



E-Commerce-Report 2010: Zahl der Betrugsfälle im Online-Handel gesunken

KÖLN, 02. Dezember 2010 – Die Zahl der Betrugsfälle im europäischen Online-Handel ist leicht gesunken. Das zeigt der kürzlich publizierte E-Commerce-Report 2010 der Deutschen Card Services, der das Kauf- und Zahlverhalten sowie das Zahlungsausfallrisiko auf der Basis realer Transaktionen auswertet. Bei der populärsten Zahlart im E-Commerce, der Kreditkarte, entstehen Rückbelastungen nach Widerspruch des Karteninhabers zunehmend weniger durch Betrugsfälle. Dies zeigt der um 7% gesunkene Anteil der sogenannten Chargebacks mit dem Grund, dass ein Kaufvorgang nicht vom Karteninhaber beziehungsweise ohne Kartenvorlage autorisiert wurde. Gestiegen hingegen sind die Rückbelastungen durch logistische und formale Mängel bei der Transaktion. Die Chargeback-Quote befindet sich mit 0,34% noch immer auf niedrigem Niveau. Damit liegt sie auch deutlich unter der aktuellen Ladendiebstahlquote im stationären Handel von rund 0,5%, die das EHI Retail Institute, ein wissenschaftliches Institut des Handels, ermittelte.

Zunahme formal unsachgemäßen Gebrauchs bei Kredit- und Maestro-Karten

Vor allem formal unsachgemäßer Kartengebrauch ist ein Grund, warum eine Transaktion abgelehnt wird. Das hat nun die Studie der Deutschen Card Services ergeben. Demnach gelingt eine erfolgreiche Kartentransaktion zunehmend deshalb nicht, weil die Karte ungültig ist oder eine entsprechende Angabe über die Kartengültigkeit fehlt.

Höheres Zahlungsausfallrisiko bei Männern

Sowohl bei der Kartenzahlung als auch im Elektronischen Lastschriftverfahren (ELV) legen Männer ein höheres Zahlungsausfallrisiko an den Tag als Frauen. Während der Geschlechterunterschied bei der Chargeback-Quote lediglich 0,04% beträgt, beläuft er sich bei der Rücklastschriftquote auf satte 1,217%. Interessanterweise überschreitet bei den Männern die Chargeback-Quote von MasterCard die von Visa um 0,07%. Bei den Frauen gibt es dagegen praktisch keinen Unterschied.

Erhöhtes Zahlungsausfallrisiko in britischen Shops

Sowohl bei den britischen Shops als auch bei den Käufern auf der Insel zeigt sich ein erhöhtes Zahlungsausfallrisiko, das über dem europäischen Durchschnitt liegt. Die Attraktivität britischer Anbieter für internationale Kunden begründet sich auch im Wegfall der Sprachbarriere. Leider kann gerade dies auch Online-Betrüger auf den Plan rufen. Vor allem der Einsatz der Sicherheits-Technologie 3-D Secure schafft hier Abhilfe, wie Daten des Reports zeigen: So verringert sich das Zahlungsausfallrisiko für Online-Händler, die 3-D Secure einsetzen, auf 0,12%.

Rücklastschriftquote sinkt weiter

Die auf 2,735% leicht gesunkene Rücklastschriftquote ging mit dem allgemeinen Rückgang des ELV im E-Commerce einher. Hauptgrund: Immer weniger Lastschriften werden mangels Deckung des einkaufenden Kontoinhabers vom Kreditinstitut zurückgewiesen. Hier sank der Anteil von 71,41% auf 66,28%, wie die Deutsche Card Services ermittelte. Erfreulicherweise kamen außerdem weniger kostenaufwändige Rücklastschriften zustande, weil Konto-Nummer und Name nicht identisch oder falsch waren oder weil von einem Sparkonto abgebucht werden sollte. Dies ist im Zahlungsverkehr nicht möglich.

Höherer Warenkorbwert bedeutet fast ausnahmslos erhöhtes Zahlungsausfallrisiko

Die Formel „höherer Warenkorbwert = höheres Zahlungsausfallrisiko“ gilt im E-Commerce für alle Kartenzahlungen und mit einer Einschränkung auch im ELV. Hier erfolgt laut der Studie der Deutsche-Bank-Tochter die höchste Rücklastschriftquote von 3,348% bei der Warenkorbwertgruppe zwischen 100 und 500 Euro. Diese wird beispielsweise häufig bei Kurzreisen erzielt. In der Warenkorbwertgruppe über 500 Euro, den Luxusgütern, sinkt sie jedoch auf 1,370%.

E-Commerce-Report basiert auf realen Kaufvorgängen

Der E-Commerce-Report, der das Kauf- und Zahlverhalten sowie das Zahlungsausfallrisiko im Online-Handel erfasst, erscheint seit 2002. Anders als übrige Analysen basiert die Auswertung der Deutsche-Bank-Tochter auf realen Kaufvorgängen und damit nicht auf Umfragen. Datengrundlage bildet die Auswahl von rund 24 Millionen Transaktionen, die über die Plattform der Deutschen Card Services abgewickelt wurden. Alle ausgewerteten Daten sind vollkommen anonymisiert und erfüllen sämtliche datenschutzrechtliche Anforderungen. Die Studie ist ab sofort im Online-Shop der Deutschen Card Services erhältlich.

Deutsche Card Services

Marketing & Communications

Tobias F. Hauptvogel

Tel. (0221) 99577-728

<http://www.deutsche-card-services.com>

E-Mail: pr.deucs@db.com

Über Deutsche Card Services GmbH:

Die Deutsche Card Services erweitert das Cash-Management-Angebot der Deutschen Bank und bietet internationale Full-Service-Lösungen für die Akzeptanz von Debit- und Kreditkarten sowie anderen bargeldlosen Zahlarten. Bewährte Risikominimierungssysteme sorgen dafür, dass bargeldloses Bezahlen im E-Commerce, im Versandhandel und am Point of Sale einfach, schnell und sicher abläuft. Einzigartige Online-Steuerungssysteme bieten Kunden weltweit jederzeit den vollen Überblick über ihre Transaktionen. Um effiziente Zahlungsverkehrslösungen zu implementieren, kann der Acquirer und Payment Service Provider nicht nur auf jahrelanges Know-how und eine bewährte technische Plattform zurückgreifen, sondern profitiert – als Teil des Unternehmensbereichs Global Transaction Banking („GTB“) – auch vom globalen Netzwerk der Deutschen Bank Gruppe mit qualifizierten Ressourcen und detaillierter, globaler und lokaler Expertise.

www.deutsche-card-services.com