

# Swiss Payment Monitor 2026

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 1/2026 – Erhebung November 2025

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

Sandro Graf, Nina Heim, Marcel Stadelmann, Tobias Trütsch  
St.Gallen/Winterthur, im Februar 2026

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage

doi: 10.21256/zhaw-2430



## 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 | 8401 Winterthur

### Autoren

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

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

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

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

### Kontakt

Dr. Marcel Stadelmann | [marcel.stadelmann@zhaw.ch](mailto:marcel.stadelmann@zhaw.ch) | +41 58 934 46 46

Dr. Tobias Trütsch | [tobias.truetsch@unisg.ch](mailto:tobias.truetsch@unisg.ch) | +41 71 224 71 55

### Publikationsdatum

Februar 2026

### Verfügbarkeit

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

### Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2026): Swiss Payment Monitor 2026 – Wie  
bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 1/2026 – Erhebung November 2025, Universität St.Gallen/Zür-  
cher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

# Zusammenfassung

Die 14. Ausgabe des Swiss Payment Monitors untersucht anhand einer repräsentativen Onlinebefragung (Ende Oktober/Anfang November 2025; 1616 gültige Antworten) und eines anschliessenden viertägigen Zahlungstagebuchs (November 2025; 1173 Teilnehmende) das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Insgesamt zeigt sich nach Jahren deutlicher Verschiebungen eine Stabilisierung – mit punktuellen Akzenten.

Im Gesamtmarkt ist mobiles Bezahlen (breite Definition) zwar nach wie vor das meistgenutzte Zahlungsmittel (31,4% der Transaktionen; +0,1 Prozentpunkte), doch das frühere lineare Wachstum geht in eine Stagnationsphase über. Gleichzeitig legt die nicht-mobile Kreditkarte markant zu (17,2%; +3,4 Prozentpunkte) und ersetzt vor allem Bargeld und nicht-mobile Debitkartenzahlungen. Nach Abrechnungsprodukt liegt die Debitkarte bei der Nutzungshäufigkeit nach wie vor vorne (30,4%; +0,1 Prozentpunkte), während die Kreditkarte beim Umsatz deutlich führt (35,4%; +7,8 Prozentpunkte). Das Wachstum der Anteile der Kreditkarte (nicht-mobil sowie als Abrechnungsprodukt) ist dabei teilweise auf die einmaligen Informationen und Fragen zu Schutzmechanismen der Kreditkarte im Rahmen der Onlinebefragung – die vor dem Zahlungstagebuch durchgeführt wurde – zurückzuführen und damit nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung.

Im Präsenzgeschäft belegt die Debitkarte bei der Zahlungshäufigkeit neu wieder Platz eins (27,1%; -0,7 Prozentpunkte), während Bargeld auf Platz zwei zurückfällt (26,5%; -1,6 Prozentpunkte). Umsatzseitig übernimmt die Kreditkarte die Spitzenposition (28,0%; +5,9 Prozentpunkte), während mobiles Bezahlen hier erstmals leicht an Anteilen verliert (24,8%; -0,4 Prozentpunkte).

Im Distanzgeschäft dominiert mobiles Bezahlen nach breiter Definition bei der Zahlungshäufigkeit klar (74,4%; +3,1 Prozentpunkte) und liegt auch beim Umsatz wieder vorn (45,2%, +11,6 Prozentpunkte). Dabei verliert die Rechnung stark an Anteilen.

Der durchschnittliche Bargeldebestand im Portemonnaie sinkt auf 82 Fr. Gleichzeitig erreicht der Anteil der Personen ohne Bargeld im Portemonnaie mit 17,0 Prozent erneut einen Höchststand.

Bei den Anbietern von mobilem Bezahlen bleibt Twint insgesamt klar führend (62,7% der mobilen Transaktionen). Apple Pay wächst deutlich und NFC-Zahlungen gewinnen gegenüber QR-Code-Zahlungen an Bedeutung.

Die generelle Nutzung von Neobanken erreicht einen neuen Höchststand (42,9%) und dient häufig ausgewählten Zwecken (u.a. Zahlungen, Transfers, Auslandsnutzung). Unter den Anbietern liegt Revolut klar vor Yuh und Neon.

Das Vertiefungsthema «Sicherheit» zeigt: Sicherheitsüberlegungen sind stark kontextabhängig – z.B. spielen sie bei unbekannten Onlinenhändlern oder hohen Beträgen eine Rolle – während in vertrauten Situationen die Bequemlichkeit dominiert. Grundlegende Schutzmechanismen sind vielen bekannt, weiterführende Mechanismen (z.B. Tokenisierung/Chargeback) hingegen deutlich weniger. Banken und Zahlungsanbieter sind für die Befragten die wichtigsten Informationsquellen zum Thema Sicherheit.

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Abbildungsverzeichnis                                 | IV |
| Tabellenverzeichnis                                   | V  |
| 1 Einleitung  | 1  |
| 2 Datengrundlage                                      | 2  |
| 3 Zahlungsverhalten                                   | 4  |
| 3.1 Gesamtmarkt                                       | 4  |
| 3.1.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel               | 4  |
| 3.1.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt           | 5  |
| 3.2 Präsenzgeschäft                                   | 7  |
| 3.2.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel           | 7  |
| 3.2.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt       | 9  |
| 3.3 Distanzgeschäft                                   | 11 |
| 3.3.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel           | 11 |
| 3.3.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt       | 13 |
| 3.4 Betragshöhe                                       | 14 |
| 4 Bargeld   | 15 |
| 5 Mobiles Bezahlen                                    | 17 |
| 6 Neobanken   | 19 |
| 7 Sicherheit  | 21 |
| 7.1 Zahlungsmittelwahl in verschiedenen Kaufszenarien | 21 |
| 7.2 Bekanntheit von Sicherheitsmechanismen            | 23 |
| 7.3 Informationskanäle                                | 24 |
| 7.4 Fazit   | 24 |
| 8 Schlusswort   | 25 |
| Anhang  | 26 |
| A Studiendesign                                       | 26 |
| B Hinweise zur Ergebnisinterpretation                 | 27 |
| C Glossar   | 30 |

# Abbildungsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel                     | 4  |
| Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel                                   | 5  |
| Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt                 | 6  |
| Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt                               | 7  |
| Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel                 | 8  |
| Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel                               | 9  |
| Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt             | 10 |
| Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt                           | 11 |
| Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel                 | 12 |
| Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel                              | 12 |
| Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt            | 13 |
| Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt                          | 14 |
| Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe    | 15 |
| Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause                                | 16 |
| Abbildung 15: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause                                      | 16 |
| Abbildung 16: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf  | 17 |
| Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt             | 18 |
| Abbildung 18: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt   | 19 |
| Abbildung 19: Entwicklung der Nutzung von Neobanken   | 20 |
| Abbildung 20: Zahlungsmittelanteile in hypothetischen Kaufszenarien   | 22 |
| Abbildung 21: Bekanntheit verschiedener Sicherheitsmechanismen  | 23 |
| Abbildung 22: Abbildung der Webseite und Bekanntheit der nationalen Kampagne «Karte schützen» bzw. «card-security.ch» | 24 |
| Abbildung 23: Studiendesign des Swiss Payment Monitors  | 26 |

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs \_\_\_\_\_ 2

Tabelle 2: Dimensionen und Ausprägungen der hypothetischen Kaufszenarien in der  
Onlinebefragung \_\_\_\_\_ 21

# 1 Einleitung

Die Ergebnisse der letzten Ausgaben des Swiss Payment Monitors (SPM) deuten auf eine Stabilisierung des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung hin. Diese Entwicklung folgt auf eine Phase, in der insbesondere Bargeld an Bedeutung verloren hat, während mobile Zahlungsformen zunehmend an Relevanz gewonnen haben. Die vorliegende 14. Ausgabe des Swiss Payment Monitors analysiert die Veränderungen des Zahlungsverhaltens im Zeitraum von Mai bis November 2025.

Der Swiss Payment Monitor ist eine gemeinsame Initiative des Swiss Payment Research Centers (SPRC) an der ZHAW School of Management and Law und des Center for Financial Services Innovation der Universität St.Gallen. Ziel der Studienreihe ist die langfristige Beobachtung und Analyse des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung.

Der vorliegende Bericht konzentriert sich auf eine Teilmenge der erhobenen Daten, fasst die zentralen Ergebnisse der aktuellen Erhebung zusammen und ordnet diese im Vergleich zu früheren Erhebungen ein. Ausgewählte Resultate sind zudem auf der Projekthomepage [www.swisspaymentmonitor.ch](http://www.swisspaymentmonitor.ch) verfügbar. Dort bietet ein interaktives Dashboard auch grafische Einblicke in aktuelle Daten zum digitalen Zahlungsverkehr, die von der Schweizerischen Nationalbank veröffentlicht werden, und ermöglicht so eine laufende Aktualisierung der Befunde.<sup>1</sup>

Der SPM wird neben den beiden Forschungseinrichtungen ZHAW und Universität St.Gallen durch die Swiss Payment Association (Branchenorganisation aller grossen Schweizer Herausgeberinnen von Kreditkarten internationaler Kartenorganisationen) sowie die Industriepartner NEXI (NEXI Schweiz AG) und Worldline (Worldline Schweiz AG) 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 die Wahrnehmung von Sicherheitsaspekten der Zahlungsmittel liefert. Kapitel 8 fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen.

---

<sup>1</sup> Vgl. [www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten](http://www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten)

# 2 Datengrundlage

Der Swiss Payment Monitor basiert auf zwei Datenquellen: einer Onlinebefragung sowie einem Zahlungstagebuch. Die Details zum Studiendesign sind in Abbildung 23 im Anhang zu finden. Die Kennzahlen zum Tagebuch zeigen, dass die Datenreihe des SPM eine hohe Vergleichbarkeit der Ergebnisse ermöglicht (vgl. Tabelle 1).

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. Im Vordergrund standen die Selbstwahrnehmung und die Einschätzung der Befragten bezüglich verschiedener Aspekte ihres Bezahlverhaltens.

Tabelle 1: Übersicht des Zahlungstagebuchs

| Erhebung  | Nov.<br>2020<br>(1/2021) | Mai<br>2021<br>(2/2021) | Nov.<br>2021<br>(1/2022) | Mai.<br>2022<br>(2/2022) | Nov.<br>2022<br>(1/2023) | Mai<br>2023<br>(2/2023) | Nov.<br>2023<br>(1/2024) | Mai<br>2024<br>(2/2024) | Nov.<br>2024<br>(1/2025) | Mai<br>2025<br>(2/2025) | Nov.<br>2026<br>(1/2026) | Verände-<br>rung<br>1/2026<br>zu<br>2/2025 |
|---|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--|
| Dauer der Tage-<br>bucherhebung   | 3 Tage                   | 3 Tage                  | 3 Tage                   | 3 Tage                   | 3 Tage                   | 3 Tage                  | 3 Tage                   | 4 Tage                  | 4 Tage                   | 4 Tage                  | 4 Tage                   |  |
| Anzahl der Teil-<br>nehmenden   | 701                      | 837                     | 841                      | 772                      | 827                      | 863                     | 1034                     | 1051                    | 1021                     | 1096                    | 1173                     | +7,0%                                      |
| <b>Umsatzvolumen<br/>in Fr. (Tsd.)</b>                                      |                          |                         |                          |                          |                          |                         |                          |                         |                          |                         |                          |  |
| Inland  | 281                      | 209                     | 235                      | 190                      | 197                      | 198                     | 260                      | 296                     | 270                      | 268                     | 339                      | +26,5%                                     |
| In- und Ausland   | 308                      | 230                     | 251                      | 212                      | 220                      | 226                     | 291                      | 343                     | 319                      | 301                     | 387                      | +28,6%                                     |
| Online  | 47%                      | 29%                     | 39%                      | 34%                      | 29%                      | 34%                     | 36%                      | 34%                     | 35%                      | 34%                     | 36%                      | +2 PP                                      |
| Vor Ort   | 53%                      | 71%                     | 61%                      | 66%                      | 71%                      | 66%                     | 64%                      | 66%                     | 65%                      | 66%                     | 64%                      | -2 PP                                      |
| <b>Transaktionsvolu-<br/>men</b>  |                          |                         |                          |                          |                          |                         |                          |                         |                          |                         |                          |  |
| Inland  | 3991                     | 4051                    | 4269                     | 4137                     | 3986                     | 4430                    | 5699                     | 5994                    | 5458                     | 6358                    | 6736                     | +5,9%                                      |
| In- und Ausland   | 4232                     | 4211                    | 4571                     | 4403                     | 4648                     | 4787                    | 6116                     | 6503                    | 6466                     | 6901                    | 7332                     | +6,2%                                      |
| Online  | 18%                      | 14%                     | 15%                      | 14%                      | 14%                      | 14%                     | 16%                      | 15%                     | 16%                      | 14%                     | 15%                      | +1 PP                                      |
| Vor Ort   | 82%                      | 86%                     | 85%                      | 86%                      | 86%                      | 86%                     | 84%                      | 85%                     | 84%                      | 86%                     | 85%                      | -1 PP                                      |
| <b>Durchschnittliche<br/>Transaktionsan-<br/>zahl pro Person<br/>am Tag</b> |                          |                         |                          |                          |                          |                         |                          |                         |                          |                         |                          |  |
| Inland  | 1,9                      | 1,6                     | 1,7                      | 1,8                      | 1,6                      | 1,7                     | 1,8                      | 1,4                     | 1,4                      | 1,5                     | 1,4                      | -6,7%                                      |
| In- und Ausland   | 2,0                      | 1,7                     | 1,8                      | 1,9                      | 1,9                      | 1,9                     | 2,0                      | 1,6                     | 1,6                      | 1,6                     | 1,6                      | 0%   |
| <b>Durchschnittsbe-<br/>trag pro Transak-<br/>tion in Fr.</b>               |                          |                         |                          |                          |                          |                         |                          |                         |                          |                         |                          |  |
| Inland  | 70                       | 52                      | 55                       | 46                       | 50                       | 45                      | 46                       | 49                      | 45                       | 42                      | 50                       | +19,0%                                     |
| In- und Ausland   | 73                       | 55                      | 55                       | 48                       | 47                       | 47                      | 48                       | 53                      | 49                       | 44                      | 53                       | +20,5%                                     |

Bemerkungen: PP entspricht Prozentpunkten. Tsd. entspricht Tausend.

Die Onlinebefragung dauerte rund 20 Minuten und wurde Ende Oktober bis Anfang November 2025 gestaffelt durchgeführt. 1670 Personen im Alter zwischen 18<sup>2</sup> und 90 Jahren aus allen Landesteilen der Schweiz haben die Onlinebefragung in den Sprachen deutsch, französisch oder italienisch ausgefüllt. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter<sup>3</sup>, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung. Nach Prüfung der Datenqualität verblieben die Antworten von 1616 Personen im Datensatz.

Im zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im November 2025 gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. 1173 Personen sind diesem Aufruf gefolgt und haben während vier aufeinanderfolgenden Tagen mit einer mobilen App ein (elektronisches) Zahlungstagebuch geführt (vgl. Tabelle 1). Noch nie seit Erhebungsbeginn des SPM haben derart viele Personen an der Tagebucherhebung teilgenommen.

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 vordefinier-ten 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 Dauerauftrags auf die immer gleiche Art und Weise beglichen werden. Mit-hilfe der Tagebucherhebung lässt sich das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohn-heiten darstellen.

Die Aufteilung zwischen Online- und vor-Ort-Transaktionen ist gemessen an der Anzahl Transaktionen in allen Erhebungen ähnlich: Mehr als vier von fünf Zahlungen wurden vor Ort abgewickelt (85%), während etwa jede siebte Transaktion online stattfand (15%) (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 ausge-setzt, da beim Umsatz einzelne grosse Transaktionsbeträge naturgemäss einen starken Einfluss ausüben. Dank der hohen Anzahl Teilnehmenden der Tagebuchumfrage ist der Gesamtumsatz im Tagebuch ebenfalls hoch, wobei die durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag im Vergleich zu den letzten Erhebungen mit 1,4 Zahlungen unverändert blieb (vgl. Tabelle 1). Wie im langjährigen Mittel werden in der aktuellen Erhebung rund zwei Drittel des Umsatzes an phy-sischen Verkaufspunkten und rund ein Drittel des Umsatzes im Distanz- respektive Onlinege-schäft abgewickelt (vgl. Tabelle 1).

Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandzahlungen deutlich: In der aktuellen Erhe-bung fanden rund 92 Prozent der Transaktionen im Inland statt, wobei der Durchschnitt der Transaktionsbeträge bei 50 Fr. lag (vgl. Tabelle 1). Das entspricht rund einem Fünftel mehr als in der letzten Erhebung. Die in diesem Bericht in der Folge diskutierten Ergebnisse basieren aus-schliesslich auf den rund 6700 erfassten Inlandzahlungen (vgl. Tabelle 1).

---

<sup>2</sup> Bei der Rekrutierung wurde ein Mindestalter von 18 Jahren gewählt.

<sup>3</sup> Für die Altersgruppe von 18 bis 75 Jahren.

# 3 Zahlungsverhalten

## 3.1 Gesamtmarkt

### 3.1.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

Das Wachstum des mobilen Bezahlens nach breiter Definition (vgl. Anhang B.1 für die verschiedenen Definitionen von mobilem Bezahlen) stagniert, wobei es weiterhin das meistgenutzte Zahlungsmittel in der Schweiz ist. Mit einem Anteil von 31,4 Prozent (+0,1 Prozentpunkte [PP] gegenüber dem SPM 2/2025) gemessen an der Anzahl Transaktionen (vgl. Abbildung 1) respektive 30,2 Prozent (+2,7 PP) gemessen am Umsatz (vgl. Abbildung 2) belegt das mobile Bezahlen nach breiter Definition jeweils den ersten Platz. Die Zunahme von 0,1 Prozentpunkten gemessen an der Anzahl Transaktionen gegenüber der Erhebung vom Mai 2025<sup>4</sup> festigt die jüngste Erkenntnis, dass das langjährige lineare Wachstum des Anteils des mobilen Bezahlens nach breiter Definition in eine Phase der Stagnation übergeht.

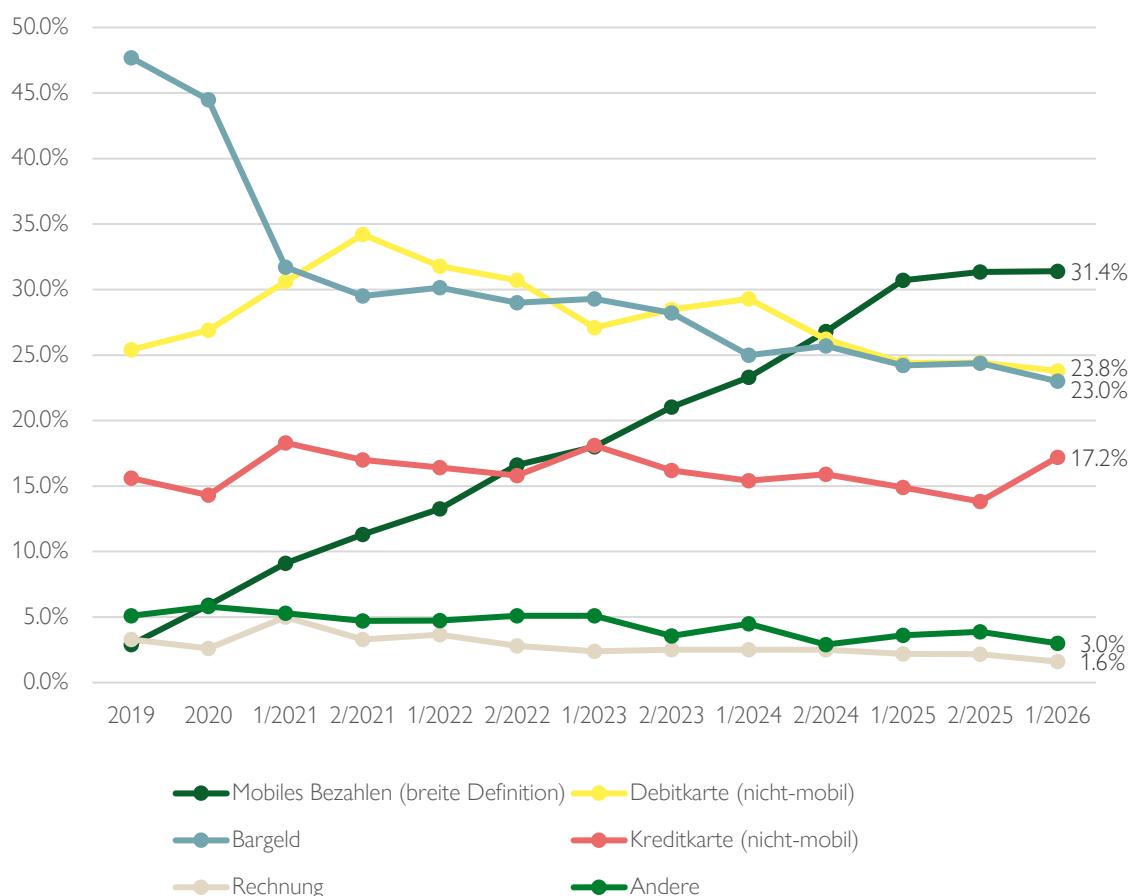


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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

<sup>4</sup> Die Daten des SPM 2019, 2020, 1/2021, 1/2022, 1/2023, 1/2024, 1/2025 und 1/2026 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.

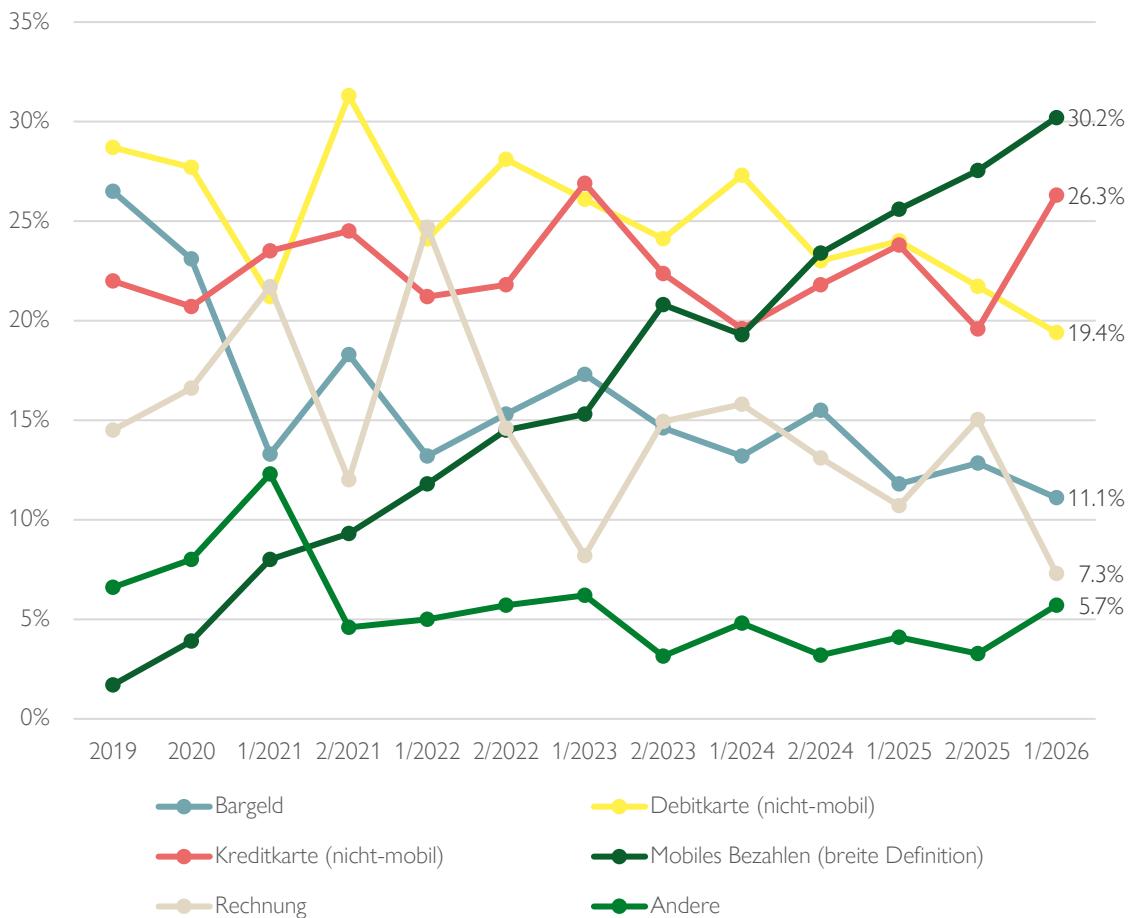


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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

Im Vergleich zur Erhebung vom Mai 2025 fällt der Anstieg des Anteils der nicht-mobilen Kreditkartenzahlungen auf: Gemessen an der Anzahl Transaktionen ist dieser um 3,4 Prozentpunkte auf 17,2 Prozent (vgl. Abbildung 1), gemessen am Umsatz gar um 6,7 Prozentpunkte auf 26,3 Prozent gestiegen (vgl. Abbildung 2). Das Wachstum des Kreditkartenanteils ist dabei teilweise auf die einmaligen Informationen und Fragen zu den Schutzmechanismen der Kreditkarte im Rahmen der Onlinebefragung – die vor dem Zahlungstagebuch durchgeführt wurde – zurückzuführen und damit nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung (vgl. Kapitel 7.2). Weiterführende Informationen finden sich in Anhang B.6.

Der häufigere Einsatz der Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) ersetzte dabei in erster Linie Barzahlungen (-1,4 PP) sowie nicht-mobile Debitkartenzahlungen (-0,6 PP) (vgl. Abbildung 1). Neben Bargeld (-1,8 PP) und der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte (-2,3 PP) weist die Rechnung als Zahlungsmittel mit einem Minus von 7,7 Prozentpunkten den deutlichsten Rückgang des Umsatzanteils auf (vgl. Abbildung 2).

### 3.1.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Die Debitkarte behält mit einem Anteil von 30,4 Prozent (+0,1 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen ihre Spitzenposition als Abrechnungsprodukt (vgl. Abbildung 3). Auf Platz zwei folgt mit einem Anteil von 25,4 Prozent (+2,8 PP) neu die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt vor

Bargeld mit einem Anteil von 23 Prozent (-1,4 PP) (vgl. Abbildung 3).<sup>5</sup> Der Anteil des mobilen Bezahlens im eigentlichen Sinn (vgl. Anhang B.1) liegt praktisch unverändert bei 14,2 Prozent (-0,2 PP) und auch das mobile Bezahlen prepaid (vgl. Anhang B.2) zeigt sich mit einem Anteil von 1,5 Prozent (-0,1 PP) kaum verändert (vgl. Abbildung 3).

Gemessen am Umsatz hat die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt ihre Spitzenposition mit einem Plus von 7,8 Prozentpunkten auf den neuen Rekordanteil von 35,4 Prozent deutlich ausgebaut (vgl. Abbildung 4).<sup>5</sup> Auf Platz zwei folgt weiterhin die Debitkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 23,7 Prozent (-2,6 PP). Auf Platz drei liegt neu das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn mit einem Anteil von 15,8 Prozent (+3,2 PP) (vgl. Abbildung 4).

Die Veränderungen nach Abrechnungsprodukt bewegen sich somit in einem ähnlichen Rahmen wie bei der Betrachtung gemäss Zahlungsmittel in Abbildung 1 respektive Abbildung 2. Das bedeutet, dass es innerhalb der Kategorie des mobilen Bezahlens nach breiter Definition keine nennenswerten Verschiebungen zwischen den verschiedenen mobilen Bezahlarten gegeben hat.

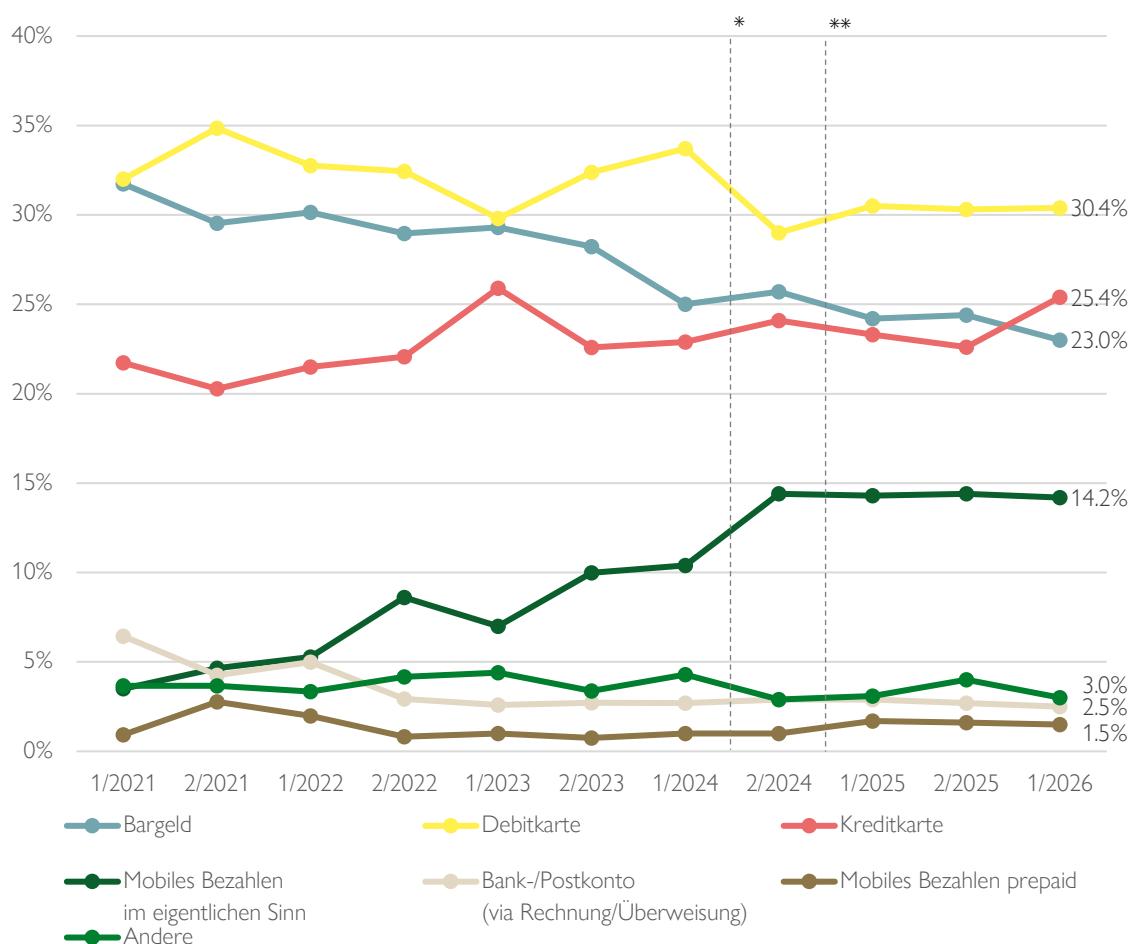


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

\*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 Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

<sup>5</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

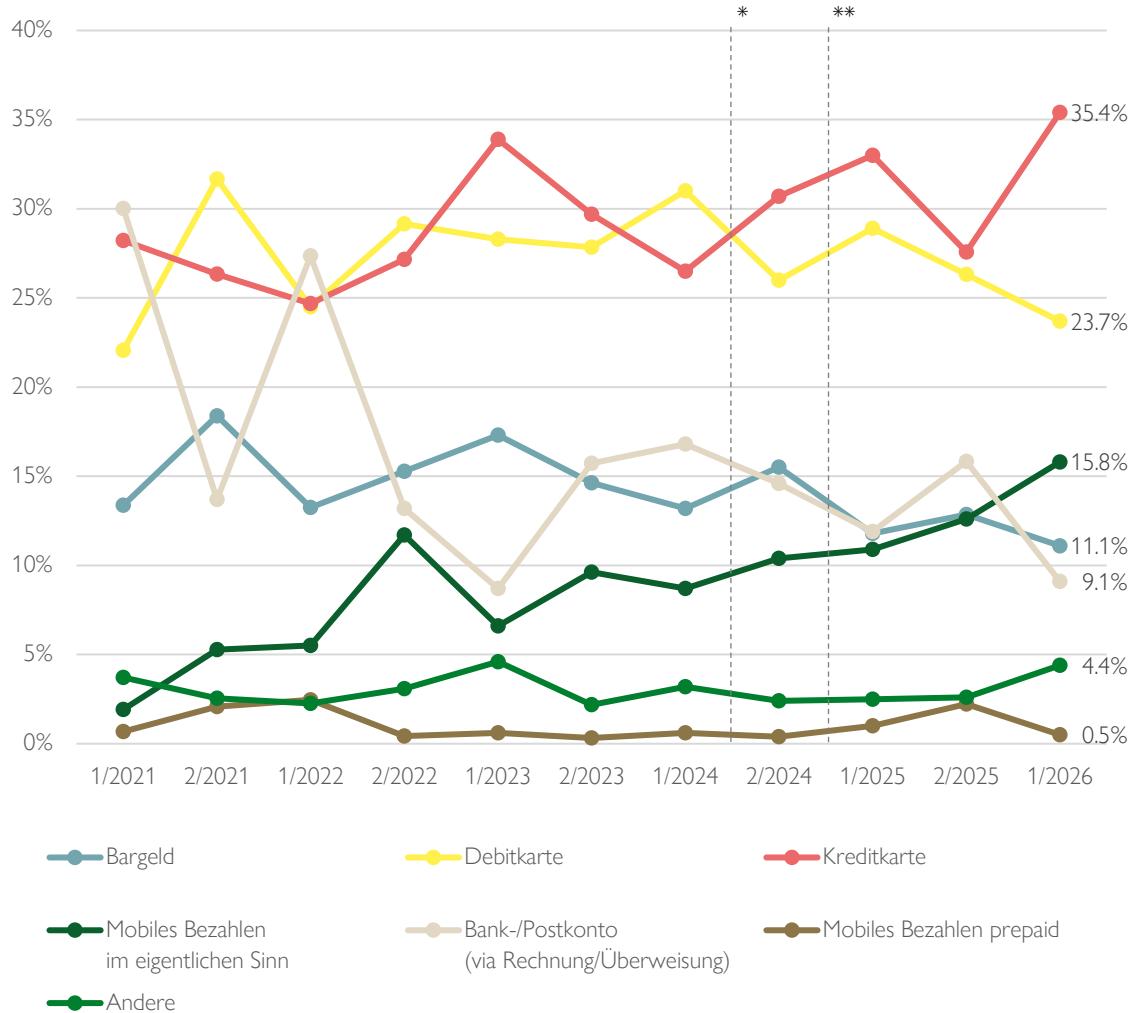


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

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 Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

## 3.2 Präsenzgeschäft

### 3.2.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Die Debitkarte ist wieder das meistgenutzte Zahlungsmittel im Präsenzgeschäft.<sup>6</sup> Ihre (nicht-mobile) Nutzung liegt mit einem Anteil von 27,1 Prozent gemessen an der Anzahl Transaktionen – trotz eines Rückgangs um 0,7 Prozentpunkte – nach einem Jahr Pause wieder auf dem ersten Platz (vgl. Abbildung 5). Dies ist darauf zurückzuführen, dass das Bargeld einen stärkeren Rückgang von 1,6 Prozentpunkten auf einen Anteil von 26,5 Prozent verzeichnete (vgl. Abbildung 5).

<sup>6</sup> Der Grossteil der Transaktionen (86%) konzentriert sich rein mengenmässig auf das Präsenzgeschäft (vgl. Tabelle 1). Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts mit 66 Prozent analog zu den Vorgängerwellen dominierend, wenngleich weniger ausgeprägt als bei der Einsatzhäufigkeit. Aufgrund der Dominanz des Präsenzgeschäfts (in der Stichprobe) gleichen die Ergebnisse in diesem Kapitel in vielerlei Hinsicht den in Kapitel 3.1 präsentierten Ergebnissen gemäss Gesamtmarkt, vor allem bezüglich der Verwendung von Bargeld, welches nur im Präsenzgeschäft eingesetzt werden kann.

Das mobile Bezahlen nach breiter Definition verzeichnet bei der Einsatzhäufigkeit im Präsenzgeschäft erstmals seit Erhebungsbeginn ebenfalls einen leichten Rückgang (-0,4 PP) und liegt mit einem Anteil von 24,8 Prozent somit weiterhin knapp hinter den beiden führenden Zahlungsmitteln (vgl. Abbildung 5). Deutlich zugelegt hat hingegen die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte (+3,8 PP), die mit einem Anteil von 18,7 Prozent an vierter Stelle liegt (vgl. Abbildung 5).<sup>7</sup>

Gemessen am Umsatz übernimmt die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Plus von 5,9 Prozentpunkten auf 28,0 Prozent die Spitzenposition im Präsenzgeschäft (vgl. Abbildung 6).<sup>7</sup> Die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) folgt knapp dahinter mit einem Umsatzanteil von 27,8 Prozent (-3,4 PP) (vgl. Abbildung 6). Das mobile Bezahlen nach breiter Definition verliert im Präsenzgeschäft auch gemessen am Umsatz (wie bei der Betrachtung gemäss Anzahl Transaktionen) erstmals seit Erhebungsbeginn an Anteilen, und zwar 1,6 Prozentpunkte auf 23,0 Prozent (vgl. Abbildung 6).

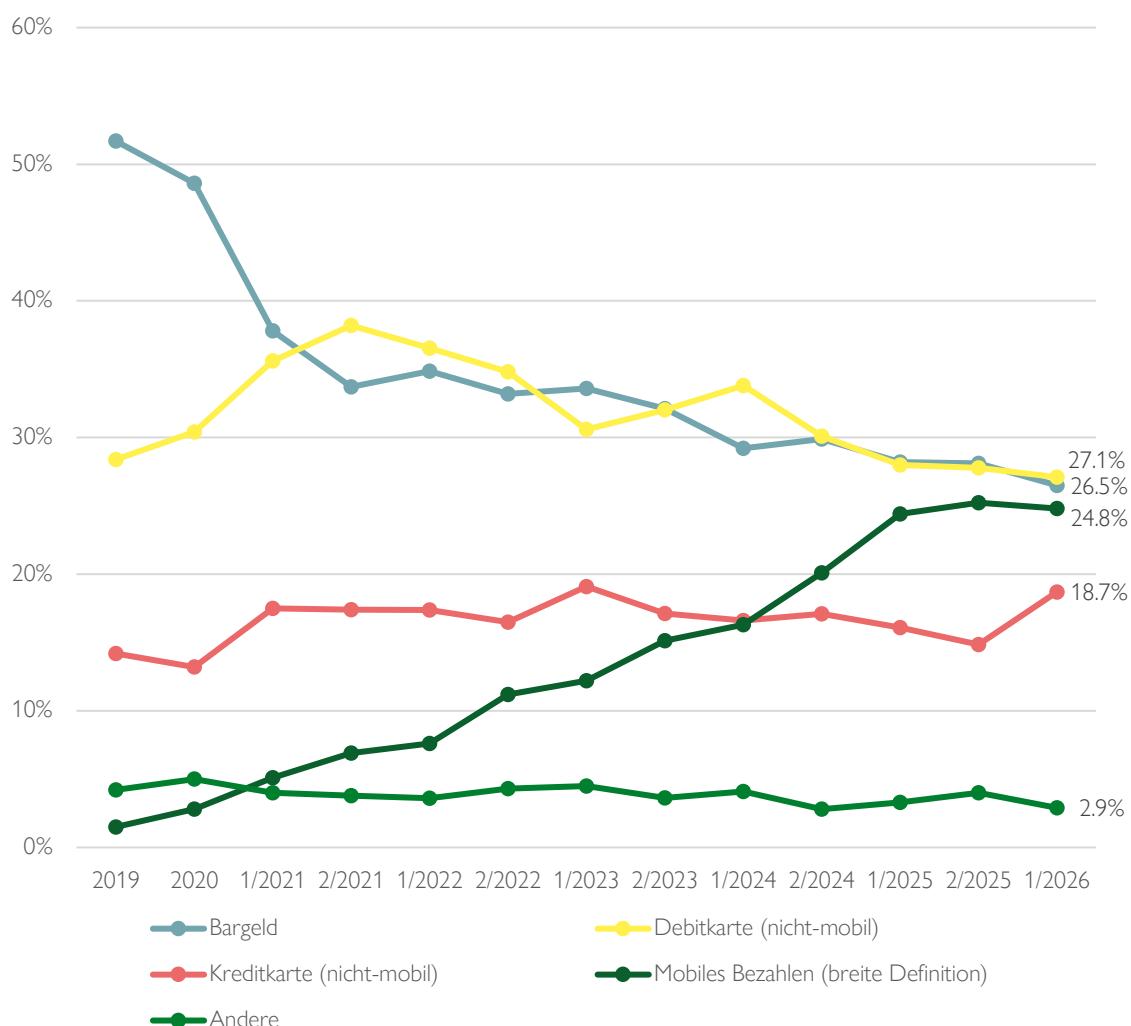


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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

<sup>7</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

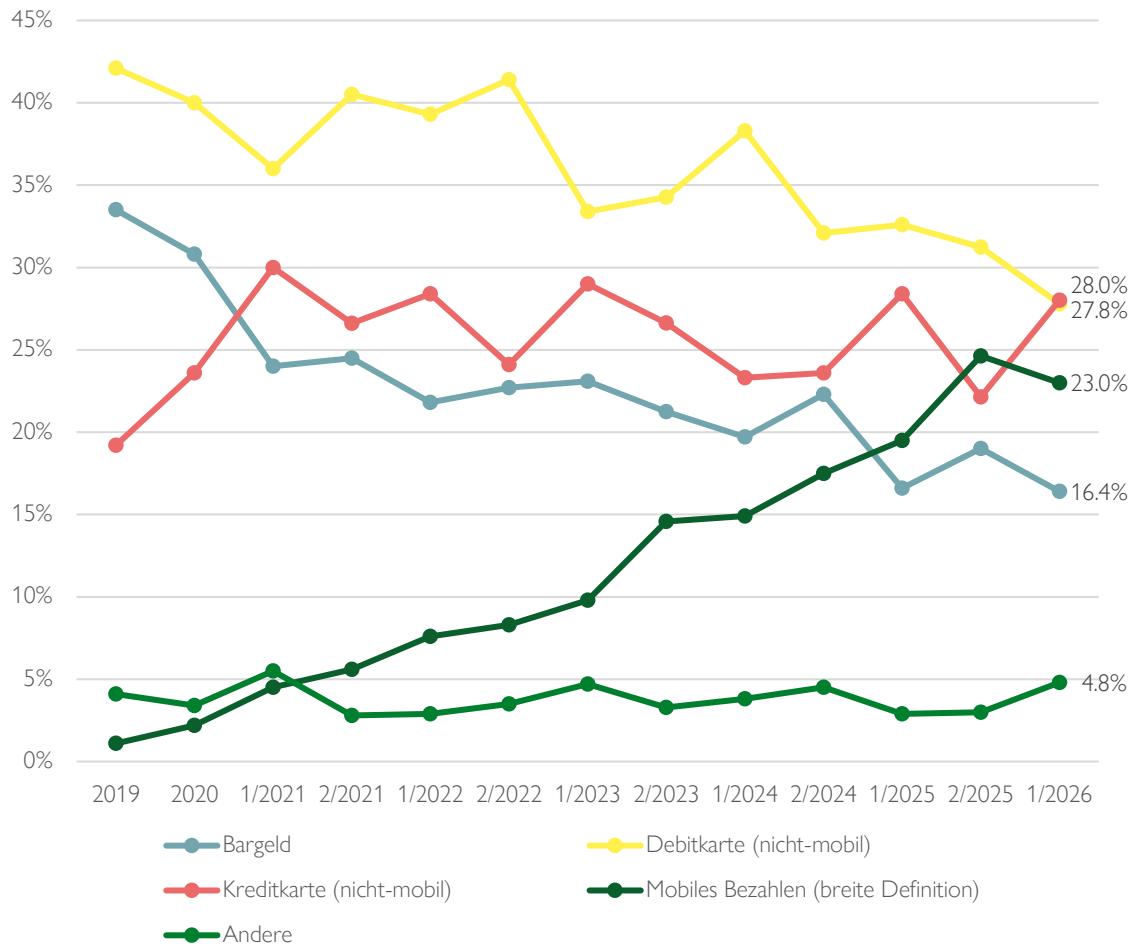


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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

### 3.2.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Die Debitkarte bleibt das meistgenutzte Abrechnungsprodukt im Präsenzgeschäft. Mit einem Anteil von 33,6 Prozent (+0,3 PP) werden am meisten Zahlungen über eine Debitkarte abgewickelt (vgl. Abbildung 7). Ein Vergleich mit dem Anteil der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte in Abbildung 5 zeigt, dass 6,5 Prozentpunkte dieser 33,6 Prozent auf die Nutzung der Debitkarte als Abrechnungsprodukt bei mobilen Zahlungen zurückzuführen sind. Dieser Anteil hat im Vergleich zur letzten Erhebung um 1,0 Prozentpunkte zugenommen. Dadurch verzeichnet die Debitkarte im Präsenzgeschäft als Abrechnungsprodukt ein leichtes Wachstum, während ihr Nutzungsanteil als Zahlungsmittel (nicht-mobile Nutzung) abnahm.

Das Bargeld liegt gemessen an der Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 26,5 Prozent nur noch knapp vor der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit 25,3 Prozent (+2,9 PP) (vgl. Abbildung 7).<sup>8</sup> Ein Vergleich mit Abbildung 5 zeigt, dass 6,6 Prozent des Anteils der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt – und somit ähnlich viel wie bei der Debitkarte – auf mobile Zahlungen mit hinterlegter Kreditkarte zurückzuführen sind.

<sup>8</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

Beim mobilen Bezahlen im eigentlichen Sinn zeigt sich im Präsenzgeschäft nach einer jüngsten Stagnation sogar eine leichte Abwärtstendenz: Der Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen beträgt 10,6 Prozent und liegt damit 0,7 Prozentpunkte tiefer (vgl. Abbildung 7).

Gemessen am Umsatz übernimmt die Kreditkarte mit einem neuen Höchstwert von 38,1 Prozent (+8,5 PP) erstmals die Spitzenposition unter den Abrechnungsprodukten im Präsenzgeschäft (vgl. Abbildung 8).<sup>9</sup> Mit einem Anteil von 32,4 Prozent (-3,9 PP) erzielt die Debitkarte als Abrechnungsprodukt im Präsenzgeschäft den zweitmeisten Umsatz. Dies stellt einen neuen Tiefstwert seit Erhebungsbeginn dar (vgl. Abbildung 8). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn verzeichnet einen Rückgang um 1,6 Prozentpunkte auf einen Anteil von 7,6 Prozent (vgl. Abbildung 8).

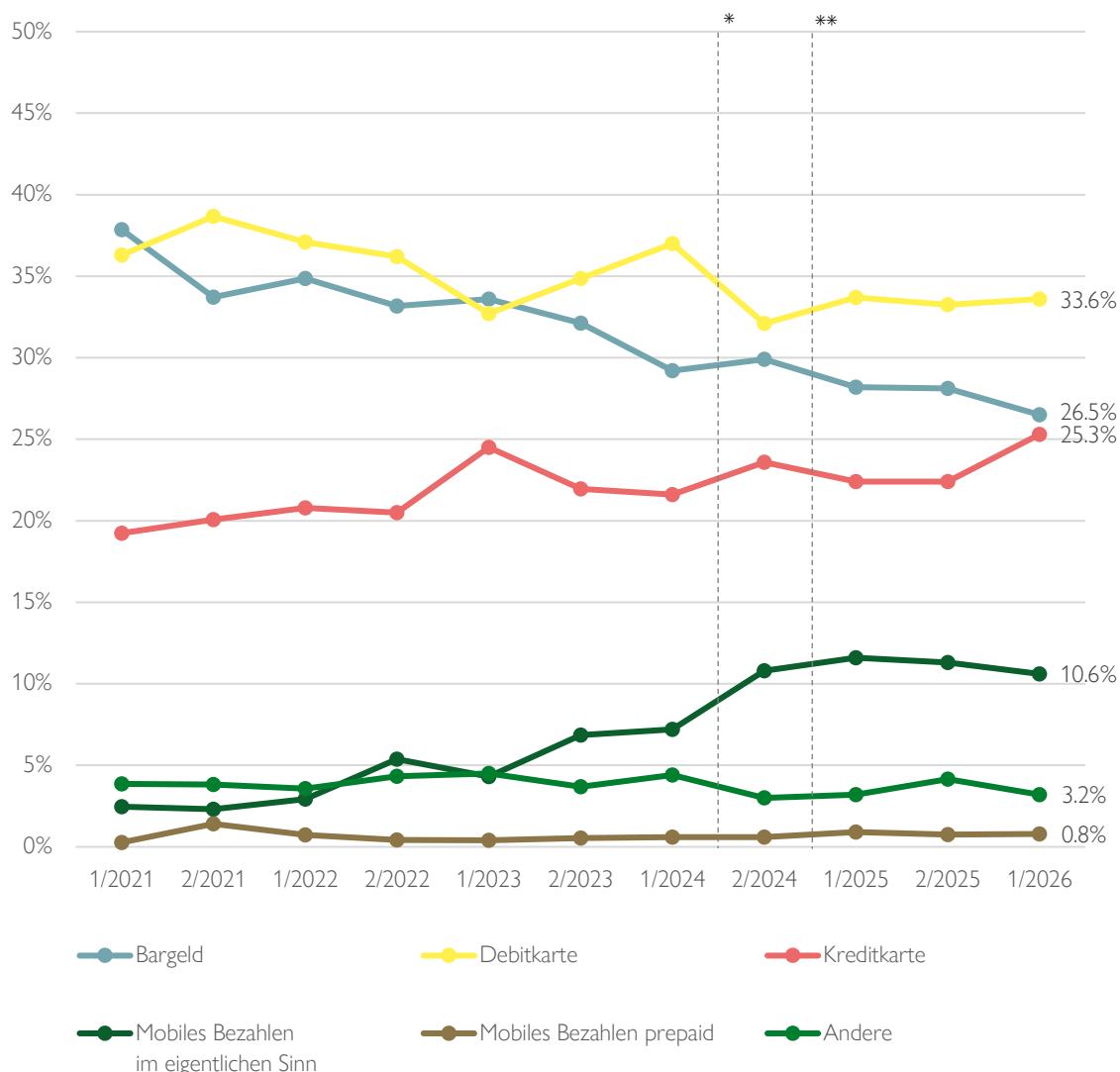


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

\*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 Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

<sup>9</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

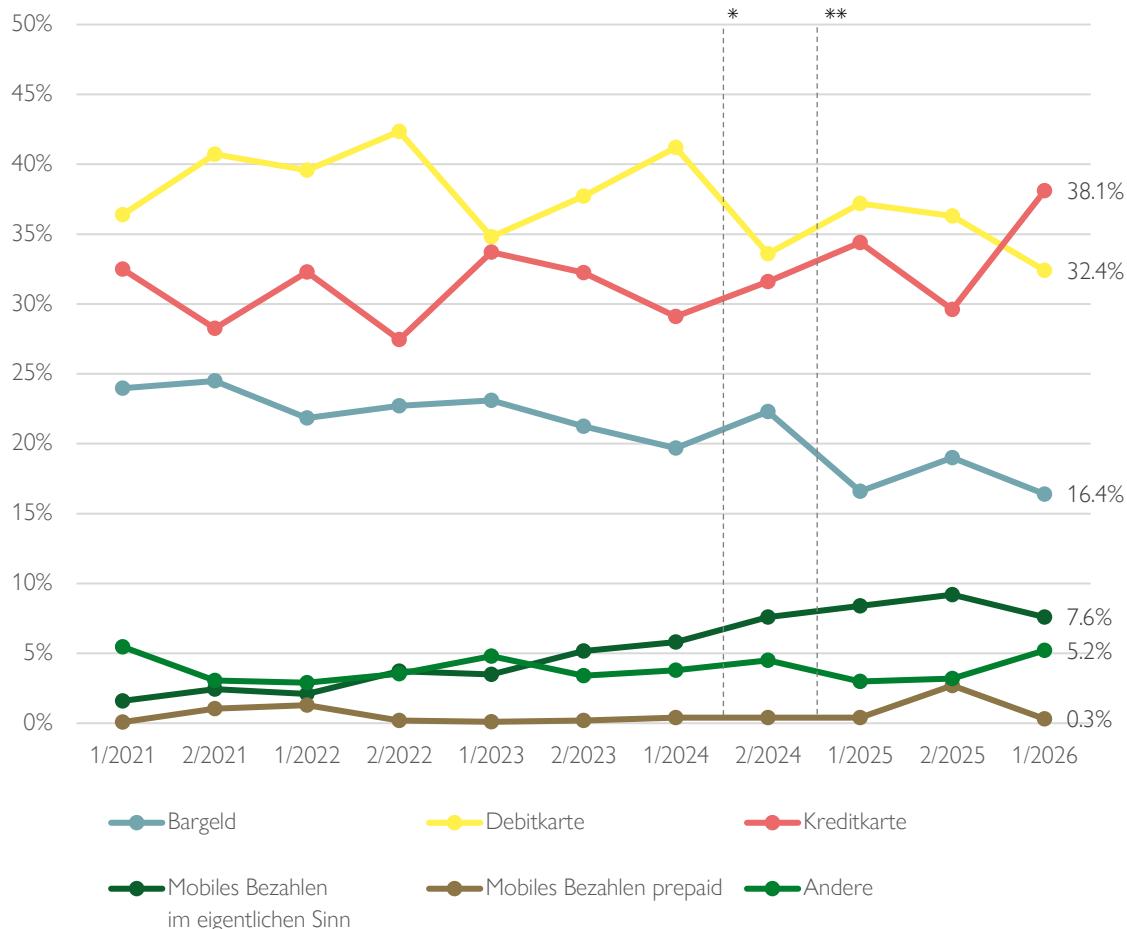


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

\*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 Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

### 3.3 Distanzgeschäft

#### 3.3.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Mobiles Bezahlen (breite Definition) ist und bleibt die unangefochtene Nummer eins im Distanzgeschäft. Gemessen an der Anzahl Transaktionen liegt der Anteil des mobilen Bezahlens nach breiter Definition bei 74,4 Prozent (+3,1 PP) und wuchs wie immer seit Erhebungsbeginn (vgl. Abbildung 9). Dabei wurden primär Zahlungen per Rechnung substituiert (-3,7 PP), während die übrigen Zahlungsmittel praktisch unverändert blieben (vgl. Abbildung 9).

Gemessen am Umsatz hat das mobile Bezahlen nach breiter Definition mit einem Anteil von 45,2 Prozent (+11,6 PP) im Distanzgeschäft wieder die Spitzenposition von der Rechnung übernommen (vgl. Abbildung 10). Letztere sinkt um 23,7 Prozentpunkte auf 22,2 Prozent und fällt damit sogar hinter die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte mit 22,8 Prozent (+8,6 PP) zurück (vgl. Abbildung 10).<sup>10</sup> Diese Veränderungen scheinen auf den ersten Blick enorm. Angesichts der Tatsache, dass es sich um relative Umsatzanteile der verschiedenen Zahlungsmittel handelt, die stark durch einzelne hohe Beträge beeinflusst werden, sind sie jedoch nicht aussergewöhnlich.

<sup>10</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

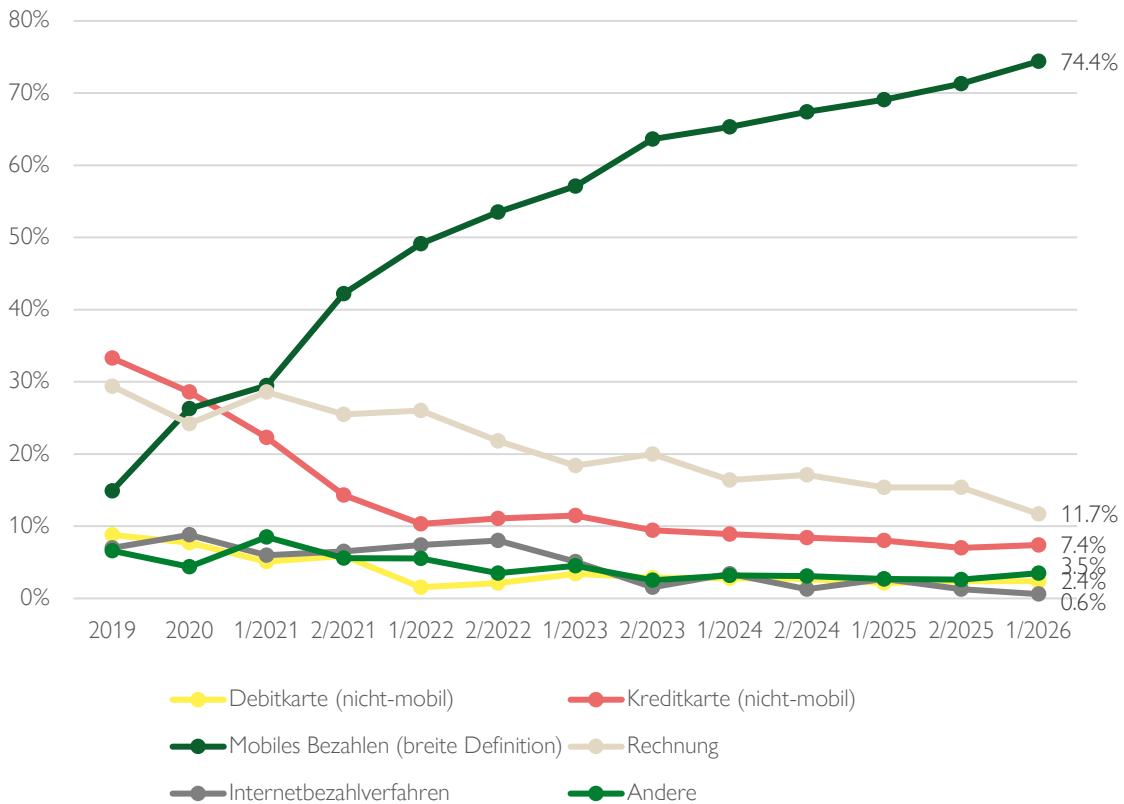


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen (breite Definition)» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen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

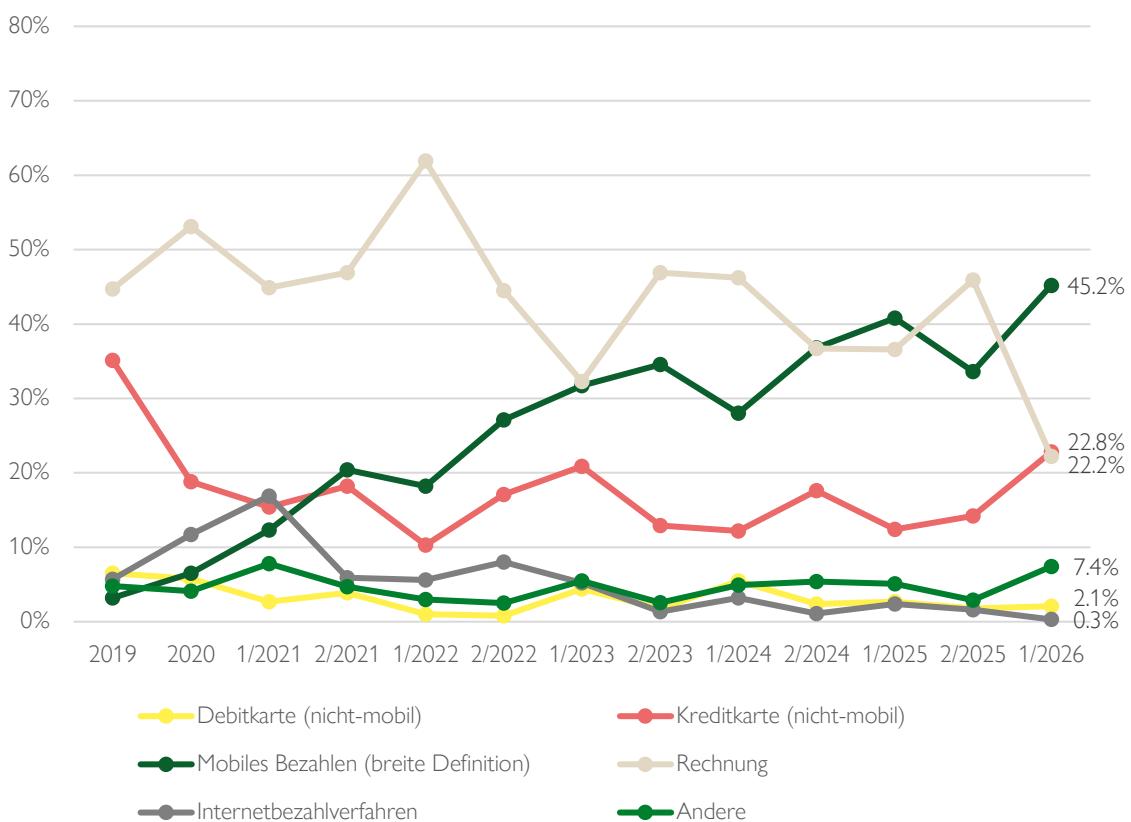


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; die Kategorie «mobiles Bezahlen (breite Definition)» beinhaltet auch Kartenzahlungen, welche innerhalb einer Bezahl-App oder händlerspezifischen mobilen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

### 3.3.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Mobiles Bezahlen dominiert auch als Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft. Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn hat mit einem Anteil von 37,7 Prozent (+2,7 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen einen neuen Höchstwert erreicht (vgl. Abbildung 11). Auch die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt legte mit einem Plus von 2,3 Prozentpunkten auf 26,3 Prozent zu (vgl. Abbildung 11).<sup>11</sup> Ein Vergleich mit Abbildung 9, welche für die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte im Distanzgeschäft keine wesentliche Veränderung aufzeigt, lässt darauf schliessen, dass die vermehrte mobile Nutzung der Kreditkarte das beobachtete Wachstum massgeblich erklärt. Die übrigen Abrechnungsprodukte wurden in jeweils ähnlichem Masse durch die beiden führenden Abrechnungsprodukte substituiert.

Neu ist das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn zudem auch umsatzstärkstes Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft. Mit einem Umsatzanteil von 32,6 Prozent (+13,0 PP) übernimmt es erstmals seit Erhebungsbeginn die Spaltenposition (vgl. Abbildung 12). Analog zur Entwicklung gemäss Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 10) folgt auf Rang zwei neu die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Umsatzanteil von 29,8 Prozent (+6,6 PP), gefolgt vom Bank-/Postkonto auf Rang drei mit einem Umsatzanteil von 27,6 Prozent (-20,8 PP) (vgl. Abbildung 12).<sup>11</sup>

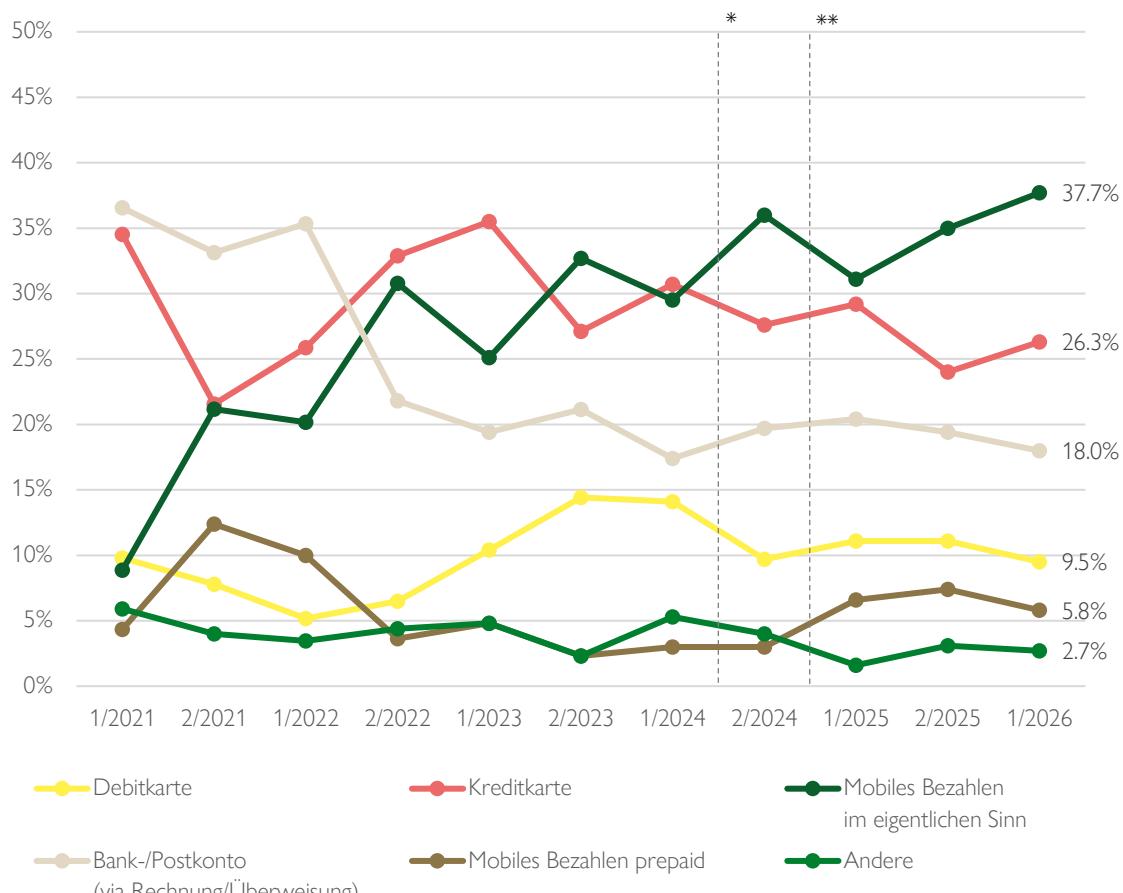


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

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

\*\*Ab SPM 1/2025 Umklassierung von «mobilem Bezahl im eigentlichen Sinn» von Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahl prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

<sup>11</sup> Einen Erklärungsansatz für das relative Wachstum der Kreditkartennutzung in unserer Stichprobe bietet Anhang B.6.

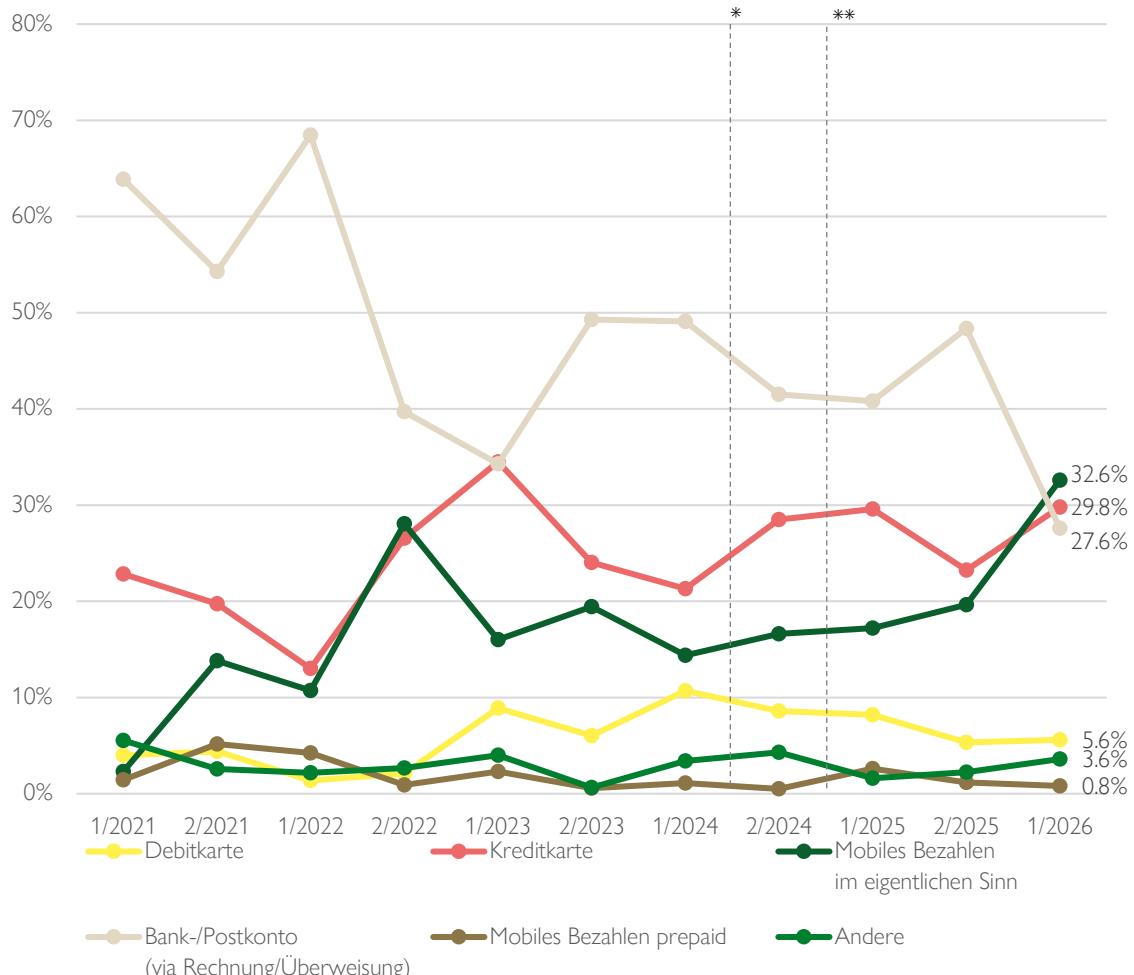


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

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 Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

### 3.4 Betragshöhe

Die durchschnittlichen Zahlungsbeträge variieren je nach Zahlungsmittel erheblich. Dies führt dazu, dass Umsatz- und Transaktionsanteile teilweise deutlich voneinander abweichen (vgl. Kapitel 3.1 bis 3.3). Beim Bargeld sind die durchschnittlichen Zahlungsbeträge am tiefsten: Je höher der Betrag, desto seltener erfolgt die Bezahlung in bar (vgl. Abbildung 13). Knapp zwei Drittel der Bargeldzahlungen entfallen auf Kleinst- (bis 5 CHF) und Kleinbeträge (5 bis 20 CHF). In diesen Betragsbereichen wird jedoch noch häufiger mobil bezahlt (breite Definition). Mit 36,0 Prozent (bis 5 CHF), 32,5 Prozent (5 bis 20 CHF) und 30,6 Prozent (20 bis 50 CHF) ist das mobile Bezahlen (breite Definition) bei Beträgen bis 50 Franken das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 13). Bei Beträgen zwischen 50 und 100 Franken ist die Debitkarte (nicht-mobil) mit 29,8 Prozent das am häufigsten verwendete Zahlungsmittel und bei Beträgen zwischen 100 und 500 Franken ist es mit 30,7 Prozent erneut das mobile Bezahlen (breite Definition) (vgl. Abbildung 13).

Bei der Kreditkarte und der Rechnung zeigt sich jeweils ein klares Muster: Je höher der Betrag, desto grösser ist der Anteil des jeweiligen Zahlungsmittels an der Gesamtzahl der Transaktionen in diesem Betragsbereich. So wird bei Beträgen über 500 Fr. mit 30 Prozent am häufigsten die Kreditkarte und mit 21,7 Prozent am zweithäufigsten die Rechnung genutzt (vgl. Abbildung 13).

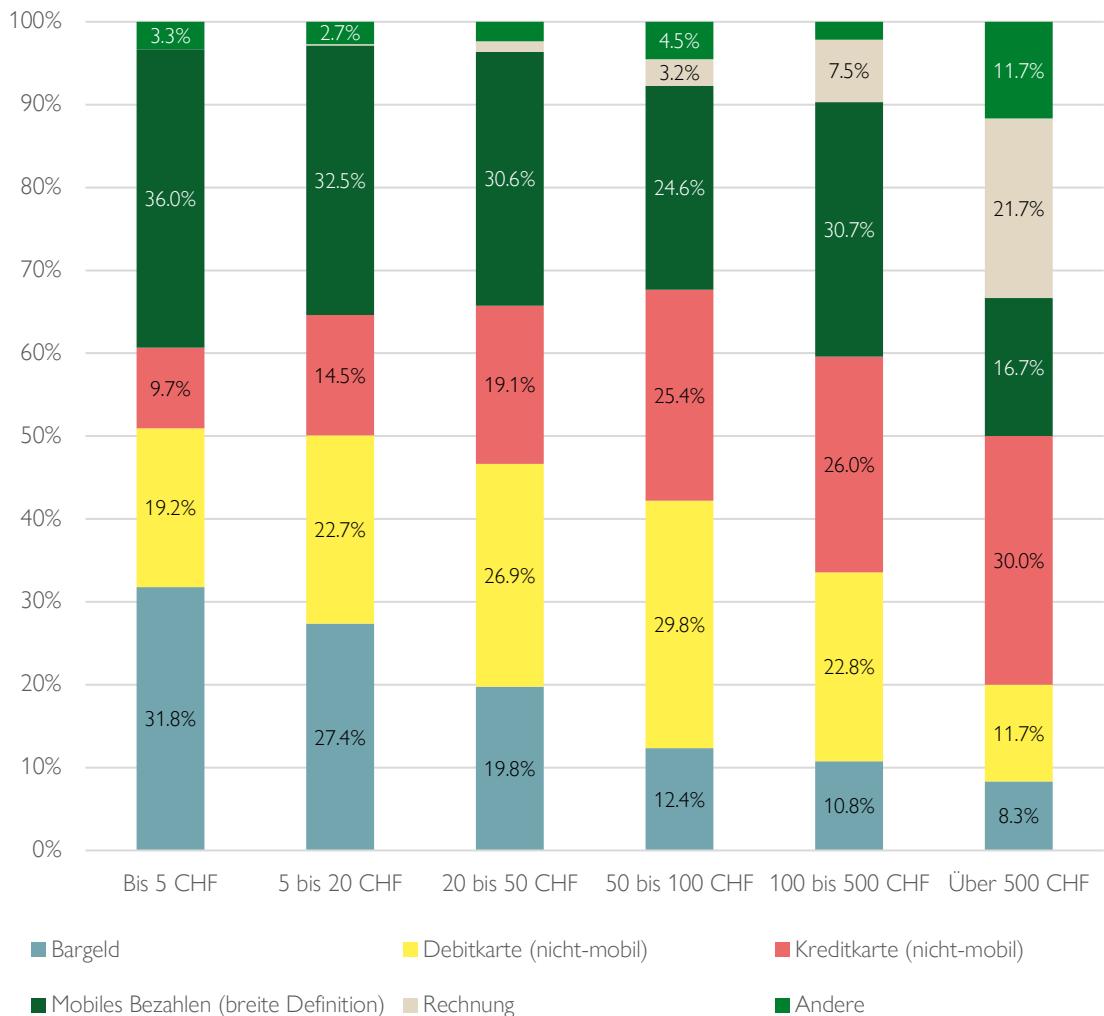


Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

## 4 Bargeld

Der durchschnittliche Bargeldbestand im Portemonnaie hat sich im Vergleich zum SPM 2/2025 von 104 Fr. auf 82 Fr. reduziert (vgl. Abbildung 14). Damit befindet sich dieser Wert wieder auf dem Niveau der Jahre 2021, 2022 und 2024. Der hohe Wert im SPM 2/2025 ist demnach eher als Ausreisser zu betrachten (vgl. Abbildung 14). Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Mittelwert stark durch einzelne hohe Beträge beeinflusst wird. Der Median des Bargeldbesitzes im Portemonnaie bleibt unverändert bei 50 Fr.

Abbildung 14 zeigt die Antworten der Teilnehmenden in der Onlinebefragung auf die Frage, wie viel Bargeld sie üblicherweise im Portemonnaie haben. Im Rahmen der Tagebucherhebung wurden dieselben Befragten auch nach ihrem aktuellen Bargeldbestand im Portemonnaie gefragt. Der Mittelwert von 84 Fr. sowie der Median von 48 Fr. deuten darauf hin, dass die Befragten ihren üblichen Bargeldbestand in der Onlinebefragung sehr genau einschätzen konnten. Der Bargeldbestand zu Hause zeigt sich gegenüber dem SPM 2/2025 praktisch unverändert mit einem Mittelwert von 699 Fr. und einem Median von 200 Fr. (vgl. Abbildung 14).

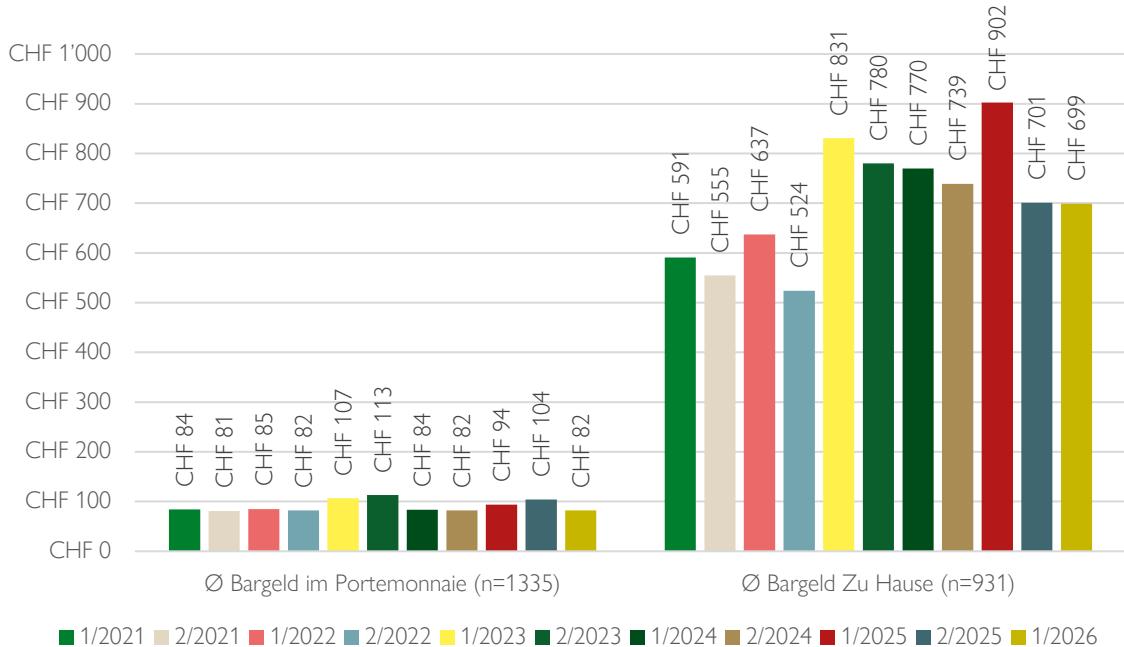


Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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?»

Der Anteil der Befragten, der überhaupt kein Bargeld mehr im Portemonnaie mit sich führt, hat mit 17,0 Prozent (+0,1 PP) erneut einen Höchststand seit Erhebungsbeginn erreicht (vgl. Abbildung 15). Der Anteil derjenigen, die kein Bargeld zu Hause aufbewahren, hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung nur unwesentlich verändert (-0,1 PP) und liegt mit 39,5 Prozent im Bereich der Mittelwerte der letzten Jahre (vgl. Abbildung 15).

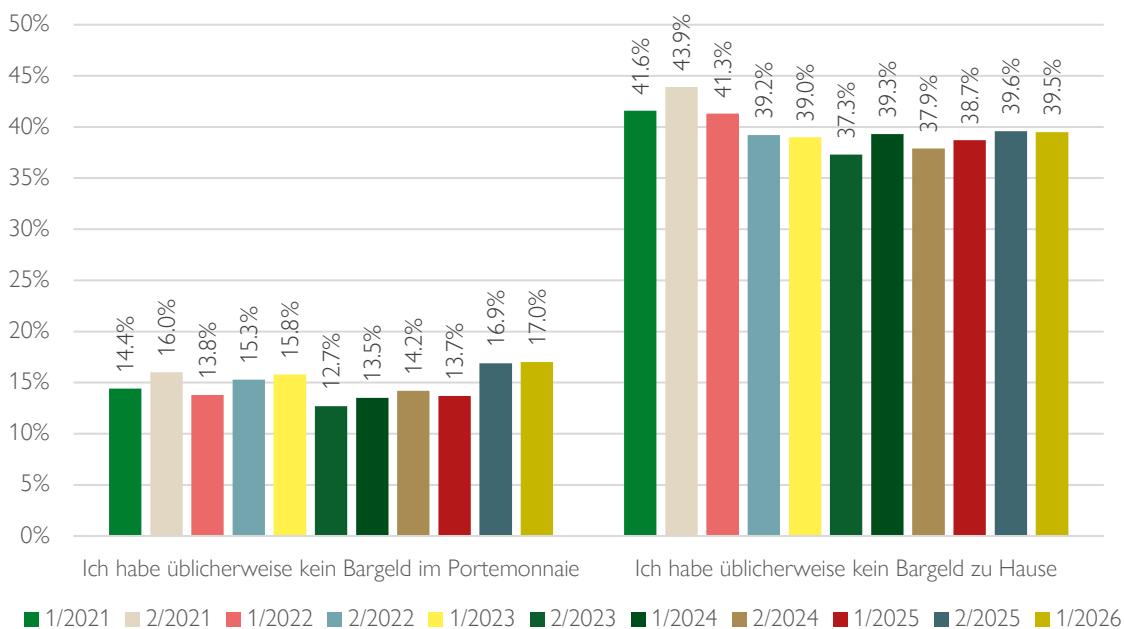


Abbildung 15: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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?»

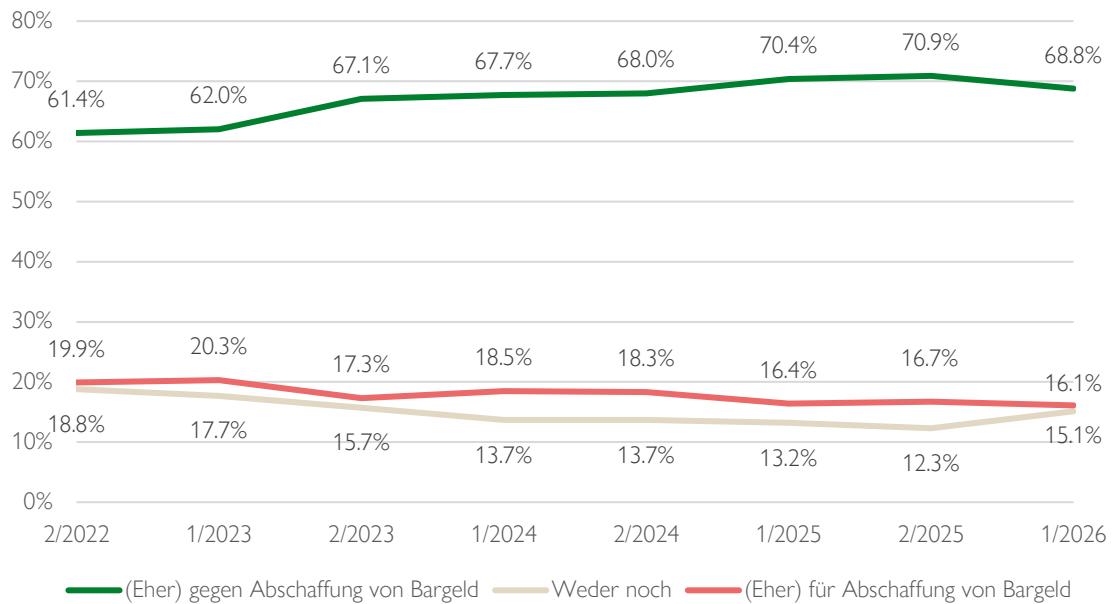


Abbildung 16: Veränderung der Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf

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

Bei der Frage nach der Einstellung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld ist der Trend zu einer immer stärkeren Polarisierung vorerst gestoppt: Sowohl der Anteil der Befürworter einer Abschaffung (-0,6 PP) als auch derjenige der Gegner einer Abschaffung (-2,1 PP) ging zurück, während der Anteil an Indifferenten um 2,8 Prozentpunkte auf 15,1 Prozent zunahm (vgl. Abbildung 16). Durch die Abstimmung über die Volksinitiative «Ja zu einer unabhängigen, freien Schweizer Währung mit Münzen oder Banknoten (Bargeld ist Freiheit)» vom 8. März 2026 wird das Thema Bargeld in der Öffentlichkeit gegenwärtig verstärkt diskutiert. Es bleibt abzuwarten, ob und wie sich dies auf die nächste Erhebung im Mai 2026 auswirkt.

## 5 Mobiles Bezahlen

Seit Erhebungsbeginn des SPM werden immer häufiger Zahlungen mit einem mobilen Gerät statt mit einer physischen Bezahlkarte oder mit Bargeld getätigt. Der Anteil des mobilen Bezahlens nach breiter Definition hat gemessen an der Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt im Vergleich zum SPM 2/2025 weiter auf 31,4 Prozent zugenommen (vgl. Kapitel 3.1.1). 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 16,8 Prozent der häufigste Zahlungstyp hinter den Mischzahlern mit 55,3 Prozent.<sup>12</sup>

Twint ist unangefochten die meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz. Der relative Nutzungsanteil von Twint an der Gesamtheit aller mobilen Zahlungen (breite Definition) ist im letzten Halbjahr von 62,0 Prozent auf 62,7 Prozent der Transaktionen wieder leicht gestiegen (vgl.

<sup>12</sup> 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.

Abbildung 17). Das Wachstum von Apple Pay auf Platz zwei (16,9%; +1,5 PP) fiel deutlich stärker aus als dasjenige von Twint, gefolgt von der SBB Mobile App auf Platz drei (7,0%; +1,0%). Der Grund für die gestiegenen relativen Nutzungsanteile liegt in der gesunkenen Verwendung von Google Pay (4,3%; -0,6 PP) und insbesondere Samsung Pay (1,5%; -2,2 PP) (vgl. Abbildung 17).

Es werden mehr Transaktionen vor Ort in einem Ladengeschäft über NFC (36,1%) – der Technologie der Zahlungen mit Mobile Wallets – statt via QR-Code (27,9%) – der primären Technologie von Twint – abgewickelt. Neben Kreditkarten kann auch die neue Generation von Debitkarten in Mobile Wallets hinterlegt werden, was die Attraktivität von NFC-Zahlungen steigert. Bei je rund 49 Prozent der Zahlungen mit Mobile Wallets (ohne Twint) ist eine Debitkarte oder Kreditkarte hinterlegt.

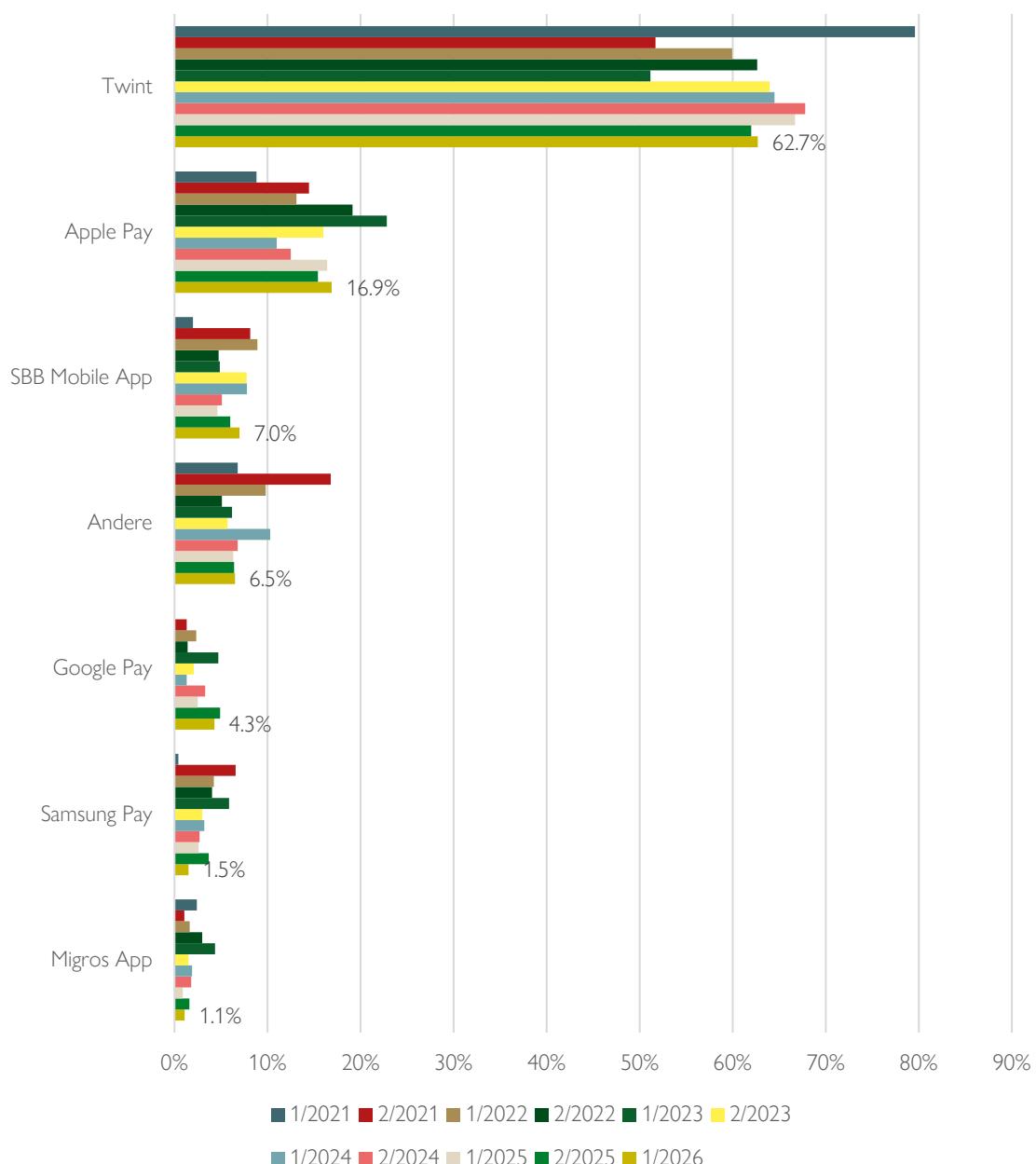


Abbildung 17: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt  
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Anhang B.1)

Eine separate Betrachtung von mobilem Bezahlen im Präsenz- und im Distanzgeschäft zeigt, dass Twint gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Anteil von 60,6 Prozent respektive 67,0 Prozent in beiden Bereichen die meistverwendete mobile Bezahlösung ist. Im Präsenzgeschäft liegt an zweiter Stelle Apple Pay (23,3%), gefolgt von Google Pay (6,2%). Im Distanzgeschäft rangiert an zweiter Stelle hinter Twint die Retail-App SBB Mobile<sup>13</sup> (20,9%), gefolgt von Apple Pay (3,4%) und anderen mobilen Apps mit integrierten Bezahlösungen wie beispielsweise PayPal, Parkingpay, Fairtiq 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 Onlineshops in der Schweiz nicht akzeptiert werden, während Twint von knapp 80 Prozent der Händler akzeptiert wird.<sup>14</sup>

## 6 Neobanken

Die Nutzung von Neobanken erreicht einen neuen Höchststand. 42,9 Prozent der Befragten und damit 2,3 Prozentpunkte mehr als vor einem halben Jahr gaben an, schon mindestens einmal eine Online-Banklösungen einer Neobank genutzt zu haben (vgl. Abbildung 18).

Revolut ist die mit Abstand häufigste genutzte Neobank (18,9% der Befragten; +1,4 PP) (vgl. Abbildung 19). Seit Beginn der Neobanken-Erhebung im Rahmen des SPM steht Revolut unangefochten an erster Stelle und konnte seit der Eröffnung der offiziellen Repräsentanz in Zürich unter dem Namen Revolut (Switzerland) AG im Juli 2024 weiter deutlich zulegen. Hinter Revolut konnte sich Yuh auf dem zweiten Platz (12,6%; +0,4 PP) von Neon (10,6%; -1,3 PP) absetzen (vgl. Abbildung 19).

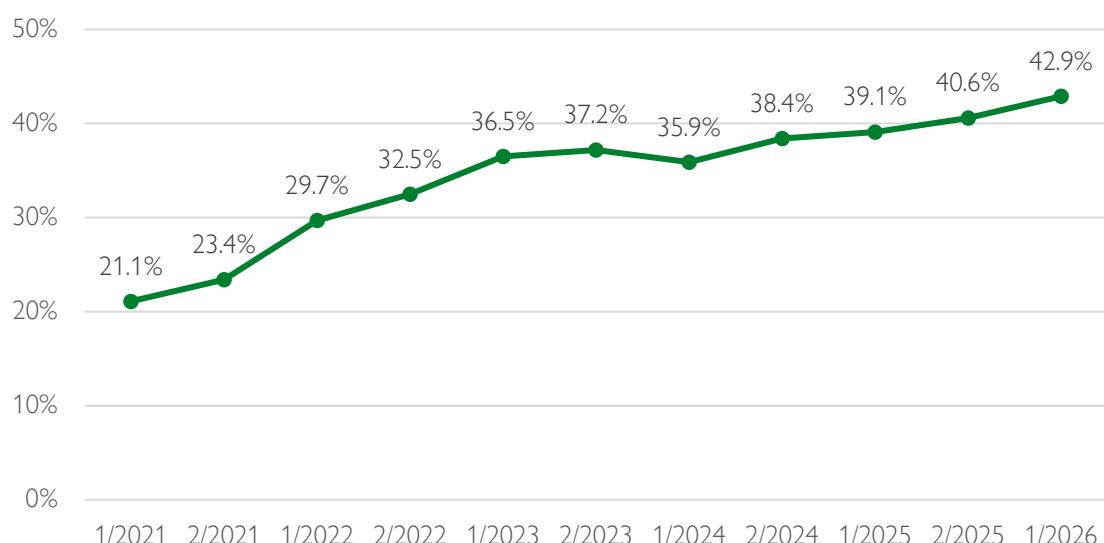


Abbildung 18: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt

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

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> Siehe «Händlerbefragung zum bargeldlosen Zahlungsverkehr in der Schweiz» ([https://www.zhaw.ch/forschungsdaten/projectdata/20241122114107\\_67405fc38dc7b.pdf](https://www.zhaw.ch/forschungsdaten/projectdata/20241122114107_67405fc38dc7b.pdf))

Erstmals wurde UBS key4 (als Nachfolgelösung von Credit Suisse CSX) in die Rangliste aufgenommen und CSX ist nicht mehr Teil der Erhebung. UBS key4 erreicht einen Nutzungsanteil von 8,7 Prozent und steht an vierter Stelle (vgl. Abbildung 19). Dahinter folgen Zak (7,0%; -0,5 PP), Wise (6,4%; -1,2 PP) und Radicant (3,0%; -0,5 PP) (vgl. Abbildung 19). Alpian wurde ebenfalls neu in die Erhebung aufgenommen und erreichte einen Nutzungsanteil von 2,7 Prozent (vgl. Abbildung 19). Hingegen ist Yapeal nicht mehr Teil der Erhebung, da sich dieser Anbieter nach einer strategischen Neuausrichtung primär auf Geschäftskunden konzentriert.

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 ermöglichen eine schnelle Überweisung und sie sind immer auf dem Mobiltelefon verfügbar. Die günstigen Wechselkurse folgen erst an sechster Stelle.

Rund zwei Drittel der Befragten, die Neobanken nutzen, tun dies für spezifische Zwecke, während rund ein Viertel von ihnen Neobanken als primäres Zahlungsmittel bzw. Hauptbankverbindung nutzt. Am häufigsten genutzt wird das Angebot von Neobanken für Zahlungen vor Ort oder im Internet und zwar von 64 Prozent jener Befragten, die Neobanken nutzen. 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.

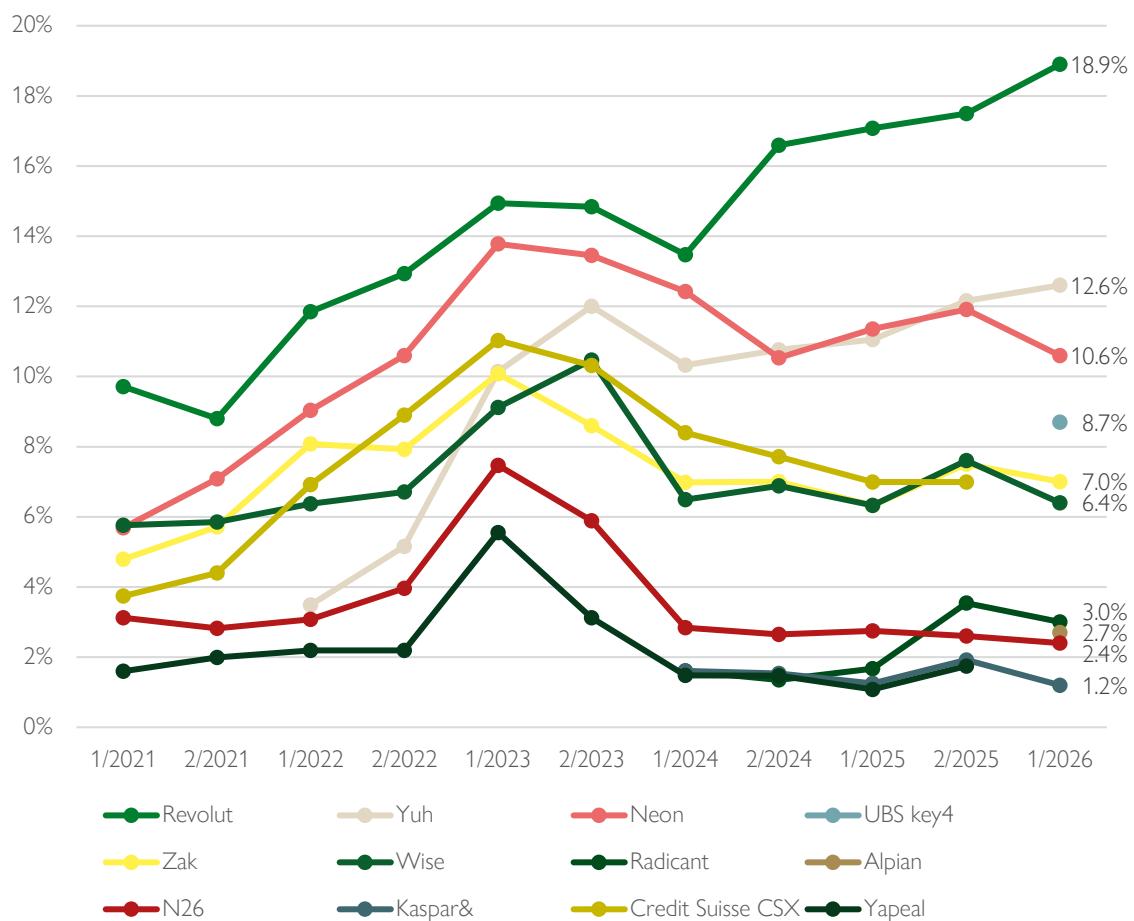


Abbildung 19: Entwicklung der Nutzung von Neobanken

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.»

# 7 Sicherheit

Die Onlinebefragung untersuchte vertiefend das Thema Sicherheit. Im Fokus stand die Frage, wie die wahrgenommene Sicherheit die situative Wahl des Zahlungsmittels abhängig von Kaufkontext (online vs. vor Ort), Betragshöhe und Händlerreputation beeinflusst. Zudem wurden die Risikowahrnehmung und die Bekanntheit von Sicherheitsmechanismen erhoben.

## 7.1 Zahlungsmittelwahl in verschiedenen Kaufszenarien

Die Befragten wurden als erstes mit hypothetischen Kaufszenarien konfrontiert, die entlang der in Tabelle 2 dargestellten drei Dimensionen konstruiert wurden: Kaufkanal, Händlerreputation und Betragshöhe. Bei jeder Wahl wurde zunächst ein konkretes Kaufszenario beschrieben (z.B. «Stellen Sie sich vor, Sie kaufen ein Produkt online bei einem Ihnen unbekannten, ausländischen Händler in Höhe von 10 EUR»). Anschliessend wurden die Befragten gebeten, aus einer Liste von sechs Zahlungsmitteln (Kreditkarte, Rechnung, Twint, Debitkarte, Vorauszahlung und Digitale Wallet) dasjenige auszuwählen, welches sie in dieser Situation wählen würden. Jede befragte Person wurde zufällig mit zwei unterschiedlichen Einkaufsszenarien konfrontiert.

In einer Anschlussfrage wurde nach dem Hauptgrund für die Wahl des jeweiligen Zahlungsmittels gefragt. Dabei standen verschiedene Motive zur Auswahl, darunter Sicherheitsaspekte («Ich halte dieses Zahlungsmittel in der Situation für am sichersten», «Ich fühle mich mit diesem Zahlungsmittel generell am sichersten»), Kostenüberlegungen, Bequemlichkeit, Kontrolle über Ausgaben sowie die Nutzung von Bonusprogrammen.

Die Ergebnisse zeigen: Sicherheit ist für viele Befragte ein zentrales Kriterium beim Bezahlen. Ihre Bedeutung variiert jedoch deutlich je nach Kaufkontext, Betragshöhe und Händlerreputation. Besonders im Onlinehandel bei unbekannten ausländischen Händlern wird der Sicherheitsaspekt hoch gewichtet – selbst bei niedrigen Beträgen. Im hypothetischen Szenario eines Onlinekaufs für 10 Euro bei einem unbekannten ausländischen Händler zeigt sich eine klare Präferenz für Kreditkarte (33% der Befragten) und Rechnungskauf (26%) (vgl. Abbildung 20). Als Begründung nennen die Befragten mehrheitlich, dass sie diese Zahlungsmittel in der konkreten Situation oder generell als am sichersten empfinden.

Tabelle 2: Dimensionen und Ausprägungen der hypothetischen Kaufszenarien in der Onlinebefragung

| Dimension                         | Ausprägungen   |
|-----------------------------------|--|
| Kaufkanal                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Distanzgeschäft (Online)</li><li>• Präsenzgeschäft</li></ul>                         |
| Händlerreputation<br>(nur Online) | <ul style="list-style-type: none"><li>• Unbekannter ausländischer Händler</li><li>• Bekannter inländischer Händler</li></ul> |
| Betragshöhe                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• 10 Fr./Euro (niedriger Betrag)</li><li>• 1000 Fr./Euro (hoher Betrag)</li></ul>      |

Die Betragshöhe wirkt dabei als Risikoverstärker: Steigt der Betrag unter ansonsten gleichen Bedingungen auf 1'000 Euro, verstärkt sich die Präferenz für den Rechnungskauf deutlich (48,5%), während insbesondere Twint stark an Bedeutung verliert (5,4%) (vgl. Abbildung 20). Je höher der Betrag, desto stärker konzentriert sich die Wahl auf Zahlungsmittel, die als besonders sicher oder kontrollierbar wahrgenommen werden.

Bei bekannten inländischen Anbietern zeigt sich ein grundlegend anderes Bild: Bei niedrigen Beträgen dominiert hier Twint mit 52,4 Prozent, während Kreditkarte (18,4%) und Rechnungskauf (9%) deutlich seltener gewählt werden (vgl. Abbildung 20). Die Befragten begründen ihre Wahl in diesem Kontext vorwiegend mit Bequemlichkeit, Schnelligkeit und Gewohnheit – Sicherheitsaspekte treten in den Hintergrund.

Sobald jedoch der Betrag steigt, ändert sich die Präferenz auch bei vertrauenswürdigen Händlern deutlich: Bei hohen Beträgen wählen die Befragten verstärkt Kreditkarte und Rechnungskauf, während Twint erheblich an Bedeutung verliert (vgl. Abbildung 20). Dies unterstreicht erneut die Rolle der Betragshöhe als Risikoverstärker. Unabhängig von der Händlerreputation wird bei grösseren Summen auf Zahlungsmittel zurückgegriffen, die als sicherer wahrgenommen werden.

Im Präsenzgeschäft verteilt sich die Zahlungsmittelwahl bei niedrigen Beträgen: Bargeld, Debitkarte und Twint werden jeweils von rund einem Viertel der Befragten gewählt, die Kreditkarte von rund 19 Prozent (vgl. Abbildung 20). Auch hier stehen Gewohnheit und Bequemlichkeit im Vordergrund. Mit steigendem Betrag ändert sich das Zahlungsverhalten deutlich: Bei Käufen über 1'000 Fr. vor Ort dominieren Kreditkarte (40,4%) und Debitkarte (34,1%), während Bargeld (10,1%) und Twint (8,8%) erheblich an Bedeutung verlieren (vgl. Abbildung 20). Die Befragten begründen ihre Wahl der Kreditkarte vorwiegend mit dem Sammeln von Bonuspunkten oder Cashback. Darüber hinaus werden die verzögerte Abrechnung der Transaktion sowie Sicherheitsaspekte als wichtige Faktoren genannt.

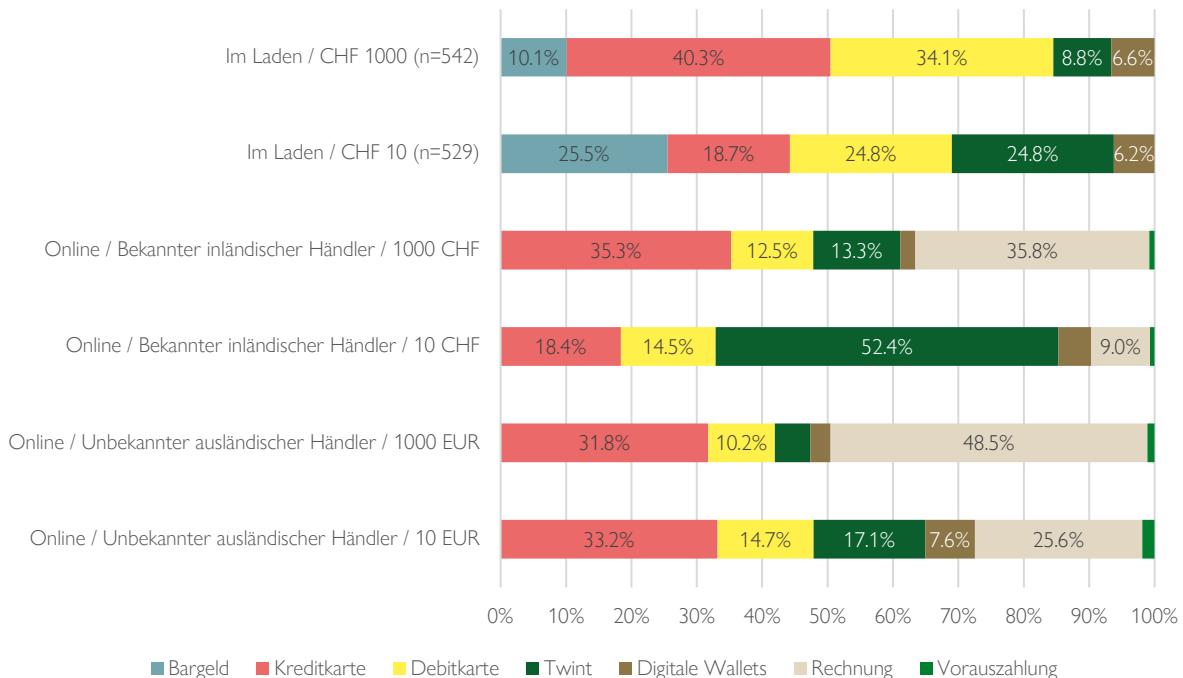


Abbildung 20: Zahlungsmittelanteile in hypothetischen Kaufszenarien  
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung

## 7.2 Bekanntheit von Sicherheitsmechanismen

Bei der Bekanntheit verschiedener Sicherheitsmechanismen von Zahlungsmitteln zeigen sich deutliche Unterschiede.<sup>15</sup> Grundlegende Schutzfunktionen wie Sperrmöglichkeiten von Zahlungskarten und Mobile Wallets oder zusätzliche Authentifizierungsverfahren bei der Kreditkarte – etwa durch die Eingabe eines SMS-Codes oder die Freigabe per App (3D Secure) – sind einer deutlichen Mehrheit bekannt (vgl. Abbildung 21). Das Wissen über weiterführende Sicherheitsmechanismen fällt hingegen deutlich geringer aus. So kennen zwar drei von vier Befragten die transaktionsbasierte Risikoüberwachung bei Kreditkarten, bei Debitkarten sinkt die Bekanntheit jedoch auf knapp über die Hälfte (vgl. Abbildung 21). Beim mobilen Bezahlen (z. B. Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay, Twint) ist nur etwas mehr als jeder dritten Person eine solche Überwachung bekannt (vgl. Abbildung 21). Wenig verbreitet ist auch das Wissen über Chargeback-Rechte bei Kreditkarten (43,5%) oder das technische Konzept der Tokenisierung (28,5%) (vgl. Abbildung 21).

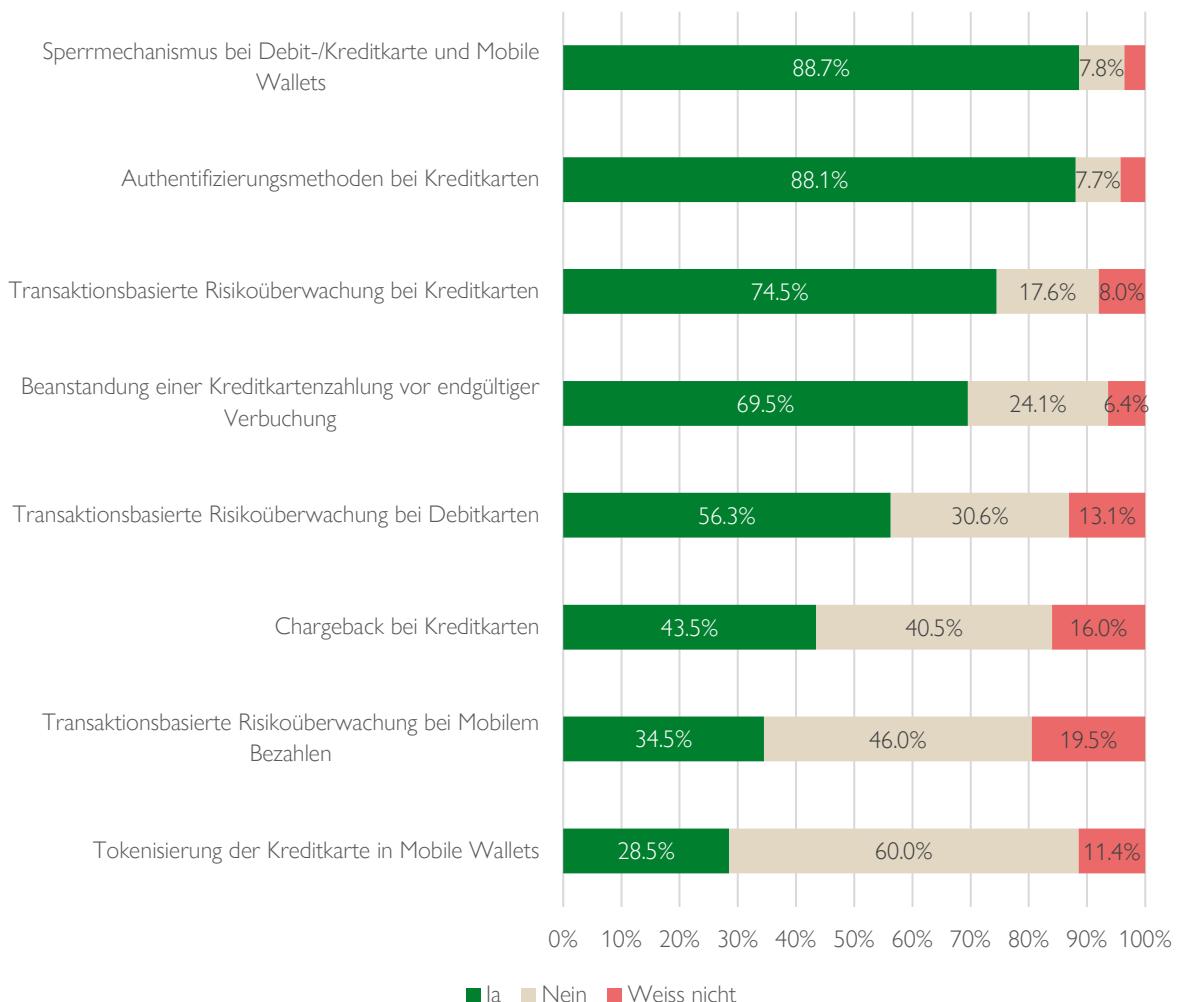


Abbildung 21: Bekanntheit verschiedener Sicherheitsmechanismen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Ist Ihnen dieses Sicherheitsmerkmal bekannt?» (jeweils nachdem der entsprechende Sicherheitsmechanismus kurz erläutert wurde)

<sup>15</sup> Die Auswahl der abgefragten Sicherheitsmechanismen orientiert sich im Interesse der Auftraggeber schwerpunktmässig an der Kreditkarte.

Insgesamt zeigt sich damit eine Lücke zwischen der tatsächlichen Sicherheitsarchitektur vieler Zahlungsmittel und dem Wissen der Befragten darüber. Gleichzeitig deuten die Ergebnisse der Befragung darauf hin, dass Informationen zu diesen Sicherheitsmechanismen vertrauensfördernd wirken: Rund 41 Prozent der Befragten gaben bei einer entsprechenden Frage in der Onlinebefragung an, ihre Kreditkarte nach Kenntnis der Schutzmechanismen künftig häufiger nutzen zu wollen. Ein Teil der Befragten könnte dieses Vorhaben während der anschliessenden Tagebucherhebung direkt in die Praxis umgesetzt haben. Der deutliche Anstieg der Kreditkartennutzung deutet darauf hin (vgl. Kapitel 3).

## 7.3 Informationskanäle

Bei der Suche nach Informationen zur Sicherheit beim Bezahlen zeigt sich ein klares Bild: Banken und Zahlungsanbieter sind mit Abstand die wichtigsten und vertrauenswürdigsten Anlaufstellen. Sie dominieren deutlich vor Medien, Behörden oder sozialen Netzwerken. Entsprechend wünschen sich viele Befragte Informationen vor allem über banknahe digitale Kanäle wie Banking-Apps, E-Banking oder E-Mail-Newsletter.

Demgegenüber ist die Bekanntheit der nationalen Sicherheitskampagne «LINDA checkt's» bzw. «Karte schützen» sehr gering.<sup>16</sup> Lediglich jeder 20. Befragte gab an, die Abkürzung «LINDA» bzw. «LINDA checkt's» als Merkhilfe zur Vermeidung von Kartendelikten schon einmal gehört zu haben. Selbst bei Einblendung der Webseite ist die Kampagne der grossen Mehrheit der Befragten unbekannt (vgl. Abbildung 22). Von denjenigen Befragten, welche die Kampagne kannten, beurteilten knapp zwei Drittel diese als (sehr) hilfreich.



Abbildung 22: Abbildung der Webseite und Bekanntheit der nationalen Kampagne «Karte schützen» bzw. «card-security.ch»  
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Haben Sie schon einmal von der Kampagne «Karte schützen»/«card-security.ch» gehört?»

## 7.4 Fazit

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse des Vertiefungsthemas «Sicherheit», dass Sicherheit ein zentraler, jedoch stark kontextabhängiger Einflussfaktor bei der Wahl des Zahlungsmittels ist. Die Entscheidung wird weniger durch abstrakte Sicherheitsmerkmale einzelner Zahlungsmittel

<sup>16</sup> Bei der Kampagne handelt es sich um eine nationale Präventionsinitiative in Zusammenarbeit der Schweizer Polizeibehörden mit Card Security, welche die Schweizer Bevölkerung für den sicheren Umgang mit Zahlungskarten sensibilisieren will.

geprägt als durch die konkrete Kombination aus Betragshöhe, Händlerreputation und Kaufkontext. Hohe Beträge und geringe Reputation verstärken die Bedeutung von Sicherheits- und Kontrollaspekten, während bei niedrigen Beträgen und hohem Vertrauen Bequemlichkeit und Gewohnheit dominieren.

Für Zahlungsanbieter und Institutionen ergibt sich daraus die Herausforderung, bestehende Sicherheitsmechanismen nicht nur bereitzustellen, sondern diese auch verständlich und situationsbezogen zu kommunizieren, um wahrgenommene Unsicherheit zu reduzieren und informierte Zahlungentscheidungen zu fördern.

## 8 Schlusswort

Die 14. Ausgabe des Swiss Payment Monitors erfasst die laufenden Veränderungen im Zahlungsverhalten der Schweiz und zeigt die Relevanz unterschiedlicher Zahlungsmittel und -angebote auf. Durch eine repräsentative Onlinebefragung sowie die Erfassung nicht-wiederkehrender Zahlungen in einem Tagebuch konnten folgende Haupterkenntnisse gewonnen werden.

Das mobile Bezahlen nach breiter Definition stagniert auf dem bisherigen Niveau. Dennoch ist es insgesamt das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel. Im Präsenzgeschäft hat die Debitkarte (nicht-mobil) die Spitzenposition zurückerobert – nicht durch eigenes Wachstum, sondern weil der Rückgang des Bargelds sich wieder akzentuiert hat. Gleichzeitig verzeichnet die Kreditkarte (nicht-mobil) ein starkes Wachstum, sowohl bei der Anzahl der Transaktionen als auch insbesondere beim Umsatz. Dieses Wachstum ist teilweise auf die einmaligen Informationen und Fragen zu Schutzmechanismen der Kreditkarte im Rahmen der Onlinebefragung – die vor dem Zahlungstagebuch durchgeführt wurde – zurückzuführen und damit nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung.

Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn zeigt im Präsenzgeschäft nach einer Stagnationsphase eine leicht rückläufige Tendenz in der Betrachtung der Abrechnungsprodukte. Im Distanzgeschäft hingegen bleibt es klar dominant und ist sowohl bei der Nutzungshäufigkeit als auch erstmals beim Umsatz das führende Abrechnungsprodukt.

Die durchschnittlichen Zahlungsbeträge variieren je nach Zahlungsmittel deutlich. Mobiles Bezahlen (breite Definition) wird besonders bei kleinen und mittleren Beträgen bevorzugt und hat sich als fester Bestandteil des Alltags etabliert.

So viele Befragte wie noch nie seit Erhebungsbeginn haben üblicherweise kein Bargeld im Portemonnaie. Auch die Nutzung von Neobanken erreicht neue Höchststände – angeführt von Revolut, die ihre Präsenz in der Schweiz weiter ausbaut.

Die Sicherheit beim Bezahlen bleibt für viele Befragte ein zentrales, jedoch stark situationsabhängiges Kriterium. Während grundlegende Schutzmechanismen gut bekannt sind, ist das Wissen über weiterführende Sicherheitsfunktionen deutlich weniger verbreitet – obwohl gerade dieses Wissen die Nutzung insbesondere der Kreditkarte steigern könnte.

# Anhang

## A 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 23). Die Mikroperspektive setzt sich aus einer Onlinebefragung mit Fragen zum Zahlungsverhalten und einem von den Befragten während vier Tagen ausgefüllten Zahlungstagebuch zusammen. Die Ergebnisse des SPM zeigen, wie sich die Transaktionen der Schweizer Bevölkerung 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 und laufend aktualisiert: [www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten](http://www.swisspaymentmonitor.ch/snb-daten).



Abbildung 23: Studiendesign des Swiss Payment Monitors

## B Hinweise zur Ergebnisinterpretation

### B.1 Definitionen von mobilem 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 («Peer-to-Peer» [P2P] Zahlungen) 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 Bezahlvorgänge innerhalb der 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 (vgl. Anhang B.2).

### B.2 Zahlungsmittel vs. Abrechnungsprodukt

Aufgrund der zunehmenden Dynamik im Bereich des mobilen Bezahlens und der damit einhergehenden Verflechtung hinsichtlich des verwendeten Instruments zur Auslösung der Transaktion und des eigentlichen Abrechnungsprodukts wird das Zahlungsverhalten nach zwei verschiedenen Typologisierungen ausgewertet. Die ausgewiesenen Umsatz- und Transaktionsanteile «gemäss Zahlungsmittel» (vgl. Kapitel 3.1.1, 3.2.1 und 3.3.1) fokussieren auf den Vorgang der Auslösung der Transaktion mit einem bestimmten Zahlungsinstrument. Als mobiles Bezahlens nach breiter Definition werden dabei alle Arten des mobilen Bezahlens taxiert, das heißt, jegliche Formen des Bezahlens mit einem mobilen Gerät<sup>17</sup> sind unter diesem Zahlungsmittel zusammengefasst. In der weitesten Definition von mobilem Bezahlen «gemäss Zahlungsmittel» werden mobile Geräte wie das Smartphone als eigentliches Zahlungsmittel angesehen – eine Betrachtungsweise,

---

<sup>17</sup> z.B. Smartphone, Tablet oder Smartwatch.

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. 3.1.2, 3.2.2 und 3.3.2) werden mobile Zahlungen nach breiter Definition gemäss Angabe des hinterlegten Zahlungsmittels aufgeteilt.<sup>18</sup> 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»). Entsprechend fallen bei der Betrachtung gemäss Abrechnungsprodukt die Anteile verschiedener Kartenprodukte, die bei mobilen Zahlungen (breite Definition) als Abrechnungsprodukt hinterlegt sein können, höher aus als bei der Betrachtung gemäss Zahlungsmittel. Die Anteile anderer Zahlungsmittel wie Bargeld oder Rechnung werden durch die Unterscheidung von «Zahlungsmittel» und «Abrechnungsprodukt» nicht tangiert.

### B.3 Gesamtmarkt vs. Präsenz-/Distanzgeschäft

Da sich die verwendeten Zahlungsmittel je nach Bezahlsituation – das heisst bei Zahlungen vor Ort gegenüber Online-Zahlungen – unterscheiden, wird das Zahlungsverhalten zusätzlich zum Gesamtmarkt gemäss Präsenz- (vgl. Kapitel 3.2) und Distanzgeschäft (vgl. Kapitel 3.3) separat ausgewiesen. Bei den Umsatzanteilen gemäss Gesamtmarkt (vgl. Kapitel 3.1) 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 variierte (vgl. Tabelle 1).

### B.4 Kategorisierung von 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.<sup>19</sup> 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 kategorisiert haben. 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.

### B.5 Korrektur des Abrechnungsprodukts bei mobilen Zahlungen

Seit dem SPM 2/2024 werden 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

---

<sup>18</sup> 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.

<sup>19</sup> 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.

betrifft dies 103 Twint-Zahlungen. Zudem werden seit dem SPM 1/2025 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 82 mobile Zahlungen mit verschiedenen (Bezahl-) Apps von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert. Je eine Zahlung mit Paypal respektive Parkingpay wurden als wahrscheinlichste Alternative zur direkten Kontoanbindung als «mobiles Bezahlen prepaid» umklassifiziert. 35 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.

Diese Umklassifizierungen erhöhen die Qualität der Ergebnisse und erlauben dank der konsistenten Anwendung die vollständige Vergleichbarkeit seit dem SPM 1/2025. Zudem beeinflussen sie nur die Betrachtung nach Abrechnungsprodukt, weshalb bei diesen Grafiken jeweils auf den Einfluss der Umklassifizierungen verwiesen wird.

## B.6 Erklärungsansatz für wachsende Kreditkartenanteile

Alle Kreditkartenanteile sind unabhängig von der Betrachtungsweise zwischen dem SPM 2/2025 und dem SPM 1/2026 gestiegen. Besonders der starke Anstieg des Anteils der nicht-mobilen Kreditkarte gemessen an der Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft ist angesichts der langfristigen Entwicklung aussergewöhnlich. Deshalb wurden verschiedene zusätzliche Analysen durchgeführt. Eine Difference-in-Difference-Schätzung mit dem Paneldatensatz über alle Erhebungswellen zeigt: Jene 41 Prozent der Befragten, die am Ende der Befragung zum Schwerpunktthema Sicherheit eine höhere Nutzungsabsicht für die Kreditkarte bekundeten (vgl. Kapitel 7.2), weisen in der darauffolgenden Tagebucherhebung im SPM 1/2026 eine statistisch signifikant höhere Kreditkartennutzung auf als der Rest der Befragten. Dies deutet darauf hin, dass die Informationen und Fragen zu den Sicherheitsmechanismen der Kreditkarte in der Onlinebefragung einen kausalen Effekt auf die Kreditkartennutzung in der anschliessenden Tagebucherhebung hatten. Das beobachtete Wachstum der Kreditkartenanteile ist damit teilweise stichprobenspezifisch und nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung.

## C 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 (siehe <i>mobiles Bezahlten im eigentlichen Sinn</i> ), auf Prepaid-Guthaben zurückgreifen (siehe <i>mobiles Bezahlten prepaid</i> ) oder einer hinterlegten Debit- oder Kreditkarte belastet werden.  |
| Bezahl-App              | Bezahl-Apps stellen eine Form des mobilen Bezahls 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 Bezahlten vor Ort funktioniert über das Einlesen eines QR-Codes, via NFC Kontaktlos-Funktion oder, 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>Zahlung mit Mobile Wallet</i> ). |
| Cashback                | Cashback bei Kreditkarten bezeichnet ein Bonusprogramm, bei dem Karteninhaber bei jedem Einkauf einen kleinen Prozentsatz des Zahlungsbetrags zurück erhalten. Dieser Betrag wird in der Regel automatisch mit der Monatsrechnung verrechnet oder dem Konto gutgeschrieben. Cashback ist damit eine Form der indirekten Preisreduktion, welche einen Anreiz bietet, mit der Kreditkarte anstatt mit anderen Zahlungsmitteln zu bezahlen.   |
| Chargeback              | Vertraglich geregeltes Rückforderungsrecht bei Kreditkartenzahlungen, das Karteninhabende bei Fehlbelastungen, unzulässigen Zuschlägen oder ausbleibender bzw. nicht vertragskonformer Lieferung in Anspruch nehmen können.  |
| 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.).   |
| Internetbezahlverfahren | Digitale Zahlungsmethoden, die primär für Online-Einkäufe oder Transaktionen im Internet genutzt werden (z. B. Klarna, PayPal) und nicht über ein mobiles Gerät initiiert wurden.  |
| In-App-Zahlung          | Form des mobilen Bezahls, 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).  |

| Begriff                               | Beschreibung   |
|---------------------------------------|--|
| Mobiles Bezahlen – breite Definition  | 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 (sog. «Peer-to-Peer» [P2P] Zahlungen). Mobile Zahlungen können über eine Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i> ), Mobile Wallet (siehe <i>Zahlung mit Mobile-Wallet</i> ) oder Retail-App als In-App-Zahlung (siehe <i>Retail-App</i> und <i>In-App-Zahlung</i> ) erfolgen. |
| Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn | Zahlung mittels Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i> ) auf einem mobilen Gerät, die direkt mit dem Bankkonto verknüpft ist und diesem belastet wird. In der Schweiz ist dies typischerweise Twint, bekannte ausländische Lösungen sind beispielsweise Alipay oder WeChat Pay. Es ist eine Teilmenge von mobilem Bezahlen nach breiter Definition (siehe <i>Mobiles Bezahlen – breite Definition</i> ).  |
| Mobiles Bezahlen im engeren Sinn      | Zahlung mittels Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i> ) mit hinterlegter Kredit-, Debit- oder Prepaidkarte. Beispiele solcher Bezahl-Apps sind Mobile Wallets (siehe <i>Mobile Wallet</i> ) wie Apple Pay, Samsung Pay oder Google Pay. Auch bei Twint kann je nach Bank eine Kreditkarte hinterlegt sein, jedoch keine Debitkarte. Es ist eine Teilmenge von mobilem Bezahlen nach breiter Definition (siehe <i>Mobiles Bezahlen – breite Definition</i> ).   |
| Mobiles Bezahlen prepaid              | Zahlung per Bezahl-App (siehe <i>Bezahl-App</i> ) oder in einer Retail-App (siehe <i>Retail-App</i> ) mit im Voraus aufgeladenem Guthaben. Beispiele sind Prepaid-Twint, Paypal oder Parkingpay. Es ist eine Teilmenge von mobilem Bezahlen nach breiter Definition (siehe <i>Mobiles Bezahlen – breite Definition</i> ).  |
| Mobile Wallet                         | Mobile Wallets sind Apps auf einem mobilen Endgerät, mit der Nutzer digitalisierte Zahlungsinstrumente und andere digitale Wertnachweise (z.B. Karten, Ausweise, Tickets) hinterlegen und verwalten können. In den Wallets sind die Kartendaten tokenisiert gespeichert. Die Auslösung von Zahlungen (z.B. Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay) erfolgt über die NFC-Technologie des mobilen Endgeräts.   |
| Neobank                               | Finanzinstitut bzw. Banking-Anbieter, der Bankdienstleistungen ohne eigenes Filialnetz weitgehend oder vollständig digital – typischerweise appzentriert 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                          | Eine Prepaidkarte ist eine Zahlungskarte, die vor der Nutzung mit einem bestimmten Geldbetrag aufgeladen werden muss. Im Gegensatz zur herkömmlichen Kreditkarte wird kein Kredit gewährt – es kann nur der Betrag ausgegeben werden, der zuvor auf die Karte geladen wurde. Ist das Guthaben aufgebraucht, muss die Karte erneut aufgeladen werden.   |

| Begriff        | Beschreibung   |
|----------------|--|
| Retail-App     | Wie Bezahl-Apps (siehe <i>Bezahl-App</i> ) erlauben auch Retail-Apps das Bezahlen mittels Smartphones (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 Bezahlkarte, im Voraus geladenes Guthaben oder eine Überweisung zugrunde liegen. Zudem kann eine Retail-App auch mit einer Bezahl-App verknüpft sein. Das Bezahlen in einer Retail-App entspricht dem mobilen Bezahlen im weitesten Sinn. |
| Tokenisierung  | Durch Tokenisierung wird bei Zahlungen mit Mobile Wallets (siehe <i>Mobile-Wallet</i> ) die originale Kartennummer nicht übertragen, sondern durch einen verschlüsselten Token ersetzt, wodurch das Missbrauchsrisiko reduziert wird.  |
| 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 Bezahlens (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.  |