



PRESSE

 22 SEPTEMBER 2026

93 Prozent der Online-Händler von Betrug betroffen

Fraud

Teilen:

**22 September 2026**

In Deutschland wurden bereits 93 Prozent der Online-Shops mit Betrug oder Betrugsversuchen konfrontiert. Betrachtet man die Entwicklung der letzten zwölf Monate, berichten 48 Prozent der befragten deutschen E-Commerce-Unternehmen von weiter gestiegenen Betrugsrisiken. Für 37 Prozent der Shops ist die Entwicklung der Betrugsfälle auf hohem Niveau gleichgeblieben, lediglich 15 Prozent verzeichnen weniger Betrugsfälle als im Vorjahr. Das sind die zentralen Ergebnisse der aktuellen Umfrage "Betrug im E-Commerce" des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev) und vom Informationsdienstleister CRIF, an der knapp 80 Online-Shops aus Deutschland beteiligt waren.

„Prävention ist heute wichtiger denn je: Wer einen Online-Shop betreibt, muss damit rechnen, Opfer von Betrug zu werden. Der Kampf gegen Betrug entwickelt sich dabei

zunehmend zu einem „Hase-und-Igel-Spiel“ zwischen Händlern und Betrügern, bei dem neue Betrugsmaschen und Gegenmaßnahmen in immer kürzeren Abständen aufeinandertreffen. Künstliche Intelligenz wird die Komplexität des Phänomens und diesen Wettlauf noch weiter verschärfen“, kommentiert Dr. Frank Schlein, Geschäftsführer von CRIF Deutschland, die aktuellen Umfrageergebnisse.

„Es mag überraschen: Die Anzahl der Betrugsfälle im gesamten Zahlungsverkehr liegt im Promille-Bereich. Wenn es zum Betrug kommt, werden die Schäden aber größer. Das liegt an immer geschickteren Betrugsmethoden. Um das Vertrauen im Handel auf Distanz zu erhalten, müssen die Händler mit immer mehr Daten arbeiten. Im KI-Zeitalter bedeuten mehr Daten, eine bessere Unterscheidung von vertrauenswürdigen und betrügerischen Transaktionen und das frühzeitige Erkennen neuer Betrugsmuster“, ergänzt Martin Große-Albenhausen, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des bevh.

Identitätsbetrug bleibt die häufigste Betrugsform im E-Commerce

Die Ergebnisse zeigen, dass identitätsbezogene Betrugsformen weiterhin die größte Herausforderung für Online-Händler darstellen. Mit 75 Prozent aller Nennungen ist Identitätsbetrug erneut die häufigste Betrugsform. Ebenfalls weit verbreitet sind Fälle, bei denen Namens- und Adressdaten manipuliert werden (67 Prozent) oder vollständig falsche Identitäten angegeben werden (55 Prozent).

Sechs von zehn Unternehmen sehen sich mit Betrugsfällen konfrontiert, in denen der Erhalt der Ware vom Kunden abgestritten wird. 57 Prozent der Händler waren vom sogenannten Eingehungsbetrug betroffen – dabei bestellt der Käufer, obwohl er bereits weiß, dass er die Rechnung nicht begleichen kann oder will, und die Ware dennoch ausgeliefert wird. 56 Prozent der Shops sehen im Account Takeover eine häufige Betrugsform – dabei nutzen Täter das Kundenkonto einer anderen Person für ihre Bestellungen. Return Fraud (47 Prozent), bei dem leere Pakete retourniert werden, sowie Switch Fraud (42 Prozent), bei dem andere als die bestellten Artikel zurückgesendet werden, gewinnen ebenfalls zunehmend an Bedeutung. 40 Prozent der Betrugsfälle resultieren aus gestohlenen Zahlungsdaten (z. B. Kreditkarten).

„Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Betrüger ihre Methoden kontinuierlich weiterentwickeln und dabei verstärkt digitale Identitäten ins Visier nehmen. Identitätsbetrug, Account Takeover und missbräuchliche Retouren stellen viele Händler vor erhebliche Herausforderungen. Künstliche Intelligenz und synthetische Identitäten werden die Betrugsaktivitäten künftig zusätzlich verschärfen. Mit dem Aufkommen von Agentic Commerce, bei dem KI-Agenten zunehmend eigenständig Kaufentscheidungen und Transaktionen im Auftrag von Konsumenten durchführen, entstehen zudem neue Risiken und Anforderungen an die Identitäts- und Vertrauensprüfung. Gleichzeitig müssen Unternehmen die Balance zwischen maximaler Sicherheit und einer reibungslosen

Customer Journey finden. Genau hier entscheidet sich heute Wettbewerbsvorteil und Kundenerlebnis.", erklärt Dr. Frank Schlein, Geschäftsführer von CRIF Deutschland.

Rund jedes siebte Unternehmen mit Betrugsverlusten von über 100.000 Euro pro Jahr

Die wirtschaftlichen Auswirkungen von Betrug bleiben erheblich. Ein Viertel der befragten Unternehmen (25 Prozent) beziffert die jährlichen Verluste durch Betrug auf weniger als 5.000 Euro. Gleichzeitig berichten 45 Prozent der Händler von Schäden zwischen 10.001 und 100.000 Euro pro Jahr.

Weiterhin hat rund jedes siebte Unternehmen (15 Prozent) jährliche Betrugsverluste von mehr als 100.000 Euro. Betrug stellt damit für viele Unternehmen nicht nur ein operatives Risiko, sondern einen relevanten wirtschaftlichen Belastungsfaktor dar.

Auch die Höhe einzelner Schadensfälle verdeutlicht die Relevanz des Themas. Knapp ein Drittel der Unternehmen (32 Prozent) berichtet von Verlusten von mehr als 2.500 Euro bei einer einzigen Bestellung. Weitere 18 Prozent verzeichneten Einzelschäden zwischen 1.001 und 2.500 Euro.

Fast jedes zweite Unternehmen meldet steigendes Betrugsaufkommen

Beim Vergleich mit dem Vorjahr zeigt sich ein differenziertes Bild. Während 37 Prozent der Unternehmen von einer weitgehend stabilen Entwicklung des Betrugs berichten, verzeichnet knapp die Hälfte der Befragten (48 Prozent) einen Anstieg der Betrugsaktivitäten. Davon geben 35 Prozent an, dass die Zahl der stark angestiegen ist - weitere 13 Prozent berichten sogar einem sehr starken Anstieg. Lediglich 15 Prozent der Unternehmen konnten einen Rückgang ihrer Betrugsfälle feststellen.

Betrugserkennung und neue Betrugsmuster stellen Unternehmen vor Herausforderungen

Um sich gegen Betrug zu schützen, setzen bereits 75 Prozent der befragten Unternehmen Maßnahmen zur Betrugserkennung ein. Weitere 9 Prozent planen entsprechende Investitionen. Die große Mehrheit verfolgt dabei einen kombinierten Ansatz aus manuellen und automatisierten Verfahren. 93 Prozent der Unternehmen mit Betrugsprävention nutzen beide Ansätze parallel.

Die größten Herausforderungen sehen die Unternehmen bei der Bestimmung risiko- und kundengerechter Präventionsmaßnahmen sowie bei der Erkennung neuer Betrugsmuster. Jeweils 69 Prozent nennen diese Themen als zentrale Aufgaben. Darüber hinaus betrachten 53 Prozent die Reduzierung manueller Prüfungsaufwände als wichtigen Handlungsbereich.

Über die Studie:

Ziel der Umfrage ist es, aktuelle Entwicklungen und Erfahrungen im Bereich Online-Betrug zu erfassen und der Branche wertvolle Erkenntnisse für die Prävention bereitzustellen. An der Umfrage nahmen 76 Händler aus Deutschland teil. Die Umfrage von CRIF und dem bevhl lief vom 01.06.2026 bis zum 14.8.2026.

WEITERE SPANNENDE BERICHTE ENTDECKEN

PRESSE

2 Dezember 2025

Black Week 2025: Mehr Bestellungen, jüngere Käufer und jede hundertste Bestellung ein Betrugsversuch



[Mehr lesen →](#)

PRESSE

25 November 2025

95 Prozent der Online-Shops von Betrug betroffen: Online-Betrug im E-Commerce bleibt auf hohem Niveau



[Mehr lesen →](#)

PRESSE

4 März 2025

CRIF launcht Panorama



[Mehr lesen →](#)



Folgen Sie uns

[LinkedIn](#)

[▶ YouTube](#)

FÜR UNTERNEHMEN

BRANCHEN

FÜR PRIVATPERSONEN

[Impressum](#)

[Datenschutz](#)

[Code Of Conduct](#)

[AGB Für Leistungen Im Risiko- Und Chancenmanagement](#)

[AGB Für Data And Marketing Solutions](#)

[Business Ethics Policy](#)

© 2026 CRIF GmbH | All rights reserved.

Victor-Gollancz-Straße 5 | 76137 Karlsruhe



Company with Management System Certified by DNV - ISO 9001, ISO 45001, ISO/IEC 27001, ISO 14001

