 3.3.1 und 3.4.1) fokussieren auf den Vorgang der Auslösung der Transaktion mit einem bestimmten Zahlungsinstrument. Als mobiles Bezahlen werden dabei alle Arten des mobilen Bezahls taxiert, das heisst, jegliche Formen des Bezahls mit einem mobilen Gerät⁴ sind unter diesem Zahlungsmittel zusammengefasst (vgl. Box 1).

⁴ z.B. Smartphone, Tablet oder Smartwatch.

In der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» werden mobile Geräte wie das Smartphone als eigentliches Zahlungsmittel angesehen – eine Betrachtungsweise, die im SPM seit Messbeginn im Jahr 2018 angewendet wird und somit einen Vergleich der Zahlungsmittelanteile im Zeitverlauf ermöglicht. In der Betrachtung des Zahlungsverhaltens gemäss dem zugrunde liegenden Abrechnungsprodukt (vgl. Kapitel 3.2.2, 3.3.2 und 3.4.2) wird die Definition von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» verwendet (vgl. Box 1).⁵ Entsprechend fallen die Zahlungsmittelanteile von mobilem Bezahlen tiefer aus, während die Anteile verschiedener Kartenprodukte, die bei mobilen Zahlungen als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein können, höher ausfallen. Die Anteile anderer Zahlungsmittel wie beispielsweise des Bargelds werden durch die Unterscheidung in «Zahlungsmittel» und «Abrechnungsprodukt» nicht tangiert.

Box 1: Definitionen «Mobiles Bezahlen»

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

1. Bezahl-Apps auf mobilen Geräten wie beispielsweise Twint, Alipay oder WechatPay können direkt mit dem Bankkonto verknüpft sein und entsprechen somit mobilem Bezahlen *im eigentlichen Sinn*.
2. In den meisten anderen Fällen liegt bei Bezahl-Apps eine Kredit-, Debit- oder Prepaidkarte als Zahlungsmittel zugrunde, was mobilem Bezahlen *im engeren Sinn* entspricht. Beispiele solcher Bezahl-Apps sind Mobile Wallets wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay. Auch bei Twint kann je nach Bank eine Kreditkarte hinterlegt sein, jedoch keine Debitkarte.
3. Viele Retail Apps wie beispielsweise SBB Mobile ermöglichen das Bezahlen in der auf einem mobilen Gerät installierten App (In-App-Zahlung). Dieser Zahlung kann eine Kartenzahlung, eine Überweisung oder eine Bezahl-App-Zahlung im eigentlichen/engeren Sinn zugrunde liegen. Die In-App-Zahlung entspricht somit dem mobilen Bezahlen *im weitesten Sinn*.

Aus Sicht der befragten Personen sind diese Unterschiede vielfach schwer nachzuvollziehen. Eine In-App-Zahlung mit Kreditkarte kann beispielsweise entweder als Kreditkartenzahlung oder als mobile Bezahlung deklariert werden, je nach Verständnis der befragten Person. Mit dem gewählten Studiendesign wird dem individuellen Verständnis der Zahlungsmittel aus Sicht der befragten Person Rechnung getragen.

Mobiles Bezahlen lässt sich aufgrund der vorhandenen granularen Informationsstruktur im SPM jedoch beliebig darstellen. Neben der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» wird das Zahlungsverhalten im SPM auch «nach Abrechnungsprodukt» gemäss der Definition von mobilem Bezahlen «im eigentlichen Sinn» ausgewertet.

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

Da sich die verwendeten Zahlungsmittel je nach Bezahlungssituation – das heisst bei Zahlungen vor Ort gegenüber Online-Zahlungen – unterscheiden, wird das Zahlungsverhalten zusätzlich zum Gesamtmarkt gemäss Präsenz- (vgl. Kapitel 3.3) und Distanzgeschäft (vgl. Kapitel 3.4) separat ausgewiesen. Bei den Umsatzanteilen gemäss Gesamtmarkt (vgl. Kapitel 3.2) gilt es entsprechend zu berücksichtigen, dass der Anteil der Online-Zahlungen am Gesamtumsatz zu Beginn der Zeitreihe wegen der Corona-Pandemie von Erhebung zu Erhebung stärker variiert (vgl. Tabelle 1).

Eine weitere Vorbemerkung zur Interpretation der Ergebnisse gilt der Kategorisierung der verschiedenen Kartentypen. Die neue Generation von Debitkarten von Visa und Mastercard unterscheidet sich sowohl visuell als auch bezüglich Funktionalität weniger stark von Kreditkarten als ihre Vorgänger Maestro- und V-Pay-Karten.⁶ Sie weisen analog zu Kreditkarten die Logos von Mastercard respektive Visa sowie eine 16-stellige Nummer auf, ermöglichen Online-Zahlungen und können in mobilen Bezahl-Apps wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay hinterlegt werden. Es ist deshalb nicht auszuschliessen, dass vor allem zu Beginn der breiten Lancierung dieser Karten vereinzelte Befragte ihre Debitkarten-Transaktionen fälschlicherweise als Kreditkarten-Transaktionen kategorisierten. Seit dem SPM 2/2023 enthält die Online-Befragung ausführliche Informationen und einen kleinen Test zur Unterscheidung von Debit- und Kreditkarten, um die Befragten für dieses Thema zu sensibilisieren.

Eine letzte Vorbemerkung gilt der Zuordnung des zu Grunde liegenden Zahlungsmittels bei mobilen Zahlungen. Wie immer seit dem SPM 2/2024 wurden Twint-Zahlungen, welche gemäss Angaben der Befragten über eine Debitkarte abgewickelt wurden, zu «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» umklassifiziert, da die Abbuchung aus technischer Sicht direkt auf dem Bankkonto erfolgt. In der aktuellen Erhebung betrifft dies 103 Twint-Zahlungen. Zudem wurden wie im SPM 1/2025 zum ersten Mal Zahlungen mit anderen Bezahl-Apps als Twint, welche gemäss Angaben der Befragten direkt über ein Bankkonto abgewickelt wurden, zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert, da eine direkte Verknüpfung mit einem Schweizer Bankkonto bei Anbietern wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay nicht möglich ist. Es scheint wahrscheinlich, dass diese Zahlungen technisch gesehen mittels Debitkarte abgewickelt und aufgrund der direkten Bankkontoverbuchung von Debitkartenzahlungen aus Sicht der Befragten fälschlicherweise als direkte Verknüpfung mit dem Bankkonto interpretiert wurden. Folglich wurden 63 mobile Zahlungen mit verschiedenen (Bezahl-)Apps von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert. Eine Zahlung mit Paypal respektive zwei Zahlungen mit Parkingpay wurden als wahrscheinlichste Alternative zur direkten Kontoanbindung als «mobiles Bezahlen prepaid» umklassifiziert. 20 Zahlungen in der SBB Mobile App, welche gemäss den Befragten direkt mit dem Bankkonto verknüpft waren, wurden dem Abrechnungsprodukt «Bank-/Postkonto» zugeordnet, da «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» per Definition nur mit Bezahl-Apps wie Twint möglich ist (vgl. Box 1). Diese Umklassifizierungen erhöhen die Qualität der Ergebnisse und erlauben dank der konsistenten Anwendung die vollständige Vergleichbarkeit gegenüber dem SPM 1/2025. Zudem beeinflussen sie nur die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt, weshalb bei diesen Grafiken jeweils auf den Einfluss der Umklassifizierungen verwiesen wird.

⁶ In der Schweiz haben die ersten Grossbanken im Jahr 2020 mit der Einführung von Debit Mastercard und Visa Debit als Ersatz für Maestro- und V-Pay-Karten begonnen. Im Verlauf des Jahres 2022 haben mit PostFinance, Raiffeisen, Migros Bank sowie Zürcher Kantonalbank und weitere Institute mit grossem Kundenstamm die neuartigen Debitkarten lanciert. Maestro-Karten, welche ihr Ablaufdatum erreicht haben, werden sukzessive durch Debitkarten der neuen Generation ersetzt. Die neue PostFinance Card ist zudem gleichzeitig eine Debit Mastercard.

3.2 Gesamtmarkt

3.2.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

Mithilfe der Tagebucherhebung lässt sich das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten darstellen. Abbildung 1 und Abbildung 2 zeigen die Entwicklung des Anteils der Anzahl Transaktionen (gemessen an der gesamten Anzahl Transaktionen während der Erhebung) respektive des Umsatzanteils (gemessen an den Gesamtausgaben während der Erhebung) verschiedener Zahlungsmittel im Zeitverlauf.⁷ Somit offenbaren die Ergebnisse des SPM, wie sich die Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel respektive Abrechnungsprodukte verteilen.⁸

Im Vergleich zur letzten Erhebung vom November 2024 fallen die Veränderungen der Anteile der Zahlungsmittel gemessen an der Anzahl Transaktionen eher gering aus. Mit einer Zunahme um 0,6 Prozentpunkte [PP] auf einen Anteil von 31,3 Prozent ist das relative Wachstum des mobilen Bezahlens geringer als in jeder vorangehenden sechsmonatigen Periode (vgl. Abbildung 1).

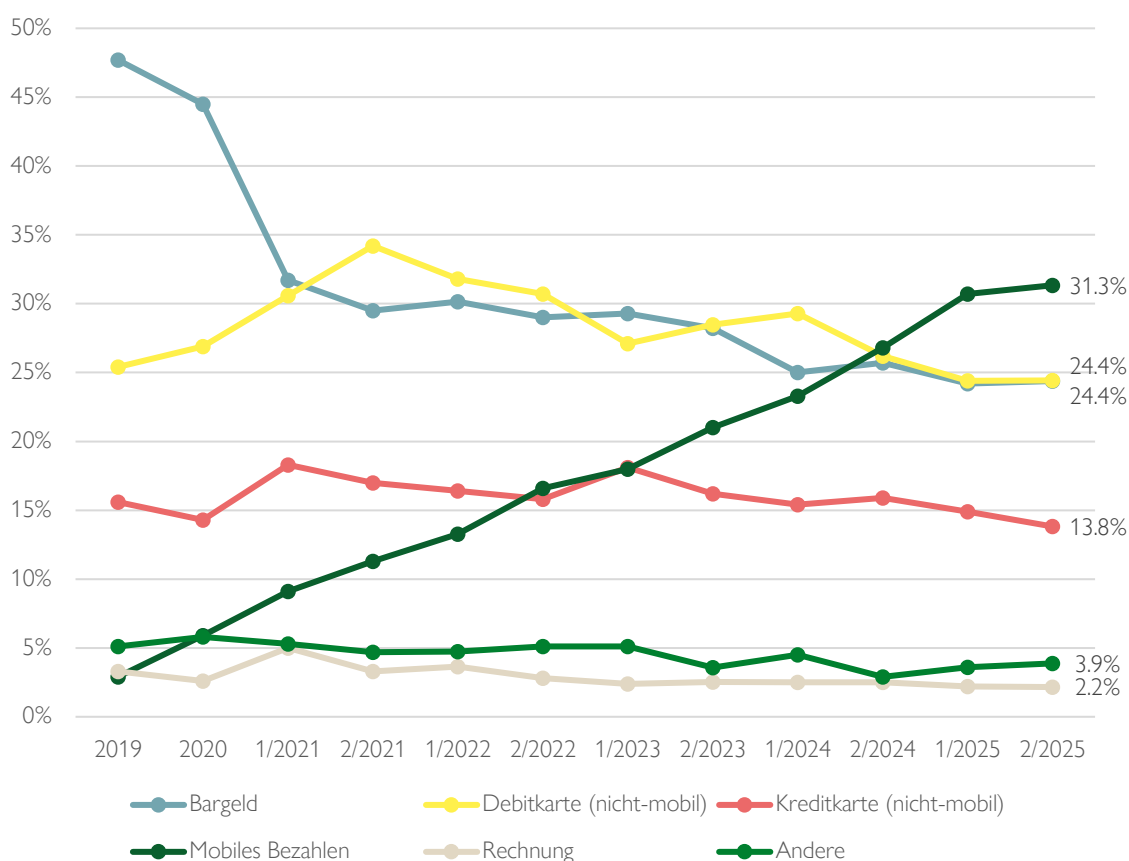


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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

⁷ Die Daten des SPM 2019, 2020, 1/2021, 1/2022, 1/2023, 1/2024 und 1/2025 beziehen sich jeweils auf die Erhebung im Oktober/November des Vorjahres, die Daten der SPM-Ausgaben 2/2021, 2/2022, 2/2023, 2/2024 und 2/2025 auf die Erhebung im Mai 2021, 2022, 2023, 2024 und 2025.

⁸ Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich diese Ausgaben relativ auf die verschiedenen Zahlungsmittel resp. Abrechnungsprodukte verteilen. Die absoluten Zahlen zum digitalen Zahlungsverkehr in der Schweiz (basierend auf öffentlichen Daten der Schweizerischen Nationalbank) werden auf der Webseite des SPM unter folgendem Link in einem Dashboard dargestellt: www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten.

Auf den Plätzen zwei und drei gemessen an der Einsatzhäufigkeit der Zahlungsmittel folgen praktisch unverändert die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte (unverändert) und das Bargeld (+0,2 PP) mit einem Anteil von jeweils 24,4 Prozent (vgl. Abbildung 1). Die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte verzeichnet mit einem Minus von 1,1 Prozentpunkte auf einen Anteil von 13,8 Prozent als einziges Zahlungsmittel einen deutlichen Rückgang (vgl. Abbildung 1).

Gemessen am Umsatz weist das mobile Bezahlen mit einem Plus von 1,9 Prozentpunkte gegenüber der Erhebung vom November 2024 auf 27,5 Prozent ein stärkeres Wachstum auf als gemessen an der Anzahl Transaktionen (vgl. Abbildung 2). Dies vor allem auf Kosten der nicht-mobilen Kartennutzung: Sowohl die Debitkarte (-2,3 PP) als auch die Kreditkarte (-4,2 PP) verzeichnen deutlich tiefere Umsatzanteile als im SPM 1/2025 (vgl. Abbildung 2). Dass die Umsatzanteile von Erhebung zu Erhebung stärker schwanken können, zeigt sich auch am Zahlungsmittel Rechnung, welches mit einem deutlichen Plus von 4,3 Prozentpunkten auf einen Anteil von 15,0 Prozent wieder vor dem Bargeld auf dem vierten Rang liegt (vgl. Abbildung 2). Dass die Rechnung als Zahlungsmittel gemessen am Umsatz eine bedeutende Rolle spielt, ist darauf zurückzuführen, dass sie häufig bei grösseren Beträgen genutzt wird (vgl. Kapitel 3.5).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich das Zahlungsverhalten in der Schweiz in den letzten sechs Monaten auf den ersten Blick weniger stark veränderte als in den vorgängigen Vergleichsperioden – zumindest gemessen an der Anzahl Transaktionen. Die folgenden Kapitel bieten einen differenzierteren Einblick in die jüngsten Entwicklungen.

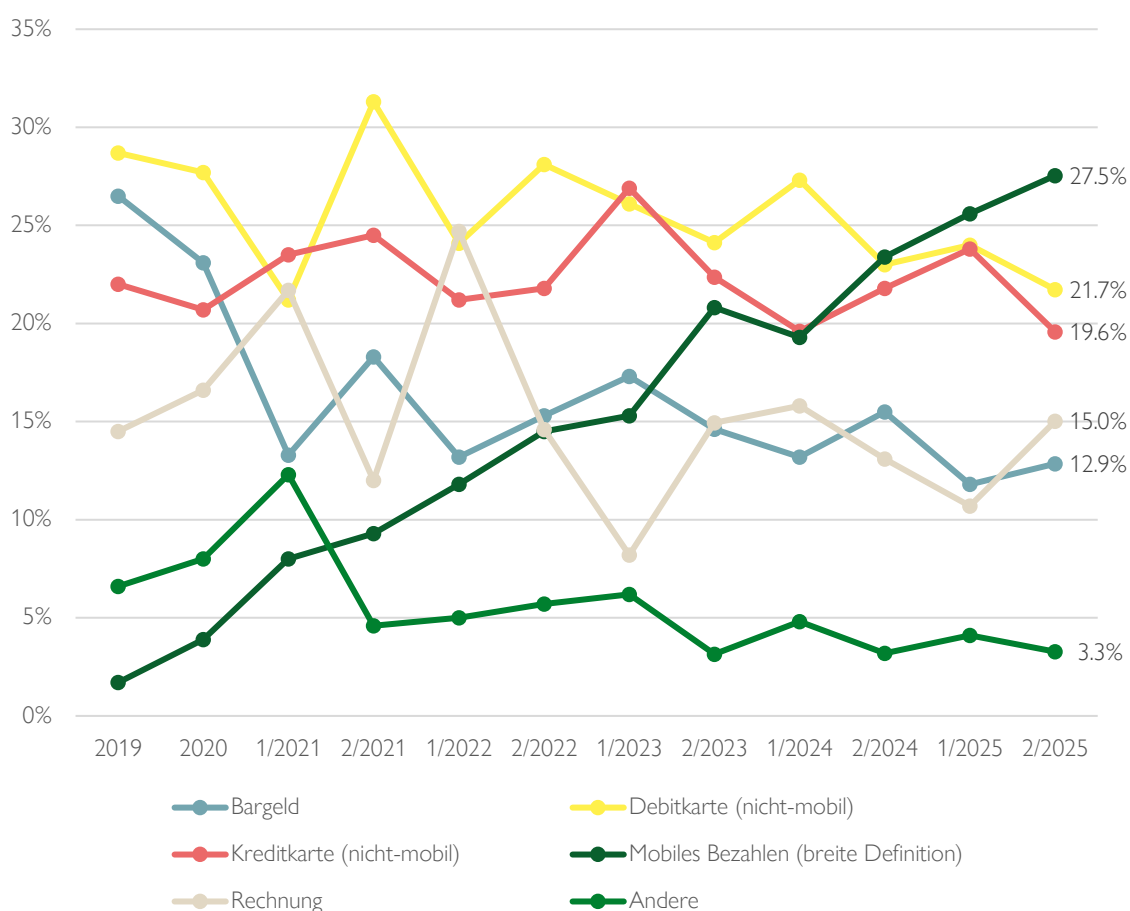


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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

3.2.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten lässt sich zusätzlich gemäss dem Abrechnungsprodukt einer Zahlung darstellen. Das spielt primär beim mobilen Bezahlen eine Rolle: In diesem Kontext kann entweder eine Bezahlkarte als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein oder die Abwicklung der Zahlung erfolgt in einer mobilen Bezahl-App direkt über ein Bankkonto («mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn») respektive via zuvor geladenem Guthaben («mobiles Bezahlen prepaid») (vgl. Box 1 in Kapitel 3.1). Die Anteile der Zahlungsmittel wie Bargeld oder Rechnung bleiben durch diesen Perspektivenwechsel unverändert und werden deshalb in diesem Kapitel nicht vertieft diskutiert.

Abbildung 3 zeigt, dass die Debitkarte als Abrechnungsprodukt ihre Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Anteil von 30,3 Prozent trotz eines leichten Rückgangs um 0,2 Prozentpunkte gegenüber dem SPM 1/2025 behaupten konnte. Auf Platz zwei folgt das Bargeld mit 24,4 Prozent (+0,2 PP) vor der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit 22,6 Prozent (-0,7 PP) (vgl. Abbildung 3). Auch der Anteil des mobilen Bezahlers im eigentlichen Sinn ist im Vergleich zum SPM 1/2025 unter Anwendung identischer Umklassifizierungen praktisch unverändert (+0,1 PP) (vgl. Abbildung 3).

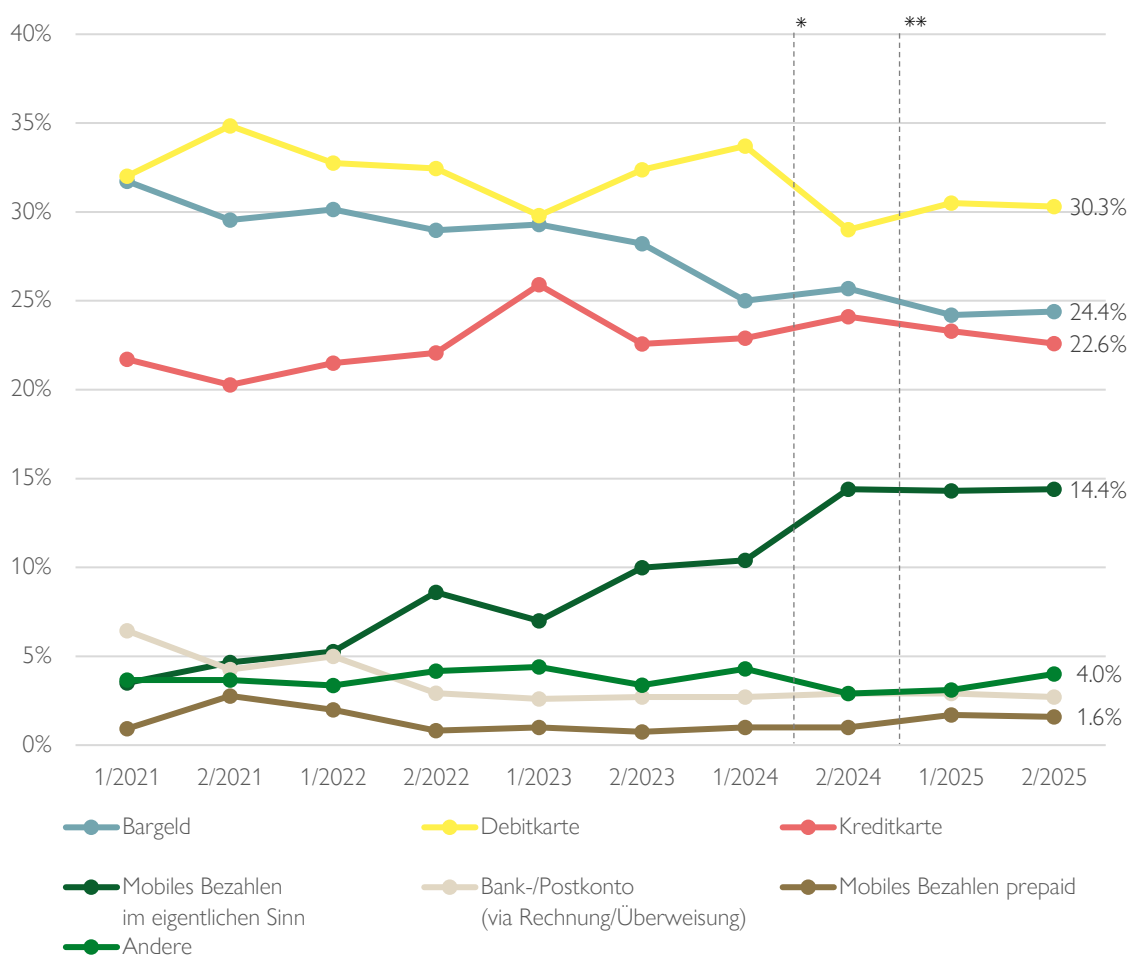


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

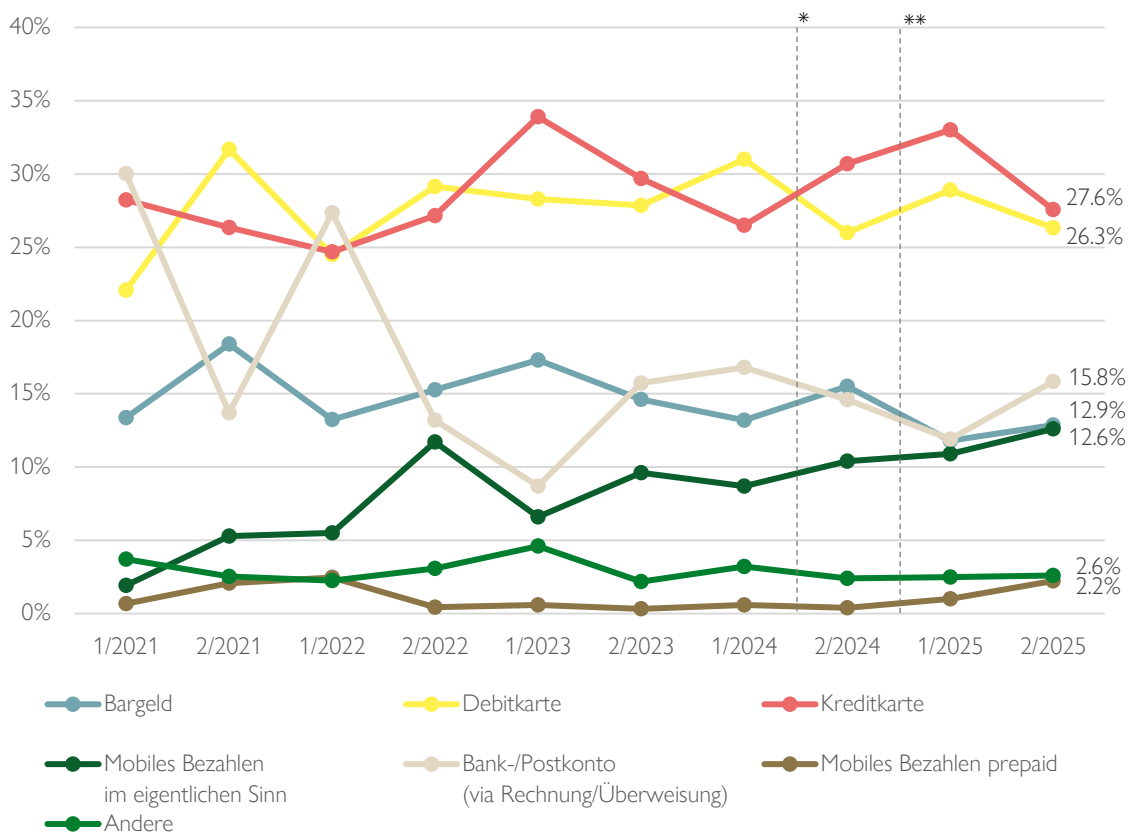


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

Gemessen am Umsatz weisen sowohl Kreditkarte (-5,4 PP) als auch Debitkarte (-2,6 PP) als bedeutendste Abrechnungsprodukte einen deutlichen Rückgang ihrer Anteile auf (vgl. Abbildung 4). Wie bereits in Kapitel 3.2.1 erwähnt, ist dies in erster Linie auf die starke Beeinflussung der Umsatzanteile durch einzelne grosse Transaktionen zurückzuführen, welche insbesondere zu einem starken Anteilswachstum des Bank-/Postkontos (+3,9 PP) geführt haben (vgl. Abbildung 4).

3.3 Präsenzgeschäft

3.3.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Unter Präsenzgeschäft versteht man alle Transaktionen vor Ort in einem physischen Geschäft oder an einem physischen Automaten. Dies in Abgrenzung zum Distanzgeschäft, bei dem Zahlende und Zahlungsempfänger räumlich voneinander getrennt sind, worunter vor allem Online-Zahlungen fallen (vgl. Kapitel 3.4). Tabelle 1 zeigt, dass sich rein mengenmässig der Grossteil der Transaktionen (86%) auf das Präsenzgeschäft konzentriert.⁹ Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts analog zu den Vorgängerwellen dominierend (66%), wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit.

⁹ Aufgrund der hohen Anteile des Präsenzgeschäfts in der Stichprobe gleichen die Ergebnisse in diesem Kapitel in vielerlei Hinsicht den in Kapitel 3.2.1 präsentierten Ergebnissen gemäss Gesamtmarkt, vor allem bezüglich der Verwendung von Bargeld, welches nur im Präsenzgeschäft eingesetzt werden kann.

Abbildung 5 zeigt, dass Bargeld im Präsenzg Geschäft mit einem Anteil von 28,1 Prozent (-0,1 PP) erneut das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel ist, knapp vor der Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 27,8 Prozent (-0,2 PP). Das Wachstum des mobilen Bezahlens nach breiter Definition hat sich mit einem Plus von 0,8 Prozentpunkten etwas abgeschwächt, weshalb es mit einem Anteil von 25,2 Prozent noch immer hinter dem Spitzenduo liegt (vgl. Abbildung 5). Bei der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte im Präsenzg Geschäft hält die rückläufige Tendenz mit einem Minus von 1,2 Prozentpunkten auf 14,9 Prozent an (vgl. Abbildung 5).

Gemessen am Umsatz weist im Präsenzg Geschäft das mobile Bezahlen nach breiter Definition ein deutliches Wachstum von 5,1 Prozentpunkten auf (vgl. Abbildung 6). Gepaart mit dem klaren Rückgang des Anteils der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte um 6,3 Prozentpunkte führte dies dazu, dass diese beiden Zahlungsmittel die Plätze zwei und drei getauscht haben (vgl. Abbildung 6). Umsatzstärkstes Zahlungsmittel im Präsenzg Geschäft bleibt die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte mit einem Anteil von 31,2 Prozent (-1,4 PP) (vgl. Abbildung 6). Auffällig ist zudem, dass das Bargeld mit einem Plus von 2,4 Prozentpunkten deutlich an Umsatzanteilen gewinnen konnte (vgl. Abbildung 6), obwohl dessen relative Einsatzhäufigkeit praktisch konstant blieb (vgl. Abbildung 5). Das deutet darauf hin, dass im Vergleich zum SPM 1/2025 im Durchschnitt grössere Beträge mit Bargeld beglichen wurden (vgl. Kapitel 3.5).

Bei bargeldlosen Zahlungen wird als häufigster Grund für die Wahl des Zahlungsmittels die Gewohnheit angegeben (59%), gefolgt von der Geschwindigkeit der Bezahlung (32%), der Bevorzugung von bargeldlosen Zahlungen bei solchen Händlertypen (24%) und der Betragshöhe (23%).¹⁰ Bei Bargeldzahlungen wurde bei 42 Prozent der Zahlungen erwähnt, dass die Betragshöhe für die Wahl von Bargeld eine Rolle spielte, gefolgt von der Gewohnheit (36%) und dem Händlertypen (29%). Bei 11 Prozent der Bargeldzahlungen stand für die Befragten zudem das Verhindern von Gebühren für den Händler im Vordergrund.

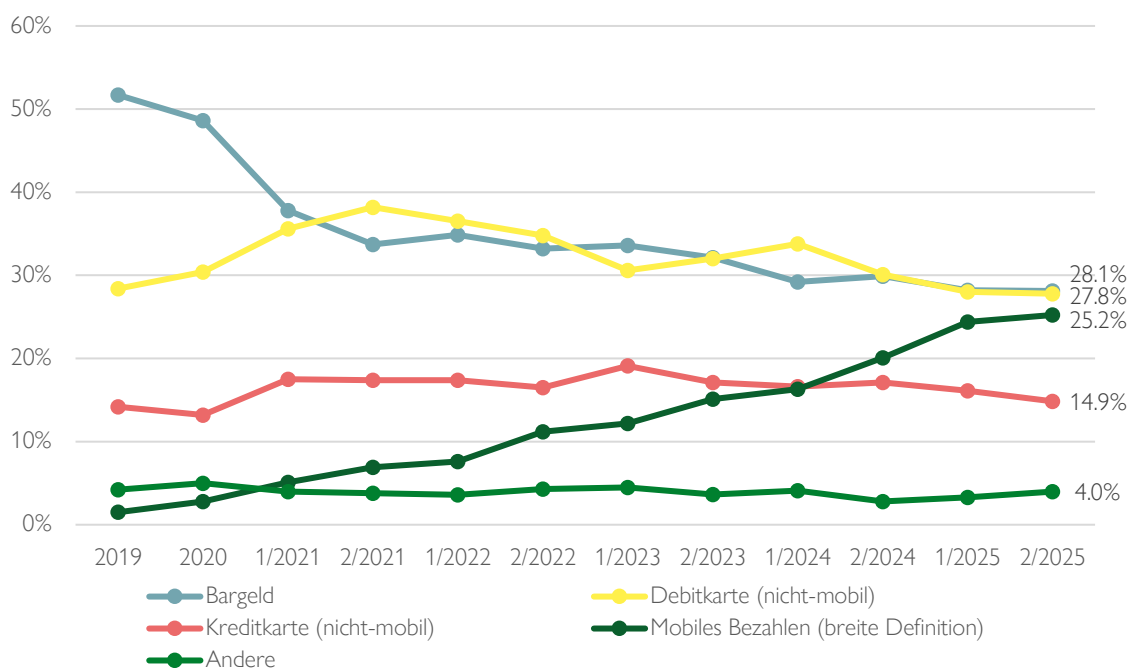


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzg Geschäft gemäss Zahlungsmittel
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App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

¹⁰ Bei der Frage nach den Gründen für die Wahl des Zahlungsmittels waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

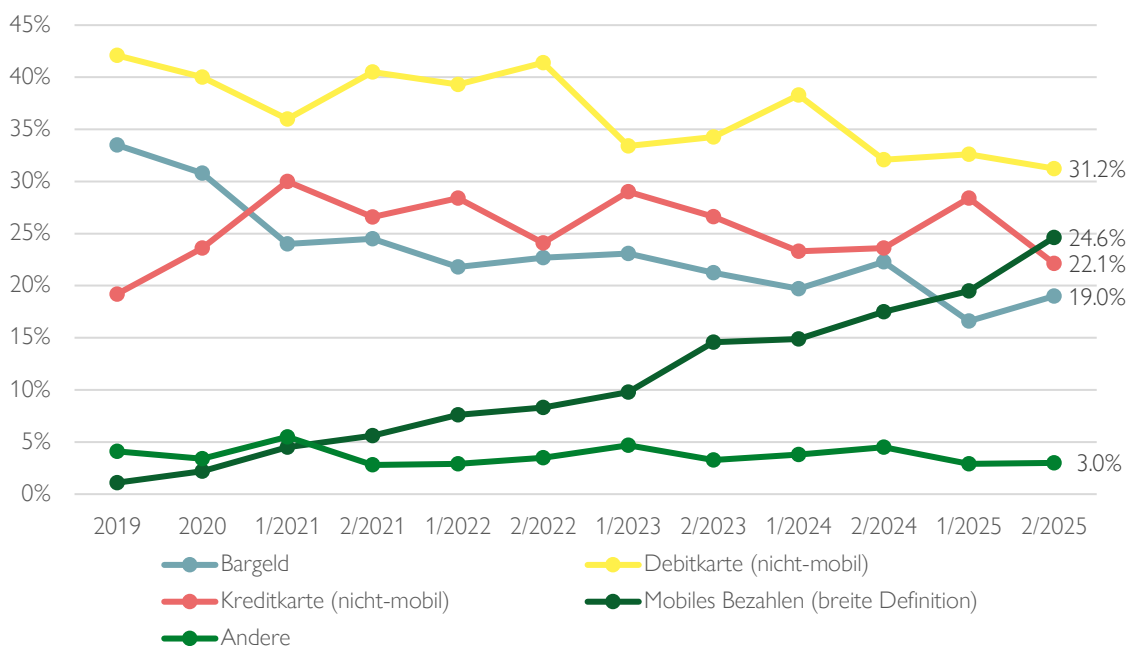


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

3.3.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt zeigt, dass im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 33,3 Prozent (-0,4 PP) am meisten Zahlungen über eine Debitkarte abgewickelt werden (vgl. Abbildung 7). Ein Vergleich mit dem Anteil der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte Abbildung 5 zeigt, dass 5,5 Prozentpunkte auf die Nutzung der Debitkarte als Abrechnungsprodukt bei mobilen Zahlungen zurückzuführen ist.

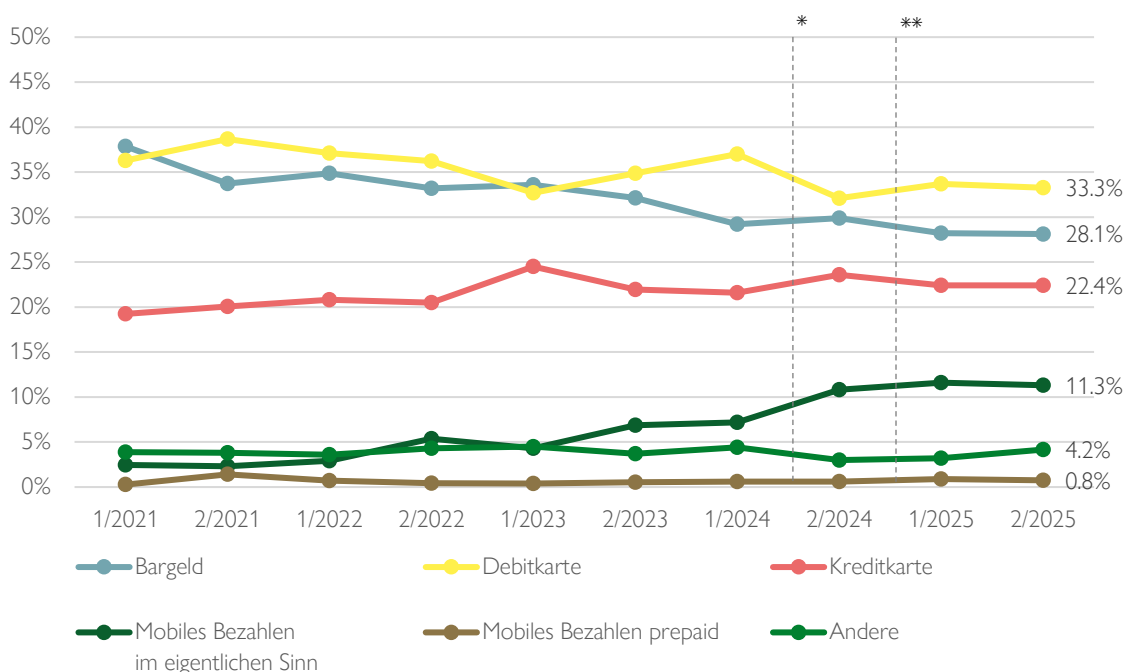


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

Der Anteil der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt bleibt im Präsenzgeschäft gemessen an der Anzahl Transaktionen im Vergleich zum SPM 1/2025 stabil bei 22,4 Prozent (vgl. Abbildung 7). Da Abbildung 5 einen relativen Rückgang der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte als Zahlungsmittel zeigte, bedeutet dies, dass vermehrte Zahlungen mit mobilen Wallets mit hinterlegter Kreditkarte diesen Rückgang kompensierten. Entsprechend ist das relative Wachstum des mobilen Bezahls als Zahlungsmittel gemäss breiter Definition (vgl. Abbildung 5) primär auf das mobile Bezahlen mit Kreditkarte zurückzuführen, während der Anteil des mobilen Bezahls im eigentlichen Sinn im Präsenzgeschäft leicht abnahm (-0,3 PP) (vgl. Abbildung 7).

Auch vom Umsatz entfällt im Präsenzgeschäft mit 36,3 Prozent (-0,9 PP) der grösste Anteil auf die Debitkarte als Abrechnungsprodukt (vgl. Abbildung 8). Am zweitmeisten Umsatz erzielt im Präsenzgeschäft mit 29,6 Prozent die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt (vgl. Abbildung 8), deren Rückgang mit 4,8 Prozentpunkten geringer ausfällt als bei der Betrachtung nach Zahlungsmittel (-6,3 PP) (vgl. Abbildung 6). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn verzeichnet gemessen am Umsatz im Präsenzgeschäft ein Plus von 0,8 Prozentpunkten auf einen Anteil von 9,2 Prozent (vgl. Abbildung 8).

Zusammenfassend ist im Präsenzgeschäft das Wachstum des mobilen Bezahls nach breiter Definition gemäss Anzahl Transaktionen vor allem auf die vermehrte Nutzung der Kreditkarte als hinterlegtes Abrechnungsprodukt beim mobilen Bezahlen zurückzuführen. Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn weist gemessen an der Anzahl Transaktionen einen unwesentlich tieferen relativen Anteil auf, gemessen am Umsatz hingegen einen etwas höheren Anteil.

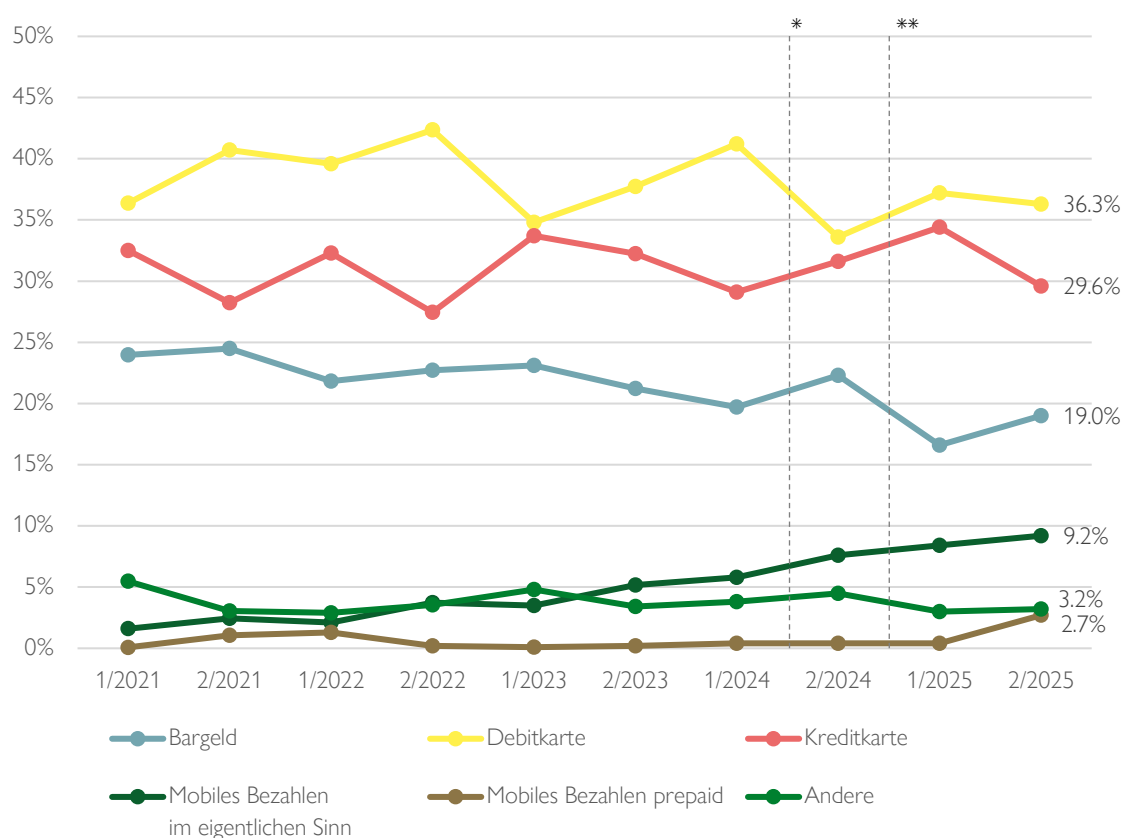


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

3.4 Distanzgeschäft

3.4.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Abbildung 9 und Abbildung 10 zeigen die Entwicklung der Anteile verschiedener Zahlungsmittel bezüglich Anzahl Transaktionen respektive bezüglich Umsatz im Distanzgeschäft im Zeitverlauf.¹¹ Gemessen an der Anzahl Transaktionen wuchs der Anteil des mobilen Bezahlers nach breiter Definition wie immer seit Erhebungsbeginn. Im Vergleich zum SPM 1/2025 betrug der Zuwachs 2,2 Prozentpunkte auf einen Anteil von 71,3 Prozent (vgl. Abbildung 9). Dabei wurden primär Zahlungen per Internetbezahlverfahren (-1,4 PP) und nicht-mobile Zahlungen mit der Kreditkarte (-1,0 PP) substituiert, während die restlichen Zahlungsmittel praktisch unverändert blieben (vgl. Abbildung 9).

Gemessen am Umsatz im Distanzgeschäft hat das mobile Bezahlen nach breiter Definition seine zwischenzeitliche Spitzenposition wieder verloren. Mit einem Minus von 7,2 Prozentpunkten im Vergleich zum SPM 1/2025 liegt das mobile Bezahlen nach breiter Definition mit einem Anteil von 33,6 Prozent deutlich hinter der Rechnung mit 45,9 Prozent (+9,3 PP) (vgl. Abbildung 10). Diese Veränderungen scheinen auf den ersten Blick enorm. Sie sind aber angesichts der Tatsache, dass es sich um relative Umsatzanteile der verschiedenen Zahlungsmittel handelt und diese stark durch einzelne hohe Beträge beeinflusst werden, nicht aussergewöhnlich. Der Umsatzanteil der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) erhöhte sich um 1,8 Prozentpunkte auf 14,2 Prozent (vgl. Abbildung 10).

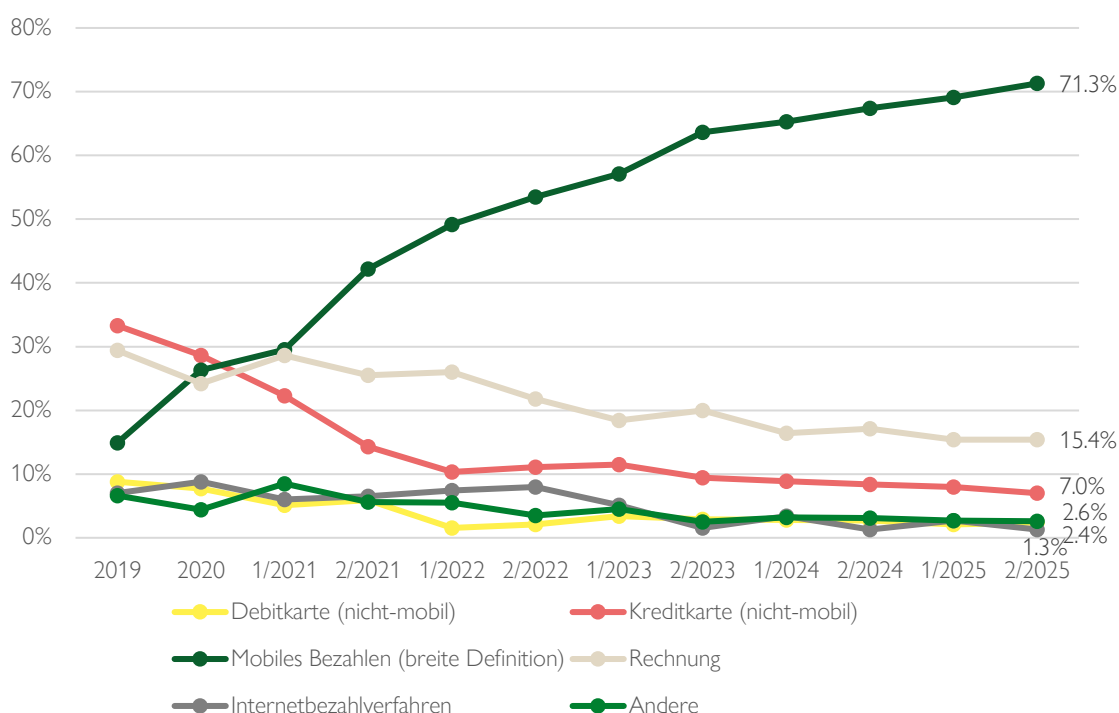


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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

¹¹ Beim Vergleich der Umsatzanteile im Distanzgeschäft verschiedener Erhebungen gilt es zu beachten, dass bei einer durchschnittlichen Gesamtanzahl von rund 600-670 Distanzzahlungen je Erhebung vom SPM 2019 bis zum SPM 2/2023 respektive rund 900 Transaktionen in den letzten vier Erhebungen seit Vergrößerung der Stichprobe einzelne grosse Beträge einen starken Einfluss auf die Anteile der Zahlungsmittel haben.

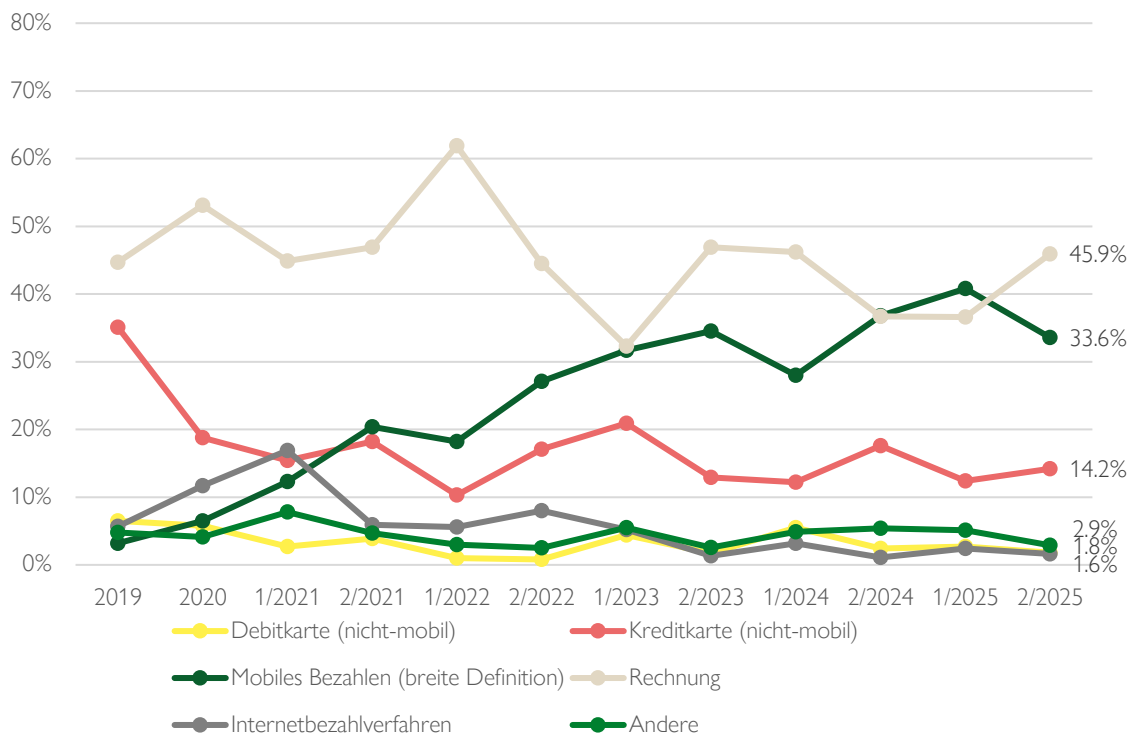


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel
 Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen App ausgelöst werden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

Als Grund für die mobile Bezahlung im Distanzgeschäft werden in erster Linie die Gewohnheit (39%) angegeben, gefolgt von der Geschwindigkeit der Zahlung (33%) und der Bevorzugung der Bezahlmethode bei diesem Händlertyp (30%).¹² Für die Wahl der Rechnung als Zahlungsmittel ist ebenfalls die Gewohnheit der meistgenannte Grund (31%). Zusätzlich spielt oft auch eine Rolle, dass der Händler kein anderes Zahlungsmittel akzeptierte (25%). Für die Wahl der Kreditkarte als Zahlungsmittel im Distanzgeschäft spricht der Händlertyp (42%), die Gewohnheit (42%) sowie die Geschwindigkeit der Zahlung (25%), während der Zahlungsaufschub bis zur Fälligkeit der Kreditkartenrechnung (3%) sowie die Abhängigkeit von der Nutzung der Teilzahlungsoption (2%) kaum eine Rolle spielen.

3.4.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bei Betrachtung des Distanzgeschäfts nach Abrechnungsprodukt zeigt sich, dass das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn seine Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Plus von 3,9 Prozentpunkte auf 35 Prozent deutlich ausbauen konnte (vgl. Abbildung 11). Die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt auf dem zweiten Platz mit 24,0 Prozent verlor gegenüber dem SPM 1/2025 deutlich an Anteilen (-5,2 PP) (vgl. Abbildung 11). Das bedeutet, dass die Kreditkarte im Distanzgeschäft nebst der rückläufigen nicht-mobilen Nutzung (vgl. Abbildung 9) auch in ihrer mobilen Nutzung als Abrechnungsprodukt im Vergleich seltener verwendet wurde. Die Debitkarte hielt ihren Anteil als Abrechnungsprodukt gegenüber der letzten Erhebung konstant bei 11,1 Prozent. Sie verzeichnet seit der flächendeckenden Einführung der online-fähigen Debitkarten kein deutliches Wachstum (vgl. Abbildung 11).

¹² Bei der Frage nach den Gründen für die Zahlungsmittelwahl waren jeweils Mehrfachantworten möglich.

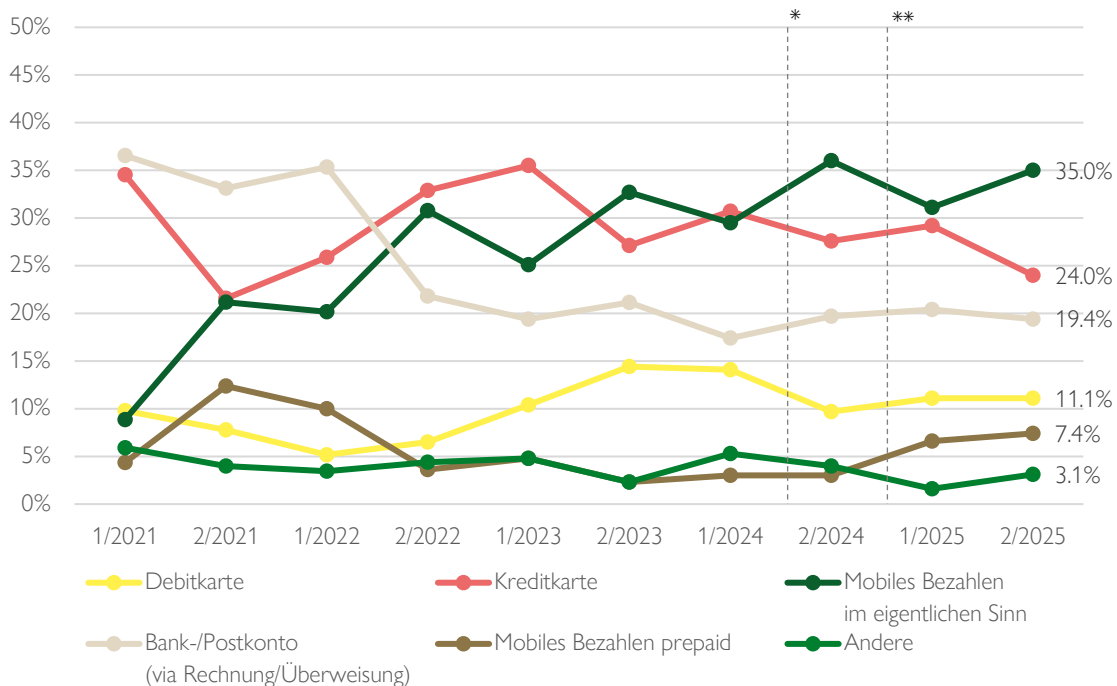


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

Gemessen am Umsatz zeigt die Betrachtung des Distanzgeschäfts nach Abrechnungsprodukt ein Wachstum der Anteile von Bank-/Postkonto (+7,6 PP) und vom mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn (+2,4 PP), während die Umsatzanteile von Kreditkarte (-6,4 PP) und Debitkarte (-2,9 PP) als Abrechnungsprodukte zurück gingen (vgl. Abbildung 12).

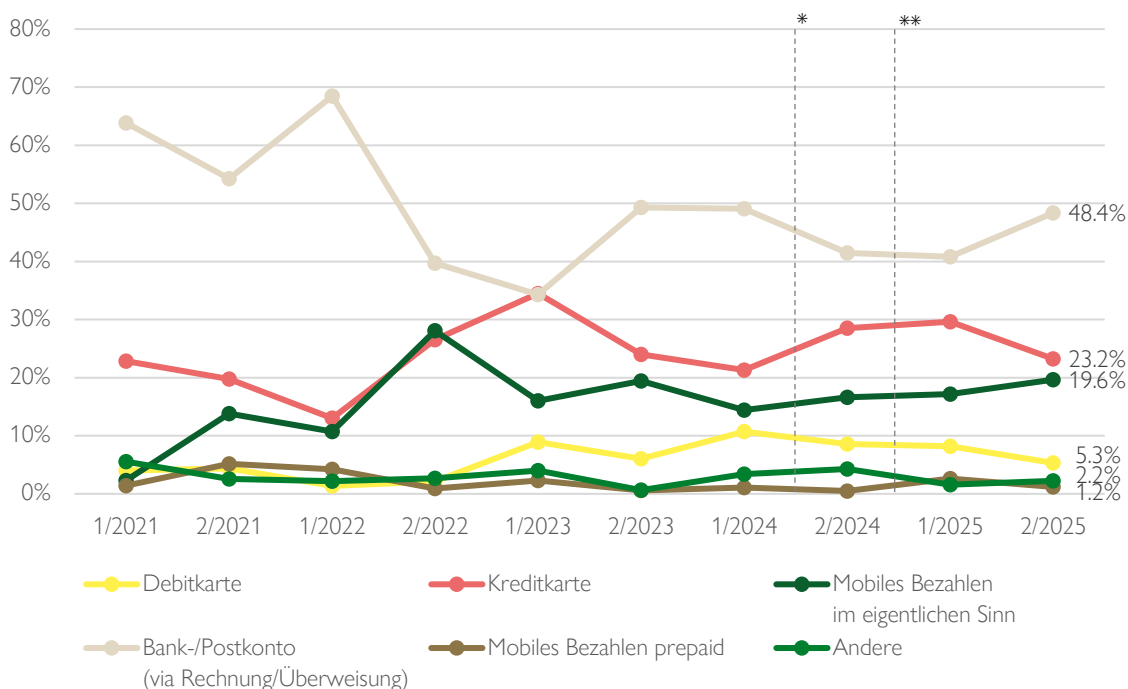


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

*Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn».

**Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto».

Zusammenfassend ist im Distanzgeschäft das Wachstum des mobilen Bezahlens sowohl nach breiter Definition als auch im eigentlichen Sinn gemäss Anzahl Transaktionen weiter gestiegen, während die Kreditkarte an Anteilen verlor. Die online-fähigen Debitkarten führten zu keinem signifikanten Anstieg der Transaktionsanteile im Distanzgeschäft.

3.5 Betragshöhe

Die vorangehenden Kapitel haben gezeigt, dass sich bei den verschiedenen Zahlungsmitteln Umsatz- und Transaktionsanteile teilweise stark unterscheiden. Das ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die durchschnittlichen Zahlungsbeträge der verschiedenen Zahlungsmittel erheblich variieren. Die in Abbildung 13 dargestellten Anteile verschiedener Zahlungsmittel nach Betragsbereichen zeigen: Je höher der Betrag, desto häufiger erfolgt die Zahlung mit Karte. Bargeld ist bei den Kleinstbeträgen bis 5 Fr. mit 36,1 Prozent das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel. Dies im Unterschied zum SPM 1/2025, als selbst bei den Kleinstbeträgen am häufigsten mobil bezahlt wurde.

Interessanterweise macht das mobile Bezahlen nach breiter Definition in der aktuellen Erhebung mit 47,6 Prozent fast die Hälfte aller Zahlungen über 500 Fr. aus und hat somit bei den Beträgen über 500 Fr. die Kreditkarte von der Spitzenposition abgelöst (vgl. Abbildung 13). Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass von den insgesamt 6358 inländischen Transaktionen im Datensatz nur deren 42 eine Betragshöhe von über 500 Fr. haben. Deshalb löst eine einzelne Transaktion in diesem Betragsbereich bereits eine substantielle Veränderung der Anteile aus. Der hohe Anteil mobiler Zahlungen nach breiter Definition bei Beträgen über 500 Fr. ist mit ein Grund, weshalb dieses Zahlungsmittel in den vorangehenden Kapiteln jeweils ein deutliches Wachstum der Umsatzanteile verzeichnete. Bei den mittelgrossen Beträgen zwischen 20 und 100 Fr. bleibt die Debitkarte (nicht-mobil) das am häufigsten verwendete Zahlungsmittel, während die Anteile der Kreditkarte sowie der Rechnung mit grösseren Beträgen kontinuierlich steigen (vgl. Abbildung 13).

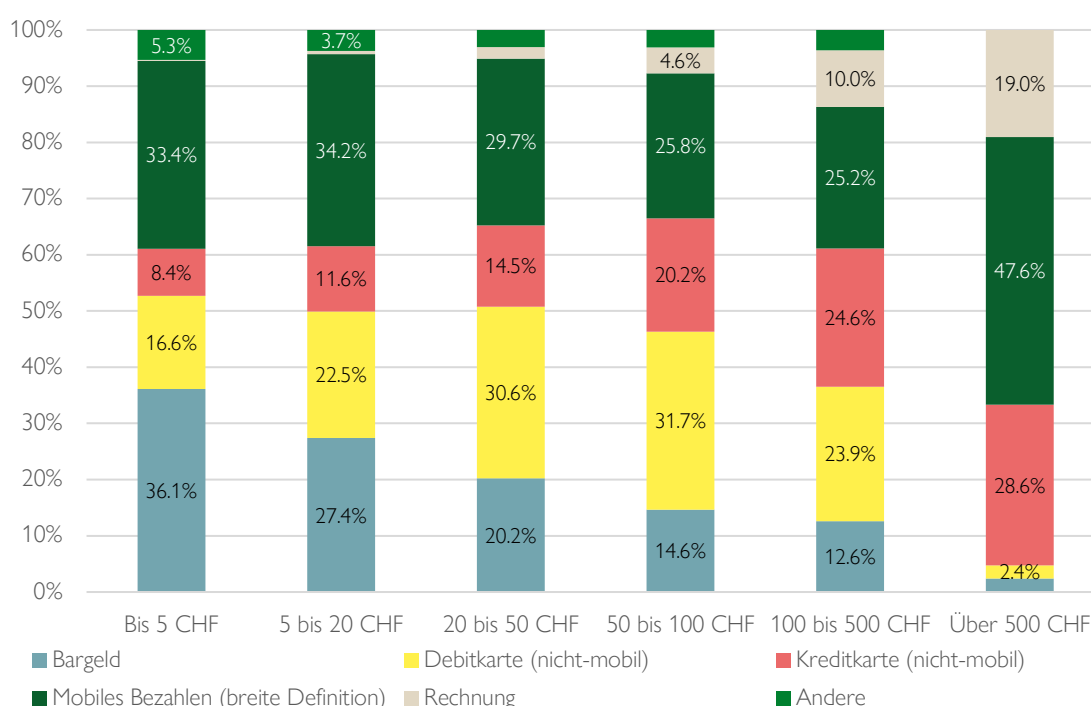


Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

4 Bargeld

Der durchschnittliche Bargeldbestand der Befragten hat sich im Vergleich zum SPM 1/2025 im Portemonnaie von 94 Fr. auf 104 Fr. erhöht, während er zu Hause von 902 Fr. auf 701 Fr. sank (vgl. Abbildung 14). Der Rückgang bei der Bargeldhaltung zu Hause ist dabei besonders auffällig. Allerdings stellte der Betrag von 902 Fr. in der letzten Ausgabe einen Höchstwert seit Erhebungsbeginn dar (vgl. Abbildung 14). Es gilt zu erwähnen, dass der Mittelwert stark durch einzelne hohe Werte getrieben wird. Der Median des Bargeldbesitzes liegt unverändert bei 50 Fr. im Portemonnaie respektive 200 Fr. zu Hause.

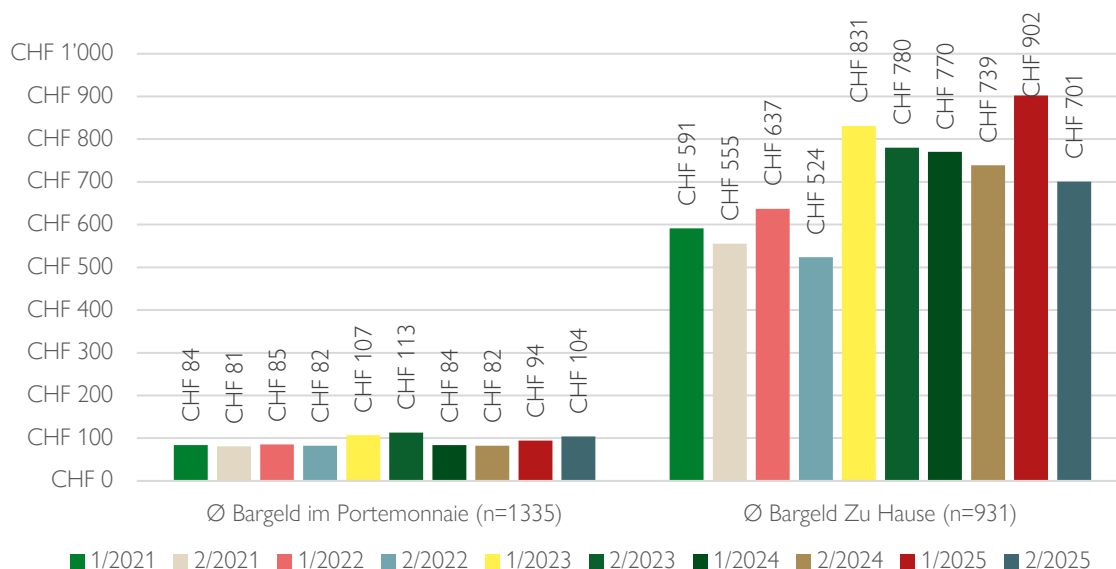


Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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

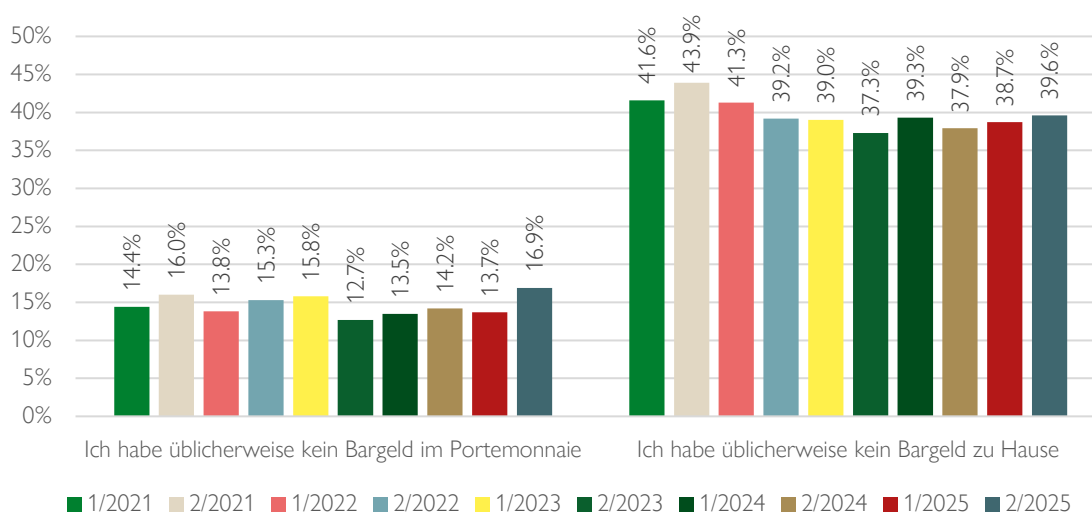


Abbildung 15: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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

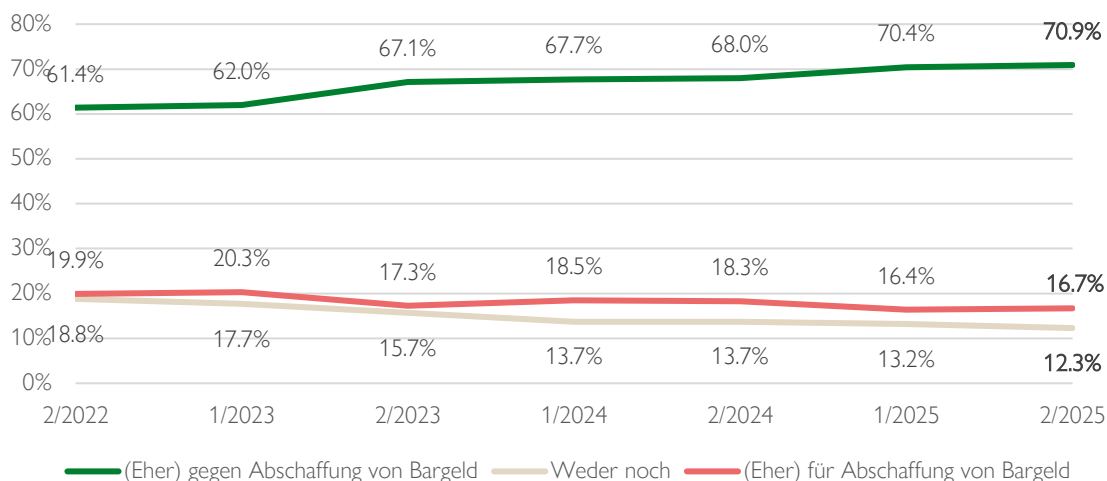


Abbildung 16: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf

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

Der Anteil der Befragten, der überhaupt kein Bargeld mehr im Portemonnaie mit sich führt, hat sich deutlich erhöht. Mit einem Plus von 3,2 Prozentpunkten im Vergleich zum SPM 1/2025 liegt dieser mit 16,9 Prozent auf dem höchsten Stand seit Erhebungsbeginn des Swiss Payment Monitors (vgl. Abbildung 15). Der Anteil derjenigen, die kein Bargeld zu Hause aufbewahren, hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung nur unwesentlich verändert (+0,9 PP) und liegt mit 39,6 Prozent im Bereich der Mittelwerte der letzten Jahre (vgl. Abbildung 15).

Bei der Frage nach der Einstellung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld wurde der Höchstwert aus der letzten Erhebung erneut übertroffen: 70,9 Prozent (+0,5 PP) der Befragten sprechen sich (eher) dagegen aus (vgl. Abbildung 16). Andererseits hat auch der Anteil der Befürworter einer Bargeldabschaffung leicht zugenommen auf 16,7 Prozent (+0,3 PP), während nur noch 12,3 Prozent der Befragten keine klare Meinung haben (vgl. Abbildung 16).

5 Mobiles Bezahlen

Der Anteil des mobilen Bezahls nach breiter Definition hat gemessen an der Anzahl Transaktionen im Vergleich zum SPM 1/2025 um 0,6 Prozentpunkte auf 31,3 Prozent zugenommen (vgl. Kapitel 3.2.1). Mit anderen Worten werden immer häufiger Zahlungen mit einem mobilen Gerät statt mit einer physischen Bezahlkarte oder mit Bargeld getätigt. Für immer mehr Menschen wird das mobile Bezahlen zum Standard: Der Anteil der Mobilzahler ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und ist aktuell mit einem Anteil von 16,3 Prozent der häufigste Zahlungstyp hinter den Mischzahlern mit 56,8 Prozent.¹³

Twint ist die mit Abstand meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz. Allerdings nahm der relative Nutzungsanteil von Twint an der Gesamtheit aller mobilen Zahlungen (nach breiter Definition, vgl. Box 1) im letzten halben Jahr von 66,7 Prozent auf 62,0 Prozent der Transaktionen

¹³ Wenn eine Person mit einem einzigen Zahlungsmittel mehr als 75 Prozent ihrer Transaktionen ausübt, wird sie diesem Zahlungstyp zugeordnet. Personen, die mit keinem einzelnen Zahlungsmittel über 75 Prozent ihrer Transaktionen ausüben, gelten als Mischzahler.

zum zweiten Mal in Folge ab (vgl. Abbildung 17). Der Grund für den tieferen relativen Nutzungsanteil von Twint liegt in der zunehmenden Verwendung von Google Pay (4,9%; +2,4 PP) und Samsung Pay (3,7%; +1,1 PP), während Apple Pay (15,4%; -1,0 PP) nach zuletzt deutlichem Wachstum leicht an Anteilen einbüsste (vgl. Abbildung 17). So werden seit einem Jahr mehr Transaktionen vor Ort in einem Ladengeschäft über NFC (36,1%) – der Technologie der Mobile Wallets – statt via QR-Code (28,5%) – der Technologie von Twint – abgewickelt. Die insgesamt häufigere Nutzung von Mobile Wallets ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass auch die neue Generation von Debitkarten darin hinterlegt werden kann (vgl. Kapitel 3.1). Mittlerweile ist bei rund 43 Prozent der Zahlungen mit Mobile Wallets (ohne Twint) eine Debitkarte hinterlegt.

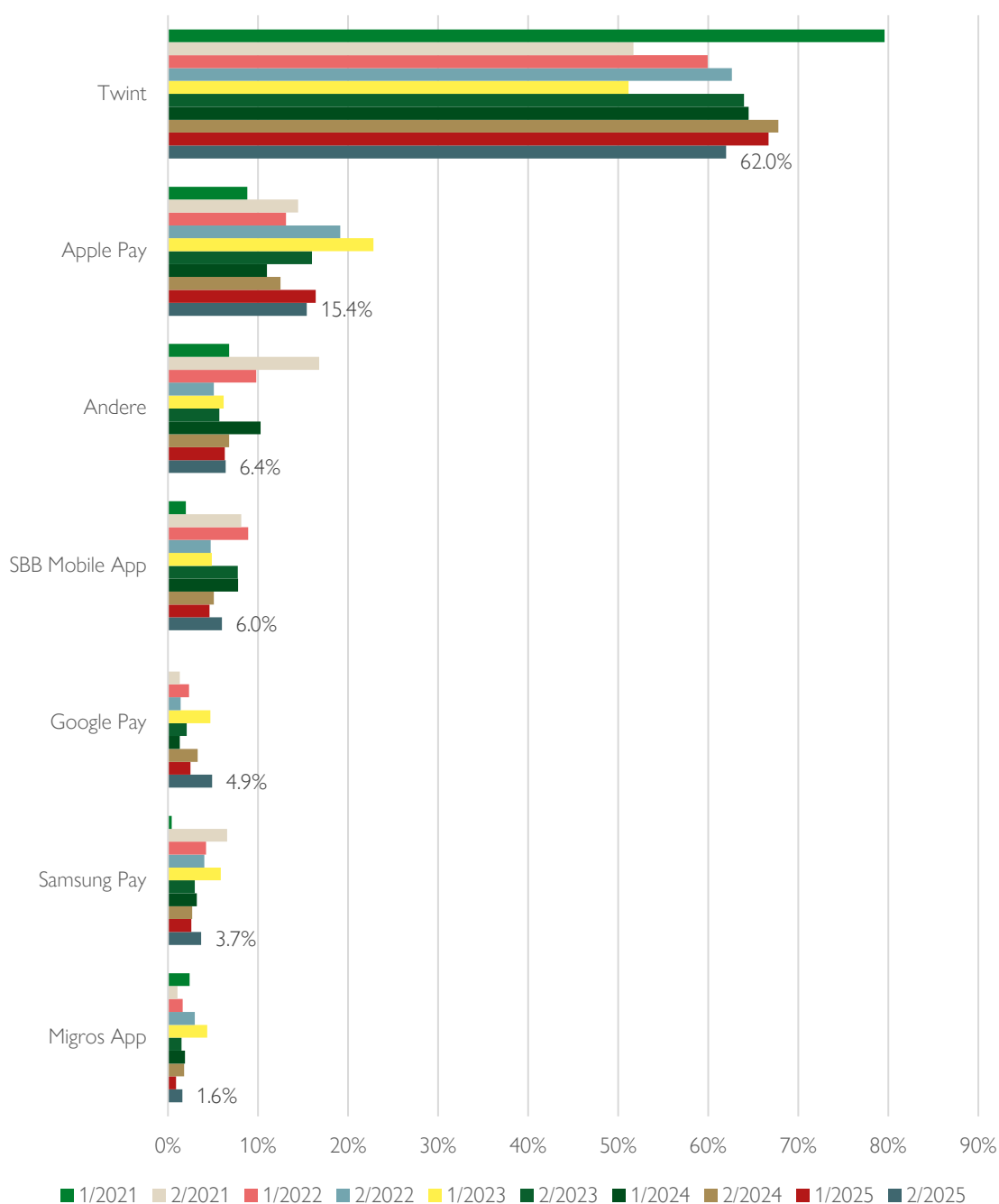


Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Box 1)

Eine separate Betrachtung von mobilem Bezahlen im Präsenz- und im Distanzgeschäft zeigt, dass Twint gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Anteil von 60,4 Prozent respektive 65,6 Prozent in beiden Bereichen die meistverwendete mobile Bezahlösung ist. Im Präsenzgeschäft liegt an zweiter Stelle Apple Pay (20,8%), gefolgt von Google Pay (6,6%) und Samsung Pay (5,3%). Im Distanzgeschäft rangiert an zweiter Stelle hinter Twint die SBB Mobile App¹⁴ (19,2%), gefolgt von PayPal (4,0%), Apple Pay (3,1%) und anderen mobile Bezahlösungen wie beispielsweise Parkingpay, PostFinance Pay und Google Pay. Der hohe Anteil von Twint im Distanzgeschäft lässt sich teilweise dadurch erklären, dass Apple Pay, Samsung Pay und Google Pay in vielen Online-shops in der Schweiz nicht akzeptiert werden, während Twint von knapp 80 Prozent der Händler akzeptiert wird.

6 Neobanken

40,6 Prozent der Befragten und damit 1,5 Prozentpunkte mehr als vor einem halben Jahr gaben an, schon mindestens einmal eine Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben – so viele wie noch nie in der Befragungsreihe des SPM (vgl. Abbildung 18).

Wie Abbildung 19 zeigt, wird Revolut am häufigsten genutzt (17,5% der Befragten; +0,4 PP), gefolgt von Yuh (12,2%; +1,1 PP) und Neon (11,9%; +0,6 PP). Dahinter folgen Wise (7,6%; +1,3 PP), Zak (7,5%; +1,2 PP) und Credit Suisse CSX (7,0%; +0,0 PP) (vgl. Abbildung 19). Revolut steht seit Beginn der Neobanken-Erhebung im Rahmen des SPM unangefochten an erster Stelle, während Neon und Yuh in den letzten zwei Jahren abwechselnd auf dem zweiten Platz landen (vgl. Abbildung 19).

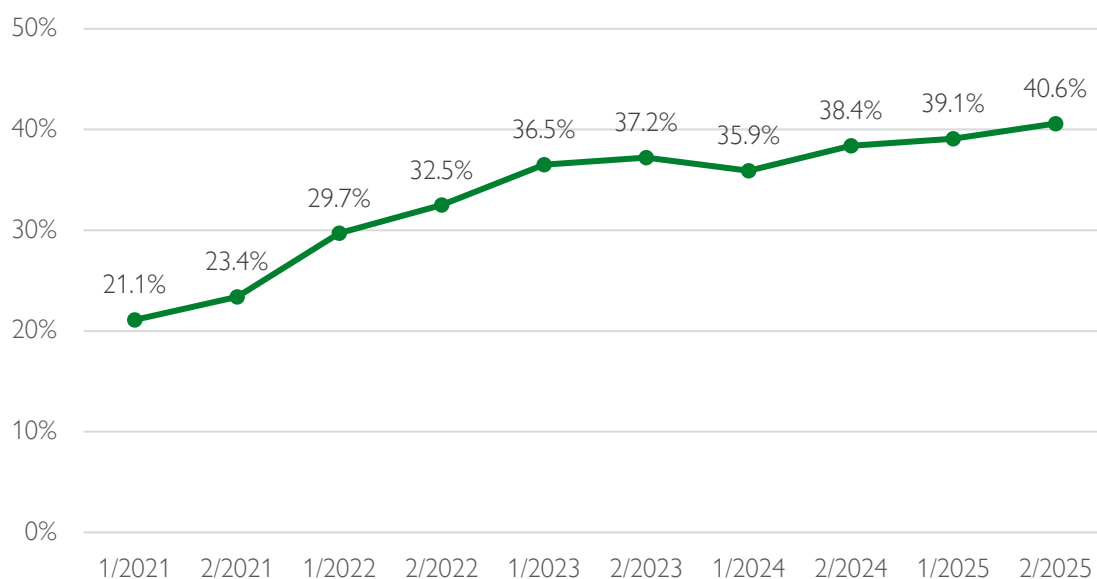


Abbildung 18: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt

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

¹⁴ Bei Zahlungen in der SBB Mobile App gilt es zu beachten, dass diese hauptsächlich über ein hinterlegtes Zahlungsmittel erfolgen, wobei mit Twint auch eine andere mobile App innerhalb der SBB Mobile App genutzt werden kann.

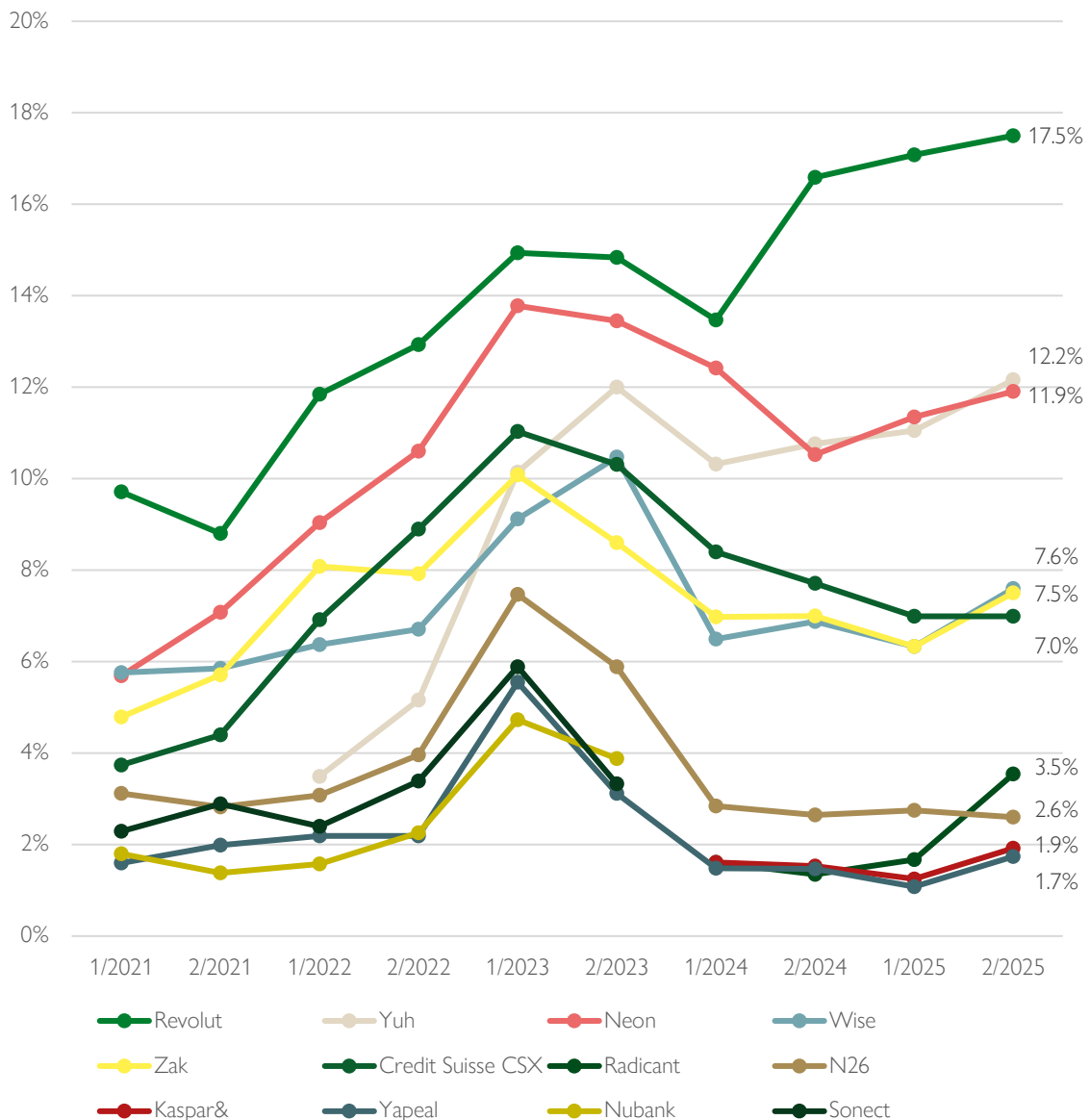


Abbildung 19: Entwicklung der Nutzung von Neobanken

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

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

Mit 67,9 Prozent (+1,3 PP) nutzen die meisten Personen Neobanken für spezifische, ausgewählte Zwecke. Am häufigsten genutzt wird das Angebot von Neobanken für Zahlungen vor Ort oder im Internet und zwar von 64 Prozent der Nutzer:innen von Neobanken. Es folgt die Nutzung für Bank- oder Post-Überweisungen (60%) sowie das Bezahlen oder Geld abheben im Ausland (49%). Das Abheben von Bargeld im Inland (44%) sowie Überweisungen an Privatpersonen (37%) sind ebenfalls verbreitete Einsatzzwecke von Neobanken.

7 Instant-Zahlungen

Im Rahmen der jüngsten Erhebung wurde das Thema Instant-Zahlungen vertiefend untersucht (vgl. Box 2). Dabei standen Aspekte wie Bekanntheit, Nutzung, Nutzungserfahrungen sowie Potenziale und Hürden zur Nutzung im Zentrum. Ziel war es, ein umfassendes Bild davon zu erhalten, inwiefern Instant-Zahlungen bereits in der Bevölkerung bekannt sind und wie sie wahrgenommen und genutzt werden.

Box 2: Was sind Instant-Zahlungen?

Instant-Zahlung ist ein Verfahren, welches es ermöglicht, Geld in Echtzeit respektive innert 10 Sekunden zu überweisen – und zwar rund um die Uhr, an 7 Tagen die Woche und 365 Tagen im Jahr. Im Gegensatz zu traditionellen Banküberweisungen, die oft mehrere Stunden oder sogar Tage in Anspruch nehmen, wird das Geld bei Instant-Zahlungen direkt vom Absender auf das Konto des Empfängers überwiesen. Das bedeutet, dass sowohl die Zahlung als auch die Gutschrift beim Empfänger sowie die Bestätigung der Transaktion innert 10 Sekunden erfolgen.

7.1 Bekanntheit und bisherige Nutzung

Obwohl mittlerweile die grössten Banken in der Schweiz in der Lage sind, Instant-Zahlungen zu empfangen und zu verarbeiten, sind diese bislang nur einer Minderheit von 43 Prozent der Bevölkerung bekannt. Die anderen 57 Prozent haben den Begriff entweder noch nie gehört (41%) oder sind sich nicht sicher (15%). Knapp jede fünfte befragte Person hat schon mindestens einmal eine Instant-Zahlung getätigt.

Die Nutzung erfolgt primär aufgrund der Gebührenfreiheit bei der eigenen Bank, der sofortigen Bestätigung und der Möglichkeit, auch ausserhalb von Bürozeiten zu überweisen. Auch Neugierde und der Wunsch, das Angebot zu testen, spielen bei vielen Befragten eine Rolle. Die genannten Einsatzzwecke unterstreichen die zeitkritische Natur vieler Transaktionen: So wurden Instant-Zahlungen häufig eingesetzt, um vergessene oder überfällige Rechnungen zu begleichen, insbesondere wenn Mahnungen drohten. Ebenso wurden P2P-Zahlungen an Freunde, Familie oder ins Ausland genannt – oft im Kontext von dringendem Geldbedarf. Auch Käufe über Plattformen wie Ricardo oder bei Occasions-Käufen wurden mehrfach erwähnt. Im Gegensatz dazu werden Gründe wie eine allfällige Kostenersparnis gegenüber Expresszahlungen oder die Umgehung von Zahlungskartenlimiten deutlich seltener genannt.

Diejenigen, die Instant-Zahlungen schon ausprobiert haben, bewerteten das Verfahren häufig äusserst positiv. Die Zahlungen werden als schnell, praktisch und zeitgemäss wahrgenommen. Viele schätzen zudem auch die Sicherheit, da sie beim Erhalten einer Zahlung sofort eine Rückmeldung über den Zahlungseingang erhalten. Zudem werden Instant-Zahlungen als moderne und zeitgemässe Alternative respektive als neuer Standard gesehen.

Kritisch beurteilt werden hingegen vor allem mögliche Kosten. Viele Nutzer:innen lehnen es ab, für Instant-Zahlungen zu bezahlen und sehen keinen Mehrwert gegenüber kostenfreien Alternativen wie der Standardüberweisung oder Twint (bei Überweisung an Privatpersonen). Häufig wird der Bedarf für Instant-Zahlungen nur im absoluten Ausnahmefall gesehen, da Zahlungen

im Normalfall nicht derart dringend sind, dass sie rund um die Uhr innert 10 Sekunden abgewickelt sein müssen. Auch der fehlende Rückrufschutz bei fehlerhaften Überweisungen wurde mehrfach beanstandet und vereinzelt wurde angegeben, generell Vorbehalte gegenüber neuartigen, ungewohnten und wenig erprobten Systemen zu haben.

7.2 Zukünftige Nutzungsabsicht

Rund die Hälfte (46%) der Befragten kann sich grundsätzlich vorstellen, Instant-Zahlungen in Zukunft häufiger zu verwenden, z.B. für Überweisungen an Freunde und Familie oder um dringende Strom- oder Mietrechnungen zu begleichen (vgl. Abbildung 20). Auch für grössere und spezielle Anlässe wie einen Wohnungskauf oder für den Kauf von Aktien und Kryptowährungen wäre der Einsatz einer Instant-Zahlung für viele denkbar. Auch eine Nutzung von Instant-Zahlungen an der Ladenkasse, etwa durch das Scannen eines QR-Codes, könnten sich knapp 44 Prozent der Befragten vorstellen – zumindest sofern dabei keine zusätzlichen Kosten entstehen.

Kunden wünschen sich, dass Instant-Zahlungen zukünftig gebührenfrei und breit verfügbar sind. Zudem wäre es aus Nutzersicht erstrebenswert, dass der Geldempfänger eine direkte Bestätigungsnachricht erhält und dass es trotz der schnellen Abwicklung eine Möglichkeit gibt, fehlerhafte Zahlungen zu widerrufen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Instant-Zahlungen von einem Teil der Bevölkerung bereits genutzt und überwiegend positiv wahrgenommen werden – insbesondere wegen ihrer Schnelligkeit, Einfachheit und Verfügbarkeit rund um die Uhr. Gleichzeitig bestehen weiterhin Hürden, insbesondere hinsichtlich Kosten, fehlendem Rückrufschutz und begrenzter Bekanntheit. Kunden wünschen sich, dass Instant-Zahlungen zukünftig gebührenfrei und breit verfügbar sind. Zudem wäre es aus Nutzersicht erstrebenswert, dass der Geldempfänger eine direkte Bestätigung erhält und dass fehlerhafte Zahlungen trotz schneller Abwicklung widerrufbar sind.

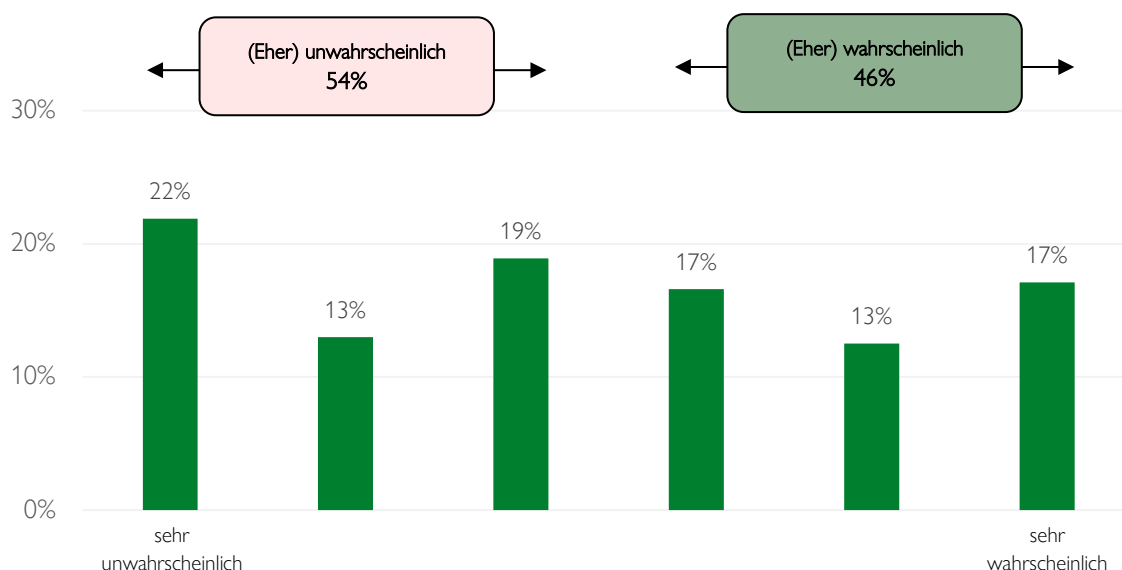


Abbildung 20: Wahrscheinlichkeit einer zukünftigen Nutzung von Instant-Zahlungen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Instant-Zahlungen zukünftig (häufiger) nutzen werden, wenn für Sie hierfür keine Gebühren anfallen?»

8 Schlusswort

Die Zielsetzung der 13. Ausgabe des Swiss Payment Monitors bestand darin, die laufenden Veränderungen im Zahlungsverhalten in der Schweiz zu erfassen und die Relevanz unterschiedlicher Zahlungsmittel und -angebote aufzuzeigen. Durch eine repräsentative Online-Umfrage sowie die Erfassung von nicht-wiederkehrenden Zahlungen durch die Befragten in einem Tagebuch konnten insbesondere nachfolgende Erkenntnisse über das aktuelle Zahlungsverhalten in der Schweiz gewonnen werden.

Mit einer Zunahme von 0,6 Prozentpunkten auf einen Anteil von 31,3 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen sowie um 1,9 Prozentpunkte auf einen Anteil von 27,5 Prozent gemessen am Umsatz hat das mobile Bezahlen gemäss breiter Definition seine Spitzenposition unter allen Zahlungsmitteln im Gesamtmarkt ausgebaut. Die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) liegt mit einem Anteil von 24,4 Prozent (unverändert) gemessen an der Anzahl Transaktionen respektive einem Umsatzanteil von 21,7 Prozent (-2,3 PP) auf dem zweiten Platz im Gesamtmarkt. Auf dem dritten Platz liegt nur knapp dahinter gemessen an der Anzahl Transaktionen das Bargeld mit einem Anteil von 24,4 Prozent (+0,2 PP) und gemessen am Umsatz die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 19,6 Prozent (-4,2 PP).

Im Präsenzgeschäft ist das Bargeld mit einem Anteil von 28,1 Prozent (-0,1 PP) erneut knapp vor der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte mit einem Anteil von 27,8 Prozent (-0,2 PP) das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel. Gemessen am Umsatz hingegen bleibt die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 31,2 Prozent (-1,4 PP) führend. Mit einer deutlichen Zunahme um 5,1 Prozentpunkte auf einen Umsatzanteil von 24,6 Prozent liegt das mobile Bezahlen (breite Definition) im Präsenzgeschäft neu auf dem zweiten Platz, während es gemessen an der Anzahl Transaktionen mit 25,2 Prozent (+0,8 PP) auf Platz drei verbleibt. Die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt zeigt, dass das relative Wachstum des mobilen Bezahlens in erster Linie auf eine Verschiebung von der nicht-mobilen Nutzung der Kreditkarte zur mobilen Nutzung der Kreditkarte als hinterlegtes Zahlungsmittel zurückzuführen ist. Dies zeigt sich mitunter im gestiegenen Anteil mobiler Zahlungen, die vor Ort in einem Ladengeschäft über NFC abgewickelt werden.

Im Distanzgeschäft festigte das mobile Bezahlen nach breiter Definition seine Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Wachstum von 2,2 Prozentpunkten auf einen Anteil von 71,3 Prozent. Gemessen am Umsatz hingegen ging der Anteil des mobilen Bezahlens nach breiter Definition um 7,2 Prozentpunkte auf 33,6 Prozent zurück, während die Rechnung mit einem Plus von 9,3 Prozentpunkten auf 45,9 Prozent wieder auf dem ersten Platz liegt. Bei der Betrachtung nach Abrechnungsprodukt zeigt sich im Distanzgeschäft, dass das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn gemessen an der Anzahl Transaktionen auf einen Anteil von 35,0 Prozent (+3,9 PP) stieg, während die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt auf dem zweiten Platz mit 24,0 Prozent (-5,2 PP) deutlich an Anteilen verlor.

Der Anteil Bargeldzahlungen ist bei Kleinstbeträgen bis 5 Franken mit 36,1 Prozent am höchsten und nimmt mit steigenden Beträgen kontinuierlich ab. Umgekehrt verhalten sich die Anteile von Kreditkartenzahlungen und Zahlungen per Rechnung. Mobiles Bezahlen (breite Definition) ist

sowohl bei Kleinstbeträgen als auch bei grossen Beträgen weit verbreitet. Bei Beträgen über 500 Fr. ist es mit einem Anteil von 47,6 Prozent sogar das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel.

Der durchschnittliche Bargeldbestand im Portemonnaie hat leicht zugenommen, während die zu Hause aufbewahrte Bargeldmenge deutlich abgenommen hat. Der Median blieb hingegen jeweils stabil. Der Anteil der Menschen, der kein Bargeld im Portemonnaie hat, hat auf 16,9 Prozent (+3,2 PP) deutlich zugenommen – der höchste Wert seit Erhebungsbeginn des SPM. Der Anteil der Befragten, der sich gegen eine mögliche Abschaffung von Bargeld aussprechen, nahm weiter auf 70,9 Prozent (+0,5 PP) zu.

Der Anteil der Bevölkerung, der bereits einmal ein Angebot einer Neobank genutzt hat, liegt mit 40,6 Prozent (+1,5 PP) erstmals über 40 Prozent. Revolut verzeichnet mit 17,9 Prozent (+0,5 PP) weiterhin mit Abstand die meisten Nutzenden, während Yuh mit 12,2 Prozent (+1,1 PP) wieder den zweiten Platz von Neon mit 11,9 Prozent (+0,5 PP) übernahm. Neobanken werden hauptsächlich als Ergänzung zu traditionellen Bankangeboten genutzt, ersetzen diese in der Regel also nicht vollständig.

Instant-Zahlungen sind 43 Prozent der Schweizer Bevölkerung ein Begriff. Knapp 20 Prozent haben bereits mindestens einmal eine Instant-Zahlung getätigt, vor allem aus Neugierde und meistens nur, wenn die Zahlung bei der eigenen Bank kostenlos war. Das Verfahren wird häufig positiv, schnell, praktisch und zeitgemäss bewertet. Die meisten Befragten sind nicht bereit, für Instant-Zahlungen Gebühren zu bezahlen, da sie nur in Ausnahmefällen einen Mehrwert gegenüber existierenden, kostenfreien Alternativen sehen. Wenn keine zusätzlichen Kosten entstehen, kann sich rund die Hälfte der Befragten grundsätzlich vorstellen, Instant-Zahlungen in Zukunft häufiger zu verwenden, z.B. für Überweisungen an Freunde und Familie oder um dringende Strom- oder Mietrechnungen zu begleichen.

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



Abbildung 21: Studiendesign des Swiss Payment Monitors

Glossar

Begriff	Beschreibung
Abrechnungsprodukt	Zahlungsmittel respektive Produkt, das zur Abwicklung einer Transaktion belastet wird. Die Unterscheidung zwischen Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt spielt insbesondere bei mobilen Zahlungen eine Rolle. Diese können entweder direkt einem Bankkonto belastet werden (d.h. mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn), auf Prepaid-Guthaben zurückgreifen (d.h. mobiles Bezahlen prepaid) oder einer hinterlegten Debit- oder Kreditkarte belastet werden.
Bezahl-App	Bezahl-Apps stellen eine Form des mobilen Bezahlens dar. Mittels Bezahl-Apps können zum einen Waren und Dienstleistungen (vor Ort oder auf Distanz) erworben oder auch Geld an Privatpersonen versendet werden. Einer Transaktion mittels Bezahl-App liegt im Regelfall eine Überweisung (bei Kontoanbindung), eine Kartenzahlung (bei Anbindung einer Debit- oder Kreditkarte) oder E-Geld (bei Verwendung einer Prepaid-App oder bei Anbindung einer Prepaidkarte) zugrunde. Das Bezahlen vor Ort funktioniert über das Einlesen eines QR-Codes, via Kontaktlos-Funktion sowie, im Fall von Zahlungen an Privatpersonen, durch Eingabe der Telefonnummer. In der Schweiz wird vorwiegend die Bezahl-App Twint verwendet. Andere gebräuchliche Bezahl-Apps wie Apple Pay, Google Pay oder Samsung Pay sind typischerweise reine Mobile Wallets (siehe <i>Mobile Wallet</i>).
Debitkarte	Zahlkarte, die an ein Bank- oder Postkonto geknüpft ist und dem Karteninhaber ermöglicht, Zahlungen und Bargeldbezüge direkt seinem Konto zu belasten (z.B. Debit Mastercard, Visa Debit)
Distanzgeschäft	Zahlung, bei welcher Zahler und Zahlungsempfänger räumlich voneinander getrennt sind (z.B. Zahlung im Onlineshop, Einzahlung am Schalter, etc.).
Instant-Zahlung	Instant-Zahlung ist ein Verfahren, welches es ermöglicht, Geld in Echtzeit respektive innert 10 Sekunden zu überweisen – und zwar rund um die Uhr, an 7 Tagen die Woche und 365 Tagen im Jahr.
Internetbezahlverfahren	Bezahlverfahren über das Internet, die vor allem zur Begleichung von Online-Einkäufen Anwendung finden (z.B. PayPal). Im Rahmen dieses Berichts werden unter diesem Begriff alle über das Internet ausgelösten Zahlungen verstanden, die nicht mittels spezifischer Online-Banking-Anwendung, Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i>) oder Mobile Wallet (siehe <i>Mobile Wallet</i>) getätigt werden.
In-App-Zahlung	Form des mobilen Bezahlens, welche Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion beschreibt (z.B. SBB Mobile App, Uber, etc.).
Kreditkarte	Zahlungskarte, bei der eine zeitlich verzögerte Kontobelastung erfolgt. Die Zahlung ist dem Händler garantiert (z.B. Mastercard, Visa, American Express).
Mobiles Bezahlen	Bezahlvorgänge, die mit respektive auf einem mobilen Gerät als Zahlungsinstrument wie beispielsweise dem Mobiltelefon, dem Tablet oder der Smartwatch ausgelöst werden. Dazu gehören auch mobile Überweisungen an Privatpersonen. Mobile Zahlungen können über eine Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i>), Mobile Wallet (siehe <i>Mobile-Wallet</i>) oder Retail-App als In-App-Zahlung (siehe <i>Retail-App</i> und <i>In-App-Zahlung</i>) erfolgen.

Begriff	Beschreibung
Mobile Wallet	Dienst bzw. App auf einem mobilen Endgerät, mit der Nutzer digitalisierte Zahlungsinstrumente und andere digitale Wertnachweise (z.B. Karten, Ausweise, Tickets) sicher hinterlegen, verwalten und zur Auslösung von Zahlungen nutzen können (z.B. Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay). In den Wallets sind die Kartendaten tokenisiert gespeichert; die Zahlung wird über die NFC-Technologie des mobilen Endgeräts gestartet.
Neobank	Finanzinstitut bzw. Banking-Anbieter, der Bankdienstleistungen ohne eigenes Filialnetz weitgehend oder vollständig digital – typischerweise App-zentriert auf mobilen Geräten – bereitstellt und damit etablierte Institute mit einem schlanken, nutzerfokussierten Angebot herausfordert.
Nicht-wiederkehrende Zahlung	Alltägliche Ausgaben aller Art (beispielsweise für Lebensmittel, Kleider und Restaurantbesuche), unabhängig davon, ob diese an einem physischen Verkaufspunkt (siehe <i>Präsenzgeschäft</i>) oder auf Distanz (siehe <i>Distanzgeschäft</i>) durchgeführt werden. Dies im Gegensatz zu regelmässig wiederkehrenden Zahlungen wie Miete, Versicherungsprämien, Telekommunikations-Abonnement, etc. Auch «unregelmässige Zahlungen» genannt.
Präsenzgeschäft	Zahlungen an Kassen, Schaltern und Automaten. Die Begriffe <i>Zahlungen vor Ort</i> und <i>Präsenzgeschäft</i> werden in diesem Bericht synonym verwendet.
Prepaidkarte	Bezahlkarte, die vor Nutzung mit einem Guthaben aufgeladen wird.
Retail-App	Wie Bezahl-Apps (siehe <i>Bezahl-App</i>) erlauben auch Retail-Apps das Bezahlen mittels Smartphone (siehe <i>Mobiles Bezahlen</i>). Im Unterschied zu Bezahl-Apps sind Retail-Apps jedoch händlerspezifisch. Sie ermöglichen den Kauf von Waren oder Dienstleistungen eines spezifischen Händlers via App. Eine in der Schweiz weit verbreitete Retail-App ist z.B. «SBB Mobile». Einer Zahlung mittels Retail-App kann eine Kreditkartenzahlung, im Voraus geladenes Guthaben oder eine Überweisung zugrunde liegen. Zudem kann eine Retail-App auch mit einer Bezahl-App verknüpft sein, so dass Zahlungen mittels der Retail-App indirekt wiederum auf dem in der Bezahl-App hinterlegten Zahlungsmittel basieren.
Wearable	Tragbares Endgerät wie bspw. Smartwatch oder Fitness-Tracker mit integrierter NFC-Funktion.
Zahlungsmittel	Hierzu gehören Bargeld, Bezahlkarten (Debit-, Kredit-, Prepaid- und andere Bezahlkarten), (Online-Banking-)Überweisungen und E-Geld. Zudem fallen im Rahmen dieses Berichts auch alle Formen des mobilen Bezahls (siehe <i>Mobiles Bezahlen</i>) und Internetbezahlverfahren unter diesen Begriff, der den Fokus auf die Auslösung einer Transaktion richtet. Die Begriffe <i>Zahlungsmittel</i> und <i>Zahlungsinstrument</i> werden in diesem Bericht synonym verwendet.