

«Statistiken zeigen uns die Vergangenheit – Interviews blicken auch in die Zukunft»

Dr. Fritz Zurbrügg, Vizepräsident der Schweizerischen Nationalbank, über deren erste Zahlungsmittelumfrage, das Echo in der Fachwelt und die vermeintliche Verschwiegenheit der Schweizer Bevölkerung in Geldsachen.

Interview: Dr. Michael Buess*

Wieso hat sich die Schweizerische Nationalbank (SNB) entschieden, eine Zahlungsmittelumfrage durchzuführen?

Grundlage für den Entscheid war, dass die SNB unter anderem einen gesetzlichen Auftrag hat in den Bereichen Bargeld und bargeldloser Zahlungsverkehr. Die Analysen, die wir aus den Befragungsergebnissen vornehmen können, helfen uns, diesen Auftrag zu erfüllen.

An welchen Erkenntnissen sind Sie besonders interessiert?

Unser Hauptinteresse war, mit dieser Zahlungsmittelumfrage eine repräsentative Auskunft zu erhalten, wie sich private Haushalte bezüglich Bargeld und Zahlungen verhalten. Was uns besonders interessiert, sind qualitative Angaben, also zum Beispiel Motive, wie das eigene Zahlungsverhalten von der Bevölkerung begründet wird. Ein drittes Element war auch, Informationen zum zukünftigen Verhalten zu bekommen. Statistiken sind immer ein bisschen rückwärtsblickend, Interviews geben die Aktualität und zukünftige Entwicklungen wieder.

Welche Ergebnisse haben Sie persönlich überrascht?

Grosse Überraschungen gab es nicht und habe ich auch nicht erwartet, denn wir waren ja wie erwähnt schon zuvor gut informiert. Aber drei Ergebnisse finde ich besonders interessant. Erstens das Zahlungsverhalten in den verschiedenen Altersgruppen. Ich habe selber drei Söhne, die viel technikaffiner sind als die ältere Generation. Da hätte ich auch erwartet, dass die Bargeldverwendung bei Jüngeren viel stärker abweicht von derjenigen der Älteren. Zweitens hat es mich erstaunt, dass bei Online-Einkäufen fast 10 % der Befragten bar bezahlen.



Bild: iStockphoto, zVg

Bargeldbezug am Automaten ist in der Schweiz immer noch sehr populär

Und das dritte?

Ich dachte, dass das kontaktlose Zahlen mit Karten bequem sei. Aber ein grosser Anteil der privaten Haushalte, die kontaktlos mit der Karte zahlen könnten, tut dies bewusst nicht.

Welche Schlüsse ziehen Sie aus den Ergebnissen?

Die Zahlungsmittelumfrage hat bestätigt, dass die aktuelle Art und Weise, wie wir den Auftrag mit der Bargeldversorgung und mit der Sicherung des bargeldlosen Zahlungssystems erfüllen, bei der Bevölkerung sehr geschätzt wird. Die Zufriedenheit ist sehr gross. Das heisst: nicht nachlassen, sondern auf diesen zwei Schienen weiterfahren.

Auch die Wahlmöglichkeit zwischen diesen beiden «Schienen» wird von der Bevölkerung sehr geschätzt.

Ja, das wurde bestätigt. Das ist für uns wichtig, dass Sie als Individuum Ihren Entscheid selber fällen können, basierend auf Ihren Präferenzen und Ihren Einschätzungen von den Kosten und Nutzen eines Zahlungsmittels. Also: was wo und wann eingesetzt werden soll.

Wie sehen Sie die Ergebnisse der SNB im Vergleich mit denjenigen anderer europäischer Länder?

Wir gingen davon aus, dass die Verhaltensmuster ähnlich sind. Wenn man die Resultate anschaut, liegt die Schweiz tatsächlich sehr nahe beim Durchschnitt der Eurozone. Interessant ist aber: In der Eurozone gibt es sehr grosse Unterschiede. Die deutschsprachigen und südeuropäischen Länder haben wie die Schweiz eine höhere Bargeldaffinität als die französischsprachigen und die nördlichen Länder. Der Gebrauch von Bargeld ist also, wie man sieht, auch eine kulturelle Angelegenheit...

Die Studie löste ein erfreuliches Medienecho aus. Wie sind Sie mit der Berichterstattung zufrieden?

Wir sind sehr zufrieden mit dem Echo. Wir wussten nicht, ob dieses Thema überhaupt auf Interesse stösst. Und unsere Hauptbotschaften wurden transportiert.

Gab es auch Reaktionen aus der Schweizer Bankenwelt?

Die Studie wurde auch dort wohlwollend aufgenommen, weil es auch für Banken wichtig ist, dieses Know-how zu haben. Die Banken sind Teil des Systems, und eine repräsentative Umfrage ist auch für sie hilfreich, auch für ihre Einschätzungen von zukünftigen Entwicklungen.

Mit Finanzen vertraut

Der 58-jährige **Fritz Zurbrügg** studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Bern, schloss sein Studium 1985 als Lic. rer. pol. ab und promovierte 1989 zum Dr. rer. pol. Anschliessend trat er in die Eidgenössische Finanzverwaltung in Bern ein, wo er seither in verschiedenen Funktionen tätig war, unterbrochen durch einen Aufenthalt beim Internationalen Währungsfonds (IWF) in Washington von 1992 bis 1994 sowie als Senior Advisor und Exekutivdirektor von 1998 bis 2006. Dabei vertrat er die Interessen der Schweiz und ihrer Ländergruppe im Exekutivrat. Anfang August 2012 ernannte der Bundesrat Fritz Zurbrügg zum Mitglied des Direktoriums der Schweizerischen Nationalbank, und



Dr. Fritz Zurbrügg, Vizepräsident der Schweizerischen Nationalbank

per 1. Juli 2015 wählte ihn der Bundesrat zum Vizepräsidenten des Direktoriums, worauf er die Leitung des II. Departements (Finanzstabilität, Bargeld, Finanzen und Risiken) in Bern übernahm.

2000 persönliche Interviews

Im Rahmen der Zahlungsmittelumfrage gaben rund 2000 Personen mit Wohnsitz in der Schweiz in einem persönlichen Interview (CAPI: Computer Assisted Personal Interview) Auskunft zu ihrem Zahlungsverhalten im Allgemeinen und zur Bargeldnutzung im Besonderen. Anschliessend erfassten die Personen in einem Zahlungstagebuch die von ihnen an sieben aufeinanderfolgenden Tagen getätigten Zahlungen, wobei Betrag, Ort und Zahlungsmittel anzugeben waren. – Die Ergebnisse der Studie sind hier zu finden: demoscope.ch/zahlungsmittelumfrage

Und die anderen National- bzw. Zentralbanken, wie haben die reagiert?

Die Reaktionen waren sehr positiv. Sie haben jetzt eine repräsentative Umfrage mit guten Daten und wissen, was in der Nachbarschaft passiert. Es wurde besonders geschätzt, dass wir unsere Studie im konzeptuellen Bereich mit denjenigen anderer Länder koordiniert haben. Darum ist die Vergleichbarkeit jetzt auch sehr hoch. Und das macht es attraktiv.

«Wir haben die Zusammenarbeit als sehr effizient und vor allem sehr zielführend empfunden»

Die Schweizer sind ja dafür bekannt, ungern über Geld zu reden. Waren Sie überrascht, wie offen die Bevölkerung Auskunft über ihr Zahlungsverhalten gegeben hat?

Wir geniessen als Institution Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung. Das hat sicher eine Rolle gespielt. Und dann war mit ausschlaggebend, dass Ihre Befragterinnen und Befragter gut ausgebildet und instruiert waren und den Befragten gut vermitteln konnten, dass diese Studie etwas Spezielles ist.

Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit DemoSCOPE erlebt?

Die Erwartungen an DemoSCOPE waren hoch. Wir haben die Studie ausgeschrieben und bei Ausschreibungen legen wir grossen Wert auf Qualität und Erfahrung. Und es war für uns auch wichtig, dass DemoSCOPE eine hohe Reputation geniesst. Wir haben die Zusammenarbeit als sehr effizient und vor allem sehr zielführend empfunden. Wir haben unsere konzeptionellen Erfahrungen und Vorstellungen mitgebracht, und DemoSCOPE hat die Erfahrung in der Umsetzung respektive der Durchführung und der Auswertung dazugegeben. Das hat sich wirklich sehr effizient ergänzt. Die hohen Erwartungen an die Gewinner der Ausschreibung haben sich damit voll erfüllt. ■

*Der Fragesteller ist promovierter Politikwissenschaftler und leitete die hier erwähnte Studie bei DemoSCOPE.



Premieren

Erstmals hat die Schweizerische Nationalbank (SNB) eine Befragung zum Umgang mit Bargeld in Auftrag gegeben und wir von DemoSCOPE hatten die Ehre und grosse Freude, als durchführendes Institut mit dabei zu sein. Solche Premieren sind für alle Beteiligten immer besonders spannend, weil sie eine neue Herausforderung und Abwechslung bieten. Sie zeigen aber auch, dass die Markt- und Meinungsforschung entgegen vielen Unkenrufen noch lange nicht ausgedient hat. Immer wieder ergeben sich neue Bedürfnisse, wo sie gute Dienste leistet und nachhaltig Nutzen erbringt!

Natürlich freut es uns auch, wenn Kunden wiederholt mit uns zusammenarbeiten, um den Erfolg ihres Produkts über längere Zeit hinweg verfolgen zu können. So sind wir seit über 30 Jahren Partner der WEMF AG für Werbemedienforschung bei der Realisierung der MACH, der «Leitwährung» der Kommunikations- und Medienszene, und über 20 Jahre Partner des Bundesamts für Statistik (BFS).

Als grösstes von Schweizer Inhabern persönlich geführtes Markt- und Sozialforschung-KMU freut es uns ganz besonders, an mehreren Gross- und Mehrjahresaufträgen arbeiten zu dürfen. Der aktuell längste Vertrag endet 2027! Eine solche Treue zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind und unsere Arbeit geschätzt wird.

Damit wir für unsere Kunden und Mitarbeitenden auch in Zukunft attraktiv bleiben, haben wir unlängst in Fribourg unser neues Westschweizer Research Center eröffnet. Es ist unter anderem auch ein klares Bekenntnis zur Wichtigkeit telefonischer Interviews. Warum wir uns so entschieden haben, lesen Sie ebenfalls in dieser Ausgabe. Viel Vergnügen bei der Lektüre!

Roland Huber, geschäftsleitender Partner