

PRESSEMITTEILUNG

BETRUGSVERSUCHE IM E-COMMERCE NEHMEN ZU UND VERÄNDERN SICH STETIG: STUDIE ZU PRÄVENTIONSSTRATEGIEN VERÖFFENTLICHT

Aktuelle Studie des IFH KÖLN im Auftrag der SCHUFA widmet sich dem Thema Betrugsprävention und zeigt: Branchenübergreifende Kooperation und der Einsatz moderner Technologien sind effektive Präventionsstrategien, um auch in Zukunft gegen immer neue Betrugsmuster optimal gewappnet zu sein. Gleichzeitig muss die Convenience für Kundinnen und Kunden sichergestellt sein.

Köln/Wiesbaden, 25. November 2020 — 90 Prozent der Händler im deutschen E-Commerce sind in der Vergangenheit bereits mit Betrug in Berührung gekommen.¹ Durchschnittlich drei Prozent der Bestellungen werden heute von Händlern als Betrug klassifiziert.² Dabei beträgt der Umsatzverlust durch Betrug Expertenschätzungen zufolge durchschnittlich zwei Prozent, was einem Volumen von rund 1,4 Milliarden Euro entspricht. Die Maßnahmen, die Unternehmen im Zuge ihrer Betrugsprävention ergreifen, sind zwar bereits heute erfolgreich, dennoch sind sich Expertinnen und Experten einig: Um auch in Zukunft zielführend gegen Onlinebetrug vorzugehen, müssen Unternehmen, Dienstleister und Politik zusammenarbeiten – zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Fraud Prevention im E-Commerce“ des IFH KÖLN und der SCHUFA Holding AG.

„Gerade für den zumeist recht margenschwachen Onlinehandel spielt Betrugsprävention eine wichtige Rolle. Betrugsumfang und Betrugsmuster sind kategoriebezogen zwar sehr unterschiedlich, aber Kooperationen zu dieser Thematik sind auch zwischen Händlern sehr sinnvoll. Nur auf einer fundierten Datenbasis können Betrugsrisiken minimiert werden ohne die Bequemlichkeit des Kaufvorgangs grundsätzlich zu beeinträchtigen.“ so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN, zu den Ergebnissen der Studie.

Tanja Birkholz, Vorstandsvorsitzende der SCHUFA Holding AG, sieht durch die Studie wesentliche Strategien einer erfolgreichen Betrugsprävention bestätigt, auf die ihr Unternehmen bereits heute gemeinsam mit Unternehmenskunden und Partnern in diesem immer wichtigeren Feld um Identitätsschutz, Betrugsprävention & Compliance setzt:

„Betrüger entwickeln ihre Methoden konsequent weiter, wir müssen ihnen voraus sein: Durch die Integration modernster Lösungen und den Einsatz von Künstlicher Intelligenz, aber auch durch effektive Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden. Immer mit dem Ziel: größtmögliche Sicherheit für E-Commerce-Anbieter bei maximaler Convenience für ihre Kunden. Um auch in

¹ ECC KÖLN (2018): ECC-Payment-Studie Vol. 22.

² ECC KÖLN (2018): ECC-Payment-Studie Vol. 22.

Zukunft gegen Onlinebetrug optimal gewappnet zu sein, müssen Unternehmen, Dienstleister und Politik übergreifend zusammenarbeiten – es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe.“

Erfolgreicher Kampf gegen Betrug – Kooperation essenziell für die Zukunft

In Folge mittlerweile ausgefeilter Präventionsmaßnahmen schätzen Expertinnen und Experten den Anteil am Umsatz innerhalb der TOP 100 E-Commerce Unternehmen in Deutschland, der durch Betrug verloren geht, auf durchschnittlich 2 Prozent ein, was einem Volumen von rund 1,4 Milliarden Euro entspricht. Aus den geführten Expertengesprächen geht hervor, dass sich Betrug im E-Commerce insbesondere auf Identitätsnutzung konzentriert. Auch Konsument*innen geben an, vor allem Erfahrung mit Missbrauch von Konto- und/oder Kreditkarten (20 %) oder Log-In-Daten (17 %) gemacht zu haben.

Um sowohl Unternehmen als auch Konsument*innen bei sich stetig ändernden Betrugsmustern in Zukunft zu schützen, ist eine enge Kooperation aller Beteiligten nötig. Die transparente Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern ist dabei ebenso wichtig wie der Austausch zwischen Unternehmen, um von gegenseitigen Erfahrungen zu lernen.

Effektive Betrugsprävention im E-Commerce setzt auf Künstliche Intelligenz

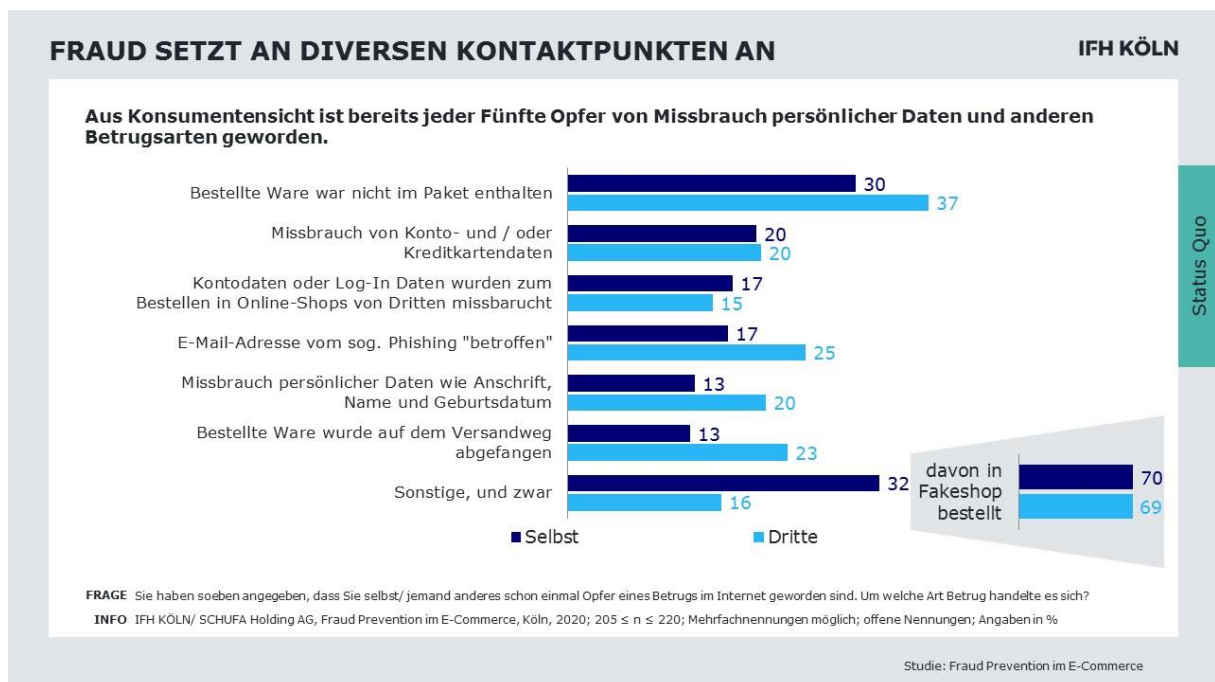
Der Anspruch aller Händler ist es, Betrugsversuche frühestmöglich aufzudecken und neue Betrugsmuster zu entlarven. Hierzu werden immer häufiger technologiebasierte Ansätze, wie beispielsweise KI-Lösungen, gewählt. Nichtsdestotrotz bleibt auch der Mensch eine wichtige Kontrollinstanz im Rahmen des Prüfprozesses, der ausgewählte Fälle manuell übernimmt und entsprechende Learnings auf die automatisierte Prüfung überträgt.

Bequemes Shopperlebnis für Kund*innen bei hoher Sicherheit für Händler

Der Wunsch der Konsument*innen nach Convenience beim Onlineshopping bei gleichzeitig höchstmöglicher Sicherheit – sowohl für das Unternehmen als auch für die Kundschaft selbst – stellt Händler häufig vor eine Herausforderung. Insbesondere in puncto Zahlungsverfahren gilt es zu erkennen, inwieweit eine Einschränkung des Angebots zugunsten der Betrugsprävention einen Einfluss auf die Kaufabschlüsse hat. Immerhin nutzen 48 Prozent der Befragten regelmäßig den Kauf auf Rechnung bei Onlinebestellungen, der aus Händlersicht teilweise risikobehaftet ist und deshalb häufig nur spezifischen Kunden(gruppen) angeboten wird.

Wörter der Meldung: 618

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.920



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Die Studie „Fraud Prevention im E-Commerce“ des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit der SCHUFA Holding AG basiert auf 25 Interviews mit Expertinnen und Experten aus den TOP 100 Unternehmen im E-Commerce sowie einem zusätzlichen digitalen Roundtable, der am 29.10.2020 durchgeführt wurde. Weiter wurde eine internetrepräsentative Befragung von 1.000 Konsumentinnen und Konsumenten hinsichtlich ihrer Betrugserfahrungen durchgeführt. Die ECC-Payment-Studien Vol. 22-24 der IFH-Tochtermarke ECC KÖLN wurden ebenfalls herangezogen.

Die komplette Studie kann [hier](#) bezogen werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die SCHUFA Holding AG

Die SCHUFA ist Deutschlands führender Lösungsanbieter von Auskunft- und Informationsdienstleistungen für Unternehmen und Verbraucher. Insgesamt sind rund 10.000 Firmenkunden als Vertragspartner an unsere Dienstleistungen angeschlossen. Zudem nutzen rund 2,2 Millionen Privatkunden die SCHUFA-Angebote. Privat- und Geschäftskunden wie Banken, Sparkassen und Händlern bietet das Unternehmen kreditrelevante Informationen rund um Bonität, Identität und Betrugsprävention. Auf Grundlage unserer Entscheidungshilfen werden für Privat- und Geschäftskunden schnelle, kostengünstige und unbürokratische Vertragsabschlüsse möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Privatkunden sowie eine Online-Einsicht in die eigenen, bei der SCHUFA gespeicherten Daten sind auf dem Internetportal www.meineSCHUFA.de erhältlich. Der Datenbestand der SCHUFA umfasst 1,002 Milliarden Informationen zu 67,9 Millionen Privatpersonen und 6,0 Millionen Unternehmen.

Mehr unter: www.schufa.de