



Swiss Payment Monitor 2018

Wie bezahlt die Schweiz?

swisspaymentmonitor.ch

Bettina Gehring
Sandro Graf
Dr. Tobias Trütsch

zhaw School of
Management and Law

 Universität St.Gallen

Vorwort

Wie bezahlt die Schweiz?

Bezahlen ist – vereinfacht ausgedrückt – Gewohnheitssache. Die Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer bezahlt so, wie sie immer bezahlt haben; gewagte Experimente sind insbesondere bei der Zahlungsmittelwahl nicht gefragt. Diese Gewohnheiten waren in der Vergangenheit relativ stabil, gerade aber in jüngerer Zeit kam – nicht zuletzt auch aufgrund zahlreicher neuer Anbieter – Bewegung in den Markt und es sind erste Anzeichen eines Wandels zu beobachten. Wohin die Reise gehen wird, ist zum jetzigen Zeitpunkt noch offen. Es wird aber auf jeden Fall spannend, die aktuelle Entwicklung der Schweizer Zahlungslandschaft mitzuverfolgen.

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

Es handelt sich dabei um die erste jährlich durchgeführte Schweizer Zahlungsstudie, welche Konsumentenperspektive und makroökonomische Sicht miteinander verbindet. Der vorliegende Bericht basiert auf der Erhebung aus dem Jahr 2017 und ist die erste Ausgabe einer auf mehrere Jahre ausgelegten Studienreihe. Insgesamt wurden über 1 000 Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren aus allen drei Landesteilen der Schweiz befragt. Die Studie wird finanziell unterstützt durch die Swiss Payment Association (SPA) sowie die Industriepartner Concardis und SIX Payment Services.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre!

Bettina Gehring, Sandro Graf, Dr. Tobias Trütsch

Inhaltsverzeichnis

I. DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE AUS DEM PAYMENT MONITOR 2018	4
II. STUDIENDESIGN	6
III. BEKANNTHEIT UND IMAGE VON ZAHLUNGSMITTELN	8
IV. BLICK INS PORTEMONNAIE	10
V. KRITERIEN FÜR DIE ZAHLUNGSMITTELWAHL	12
VI. ZAHLUNGSVERHALTEN	14
VII. BLICK IN DIE ZUKUNFT	28
VIII. GLOSSAR	33

I. Die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Payment Monitor 2018

Debitkarte schlägt Bargeld

Die Debitkarte ist das beliebteste Zahlungsmittel der Schweizerinnen und Schweizer. So wird diese nicht nur sympathischer, praktischer und vertrauenswürdiger als andere Zahlungsmittel wahrgenommen, sondern liegt mit einem Anteil von 25 % an den Gesamtausgaben auch an erster Stelle. Speziell beim jüngeren Publikum punktet die Debitkarte. Ebenfalls einen hohen Stellenwert in puncto Beliebtheit und Umsatzanteile besitzen Online-Überweisungen. Nichtsdestotrotz: Vollumfänglich auf Bargeld verzichten möchten die wenigsten. So ist Bargeld gemessen an der Transaktionsanzahl nach wie vor das am häufigsten genutzte Zahlungsinstrument in der Schweiz und die meisten Personen geben an, zumindest noch etwas «Münz» im Portemonnaie oder in ihrer Hosentasche zu haben.

Zahlungsmittelentscheide sind situationsabhängig

Betragshöhe, Zahlungsort und Zahlungssituation (stationärer Handel oder Einkauf im Internet) spielen eine wesentliche Rolle bei der Wahl des Zahlungsmittels. So werden Kleinbeträge bis 20 Fr. nach wie vor überwiegend bar beglichen, Kartenzahlungen kommen in der Regel erst bei Beträgen oberhalb dieses Werts zum Zug.

Mit Blick auf den Zahlungsort dominieren im umsatzstarken Einzelhandel Kartenzahlungen. Bargeld wird gegenüber anderen Zahlungsmitteln deutlich häufiger in Restaurants und in Bäckereien, an Aussenverkaufsstellen (Kiosk, Take-away) sowie an Automaten eingesetzt. Die klassische Kreditkarte dagegen gelangt vermehrt im Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen, an Tankstellen, in Restaurants sowie unterwegs auf Reisen zum Einsatz.

DEN Zahler gibt es nicht

Zahlungsmittelpräferenzen variieren stark von Person zu Person. Entsprechend werden Zahlungsmittelentscheide sehr individuell getroffen, was bedeutet: Den typischen Zahler gibt es nicht. Zudem sind die meisten Personen in der Regel Mischzahler und bevorzugen je nach Zahlungssituation und Betragshöhe unterschiedliche Zahlungsmittel. Der sog. Mono-Zahler, der nur auf ein einziges Zahlungsmittel setzt, ist in der Unterzahl.

Sicherheit als wichtigstes Kriterium bei der Zahlungsmittelwahl

Welche Faktoren begünstigen die Nutzung eines Zahlungsmittels? Gemäss Befragung stehen die Kriterien «Sicherheit» und «keine zusätzlichen Gebühren» an oberster Stelle, dicht gefolgt von der Zuverlässigkeit des Zahlungsmittels. Die situations- und personenübergreifend hohe Relevanz dieser Faktoren legt nahe, dass die Berücksichtigung der betreffenden Kriterien zentral für die Akzeptanz eines Zahlungsmittels ist und Zahlungsmittel-spezifische Vorteile erst dann zum Tragen kommen, wenn die diesbezüglichen Anforderungen erfüllt sind.

Hohe Bekanntheit neuer Bezahlförmern

Nicht nur traditionelle Zahlungsmittel sind in der Schweiz sehr bekannt, auch neuere Bezahlförmern wie das kontaktlose Bezahlen oder auch mobile Bezahlförmern sind in den Köpfen der Schweizer Bevölkerung sehr präsent. In diesem Zusammenhang speziell hervorzuheben sind die hohen Bekanntheitswerte von Twint und PayPal im Rahmen der ungestützten Abfrage.

Mobile Payment ist nicht gleich Mobile Payment

Entgegen der beachtlichen Bekanntheit in der Öffentlichkeit besteht derzeit noch kein einheitliches Verständnis von Mobile Payment. Am stärksten assoziiert wird der Begriff mit Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion (sog. In-App-Zahlungen) und Bezahlen mit dem Mobiltelefon vor Ort in einem Ladengeschäft, gefolgt von Bezahlen mit dem Mobiltelefon im Internet.

Neue Bezahlformen konnten sich noch nicht durchsetzen

In Bezug auf neuere Bezahlmethoden wie Kontaktloses oder Mobiles Bezahlen zeigt sich ein gemischtes Bild. Trotz der beachtlichen Anzahl Nutzer von kontaktlosen Bezahlverfahren (jede zweite Person nutzt gemäss Selbsteinschätzung die Kontaktlosfunktion der Kreditkarte, jede dritte diejenige der Debitkarte) stehen viele dieser neuen Bezahlform nach wie vor skeptisch gegenüber. Bemängelt wird insbesondere die – aus Sicht der Befragten – unzureichende Sicherheit sowie die mangelnde Kontrolle über den Bezahlprozess und die Ausgaben.

Demgegenüber verzeichnet Mobiles Bezahlen noch vergleichsweise wenige Nutzer, wobei hier deutliche Unterschiede zwischen den Einsatzvarianten festzustellen sind. So sind In-App-Zahlungen mit einem Nutzungsanteil von 60 % bereits relativ verbreitet und auch Mobiles Bezahlen im Internet gewinnt allmählich an Fahrt. Die Nutzungszahlen der übrigen Bezahlformen mit dem Smartphone bewegen sich aber noch auf sehr tiefem Niveau.

Die im Vergleich zu den klassischen Zahlungsmitteln negativere Einschätzung neuer Bezahlformen wie Kontakt-

loses oder Mobiles Bezahlen in der Öffentlichkeit deutet weiter darauf hin, dass bestehende Lösungen entweder die Bedürfnisse der Bezahler noch nicht hinreichend abdecken bzw. noch zu wenige Mehrwerte bieten oder diese teilweise noch nicht erkannt werden.

Kontaktlose und mobile Bezahlverfahren besitzen Steigerungspotenzial

Entgegen der hohen Bekanntheit werden neuere Bezahlverfahren insgesamt noch sehr verhalten genutzt. Zwar sagt ein nicht unbedeutender Teil der Befragten aus, entsprechende Zahlungsmittel allgemein zu nutzen, die effektiven Nutzungszahlen bewegen sich aber noch auf sehr tiefem Niveau. So liegt der Umsatzanteil von Kontaktlosem Bezahlen gemäss Tagebucherhebung erst bei knapp 7%, derjenige von Mobilem Bezahlen sogar unter 2%, was auf einen sehr unregelmässigen Einsatz solcher Bezahlverfahren hinweist.

Trotzdem haben neue Bezahlverfahren das Potenzial, vermehrt zum Einsatz zu kommen, insbesondere unter den Nutzern dieser Verfahren: Über 70 % der Personen, die angeben, neuere Bezahlformen zu nutzen, könnten sich vorstellen, dies inskünftig noch häufiger zu tun – vorausgesetzt, die entsprechenden Grundanforderungen sind erfüllt.

II. Studiendesign

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

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

Mikroperspektive

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

Im Rahmen der Mikroperspektive wurden insgesamt 1018 Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren aus der deutschen, französischen und italienischen Schweiz befragt.

ONLINEBEFRAGUNG

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

Die Befragung dauerte circa 25 Minuten und wurde in der zweiten Hälfte des Monats Oktober 2017 gestaffelt durchgeführt.

ZAHLUNGSTAGEBUCH

Im Anschluss an die Onlinebefragung dokumentierten die Teilnehmer ihr Bezahlverhalten in Form eines Zahlungs-



Abb. 1

II. STUDIENDESIGN

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

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

Makroperspektive

Die Makroperspektive bezieht sich auf die gesamtwirtschaftlichen Grössen und erfasst die Zahlungstransaktionen auf aggregierter Ebene basierend auf dem öffentlich zugänglichen Datenmaterial der Schweizerischen Nationalbank (SNB) bis Ende 2017. Sie gibt ein unverfälschtes Bild über den bargeldlosen Zahlungsverkehr in der Schweiz und mit Schweizer Zahlungskarten im Ausland ab, dies sowohl hinsichtlich Anzahl und Umsatz von bargeldlosen Zahlungsmitteln. Zusätzlich liefert sie Informationen über den effektiven Bargeldbezug mit Zahlungskarten.

STICHPROBE ONLINEBEFRAGUNG UND TAGEBUCH

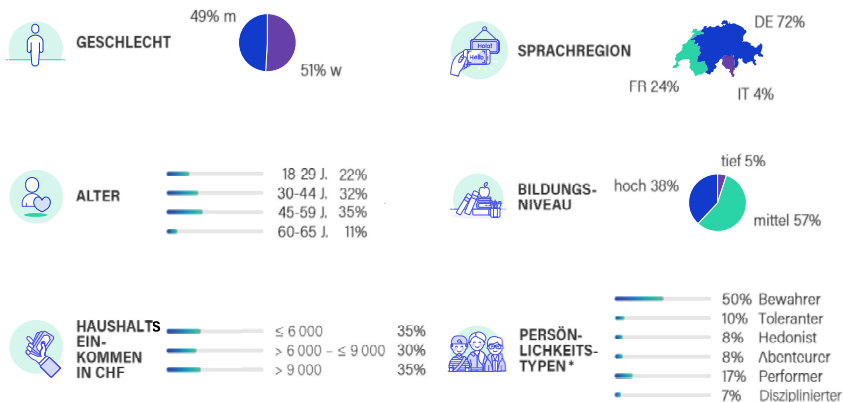


Abb. 2

* basierend auf Limbic[®] Types

Übersicht zum Zahlungstagebuch	
Dauer der Tagebucherhebung	7 TAGE
Anzahl der ausgefüllten Tagebücher	814
Umsatzvolumen	CHF 492 694
Transaktionsvolumen	8 339
Durchschnittliche Transaktionszahl pro Person in der Woche	10,2
Durchschnittliche Transaktionszahl pro Person am Tag	1,5
Durchschnittsbetrag pro Transaktion	CHF 59,08

Tabelle 1

III. Bekanntheit und Image von Zahlungsmitteln

Bekanntheit von Zahlungsmitteln

Nicht nur traditionelle Zahlungsmittel sind in der Schweiz sehr bekannt, auch neuere Bezahlformen wie das kontaktlose Bezahlen («Contactless Payment») geniessen hohe Bekanntheitswerte (vgl. Abb. 3). So geben 90 % der Befragten an, kontaktloses Bezahlen mit der Debitkarte zu kennen; beim kontaktlosen Bezahlen mit der Kreditkarte sind es sogar 95 %.

Mobiles Bezahlen («Mobile Payment») im stationären Handel («Proximity Mobile Payment») ist mit einem Bekanntheitsgrad von 94 % bereits sehr präsent, im Internet («Remote Mobile Payment») etwas weniger (88 %). Zahlungen innerhalb mobiler Anwendungen (sog. «In-App»-Zahlungen) kennen 91 % der Befragten. Zahlungen per Mobiltelefon zwischen Personen im Inland («Peer-to-Peer» bzw. «P2P») sind bekannter (73 %) als solche über die Landesgrenze (60 %). In diesem Zusammenhang funktioniert die Wiedererkennung weniger über die Bezeichnung der Bezahlformen, sondern häufig über die einzelnen Zahlungsanbieter oder deren Brands (z. B. PayPal, Twint).

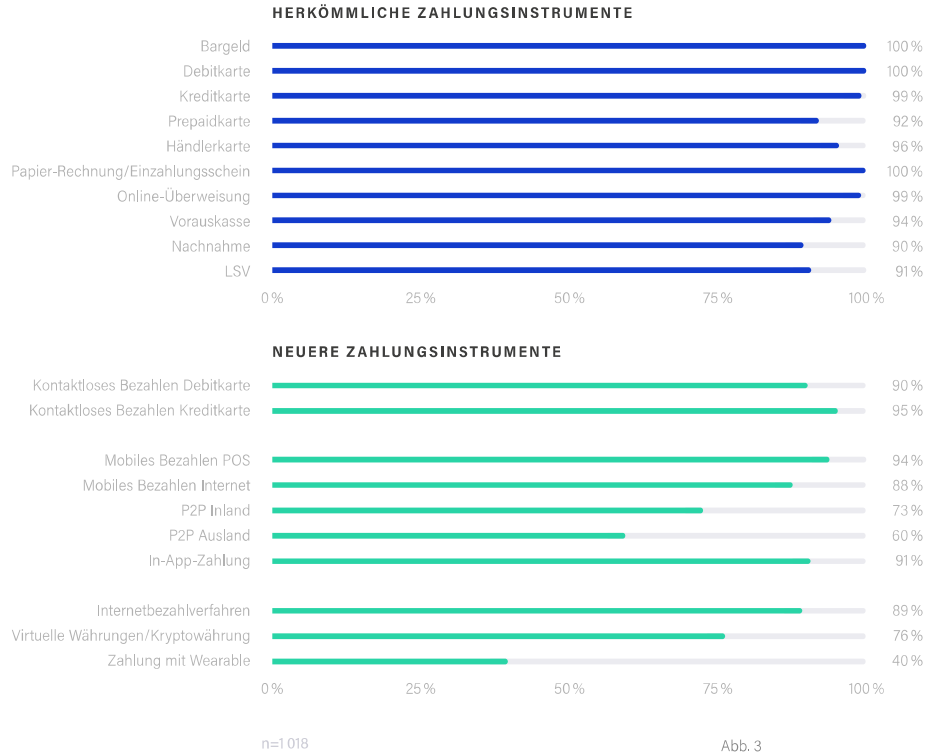


Abb. 3
Frage: Bitte geben Sie an, welche der aufgeführten Zahlungsmittel/Bezahlarten Sie kennen.
Basis: Alle Befragten

III. BEKANNTHEIT UND IMAGE VON ZAHLUNGSMITTELN

Einstellung zu Zahlungsmitteln

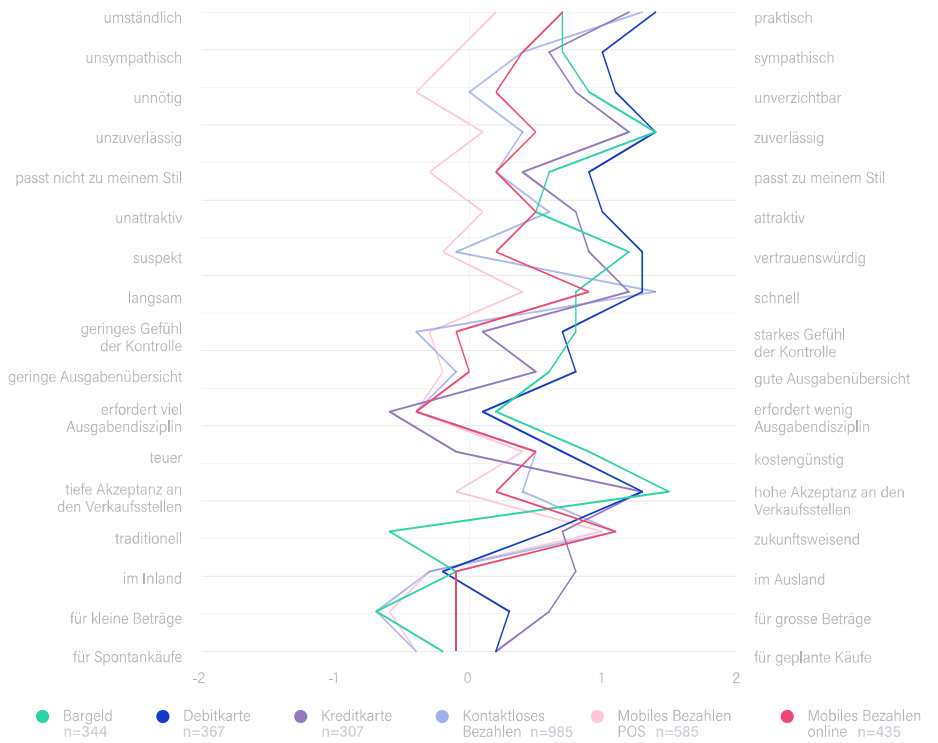
Die Debitkarte (Maestro-Karte, PostFinance Card/Postkarte, V PAY) ist das beliebteste Zahlungsmittel der Schweizer Bevölkerung (vgl. Abb. 4). Die Debitkarte wird als sympathischer, praktischer und vertrauenswürdiger beurteilt als andere Zahlungsmittel und gilt für viele als unverzichtbar. Bargeld hingegen – lange Zeit starker Sympathieträger der Schweizerinnen und Schweizer – hat (insbesondere gegenüber der Debitkarte) deutlich an Attraktivität eingebüsst.

Die Kreditkarte wird nach wie vor sehr stark mit dem Bezahlen im Ausland, mit dem Bezahlen von grossen Beträgen und mit Spontankäufen assoziiert.

Die neueren Bezahlmethoden wie Kontaktloses oder Mobiles Bezahlen werden in der Tendenz negativer wahrgenommen als die traditionellen Zahlungsmittel Bargeld, Debitkarte und Kreditkarte. Dies deutet darauf hin, dass bestehende Lösungen solcher neuartigen Verfahren entweder die Bedürfnisse der Bezahler noch nicht hinreichend abdecken bzw. noch zu wenige Mehrwerte bieten oder diese teilweise noch nicht erkannt werden. Zu beachten gilt, dass die Bewertung dieser Zahlungsmittel bei Nichtnutzern wesentlich schlechter ausfällt als bei Nutzern.

Obschon die Nutzung von Kontaktlosem Bezahlen zunimmt, wird das Kontaktlose Bezahlen als deutlich unsympathischer, unzuverlässiger und weniger vertrauenswürdig als die herkömmlichen Zahlungsmittel eingestuft. Zudem verbinden die Befragten das Kontaktlose Bezahlen mit weniger Kontrolle beim Bezahlen, höheren Anforderungen an die Ausgaben disziplin (Schuldenfalle) und tieferer Akzeptanz an den Verkaufsstellen.

Was Mobiles Bezahlen betrifft, gehen die Meinungen auseinander: Während Mobiles Bezahlen vor Ort/am POS



(z. B. Apple Pay, Samsung Pay, Twint) wenig Zuspruch findet, wird Mobiles Bezahlen im Internet/Onlineshop (z. B. PayPal, Twint) gesamthaft deutlich positiver beurteilt.

Abb. 4

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

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

IV. Blick ins Portemonnaie

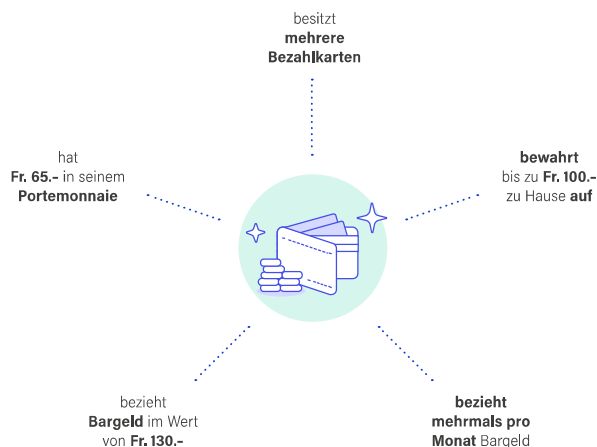
Bargeldbezug und Bargeldbestand

Bargeld gilt für die meisten Schweizerinnen und Schweizer nach wie vor als unverzichtbar. Dies zeigt auch ein Blick ins Portemonnaie von Herrn und Frau Schweizer (vgl. Abb. 5): So haben die meisten Personen zumindest noch etwas Kleingeld im Portemonnaie oder in der Hosentasche; im Durchschnitt sind es zwischen 20 und 120 Fr. Lediglich 2% geben an, kein Bargeld mit sich zu führen.

Bezüglich Bargeldbesitz sind soziodemografische Unterschiede zu beobachten: So tragen Männer deutlich höhere Geldbeträge (zwischen 20 und 150 Fr.) mit sich als Frauen (zwischen 20 und 100 Fr.); gleichzeitig geben Männer aber auch wesentlich häufiger an, überhaupt kein Bargeld im Portemonnaie oder in der Hosentasche mitzuführen.

Ebenfalls hängen insbesondere ältere Personen noch stark am Bargeld, was sich mitunter auch darin äussert, dass Personen ab 45 Jahren erheblich mehr Bargeld besitzen als jüngere.

DER DURCHSCHNITTLICHE SCHWEIZER...



n=814

Abb. 5

Hinweis: Die Durchschnittswerte beziehen sich auf den Median.

IV. BLICK INS PORTEMONNAIE

Neben Bargeld besitzen die meisten Schweizer mehrere Zahlungskarten (vgl. Abb. 6). So verfügen 94 % der befragten Personen über eine Debitkarte, 90 % über eine Kreditkarte und 40 % über eine Händlerkarte mit Bezahlfunktion (Globus-Karte, MyOne-Karte etc.). Auf einen Besitzer der entsprechenden Zahlungskarte entfallen somit 1,6 Debitkarten, 1,5 Kreditkarten sowie 1,8 Händlerkarten. Männer sowie Personen mit höherem Einkommen besitzen dabei für gewöhnlich mehr Kreditkarten als Frauen und Personen mit tieferem Einkommen.

Ein Blick in die digitale Geldbörse ergibt zudem, dass 64 % der Befragten gemäss eigener Aussage eine App mit integrierter Bezahlfunktion auf ihrem Handy installiert haben (z. B. iTunes, PayPal, SBB Mobile App), wobei unter 45-Jährige deutlich mehr solcher Apps besitzen. Des Weiteren gibt knapp jeder dritte Befragte (32 %) an, eine oder mehrere Bezahl-Apps (z. B. Apple Pay, PayPal, Twint) auf seinem Smartphone zu besitzen, wobei die Personen im Schnitt 1,2 solcher Apps installiert haben.

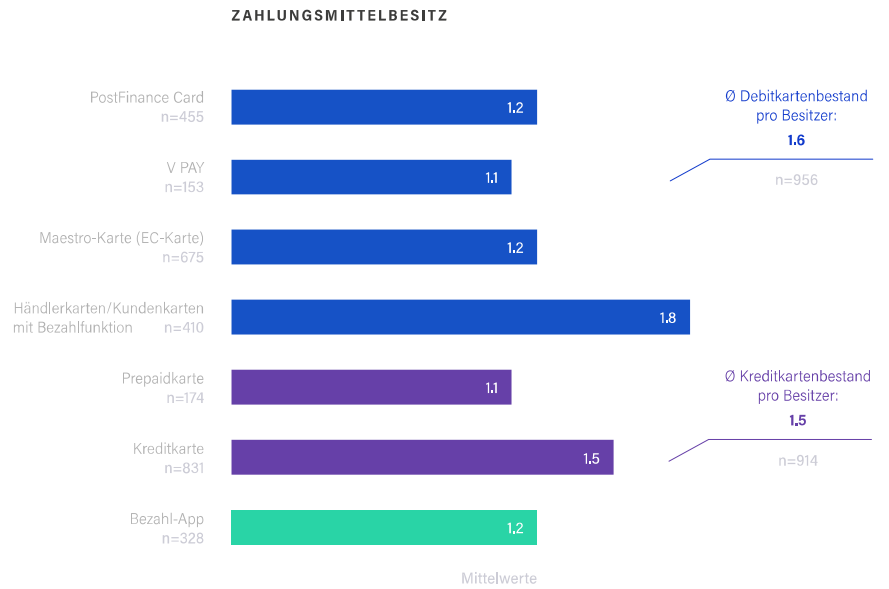


Abb. 6
 Frage: Welche der aufgeführten herkömmlichen Zahlungsmittel besitzen Sie persönlich? Bitte geben Sie die jeweilige Anzahl an.
 Basis: Zahlungsmittel, die der Befragte kennt; nur Besitzer des entsprechenden Zahlungsmittels

V. Kriterien für die Zahlungsmittelwahl

So einfach der Entscheid für ein Zahlungsmittel auch scheint, jede Zahlungsmittelwahl ist das Ergebnis eines mehr oder weniger extensiven Entscheidungsprozesses. Je nach Situation und Person spielen dabei unterschiedliche Faktoren eine Rolle, die diese Wahl beeinflussen und den Entscheid für ein bestimmtes Zahlungsmittel begünstigen oder hemmen.

Da dieser Prozess vielfach unbewusst und automatisiert abläuft, ist es für die Personen meist schwierig zu erkennen, was ihnen bei der Wahl eines Zahlungsmittels wichtig ist bzw. sie empfinden häufig alle oder fast alle Kriterien als wichtig. Aus diesem Grund sind direkte Fragen nach der Relevanz einzelner Kriterien in der Regel wenig zielführend, weil die daraus resultierenden Ergebnisse keine differenzierte Beurteilung zulassen.

Um Aufschluss über die realen Präferenzen der Befragten zu erhalten, kam im Rahmen der vorliegenden Studie deshalb ein spezielles Verfahren zur Präferenzmessung (sog. MaxDiff-Analyse) zur Anwendung, welches die Ableitung der relativen Wichtigkeiten aus der Beurteilung verschiedener, auf der Basis experimentell zusammengestellter Kriterien-Sets ermöglicht.

Top 3: Anteil «am wichtigsten»

PRÄSENZGESCHÄFT

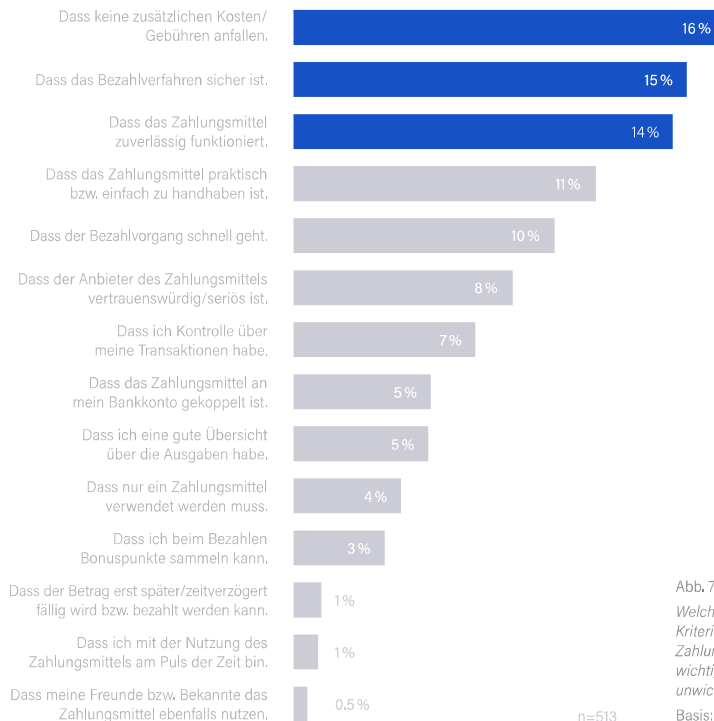


Abb. 7
Welches der aufgeführten Kriterien ist für Sie bei der Zahlungsmittelwahl am wichtigsten und welches am unwichtigsten?
Basis: Alle Befragten

n=513

V. KRITERIEN FÜR DIE ZAHLUNGSMITTELWAHL

Wie aus der Analyse hervorgeht, ist das wichtigste Kriterium bei der Wahl eines Zahlungsmittels im stationären Handel (Präsenzgeschäft), dass keine zusätzlichen Gebühren anfallen, dicht gefolgt von Sicherheit und Zuverlässigkeit (vgl. Abb. 7).

Auch beim Bezahlen im Internet (Distanzgeschäft) zählen diese drei Kriterien zu den wichtigsten Treibern für die Zahlungsmittelwahl, im Gegensatz zum Präsenzgeschäft stellt die Sicherheit hier aber mit Abstand das wichtigste Kriterium dar. An zweiter Stelle steht, dass keine zusätzlichen Kosten anfallen, gefolgt von der Zuverlässigkeit des Zahlungsmittels (vgl. Abb. 8).

Als wenig relevant angesehen wird, dass Freunde und Bekannte das Zahlungsmittel ebenfalls nutzen und dass man mit der Nutzung des Zahlungsmittels am Puls der Zeit ist. Daraus lässt sich schliessen, dass die Zahlungsmittelwahl in der Regel wenig über soziale Normierung funktioniert. Vergleichsweise weniger relevant sind auch Bonusprogramme, integrierte Bezahlösungen und zeitverzögertes Bezahlen.

Top 3: Anteil «am wichtigsten»

DISTANZGESCHÄFT

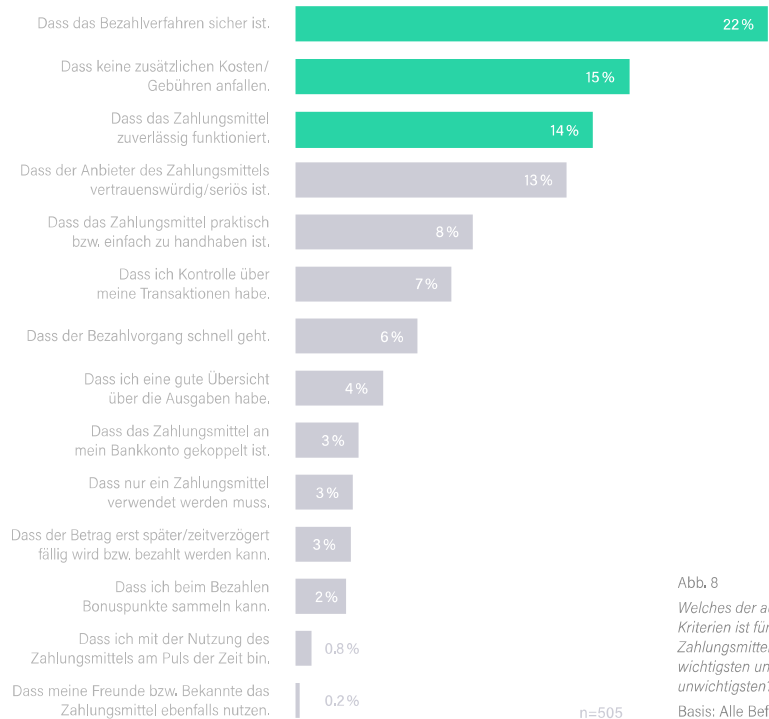


Abb. 8
Welches der aufgeführten Kriterien ist für Sie bei der Zahlungsmittelwahl am wichtigsten und welches am unwichtigsten?
Basis: Alle Befragten

n=505

VI. Zahlungsverhalten

Verschiedene Zahlungstypen

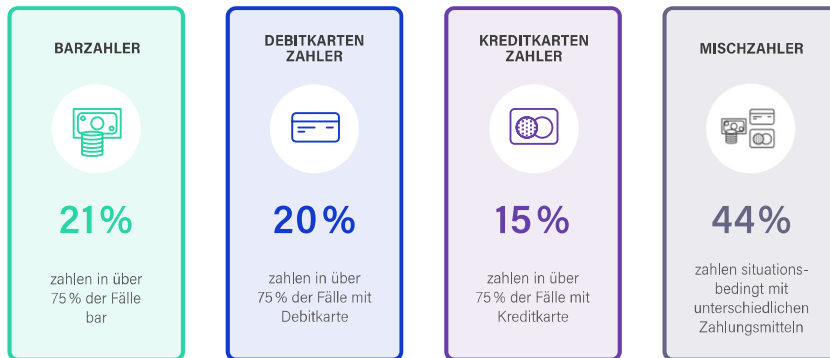
Der Zahlungsmarkt ist sehr heterogen. Es gibt viele unterschiedliche Bezahlverfahren und -anbieter, zugleich aber auch ein breites Spektrum verschiedener Nutzerpräferenzen. Dabei sind reine Bar- und Kreditkartenzahler generell eher die Ausnahme; ein grosser Teil der Personen sind Mischzahler und bevorzugen je nach Zahlungssituation und Betragshöhe unterschiedliche Zahlungsmittel (vgl. Abb. 9).

Der typische Barzahler ist in der Regel weiblich, über 45 Jahre alt, sicherheitsliebend und traditionsbewusst. Er ist Neuerungen (z. B. neue Bezahlformen) gegenüber skeptisch eingestellt und nutzt neue Technologien erst, wenn sich diese bewährt haben.

Debitkartenzahler sind generell ebenfalls vermehrt weibliche Personen. Sie sind eher risikofreudig und schätzen das Vertraute, stehen Neuem aber aufgeschlossener gegenüber als Barzahler.

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

Insbesondere Bar- und Kreditkartenzahler sind überzeugte Verfechter ihres bevorzugt genutzten Zahlungsmittels. Sie beurteilen dieses deutlich positiver als die anderen Zahlungstypen. Bei Debitkartenzahlern ist keine derart ausgeprägte Präferenz feststellbar.



n=832

Abb. 9

Nutzung verschiedener Zahlungsmittel

Aus der Untersuchung geht hervor, dass Bargeld mit einem Anteil von 49% an den Gesamttransaktionen zwar nach wie vor das am häufigsten genutzte Zahlungsinstrument (insbesondere in der Altersgruppe der über 45-Jährigen) darstellt, bezogen auf den Umsatz liegen Bartransaktionen (20%) jedoch hinter Online-Überweisungen (29%) und Debitkartenzahlungen (25%) zurück (vgl. Tabelle 2).

Neben Bargeld mit Abstand das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel gemäss Selbsteinschätzung ist die Online-Überweisung, 94% der Befragten geben an, diese Bezahlform zu nutzen (vgl. Abb. 10). Dabei machen Online-Überweisungen in der Westschweiz verglichen mit der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz einen deutlich grösseren Umsatzanteil aus.

Ebenfalls weit verbreitet sind Kartenzahlungen. 91% der Befragten nutzen eine Debitkarte, 83% eine Kreditkarte. Händlerkarten werden von 35% aller Befragten eingesetzt. In der französischen und italienischen Schweiz wird wesentlich öfter als in der Deutschschweiz mit Debitkarte auf herkömmliche Weise (d.h. nicht kontaktlos) bezahlt, der wertmässige Transaktionsanteil ist in der Deutschschweiz aber vergleichsweise höher.

Gleichzeitig ist die (anzahl- und wertmässige) Nutzung der Debitkarte auf herkömmliche Weise bei den weiblichen Personen deutlich verbreiteter als bei männlichen, umgekehrt liegt der Umsatzanteil von Kreditkartenzahlungen bei Männern höher als bei Frauen.

Mit Blick auf neuere Bezahlmethoden zeigt sich ein durchzogenes Bild: Durch die kontinuierlich wachsende Bedeutung des E-Commerce haben spezialisierte Internetbezahlverfahren wie PayPal, Sofortüberweisung oder Twint in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen. Gut 50% der Befragten geben an, zumindest gelegentlich solche Bezahlverfahren zu nutzen.



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

In der Zwischenzeit ebenfalls verbreitet sind kontaktlose Bezahlverfahren. Kontaktloses Bezahlen mit Kreditkarte wird bereits von der Hälfte der Befragten eingesetzt. Auch auf dem Vormarsch ist das Kontaktlose Bezahlen mit Debitkarte, aufgrund der noch geringeren

Verbreitung kontaktlosfähiger Debitkarten (Ende 2017 waren 51% aller sich im Umlauf befindenden Debitkarten mit Kontaktlosfunktion ausgestattet) hinkt dieses Bezahlverfahren mit 34% Nutzungsanteil aber noch hinterher (vgl. Abb. 10).

VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

Ausgehend von der aktuellen Datenlage und der bisherigen Entwicklung ist jedoch zu erwarten, dass bei zunehmendem kontaktlos-Kartenbestand der Nutzungsanteil von kontaktlosem Bezahlen mit Debitkarte denjenigen mit Kreditkarte innerhalb von 1-2 Jahren überholen wird.

Aktuell noch nicht etablieren konnten sich hingegen mobile Bezahlfverfahren. Zwar sind drei von fünf Personen (60%) mit Zahlungen innerhalb mobiler Anwendungen («In-App»-Zahlungen) vertraut, andere Formen von Mobilem Bezahlen werden aber noch vergleichsweise verhalten genutzt (vgl. Abb. 9). Nur jeder fünfte Befragte (20%) nutzt Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft (z.B. Apple Pay, Samsung Pay, Twint); beim Mobilem Bezahlen im Internet (z.B. PayPal, Twint) sind es mit 27% etwas mehr. «Peer-to-Peer»-Lösungen wie z.B. PayPal oder Twint zum Verschicken und Empfangen von Geld nutzen derzeit 18%. Als Gründe für die Nichtnutzung wurden in erster Linie die – in der Wahrnehmung der Befragten – unzureichende Sicherheit sowie fehlende Mehrwerte im Vergleich zu herkömmlichen Zahlungsmitteln genannt.

In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass die generellen Angaben zur Zahlungsmittelnutzung gemäss Onlinebefragung im Fall der neueren Bezahlfverfahren nicht

ZAHLUNGSMITTEL NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Median
Bargeld	90 716.42	20,1	3 827	48,8	10,20
Debitkarte herkömmlich	102 360,06	22,7	1 359	17,3	29,70
Kontaktloszahlen mit Debitkarte	12 090.86	2,7	408	5,2	15,28
Kreditkarte herkömmlich	52 476.33	11,6	655	8,3	44,01
Kontaktloszahlen mit Kreditkarte	17 833.94	4,0	497	6,3	16,28
Prepaidkarte	1 000.28	0,2	56	0,7	7,59
Händlerkarten/Kundenkarten	6 821.65	1,5	163	2,1	18,02
Auf Rechnung	11 383.76	2,5	65	0,8	104,04
Online-Überweisung (E-Banking)	132 657.53	29,4	332	4,2	135,56
Vorauskasse	2 740.02	0,6	29	0,4	6,66

Tabelle 2

→

VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

mit den effektiven Nutzungszahlen auf Basis der Tagebuchehebung übereinstimmen. Grund dafür ist, dass die Onlineerhebung im Wesentlichen die einmalige Nutzung gemäss Selbsteinschätzung der Befragten misst, die Tagebuchehebung jedoch auch die Einsatzhäufigkeit der Zahlungsmittel mit berücksichtigt. Da insbesondere neuere Zahlungsmittel häufig unregelmässig genutzt werden, resultieren daraus tiefere Transaktions- und Umsatzanteile. So liegt der Umsatzanteil von Kontaktlosem Bezahlen gemäss Tagebuchehebung erst bei knapp 7 %, derjenige von Mobilem Bezahlen bei 1,4%. Daraus lässt sich folgern, dass neue Verfahren wie Kontaktloses oder Mobiles Bezahlen bezogen auf das gesamte Marktvolumen zum aktuellen Zeitpunkt noch keine wesentliche Rolle spielen.

Im Alltagsgebrauch noch wenig relevant sind innovative Zahlungsmitteltechnologien wie «Wearables» oder virtuelle Währungen. Trotz der hohen Medienpräsenz handelt es sich hierbei zum aktuellen Zeitpunkt um Nischenprodukte, die bislang noch keinen Eingang in das alltägliche Zahlungsverhalten gefunden haben.

Männer sowie Personen unter 30 Jahren sind generell technikaffiner und nutzen neuere Bezahlförmern wie Kontaktloses oder Mobiles Bezahlen deutlich häufiger.

ZAHLUNGSMITTEL NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Median
Einzahlung Postschalter	6 059,53	1,3	5	0,1	53,87
Lastschriftverfahren (LSV)	2 320,33	0,5	16	0,2	40,81
Mobiles Bezahlen am POS	2 908,06	0,6	110	1,4	14,14
Mobiles Bezahlen im Internet	1 271,27	0,3	18	0,2	31,58
Mobiles Bezahlen P2P	396,95	0,1	10	0,1	12,63
In-App-Zahlung	1 879,9	0,4	132	1,7	8,94
Internetbezahlverfahren	4 183,00	0,9	38	0,5	75,44
Andere	2 285,78	0,5	131	1,7	9,91
Summe	451 385,67	100,0	7 851	100,0	

Tabelle 2

Debitkarte

Die Beliebtheit der Debitkarte zeigt sich zusätzlich in der im Vergleich zur Kreditkarte mehr als doppelten Einsatzhäufigkeit. Mit inländischen Debitkarten wurden in 2017 knapp 820 Mio. Transaktionen abgewickelt – davon 95 % im In- und 5 % im Ausland (vgl. Abb. 11). Von 2005 bis 2017 sind die inländischen Debitkartentransaktionen um das Dreifache gestiegen. Kontaktlose Debitkartenzahlungen machten 2017 12% der Präsenzzahlungen im Inland aus (vgl. Abb. 12).

Mit Schweizer Debitkarten wurden in 2017 rund 48 Mia. Fr. umgesetzt – davon rund 45 Mia. Fr. (ca. 93 %) im In- und rund 3 Mia. Fr. (ca. 7 %) im Ausland (vgl. Abb. 13). Der Umsatz hat sich seit 2005 verdoppelt. 5 % des inländischen Debitkartenumsatzes in der Schweiz am stationären Verkaufspunkt wurden 2017 kontaktlos generiert (vgl. Abb. 14).

Im Durchschnitt machte eine erwachsene Person in der Schweiz in 2017 117 Debitkartentransaktionen – davon 112 (95 %) im In- und 5 (5 %) im Ausland (vgl. Abb. 15). Von 2005 bis 2017 hat sich der Debitkarteneinsatz pro Kopf fast verdreifacht.

Der Jahresumsatz der Debitkarte pro Kopf einer erwachsenen Person belief sich in 2017 auf 6 849 Fr. (vgl. Abb. 16). Seit 2005 haben sich die Ausgaben pro Kopf beinahe verdoppelt.

ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT INLÄNDISCHER DEBITKARTEN

Analyse SNB-Daten – in Mio.

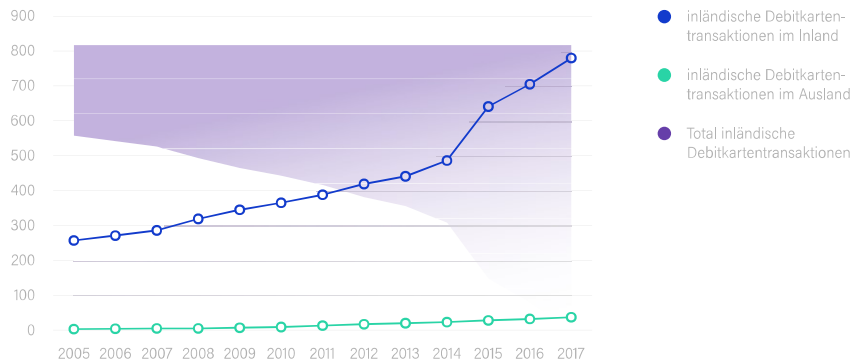


Abb. 11

TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT INLÄNDISCHER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN IM JAHR 2017 IM INLAND

Analyse SNB-Daten – in Mio.

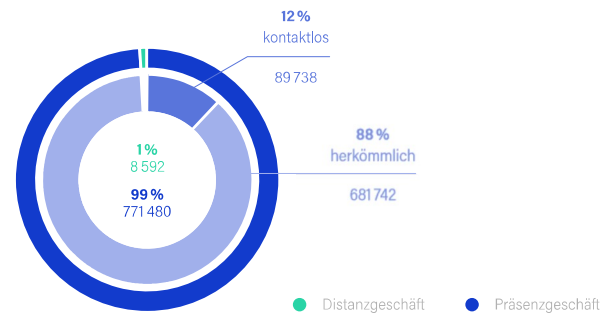


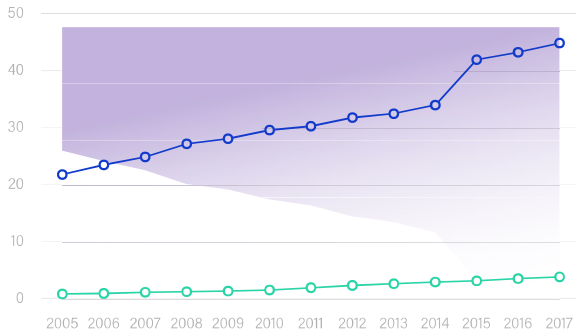
Abb. 12

VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

ENTWICKLUNG UMSATZ INLÄNDISCHER DEBITKARTEN

Abb. 13

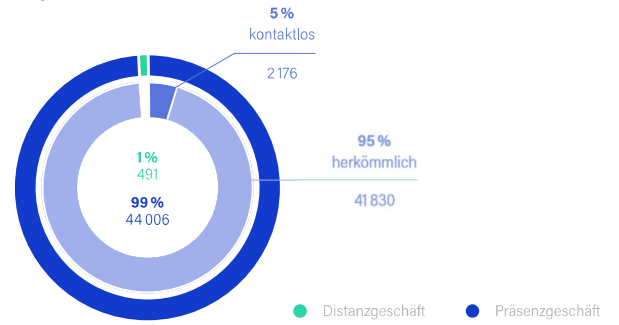
Analyse SNB-Daten - in Mio. CHF



UMSATZ INLÄNDISCHER KONTAKTLOSER DEBITKARTEN IM JAHR 2017 IM INLAND

Abb. 14

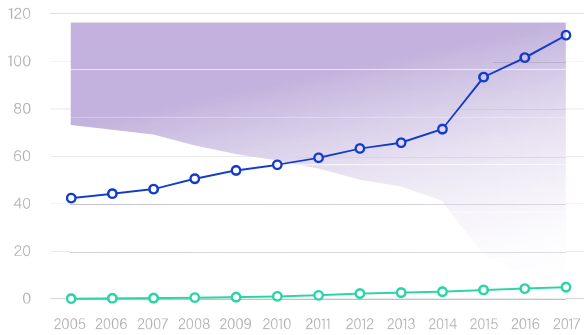
Analyse SNB-Daten - in Mio. CHF



ANZAHL DEBITKARTENTRANSAKTIONEN PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 15

Analyse SNB-Daten

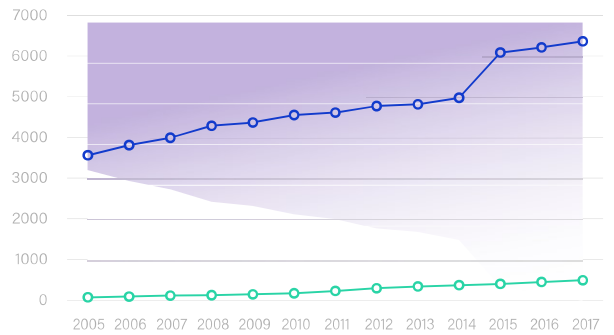


- inländische Debitkartentransaktionen im Inland
- inländische Debitkartentransaktionen im Ausland
- Total inländische Debitkartentransaktionen

JAHRESUMSATZ DER DEBITKARTE PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 16

Analyse SNB-Daten - in CHF



VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

Kreditkarte

Mit inländischen Kreditkarten wurden in 2017 rund 400 Mio. Transaktionen abgewickelt – davon 60 % im In- und 40 % im Ausland (vgl. Abb. 17). Dies entspricht rund der Hälfte der Transaktionen mit Debitkarten. Ein Drittel der Präsenzzahlungen im Inland waren dabei Kontaktloszahlungen (vgl. Abb. 18).

Von 2005 bis 2017 sind die inländischen Kreditkartentransaktionen um 270 % gewachsen.

Mit Schweizer Kreditkarten wurden in 2017 rund 40 Mia. Fr. umgesetzt – davon rund 21 Mia. Fr. (ca. 53 %) im In- und rund 19 Mia. Fr. (ca. 47 %) im Ausland (vgl. Abb. 19). Der Umsatz hat sich seit 2005 fast verdoppelt, 14 % des inländischen Kreditkartenumsatzes in der Schweiz am stationären Verkaufspunkt wurden im Jahr 2017 kontaktlos generiert (vgl. Abb. 20).

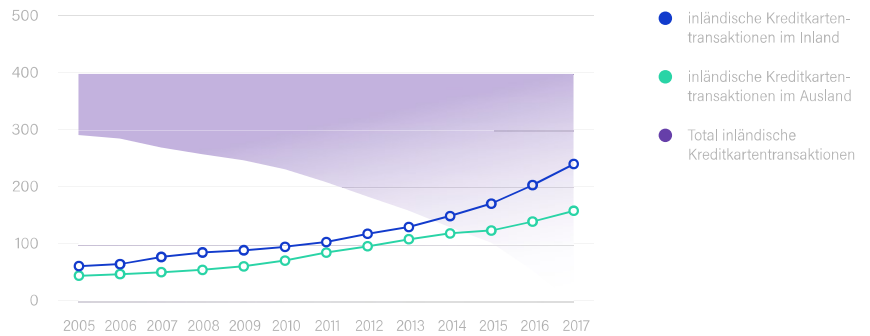
Im Durchschnitt machte eine erwachsene Person in der Schweiz in 2017 57 Kreditkartentransaktionen – davon 35 (60 %) im In- und 23 (40 %) im Ausland (vgl. Abb. 21). Die inländische Kreditkarte wurde somit in 2017 pro Kopf knapp halb so viel mal verwendet wie die Debitkarte. Von 2005 bis 2017 hat sich der Kreditkarteneinsatz pro Kopf mehr als verdreifacht.

Der Jahresumsatz der Kreditkarte pro Kopf einer erwachsenen Person belief sich in 2017 auf 5 766 Fr. (vgl. Abb. 22).

ENTWICKLUNG TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT INLÄNDISCHER KREDITKARTEN

Analyse SNB-Daten – in Mio.

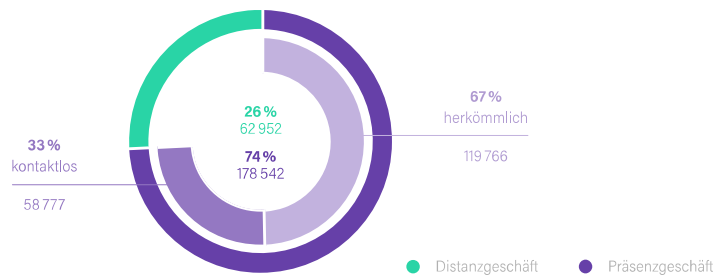
Abb. 17



TRANSAKTIONSHÄUFIGKEIT INLÄNDISCHER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN IM JAHR 2017 IM INLAND

Analyse SNB-Daten – in Mio.

Abb. 18

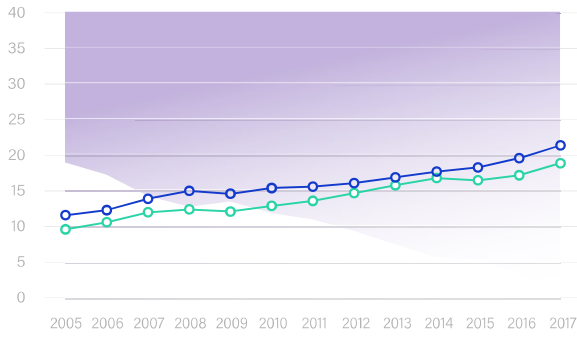


VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

ENTWICKLUNG UMSATZ INLÄNDISCHER KREDITKARTEN

Abb. 19

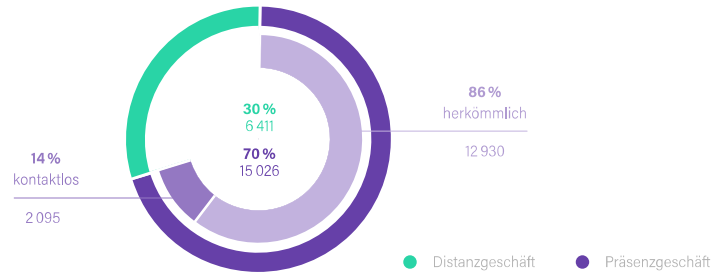
Analyse SNB-Daten - in Mio. CHF



UMSATZ INLÄNDISCHER KONTAKTLOSER KREDITKARTEN IM JAHR 2017 IM INLAND

Abb. 20

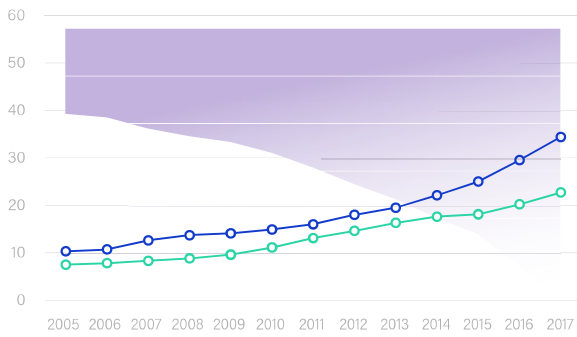
Analyse SNB-Daten - in Mio. CHF



ANZAHL KREDITKARTENTRANSAKTIONEN PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 21

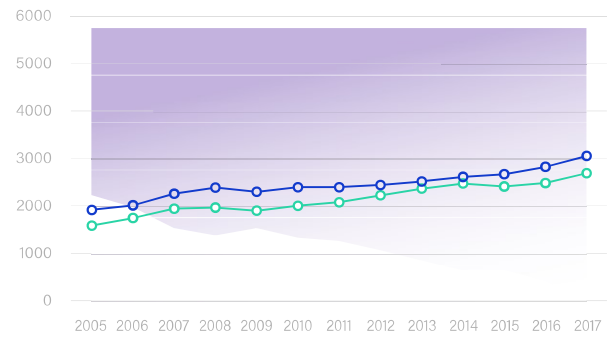
Analyse SNB-Daten



JAHRESUMSATZ DER KREDITKARTE PRO KOPF DER ERWACHSENEN BEVÖLKERUNG

Abb. 22

Analyse SNB-Daten - in CHF



Zahlungsverhalten in Abhängigkeit des Zahlbetrages

Wie die Analyse des Zahlungstagebuchs zeigt, hat die Höhe des Zahlbetrages einen massgeblichen Einfluss auf die Wahl des Zahlungsmittels, dies sowohl im Präsenz- wie auch im Distanzgeschäft (vgl. Abb. 23 bis 26). Demnach ist Bargeld im stationären Handel für Zahlungen bis 50 Fr. nach wie vor das mit Abstand am häufigsten verwendete Zahlungsinstrument. Ein Grossteil der Bartransaktionen (71%) entfällt auf Kleinbeträge bis 20 Fr, davon ein knapper Drittel (27%) auf Kleinstbeträge bis 5 Fr. (vgl. Abb. 23 und 24).

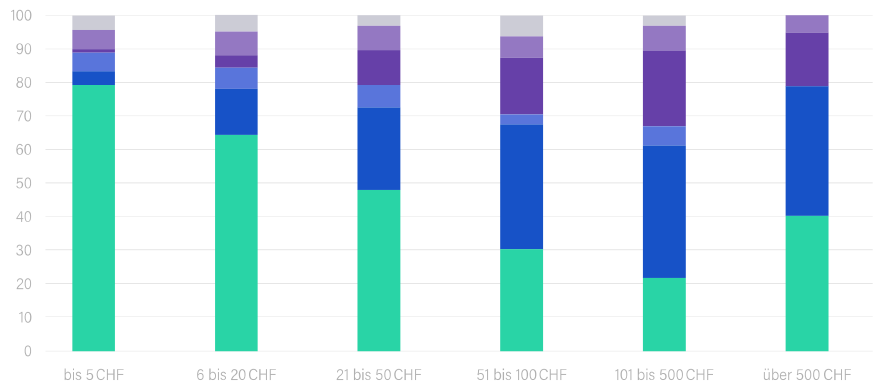
Kartenzahlungen werden am POS grundsätzlich ab Beträgen über 5 Fr. relevant. Während die herkömmliche Debitkarte allerdings bereits im Betragsbereich zwischen 6 und 20 Fr. vermehrt eingesetzt wird, gelangt die Kreditkarte in der Regel erst ab 20 Fr. zum Einsatz. Demgegenüber hat beim kontaktlosen Bezahlen die Höhe des Betrags keinen merklichen Einfluss auf die Wahl des entsprechenden Zahlungsmittels (Debit- oder Kreditkarte).

- Andere Zahlungsmittel
- Kontaktloszahlen mit Kreditkarte
- Kreditkarte herkömmlich
- Kontaktloszahlen mit Debitkarte
- Debitkarte herkömmlich
- Barzahlung

ZAHLUNGSMITTEL NACH BETRAGSBEREICH: PRÄSENZGESCHÄFT IM INLAND

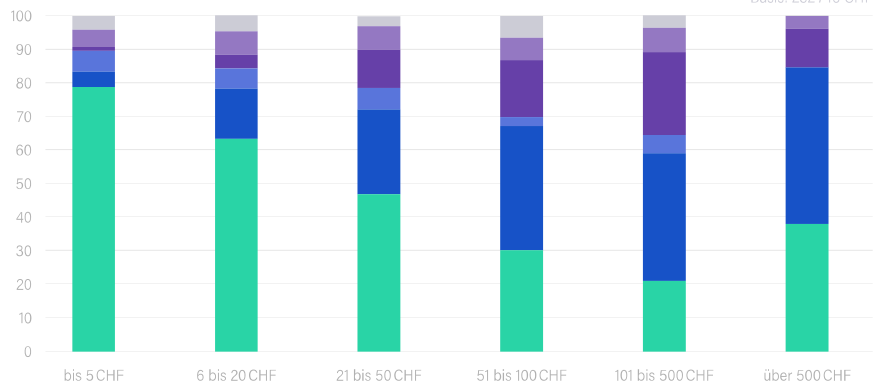
Transaktionsanteile in %, gemäss Tagebuch

Abb. 23
Basis: 6'788



Umsatzanteile in %, gemäss Tagebuch

Abb. 24
Basis: 252'746 CHF



VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

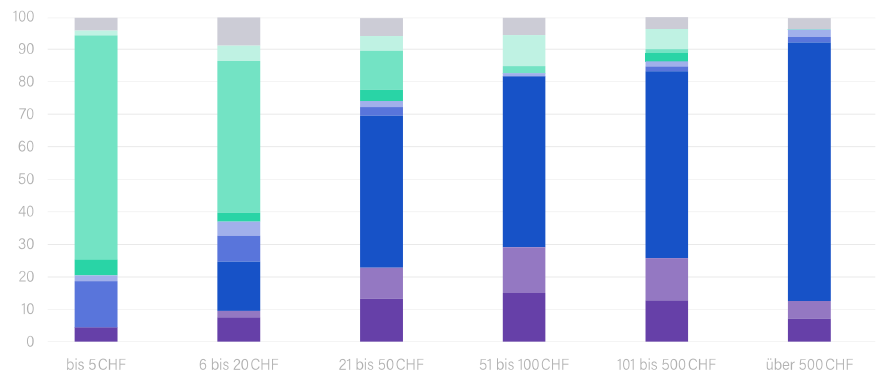
Die Übergangsschwelle von Bar- zu Kartentransaktionen – also derjenige Punkt, wo der Anteil Kartentransaktionen denjenigen der Bartransaktionen überwiegt – liegt im Bereich zwischen 20 und 50 Fr, wobei der Anteil der Kartenzahlungen mit steigender Betragshöhe bis zu 500 Fr zunimmt. Bei Beträgen oberhalb dieses Werts gewinnt Bargeld jedoch wieder verstärkt an Relevanz.

Im Distanzgeschäft sind bei Kleinbetragstransaktionen bis 20 Fr. «In-App»-Zahlungen vorherrschend (vgl. Abb. 25 und 26). Beträge oberhalb dieser Schwelle werden überwiegend durch Online-Überweisung beglichen. Bei steigender Betragshöhe gewinnen zudem auch die Kreditkarte sowie die Papierrechnung an Bedeutung, basierend auf der subjektiven Einschätzung der Befragten dürfte aber insbesondere in Bezug auf die Papierrechnung in Zukunft eine eher rückläufige Entwicklung zu erwarten sein.

ZAHLUNGSMITTEL NACH BETRAGSBEREICH: DISTANZGESCHÄFT IM INLAND

Transaktionsanteile in %, gemäss Tagebuch

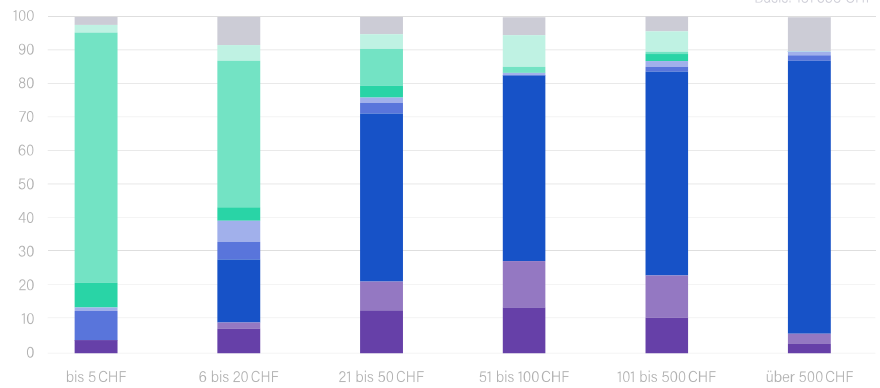
Abb. 25
Basis: 751



Umsatzanteile in %, gemäss Tagebuch

Abb. 26
Basis: 181 658 CHF

- Andere Zahlungsmittel
- Internetbezahlverfahren
- In-App-Zahlung
- Mobiles Bezahlen Online
- LSV
- Vorauskasse
- Online-Überweisung
- Rechnung
- Kreditkarte



Zahlungsverhalten in Abhängigkeit der Bezahl-situation

Die Zahlungsmittelwahl ist auch abhängig von der Bezahl-situation und dem Zahlungsort bzw. Zahlungszweck.

Rein mengenmässig konzentriert sich der Grossteil (90%) der Transaktionen (im Inland) auf das Präsenzge-schäft, das Distanzgeschäft macht lediglich 10% aller ge-tätigten Transaktionen aus. Gemessen am Umsatz fallen die Unterschiede aber deutlich kleiner aus: Aufgrund der verhältnismässig hohen Transaktionsbeträge erreicht das Distanzgeschäft einen beachtlichen Anteil von 42% am gesamten Umsatzvolumen (vgl. Abb. 27).

Im stationären Handel entfällt mit 37% der grösste An-teil der Umsätze auf Debitkartentransaktionen, dicht gefolgt von Bartransaktionen mit 36% (vgl. Tabelle 3). Dies ver-deutlicht den weiterhin hohen Stellenwert von Bargeld im Präsenzgeschäft.

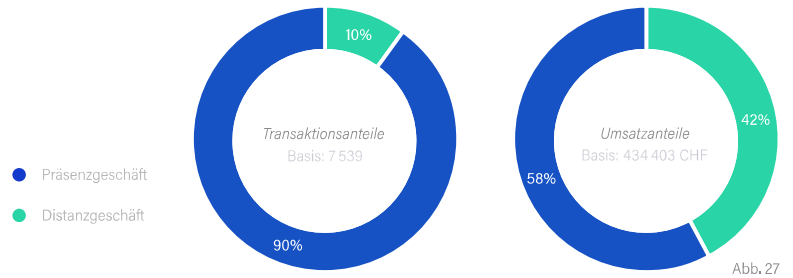


Abb. 27

Präsenzgeschäft

ZAHLUNGSMITTEL NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatz-anteil in %	Anzahl Trans-aktionen	Trans-aktions-anteil in %	Median
Bargeld	90 716.42	35,9	3 827	56,4	10,20
Debitkarte herkömmlich	82 629.26	32,7	1 291	19,0	29,86
Kontaktloszahlen mit Debitkarte	11 596.15	4,6	389	5,7	15,45
Kreditkarte herkömmlich	40 933.36	16,2	524	7,7	45,63
Kontaktloszahlen mit Kreditkarte	16 844.21	6,7	458	6,7	16,02
Prepaidkarte	896.37	0,4	51	0,8	7,86
Händlerkarten/Kundenkarten	6 377.76	2,5	146	2,1	19,21
Mobiles Bezahlen am POS	2 752.11	1,1	102	1,5	14,07
Summe	252 745.64	100,0	6 788	100,0	

Tabelle 3

VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

Distanzgeschäfte werden überwiegend per Online-Überweisung beglichen (vgl. Tabelle 4), 44% der getätigten Zahlungen erfolgen via Online-Überweisung oder E-Banking, was einen umsatzmässigen Anteil von 73% ausmacht. Für 11% der getätigten Zahlungen wird die Kreditkarte eingesetzt (Umsatzanteil von 6%), weitere knapp 9% werden per Rechnung beglichen (Umsatzanteil von 6%).

Distanzgeschäft

ZAHLUNGSMITTEL NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsmittel	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Median
Debitkarte	8 339,00	4,6	21	2,7	13,51
Kreditkarte	10 154,73	5,5	81	10,9	69,38
Prepaidkarte	73,15	0,0	1	0,1	8,32
Händlerkarten/Kundenkarten	198,64	0,1	3	0,3	71,75
Auf Rechnung	11 383,76	6,3	65	8,6	104,04
Online-Überweisung (E-Banking)	132 657,53	73,0	332	44,3	135,56
Vorauskasse	2 740,02	1,5	29	3,8	6,66
Einzahlung Postschalter	6 059,53	3,3	5	0,7	53,87
Lastschriftverfahren (LSV)	2 320,33	1,3	16	2,1	40,81
Mobiles Bezahlen im Internet	1 271,27	0,7	18	2,4	31,58
Mobiles Bezahlen P2P	396,95	0,2	10	1,4	12,63
In-App-Zahlung	1 879,90	1,0	132	17,6	8,94
Internetbezahlverfahren	4 183,00	2,3	38	5,1	75,44
Summe	181 657,81	100,0	751	100,0	

Tabelle 4

VI. ZAHLUNGSVERHALTEN

Zahlungsort

Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Verteilung der Umsätze und Transaktionen in Abhängigkeit des Zahlungsortes bzw. Verwendungszwecks. Mit Blick auf den Zahlungsmiteinsatz dominieren im umsatzstarken Einzelhandel Kartenzahlungen. Bargeld wird gegenüber anderen Zahlungsmitteln deutlich häufiger in Restaurants und in Bäckereien, an Aussenverkaufsstellen (Kiosk, Take-away) sowie an Automaten eingesetzt. Die klassische Kreditkarte wird überwiegend im Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen, an Tankstellen, in Restaurants sowie auf Reisen eingesetzt. Im Versandhandel, bei Ausgaben an Privatpersonen wie auch bei Spenden und Zahlungen an öffentliche Ämter ist die Überweisung sehr verbreitet. Die Rechnung besitzt mit einem Umsatzanteil von 20% insbesondere im Versandhandel einen vergleichsweise hohen Stellenwert. «In-App»-Zahlungen sind hauptsächlich im Bereich des öffentlichen Verkehrs und im Mobilitätssektor relevant.

ZAHLUNGSSORT NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsort	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Median
Einzelhandel für den täglichen Bedarf	119 053,13	26,4	2 979	37,9	17,92
Persönliche Bekleidung	15 051,76	3,3	164	2,1	51,98
Apotheke/Medikamente	6 222,27	1,4	106	1,3	24,79
Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen	34 432,21	7,6	262	3,3	44,12
Tankstelle/Benzin	12 191,00	2,7	284	3,6	16,31
Kiosk, Bäckerei	5 024,85	1,1	485	6,2	7,29
Restaurant	31 604,37	7,0	897	11,4	17,77
Café, Kneipe, Imbiss, Schnellrestaurant, Take-away, Lieferdienste, Bar, Club	11 764,68	2,6	920	11,7	8,33
Freizeitaktivitäten/Unterhaltung	20 349,67	4,5	302	3,9	27,51
Dienstleistungsbetrieb (z. B. Coiffeur)	23 336,76	5,2	171	2,2	51,77
Hotel, Pension	4 861,38	1,1	19	0,2	131,00

Tabelle 5



Exkurs: Wiederkehrende Zahlungen

In jedem Haushalt fallen wiederkehrende Zahlungen beispielsweise für die Begleichung von Miete bzw. Hypothekarzinsen, Nebenkosten, Kosten für Telefonie/TV/Internet, Versicherungsprämien oder Steuern an. Ein Grossteil dieser Forderungen wird gegenwärtig per Online-Überweisung beglichen, gefolgt von der E-Rechnung an zweiter Stelle. Das Lastschriftverfahren (LSV) spielt insbesondere bei der Bezahlung von Ausgaben für Telefonie/TV/Internet, Krankenversicherungsprämien sowie von Miet- und Hypothekarzinsabrechnungen eine bedeutende Rolle. Der Dauerauftrag hat im Allgemeinen einen eher untergeordneten Stellenwert und ist hauptsächlich im Zusammenhang mit Miet- und Hypothekarzinszahlungen relevant.

Auch wenn die Nutzungsanteile im Vergleich zu den restlichen Zahlungsmethoden gering sind, so wird immer noch ein nicht unbedeutender Teil der Zahlungen für wiederkehrende Ausgaben am Postschalter getätigt.

ZAHLUNGSORT NACH UMSATZ UND TRANSAKTIONSZAHL

gemäss Tagebuch im Inland

Zahlungsort	Verteilung nach Umsatz		Verteilung nach Transaktionszahl		Mittlerer Transaktionsbetrag
	Umsatz in CHF	Umsatzanteil in %	Anzahl Transaktionen	Transaktionsanteil in %	Median
Mobilität, Reisen, Parking, Transport	14 538.46	3,2	452	5,8	7,80
Automaten (z.B. Zigaretten, Selecta)	441.39	0,1	132	1,7	1,91
Bestellungen beim Versandhandel ohne Internet (z.B. Kataloge, Teleshopping)	4 088.77	0,9	39	0,5	47,88
Ausgaben an Privatpersonen (z.B. Babysitting, Nachhilfe)	16 280.12	3,6	59	0,8	46,97
Private Begleichungen (z.B. Taschengeld)	14 700.24	3,3	79	1,0	45,10
Ausgaben/Spenden an wohltätige Organisationen	4 394.91	1,0	74	0,9	30,15
Zahlungen an Ämter/öffentliche Verwaltungen (z.B. Bussen)*	55 639.69	12,3	84	1,1	75,77
Andere	57 411.55	12,7	343	4,4	35,40
Summe	451 387.21	100,0	7 851	100,0	

Tabelle 5

* Der Ausgabenanteil für Zahlungen an Ämter und öffentliche Verwaltungen liegt über dem erwarteten Wert. Es ist davon auszu-

gehen, dass Befragte – trotz Hinweis in den Instruktionen – wiederholt wiederkehrende Zahlungen als Transaktionen erfasst haben

VII. Blick in die Zukunft

Neue Bezahlformen

Unter die neueren Zahlungsmittelformen fallen das kontaktlose Bezahlen mit Kredit- und Debitkarte («Contactless Payment») sowie mobile Bezahlverfahren («Mobile Payment»). Die kontaktlose Funktion der Kreditkarte wurde ab 2007 schrittweise eingeführt, diejenige der Debitkarte flächendeckend ab 2015. Gegenwärtig sind bereits 94 % der Kreditkarten und 51 % der Debitkarten, welche in der Schweiz ausgestellt werden, mit der kontaktlosen Funktion ausgestattet.

Von den 91 % der Befragten, die eine Debitkarte nutzen, nutzen 37 % die Funktion zum kontaktlosen Bezahlen. Noch beliebter ist das kontaktlose Bezahlen mittels Kreditkarte: Von den 83 % der Befragten, die eine Kreditkarte nutzen, setzen 60 % die kontaktlose Funktion ihrer Karte ein. Berücksichtigt man die Verbreitung der Kredit- und Debitkarten mit kontaktloser Funktion (Penetration) gemäss SNB-Daten, nutzen rund zwei Drittel der Kredit- oder Debitkartennutzer die kontaktlose Funktion, d.h. zwei von drei Karteninhabern nutzen die kontaktlose Bezahlmöglichkeit, wenn ihre Kredit- oder Debitkarten mit der entsprechenden Funktion ausgestattet sind.

Verständnis von Mobile Payment

Unter den Befragten gibt es noch kein einheitliches Verständnis von «Mobile Payment» (vgl. Abb. 28). Am stärksten assoziiert wird der Begriff mit *Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion* und *Bezahlen mit dem Mobiltelefon vor Ort in einem Ladengeschäft* (je 59 %) sowie *Bezahlen mit dem Mobiltelefon im Internet/in einem Onlineshop* (44 %). 31 % verstehen unter «Mobile Payment»

«Peer-to-Peer»-Zahlungen im Inland. Ein vergleichsweise kleiner Anteil (12%) bringt Mobiles Bezahlen mit *Überweisungen an Privatpersonen im Ausland* und rund 10 % mit «Wearables» in Verbindung.

ASSOZIATIONEN MOBILE PAYMENT

Gestützte Abfrage

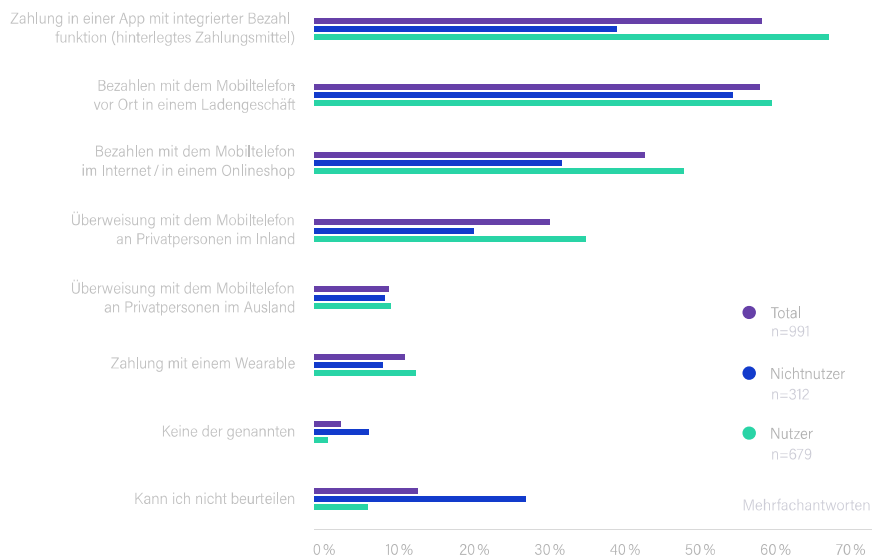


Abb. 28

Frage: Welche der aufgeführten Bezahl-situationen bringen Sie im Allgemeinen mit Mobilem Bezahlen in Verbindung?

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

Gefallen der neuen Bezahlformen

Danach gefragt, wie gut die neuen Bezahlformen gefallen, werden das Kontaktlose Bezahlen mit einem Mittelwert von 3,5 auf einer 5er-Skala (vgl. Abb. 29) und «Mobile Payment» mit einem Mittelwert von 3,0 (Präsenzgeschäft) resp. 3,7 (Distanzgeschäft) (vgl. Abb. 30 und 31) insgesamt mittelmässig bewertet. Die Nutzer bewerteten Kontaktloses Bezahlen sehr positiv (Mittelwert 4,2), während bei den Nichtnutzern die Bewertung differenzierter ausfällt: 47% gefällt das Kontaktlose Bezahlen nicht oder eher nicht, 25% gefällt es hingegen gut oder sehr gut. Nicht überraschend zeigt sich ein ähnliches Bild bezüglich «Mobiles Bezahlen am POS»: Nutzer beurteilen diese Bezahlmethode deutlich positiver als Nichtnutzer. So liegen die Mittelwerte der Nutzer um jeweils 1,3 Punkte höher. Mit einem Mittelwert von 3,7 gefällt das Mobile Bezahlen im Internet/Onlineshop sowohl den Nichtnutzern wie auch den Nutzern (vgl. Abb. 31) deutlich besser als Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft (vgl. Abb. 30).

Am Kontaktlosen Bezahlen wird vor allem die Schnelligkeit des Bezahlvorgangs sowie die Bequemlichkeit geschätzt, als kritisch beurteilt wird hingegen die Sicherheit. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bezüglich «Mobile Payment»: Am meisten gefällt hier wiederum die Bequemlichkeit sowie die Zeitersparnis. Bemängelt wird hingegen – wie im Fall von «Contactless Payment» – die aus Sicht der Befragten unzureichende Sicherheit.

GESAMTEINDRUCK KONTAKTLOSES BEZAHLEN

Mittelwert

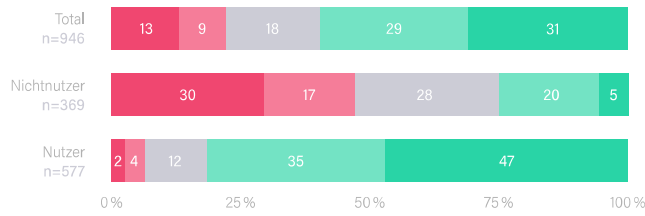


Abb. 29
Frage: Wie gut gefällt Ihnen Kontaktloses Bezahlen?
Basis: Alle Befragten

GESAMTEINDRUCK MOBILES BEZAHLEN AM POS

Mittelwert

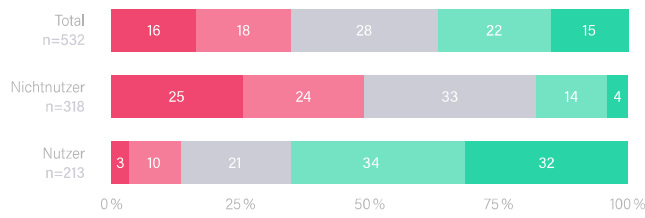


Abb. 30
Frage: Wie gut gefällt Ihnen Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft?
Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft in Verbindung bringen

GESAMTEINDRUCK MOBILES BEZAHLEN ONLINE

Mittelwert

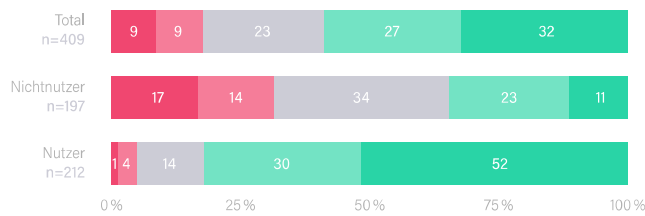


Abb. 31
Frage: Wie gut gefällt Ihnen Mobiles Bezahlen im Internet (Onlineshop)?
Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen im Internet/Onlineshop in Verbindung bringen

● gefällt mir überhaupt nicht ● gefällt mir eher nicht ● weder noch ● gefällt mir eher gut ● gefällt mir sehr gut

Nutzungsintention neuer Bezahlformen

Das Nutzungspotenzial von Kontaktlosem Bezahlen ist vor allem unter bestehenden Nutzern beachtlich: 72% der Kontaktlos-Nutzer sehen es als eher oder sehr wahrscheinlich, dass sie diese Bezahlform zukünftig noch häufiger einsetzen werden (vgl. Abb. 33). Bei den Nichtnutzern liegt die zukünftige Nutzungswahrscheinlichkeit bei lediglich 28% (vgl. Abb. 32).

Die zukünftige Nutzung ist dabei sehr stark abhängig von der Ausgestaltung des Bezahlverfahrens. So gilt es laut den Befragten, vorgängig dessen Sicherheit zu verbessern

ZUKÜNFTIGE NUTZUNG KONTAKTLOSES BEZAHLEN

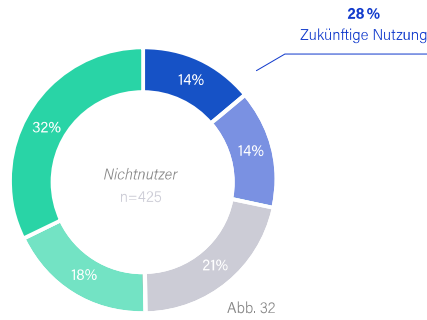


Abb. 32

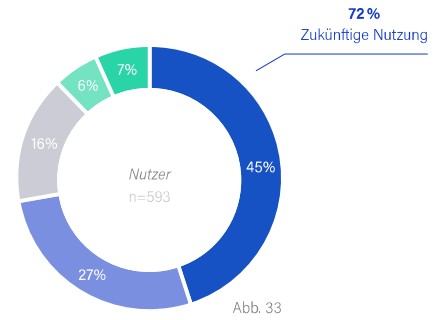


Abb. 33

Abb. 32

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie Kontaktloses Bezahlen innerhalb der nächsten drei Jahre nutzen werden?

Basis: Befragte, die Kontaktloses Bezahlen nicht nutzen

Abb. 33

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

Basis: Befragte, die Kontaktloses Bezahlen nutzen

Abb. 34

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft innerhalb der nächsten drei Jahre nutzen werden?

Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft in Verbindung bringen, aber nicht nutzen

Abb. 35

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft (noch) häufiger nutzen werden?

Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft in Verbindung bringen und nutzen

ZUKÜNFTIGE NUTZUNG MOBILES BEZAHLEN AM POS

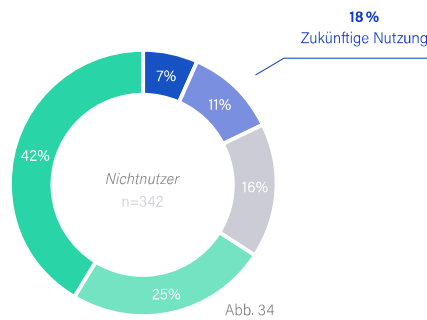


Abb. 34

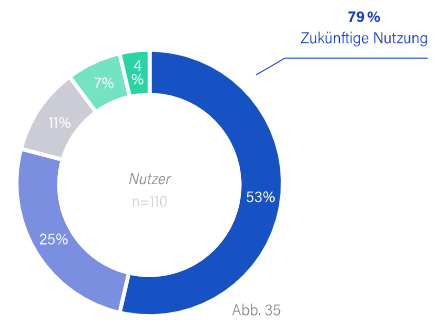


Abb. 35

● sehr wahrscheinlich ● eher wahrscheinlich ● weder noch ● eher unwahrscheinlich ● sehr unwahrscheinlich

VII. BLICK IN DIE ZUKUNFT

oder mehr Kontrollmechanismen (z.B. Deaktivierung Kontaktlosfunktion, unmittelbares Feedback etc.) einzuführen.

Auch betreffend «Mobile Payment» ist das Nutzungspotenzial bei bestehenden Nutzern gross: 79% der Befragten geben an, «Mobile Payment» am POS künftig häufiger nutzen zu wollen (vgl. Abb. 35), beim Distanzgeschäft sind es gut 77% (vgl. Abb. 37). In Bezug auf das Präsenzgeschäft fällt das zukünftige Nutzungspotenzial bei den Nichtnutzern eher bescheiden aus. Von den Nichtnutzern erachten es lediglich knapp 18% als wahrscheinlich, dass sie Mobiles Bezahlen vor Ort in einem Ladengeschäft innerhalb der nächsten drei Jahre nutzen werden (vgl. Abb. 34). Bezogen auf das Distanzgeschäft ist es immerhin knapp jeder Dritte (30%) (vgl. Abb. 36).

Die zukünftige Entwicklung von Mobilem Bezahlen ist wiederum abhängig von den Rahmenbedingungen. So stellen für die Befragten verbesserte Sicherheitsmassnahmen sowie im Fall von POS-Zahlungen die Ausdehnung der Akzeptanzstellen wichtige Treiber für eine zukünftige Nutzung dar.

ZUKÜNFTIGE NUTZUNG MOBILES BEZAHLEN ONLINE

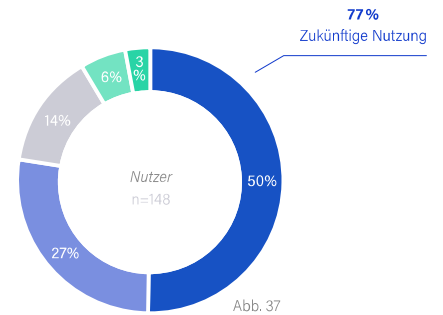
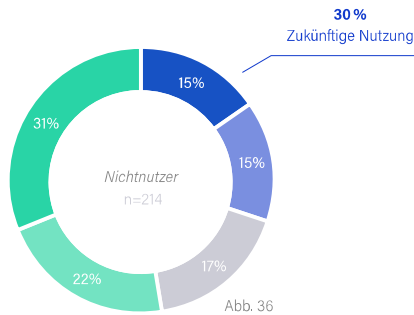


Abb. 36

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie Mobiles Bezahlen im Internet (Online-shop) innerhalb der nächsten drei Jahre nutzen werden?

Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen im Internet/Onlineshop in Verbindung bringen, aber nicht nutzen

Abb. 37

Frage: Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie Mobiles Bezahlen im Internet (Online-shop) innerhalb der nächsten drei Jahre (noch) häufiger nutzen werden?

Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen mit Bezahlen im Internet/Onlineshop in Verbindung bringen und nutzen

● sehr wahrscheinlich ● eher wahrscheinlich ● weder noch ● eher unwahrscheinlich ● sehr unwahrscheinlich

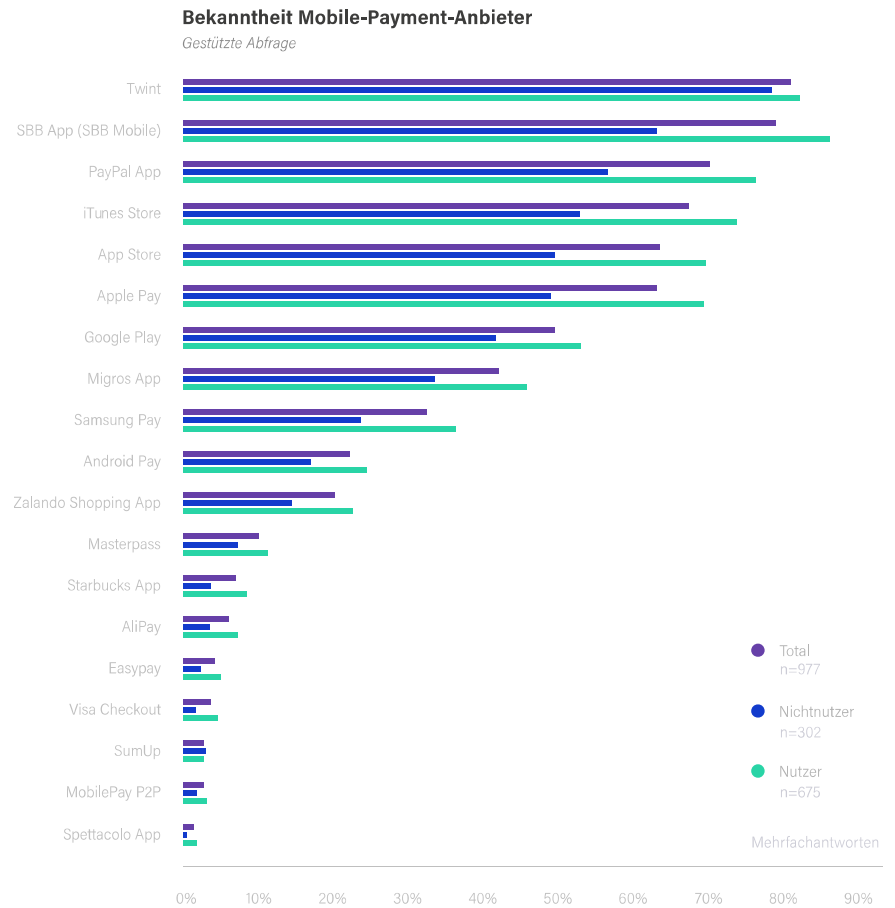
VII. BLICK IN DIE ZUKUNFT

Auf die Frage, welche Anbieter von Mobilem Bezahlen ihnen spontan einfallen, nennt ein Grossteil der Teilnehmer zuallererst Twint. Ebenfalls präsent, allerdings mit deutlichem Abstand zur Erstplatzierten, sind Apple Pay, PayPal sowie die SBB Mobile App. Ähnlich verhält es sich bei der gestützten Erinnerung auf der Basis von Gedächtnisstützen, wobei die Unterschiede hier geringer sind: Mit 81 % am bekanntesten ist Twint, gefolgt von der SBB Mobile App mit 79 % und der PayPal App mit 70 % (vgl. Abb. 38).

Abb. 38

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

Basis: Befragte, die Mobiles Bezahlen kennen



VIII. Glossar

Distanzgeschäft (Remote Payments)

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

Debitkarte (EC-Karte)

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

Cashback (POS-Abhebung)

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

E-Commerce

Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet.

Elektronische Rechnung (E-Rechnung)

Rechnung, die auf elektronischem Weg erstellt und übermittelt wird.

In-App-Zahlungen

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

Inländerprinzip

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

Inlandsprinzip

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

Internetbezahlverfahren

Verfahren, die auf Überweisungen im Onlinebanking des Zahlers basieren, sowie spezielle elektronische Bezahlverfahren über das Internet, die eine Abwicklung der Zahlung innerhalb des eigenen Netzwerks ermöglichen (sog.

Closed-Loop-Systeme) und nur mit dem Zahlungskonto oder einer Zahlungskarte verknüpft werden.

Kontaktloses Bezahlen mit Karte (Contactless Payment)

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

Kreditkarte

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

Kundenkarte mit Zahlungsfunktion

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

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

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

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

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

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

Papierrechnung Rechnung auf Papier

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

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

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

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

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

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

Zahlen mit Wearables Form des Mobilen Bezahleins, welche das Kontaktlose Bezahlen über tragbare Endgeräte wie beispielsweise Smartwatch oder Fitness-Tracker beschreibt.

Quelle: Deutsche Bundesbank, 2017

Studienautoren



Sandro Graf

Dozent und Leiter Fachstelle Service Lab & Swiss Payment Research Center

School of Management and Law
Stadthausstrasse 14
8400 Winterthur



Bettina Gehring

Senior Research Consultant, Projektleiterin Swiss Payment Research Center

School of Management and Law
Stadthausstrasse 14
8400 Winterthur



Rafael Domeisen

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

School of Management and Law
Stadthausstrasse 14
8400 Winterthur

Forschungspartner für Datenanalyse

Dr. Marianne Müller

Institut für Datenanalyse und Prozessdesign IDP

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
School of Engineering



Dr. Tobias Trütsch

Head of Economics Division

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

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

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

Swiss Payment Monitor – Ausgabe 2018

Swiss Payment Association (SPA)

Der Verein bezweckt die Stärkung der Stellung der Vereinsmitglieder im Bezahlmarkt Schweiz, den Austausch sowie die themenbezogene Zusammenarbeit mit anderen Akteuren im Bezahlmarkt Schweiz und die Förderung des bargeldlosen Bezahlers. Die Aktivitäten des Vereins stehen im Interesse eines fairen und wirksamen Wettbewerbs.