

## Kontakt:

Melanie Günther  
Referentin Unternehmenskommunikation  
+49 (0) 221 943607-23

[m.guenther@ifhkoeln.de](mailto:m.guenther@ifhkoeln.de)  
[www.eckkoeln.de](http://www.eckkoeln.de)

## **Jeder zehnte Online-Shopper von Zahlungsdatenbetrug betroffen ECC-Payment-Studie zeigt zudem: Drei Prozent der Bestellungen in Online-Shops werden als Betrug klassifiziert**

**Köln, 03. Mai 2018** – Jeder zehnte Online-Shopper hat schon einmal erlebt, dass seine Zahlungsdaten für betrügerische Zwecke genutzt wurden. Das zeigt die ECC-Payment-Studie Vol. 22, mit der das ECC Köln und Prof. Dr. Malte Krüger den Payment-Markt aus Sicht von Online-Shoppern und Shop-Betreibern unter die Lupe nehmen. Die Kreditkartenzahlung bietet aus Konsumentensicht das größte Risiko: Rund 35 Prozent der von Betrug betroffenen Online-Shopper machten diese Erfahrung, als sie mit Kreditkarte zahlten. Aber auch wenn PayPal (24 %) oder Vorkasse (19 %) genutzt werden, kommt es zu Missbrauch der Zahlungsdaten.

*„Dass die Zahlung sicher abläuft und die eigenen Daten vor Missbrauch geschützt sind, ist für Konsumenten das wichtigste Kriterium bei der Wahl eines Zahlungsverfahrens. Wie zufrieden Shopper mit der Bestellung insgesamt sind, wird zudem direkt von der Zahlungssicherheit beeinflusst. Diese müssen Payment-Anbieter und Onlinehändler also in jedem Fall gewährleisten“, so Mailin Schmelter, Teamleiterin am ECC Köln.*

Eine Maßnahme, um die Sicherheit beim Online-Payment zu erhöhen, ist die EU-Richtlinie zur doppelten Authentifizierung bei Kartenzahlungen, die seit Januar 2018 gilt. Tatsächlich kennt aber nur jeder achte Konsument die neuen Bestimmungen. Insgesamt fühlen sich Konsumenten beim Bezahlen im Internet heute dennoch deutlich sicherer als noch vor einigen Jahren: Sicherheitsbedenken haben aktuell etwa 22 Prozent der Online-Shopper (2013: 37 %).

### **Händler kämpfen besonders mit falschen Identitäten und Adressen**

Auf Onlinehändlerseite werden im Schnitt drei Prozent der Bestellungen als Betrug eingestuft – besonders oft, weil Kunden Fake-Identitäten oder falsche Adressen angeben. Diese beiden Betrugsarten zählen für nahezu jeden zweiten befragten Händler zu jenen, die am häufigsten vorkommen. Auch Bonitäts- und Kreditkartenbetrug registrieren Online-Shop-Betreiber oft.

*„Betrug vorzubeugen ist nicht nur aus Konsumenten- sondern auch aus Händlersicht wichtig. Für neun von zehn Online-Shop-Betreibern ist die Prävention eine relevante Herausforderung. Dabei wird die im Dezember 2018 in Kraft tretende Geo-Blocking-Regulierung der EU das Risiko-Management für den Handel noch erheblich erschweren“, so Prof. Dr. Malte Krüger.*

Eine Maßnahme, um Betrug vorzubeugen: Knapp 38 Prozent der befragten Händler bieten nicht immer dieselben Zahlungsverfahren an. Stattdessen passen sie den Payment-Mix an Merkmale wie die Bestell- und Bezahlhistorie des jeweiligen Kunden an. Beispielsweise steht der Rechnungskauf bei jedem vierten befragten Händler nur bestimmten Kunden zur Verfügung.

Wörter der Meldung: 371

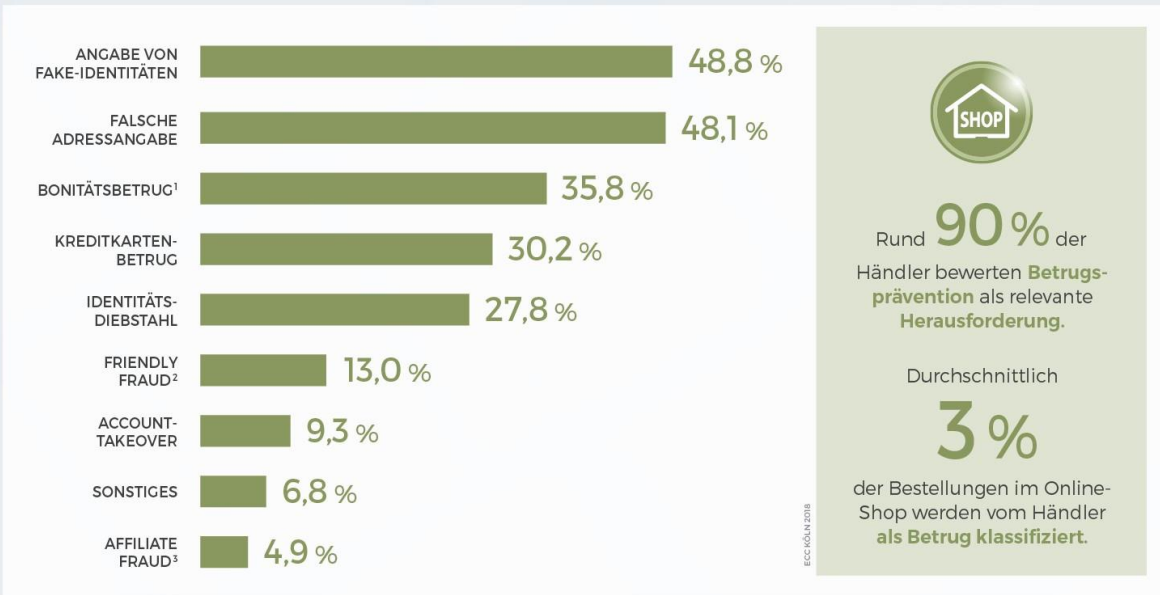
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.778

## DIE HÄUFIGSTEN BETRUGSARTEN AUF HÄNDLERSEITE



Fast die Hälfte der Händler ist schon einmal der Angabe von Fake-Identitäten oder falschen Adressangaben zum Opfer gefallen.

**FRAGE** „Bitte geben Sie an, welche drei Betrugsarten in Ihrem Online-Shop am häufigsten vorkommen. Wie relevant sind die folgenden Herausforderungen aus Sicht Ihres Unternehmens im Zahlungsprozess? Was schätzen Sie, wie viel Prozent der Bestellungen in Ihrem Online-Shop können als Betrug klassifiziert werden?“



n = 162 ≤ n ≤ 187; Mehrfachnennung möglich

<sup>1</sup> z. B. bei Rechnungskauf, <sup>2</sup> Anfechtung der Kreditkartenzahlung nach Zustellung, <sup>3</sup> Erschleichen von Provisionen im Affiliate Marketing

### Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 10,4 Prozent der befragten Konsumenten wurden schon mal Opfer von Betrug durch Missbrauch ihrer Zahlungsdaten; 35,1 Prozent der betroffenen Konsumenten nutzten dabei die Kreditkarte.
- 77,7 Prozent der befragten Konsumenten fühlen sich generell sicher, wenn sie im Internet bezahlen.
- Durchschnittlich drei Prozent der Bestellungen im Online-Shop werden von den befragten Händlern als Betrug klassifiziert.
- Für 48,8 Prozent der befragten Händler zählt die Angabe von Fake-Identitäten zu den drei Betrugsarten, die im eigenen Online-Shop am häufigsten vorkommen.
- 37,5 Prozent der befragten Händler bieten unterschiedlichen Kunden verschiedene Zahlungsverfahren an.

### Über die Studie

Für die „ECC-Payment-Studie Vol. 22 – Der Payment-Markt aus Sicht der Händler und Konsumenten“ hat das ECC Köln in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger im Oktober 2017 2.018 Konsumenten befragt, davon 1.011 aus Deutschland, 502 aus Österreich und 505 aus der Schweiz. Darüber hinaus wurde im Oktober und November 2017 eine Umfrage unter 247 deutschen Onlinehändlern durchgeführt. Experteninterviews ergänzen die Befragung. Die ECC-Payment-Studie nimmt bereits zum 22. Mal die Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von Zahlungsverfahren sowie Trendthemen im Payment-Markt aus Sicht von Online-Shoppern und Shop-Betreibern unter die Lupe.

Die ECC-Payment-Studie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: PayPal Deutschland GmbH, Computop GmbH, SCHUFA Holding AG, Klarna GmbH, UNIVERSUM Group, Arvato Financial Solutions.

Die Studie kann online bestellt werden: [www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie](http://www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie)

### **ECC Köln – Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln, wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

[www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)