

# European Consumer Payment Report 2023

Schweiz

**intrum**

# Der Wirtschaftsabschwung fordert seinen Tribut bei den Haushaltsfinanzen

Im Zuge der wirtschaftlichen und politischen Turbulenzen ist die Schweiz mit einer Krise der Lebenshaltungskosten konfrontiert, die die Menschen in finanzielle Bedrängnis bringt und sie in Bezug auf ihre Zukunft verunsichert. Die hohe Inflation, die steigenden Zinsen und die Erhöhung der Krankenkassenprämien haben bei den Konsumentinnen und Konsumenten einen Sturm finanzieller Schwierigkeiten ausgelöst. Die Auswirkungen des wirtschaftlichen Drucks wirken sich auf den gesamten Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten aus, zwingen viele zu schwierigen Entscheidungen und werfen einen Schatten des Zweifels auf ihre finanziellen Aussichten. Dies hat zu einer deutlichen Veränderung des Zahlungsverhaltens der Konsumentinnen und Konsumenten geführt.

## Die Lebenshaltungskostenkrise lässt Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten so schlecht dastehen wie seit Jahren nicht mehr

Steigende Krankenversicherungsprämien, die hohe Inflation und die steigenden Zinsen machen einem grossen Teil der Konsumentinnen und Konsumenten das Leben schwer. 4 von 10 Befragten geben an, dass sie nach der Bezahlung lebenswichtiger Dinge und Rechnungen heute weniger Geld zum Ausgeben haben als noch vor einem Jahr. Da die Zinsen steigen, bedeutet dies für die Inhaber von Hypotheken mit variablen Zinssätzen oder von Verträgen mit festem Zinssatz, die sich dem Ende ihrer Laufzeit nähern, einen erheblichen Anstieg der monatlichen Rechnungen. Aber die steigenden Lebenshaltungskosten betreffen fast jeden.

Die Löhne der Arbeitnehmenden sind zwar deutlich höher als in den Jahren nach der weltweiten Finanzkrise, halten aber nicht mit der Inflation Schritt. Da die Realeinkommen der Konsumentinnen und Konsumenten stagnieren oder sogar sinken, muss ein Grossteil schwierige Entscheidungen treffen, wie sie die kommenden Monate überstehen wollen: 63 Prozent könnten ihre Ausgaben für Ferien reduzieren oder diese ganz streichen; und zwei Drittel geben an, dass sie zu Weihnachten weniger ausgeben werden.

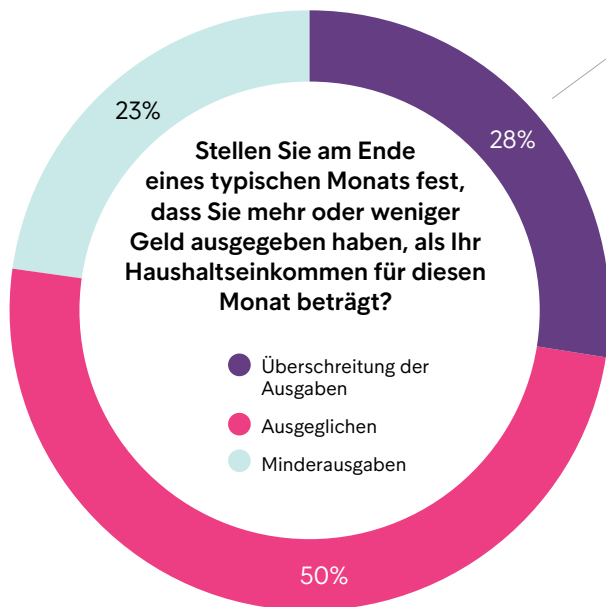
Für manche ist die Realität noch härter. Während 7 von 10 Personen (69%) versuchen, ihre täglichen Ausgaben zu reduzieren, und mehr als die Hälfte

(52%) plant, ihre Ersparnisse zu verwenden, um die täglichen Ausgaben und Rechnungen zu bezahlen, sind dies nur vorübergehende Lösungen. Irgendwann, wenn das Geld ausgeht, werden die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Rechnungen nicht mehr bezahlen können. Dieser Druck spiegelt sich in der deutlichen Zunahme des Zahlungsverzugs wider. Untersuchungen zeigen, dass mehr als die Hälfte der Konsumentinnen

# 69%

wollen ihre täglichen Ausgaben reduzieren und 33% planen, ihre Ersparnisse zur Begleichung ihrer täglichen Ausgaben und Rechnungen zu verwenden.





**Durchschnittliche Überschreitung des monatlichen Budgets**

**352<sub>CHF</sub>**

**Dies entspricht einer Ausgabenüberschreitung von mehr als 5% eines durchschnittlichen monatlichen Haushaltseinkommens in der Schweiz.**

und Konsumenten (53%) im vergangenen Jahr mindestens eine Rechnung nicht pünktlich bezahlt hat. Während viele Schwierigkeiten haben, ihre Ausgaben in den Griff zu bekommen, deuten Studien darauf hin, dass die Verschuldung weiter steigen wird: 44 Prozent gaben an, in den letzten sechs Monaten Geld geliehen zu haben, um Rechnungen zu bezahlen, und ebenfalls 44 Prozent nehmen möglicherweise zusätzliche Kredite auf, um die täglichen Kosten zu decken.

**Immer mehr Menschen leben von der Hand in den Mund**

Viele Menschen haben wenig oder gar kein «Polster», auf das sie zurückgreifen können, wenn im Laufe des Monats unerwartete Ausgaben anfallen. Ein Drittel (33%) der Befragten gibt an, dass sie nur über ein Monatseinkommen oder weniger verfügen, auf das sie kurzfristig zugreifen können, und 1 von 10 hat überhaupt kein Geld auf der Seite. Um z. B. Autoreparaturen oder Tierarztrechnungen zu bezahlen, müssten sie Schulden aufnehmen – wahrscheinlich zu einem hohen Zinssatz.

Viele sind frustriert und verbittert über ihre Situation. Auf europäischer Ebene geben 3 von 4 der Befragten an, dass sie in einem durchschnittlichen Monat entweder gerade die Kosten decken oder über ihre Verhältnisse leben. In der Schweiz sind es 78 Prozent. Von den 28 Prozent, die ihre Ausgaben überschreiten, um nur ihren wichtigsten Verpflichtungen nachzukommen, liegt der durchschnittliche Betrag, um den sie ihr Budget überschreiten, bei

CHF 352. Mit anderen Worten: bei einem durchschnittlichen Brutto-Monatseinkommen von CHF 6'665 (Quelle: Bundesamt für Statistik) entspricht dies Mehrausgaben von 5,3 Prozent.

**Die digitale Wirtschaft schafft zusätzliche Herausforderungen**

Eine Erklärung für die Schwierigkeiten der Konsumentinnen und Konsumenten, ihr Budget einzuhalten, ist die «Abonnementflut». Fast die Hälfte der Befragten (49%) gibt an, überrascht zu sein, wie viele Abonnements sich unbemerkt ansammeln können.

Die zunehmende Verbreitung von Buy-now Pay-later-Angeboten (BNPL), die es Konsumentinnen und Konsumenten ermöglichen, sich an der Verkaufsstelle zu verschulden, hat ebenfalls erhebliche Auswirkungen. 5 von 10 (49%) geben zu, dass sie Schwierigkeiten haben, den Überblick über BNPL-Käufe zu behalten, die sie im Laufe eines normalen Monats tätigen.

Wir stellen fest, dass sich vor allem jüngere Konsumentinnen und Konsumenten – die Generation Z und die Millennials – von ihren Verpflichtungen gegenüber Abonnementdiensten überrumpelt fühlen.

# Die Menschen spüren den wirtschaftlichen Druck

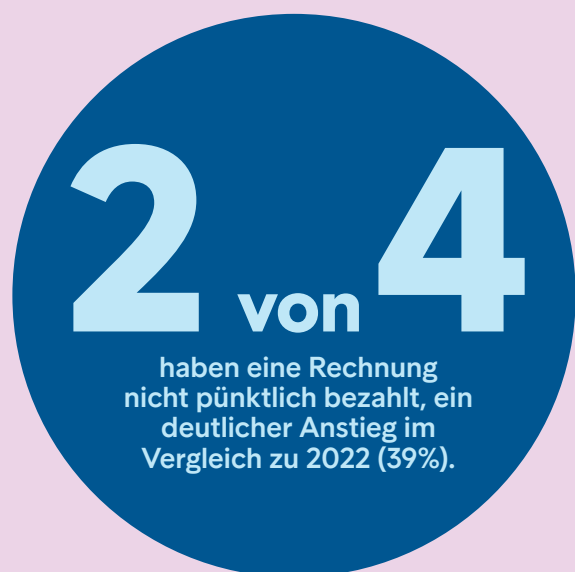
# 40%

haben jetzt weniger Geld zum Ausgeben als vor einem Jahr.



3 von 10 haben ein Monatskeinkommen oder weniger Puffer für unerwartete Ausgaben.

Dies spiegelt sich in erhöhtem Zahlungsverzugsrisiko wider.

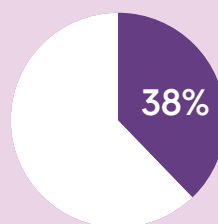
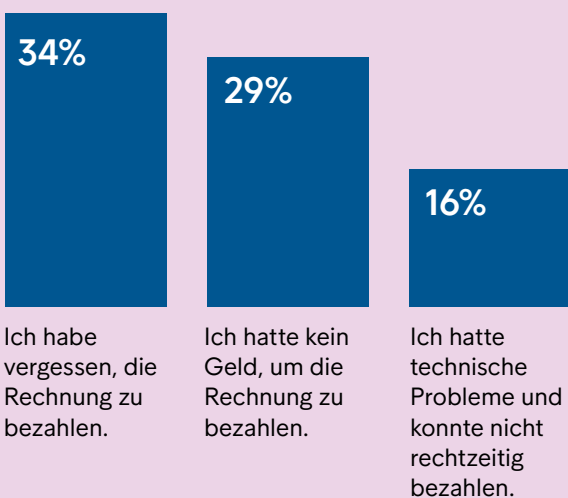


# 44%

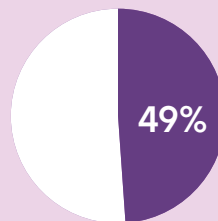
geben an, dass sie sich Geld geliehen oder ihr Kreditkartenlimit ausgereizt haben, um Rechnungen zu bezahlen.

## Herausforderungen der digitalen Entwicklung

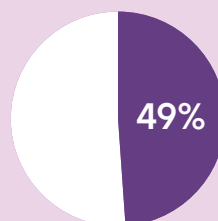
Die 3 Hauptgründe für nicht bezahlte Rechnungen



38% sagen, dass sie ihre kurzfristigen Kredite (z. B. Kreditkarten und Sofortkredite) weniger gut im Blick haben als vor 12 Monaten.



49% waren überrascht, wie hoch ihre monatlichen Abonnementkosten sein können, ohne dass sie es merken.



49% finden es schwierig, den Überblick über ihre «Buynow Pay-later»-Käufe zu behalten und darüber, wie viel sie im Laufe des Monats anhäufen können.

# Menschen in finanziellen Schwierigkeiten halten es zunehmend für akzeptabel, Rechnungen nicht zu bezahlen

Untersuchungen zeigen, dass die Zahl der Zahlungsausfälle unter den Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz zunimmt. Obwohl die Gründe für verspätete Zahlungen vielfältig sind und von Geldmangel bis zu schlichter Vergesslichkeit reichen, deuten die Daten auf einen Wandel der sozialen Normen hin: Es wird zunehmend akzeptiert, Rechnungen nicht zu bezahlen. Gleichzeitig geben die Menschen an, dass sie wachsam gegenüber Unternehmen sind, die versuchen, ihre Schwierigkeiten durch Taktiken wie «Gierflation» auszunutzen.

## «Gierflation»?

Der Begriff bezieht sich auf Preiserhöhungen, die von Unternehmen vorgenommen werden, um von der Inflation zu profitieren und ihre Gewinnmargen zu erhöhen, auch wenn dies nicht notwendig ist, oder um sie wieder zu senken, wenn ihre Kosten sinken.



## Folgen des wirtschaftlichen Drucks: Zahlungsausfälle nehmen zu

Das Nichtbezahlen von Rechnungen ist für einige europäische Haushalte eine neue Praxis. Mehr als die Hälfte der befragten Personen (53%) gibt an, in den letzten 12 Monaten mindestens eine Rechnung nicht rechtzeitig bezahlt zu haben – der höchste Anteil seit 2019. 3 von 10 Befragten geben an, dass dies regelmässig vorkommt.

In einigen Fällen spiegeln unbezahlte Rechnungen die Unfähigkeit wider, den Überblick über Geldeingänge und -ausgänge zu behalten, und jüngere Konsumentinnen und Konsumenten neigen eher dazu, das Bezahlen zu vergessen. Dies ist in der Schweiz auch der häufigste Grund für unbezahlte Rechnungen, während in unseren Nachbarstaaten Geldmangel der Hauptgrund ist.

## Verschiebung sozialer Normen

Angesichts der Tatsache, dass verspätete und ausbleibende Zahlungen an der Tagesordnung sind, scheint sich die Einstellung der Gesellschaft zu ändern. Die Umfrageergebnisse deuten darauf hin, dass die Konsumentinnen und Konsumenten überdenken, was sie als akzeptabel ansehen, wenn sie Rechnungen nicht bezahlen. Dieser Trend sollte Unternehmen beunruhigen. 4 von 10 Befragten geben an, dass sie sich heute weniger schuldig fühlen würden als zuvor, wenn sie eine Rechnung nicht bezahlen.

Für das kommende Jahr ist mit einem noch höheren Anteil an säumigen Konsumentinnen und Konsumenten zu rechnen. Das unmittelbare Problem besteht darin, dass kaum Aussicht besteht, dass sich das Schicksal dieser Menschen zum Besseren wendet. Fast die Hälfte (45%) befürchtet, dass sie in den nächsten 12 Monaten eine Rechnung mit geringer Priorität auslassen müssen, d. h. eine Zahlung, die nicht mit Wohn- oder Energiekosten zusammenhängt. Dies ist ein besorgniserregender Trend für Kreditgeber und Unternehmen.

## Unternehmen, die als unethisch angesehen werden, sind möglicherweise stärker von Zahlungsausfällen betroffen

Die Konsumentinnen und Konsumenten wissen, dass auch die Unternehmen, bei denen sie einkaufen, mit der aktuellen Wirtschaftslage zu kämpfen haben. Aber sie suchen nach Unternehmen, die versuchen, die Situation auszunutzen – und sie wollen diese bestrafen.

58 Prozent der Befragten geben an, dass sie kein Geld mehr bei einem Unternehmen ausgeben würden, das ihrer Meinung nach «Gierflation» betreibt: Es könnte die Preise stärker erhöhen, als es durch die Kosten gerechtfertigt ist, oder die Preise hoch halten, obwohl die Produktionskosten sinken. Dies könnte auch Finanzdienstleistungsunternehmen vorgeworfen werden, die hohe Kreditzinsen verlangen, aber nur geringe Renditen auf Sparkonten bieten.

Jemand, der nicht in der Lage ist, alle seine Rechnungen zu bezahlen, wird wahrscheinlich auch keine Zahlungen an Unternehmen leisten, die er aktiv ablehnt. Bei Konsumentinnen und Konsumenten, die sich weniger schuldig fühlen, wenn sie ihre Rechnungen nicht bezahlen, ist die Angst vor «Gierflation» noch ausgeprägter.

Unternehmen, die sich als Verbündete der Konsumentinnen und Konsumenten positionieren, dürften von dieser Einstellung profitieren. Die Hälfte der Befragten (49%) gibt an, dass sie lieber bei Unternehmen einkaufen, die flexible Zahlungsbedingungen anbieten, und 55 Prozent halten es für sozial verantwortlich, wenn Unternehmen in Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs Flexibilität bieten.



**Die Besorgnis über «Gierflation» ist bei denjenigen noch ausgeprägter, die weniger Schuldgefühle haben, wenn sie ihre eigenen Rechnungen nicht bezahlen.**

# Verschiebung sozialer Normen



4 von 10 Befragten (41%) geben an, dass sie sich heute weniger schuldig fühlen als zuvor, wenn sie eine Rechnung nicht bezahlen.

# 44%

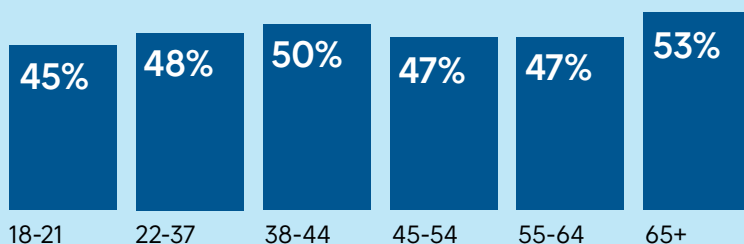
denken, dass die meisten Unternehmen nicht gegen jemanden vorgehen, der seine Rechnungen zu spät bezahlt.

## Flexible Zahlungsbedingungen erhöhen die Attraktivität

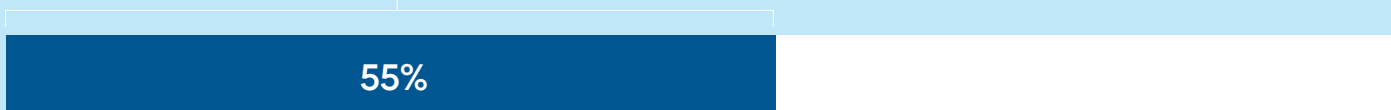
49% geben an, dass sie eher bereit sind, Geld bei Unternehmen auszugeben, die ihnen beim Kauf flexible Zahlungsbedingungen anbieten.



Nach Altersgruppen



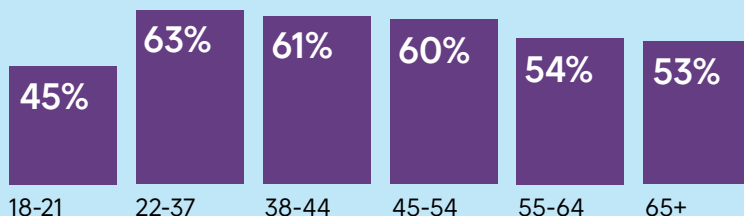
55% sind der Meinung, dass Unternehmen aus Gründen der sozialen Verantwortung den Konsumentinnen und Konsumenten in Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs flexible Zahlungsmöglichkeiten anbieten sollten.



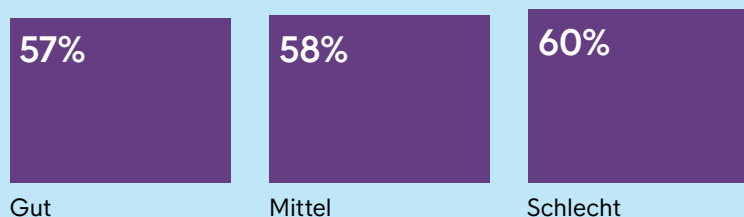
## «Gierflation» erregt die Aufmerksamkeit der Bevölkerung



Nach Altersgruppen



Nach Finanzkompetenz



# Finanzkompetente Konsumentinnen und Konsumenten sind im Vorteil

Konsumentinnen und Konsumenten die nicht über ausreichende finanzielle Mittel verfügen, könnten ihre Haushaltsfinanzen besser in den Griff bekommen, wenn sie ihre Finanzkompetenz verbessern würden. Menschen, die über ein solides Verständnis von Finanzkonzepten und einen umsichtigen Umgang mit Geld verfügen, sind besser in der Lage, die stürmische See wirtschaftlicher Unsicherheit zu meistern. Finanzielle Allgemeinbildung ist der Kompass, der den Einzelnen den Weg in eine sicherere und widerstandsfähigere finanzielle Zukunft weist. Gleichzeitig sehen wir in diesem Jahr einen deutlichen Unterschied bei der Begleichung von Rechnungen zwischen denjenigen, die gut und denjenigen, die schlecht im Umgang mit Finanzen sind.

## Viele fühlen sich verunsichert und haben düstere Zukunftsaussichten

Nur etwas mehr als die Hälfte der Konsumentinnen und Konsumenten (53%) glaubt, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten 12 Monaten verbessern wird, während 4 von 10 Befragten davon ausgehen, dass die Inflation möglicherweise noch Jahre anhalten könnte.

Dieser Pessimismus spiegelt sich auch in ihren Zukunftsaussichten wider. Jeder Zweite geht davon aus, dass es ihm schwer fallen wird, Wohlstand zu erlangen, egal wie hart er in seinem Job arbeitet oder für die Zukunft zu sparen versucht.

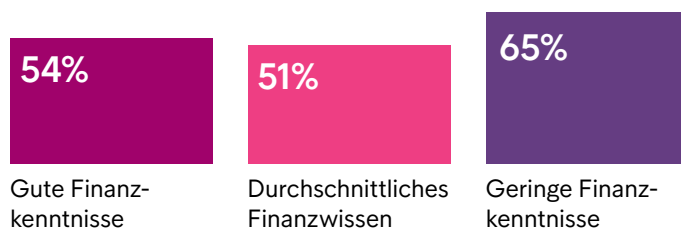
## Finanzkompetente Menschen sind finanziell besser gestellt

Von fundierten Anlageentscheidungen bis zum effizienten Umgang mit Schulden: Finanzielle Allgemeinbildung versetzt den Einzelnen in die Lage, wirtschaftlichen Herausforderungen selbstbewusst zu begegnen. Sie fördert das Gefühl der Kontrolle über die persönlichen Finanzen und ermöglicht es dem Menschen, sich anzupassen, zu planen und strategische Entscheidungen zu treffen, die sein finanzielles Wohlergehen sichern.

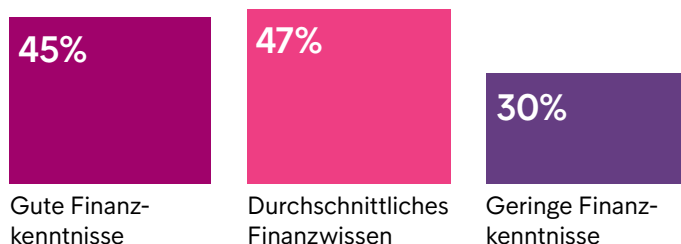
Wenn man die Konsumentinnen und Konsumenten bittet, sich selbst in Bezug auf eine Reihe

**Menschen mit geringerer Finanzkompetenz scheinen häufiger Rechnungen nicht pünktlich zu bezahlen als Menschen mit guten finanziellen Kenntnissen.**

### Rechnung nicht oder nicht pünktlich bezahlt



### Rechnung pünktlich bezahlt







verschiedener Aspekte der Verwaltung ihrer Haushaltsfinanzen zu bewerten, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich selbst als sehr gut im Verstehen von Finanzterminologie und -konzepten bezeichnen, deutlich geringer. Nur 42 Prozent sagen, dass sie gut sind, verglichen mit 46 Prozent, die glauben, dass sie sehr kompetent sind, wenn es darum geht, Ausgaben zu verfolgen und alle finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen.

So haben zum Beispiel zwei Drittel (65%) der Konsumentinnen und Konsumenten, die unseren Untersuchungen zufolge nicht über ausreichende Finanzkenntnisse verfügen, im vergangenen Jahr mindestens eine Rechnung nicht bezahlt. Bei den Konsumentinnen und Konsumenten mit guter Finanzkompetenz ist es nur rund die Hälfte (54%).

Dieser Trend gilt für alle wichtigen Formen des finanziellen Wohlstands, wobei Personen mit höherer Finanzkompetenz auch seltener Geld leihen, um Rechnungen zu bezahlen, seltener am Ende eines normalen Monats knapp bei Kasse sind und eher über einen Puffer für Notfälle verfügen.

Korrelation ist keine Garantie für Kausalität, und wir wollen nicht behaupten, dass Finanzkompetenz die einzige Erklärung für diese Unterschiede ist. Unsere Ergebnisse sind jedoch ein starkes Argument für die Bedeutung von Finanzwissen für das Finanzmanagement der Haushalte.

### **Zusammenhang zwischen finanzieller Allgemeinbildung, psychischem Wohlbefinden und Optimismus**

Wir sehen, wie sich die Kluft in der Finanzkompetenz auf den Zukunftsoptimismus der Konsumentinnen und Konsumenten für die Zukunft auswirkt. Personen mit geringer Finanzkompetenz glauben häufiger, dass sie in ihrem Leben nie wohlhabend werden, und weniger häufig, dass sich ihre finanzielle Situation im kommenden Jahr verbessern wird.

Finanzielles Selbstvertrauen führt zu einer besseren psychischen Verfassung und weniger Stress. Diese symbiotische Beziehung zwischen Finanzwissen und psychischem Wohlbefinden unterstreicht die Tatsache, dass Finanzwissen nicht nur eine Investition in die eigene finanzielle Gesundheit ist, sondern auch in die allgemeine Lebensqualität und den Optimismus für die Zukunft.

# Wie können Unternehmen reagieren?

Da die Zahlungsausfälle zunehmen, rechnen wir mit einer steigenden Zahl von Inkassofällen und notleidenden Krediten in der Schweiz. Grosse und kleine Unternehmen werden bis 2024 vermehrt mit Menschen konfrontiert sein, die ihren finanziellen Verpflichtungen nicht nachkommen können. Welche Überlegungen sollten Unternehmen anstellen, um das Risiko der Kundenabwanderung zu minimieren und gleichzeitig die Zahlungen aufrechtzuerhalten?



## Zeit für Empathie

Unternehmen sollten in diesen schwierigen Zeiten umsichtig vorgehen und sich der finanziellen Schwierigkeiten ihrer Kunden bewusst sein. Sie sollten einen sensiblen Umgang mit Zahlungsverzug und notleidenden Krediten pflegen und aggressive Massnahmen vermeiden, die sich gegen sie selbst richten könnten.



## Verhalten verstehen

Wenn Unternehmen sich die Zeit nehmen, die Gründe für verspätete Zahlungen zu verstehen, können sie ihr Verhalten an die Bedürfnisse ihrer Kunden anpassen und die Zahl der Zahlungsausfälle verringern. Die Studie zeigt, dass Konsumentinnen und Konsumenten von Unternehmen flexible Zahlungsmöglichkeiten erwarten. Anstatt mit harter Hand vorzugehen, sollten sich Unternehmen darauf konzentrieren zu verstehen, warum manche Menschen ihre Rechnungen nicht bezahlen können und wie sie ihnen helfen können.



## Falle der «Gierflation» vermeiden

Unternehmen sollten sich auch der negativen Auswirkungen einer «Gierflation» bewusst sein, bei der sie die Preise erhöhen, wenn die Kosten steigen, sie aber nicht senken, wenn die Kosten sinken. Solche Praktiken bergen die Gefahr, Kunden zu verprellen und ihr Vertrauen zu verlieren. Eine faire Preisgestaltung ist der Schlüssel zur Kundenbindung.



## Wahl des richtigen Partners

Die wichtigste Entscheidung für Unternehmen ist, wie sie in schwierigen Zeiten mit ihren Kundinnen und Kunden umgehen. Verfolgen sie eine harte Linie gegenüber Zahlungsausfällen und Forderungsausfällen, auch wenn eine harte Taktik wahrscheinlich nicht zum Erfolg führt? Oder handeln sie verständnisvoll und konzentrieren sich stattdessen auf den Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden, von der alle profitieren?

Intrum spielt hier eine Schlüsselrolle. Mit dem Fokus auf ethisches Inkasso automatisieren unsere Investitionen in modernste in hochmoderne und spezialisierte Technologien Routineaufgaben, so dass sich Unternehmen auf komplexe Fälle konzentrieren und ihren Kundinnen und Kunden einen besseren Service bieten können. Wir verstehen die Herausforderungen, vor denen sie stehen, und sind mehr denn je davon überzeugt, dass ein ethischer, lösungsorientierter Ansatz im Forderungsmanagement der einzige Weg in die Zukunft ist – für Konsumentinnen und Konsumenten ebenso wie für Unternehmen. Wir sind entschlossen, diesen Weg zu gehen – Leading the way.

# Über die Studie

Die Befragten füllten den Fragebogen auf ihrem Computer, Laptop, Tablet oder Smartphone aus. Pro Land nahmen mindestens n=1'000 Befragte teil, insgesamt n=20'000 für alle 20 Länder. Die Zielgruppe dieser Studie wurde wie folgt definiert: Personen (männlich und weiblich) ab 18 Jahren, die hauptsächlich oder teilweise für ihre persönlichen oder Haushaltsfinanzen verantwortlich sind. Die Feldarbeit für die Studie wurde zwischen dem 19. Juli und dem 1. September 2023 durchgeführt.

## Struktur der Stichprobe

### Altersgruppen:

18-21	6%
22-37	28%
38-44	13%
45-54	18%
55-64	16%
65 oder älter	20%

### Haussituation: ich lebe mit...

Alleine	17%
Lebens-, Ehepartner	70%
Kindern, für die ich sorgen muss	35%
Kindern, die finanziell nicht von mir abhängig sind	11%
Eltern	10%
Anderen Familienmitgliedern	4%
Freunden, Mitbewohnern	3%

### Haushaltseinkommen:

In unserem Haushalt erzielt niemand ein Einkommen in Vollzeit- oder Teilzeitbeschäftigung	6%
Ich bin Alleinverdiener in unserem Haushalt	29%
Ich bin eine von zwei oder mehr erwerbstätigen Personen im Haushalt	49%
Jemand anders erzielt ein Erwerbseinkommen	8%
Eine oder mehrere Personen erzielen ein Erwerbseinkommen, ich jedoch nicht	8%

### Beschäftigungsstatus:

Vollzeitbeschäftigt	55%
Teilzeitbeschäftigt	10%
Selbstständig	7%
Arbeitslos	1%
Im Ruhestand	16%
Studierend	4%
Hausfrau/Hausmann	2%
Sonstige	2%
Kurzzeit- oder Gelegenheitsarbeiten auf Abruf	3%

Intrum AG  
Eschenstrasse 12  
8603 Schwerzenbach

Intrum SA  
Route de Chavannes 37  
1007 Lausanne

info@intrum.ch  
intrum.ch

**Follow us**

 [linkedin.com/company/intrum/](https://www.linkedin.com/company/intrum/)

 [instagram.com/intrum\\_switzerland/](https://www.instagram.com/intrum_switzerland/)

# Leading the way.

**intrum**