

## DIGITALES BEZAHLEN

# Bereits 78% der Schweizer nutzen ihr Smartphone, um Geld zu verwalten und online oder im Laden zu zahlen

---

**Zürich, 25. Oktober 2017** - Visa (NYSE:V) Millennials treiben das digitale Bezahlen voran – 88% nutzen ein mobiles Gerät (Smartphone, Tablet, Wearable), um Bankgeschäfte zu erledigen, ihren Kontostand zu prüfen oder zu bezahlen (in Person, online oder in-app). Konsumenten fühlen sich beim digitalen Bezahlen so sicher wie noch nie. Visa hat dazu die Ergebnisse der jährlichen Digital-Payments-Studie zum Konsumentenverhalten rund um das digitale Bezahlen veröffentlicht – vom kontaktlosen Bezahlen über Online-Shopping bis hin zur Einstellung zu Datenschutz und Sicherheit.

### Die Akzeptanz des digitalen Bezahls nimmt stark zu

Die wachsende Anzahl der digitalen Bezahlmöglichkeiten mit mobilen Geräten – wie Smartphones, Tablets und Wearables – trägt dazu bei, dass Konsumenten leichter eine digitale Lösung finden, die zu ihrem Lebensstil passt. Die Studie aus diesem Jahr zeigt:

- Knapp zwei Drittel aller Befragten (62 %) überprüfen ihren Kontostand oder verwenden andere Services über eine Banking-App. Auch bei Schweizern sind Banking-Apps beliebt und werden von 58 % genutzt.
- Mehr als zwei Drittel (68 %) nutzen ein digitales Wallet (z.B. PayPal), eine Händler-Website, bei der die Kartendaten hinterlegt sind, oder eine mobile Bezahlösung wie Apple Pay oder Samsung Pay. In der Schweiz sind es sogar 69 %.
- 19% der Befragten nutzt ein Wallet-Service um direkt mit dem Smartphone mobil zu bezahlen.
- 48 % der Befragten in Europa und 45 % der Schweizer nutzen ein mobiles Gerät für Online-Shopping. Millennials<sup>[1]</sup> nutzen mit 56% am häufigsten ein mobiles Gerät für Online-Shopping.

### Die drei beliebtesten Aktivitäten des digitalen Bezahls bei Schweizern sind:

- Überprüfen des Kontostands oder Nutzung anderer Services via Banking App (58%), Kauf von ÖV-Tickets (46%), Online Shopping (45%)

„Bei Visa stellen wir kundenorientierte Innovationen in den Fokus und arbeiten eng mit zahlreichen Partnern zusammen. Wir wollen sicherstellen, dass Konsumenten einfach und sicher bezahlen können, egal wo sie sind und welches Gerät sie nutzen. Wir freuen uns über die Ergebnisse der Studie und das Vertrauen der Konsumenten in neue Bezahlösungen“, sagt Stefan Holbein, Country Manager Schweiz bei Visa.

### Millennials sind Pioniere

Millennials stehen bei der Akzeptanz digitaler Bezahlösungen an der Spitze.



- 88 % der Schweizer zwischen 18 und 34 Jahren sagen über sich selbst, dass sie digital bezahlen. 2% mehr als der europäische Durchschnitt.
- Mehr als die Hälfte (66%) der Schweizer Millennials bezahlt regelmässig mit einem Mobilien Gerät (in Person, online oder in-app). Unter den 55-64-jährigen liegt dieser Wert tiefer bei 40%.
- Millennials zahlen am häufigsten kontaktlos - knapp dreiviertel zahlt kontaktlos.

### **Die Beliebtheit von biometrischen Technologien nimmt zu**

- 84% der europäischen Konsumenten vertrauen auf biometrische Methoden als sichere Art und Weise der Authentifizierung. Im letzten Jahr waren es mit 59% deutlich weniger.
- Auch in der Schweiz vertrauen die Befragten eher auf biometrische Daten als sichere Authentifizierungsmethode im Vergleich zu nichtbiometrischen Daten (85% vs. 69%).
- 74% der schweizer Konsumenten denken, dass der Fingerabdruck die sicherste Methode ist, gefolgt vom Iris-Scan mit 70% und Gesichtserkennung mit 43%.
- Babyboomer<sup>[2]</sup> (87 %) und Millennials (84 %) teilen das Vertrauen in biometrische Daten.

### **Wem vertraut wird**

Trotz der Erkenntnis, dass Menschen in sozialen Netzwerken Aspekte ihres persönlichen Lebens übermässig, ziehen die Konsumenten eine klare Linie, wenn es um den Austausch von persönlichen Daten wie Zahlungskarten oder Bankverbindungen geht.

- 84 Prozent der Befragten äusserten Bedenken, sensible persönliche Daten an Social Media weiterzugeben. In der Schweiz sind es 86%.
- Die Familienmitglieder hatten mit 46 Prozent das höchste Vertrauensrating, gefolgt von Banken (35 Prozent) und Behörden (31 Prozent).
- Auch in der Schweiz geniessen Familienmitglieder mit 48 Prozent das höchste Vertrauensrating, gefolgt von Banken (32 Prozent) und Behörden (25 Prozent).
- Bei E-Mail-Adressen (40%) und Namen (39%) haben Schweizer kaum Bedenken. Sie sind damit 7% unter dem europäischen Durchschnitt und daher etwas zurückhaltender mit ihren Daten.
- Ungerne teilen Schweizer Zahlungskarten oder Bankverbindungen mit jeweils 80% und sind damit genau im europäischen Durchschnitt.

### **Über die Digital-Payment-Studie**

Als Konsumenten, die digitales Bezahlen nutzen (Digital Payment User), wurden solche Konsumenten erfasst, die ihr Mobiltelefon, Tablet oder Wearable verwenden, um ihr Geld zu verwalten oder mit diesen Geräten im Geschäft, online oder über Apps bezahlen. Durchgeführt wurde die von Visa in Auftrag gegebene Studie vom Meinungsforschungsinstitut Populus. Die Befragung fand zwischen Juni und Juli 2017 in 22 europäischen Ländern statt: Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, Israel, Italien, die Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, Schweiz, Türkei, Tschechien und Grossbritannien. Insgesamt nahmen daran 42.308 Konsumenten teil, etwa 2.000 Befragte pro Land.



<sup>[1]</sup> Als Millennials werden Mitglieder der Generation bezeichnet, die im Zeitraum von etwa 1980 bis 1999 geboren wurden (auch Generation Y).

<sup>[2]</sup> Als Babyboomers werden Mitglieder der Generation bezeichnet, die im Zeitraum von etwa 1946 bis 1969 geboren wurden.

# # #

## **Über Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE:V) ist ein globales Unternehmen für Zahlungstechnologie. Visa verbindet Konsumenten, Unternehmen, Finanzinstitute und Regierungen in mehr als 200 Ländern und Regionen und ermöglicht schnelles, sicheres und zuverlässiges elektronisches Bezahlen. Wir betreiben mit VisaNet eines der fortschrittlichsten Netzwerke für Transaktionsabwicklung weltweit. Dieses Netzwerk ermöglicht die Abwicklung von 65.000 Transaktionen pro Sekunde und bietet Konsumenten Schutz vor Betrug und Händlern sichere Bezahlungsmöglichkeiten. Visa ist keine Bank und gibt selbst keine Karten aus, verlängert keine Kredite und legt nicht die Preise und Gebühren für Konsumenten fest. Die Innovationen von Visa ermöglichen es Finanzinstituten, ihren Kunden eine grössere Auswahl zu bieten: unabhängig davon, ob sie direkt mit Debitprodukten, im Voraus mit Prepaidprodukten oder im Nachhinein mit Kreditkartenprodukten bezahlen. Mehr Informationen finden Sie auf unserer Webseite ([www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com)), dem Visa Vision Blog ([www.vision.visaeurope.com](http://www.vision.visaeurope.com)) und [@VisaInEurope](https://www.instagram.com/VisaInEurope).

## **Medienkontakt**

Daniela Zdunek

PR Manager | Central Europe | Visa

[zdunekd@visa.com](mailto:zdunekd@visa.com)

Website: [www.visaeurope.ch](http://www.visaeurope.ch)