HANDELS VERBAND

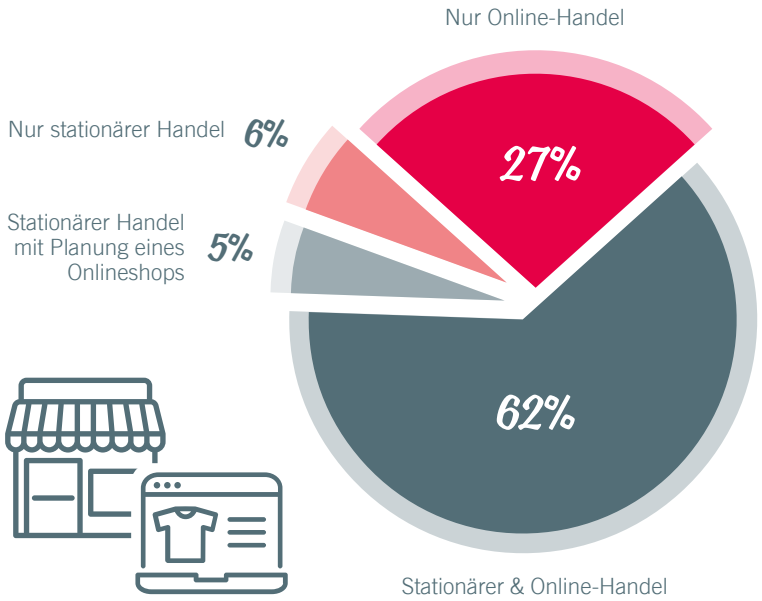
GEMEINSAM.SICHER
im Online-Handel

BETRUG IM ONLINEHANDEL

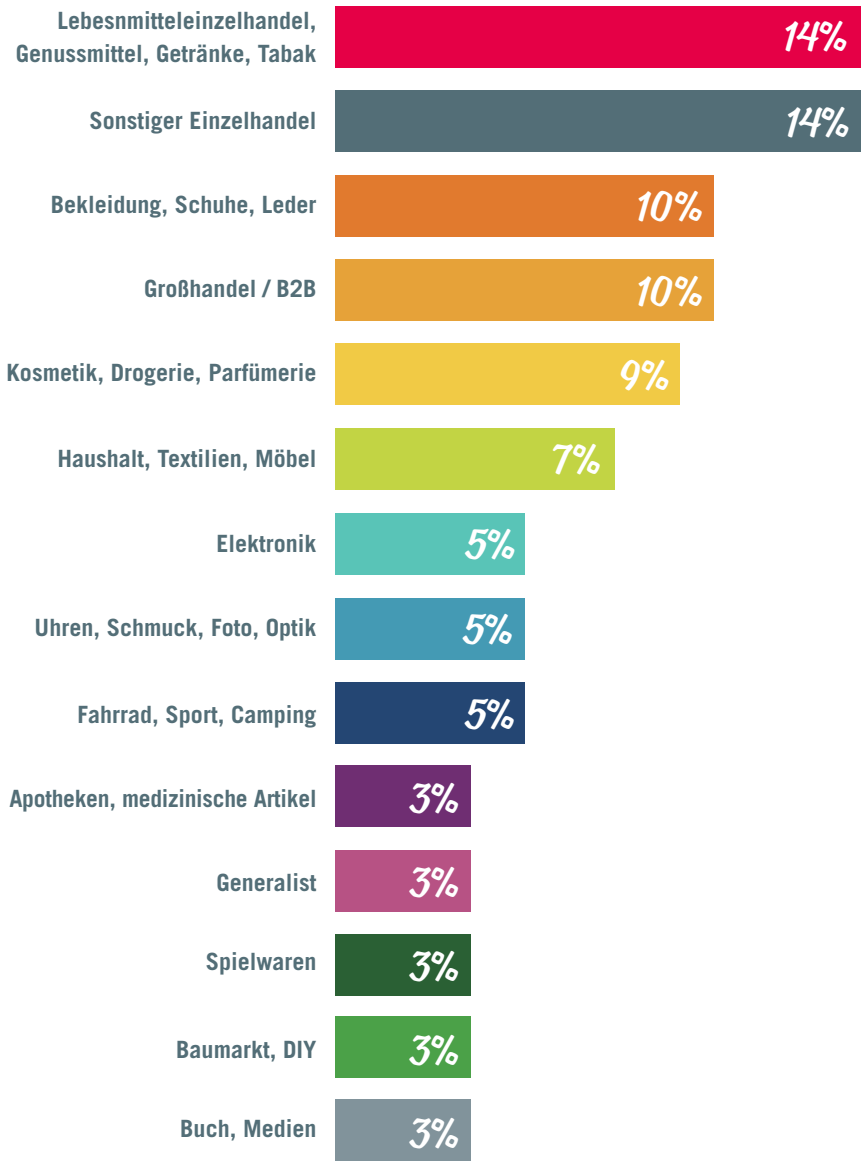
SICHERHEITS STUDIE 2020

ÜBER DIE STUDIE

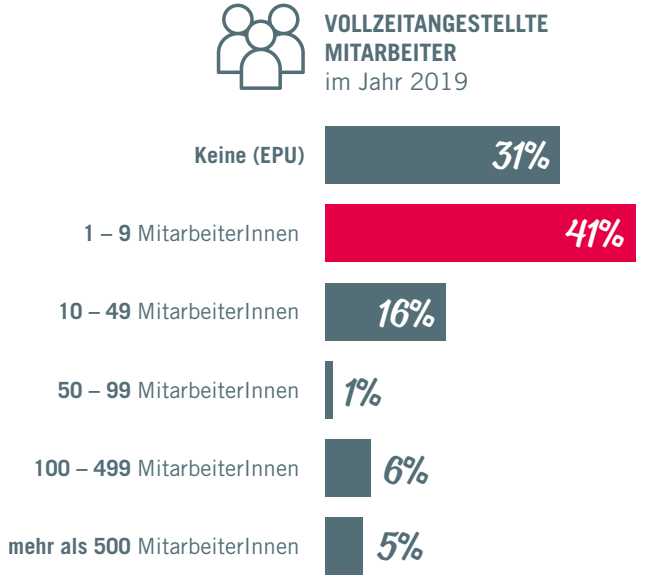
Die Studie zur Sicherheit im Onlinehandel wurde vom österreichischen Handelsverband durchgeführt. 153 Unternehmen aller Handelsbranchen und Größenordnungen (vom EPU bis zum Konzern) haben teilgenommen und den Fragebogen vollständig und fristgerecht ausgefüllt. Der Erhebungszeitraum betrug vier Wochen, Studienende war der 30. September 2020.



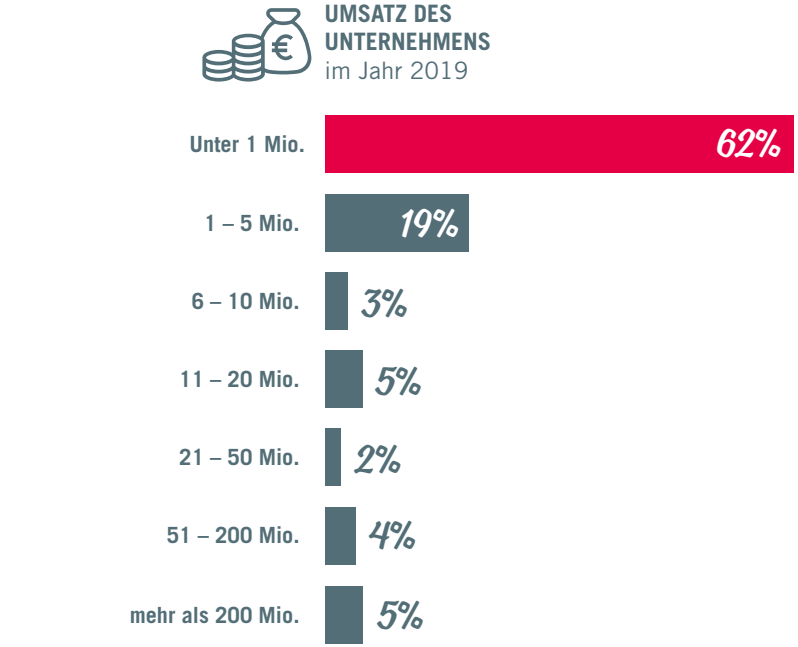
Überblick der Befragungsteilnehmer nach Branche



ÜBERBLICK DER BEFRAGUNGSTEILNEHMER NACH MITARBEITERANZAHL



ÜBERBLICK DER BEFRAGUNGSTEILNEHMER NACH UMSATZ



INHALT

EXECUTIVE SUMMARY 4

EINLEITUNG 5

GASTKOMMENTARE 6

BETRUG IM ONLINEHANDEL 11

BETRUGSFORMEN 15

SCHADENSHÖHE 16

MASSNAHMEN 17

Risikominimierung 18

Betrugsvermeidung 19

Zeitpunkt der Maßnahmen 20

ANZEIGEERSTATTUNG 21

ZAHLUNGSMETHODEN 22

KUNDENIDENTIFIZIERUNG PSD2 24

GÜTESIEGEL 26

INFOS & KONTAKTDATEN 28

EXECUTIVE SUMMARY

Bereits in den Vorjahren haben Untersuchungen gezeigt: Unternehmen, die einen Webshop betreiben, sind zunehmend von Betrugsfällen betroffen. Unter den für diese Studie befragten Onlinehändlern wurden bereits **46% Opfer von Betrug**, 13% sogar schon mehrmals. Von den Betrieben mit mehr als 10 Mitarbeitern gaben mehr als die Hälfte (60%) an, in Verbindung mit ihrem Webshop bereits mit Online-Betrug in Berührung gekommen zu sein, bei den kleineren Betrieben waren es 40%.

Zu den **gängigsten Betrugsformen** zählen falsche Namens- oder Adressangaben (42%), in 39% der Fälle wird mit dem Wissen bestellt, dass die Rechnung nicht beglichen werden kann. Aber auch falsche Identitätsangaben oder das Abstreiten des Erhalts der Ware kommen mit je 33% häufig vor.

Bei den kleineren Händlern betrug die durch Online-Betrug verursachte **Schadenssumme** in den meisten Fällen (75%) bis 500 Euro, in 20% zwischen 500 und 5.000 Euro. Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitern erlitten im Schnitt wesentlich höhere Verluste: 32% der entstandenen Schäden machten zwischen 5.000 und 10.000 Euro aus, bei 27% beliefen sich die finanziellen Einbußen auf 10.000 bis zu einer Million Euro.

Um das **Betrugsrisiko zu reduzieren**, kombinieren Onlinehändler meist verschiedenste Schutzmaßnahmen – und verzichten dafür auch auf potentielle Mehrumsätze. So **setzen 70% der Befragten auf sichere Zahlungsmethoden** und **27% auf eingeschränkte Lieferoptionen** wie ausschließliche Inlandslieferungen. Als gängigste Zahlungsmethode erwies sich die Kreditkarte, mit der in 75% der Webshops bezahlt werden kann.

Trotz der Vielzahl potentieller Schutzmaßnahmen gegen Online-Betrug gaben 25% der Befragten an, sich bis dato noch nicht mit diesem Thema beschäftigt zu haben. 47% der kleineren Unternehmen nutzen derzeit auch keine spezielle Lösung zur Betrugsvermeidung. In Sachen Anzeigeerstattung bei Online-Betrug bestätigten 62% der Händler, zukünftige Betrugsfälle bei der Polizei anzeigen zu wollen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Servicequalität: 92% wünschen sich, eine Anzeige jederzeit erstatten zu können, 70% möchten mit einem Besuch alles erledigt wissen.

Die **2-Faktor-Authentifizierung**, die durch die EU-Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 **mit 31.12.2020 für Onlinehändler EU-weit verpflichtend** ist, scheint vielen Befragten jedoch nicht bewusst zu sein. **44% der Händler werden sie bis Ende des Jahres nicht umgesetzt haben**. 30% aller Umfrageteilnehmer gaben sogar an, die Richtlinie überhaupt nicht zu kennen.

Auch **eCommerce-Gütesiegel** wurden im Zuge der Umfrage thematisiert. Am bekanntesten unter den Befragten ist das Trusted-Shops-Gütesiegel mit 50%, gefolgt vom Österreichischen eCommerce-Gütezeichen (37%) und den Siegeln Trustmark Austria sowie Ecommerce Europe Trustmark mit einem Bekanntheitsgrad von je 33%.

EINLEITUNG

Mit dem Handelsverband auf der sicheren Seite.

Die Digitalisierung hat unser Einkaufsverhalten nachhaltig verändert. Wir kaufen ein, wann, wo und wie wir wollen. Den Kern dieses Wandels bildet das Internet, mit allen positiven wie negativen Begleiterscheinungen für den Handel. eCommerce boomt, im Corona-Jahr 2020 wächst der Online-Handel in Österreich um mehr als 17 Prozent. Mit steigendem Umsatz wächst aber auch das Risiko für Betrug.

Jeder zweite heimische Händler war bereits Opfer von Kriminalität im Netz. Damit steht Internetbetrug ganz weit oben auf der Liste potenzieller Bedrohungen für den Handel. Ähnlich ist die Situation auf Konsumentenseite: Jeder Zweite schätzt die Gefahren im eCommerce als hoch ein. Für Online-Shopper gilt Sicherheit mittlerweile zu den wichtigsten Kaufkriterien.

Doch die Abwehr von Datendiebstahl, Identitätsmissbrauch und Bestellbetrug stellt Webshops und Marktplätze vor immer größere Herausforderungen. Vor allem KMU-Händler zählen zu den beliebtesten Zielen von Hackern und Betrügern, da viele davon ausgehen, kleine Webshops seien nicht ausreichend geschützt. Übrigens hat auch die EU auf die Gefahr von Online-Betrug reagiert und in ihrer neuen Zahlungsdienste-Richtlinie (PSD2) die sogenannte 2-Faktor-Authentifizierung (2FA) vorgesehen.

Diese besagt, dass sich Kunden bei Bezahlung über das Internet zumindest doppelt identifizieren müssen – etwa mittels Passwort und SMS TAN. Das soll künftig für mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr sorgen. Ab 01.01.2021 dürfen Online-Zahlungen nur noch mit starker Kundenauthentifizierung durchgeführt werden.

Der Handelsverband unterstützt Sie mit dem eCommerce Gütesiegel TRUSTMARK AUSTRIA sowie im Rahmen der Initiative GEMEINSAM SICHER IM ONLINE-HANDEL mit kompetenten Partnern dabei, sich digital optimal aufzustellen. Worauf es besonders ankommt, erfahren Sie im vorliegenden Whitepaper.

ING. MAG. RAINER WILL
Geschäftsführer Handelsverband

Board of Directors
Ecommerce Europe

SAFETY FIRST

Die Polizei versteht sich seit Jahrzehnten als verlässlicher Partner für den Handel.

CLAUS-PETER KAHN
Leiter des Büros für Betrug, Fälschung und Wirtschaftskriminalität

Bundesministerium Inneres
Bundeskriminalamt

Nicht nur vor Ort in den Geschäften und an den Regalen entwickelten die Polizei gemeinsam mit der Wirtschaft zahlreiche Maßnahmen für mehr Sicherheit, sondern auch in der digitalen Welt arbeiten unsere Expertinnen und Experten im Hintergrund mit.

Onlineshops schießen – nicht zuletzt durch die Pandemie angefeuert – wie Pilze aus dem Boden. Das Angebot wird immer größer und online shoppen immer einfacher. Es ist also kein Wunder, dass diese gemütliche Einkaufsvariante immer größere Erfolge erzielt. Das haben leider auch die Täter erkannt. Es ist daher aus Sicht der Polizei unumgänglich ein besonderes Augenmerk auf den Faktor Sicherheit im Onlinehandel zu werfen. Die Polizei forciert daher neben der Repression, der Verfolgung der Täter, verstärkt auch den präventiven Aspekt. Mit dem Programm „GEMEINSAM SICHER IM ONLINE-HANDEL“ wurde daher eine Plattform geschaffen, die es den Händlern ermöglicht die Sicherheitsaspekte von bei der Etablierung ihrer „digitalen Filiale“ bis hin zum laufenden Betrieb stets mit zu bedenken.

Dabei rät die Polizei, ein Bündel an Sicherheitsmaßnahmen zu aktivieren: Es sollten ausschließlich Services und Dienste genutzt werden, die die technische Sicherheit des Webshops sicherstellen. Die Identifizierung eines Kunden, die Sicherung einer Zahlung und eine sichere Übergabe der bestellten Ware an den richtigen Kunden muss gewährleistet sein. Ergänzend kann ein Gütesiegel genutzt werden, das dem Kunden ermöglicht, einen Händler, dem das Thema Sicherheit ein Anliegen ist, rasch zu erkennen.

Die Polizei ersucht die Händler aber auch um Unterstützung und um Anzeigeerstattung im Betrugsfall, um sicherstellen, dass die Polizei weitere Schritte setzen und so Täter ausforschen kann.

Ich bedanke mich beim Handelsverband für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und die Bereitschaft, das Thema Sicherheit seinen Mitgliedern näher zu bringen. Dies ganz unter dem Motto: Safety first!

GASTKOMMENTARE

CONVERSION-KILLER SICHERHEIT?

Onlinehandel wächst unaufhaltsam und hat durch COVID nicht nur einen wahren Boom erlebt, sondern auch eine wichtige versorgende Rolle übernommen.

GERALD S. EDER
Head of Business Development eCommerce
CRIF Austria

Davon profitieren Big Player, wie auch viele neuen Onlinehänder, die den Onlinemarkt beleben. So unterschiedlich die Händler und vielfältig ihr Angebot, geht es im eCommerce wesentlich um Usability und Conversion: Die Customer Journey so zu gestalten, dass der Konsument eine Customer Experience erlebt, die es ihm unmöglich macht nicht zu kaufen und das immer wieder.

Meist verhält sich Usability im Einklang mit der Conversion, die dem Onlinehändler den gewünschten Erfolg bringt. Nicht so bei Schutz vor Onlinebetrug. Möchte der Onlinehändler maximale Sicherheit, so setzen lt. Studie viele auf den Schutz durch Verzicht. Sprich, sie bieten Zahlungsoptionen wie Kauf auf Rechnung nicht an. Dies hat zur Folge, dass dieser Schutz auf Kosten der Usability geht. Der Konsument fühlt sich in seiner Shoppinglaune gestört und bricht den Kauf ab. Onlineshopper lieben Kauf auf Rechnung. Sie bezahlen erst nach Erhalt der Ware und nur das, was sie auch wirklich behalten. Höchst convenient und sicher vor Fake-Shops.

Kauf auf Rechnung anzubieten ist ein Must-Have, um die Conversion zu optimieren und gegenüber seinen Kunden als vertrauenswürdig zu gelten. Technologie macht es möglich. Durch innovative technologische Lösungen können Onlinehändler sicher Kauf auf Rechnung anbieten und sich vor Betrug schützen. Bestellungen werden in Echtzeit und automatisiert auf Risiko und Betrugsmerkmale überprüft. Der Händler kann bei Verdacht proaktiv agieren und dem Käufer nur sichere Zahlungsarten anbieten. So ist hohe Usability und Schutz vor Onlinebetrug bestens im Einklang.

BETRUG IST MEIST FOLGE VON IDENTITÄTS-MISSBRAUCH

eCommerce bietet viele Chancen, allerdings auch wachsende Risiken, wie die vorliegende Studie zeigt.

THOMAS VON DER GATHEN
General Counsel
PSA – Payment Services Austria GmbH

In der österreichischen Payment-Welt zählte Sicherheit immer zu den wichtigsten Zielen. Österreich war schon 1995 eines der ersten Länder, in dem die Banken ihre Zahlungskarten flächendeckend mit sicherem Chip ausgestattet haben. Genauso lange ist uns die enge Zusammenarbeit mit den Strafverfolgungsbehörden im Kampf gegen Zahlungsbetrug sehr wichtig.

Jedes Zahlungsmittel hat heute seine Berechtigung, der Kunde soll immer die Wahl haben. Für sicheres Einkaufen auf allen Kanälen kommt es auf die Echtheit der Kundendaten an. Denn jede betrügerische Online-Zahlung basiert eigentlich auf einem Diebstahl der Kundenidentität. Deshalb gibt es jetzt den EU-weiten Standard der starken Kundenauthentifizierung (Strong Customer Authentication SCA) bei Kartenzahlungen - ab 31.12.2020 auf Grund gesetzlicher Vorgaben grundsätzlich verpflichtend.

Kreditkarten zählen laut der aktuellen Studie zu den beliebtesten und sichersten Online-Zahlungsmitteln in Österreich. Mit der neuen Debit Karte – in Österreich besser bekannt als die ‚neue' Bankomat®Karte – wird bald jeder österreichische Bankkunde die Möglichkeit haben, so einfach und sicher im Internet zu bezahlen, wie man es seit Jahren von der Kreditkarte kennt. Noch viel öfter als beim Bezahlen identifizieren wir uns täglich digital: Beim Einloggen, bei Abos, beim Ticketkauf, beim Lesen von Online-Medien, etc. Geprüfte Identität wird also künftig im digitalen Leben immer wertvoller.

Vor dem Missbrauch von Daten können wir die Menschen am besten gemeinsam schützen. Gute und sichere Technologien, vor allem aber Schulterschluss und Erfahrungsaustausch zwischen Polizei, Finanzdienstleistern, Handel und Logistikunternehmen bieten eine wesentliche Grundlage für die Minimierung von Betrugsrisiken. So unterstützen wir die Initiative GEMEINSAM SICHER IM ONLINE-HANDEL mit voller Kraft!

STEFAN HEIGLAUER
Leitung Paket Österreich
Österreichische Post AG

WEIL SICHERHEIT WIRKLICH WICHTIG IST

Die Post bietet mehr im E-Commerce. Das haben wir uns in vielen Belangen vorgenommen – und auch umgesetzt.

Seien es die flexiblen Services auf der letzten Meile für PrivatkundInnen wie z.B. die Paketumleitung, seien es die Initiativen im Bereich der Nachhaltigkeit (Stichwort emissionsfreie Zustellung bis 2030) oder unsere Anstrengungen im Business-Bereich.

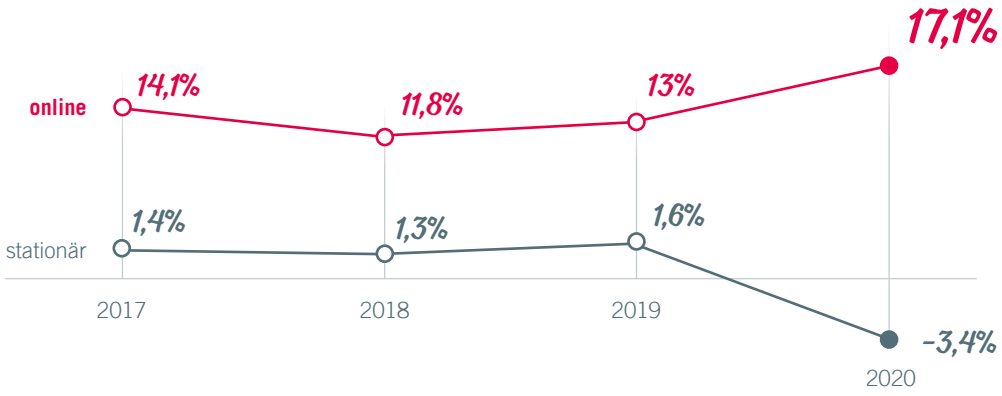
Ihren Geschäftskunden bietet die Österreichische Post neben hoher Qualität auch ein Mehr gegen Bestellbetrüger. Schon seit einigen Jahren beteiligt sich die Post aktiv an der Bekämpfung von Betrug im Onlinehandel. Zum Beispiel als Teilnehmer der sogenannten Action Days, einer von Europol initiierten Aktionswoche gegen Bestellbetrug in Zusammenarbeit mit dem Bundeskriminalamt und diversen Versandhändlern. Unsere Erfahrung, den Austausch mit Versandhändlern sowie die Kooperation mit der Polizei nutzen wir im Rahmen der Möglichkeiten und können so unsere Geschäftspartner bei der Vermeidung von Schäden unterstützen. Auch haben wir beispielsweise mit Services wie dem Sendungsstopp die Möglichkeit geschaffen, ein Paket mitten im Zustellprozess noch zurückzuhalten und so Betrug zu verhindern.

Denn im E-Commerce ist der Faktor Zeit entscheidend, sodass Fraud-Checks beim Verkäufer oft erst anschlagen, wenn das Paket schon unterwegs zum Empfänger ist. Wir tun tagtäglich unser Bestes, als Logistikpartner Pakete schnell, bequem und sicher zuzustellen und unsere Kundinnen und Kunden in ihrem Geschäft ideal zu unterstützen.

BETRUG IM ONLINEHANDEL

EINKAUFEN IM WORLD WIDE WEB IST IN DEN VERGANGENEN JAHREN ZUM ALLTAG GEWORDEN.

ECOMMERCE-WACHSTUM DER LETZTEN 4 JAHRE



Während der Corona-Krise hat der Onlinehandel einen noch stärkeren Boom erfahren. Unabhängig von der Unternehmensgröße ist Fakt: Wer seine Produkte zusätzlich übers Internet anbietet, eröffnet sich neue, von Öffnungszeiten unabhängige Absatzwege.

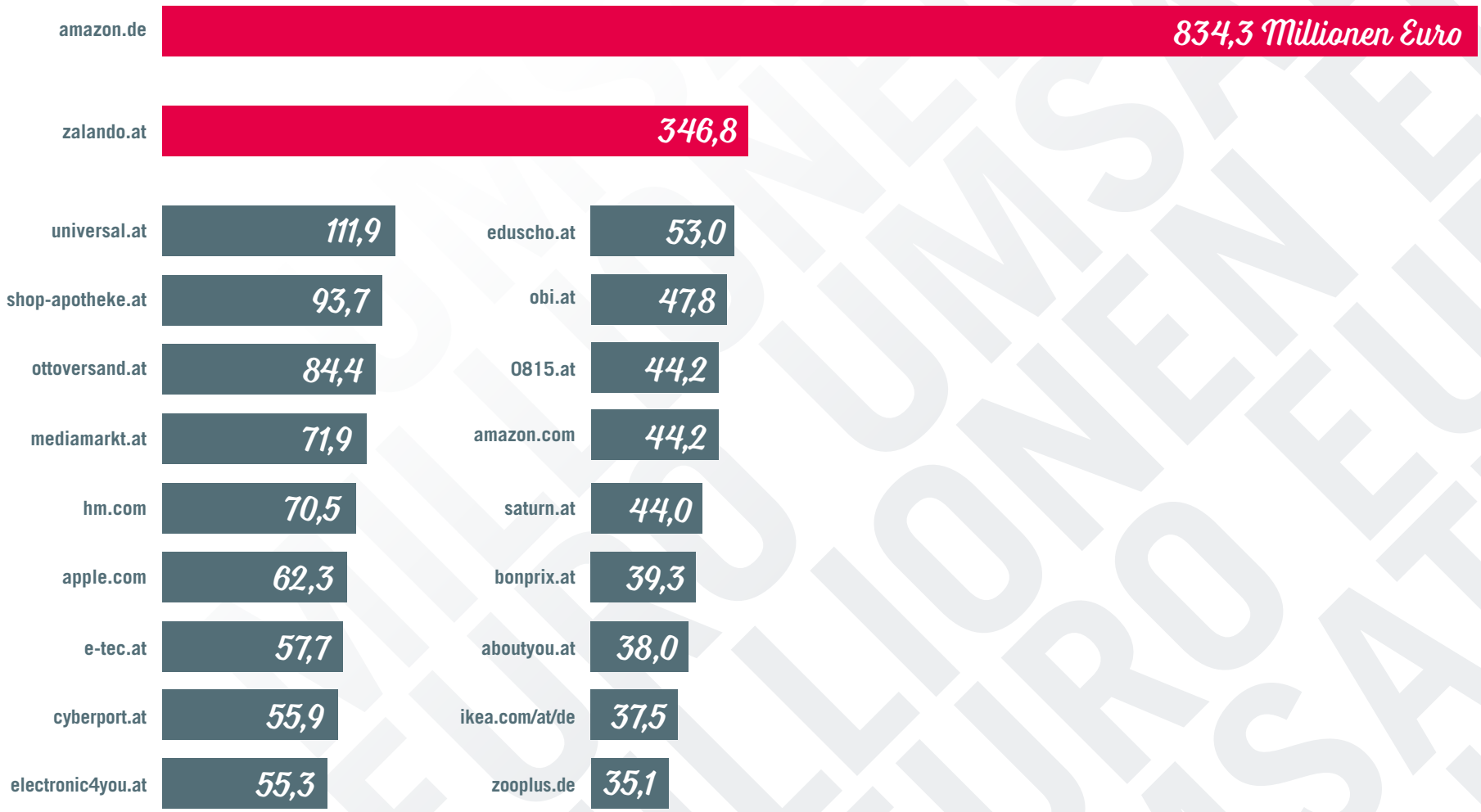
Wie immer hat allerdings auch die E-Commerce-Medaille eine Kehrseite: **Je mehr Webshops, desto mehr damit verbundene Betrugsfälle.** Gerade in Krisenzeiten steigen Cyberkriminalität und Online-Betrug massiv an.

Um das Ausmaß der Online-Betrugsfälle in Österreich zu erfassen, hat der Handelsverband eine Umfrage unter 153 Webshop-Betreibern durchgeführt. Das Ergebnis: **Fast die Hälfte (46%) aller Händler wurden 2019 Opfer von Online-Betrug, bei den größeren Unternehmen sogar 60%**. Trotzdem sehen sich vor allem viele kleinere Betriebe nicht als potentielles Betrugsopfer und treffen deshalb diesbezüglich auch keine bzw. zu geringe Schutzmaßnahmen. Ein Viertel aller Befragten hat sich bislang noch gar nicht mit dem Thema Betrugsprävention beschäftigt.

Zahlen, die klar belegen: **In punkto Schutzmaßnahmen gegen Online-Betrug gibt es für Unternehmen noch viel Aufholbedarf**. Vor allem, weil kein Onlinehändler vor Betrug gefeit ist, egal, ob groß oder klein. Und um welche Summe es sich auch handelt – jeder finanzielle Verlust ist ärgerlich und schadet dem Unternehmen. Die gute Nachricht: Effektive Betrugsprävention ist nicht unmöglich. So, wie man sein Geschäftslokal mit Schlössern und Überwachungskameras absichert, kann man das auch bei seinem Onlineshop tun – sei es durch verschiedenste Technologien, die bei verdächtigen Verhaltensmustern Alarm schlagen, Betrügern im sprichwörtlichen Sinn die Tür vor der Nase zusperren oder durch sichere Zahlungsmethoden bzw. eingeschränkte Lieferoptionen, die das Betrugsrisiko von vornherein reduzieren.

Natürlich kostet diese Art von Sicherheit Geld – aber unbestritten ist auch: **Weniger Sicherheit kostet im Endeffekt mehr Geld**. Ein durchdachter Mix aus verschiedensten Schutzmaßnahmen schont infolge nicht nur die Unternehmensbilanz, sondern auch die Nerven.

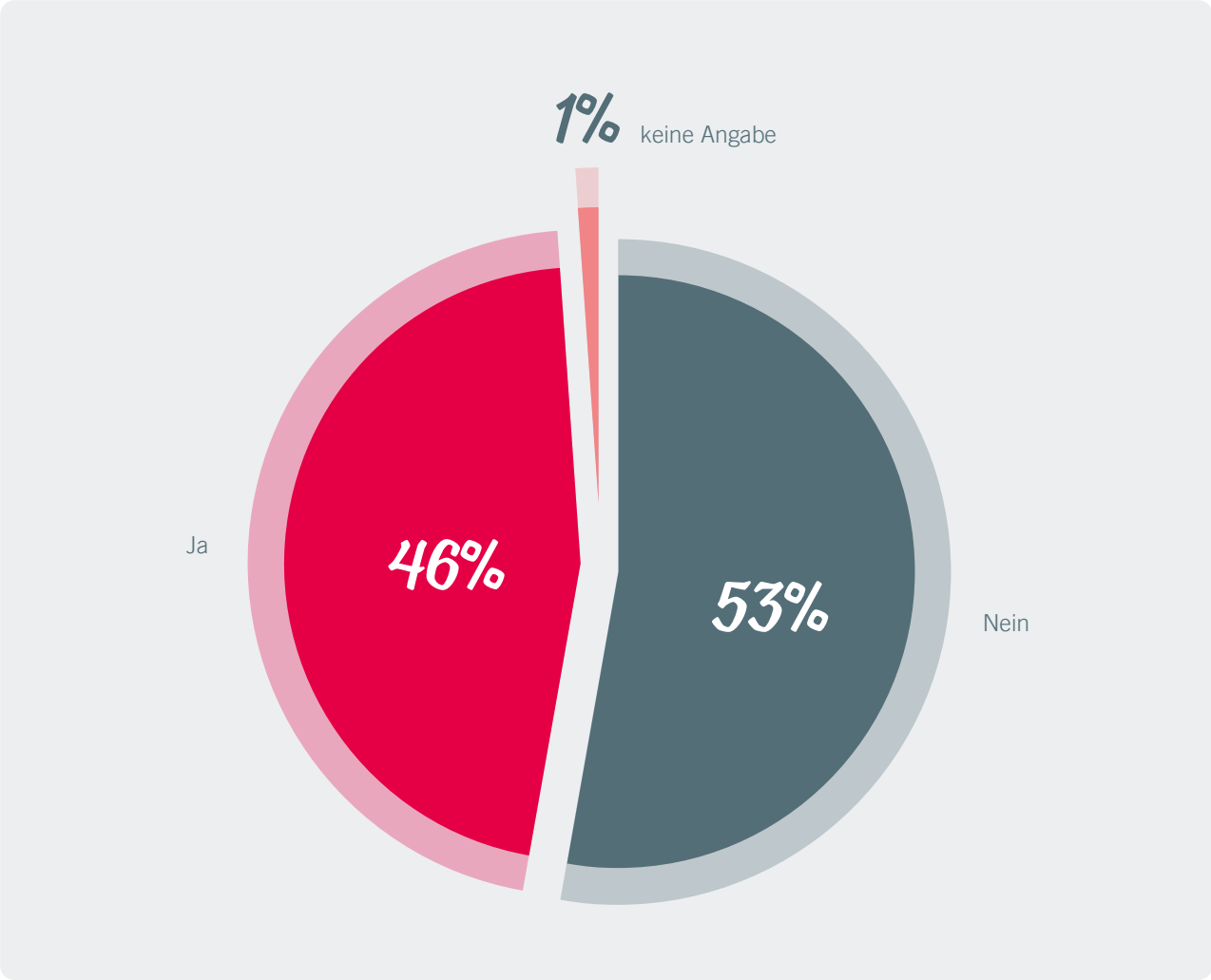
DIE 20 UMSATZSTÄRKSTEN ONLINESHOPS IN ÖSTERREICH



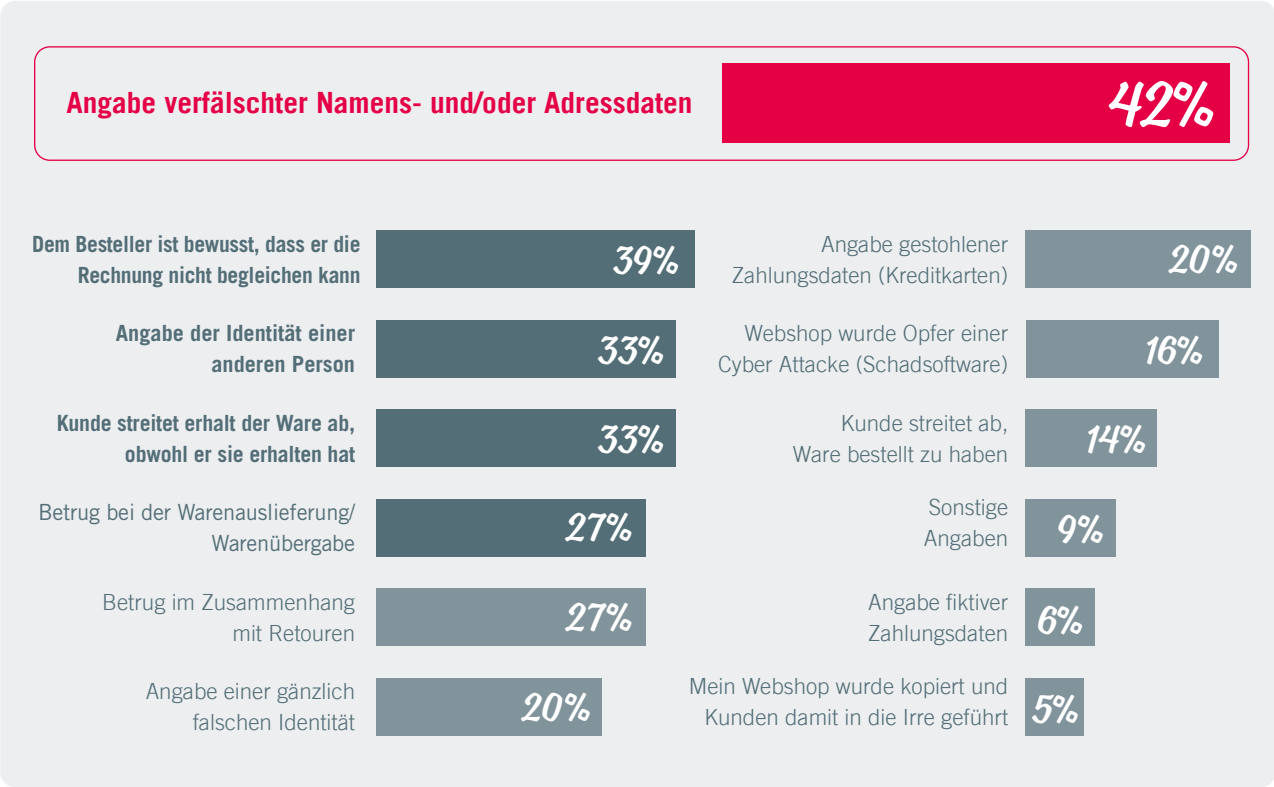
Haben Sie in Ihrer Tätigkeit als Onlinehändler **schon Erfahrungen mit Betrug gemacht?**

Die aktuelle Studie rund um Sicherheit im Onlinehandel belegt: Bereits 46% der befragten Onlinehändler haben in irgendeiner Form Erfahrungen mit Betrug gemacht – 13% davon sogar mehrmals. Ein Prozent der Befragten sind sich nicht sicher bzw. gaben an, nicht zu wissen, ob sie bezüglich ihres Webshops schon einmal Opfer von Betrug wurden.

Von den Unternehmen mit über 10 Mitarbeitern gaben mehr als die Hälfte (60%) an, in Verbindung mit ihrem Webshop bereits mit Online-Betrug in Berührung gekommen zu sein, bei den kleineren Betrieben waren es 40%.



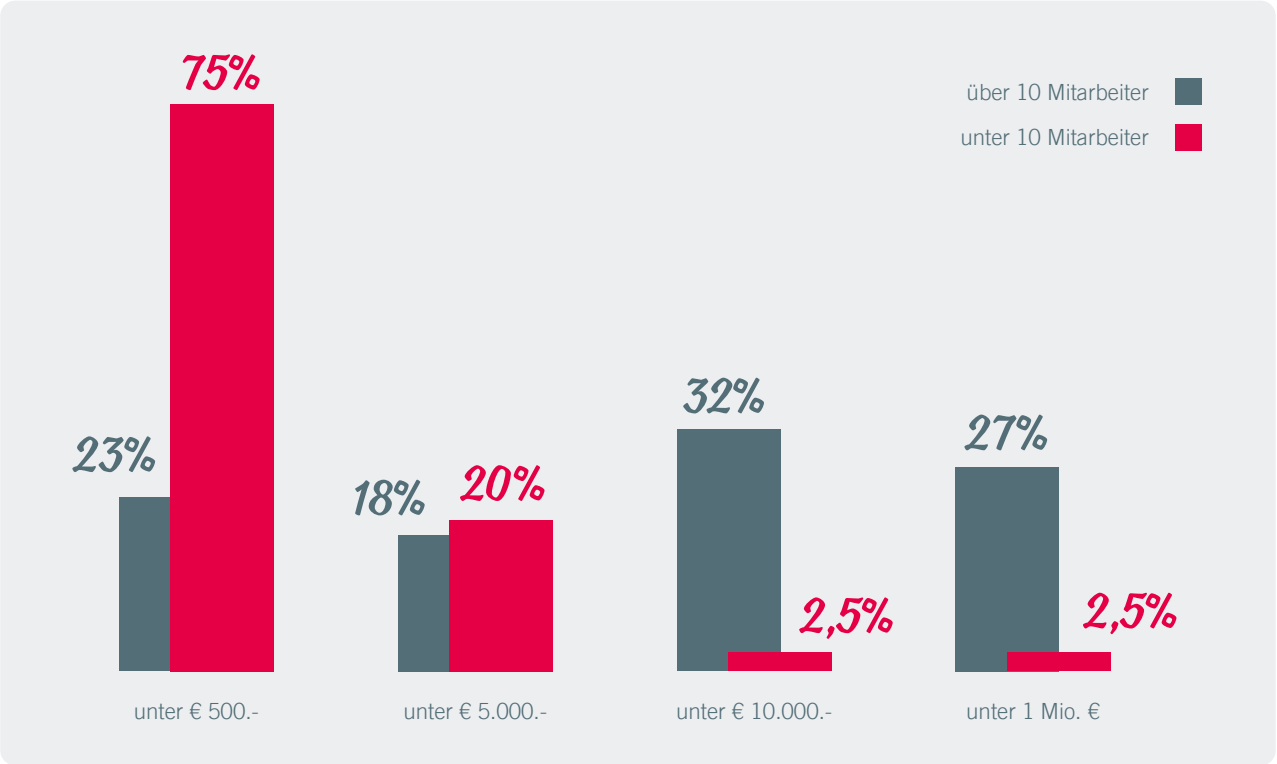
Mit welchen Betrugsformen haben Sie schon Erfahrungen gemacht?



Die Arten von Betrug, mit denen Onlinehändler konfrontiert sind, sind mannigfaltig. Man unterscheidet zwischen Identitätsbetrug, Zahlungsunfähigkeit, Zahlungsmittelbetrug, Bestellbetrug, Betrug im Zusammenhang mit der Lieferung bzw. mit Retouren sowie Cyberattacken. Die Gesamtstatistik aller befragten Unternehmen – sowohl kleinere Betriebe als auch Unternehmen über 10 Mitarbeiter – zeigt, dass Betrüger am häufigsten falsche Namens- oder Adressdaten angeben (42%). In 39% der Fälle ist dem Besteller schon beim Bestellvorgang bewusst, dass er die Rechnung nicht begleichen können wird.

Mit je 33% der Fälle bilden die Angabe einer falschen Identität und das Abstreiten des Erhalts der Ware durch den Kunden – obwohl er diese erhalten hat –, die dritthäufigste Betrugsform.Auffällig sind die Unterschiede bei mit Lieferung und Retouren verbundenem Betrug zwischen Unternehmen mit weniger bzw. mehr als zehn Mitarbeitern. So wurden bereits 50% der größeren Händler Opfer von Betrug bei der Warenauslieferung bzw. -übergabe, bei den kleineren Betrieben waren es hingegen nur 12,5%. Im Vergleich zu 17,5% bei den kleineren Händlern haben bereits 42% der größeren Unternehmen Erfahrungen mit Betrugsfällen bei Retouren gemacht.

Wie hoch war Ihre durch Online-Betrug verursachte **Schadenssumme im Jahr 2019?**



Bezogen auf die Gesamtstatistik zeigt sich, dass die Schadenssumme der Betrugsfälle im Onlinehandel 2019 mehrheitlich (56%) unter 500 Euro lag. In 19% der Fälle betrug die Schadenssumme bis 5.000 Euro, in 13% bis zu 10.000 Euro und in 11% bis zu einer Million Euro. Bei den Unternehmen mit bis zu 10 Mitarbeitern blieb die Summe der Betrugsschäden im Jahr 2019 in den meisten Fällen (75%) unter 500 Euro. In 20% verloren die Händler zwischen 500 und 5.000 Euro. Bei jeweils 2,5% der befragten Betriebe lag der durch Betrug verursachte finanzielle Schaden zwischen 5.000 und 10.000 Euro bzw. zwischen 10.000 und einer Million Euro.

Die Studie macht auch deutlich, dass größere Unternehmen durch Online-Betrug im letzten Jahr wesentlich höhere wirtschaftliche Einbußen erlitten. In den meisten Fällen (32%) belief sich die Schadenssumme bei Betrieben mit mehr als zehn Mitarbeitern auf Beträge zwischen 5.000 und 10.000 Euro.

In 27% der Fälle lag der finanzielle Verlust sogar zwischen 10.000 Euro und einer Million Euro, in 23% unter 500 Euro und in 18% zwischen 500 und 5.000 Euro.

Haben Sie konkrete Maßnahmen zum Schutz vor Onlinebetrug in Verwendung?

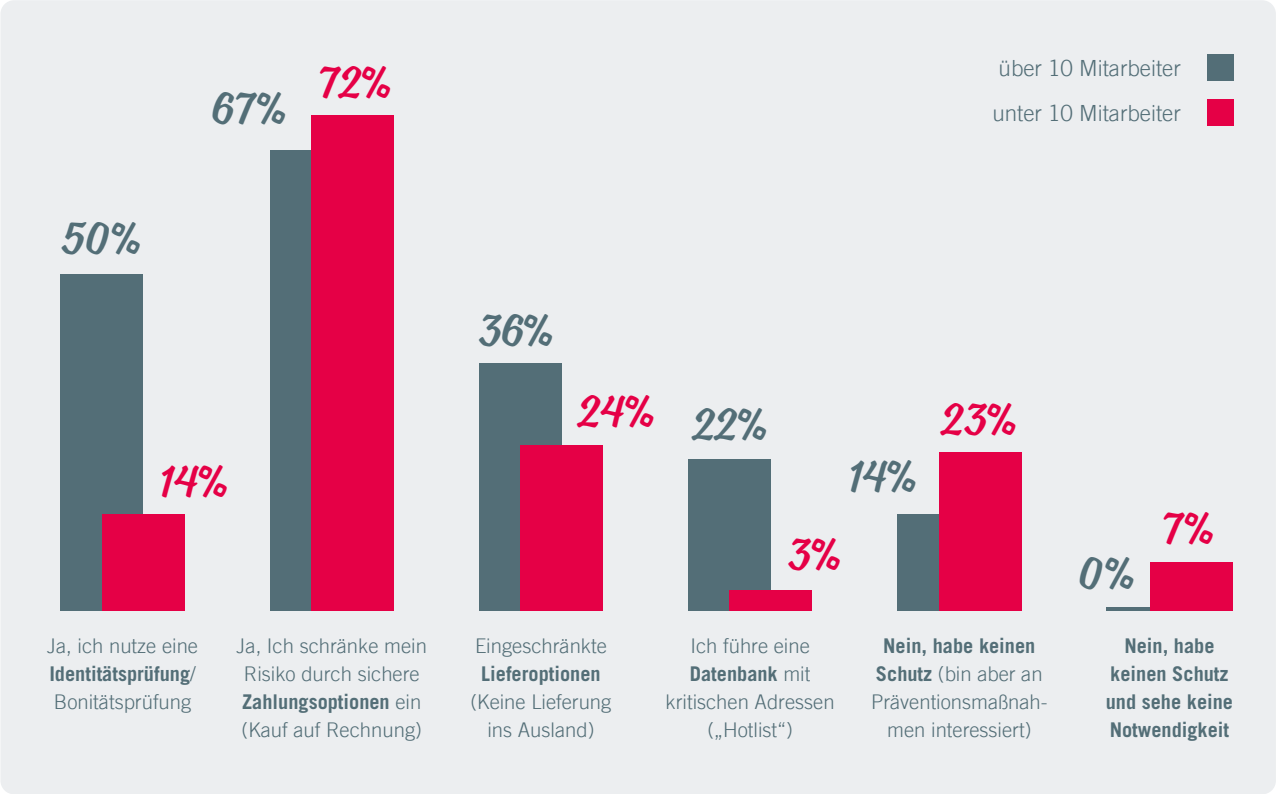
RISIKOMINIMIERUNG

Bei der Frage, wie sich Onlinehändler gegen Betrug schützen, zeigt sich deutlich: Für die meisten wiegt Sicherheit höher als die Chance auf höheren Profit. Um das Betrugsrisiko zu senken, verzichten viele Unternehmen auf potentielle Mehrumsätze bzw. Absatzwege. So setzen 70% der Befragten auf sichere Zahlungsoptionen (kein Kauf auf Rechnung etc.). Auf Platz zwei rangieren mit 27% die eingeschränkten Lieferoptionen – die Händler liefern zum Beispiel nur innerhalb des Landes. Hinsichtlich gewisser Schutzmaßnahmen zeigen sich jedoch markante Unterschiede zwischen Unternehmen mit weniger bzw. mit mehr als zehn Mitarbeitern.

Laut Gesamtstatistik nutzen 24% der Betriebe eine Identitäts- bzw. Bonitätsprüfung zur Risikominimierung in ihrem Webshop. Während es jedoch bei den größeren Betrieben 50% sind, wenden bei den kleineren Firmen nur 14% diese Prüfung an. Immerhin 22% der größeren Onlinehändler verwenden eine “Hotlist” (eine Datenbank mit kritischen Adressen) – auch dieses Schutzinstrument kommt bei kleineren Unternehmen mit nur 3% kaum zum Einsatz. 7% der kleinen Webshop-Betreiber sehen außerdem keine Notwendigkeit, hinsichtlich Onlinebetrug Präventionsmaßnahmen zu ergreifen – eine Meinung, die keiner der größeren Händler vertritt.

Haben Sie konkrete Maßnahmen zum Schutz vor Onlinebetrug in Verwendung?

RISIKOMINIMIERUNG

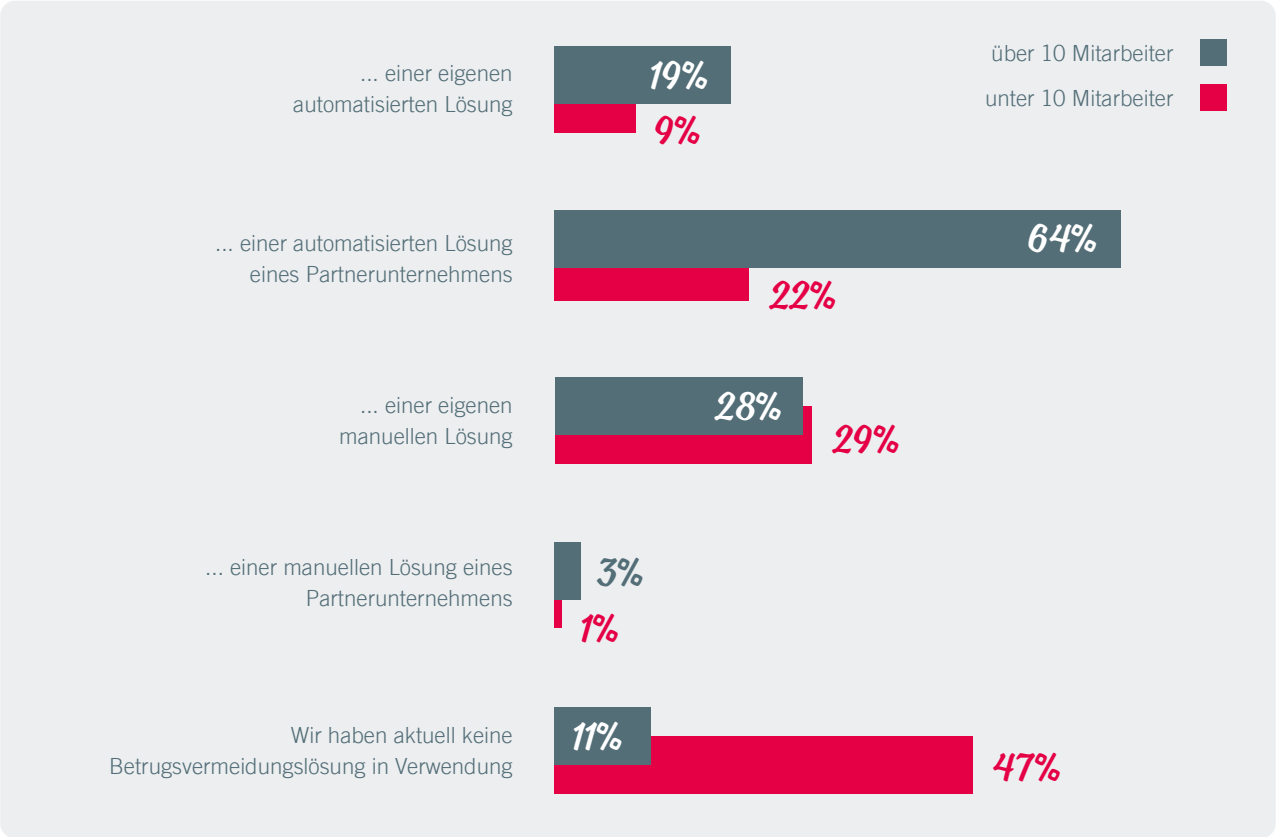


Wir vermeiden Betrug im Unternehmen mit …

BETRUGSVERMEIDUNG

Bei der Frage, mit welchen Methoden sich Unternehmen gegen Betrug schützen, ergeben sich eklatante Unterschiede zwischen kleineren und größeren Betrieben. 64% der Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitern setzen auf automatisierte Lösungen von Partnerunternehmen, während das nur bei 22% der kleineren Händler der Fall ist.

Fast die Hälfte der Betriebe mit unter 10 Mitarbeitern (47%) gab außerdem an, derzeit überhaupt keine Lösung zur Betrugsvermeidung anzuwenden – bei den größeren Unternehmen sind es aktuell 11%.

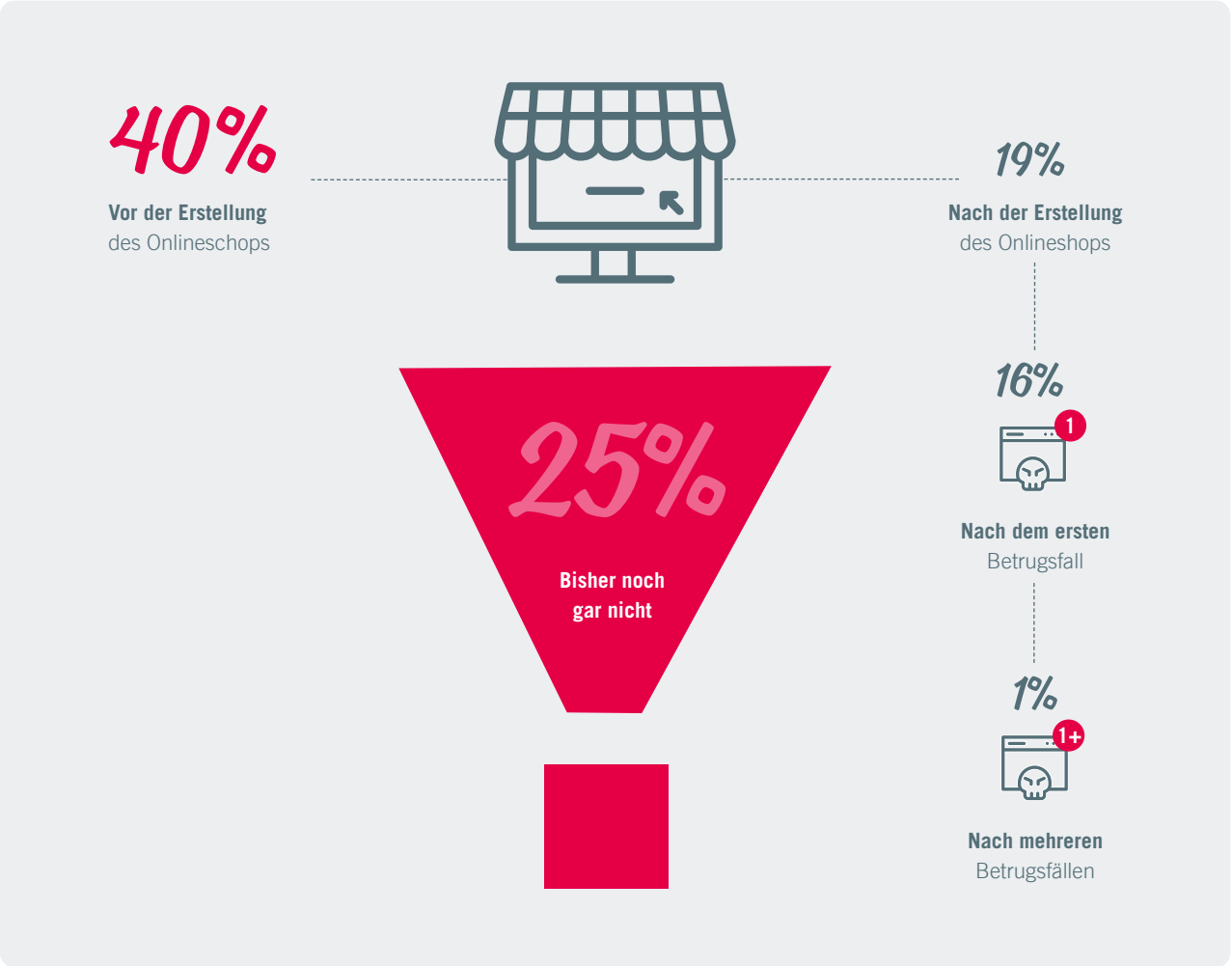


Wann erfolgte die Einführung von Maßnahmen zur Betrugs-vermeidung?

ZEITPUNKT DER MASSNAHMEN

Über potentielle Schutzmaßnahmen für ihren Onlineshop haben sich 40% der Umfrageteilnehmer bereits vor dessen Launch informiert. 19% kümmerten sich nach Erstellung des Shops darum, und wiederum 16% erst nach dem ersten Betrugsfall.

Immerhin 25% aller befragten Unternehmen haben sich bis dato noch gar nicht über Schutzmaßnahmen gegen Onlinebetrug informiert – bei den Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern sind es sogar 32%.

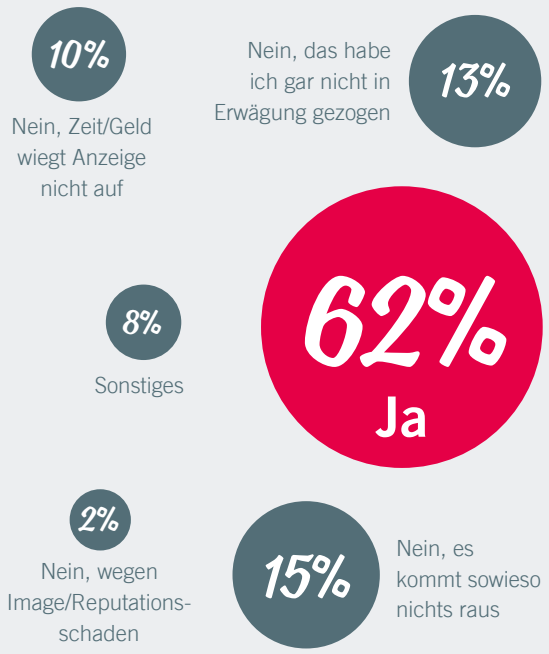


Haben Sie, bzw. würden Sie zukünftig Ihre **Betrugsfälle bei der Polizei anzeigen?**

ANZEIGENERSTATTUNG

Hinsichtlich zukünftiger Betrugsfälle im Zusammenhang mit ihrem Webshop gab die Mehrheit der befragten Unternehmen (62%) an, solche bei der Polizei zur Anzeige bringen zu wollen. 15% hingegen erwarten sich durch die Anzeigeerstattung kein Ergebnis und 13% haben eine Anzeige bislang nicht in Erwägung gezogen.

Als entscheidendste Faktoren für eine Anzeige nennen Unternehmer die damit verbundene Servicequalität: 92% erwarten sich, eine Anzeige jederzeit erstatten zu können, 70% möchten mit einem Besuch alles erledigt wissen. 63% erklären sich auch bereits mit einer Anzeigebestätigung zufrieden. Nach erfolgter Anzeigeerstattung wünschen sich 80% der Befragten von der Polizei laufende Updates zu den Ermittlungsergebnissen, 86% erklären sich bereit, selbstständig neue oder etwaige bei der Anzeigeerstattung vergessene Informationen nachzuliefern. 88% möchten ihre Artikel nach Sicherstellung durch die Polizei umgehend wieder erhalten.



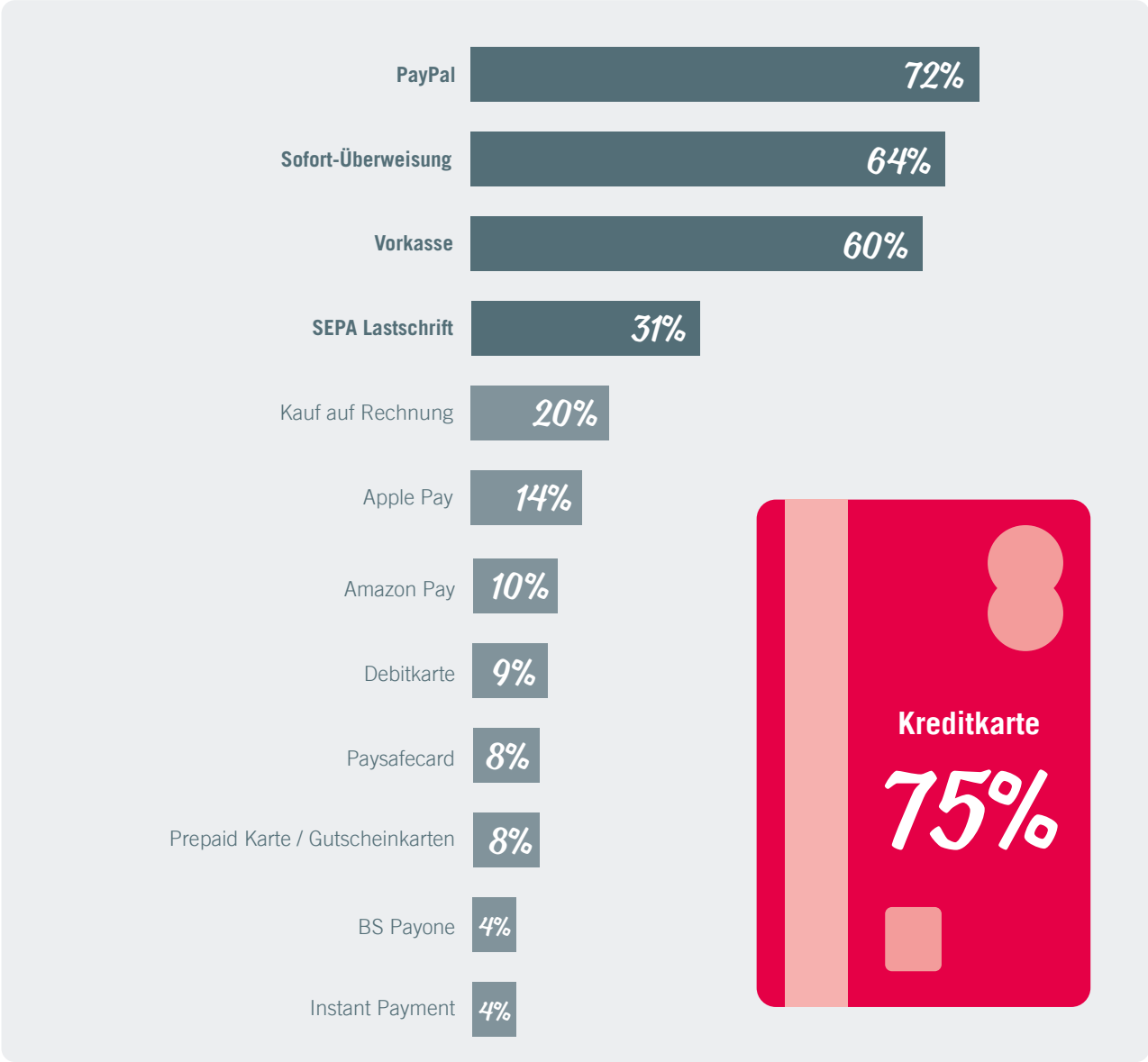
ERWARTUNGSHALTUNG WÄHREND DER ANZEIGEERSTATTUNG	Trifft voll zu	Trifft eher zu
Eine Anzeigeerstattung muss jederzeit möglich sein.	****	
Wenn kein/e Fachspezialist/in der Polizei verfügbar ist, lasse ich mir einen Termin geben bis eine/r verfügbar ist		***
Es muss alles auf einmal erledigt sein, ein weiteres Mal komme ich nicht.	****	
Eine Anzeigebestätigung genügt mir bereits.		***
Eine Beratung zur Verhinderung weiterer Betrugsfälle hat im Zuge der Anzeigeerstattung durch die Polizei stattzufinden		***
ERWARTUNGSHALTUNG NACH DER ANZEIGEERSTATTUNG		
Ich erwarte mir ständige Updates zu den Ermittlungen der Polizei.		***
Ich liefere selbständig neue oder vergessene Informationen nach	****	
Werden meine Artikel von der Polizei sichergestellt, so erhebe ich umgehend Anspruch auf Rückgabe	****	

ZAHLUNGSMETHODEN

Welche Zahlungsmethoden bieten Sie in Ihrem Webshop an?

Rund 75% aller befragten Unternehmen bieten in ihrem Webshop die Zahlung per Kreditkarte – bei den großen Onlinehändlern sind es sogar mehr als 90%. Im Gesamtranking der gängigsten Zahlungsmethoden liegt die Kreditkarte damit auf Platz eins vor PayPal (72%), der Sofort-Überweisung (64%) und der Bezahlung per Vorkasse (60%). Bei den Betrieben mit weniger als zehn Mitarbeitern hingegen rankt PayPal mit 72% sogar knapp vor der Kreditkartenzahlung (69%).

Zahlungsmethoden individueller Anbieter sind den Studienergebnissen zufolge – vor allem bei den kleineren Unternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitern – noch nicht sehr weit verbreitet. Stattdessen gaben 9% der befragten KMU-Händler an, den Kauf auf Rechnung als Zahlungsmethode zu akzeptieren.

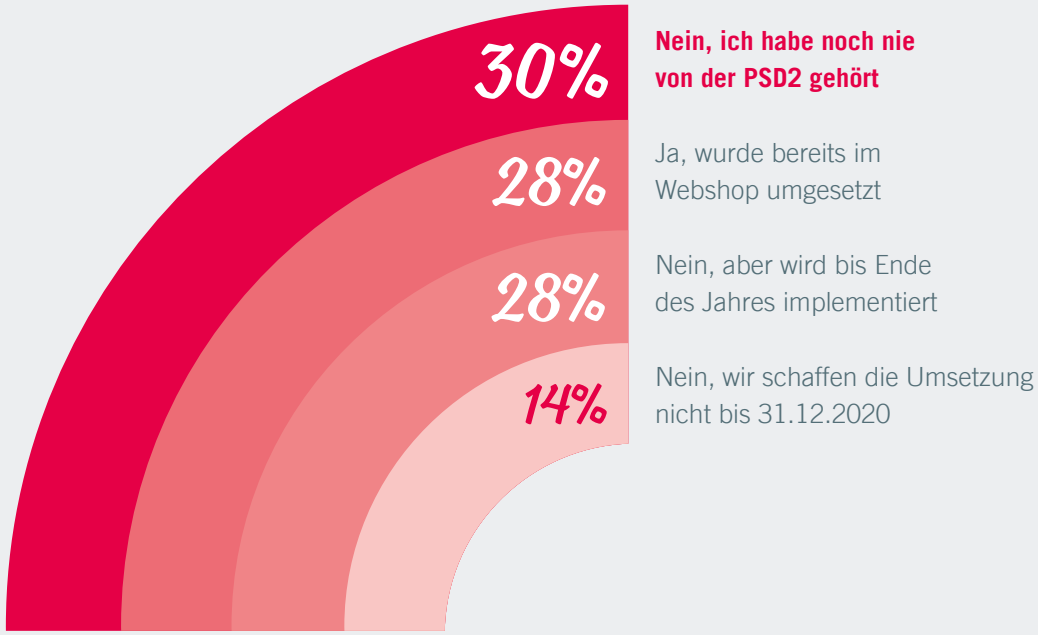


KUNDENIDENTIFIZIERUNG

Haben Sie in Ihrem Webshop bereits die starke **Kundenidentifizierung (2-Faktor-Authentifizierung) implementiert?**

AB 31.12.2020 EU-WEIT VERPFLICHTEND!
(Payment Services Directive kurz PSD2)

Mittels der 2-Faktor-Authentifizierung, die durch die EU-Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 mit Ende des Jahres EU-weit verpflichtend ist, soll betrügerischem Missbrauch von Zahlungsdaten noch stärker ein Riegel vorgeschoben werden. Obwohl für Onlinehändler verpflichtend, werden immerhin 44% der Befragten bis 31.12.2020 diese starke Kundenidentifizierung noch nicht umgesetzt haben. 30% aller Umfrageteilnehmer gaben an, die Richtlinie überhaupt nicht zu kennen – darunter auch 17% der großen Onlinehändler.



GÜTESIEGEL

Kennen Sie bzw. nutzt ihr Unternehmen **ein eCommerce-Gütesiegel?**

Gütesiegel stehen im eCommerce für seriöse und vertrauenswürdige Anbieter. Im Zuge der Umfrage wurden die teilnehmenden Unternehmen auch danach befragt, welche der gängigsten eCommerce-Gütesiegel und Zertifikate sie kennen und nutzen.

Am bekanntesten war dabei das **Trusted-Shops-Gütesiegel**, das 50% aller Befragten kennen und rund 16% auch selbst für ihr Unternehmen nutzen. 34% der Umfrageteilnehmer gaben hingegen an, Trusted Shops weder zu kennen noch zu nutzen. Unter den befragten großen Onlinehändlern hat Trusted Shops einen Bekanntheitsgrad von rund 55% und wird von mehr als 27% selbst genutzt. 18% hingegen kennen das Trusted-Shops-Gütesiegel nicht und nutzen es folglich auch nicht. Von den befragten Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern kennen 48% das Trusted-Shops-Gütesiegel, 12% nutzen es auch in ihrem Unternehmen. 40% gaben an, das Gütesiegel gar nicht zu kennen und in ihrem Betrieb auch nicht zu nutzen. In Sachen Bekanntheitsgrad an zweiter Stelle steht das **Österreichische eCommerce-Gütezeichen**, das rund 37% aller befragten Unternehmen ein Begriff ist und das mehr als 13% auch für ihren Onlineshop nutzen. 50% der Umfrageteilnehmer gaben an, das Österreichische eCommerce-Gütezeichen weder zu kennen noch zu nutzen. Das vom Handelsverband verliehene **Trustmark-Austria-Gütesiegel** hat unter den Onlinehändlern einen Bekanntheitsgrad von 33%. 8% verwenden das Siegel für ihren Shop, 58% kennen und nutzen Trustmark Austria nicht. Auch das **Ecommerce-Europe-Trustmark-Siegel** ist einem Drittel (33%) der Befragten ein Begriff – genutzt wird es derzeit allerdings nur von 4%, und 63% gaben als Antwort, dieses Gütesiegel nicht zu kennen bzw. auch nicht zu nutzen.

Österreichische Gütesiegel für Webshops	TRUSTMARK HANDELSVERBAND AUSTRIA	trust ECOMMERCE EUROPE	ÖSTERREICHISCHES E-COMMERCE-GÜTEZEICHEN	TRUSTED SHOPS GUARANTEE
kenne ich	33%	33%	37%	50%
nutze ich	8%	4%	13%	16%
kenne ich, nutze es aber nicht	58%	63%	50%	34%

HANDELSVERBAND
Austrian Retail Association
Alser Str. 45
1080 Wien
+43 1 406 22 36
office@handelsverband.at
www.handelsverband.at

Bundesministerium
Inneres

Bundeskriminalamt

BUNDESKRIMINALAMT
Josef-Holaubek-Platz 1
1090 Wien
+43 1 24836 9850 25
bundeskriminalamt@bmi.gv.at
www.bundeskriminalamt.at

GEMEINSAM.SICHER
im Online-Handel

IMPRESSUM

HANDELSVERBAND – Verband österreichischer Handelsunternehmen
Verein nach dem Vereinsgesetz 2002, zust. Vereinsbehörde. BPD Wien, ZVR: 688103413
Geschäftsführer: Ing. Mag. Rainer Will | **Präsident:** Dr. Stephan Mayer-Heinisch
Vizepräsidenten: Dr. Alexander Frech, Mag. Harald Gutschi, Frank Hensel, Horst Leitner, Norbert W. Scheele
Design: Gebrüder Pixel