

PRESSEMITTEILUNG

BETRUG BEI ONLINEKÄUFEN: WIE WIRD DIE ZAHLUNG SICHERER?

ECC KÖLN und SurePay zeigen: 38 Prozent der Konsument:innen sind schon einmal Opfer von Betrugsmaschinen bei Onlinekäufen geworden. Sicherheit und Convenience werden immer relevanter. Über unterstützende Prüfprozesse in ihrem Onlineshop können Händler punkten. Negative Erfahrungen beim Online-Zahlprozess haben auch Auswirkungen auf die Nutzung von Onlinebanking.

Köln, 01. September 2022 — Durch die Coronakrise befeuert, kaufen immer mehr Menschen online ein: Das zweite Jahr in Folge ist 2021 mit einem Onlinewachstum von mehr als 20 Prozent zu rechnen. Dabei läuft das Shopperlebnis online nicht immer zufriedenstellend ab. Am wichtigsten ist Kund:innen ein sicherer Bezahlvorgang. Schließlich sind 38 Prozent bereits Opfer von Betrugsmaschinen im Netz geworden. Zu diesem Ergebnis kommen Daten des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit SurePay mit der Handlungsempfehlung: Für Händler gilt es durch Prüfprozesse das Vertrauen der Kund:innen zu sichern und sich gleichzeitig durch intuitive Bestellvorgänge von der Konkurrenz abzuheben.

Schlechte Erfahrungen beim Onlineshopping – keine Seltenheit

Mit der Zunahme von Onlinekäufen steigt auch das Risiko Opfer von Betrug im Netz zu werden. Bei den erlebten Betrugsmaschinen ist die verbreitetste das sogenannte Phishing (45 %), der Versand von gefälschten Mails, aber auch Missbrauch von Konto- und/oder Kreditkartendaten sowie persönlichen Daten haben 26 Prozent der befragten Betrugsoffer bereits erlebt. Auch in der nicht-digitalen Welt kommen Betrugsmaschinen nach einem Onlinekauf vor, zum Beispiel über im Paket fehlende Ware (20 % der Betrugsfälle) oder abgefangene Ware auf dem Versandweg (17 %).

„Ein einfacher, schneller und vor allem sicherer und vertrauenswürdiger Check-out-Prozess beim Onlineshopping ist das A und O. Das kennen wir alle aus eigener Erfahrung: Läuft an der digitalen Kasse etwas schief oder zu kompliziert, springt man ab. Händler sollten die Relevanz dieses letzten Schrittes der Customer Journey besser über- als unterschätzen“, so Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleitung am ECC KÖLN.

Diese negativen Erfahrungen können weitreichende Folgen haben: So geben 64 Prozent der Betrugsoffer an, durch schlechte Erfahrungen beim Onlineshopping auch beim Onlinebanking vorsichtiger zu werden und sich bei Überweisungen und Co. im Netz nicht nur unsicherer zu fühlen (20 %), sondern auch seltener Onlinebankingservices zu nutzen (13 %).

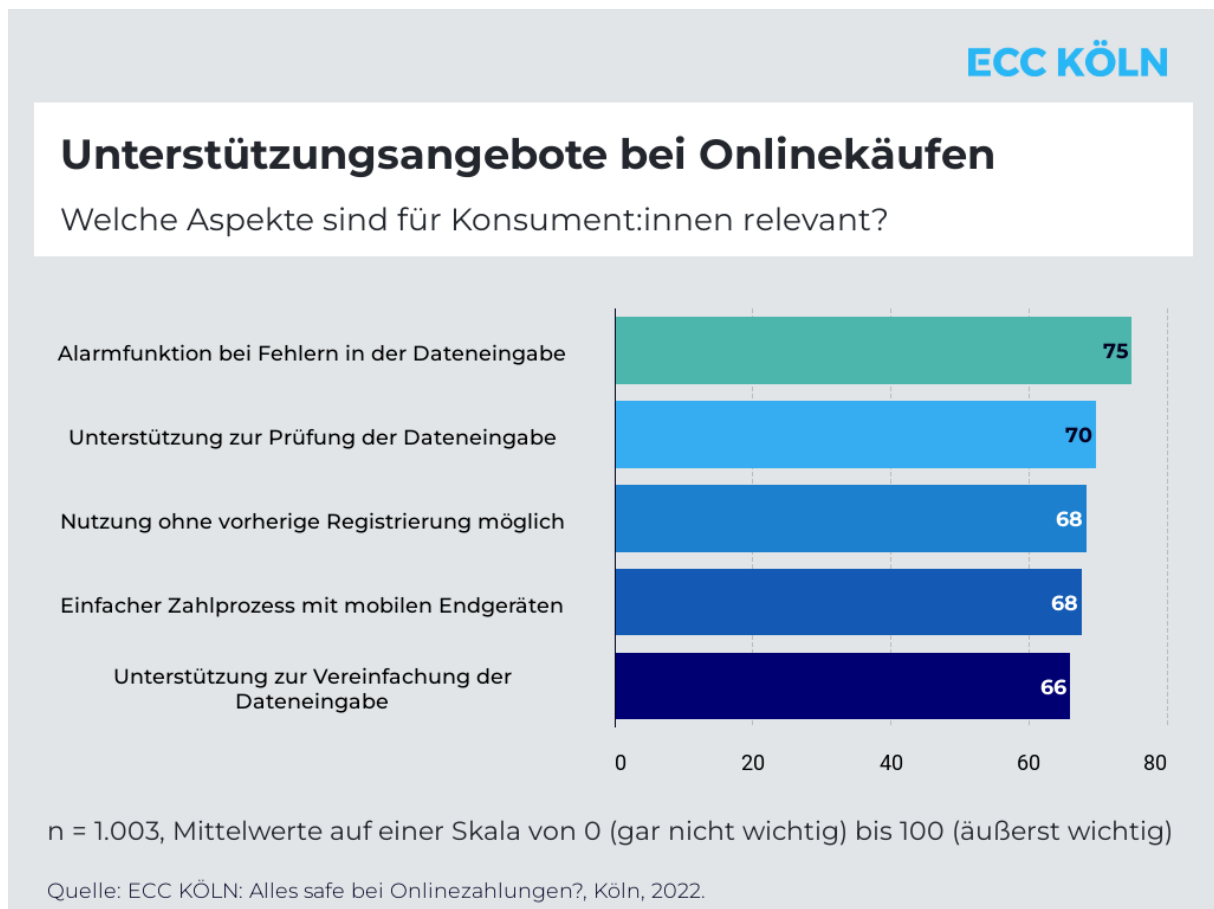
Kund:innen erwarten Unterstützung und Prüfung

Services, die nicht nur den Checkout-Prozess einfach und bequem gestalten, sondern auch die Eingaben prüfen und so vor Fehlern schützen, kommen bei den Konsument:innen sehr gut an. So wird vor allem eine Alarmfunktion, die vor fehlerhaften Eingaben schützt, als besonders wichtig bewertet. Aber auch eine Unterstützung bei der Dateneingabe – zum Beispiel durch Hinweise auf fehlende Daten – und eine Prüfung der Daten ist aus Konsumentenperspektive wichtig und sollte angeboten werden. Hier können sich Händler von der Konkurrenz abheben und sich durch Services rund um Sicherheit und Convenience Vertrauen bei den Kundinnen und Kunden sichern.

„Die Ergebnisse unserer Studie sollten von Banken und Online-Händlern als ein Warnsignal und eine Handlungsaufforderung aufgefasst werden. Die Menschen in Deutschland sehen sie in der Pflicht, alles zu tun, um den digitalen Zahlungsverkehr so sicher wie möglich zu gestalten. Der Check-out beim Online-Shopping kann noch so bequem sein. Wenn er nicht absolut sicher ist, ist alles andere wenig wert. Gleiches gilt für das Online-Banking: Safety first. Convenience ist erst der nächste essenzielle Erfolgsfaktor, nachdem dank proaktiver Mechanismen zur Vermeidung von Betrug und Fehlern höchste Sicherheit gewährleistet ist. Denn negative Erfahrungen stellen, wenn es um Geld geht, alles andere in den Hintergrund“, fasst Michael Hülsiggensen, Business Development Manager Germany bei SurePay, die Ergebnisse zusammen.

Wörter der Meldung: 553

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.974



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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 sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die Studie „Alles safe beim Onlinebanking? DAS fordern Kund:innen von Banken“ hat das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Surepay eine Onlinebefragung unter 1.003 deutschen Konsument:innen (internetrepräsentativ nach Alter und Geschlecht) zwischen 23. Februar und 2. März 2022 durchgeführt. Die Daten wurden im September 2022 mit einem Deep Dive rund um Sicherheit im Zahlungsverkehr beim Onlineshopping ergänzt. Im Fokus der Befragung standen die Anforderungen und Erwartungen von Bankkund:innen beim Onlinebanking in Bezug auf Sicherheit und Convenience sowie Erfahrungen mit Problemen bei Onlineüberweisungen.

Die Studie steht [hier](#) zum kostenfreien Download zur Verfügung.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (<http://www.ecc-club.de>) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider:innen im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über SurePay

SurePay ist Initiator und führender Anbieter des IBAN-Name Checks. Das 2016 gegründete niederländische Fintech-Unternehmen bietet Finanzinstituten, Organisationen und Unternehmen in ganz Europa auf Grundlage seiner einzigartigen Technologie verschiedene Lösungen, um Betrug und Fehler bei Online-Überweisungen zu verhindern. Dafür kombiniert der proprietäre Algorithmus von SurePay modernste Data-Science-Techniken mit fundiertem Wissen über den Zahlungsverkehr. SurePay entwickelt seine innovativen Payment-Lösungen kontinuierlich weiter und ist auf dem besten Weg, der führende europäische Dienst für Kontoverifikationen im Online-Banking sowie für digitale Geschäftsprozesse zu werden. Zu den Kunden und Partnern von SurePay gehören BNP Paribas, ING, ABN AMRO, Rabobank, NatWest Group, Atom Bank und STRATO.

SurePay – Sicher sein, an wen man bezahlt!