



Universität St.Gallen

Center for Financial Services Innovation



School of
Management and Law

Swiss Payment Monitor 2026

Wie bezahlt die Schweiz? Ausgabe 2/2026 – Erhebung Mai 2026

www.swisspaymentmonitor.ch

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

JEL-Klassifikation: D12, E21, E42, O33

Keywords: Zahlungsverhalten, Zahlungsmittel, Bargeld, Tagebuchumfrage
doi: 10.21256/zhaw-2556



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, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

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

Kontakt

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

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

Publikationsdatum

August 2026

Verfügbarkeit

www.swisspaymentmonitor.ch

Vorgeschlagene Zitation

Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M. und Trütsch, T. (2026): Swiss Payment Monitor 2026 – Wie bezahlt die Schweiz?, Ausgabe 2/2026 – Erhebung Mai 2026, Universität St.Gallen/Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zusammenfassung

Die 15. Ausgabe des Swiss Payment Monitors untersuchte anhand einer repräsentativen Onlinebefragung (Ende April/Anfang Mai 2026; 1590 gültige Antworten) und eines anschliessenden viertägigen Zahlungstagebuchs (Mai 2026; 1117 Teilnehmende) das Zahlungsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Nach einer kurzen Stagnationsphase beschleunigt sich das Wachstum des mobilen Bezahls wieder deutlich und erreicht damit auch im Präsenzgeschäft die Spitzenposition gemessen an der Anzahl Transaktionen.

Im Gesamtmarkt baut mobiles Bezahlen (breite Definition) seinen Vorsprung als meistgenutztes Zahlungsmittel klar aus (34,5% der Transaktionen, +3,1 Prozentpunkte). Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) geht gegenüber dem SPM 1/2026 spürbar zurück (14,5% der Transaktionen, -2,7 Prozentpunkte), was darauf hindeutet, dass der im SPM 1/2026 beobachtete Anstieg – wie dort bereits vermutet – teilweise auf einen durch die Onlinebefragung zum Thema Sicherheit ausgelösten Effekt zurückzuführen war. Nach Abrechnungsprodukt bleibt die Debitkarte bei der Nutzungshäufigkeit an der Spitze (30,0%, -0,4 Prozentpunkte), während die Kreditkarte beim Umsatz führt (32,1%, -3,3 Prozentpunkte gegenüber dem durch den erläuterten Effekt erhöhten Vorwert).

Im Präsenzgeschäft übernimmt mobiles Bezahlen (breite Definition) die Spitzenposition bei der Zahlungshäufigkeit (28,2%, +3,4 Prozentpunkte), vor Bargeld (27,1%, +0,6 Prozentpunkte) und der nicht-mobilen Debitkarte (25,8%, -1,3 Prozentpunkte). Umsatzseitig liegt die Debitkarte (nicht-mobil) mit 27,5 Prozent (-0,3 Prozentpunkte) knapp vor der Kreditkarte (nicht-mobil) mit 26,8 Prozent (-1,2 Prozentpunkte).

Im Distanzgeschäft bleibt mobiles Bezahlen (breite Definition) bei der Zahlungshäufigkeit klar führend, verliert jedoch erstmals seit Erhebungsbeginn leicht an Anteilen (72,3%, -2,1 Prozentpunkte) zugunsten der Rechnung (15,7%, +4,0 Prozentpunkte). Beim Umsatz holt die Rechnung die Führung zurück (34,6%, +12,4 Prozentpunkte) und liegt knapp vor mobilem Bezahlen (33,3%, -11,9 Prozentpunkte) – Schwankungen dieser Grössenordnung sind aufgrund einzelner hoher Beträge im Distanzgeschäft nicht ungewöhnlich.

Der Anteil der Gegner einer Bargeldabschaffung steigt auf rekordhohe 79,2 Prozent (+10,4 Prozentpunkte) – ein Ausschlag, der im Zusammenhang mit der intensiv geführten öffentlichen Debatte rund um die Bargeld-Volksabstimmung vom 8. März 2026 stehen dürfte.

Die Akzeptanz von Bargeldzahlungen hat sich in den letzten zweieinhalb Jahren leicht verschlechtert: Knapp 25 Prozent der Befragten geben an, dass eine Bargeldzahlung in den letzten 12 Monaten in der Schweiz abgelehnt worden sei – ein Wert der im SPM 1/2024 noch bei 22 Prozent lag.

Das Verständnis von digitalem Zentralbankengeld (CBDC) in der Schweizer Bevölkerung bleibt vage. Lediglich 15,4 Prozent der Befragten geben an, digitales Zentralbankgeld zu kennen und nur knapp die Hälfte davon kann eine zutreffende Beschreibung von CBDC liefern. Einer möglichen Einführung einer Retail-CBDC durch die Schweizerische Nationalbank (SNB) stehen deutlich mehr Personen negativ (44,3%) als positiv gegenüber (17,0%).

Bei den Anbietern von mobilem Bezahlen bleibt Twint nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt klar führend, verliert aber an Boden (55,6% der mobilen Transaktionen, -7,1 Prozentpunkte)

an Apple Pay, das auf 21,1 Prozent (+4,2 Prozentpunkte) zulegt. Erstmals gehört mehr als jede fünfte Person zum Zahlungstyp Mobilzahler (20,1%, +3,3 Prozentpunkte).

Die Nutzung von Neobanken erreicht mit 43,8 Prozent (+0,9 Prozentpunkte) einen neuen Höchststand, angeführt von Revolut (20,5%) vor Yuh und Neon. Neu wird die Nutzung auf Reisen am häufigsten als Nutzungsgrund genannt.

Sprachbasierte KI-Tools sind bereits weit verbreitet, ihre Nutzung hängt jedoch stark vom Alter ab. Bei der Unterstützung durch einen KI-Assistenten bei der Zahlungsmittelwahl sinkt die Akzeptanz mit zunehmendem Automatisierungsgrad deutlich – eine reine Empfehlung befürworten noch rund zwei Drittel, eine Vollautomatisierung lehnen über 80 Prozent ab. Das Vertrauen in die Anbieter von KI-Assistenten ist insgesamt eher tief, am ehesten vertraut wird Banken und Zahlungsdienstleistern. Sicherheit und Datenschutz stehen dabei klar vor Kosten- und Komfortaspekten an erster Stelle.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
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	6
3.2 Präsenzgeschäft	8
3.2.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	8
3.2.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	9
3.3 Distanzgeschäft	12
3.3.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel	12
3.3.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	13
3.4 Betragshöhe	15
4 Bargeld	16
4.1 Bargeldbesitz	16
4.2 Akzeptanz von Bargeldzahlungen	17
4.3 Einstellung zu Bargeld	17
4.4 Digitale Währungen	18
5 Mobiles Bezahlen	20
6 Neobanken	21
7 Bezahlen mit KI-Agenten	23
8 Schlusswort	26
Anhang	27

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	13
Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt	14
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: Erfahrungen mit einer Verweigerung der Annahme von Barzahlungen	17
Abbildung 17: Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf	18
Abbildung 18: Einstellung zur Einführung von digitalem Zentralbankengeld durch die Schweizerische Nationalbank	19
Abbildung 19: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt	20
Abbildung 20: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt	21
Abbildung 21: Entwicklung der Nutzung von Neobanken	22
Abbildung 22: Nutzungshäufigkeit sprachbasierter KI-Tools nach Altersgruppen	23
Abbildung 23: Vorstellbarkeit verschiedener Formen der Unterstützung durch einen KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels	24
Abbildung 24: Vorstellbarkeit eines KI-Assistenten nach Anbieter, nach KI-Abo	24
Abbildung 25: Bereitschaft zum Teilen von Informationen mit einem KI-Assistenten	25
Abbildung 26: Studiendesign des Swiss Payment Monitors	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Eckwerte des Zahlungstagebuchs	2
---	---

1 Einleitung

Die Ergebnisse der letzten Ausgaben des Swiss Payment Monitors (SPM) deuteten auf eine Stabilisierung des Zahlungsverhaltens der Schweizer Bevölkerung hin, nachdem das langjährige Wachstum des mobilen Bezahlens zwischenzeitlich zu stagnieren schien. Die vorliegende 15. Ausgabe analysiert die Veränderungen des Zahlungsverhaltens im Zeitraum von November 2025 bis Mai 2026 und zeigt: Das Wachstum des mobilen Bezahlens hat sich wieder beschleunigt, mobiles Bezahlen ist nun auch im Präsenzgeschäft das meistgenutzte Zahlungsmittel.

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 verfügbar. Dort gewährt 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.¹

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 ist wie folgt aufgebaut: Kapitel 2 beschreibt die Datengrundlage. Kapitel 3 beleuchtet die Entwicklung des Zahlungsverhaltens in der Schweiz anhand der Transaktions- und Umsatzanteile der verschiedenen Zahlungsmittel. Dabei wird sowohl zwischen Präsenz- und Distanzgeschäft als auch zwischen Zahlungsmittel und Abrechnungsprodukt unterschieden. Kapitel 4 widmet sich dem Bargeld, Kapitel 5 der Nutzung mobiler Bezahlösungen und Kapitel 6 dem Nutzungsverhalten von Kundinnen und Kunden von Neobanken. Kapitel 7 untersucht die Akzeptanz, das Vertrauen und das Kontrollbedürfnis beim Einsatz von KI-Assistenten zur Wahl des Zahlungsmittels. Kapitel 8 fasst die wichtigsten Erkenntnisse des Berichts zusammen.

¹ Vgl. 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 26 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: Eckwerte des Zahlungstagebuchs

Erhebung	Nov. 2020 (1/2021)	Mai 2021 (2/2021)	Nov. 2021 (1/2022)	Mai. 2022 (2/2022)	Nov. 2022 (1/2023)	Mai 2023 (2/2023)	Nov. 2023 (1/2024)	Mai 2024 (2/2024)	Nov. 2024 (1/2025)	Mai 2025 (2/2025)	Nov. 2025 (1/2026)	Mai 2026 (2/2026)
Dauer der Tagebucherhebung	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	3 Tage	4 Tage	4 Tage	4 Tage	4 Tage	4 Tage
Anzahl der Teilnehmenden	701	837	841	772	827	863	1034	1051	1021	1096	1173	1117
Umsatzvolumen in Fr. (Tsd.)												
Inland	281	209	235	190	197	198	260	296	270	268	339	311
In- und Ausland	308	230	251	212	220	226	291	343	319	301	387	341
Online	47%	29%	39%	34%	29%	34%	36%	34%	35%	34%	36%	32%
Vor Ort	53%	71%	61%	66%	71%	66%	64%	66%	65%	66%	64%	68%
Transaktionsvolumen												
Inland	3991	4051	4269	4137	3986	4430	5699	5994	5458	6358	6736	6320
In- und Ausland	4232	4211	4571	4403	4648	4787	6116	6503	6466	6901	7332	6842
Online	18%	14%	15%	14%	14%	14%	16%	15%	16%	14%	15%	15%
Vor Ort	82%	86%	85%	86%	86%	86%	84%	85%	84%	86%	85%	85%
Durchschnittliche Transaktionsanzahl pro Person am Tag												
Inland	1,9	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8	1,4	1,4	1,5	1,4	1,4
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	1,5
Durchschnittsbeitrag pro Transaktion in Fr.												
Inland	70	52	55	46	50	45	46	49	45	42	50	49
In- und Ausland	73	55	55	48	47	47	48	53	49	44	53	50

Bemerkungen: Tsd. entspricht Tausend.

Die Onlinebefragung dauerte rund 20 Minuten und wurde Ende April bis Anfang Mai 2026 gestaffelt durchgeführt. 1590 Personen im Alter zwischen 18² und 89 Jahren aus allen Landesteilen der Schweiz haben die Onlinebefragung qualitativ hinreichend³ in den Sprachen deutsch, französisch oder italienisch ausgefüllt. Die Stichprobe ist hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter⁴, Sprachregion und Bildungsniveau repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung.

Im zweiten Schritt wurden alle Teilnehmenden der Onlinebefragung im Mai 2026 gestaffelt an verschiedenen Wochentagen zum zweiten Teil der Erhebung eingeladen. 1117 Personen sind diesem Aufruf gefolgt und haben während vier aufeinanderfolgenden Tagen mit einer mobilen App ein (elektronisches) Zahlungstagebuch geführt (vgl. Tabelle 1).⁵

Beim Zahlungstagebuch galt es, sämtliche im Tagesverlauf anfallenden, aktiv veranlassten, einmaligen (d.h. nicht regelmässig wiederkehrenden) Zahlungen an der Ladenkasse, im Onlinehandel und zwischen Privatpersonen im In- und Ausland zu erfassen und diese gemäss vordefinierten Merkmalen zu klassifizieren. Diese Zahlungen haben gemeinsam, dass die Befragten jedes Mal neu entscheiden, welches Zahlungsmittel sie verwenden. Somit sind nicht-wiederkehrende Zahlungen in einer langfristigen Studie über das Zahlungsverhalten von grösserem Interesse als regelmässig wiederkehrende Zahlungen wie die Miete, die Strom- oder die Internetrechnung, welche häufig mittels Dauerauftrags auf die immer gleiche Art und Weise beglichen werden. Mithilfe der Tagebucherhebung lässt sich das effektive Verhalten mit Blick auf die Zahlungsgewohnheiten 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 ausgesetzt, 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 ähnlich blieb (vgl. Tabelle 1). Wie im langjährigen Mittel werden in der aktuellen Erhebung rund zwei Drittel des Umsatzes an physischen Verkaufspunkten und rund ein Drittel des Umsatzes im Distanz- respektive Onlinegeschäft abgewickelt (vgl. Tabelle 1).

Inlandzahlungen dominieren im Vergleich zu Auslandzahlungen deutlich, wobei der Anteil über die Zeit stabil blieb: In der aktuellen Erhebung fanden rund 92 Prozent der Transaktionen im Inland statt, wobei der Durchschnitt der Transaktionsbeträge bei 49 Fr. lag (vgl. Tabelle 1). Die in diesem Bericht in der Folge diskutierten Ergebnisse basieren ausschliesslich auf den rund 6300 erfassten Inlandzahlungen (vgl. Tabelle 1).

² Bei der Rekrutierung wurde ein Mindestalter von 18 Jahren gewählt.

³ Im Rahmen der Datenqualitätsprüfung wurden 58 der ursprünglich 1648 Befragten ausgeschlossen.

⁴ Für die Altersgruppe von 18 bis 75 Jahren.

⁵ Im Rahmen der Datenqualitätsprüfung wurden 17 der ursprünglich 1134 Befragten ausgeschlossen.

3 Zahlungsverhalten

3.1 Gesamtmarkt

3.1.1 Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

Nachdem das Wachstum des mobilen Bezahlens nach breiter Definition (vgl. Anhang B.1 für die verschiedenen Definitionen von mobilem Bezahlen) zuletzt eine Phase der Stagnation zu durchlaufen schien, hat sich der Anstieg in der aktuellen Erhebung vom Mai 2026⁶ (SPM 2/2026) gemessen an der Anzahl Transaktionen wieder deutlich beschleunigt. Mit einem Anteil von 34,5 Prozent (+3,1 Prozentpunkte [PP] gegenüber dem SPM 1/2026) gemessen an der Anzahl Transaktionen baut das mobile Bezahlen nach breiter Definition seinen Vorsprung als meistgenutztes Zahlungsmittel der Schweiz deutlich aus (vgl. Abbildung 1).

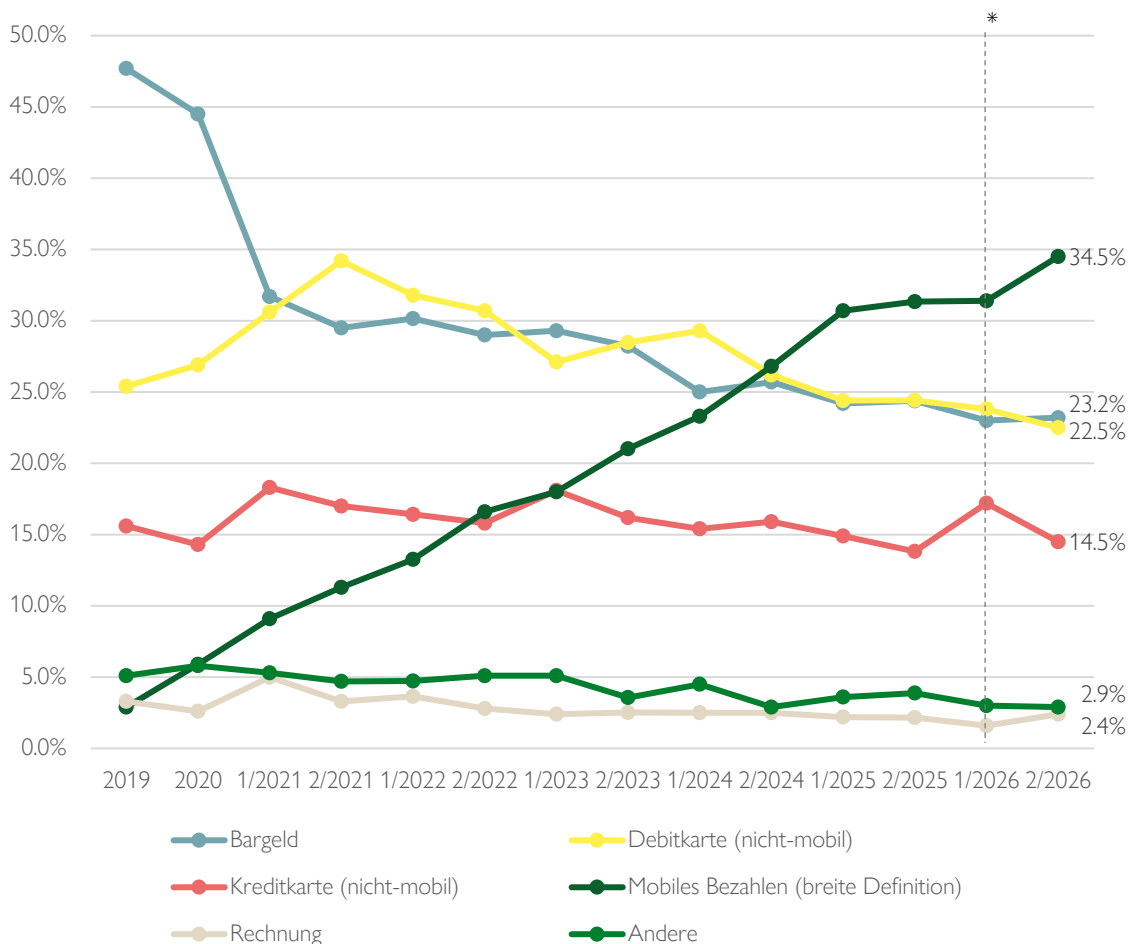


Abbildung 1: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

⁶ 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, 2/2025 und 2/2026 auf die Erhebung im Mai 2021, 2022, 2023, 2024, 2025 und 2026.

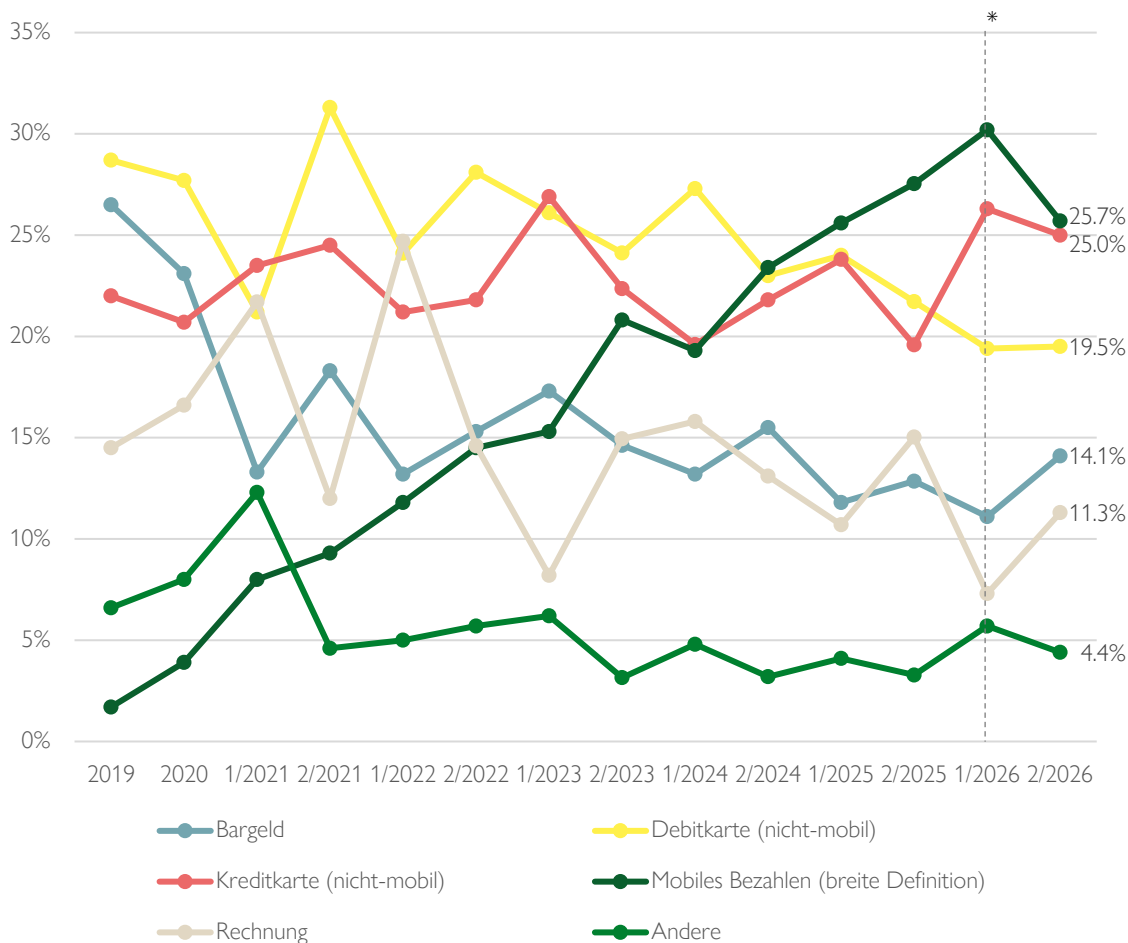


Abbildung 2: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

Gemessen am Umsatz sinkt der Anteil des mobilen Bezahlens nach breiter Definition auf 25,7 Prozent (-4,5 PP) und liegt nur knapp vor der nicht-mobilen Kreditkarte mit 25,0 Prozent (-1,3 PP) (vgl. Abbildung 2).

Im Vergleich zum SPM 1/2026 fällt der Rückgang der Anteile der nicht-mobilen Kreditkartenzahlungen auf: Gemessen an der Anzahl Transaktionen sank dieser um 2,7 Prozentpunkte auf 14,5 Prozent (vgl. Abbildung 1), gemessen am Umsatz um 1,3 Prozentpunkte auf 25,0 Prozent (vgl. Abbildung 2). Dieser Rückgang deutet darauf hin, dass der im SPM 1/2026 beobachtete Anstieg – wie dort bereits vermutet – teilweise auf einen durch die Onlinebefragung zum Thema Sicherheit ausgelösten Effekt zurückzuführen war. (vgl. Anhang B.6). Da dieser Effekt in der aktuellen Erhebung nicht mehr auftritt, können die Kreditkartenanteile im SPM 2/2026 als repräsentativ für die Gesamtbevölkerung betrachtet werden.

Bargeld liegt gemessen an der Anzahl Transaktionen mit einem Anteil von 23,2 Prozent (+0,2 PP) wieder auf Platz zwei, da vor allem die nicht-mobile Nutzung der Debitkarte auf 22,5 Prozent (-1,3 PP) zurückging (vgl. Abbildung 1). Gemessen am Umsatz steigt der Bargeldanteil um 3,0 Prozentpunkte auf 14,1 Prozent, bleibt damit aber weiterhin deutlich hinter der nicht-mobilen Nutzung der Debitkarte mit 19,5 Prozent (+0,1 PP) zurück (vgl. Abbildung 2).

3.1.2 Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Die Debitkarte bleibt mit einem Anteil von 30,0 Prozent (-0,4 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen weiterhin an der Spitze der Abrechnungsprodukte (vgl. Abbildung 3). Bargeld (23,2%, +0,2 PP) und die Kreditkarte (23,1%, -2,3 PP)⁷ liegen mit einem Abstand von lediglich 0,1 Prozentpunkten praktisch gleichauf, wobei Bargeld knapp wieder den zweiten Platz übernimmt (vgl. Abbildung 3). Der Anteil des mobilen Bezahlens im eigentlichen Sinn (vgl. Anhang B.1) liegt bei 15,7 Prozent (+1,5 PP) und bricht damit nach mehreren Wellen mit weitgehend stabilem Anteil aus der Stagnation aus (vgl. Abbildung 3). Das mobile Bezahlen prepaid (vgl. Anhang B.2) hat sich mit einem Anteil von 1,6 Prozent (+0,1 PP) kaum verändert (vgl. Abbildung 3).

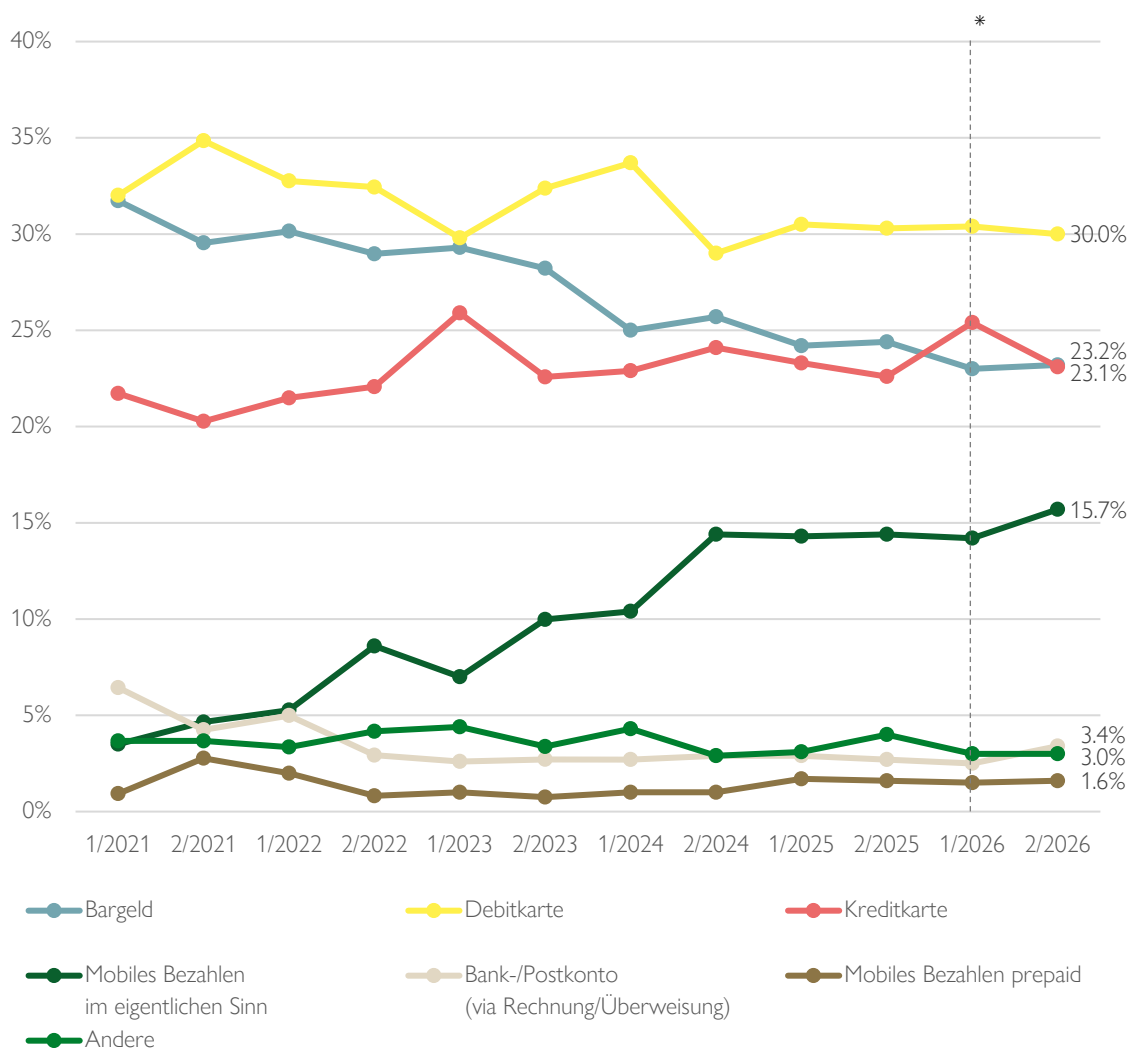


Abbildung 3: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn». Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

⁷ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

Gemessen am Umsatz bleibt die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem Anteil von 32,1 Prozent (-3,3 PP) weiterhin an der Spitze, nachdem der im SPM 1/2026 ausgewiesene Rekordwert von 35,4 Prozent teilweise auf einen durch die Onlinebefragung ausgelösten Effekt zurückzuführen war (vgl. Abbildung 4) (vgl. Anhang B.6).

Auf Platz zwei folgt weiterhin die Debitkarte mit einem Anteil von 25,6 Prozent (+3,0 PP) (vgl. Abbildung 4). Neu auf Platz drei liegt Bargeld mit 14,1 Prozent (+3,0 PP), gefolgt vom Bank-/Postkonto mit 12,6 Prozent (+3,5 PP) auf Platz vier (vgl. Abbildung 4). Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn sinkt auf 11,3 Prozent (-4,5 PP) und liegt neu auf Platz fünf (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 Bezahlers nach breiter Definition keine nennenswerten Verschiebungen zwischen den verschiedenen mobilen Bezahlarten gab.

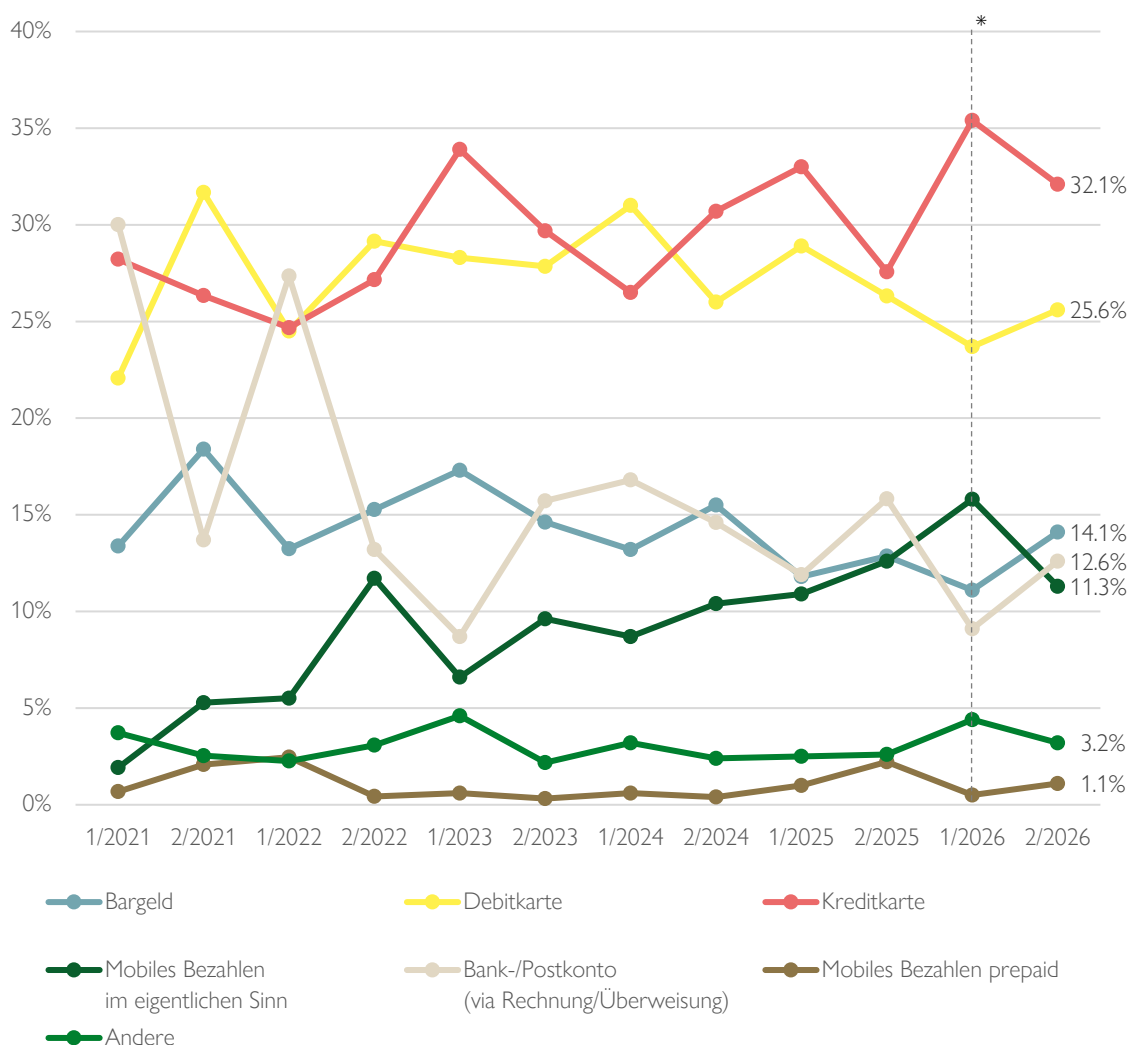


Abbildung 4: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Gesamtmarkt gemäss Abrechnungsprodukt

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)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

3.2 Präsenzgeschäft

3.2.1 Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Das mobile Bezahlen nach breiter Definition ist neu das meistgenutzte Zahlungsmittel im Präsenzgeschäft.⁸ Mit einem Anteil von 28,2 Prozent (+3,4 PP) gemessen an der Anzahl Transaktionen übernimmt es die Spitzenposition und kehrt damit auf den Wachstumspfad zurück (vgl. Abbildung 5).

Bargeld folgt mit einem Anteil von 27,1 Prozent (+0,6 PP) auf Platz zwei, während die (nicht-mobile) Nutzung der Debitkarte mit 25,8 Prozent (-1,3 PP) von der Spitzenposition auf Platz drei zurückfällt (vgl. Abbildung 5). Die nicht-mobile Nutzung der Kreditkarte sinkt auf einen Anteil von 16,2 Prozent (-2,5 PP) und liegt damit weiterhin an vierter Stelle (vgl. Abbildung 5).⁹

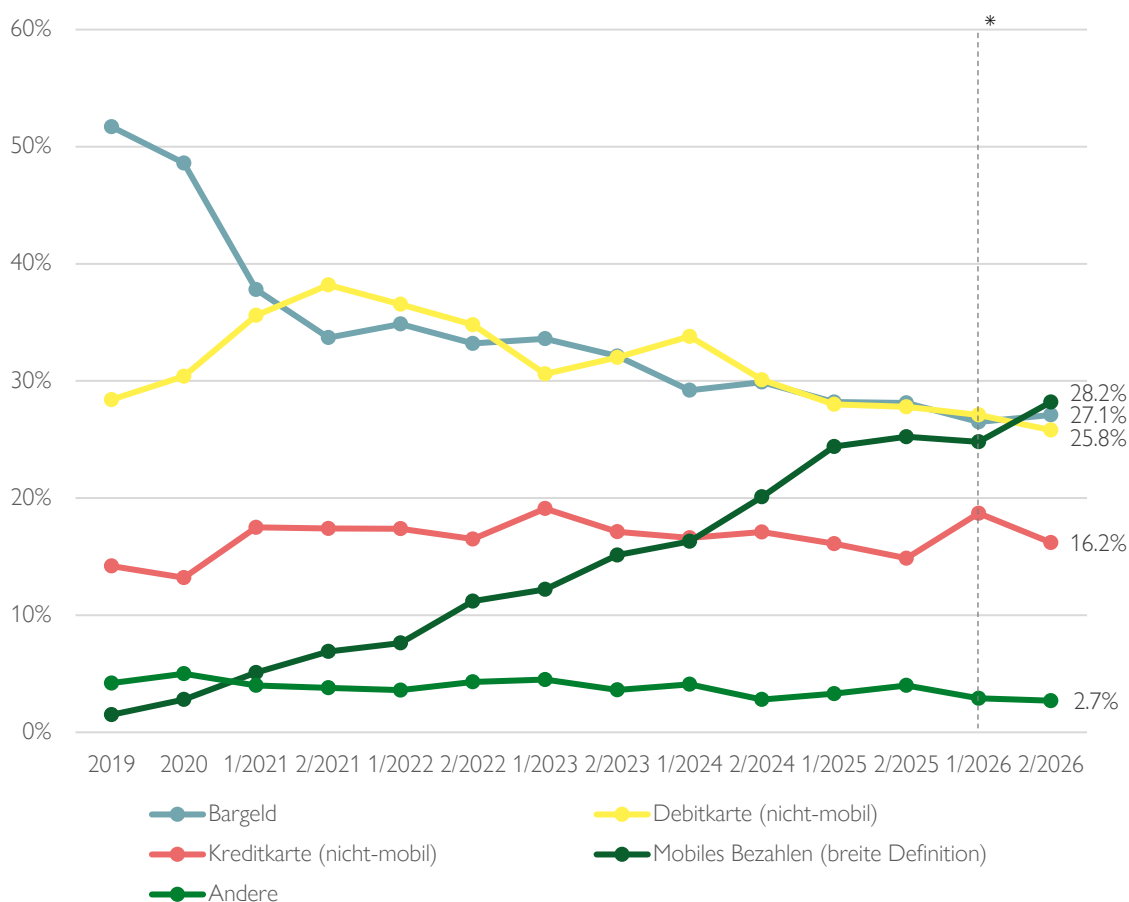


Abbildung 5: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

⁸ Der Grossteil der Transaktionen (85%) konzentriert sich rein mengenmässig auf das Präsenzgeschäft (vgl. Tabelle 1). Auch gemessen am Umsatz ist der Anteil des Präsenzgeschäfts mit 68 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.

⁹ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

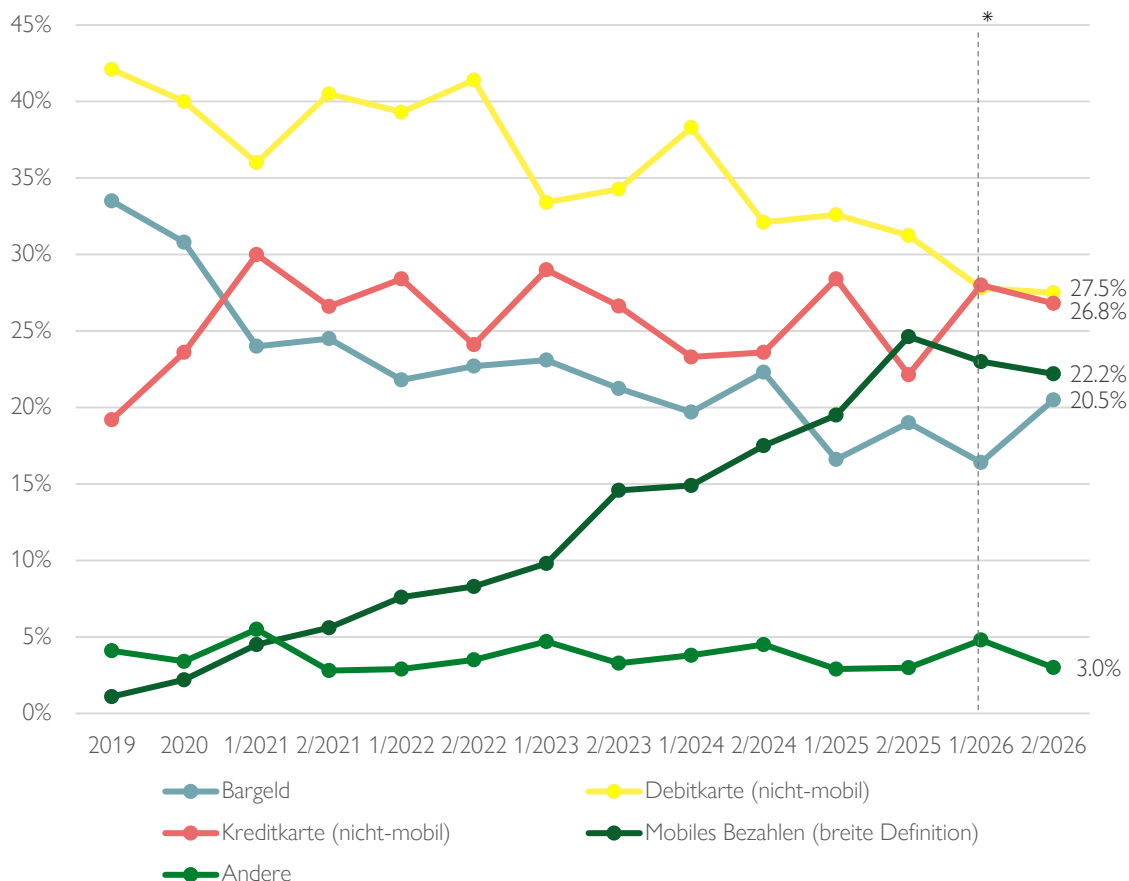


Abbildung 6: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

Gemessen am Umsatz übernimmt die Debitkarte (nicht-mobile Nutzung) mit einem Anteil von 27,5 Prozent (-0,3 PP) knapp die Spitzenposition im Präsenzgeschäft, weil die Kreditkarte (nicht-mobile Nutzung) auf 26,8 Prozent (-1,2 PP) zurückfällt (vgl. Abbildung 6).¹⁰ Das mobile Bezahlen nach breiter Definition verzeichnet mit 22,2 Prozent (-0,8 PP) einen leichten Rückgang, während Bargeld deutlich zulegt und mit einem Anteil von 20,5 Prozent (+4,1 PP) an Boden gewinnt (vgl. Abbildung 6).

3.2.2 Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Die Debitkarte bleibt das meistgenutzte Abrechnungsprodukt im Präsenzgeschäft. Mit einem Anteil von 33,2 Prozent (-0,4 PP) werden weiterhin 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 7,4 Prozentpunkte dieser 33,2 Prozent auf die Nutzung der Debitkarte als Abrechnungsprodukt bei mobilen Zahlungen zurückzuführen sind – ein weiterer Anstieg um 0,9 Prozentpunkte gegenüber der letzten Erhebung. Der Nutzungsanteil der Debitkarte als Abrechnungsprodukt bleibt damit trotz rückläufiger nicht-mobiler Nutzung stabil, da die mobile Nutzung weiter zunimmt.

¹⁰ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

Bargeld liegt gemessen an der Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft mit einem Anteil von 27,1 Prozent (+0,6 PP) wieder deutlich vor der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt, deren Anteil auf 23,1 Prozent (-2,2 PP) sank (vgl. Abbildung 7).¹¹ Ein Vergleich mit Abbildung 5 zeigt, dass 6,9 Prozentpunkte des Anteils der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt – und somit ähnlich viel wie bei der Debitkarte – auf mobile Zahlungen mit hinterlegter Kreditkarte zurückzuführen sind.

Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn kehrt im Präsenzgeschäft auf den Wachstumspfad zurück: Der Anteil gemessen an der Anzahl Transaktionen steigt auf den neuen Höchstwert von 12,7 Prozent (+2,1 PP). Die zuvor ausgewiesene Stagnation erweist sich damit als vorübergehend (vgl. Abbildung 7).

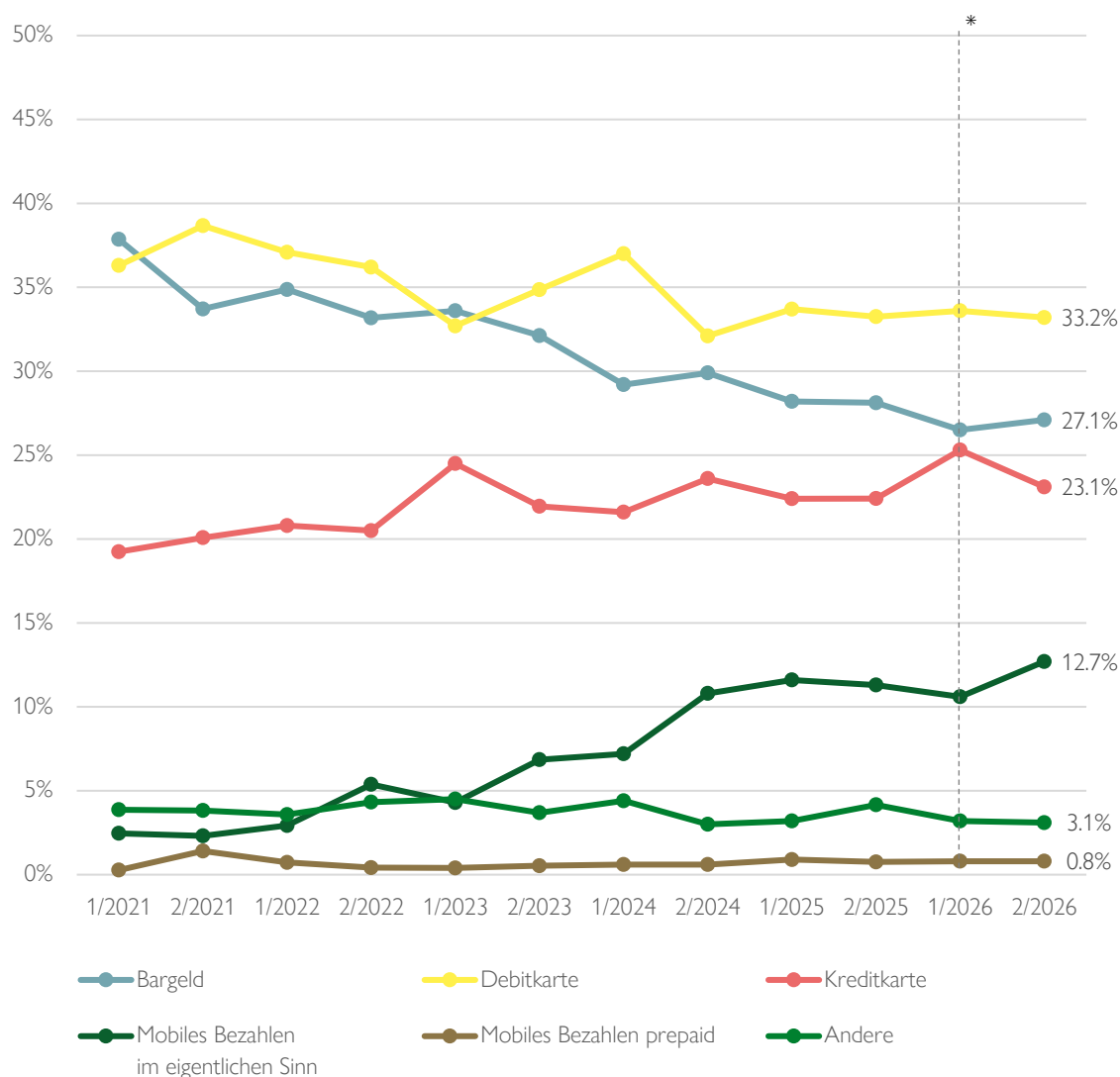


Abbildung 7: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Präsenzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

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)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

¹¹ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

Gemessen am Umsatz übernimmt die Debitkarte mit einem Anteil von 33,6 Prozent (+1,2 PP) knapp die Spitzenposition unter den Abrechnungsprodukten im Präsenzg Geschäft. Die Kreditkarte fällt auf 33,1 Prozent (-5,0 PP) zurück (vgl. Abbildung 8).¹² Bargeld gewinnt deutlich an Boden und erreicht mit einem Anteil von 20,5 Prozent (+4,1 PP) den höchsten Wert seit mehreren Erhebungswellen. Das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn steigt um 1,2 Prozentpunkte auf einen Anteil von 8,8 Prozent (vgl. Abbildung 8).

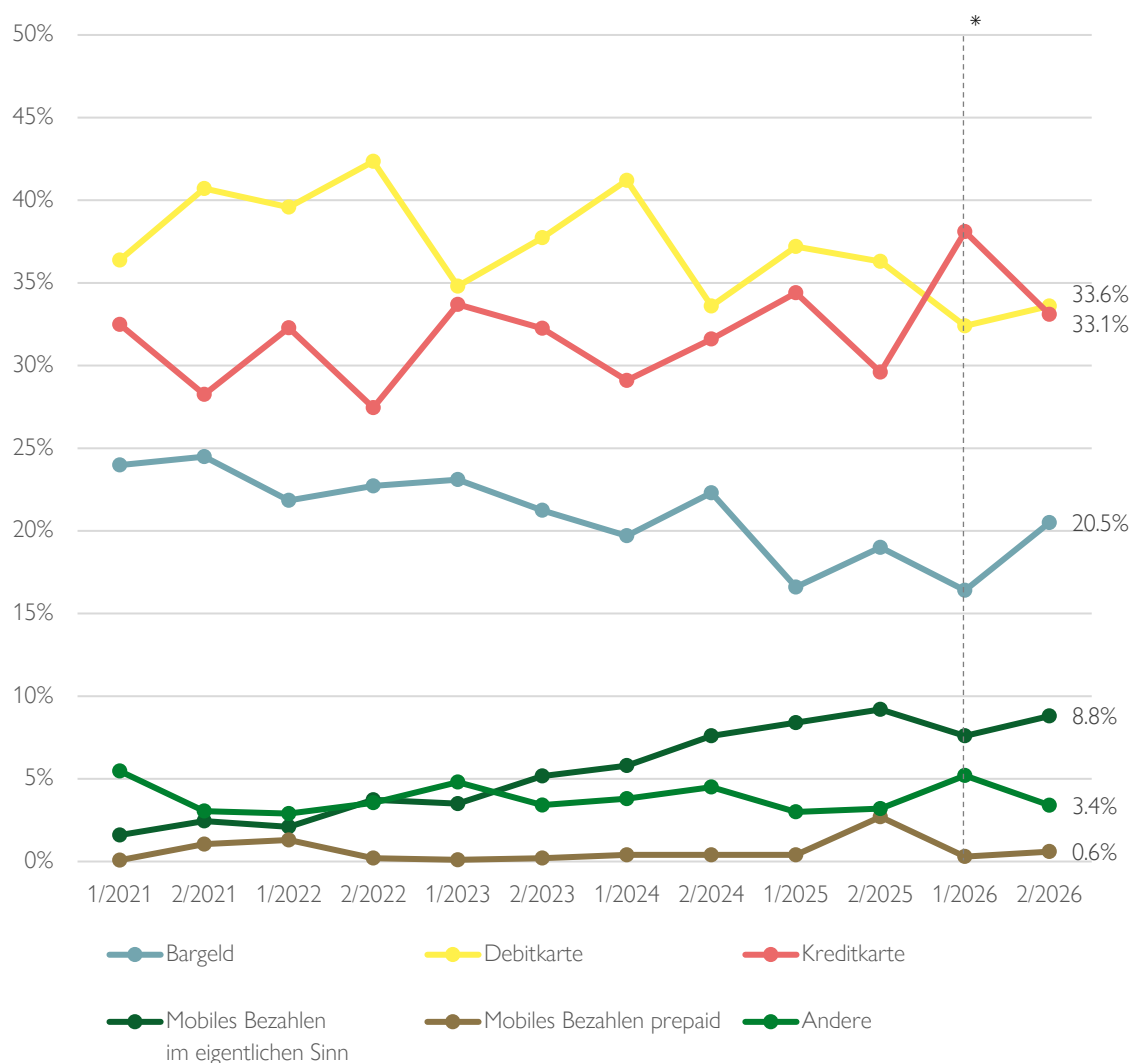


Abbildung 8: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Präsenzg Geschäft gemäss Abrechnungsprodukt

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)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

¹² Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

3.3 Distanzgeschäft

3.3.1 Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

Mobiles Bezahlen (breite Definition) bleibt mit Abstand die Nummer eins im Distanzgeschäft, verzeichnet aber gemessen an der Anzahl Transaktionen erstmals seit Erhebungsbeginn einen Rückgang: Der Anteil sinkt auf 72,3 Prozent (-2,1 PP) (vgl. Abbildung 9). Hingegen stieg der Anteil der Rechnung um 4,0 Prozentpunkte auf 15,7 Prozent. Die Kreditkarte verzeichnete einen Rückgang von 2,5 Prozentpunkten auf 4,9 Prozent (vgl. Abbildung 9).¹³

Gemessen am Umsatz verliert das mobile Bezahlen nach breiter Definition die im SPM 1/2026 zurückgewonnene Spitzenposition im Distanzgeschäft bereits wieder: Der Anteil sinkt deutlich auf 33,3 Prozent (-11,9 PP) (vgl. Abbildung 10). Die Rechnung holt mit einem Anteil von 34,6 Prozent (+12,4 PP) die Führung zurück und liegt damit knapp vor dem mobilen Bezahlen. Diese Verschiebungen erscheinen auf den ersten Blick beträchtlich. 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.

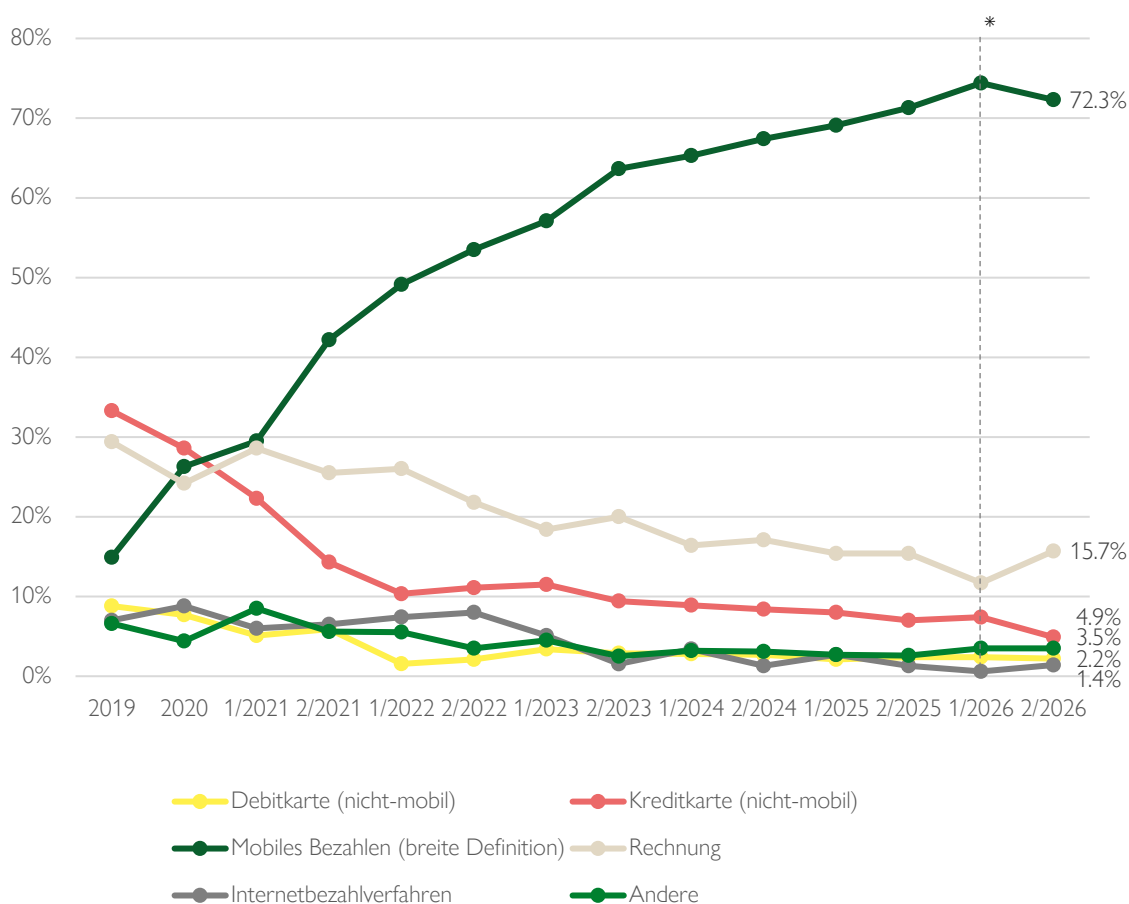


Abbildung 9: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

¹³ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

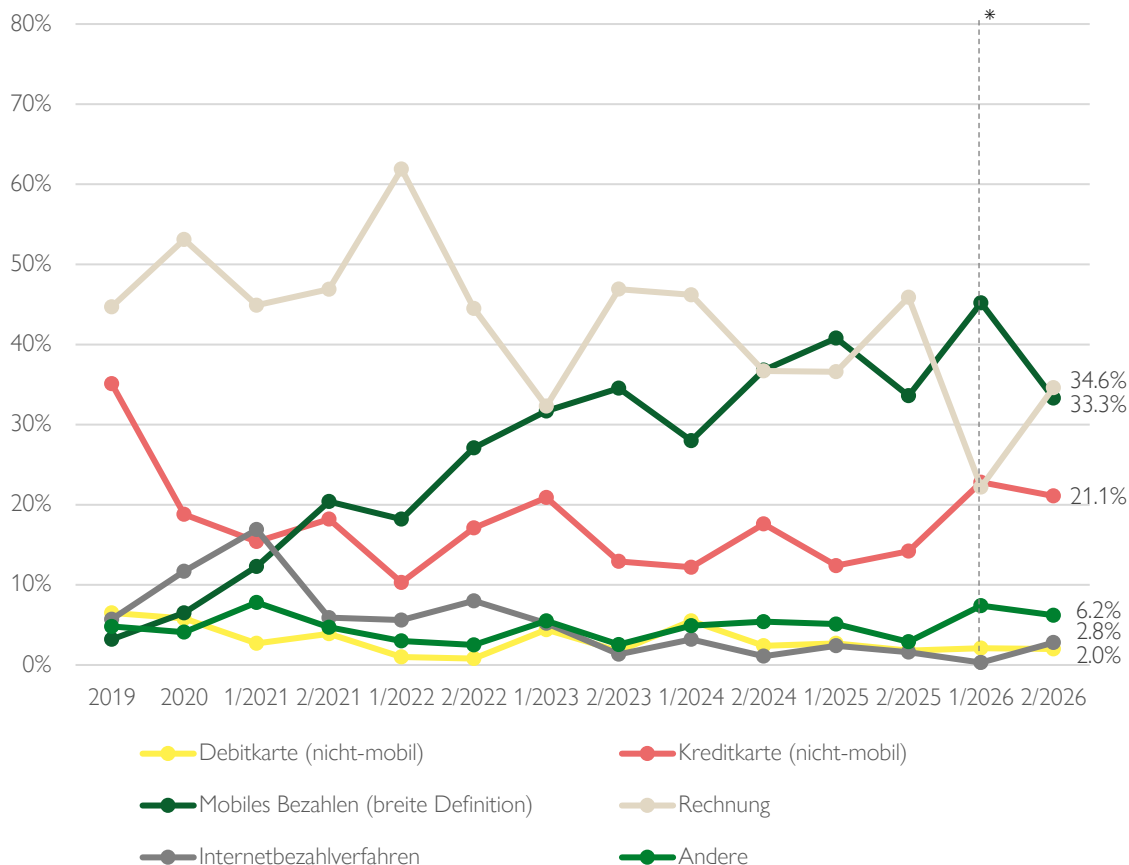


Abbildung 10: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Zahlungsmittel

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).

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

3.3.2 Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt

Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn bleibt als Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft gemessen an der Anzahl Transaktionen an der Spitze, sinkt jedoch auf einen Anteil von 34,2 Prozent (-3,5 PP) (vgl. Abbildung 11). Auch die Kreditkarte als Abrechnungsprodukt geht zurück und liegt neu bei 23,0 Prozent (-3,3 PP) (vgl. Abbildung 11).¹⁴ Die übrigen Abrechnungsprodukte gewannen entsprechend an Bedeutung, insbesondere das Bank-/Postkonto mit plus 4,0 Prozentpunkten auf 22,0 Prozent (vgl. Abbildung 11).

Beim Umsatz verliert das mobile Bezahlen im eigentlichen Sinn die erst in der letzten Erhebung erreichte Spitzenposition als umsatzstärkstes Abrechnungsprodukt im Distanzgeschäft bereits wieder: Der Anteil sinkt auf 16,7 Prozent (-15,9 PP) und fällt damit auf Rang drei zurück (vgl. Abbildung 12). Analog zur Entwicklung gemäss Zahlungsmittel (vgl. Abbildung 10) gewinnt das Bank-/Postkonto mit einem Umsatzanteil von 38,5 Prozent (+10,9 PP) die Spitzenposition zurück, gefolgt von der Kreditkarte als Abrechnungsprodukt mit einem nahezu unveränderten Anteil von 30,0 Prozent (+0,2 PP) (vgl. Abbildung 12). Wie in Kapitel 3.3.1 erläutert, sind grössere Schwankungen der Umsatzanteile im Distanzgeschäft aufgrund der kleinen Stichprobe und einzelner hoher Beträge nicht ungewöhnlich.

¹⁴ Der Rückgang der Kreditkarte ist zumindest teilweise auf den Wegfall des Effekts zurückzuführen, der durch Fragen zum Thema Sicherheit in der Onlinebefragung im SPM 1/2026 ausgelöst wurde (vgl. Anhang B.6).

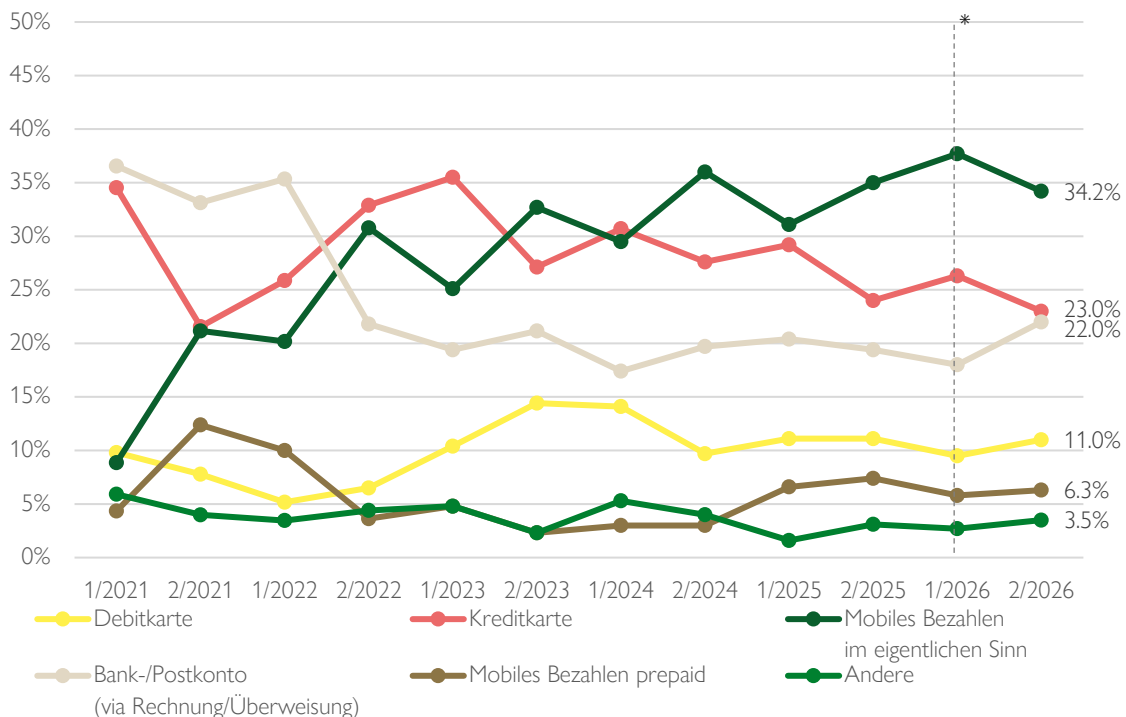


Abbildung 11: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn». Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung von «mobilem Bezahlen im eigentlichen Sinn» von Zahlungen mit Mobile Wallets und sonstigen Apps zu «Debitkarte», «mobiles Bezahlen prepaid» oder «Bank-/Postkonto». (vgl. Anhang B.5)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

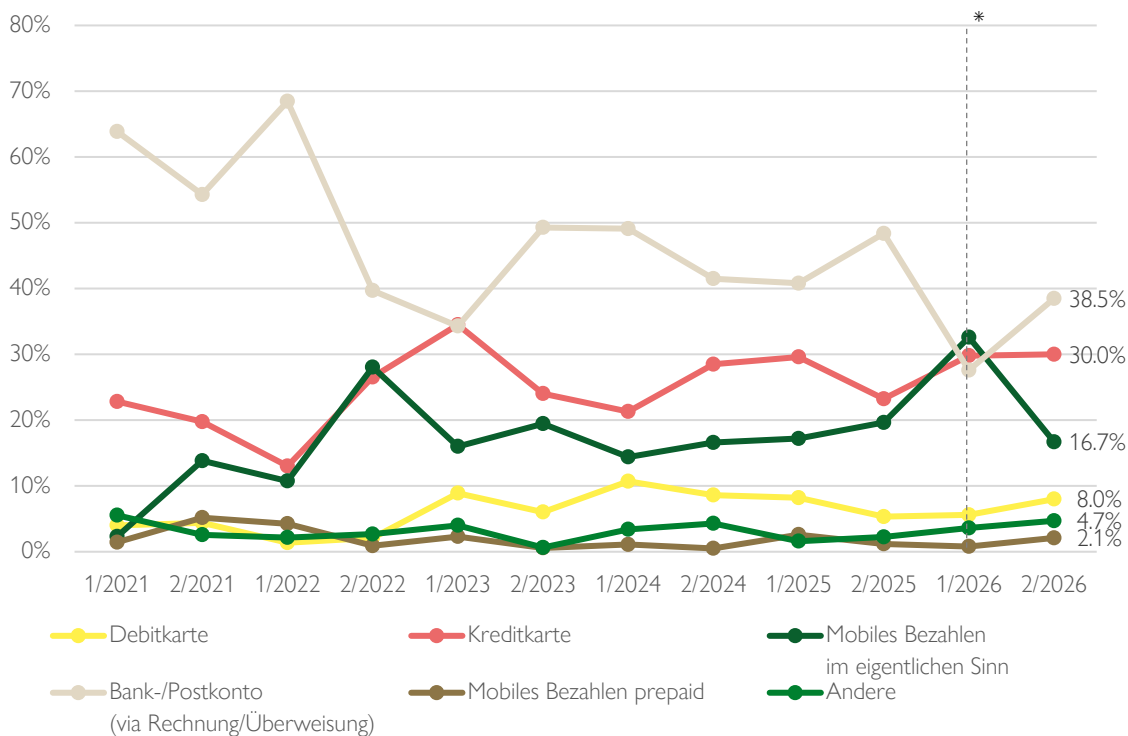


Abbildung 12: Zahlungsmittelanteile nach Umsatz im Distanzgeschäft gemäss Abrechnungsprodukt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen. Ab SPM 2/2024 Umklassifizierung von Twint-Zahlungen mit Abrechnungsprodukt Debitkarte zu «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn». Ab SPM 1/2025 Umklassifizierung 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)

*Der Anteil der Kreditkarte (nicht-mobil) im SPM 1/2026 liegt aufgrund eines durch Fragen in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekts über dem Niveau der Gesamtbevölkerung, die Anteile der übrigen Zahlungsmittel entsprechend leicht darunter (vgl. Anhang B.6).

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 seit jeher am tiefsten: Je höher der Betrag, desto seltener erfolgt die Bezahlung in bar (vgl. Abbildung 13). Rund zwei Drittel der Bargeldzahlungen entfallen auf Kleinst- (bis 5 CHF) und Kleinbeträge (5 bis 20 CHF), wo Bargeld noch 33,5 Prozent beziehungsweise 26,4 Prozent der Transaktionen ausmacht – deutlich weniger als im SPM 1/2021, als die Bargeldanteile in diesen Betragsbereichen noch bei 55,4 Prozent beziehungsweise 41,1 Prozent lagen. Mittlerweile wird in diesen Betragsbereichen häufiger mobil bezahlt (breite Definition), nämlich bei 40,5 Prozent (bis 5 CHF) beziehungsweise 36,9 Prozent (5 bis 20 CHF) der Transaktionen. Im kleineren Betragsbereich hat das mobile Bezahlen (breite Definition) damit einen substanziellen Teil der Bargeldzahlungen substituiert. Insgesamt ist mobiles Bezahlen (breite Definition) in allen Betragsbereichen ausser bei Grossbeträgen über 500 Franken das am häufigsten eingesetzte Zahlungsmittel (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. Bei Beträgen über 500 Franken ist die Rechnung mit 23,7 Prozent an der Spitze, knapp vor der Kreditkarte (nicht-mobil) und dem mobilen Bezahlen (breite Definition), die mit je 22,0 Prozent gleichauf liegen (vgl. Abbildung 13).

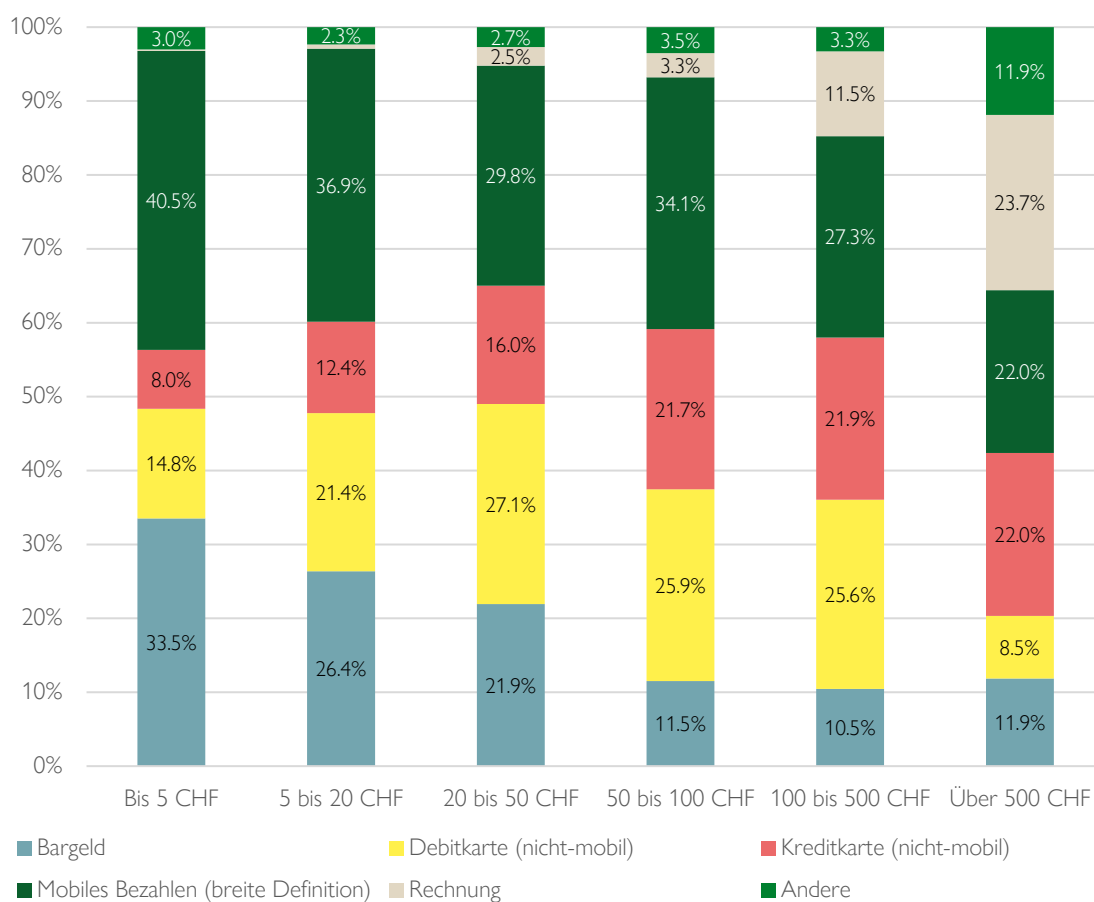


Abbildung 13: Zahlungsmittelanteile nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt gemäss Zahlungsmittel und Betragshöhe
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen.

4 Bargeld

4.1 Bargeldbesitz

Der durchschnittliche Bargeldbestand im Portemonnaie liegt mit 82 Fr. unverändert auf dem Niveau des SPM 1/2026 (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. Der Bargeldbestand zu Hause nimmt gegenüber dem SPM 1/2026 hingegen deutlich zu, von 699 Fr. auf einen Mittelwert von 779 Fr. (vgl. Abbildung 14). Der Median beim Bargeldbestand zu Hause verbleibt bei 200 Fr.

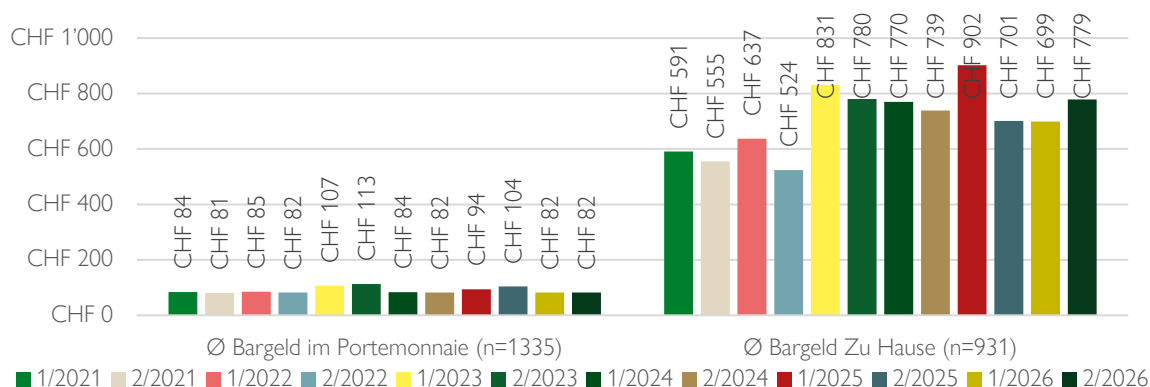


Abbildung 14: Durchschnittliche Höhe der Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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, die überhaupt kein Bargeld mehr im Portemonnaie mit sich führen, sinkt nach dem Höchststand im SPM 1/2026 (17,0 Prozent) auf 15,4 Prozent (-1,6 PP) (vgl. Abbildung 15). Der Anteil derjenigen, die kein Bargeld zu Hause aufbewahren, verändert sich gegenüber der letzten Erhebung kaum (-0,3 PP) und liegt mit 39,2 Prozent weiterhin im Bereich der Mittelwerte der letzten Jahre (vgl. Abbildung 15).

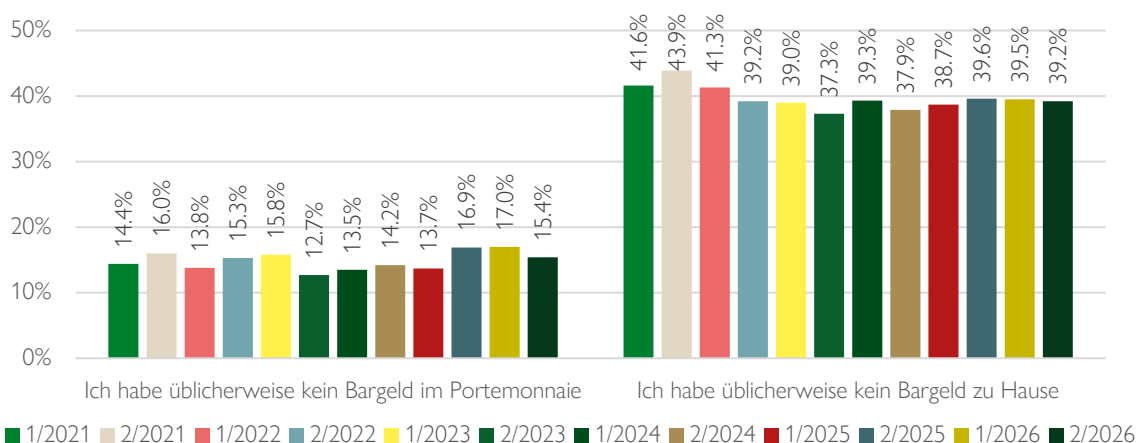


Abbildung 15: Anteil Personen ohne Bargeldreserve im Portemonnaie resp. zu Hause

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?»

4.2 Akzeptanz von Bargeldzahlungen

Zum zweiten Mal nach dem SPM 1/2024 wurde in der Onlinebefragung erhoben, ob die Befragten in den letzten 12 Monaten eine Ablehnung einer Barzahlung erlebt haben. 11,5 Prozent (+2,0 PP gegenüber dem SPM 1/2024) gaben an, in diesem Zeitraum gar nie mit Bargeld bezahlt haben zu wollen (vgl. Abbildung 16). Andererseits haben sowohl die mehrmaligen Ablehnungen (mehr als 4; 4,2%, +1,4 PP) als auch die vereinzelt Ablehnungen (1 bis 3; 20,4%, +1,2 PP) zugenommen (vgl. Abbildung 16).

Das Ergebnis deutet darauf hin, dass die sinkende Nachfrage nach Bargeldzahlungen dazu führt, dass immer mehr Betriebe auf die Annahme von Bargeld verzichten. Am häufigsten wurde eine solche Ablehnung bei Freizeit- oder Kulturangeboten (34,5%) sowie in der Kategorie Restaurant/Café/Bar (33,8%) erlebt.¹⁵ Es folgen Bäckerei/Kiosk/Take-away (18,4%), der öffentliche Verkehr (16,6%) sowie Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte (12,8%). Am seltensten wird eine Bargeldablehnung bei Taxis/Fahrdiensten (6,1%) sowie in Dienstleistungsbetrieben wie Coiffeur, Kosmetik oder Reinigung (7,4%) erlebt.

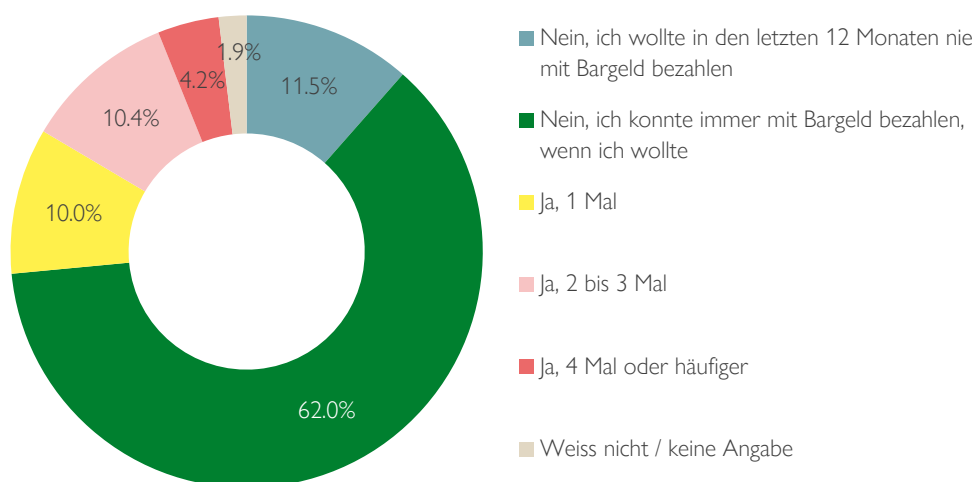


Abbildung 16: Erfahrungen mit einer Verweigerung der Annahme von Barzahlungen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Ist es in den letzten 12 Monaten vorgekommen, dass Sie in der Schweiz mit Bargeld bezahlen wollten, dieses aber nicht akzeptiert wurde oder nicht erwünscht war?»

4.3 Einstellung zu Bargeld

Bei der Frage nach der Einstellung zu einer möglichen Abschaffung von Bargeld zeigt sich im SPM 2/2026 ein deutlicher Ausschlag. Der Anteil derjenigen, die eine Abschaffung des Bargelds «überhaupt nicht gut» finden, steigt markant um 11,3 Prozentpunkte auf 58,3 Prozent, während der Anteil, der dies «eher nicht gut» findet, mit 20,9 Prozent (-0,9 PP) nahezu unverändert bleibt (vgl. Abbildung 17). In der Summe steigt der Anteil der Gegner einer Abschaffung damit um 10,4 Prozentpunkte auf 79,2 Prozent. Sowohl der Anteil der Befürworter einer Abschaffung (-5,8 PP auf 10,3 Prozent) als auch jener der Indifferenten (-4,6 PP auf 10,5 Prozent) geht deutlich zurück (vgl. Abbildung 17).

¹⁵ Bei der Frage nach dem Ort der Ablehnung war es möglich, mehrere Antworten auszuwählen, falls eine Person mehr als einmal eine Ablehnung erfahren hat. Entsprechend summieren sich die einzelnen Werte auf mehr als 100 Prozent.

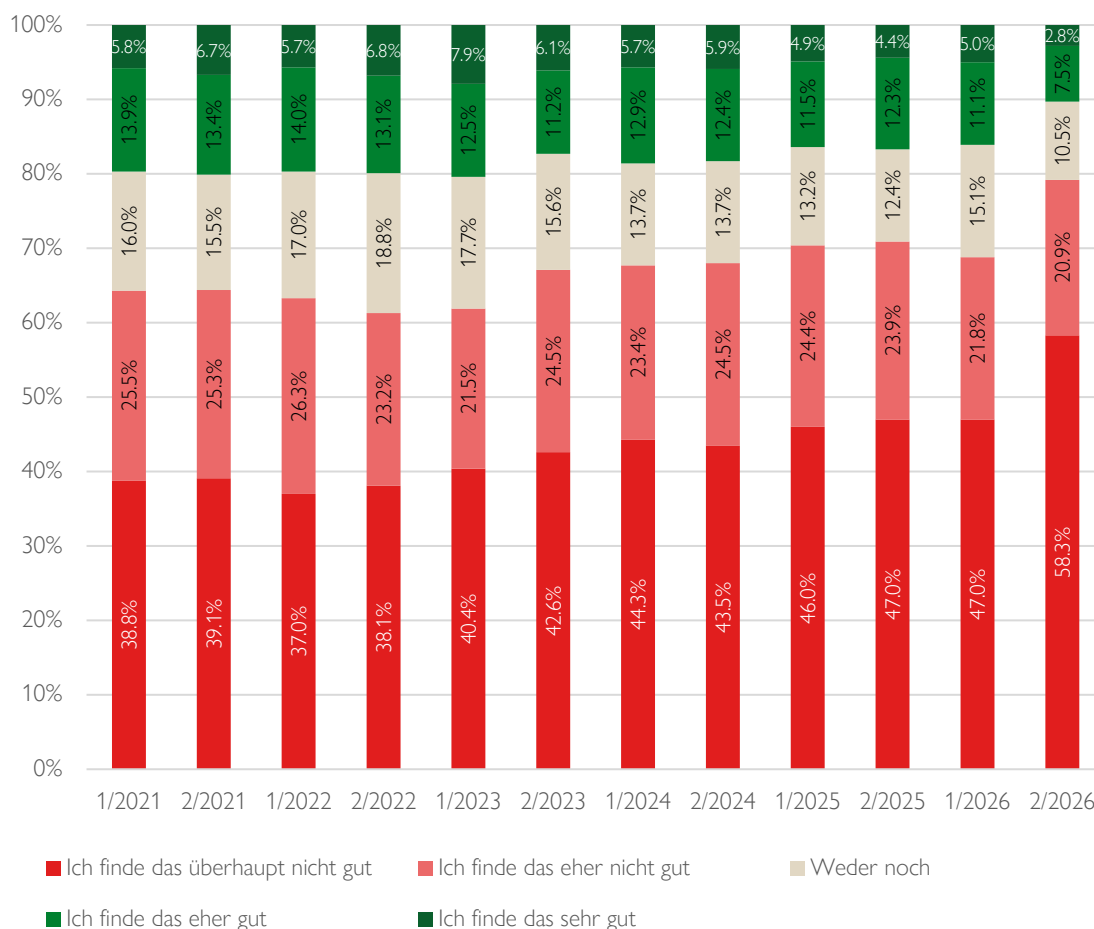


Abbildung 17: Einstellung zur Bargeldabschaffung im Zeitablauf

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

Diese Ausschläge dürften mit der intensiven öffentlichen Debatte rund um die Volksabstimmung zum Thema Bargeld am 8. März 2026 zusammenhängen. Neben der Volksinitiative «Ja zu einer unabhängigen, freien Schweizer Währung mit Münzen oder Banknoten (Bargeld ist Freiheit)» kam dabei auch ein direkter Gegenentwurf zur Abstimmung, der die Bargeldversorgung und den Franken als Schweizer Währung in der Verfassung verankert. Die Ausarbeitung eines Gegenentwurfs durch Bundesrat und Parlament signalisierte, dass auch Regierung und Gesetzgeber den Erhalt von Bargeld als schützenswert erachten. Mit 73,4 Prozent Ja-Stimmen wurde der Gegenentwurf sehr deutlich angenommen, was auf ein hohes Vertrauen in die Behörden sowie einen breit abgestützten Willen zum Erhalt von Bargeld in der Bevölkerung hindeutet. Die breit geführte Debatte dürfte die im Mai 2026 durchgeführte SPM-Erhebung entsprechend geprägt und die unterschiedene Ablehnung einer Bargeldabschaffung verstärkt haben.

4.4 Digitale Währungen

Immer mehr Zentralbanken weltweit beschäftigen sich mit digitalem Zentralbankgeld (engl. «Central Bank Digital Currency», CBDC). Dabei handelt es sich um eine neue Form von elektronischem Geld, das von Zentralbanken herausgegeben wird und – ähnlich wie Bargeld – eine Verpflichtung der Zentralbank gegenüber der Besitzerin oder dem Besitzer widerspiegelt.

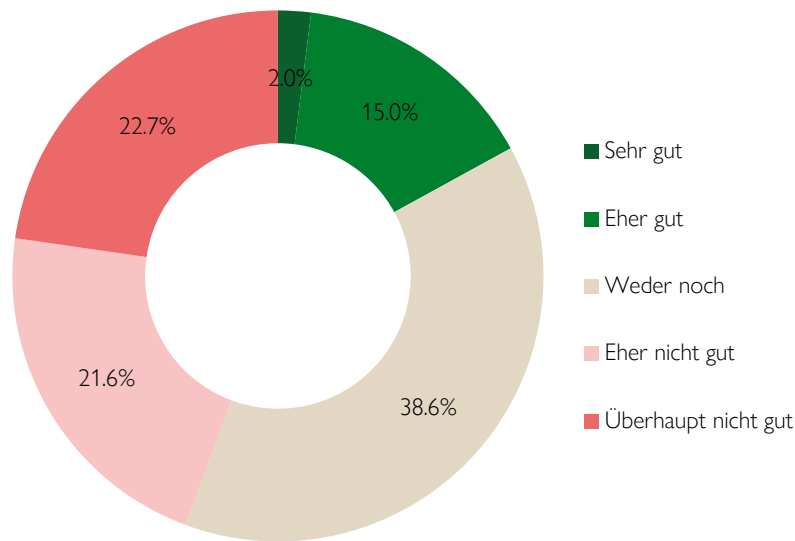


Abbildung 18: Einstellung zur Einführung von digitalem Zentralbankengeld durch die Schweizerische Nationalbank
 Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Zahlreiche Zentralbanken auf der Welt testen die Einführung von digitalem Zentralbankengeld. Was würden Sie davon halten, wenn die Schweizerische Nationalbank digitales Zentralbankengeld für Sie als Kund:in einführt (z.B. in Form eines «digitalen/E-Frankens»)?»

Das Verständnis von CBDC in der Schweizer Bevölkerung bleibt vage. Lediglich 15,4 Prozent der Befragten geben an, digitales Zentralbankgeld zu kennen – eine Zunahme von 1,6 Prozentpunkten gegenüber dem SPM 1/2022. Davon kann jedoch nur rund die Hälfte eine zutreffende Beschreibung von CBDC liefern. Die übrigen Personen, die CBDC vermeintlich kennen, äussern bei der Beschreibungsfrage entweder eine unpräzise Assoziation, zeigen sich letztlich unsicher oder verwechseln CBDC mit virtuellen beziehungsweise Kryptowährungen im Allgemeinen.

Einer möglichen Einführung einer Retail-CBDC durch die Schweizerische Nationalbank (SNB) stehen deutlich mehr Personen negativ (44,3%) als positiv gegenüber (17,0%) (vgl. Abbildung 18).¹⁶ Die Ablehnung hat im Vergleich zum SPM 1/2022 um 11,3 Prozentpunkte zugenommen. Die Einführung einer Retail-CBDC durch die SNB wird von Personen ohne CBDC-Kenntnisse tendenziell stärker abgelehnt als von Personen mit CBDC-Kenntnissen (44,9% bzw. 42,8%), wobei erstere deutlich häufiger indifferent sind (40,8% bzw. 28,2%).

17,8 Prozent der Befragten kennen Stablecoins. Von diesen beschreiben 76,4 Prozent – deutlich mehr als bei CBDCs (49,6%) – das Konzept korrekt als an einen stabilen Wert gekoppelte Kryptowährung. Die Zustimmung zur Herausgabe von Stablecoins durch inländische beziehungsweise ausländische Unternehmen bleibt insgesamt gering (15,9% bzw. 12,8%), wobei eine leichte Bevorzugung von inländischen Anbietern erkennbar ist.

¹⁶ Vor dieser Frage wurden die Befragten über die Grundzüge von CBDC informiert.

5 Mobiles Bezahlen

Der Anteil des mobilen Bezahlens nach breiter Definition hat gemessen an der Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt im Vergleich zum SPM 1/2026 weiter auf 34,5 Prozent zugenommen (vgl. Kapitel 3.1.1). Für immer mehr Menschen wird das mobile Bezahlen zum Standard: Erstmals gehört mit 20,1 Prozent (+3,3 PP) mehr als jede fünfte Person zum Zahlungstyp Mobilzahler, der damit hinter den Mischzahlern (53,6%) weiterhin den zweithäufigsten Zahlungstyp darstellt.¹⁷

Twint bleibt mit Abstand die meistgenutzte mobile Bezahlösung in der Schweiz, verliert jedoch spürbar an relativem Nutzungsanteil. Der Anteil von Twint an der Anzahl mobiler Zahlungen (breite Definition) im Gesamtmarkt sinkt von 62,7 auf 55,6 Prozent (vgl. Abbildung 19). Apple Pay auf Platz zwei legt im gleichen Zeitraum deutlich zu und erreicht neu einen Anteil von 21,1 Prozent (+4,2 PP) (vgl. Abbildung 19). Auch Google Pay (5,4%; +1,1 PP) und Samsung Pay (3,0%; +1,5 PP) gewinnen leicht an Nutzungsanteil hinzu (vgl. Abbildung 19).

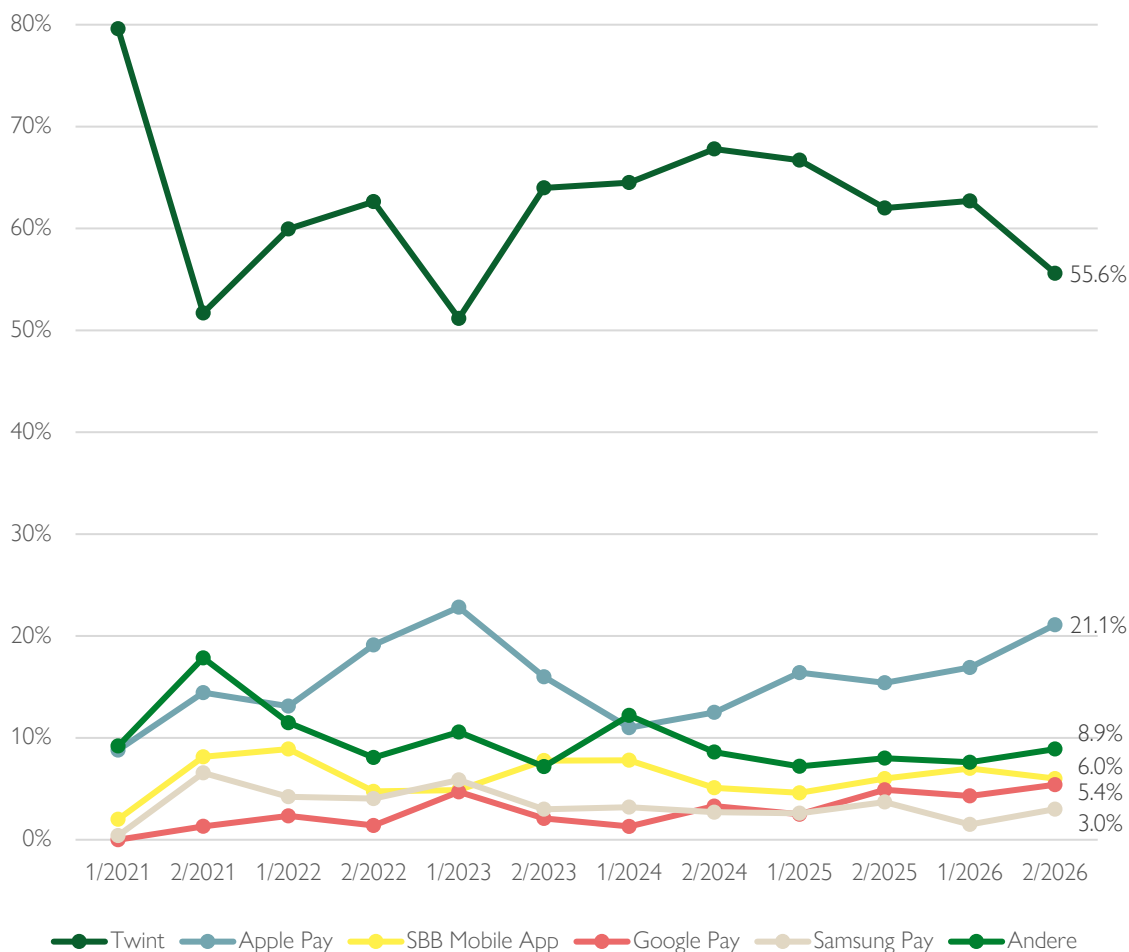


Abbildung 19: Anteile der Zahlungsanbieter beim mobilen Bezahlen nach Anzahl Transaktionen im Gesamtmarkt
Bemerkungen: Gemäss Tagebucheinträgen; nur Inlandzahlungen; mobiles Bezahlen nach breiter Definition (vgl. Anhang B.1)

¹⁷ 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.

Eine separate Betrachtung von Präsenz- und Distanzgeschäft zeigt, dass Apple Pay in beiden Bereichen zulasten von Twint deutlich an Anteilen gewinnt. Im Präsenzgeschäft sinkt der Anteil von Twint auf 53,7 Prozent (-6,9 PP), während Apple Pay auf 26,6 Prozent (+3,3 PP) zulegt. Im Distanzgeschäft sinkt der Anteil von Twint auf 60,3 Prozent (-6,7 PP). Auf Platz zwei liegt weiterhin die Retail App SBB Mobile¹⁸ mit 21,1 Prozent (+0,2 PP), gefolgt von Apple Pay mit 7,0 Prozent (+3,6 PP) auf Platz drei. Das Wachstum von Apple Pay im Distanzgeschäft dürfte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass dessen Akzeptanz in Onlineshops in den letzten Jahren zunahm.¹⁹

6 Neobanken

Die Nutzung von Neobanken erreicht einen neuen Höchststand. 43,8 Prozent der Befragten (0,9 Prozentpunkte mehr als vor einem halben Jahr) gaben an, schon mindestens einmal eine Online-Banklösung einer Neobank genutzt zu haben (vgl. Abbildung 20).

Revolut ist die mit Abstand am häufigsten genutzte Neobank (20,5% der Befragten; +1,6 PP) (vgl. Abbildung 21). 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 an Nutzungsanteilen zulegen.

Hinter Revolut behauptet sich Yuh auf dem zweiten Platz (12,5%; -0,1 PP) knapp vor Neon (10,8%; +0,2 PP) (vgl. Abbildung 21). UBS key4 baut seine vierte Position weiter aus und erzielt neu einen Nutzungsanteil von 10,0 Prozent (+1,3 PP) (vgl. Abbildung 21). Dahinter folgen Zak (7,8%; +0,8 PP), Wise (6,4%; unverändert) und Alpian (2,8%; +0,1 PP) (vgl. Abbildung 21).

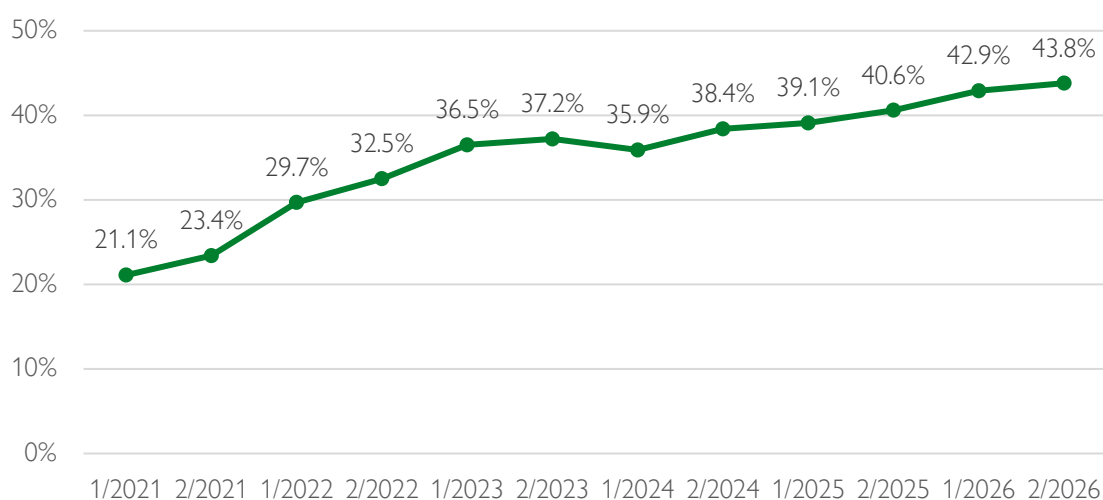


Abbildung 20: Anteil der Befragten, der mindestens eine Neobank nutzt

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

¹⁸ 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.

¹⁹ Siehe «Onlinehändlerbefragung 2025» (https://www.fhnw.ch/de/die-fhnw/hochschulen/hsw/media-newsroom/news/media/251008_zumstein_et-al_onlinehaendlerbefragung_2025.pdf/@@display-file/file)

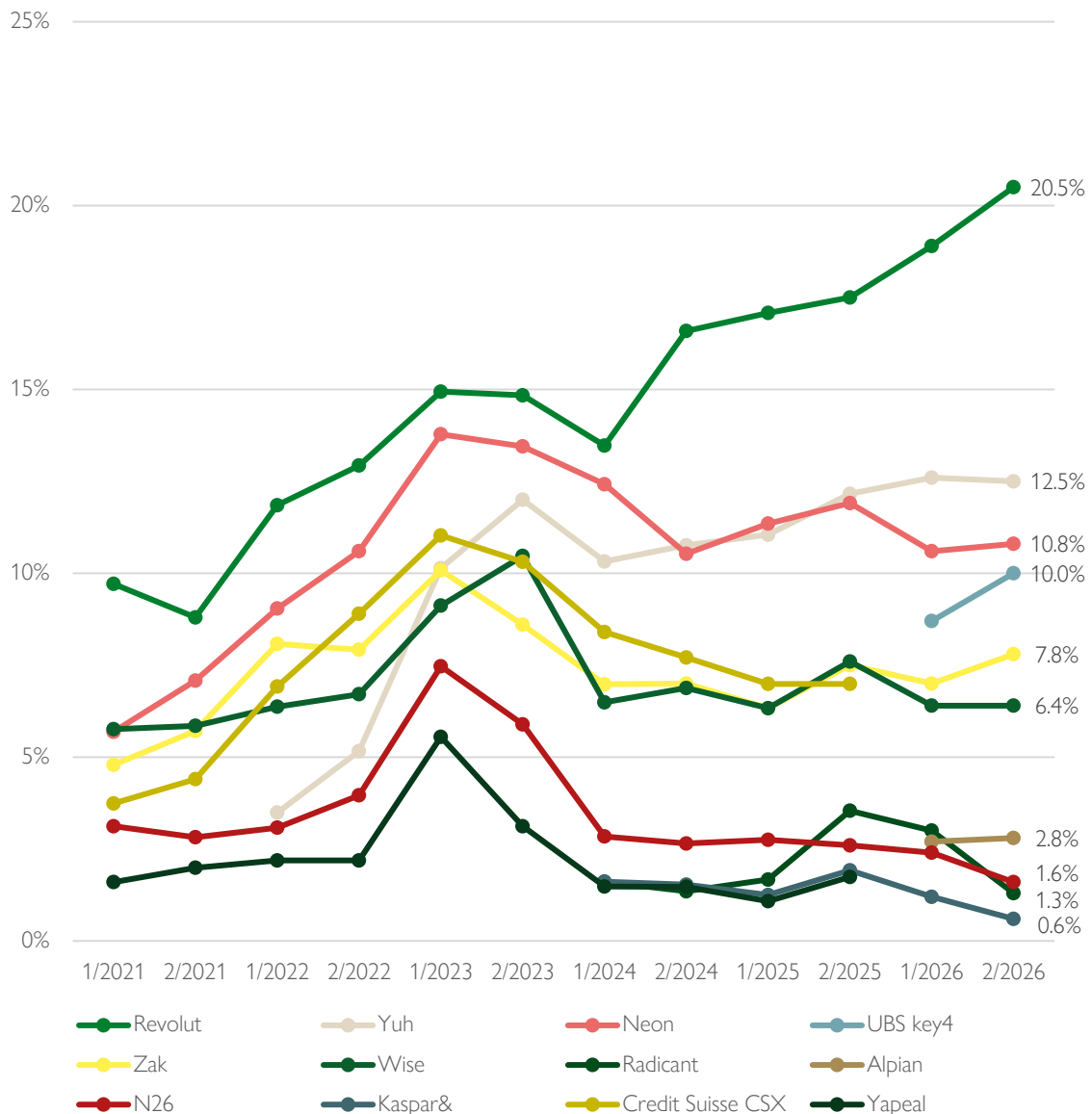


Abbildung 21: Entwicklung der Nutzung von Neobanken

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.» Auf Grund von Veränderungen in der Marktlanschaft sind nicht alle Anbieter über die gesamte Zeitreihe verfügbar.

Die Nutzung auf Reisen wird neu als wichtigster Grund für die Verwendung von Neobanken genannt und löst damit die einfache beziehungsweise praktische Handhabung ab, die bisher an der Spitze stand und neu an zweiter Stelle folgt. Dahinter folgen die Möglichkeit, Überweisungen innert kurzer Zeit zu tätigen sowie die jederzeitige Verfügbarkeit auf dem Mobiltelefon. Die günstigen Wechselkurse folgen an fünfter Stelle. Rund zwei Drittel der Befragten, die Neobanken nutzen, tun dies für spezifische Zwecke, während knapp ein Viertel Neobanken als primäres Zahlungsmittel bzw. Hauptbankverbindung nutzt.

7 Bezahlen mit KI-Agenten

Im Rahmen einer Zusatzbefragung im SPM 2/2026 wurde untersucht, wie verbreitet die Nutzung sprachbasierter KI-Tools ist und wie offen die Bevölkerung gegenüber einer Unterstützung durch KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels ist.

Sprachbasierte KI-Tools sind weit verbreitet: 42 Prozent der Befragten nutzen sie mindestens regelmässig, nur 19 Prozent gar nicht. Die Nutzungsintensität hängt jedoch stark vom Alter ab. Während nur 4,6 Prozent der 18- bis 29-Jährigen KI-Tools gar nicht nutzen, ist dieser Anteil bei den über 60-Jährigen mit 37,1 Prozent rund achtmal so hoch (vgl. Abbildung 22). Umgekehrt nutzen knapp ein Viertel der 18- bis 29-Jährigen KI-Tools täglich, bei den über 60-Jährigen sind es lediglich 4,3 Prozent (vgl. Abbildung 22).

Dasselbe Altersgefälle zeigt sich bei der Zahlungsbereitschaft für kostenpflichtige Versionen. Während von den über 60-Jährigen nur 9,8 Prozent ein kostenpflichtiges KI-Abo besitzen, sind es bei den 45- bis 59-Jährigen 18,8 Prozent, bei den 30- bis 44-Jährigen 25,5 Prozent und bei den 18- bis 29-Jährigen 30,4 Prozent.

Bei der konkreten Unterstützung durch einen KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels zeigt sich ein klares Muster: Je weniger Kontrolle abgegeben werden muss, desto grösser ist die Akzeptanz. Eine reine Empfehlung können sich knapp zwei Drittel der Befragten (eher oder sehr gut) vorstellen (vgl. Abbildung 23). Bei einer Teilautomatisierung sinkt die Zustimmung auf rund 43 Prozent, während eine Vollautomatisierung ohne zusätzliche Bestätigung von über 80 Prozent abgelehnt wird (vgl. Abbildung 23).

Personen mit einem kostenpflichtigen KI-Abo sind bei jeder Automatisierungsstufe offener als Personen ohne Abo. Der Unterschied ist bei der Vollautomatisierung am grössten (Mittelwert von 2,03 gegenüber 1,60) und bei der reinen Empfehlung am kleinsten (Mittelwert von 3,07 gegenüber 2,89). Nach Altersgruppen zeigen die 30- bis 44-Jährigen die höchste Offenheit gegenüber Teil- und Vollautomatisierung, während die über 60-Jährigen in allen drei Automatisierungsstufen am zurückhaltendsten sind.

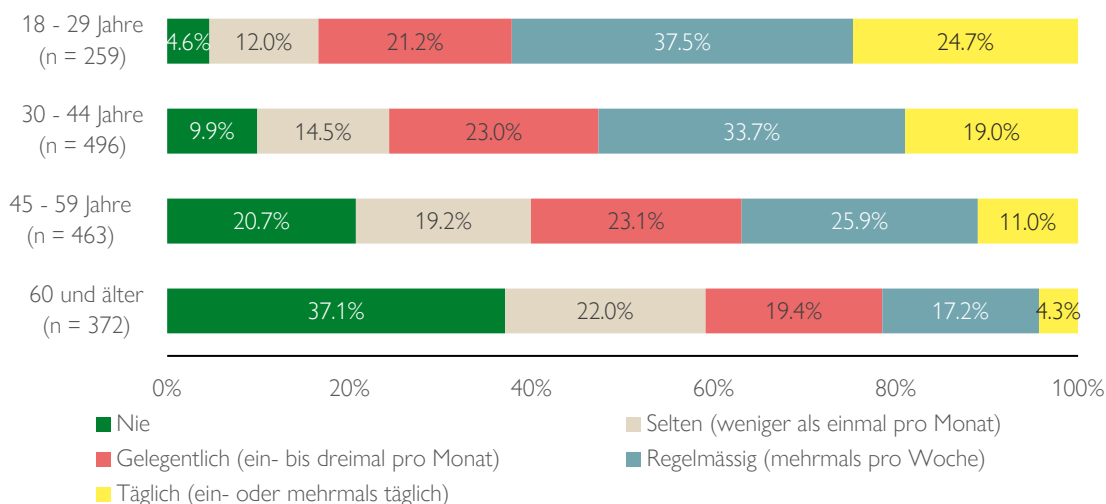


Abbildung 22: Nutzungshäufigkeit sprachbasierter KI-Tools nach Altersgruppen

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Wie häufig nutzen Sie sprachbasierte KI-Tools (z.B. ChatGPT, Claude, Gemini, Copilot, etc.)?»

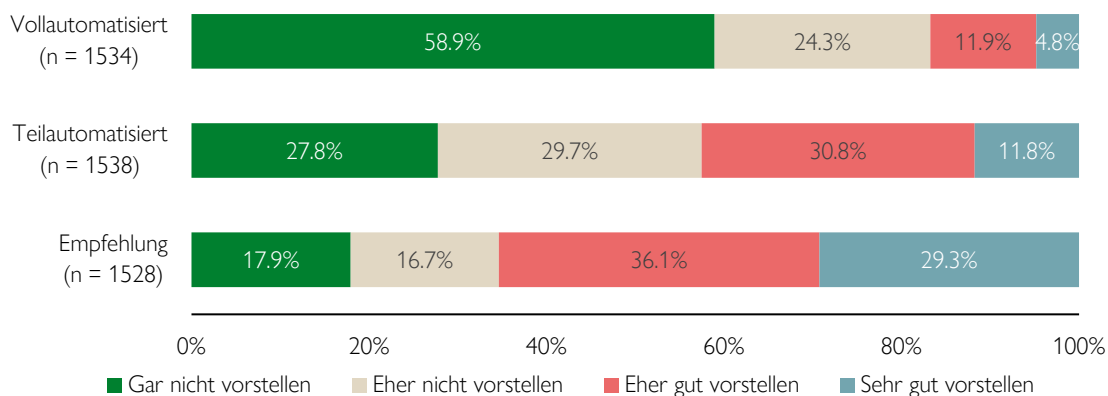


Abbildung 23: Vorstellbarkeit verschiedener Formen der Unterstützung durch einen KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Wie gut können Sie sich die folgenden Formen der Unterstützung durch einen KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels vorstellen?»; Skala 1 (gar nicht vorstellen) bis 4 (sehr gut vorstellen).

Auch das Vertrauen in den Anbieter eines KI-Assistenten spielt eine zentrale Rolle bei der Frage, ob man sich dessen Unterstützung bei der Wahl des Zahlungsmittels vorstellen kann. Insgesamt ist dieses Vertrauen eher tief. Am ehesten vertraut wird einem Zahlungsdienstleister und einer Bank als Anbieter eines KI-Assistenten (vgl. Abbildung 24). Das Vertrauen hängt zudem davon ab, ob jemand bereits ein kostenpflichtiges KI-Abo nutzt. Personen mit Abo bringen durchgehend allen Anbietern ein höheres Vertrauen entgegen als Personen ohne Abo (vgl. Abbildung 24). Am stärksten fällt dieser Unterschied bei grossen Technologieunternehmen und unabhängigen spezialisierten Anbietern aus. Bei Personen mit KI-Abo geniessen grosse Technologieunternehmen (2,78) sogar ein leicht höheres Vertrauen als Banken (2,72), während ohne Abo Banken klar bevorzugt werden (vgl. Abbildung 24).

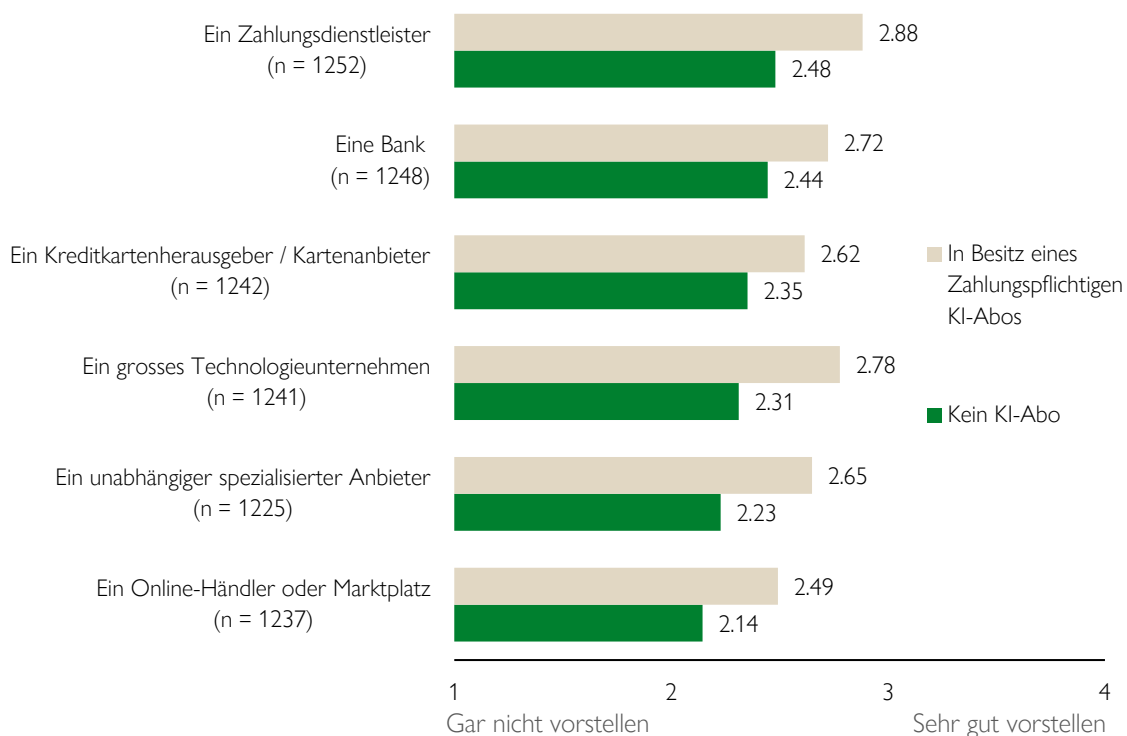


Abbildung 24: Vorstellbarkeit eines KI-Assistenten nach Anbieter, nach KI-Abo
Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Wie gut können Sie sich vorstellen, bei der Wahl des Zahlungsmittels einen KI-Assistenten zu nutzen, wenn dieser von den folgenden Anbietern bereitgestellt wird?»; Skala 1 (gar nicht vorstellen) bis 4 (sehr gut vorstellen).

Bei der Frage, welche Ziele ein KI-Assistent bei der Wahl des Zahlungsmittels priorisieren sollte, stehen Sicherheit (51 Prozent) und der Schutz von Daten und Privatsphäre (50 Prozent) mit Abstand an erster Stelle, deutlich vor einer Optimierung der Gesamtkosten (37 Prozent) und Komfortaspekten wie einer einfachen und bequemen Bezahlung (21 Prozent). Diese Rangfolge passt zum insgesamt zurückhaltenden Bild, das sich bei der Akzeptanz und dem Vertrauen gegenüber KI-Assistenten bei der Zahlungsmittelwahl zeigt. Bevor ein KI-Assistent überhaupt als nützliche Unterstützung wahrgenommen wird, muss aus Sicht der Befragten zunächst sichergestellt sein, dass er sicher und vertrauenswürdig mit ihren Daten umgeht.

Die Wichtigkeit des Datenschutzes zeigt sich in der geringen Bereitschaft der Befragten, dem KI-Assistenten persönliche Informationen zur Verfügung zu stellen, damit dieser ein für sie passendes Zahlungsmittel auswählen kann. Auf einer Skala von 1 «Nein, auf keinen Fall» bis 4 «Ja, auf jeden Fall» erreicht keine der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten den neutralen Mittelwert von 2,5 (vgl. Abbildung 25). Am ehesten sind die Befragten bereit, Informationen zu ihren Loyalitätsprogrammen (Mittelwert 2,47) und zu ihren persönlichen Vorlieben beim Bezahlen (Mittelwert 2,42) zu teilen (vgl. Abbildung 25). Am geringsten ist die Bereitschaft, persönliche finanzielle Informationen wie die monatlichen Einnahmen und Ausgaben (Mittelwert 1,94) oder den Kontostand (Mittelwert 1,81) preiszugeben (vgl. Abbildung 25).

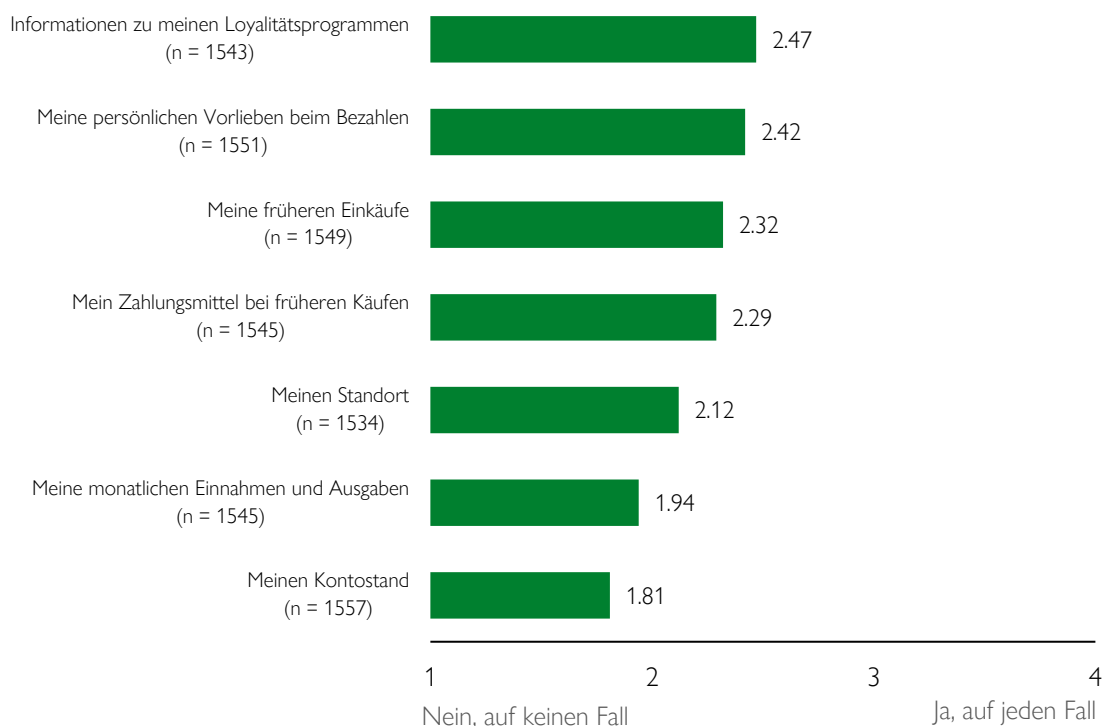


Abbildung 25: Bereitschaft zum Teilen von Informationen mit einem KI-Assistenten

Bemerkungen: Gemäss Onlinebefragung; Frage: «Welche der folgenden Informationen wären Sie grundsätzlich bereit, einem KI-Assistenten zur Verfügung zu stellen, damit er ein passendes Zahlungsmittel auswählen kann?» Skala 1 (Nein, auf keinen Fall) bis 4 (Ja, auf jeden Fall).

8 Schlusswort

Die 15. 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 Haupteckdaten gewonnen werden.

Das mobile Bezahlen nach breiter Definition kehrt gemessen an der Anzahl Transaktionen nach einer kurzen Stagnationsphase auf seinen Wachstumspfad zurück und übernimmt neu auch im Präsenzg Geschäft die Spitzenposition – vor Bargeld und der Debitkarte (nicht-mobil), die damit auf Platz drei zurückfällt. Gleichzeitig geht die Nutzung der Kreditkarte (nicht-mobil) sowohl bei der Anzahl Transaktionen als auch beim Umsatz im Gesamtmarkt spürbar zurück. Dieser Rückgang ist teilweise auf den bereits im SPM 1/2026 vermuteten, durch Fragen zum Thema Sicherheit in der vorgängigen Onlinebefragung ausgelösten Effekt zurückzuführen, der in der aktuellen Erhebung nicht mehr auftritt.

Mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn durchbricht im Präsenzg Geschäft die zuvor beobachtete Stagnation und wächst gemessen an den Abrechnungsprodukten wieder. Im Distanzg Geschäft hingegen verliert es die im SPM 1/2026 erstmals erreichte Spitzenposition beim Umsatz bereits wieder, bleibt aber weiterhin das meistgenutzte Abrechnungsprodukt.

Deutlich zugenommen hat die Ablehnung einer Bargeldabschaffung – ein Ausschlag, der im Zusammenhang mit der intensiv geführten öffentlichen Debatte rund um die Volksabstimmung vom 8. März 2026 stehen dürfte. Gleichzeitig zeigt sich bei der Akzeptanz von Bargeld ein gegenläufiges Bild: Immer mehr Befragte berichten von Situationen, in denen eine Barzahlung nicht akzeptiert wurde, namentlich bei Freizeit- und Kulturangeboten sowie in Restaurants, Cafés und Bars.

Die Haltung zu einer möglichen Einführung einer Retail-CBDC durch die Schweizerische Nationalbank fällt zurückhaltend aus. Die Ablehnung überwiegt die Zustimmung deutlich (44,3% gegenüber 17,0%) und hat gegenüber dem SPM 1/2022 nochmals um 11,3 Prozentpunkte zugenommen.

Auch die Nutzung von Neobanken erreicht einen neuen Höchststand. Revolut bleibt dabei führend und baut seine Präsenz in der Schweiz kontinuierlich aus.

Die Erhebung zur Akzeptanz von KI-Assistenten bei der Wahl des Zahlungsmittels zeigt: Je mehr Kontrolle an ein System abgegeben werden müsste, desto geringer die Akzeptanz. Bevor ein KI-Assistent als nützliche Unterstützung wahrgenommen wird, muss aus Sicht der Befragten zunächst sichergestellt sein, dass dieser sicher und vertrauenswürdig mit ihren Daten umgeht. Sicherheit und Datenschutz bilden die Grundvoraussetzung, bevor Komfort- und Kostenaspekte überhaupt eine Rolle spielen.

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

Die Untersuchung umfasst eine Mikro- und eine Makroperspektive (vgl. Abbildung 26). 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.



Abbildung 26: 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

Das Zahlungsverhalten wird 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 Bezahlen nach breiter Definition werden dabei alle Arten des mobilen Bezahlens taxiert, das heisst, jegliche Formen des Bezahlens mit einem mobilen Gerät²⁰ 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, 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

²⁰ z.B. Smartphone, Tablet oder Smartwatch.

des hinterlegten Zahlungsmittels aufgeteilt.²¹ 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 Bezahlssituation – 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 stark 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.²² 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. Seit dem SPM 2/2026 werden diese Informationen prominenter direkt vor der Abfrage der Bekanntheit verschiedener Zahlungsmittel angezeigt, und zwar fast am Anfang der Onlinebefragung.

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 betrifft dies 123 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

²¹ Diese Analyse wurde für jede Tagebuchehebung seit dem SPM 1/2021 rückwirkend angewendet. Die Datenstruktur der Tagebuchehebung vor 2021 lässt eine Auswertung nach Abrechnungsprodukt für die Jahre 2019 und 2020 nicht zu.

²² 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.

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 147 mobile Zahlungen mit verschiedenen (Bezahl-) Apps von «mobiles Bezahlen im eigentlichen Sinn» zum Abrechnungsprodukt «Debitkarte» umklassifiziert. Eine Zahlung mit Paypal sowie deren vier mit Parkingpay wurden als wahrscheinlichste Alternative zur direkten Kontoanbindung als «mobiles Bezahlen prepaid» umklassifiziert. 36 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 erhöhte Kreditkartenanteile im SPM 1/2026

Sämtliche Kreditkartenanteile sind unabhängig von der Betrachtungsweise zwischen dem SPM 2/2025 und dem SPM 1/2026 gestiegen. Der Anstieg des Anteils der nicht-mobilen Kreditkarte gemessen an der Anzahl Transaktionen im Präsenzg Geschäft fiel dabei im Vergleich zur langfristigen Entwicklung besonders deutlich aus. Dieser Befund wurde deshalb vertieft analysiert, was dank des Paneldesigns des SPM möglich ist.

Eine Difference-in-Difference-Schätzung auf Basis des Paneldatensatzes über alle Erhebungswellen zeigt: Jene 41 Prozent der Befragten, die am Ende der Onlinebefragung zum Thema Sicherheit im SPM 1/2026 eine höhere Nutzungsabsicht für die Kreditkarte äusserten, wiesen im anschliessenden Zahlungstagebuch (SPM 1/2026) eine statistisch signifikant höhere Kreditkartennutzung auf als die übrigen Befragten. Dies deutet auf einen kausalen Effekt der im Rahmen der Onlinebefragung vermittelten Informationen und gestellten Fragen zu den Sicherheitsmechanismen der Kreditkarte auf das anschliessend im Tagebuch erfasste Zahlungsverhalten hin.

Diese Erkenntnis erlaubt eine präzise Einordnung des im SPM 1/2026 beobachteten Wachstums der Kreditkartenanteile. Ein Teil davon lässt sich auf diesen spezifischen Befragungskontext zurückführen und bildet damit nicht direkt das strukturelle Zahlungsverhalten der Gesamtbevölkerung ab. In der aktuellen Erhebung (SPM 2/2026), in welcher das Thema Sicherheit nicht Bestandteil der Onlinebefragung war, tritt dieser Effekt nicht mehr auf. Die Kreditkartenanteile liegen im SPM 2/2026 durchgängig unter dem Niveau des SPM 1/2026 und können als repräsentativ für die Gesamtbevölkerung betrachtet werden. Bei der Interpretation der Veränderungen der Zahlungsmittelanteile zwischen dem SPM 1/2026 und SPM 2/2026 ist dieser methodische Zusammenhang zu berücksichtigen.

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 Bezahlen im eigentlichen Sinn</i>), auf Prepaid-Guthaben zurückgreifen (siehe <i>mobiles Bezahlen prepaid</i>) oder einer hinterlegten Debit- oder Kreditkarte belastet werden.
Bezahl-App	Bezahl-Apps stellen eine Form des mobilen Bezahlens dar. Mittels Bezahl-Apps können zum einen Waren und Dienstleistungen (vor Ort oder auf Distanz) erworben oder auch Geld an Privatpersonen versendet werden. Einer Transaktion mittels Bezahl-App liegt im Regelfall eine Überweisung (bei Kontoanbindung), eine Kartenzahlung (bei Anbindung einer Debit- oder Kreditkarte) oder E-Geld (bei Verwendung einer Prepaid-App oder bei Anbindung einer Prepaidkarte) zugrunde. Das Bezahlen vor Ort funktioniert über das Einlesen eines QR-Codes, via 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>).
CBDC	Abkürzung für den englischen Begriff «Central Bank Digital Currency» (digitales Zentralbankgeld): Elektronisches Geld, das von einer Zentralbank herausgegeben wird. Es gibt zwei Arten von CBDC: Retail-CBDC (auch «general purpose CBDC») ist der breiten Öffentlichkeit – Privatpersonen und Unternehmen – für den alltäglichen Zahlungsverkehr zugänglich. Wholesale-CBDC ist demgegenüber ausschliesslich Banken und anderen Finanzinstituten für die Abwicklung des Interbankenverkehrs vorbehalten.
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 Bezahlens, welche Zahlungen in einer App mit integrierter Bezahlfunktion beschreibt (z.B. SBB Mobile App, Uber, etc.).
Kreditkarte	Zahlungskarte, bei der eine zeitlich verzögerte Kontobelastung erfolgt. Die Zahlung ist dem Händler garantiert (z.B. Mastercard, Visa, American Express).

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 App-zentriert auf mobilen Geräten – bereitstellt und damit etablierte Institute mit einem schlanken, nutzerfokussierten Angebot herausfordert.
Nicht-wiederkehrende Zahlung	Alltägliche Ausgaben aller Art (beispielsweise für Lebensmittel, Kleider und Restaurantbesuche), unabhängig davon, ob diese an einem physischen Verkaufspunkt (siehe <i>Präsenzgeschäft</i>) oder auf Distanz (siehe <i>Distanzgeschäft</i>) durchgeführt werden. Dies im Gegensatz zu regelmässig wiederkehrenden Zahlungen wie Miete, Versicherungsprämien, Telekommunikations-Abonnement, etc. Auch «unregelmässige Zahlungen» genannt.
Präsenzgeschäft	Zahlungen an Kassen, Schaltern und Automaten. Die Begriffe <i>Zahlungen vor Ort</i> und <i>Präsenzgeschäft</i> werden in diesem Bericht synonym verwendet.
Prepaidkarte	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.
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.