

# Pressemitteilung der SCHUFA Holding AG

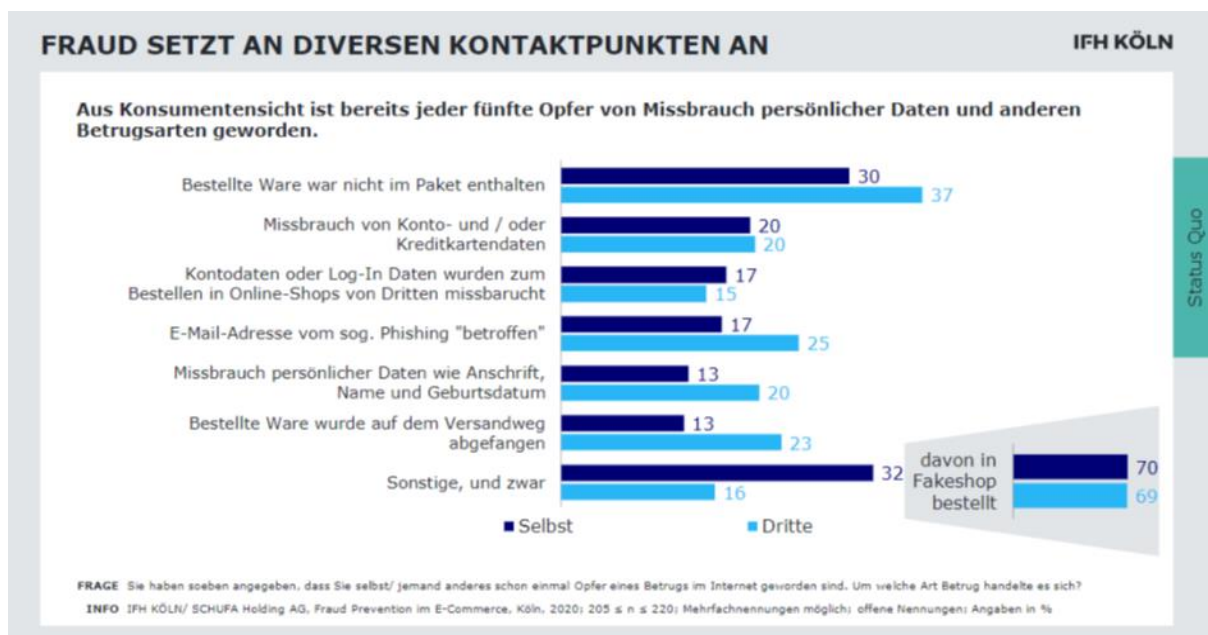
## Black Friday kommt - Eine Studie zeigt: Jeder fünfte wurde bereits Opfer von Datenklau und Identitätsmissbrauch beim Online-Shopping.

**Neue Studie des IFH Köln im Auftrag der SCHUFA zeigt: Betrugsversuche beim Online-Shopping nehmen zu // Betrüger entwickeln Methoden fortlaufend weiter // Händler setzen beim Kampf gegen Betrug auf Kooperation und Einsatz moderner Technologien // Bequemes Shopperlebnis für Kunden bei hoher Sicherheit für Händler**

**Wiesbaden, 26.11.2020** – Der Online-Handel blickt hoffnungsvoll auf den kommenden Freitag: Am sogenannten „Black Friday“ warten zahlreiche Rabatt-Aktionen und spezielle Sonderangebote auf die Käufer und sollen den Konsum anregen. Der Trend zum Kauf im Internet hat sich in den vergangenen Monaten noch einmal verstärkt, der E-Commerce hat von den Einschränkungen während der Corona-Pandemie eindeutig profitiert. Doch die Entwicklung hat auch ihre Kehrseite: E-Commerce Experten sehen laut einer Studie des IFH Köln im Auftrag der SCHUFA Holding AG Betrug als ein zunehmendes Problem für Händler und Kunden. Durchschnittlich 3 Prozent der Bestellungen werden heute von Händlern als Betrug klassifiziert, der Umsatzverlust durch Betrug beträgt Expertenschätzungen zufolge durchschnittlich 2 Prozent, was einem Volumen von rund 1,4 Mrd. Euro entspricht.

### Betrug beim Online-Shopping – jeder Fünfte ist bereits Opfer geworden

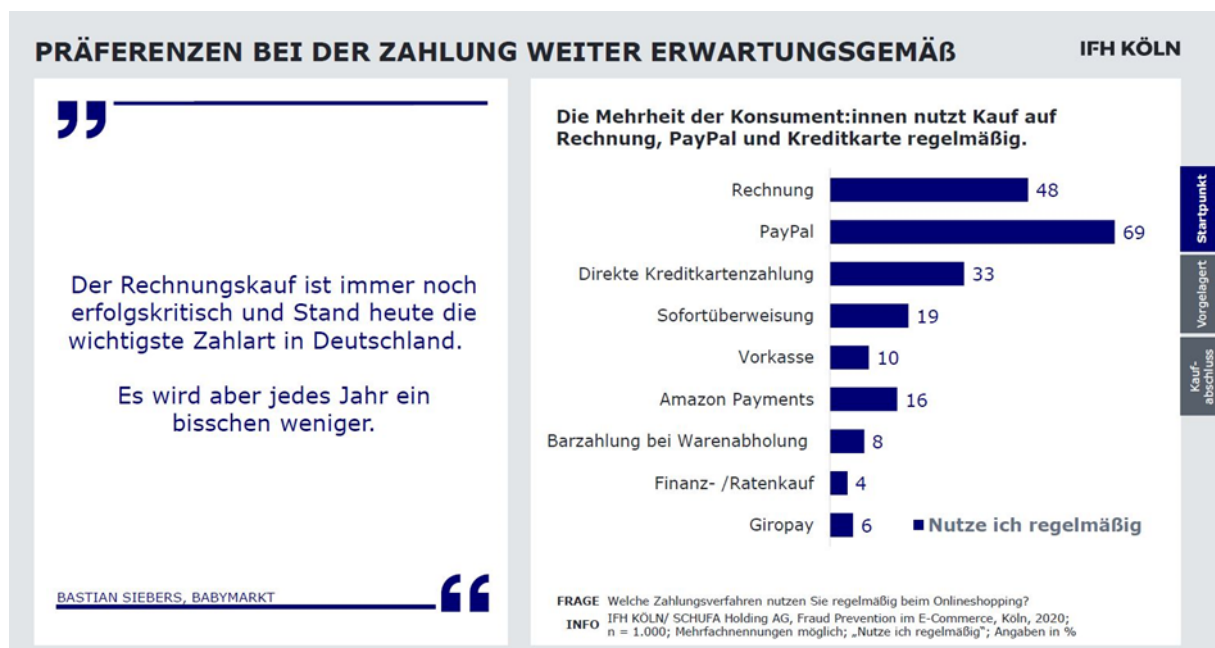
Fast die Hälfte der Verbraucher ist laut Studie beim Online-Shopping schon einmal mit Betrug konfrontiert worden: 22 Prozent wurden selbst Opfer, weitere 23 Prozent kennen Personen, die Opfer von Datenklau und Identitätsmissbrauch wurden.



Aus Sicht der Top E-Commerce-Händler konzentrieren sich die Trends im Betrug mehrheitlich auf den Bereich der Identitätsnutzung sowie auf den Versand. 90 Prozent der Händler bewerten Betrugsprävention als relevante Herausforderung – insbesondere deswegen, weil Betrüger ihre Methoden fortlaufend weiterentwickeln. Der Anspruch der Online-Händler ist es, Betrugsversuche frühestmöglich aufzudecken und neue Betrugsmuster zu entlarven. Um sowohl Unternehmen als auch Konsumenten bei sich stetig ändernden Betrugsmustern in Zukunft zu schützen, ist eine enge Kooperation aller Beteiligten nötig. Zudem setzt der Online-Handel zunehmend auf moderne Technologien wie Machine Learning und Künstliche Intelligenz (KI), um betrügerische Ansätze frühzeitig zu erkennen. Es geht darum, Betrugsmuster auf möglichst großer Datenbasis aufzudecken, große Datenmengen sinnvoll zu nutzen und KI-basierte Analysen zu implementieren.

### Bequemes Shopperlebnis für Kunden bei hoher Sicherheit für Händler

Auch der Wunsch der Konsumenten nach Convenience beim Onlineshopping bei gleichzeitig höchstmöglicher Sicherheit – sowohl für das Unternehmen als auch für die Kunden 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 nur nach entsprechender Identitäts- und Bonitätsprüfung angeboten wird.



\* \*  
 \*

---

**Pressestelle:**

SCHUFA Holding AG  
Media Relations, Kommunikation & Online-Marketing  
Ingo A. Koch (Leiter)  
Sabine Bernstein  
Anna-Lena Rawe

Kormoranweg 5  
65201 Wiesbaden

Tel.: +49 611 - 92 78-888  
Fax: +49 611 - 92 78-887  
E-Mail: [presse@schufa.de](mailto:presse@schufa.de)

**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](http://www.meineSCHUFA.de) erhältlich. Der Datenbestand der SCHUFA umfasst 1,002 Milliarden Informationen zu 67,9 Millionen Privatpersonen und 6,0 Millionen Unternehmen.

**Das SCHUFA Engagement**

Die SCHUFA hat ihr gesellschaftliches Engagement in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut und trägt damit zu einer transparenten Finanzkultur und Überschuldungsvorsorge in Deutschland bei. Als Informationsdienstleister für Wirtschaft und Verbraucher stehen vor allem die Themen Aufklärung und Datenschutz im Mittelpunkt vieler Projekte. Die wichtigsten Projekte im Überblick: Der jährliche erscheinende [SCHUFA Risiko- und Kredit-Kompass](#) beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Verbraucherthemen und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für die SCHUFA. Der SCHUFA Ombudsmann kümmert sich als neutrale Schlichtungsstelle um die Belange der Verbraucher. Mit der Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt - Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“ engagiert sich die SCHUFA für die Ausbildung von Finanzkompetenz bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.