

## PRESSEMITTEILUNG

### **B2BEST BAROMETER: IDENTITÄTSPRÜFUNG ESSENZIELL FÜR B2B-ONLINEHANDEL**

*Mit wachsendem Onlinehandel steigen Betrugsversuche auch im B2B-Bereich. Identitätsprüfung noch verbesserungsbedürftig. Checkout-Prozesse sollten trotz Fokus auf Sicherheit kundenfreundlich und einfach gestaltet sein.*

**Köln, 16. August 2023** — Der Onlinehandel stellt nicht nur für den B2C-Handel einen wichtigen Vertriebskanal dar; auch für B2B-Händler steigt seine Relevanz stetig. Während E-Commerce viele Vorteile für Händler wie auch Konsument:innen hat, birgt der Onlineverkauf auch Betrugsrisiken, besonders in Bezug auf Identität und Zahlung. Das neue B2BEST Barometer des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Creditreform widmet sich daher in seiner elften Ausgabe dem Thema „Digital Identity und Checkout-Prozesse im B2B“ und zeigt: Rund 80 Prozent (78 %) der befragten Großhändler und Hersteller beobachten durch den starken Anstieg des Onlinegeschäfts einen Anstieg von Betrugsversuchen, zum Beispiel durch falsche Angaben zur Identität – sechs Prozent mehr als noch vor zwei Jahren (72 %, 09/2021).

*„Im B2B-Handel werden große Summen bewegt, weshalb die Betrugsprävention ein wichtiger Faktor im Verkaufsprozess der Unternehmen sein sollte. Eine lückenlose Identitätsprüfung kann hier weiterhelfen“, so Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform.*

#### **Vielfältige Methoden der Identitätsprüfung**

Die Mehrheit der Befragten ist sich einig: Die gezielte Identitätsprüfung ist notwendig, um Betrug vorzubeugen (81 %). Um diese Prüfung vorzunehmen, setzen 40 Prozent der Befragten derzeit auf die manuelle Prüfung von (Neu)Kundendaten im Rahmen der Kaufabwicklung, 35 Prozent gehen in den persönlichen Kontakt und 32 Prozent nutzen Informationen von Auskunftsteilen. Trotzdem sind sich die befragten B2B-Händler:innen einig: Das Thema sollte mehr in den Fokus der Unternehmen rücken (79 %), denn es sei bisher keine nachhaltige Lösung für die sichere Prüfung der digitalen Identität im B2B-Handel vorhanden (71 %). Die Mehrheit sieht relevantes Potenzial in den Programmen von Drittanbietern (80 %).

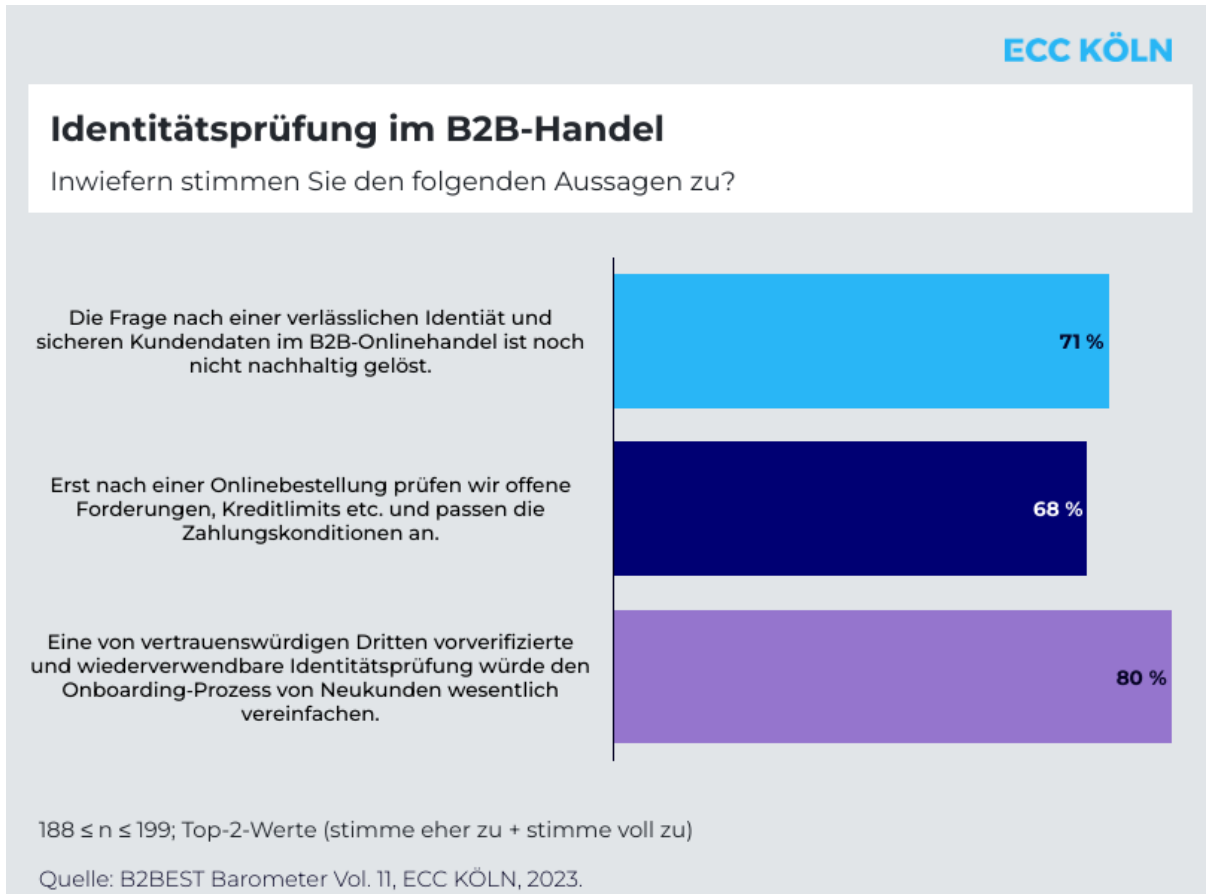
#### **Identitätsprüfung im Checkout-Prozess**

Auf den Checkout-Prozess sollte bei der Betrugsprävention besonders geachtet werden. Auch hier gibt es noch Luft nach oben. Zwar führt kaum ein Unternehmen keine Risikoüberprüfung vor Bestellungen durch, jedoch prüft ein Drittel nur selektiv, ob die angegebene Identität korrekt ist. Die Hälfte der Befragten setzt auf externe Prüfungen, wie Bonitätsprüfungen (47 %). Dass der Checkout-Prozess trotz notwendiger Identitätsprüfung so einfach wie möglich gestaltet werden sollte, bestätigen die Gründe für Kaufabbrüche: An zweiter Stelle, nach zu langen Lieferzeiten (36 %), stören sich B2B-Kund:innen an der Notwendigkeit eines Kundenkontos (30 %). Auch ein zu langer Checkout-Prozess kann laut 23 Prozent der Befragten zu einem Kaufabbruch führen.

„B2B-Unternehmen benötigen eine klare Strategie im Hinblick auf die Erfassung der Digital Identity ihrer Kund:innen. Durch die Sicherheit der Identität können sie ihren Kund:innen weitere Zahlungsmöglichkeiten anbieten, den Checkout-Prozess vereinfachen und so Betrugsversuchen wie auch Kaufabbrüchen gleichermaßen vorbeugen“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Wörter der Meldung: 437

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.275



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 das B2BEST Barometer

Im Rahmen des „B2BEST Barometers“ beleuchten das ECC KÖLN und Creditreform quartalsweise die Stimmung im Großhandel und B2B-Vertrieb sowie Trendthemen der Branche. Hierfür wurden im dritten Quartal 2023 vom 17. bis 31. Juli insgesamt 205 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage, Einstellung sowie zu Umsetzung von digitaler Transformation online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „Digital Identity und Checkout-Prozesse im B2B“ fokussiert.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Die nächste [B2BEST DIGITAL 2023](#) zu dem Thema „The Power of Experience: Das Potenzial von CX und UX im B2B-Handel freisetzen“, sowie die Vorstellung des B2BEST Barometers Vol. 12, findet am 26. Oktober 2023 statt. Mehr Informationen und die Möglichkeit zur kostenlosen Anmeldung zur Veranstaltung finden Sie [hier](#).

## **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 ([www.ecc-club.de](http://www.ecc-club.de)) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

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

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

## **Über Creditreform**

Creditreform ist Deutschlands führender Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement. Seit 1879 schützen wir Unternehmen vor Zahlungsausfällen, schaffen Transparenz und Sicherheit. Mit bundesweit 128 selbstständigen Geschäftsstellen und über 4.100 Mitarbeitern betreuen wir rund 130.000 Mitgliedsunternehmen. Unterstützt werden wir von unseren spezialisierten Tochterunternehmen der Gruppe Creditreform, Creditreform AG und Creditreform International.