



Zwei Drittel aller Deutschen sind Betrugsopfer - mehr Schutz durch Unternehmen gefordert

Neue Studie von SAS zeigt: Verbraucher meiden Anbieter, die zu wenig gegen Betrüger unternehmen

Heidelberg, 13. September 2023 - Die große Mehrheit der deutschen Verbraucher fürchtet, Ziel von Betrügern zu werden - und erwartet, dass Hersteller, Händler und Dienstleister sie wirksamer davor schützen. Andernfalls sind zwei Drittel der befragten Konsumenten bereit, den Anbieter zu wechseln. Zu diesem Schluss kommt eine globale KI-basierte Studie im Auftrag von SAS, einem der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI). Befragt wurden 13.500 Verbraucher/innen weltweit, darunter 1.000 in Deutschland. Rund 78 Prozent der Umfrageteilnehmer/innen hierzulande sind der Ansicht, dass Unternehmen bessere Schutzmaßnahmen ergreifen sollten, weltweit sind es sogar fast 90 Prozent. 83 Prozent sagen, dass sie in den vergangenen Monaten argwöhnischer geworden seien (weltweit 86 Prozent).

Die wichtigsten Ergebnisse für Deutschland

? Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) meinen, bereits mindestens einmal Opfer betrügerischer Aktivitäten gewesen zu sein.

? 46 Prozent geben an, dass sie in den vergangenen zwölf Monaten häufiger Betrugsversuchen ausgesetzt gewesen seien.

? Entsprechend fürchtet sich eine eindeutige Mehrheit (63 Prozent) vor künftigen Betrugsversuchen, weltweit liegt dieser Anteil sogar bei 75 Prozent.

Die am häufigsten von Betrügern instrumentalisierten Kanäle sind E-Mail (71 Prozent) und Mobiltelefon (61 Prozent); global ist das Verhältnis andersherum mit 67 Prozent beziehungsweise 70 Prozent. Diese Gefahren halten deutsche Verbraucher/innen allerdings nicht davon ab, digitale Kanäle zu nutzen - im Gegenteil: 85 Prozent geben an, diese künftig genauso oder sogar häufiger zu verwenden.

"Betrüger machen Unternehmen in hochsensiblen Branchen wie Finance, öffentliche Verwaltung, Handel und Telekommunikation zu Kanälen für ihre Machenschaften", erklärt Helene Lengler, Managing Director von SAS Deutschland. "Angesichts der Mehrheit, die bei mangelnden Schutzmaßnahmen im schlimmsten Fall den Anbieter wechseln würde, sind die potenziellen Konsequenzen bei Nichthandeln offensichtlich. Wenn sich Unternehmen der Herausforderung von Kundenerwartungen stellen, kann dies jedoch sogar eine Chance sein - bessere Betrugsprävention wirkt dann als Verstärker für das Vertrauen der Kunden. Sie ist letztlich ein Wettbewerbsvorteil, der zu mehr Geschäftswachstum beiträgt und gleichzeitig Schäden im Zusammenhang mit Betrug verringert."

"Insbesondere die schnelle Verbreitung von Generative-AI-Tools macht es Kriminellen noch einfacher, traditionelle Methoden zur Betrugserkennung auszuhebeln. Layered Fraud Detection arbeitet mit denselben Advanced-Analytics-Technologien und unterstützt Unternehmen dabei, Betrüger mit ihren eigenen Mitteln zu schlagen", konkretisiert Heike Jennewein, Principal Business Solutions Manager Anti-Financial Crime bei SAS.

Sicherheit und Komfort vereinen

Obwohl deutsche Verbraucher/innen als sehr vorsichtig in Sachen Datenschutz gelten, würden 73 Prozent mehr persönliche Daten mit Anbietern teilen, wenn dies der Umsetzung besserer Maßnahmen zur Betrugsprävention dienen würde. Gut drei Viertel wären mit einer Sicherheitsprüfung mit biometrischen Methoden (Fingerabdruck, Gesichts- oder Handerkennung, Irisabgleich, Retinaidentifizierung, Spracherkennung) einverstanden. 57 Prozent bevorzugen eine solche Authentifizierung im Vergleich zu Passwörtern. Das Sicherheitsbewusstsein ist so dominant, dass die Mehrheit der Befragten (75 Prozent) sogar Verzögerungen bei Transaktionen aufgrund von Sicherheitschecks akzeptieren würde - in Deutschland ebenso wie weltweit.

Die Studie "Faces of Fraud: Consumer Experiences With Fraud and What It Means for Businesses" steht hier zum Download bereit. Zudem bietet ein Data Visualization Tool die Option, die Daten nach demografischen Angaben zu filtern.

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist ein weltweit führender Anbieter von Künstlicher Intelligenz (KI) und Analytics-Software, die auch als spezifische Lösungen für verschiedenste Branchen verfügbar sind. SAS macht aus Daten belastbare Informationen und sorgt dafür, dass sie im richtigen Moment bereitstehen. Damit können Unternehmen schneller sichere Entscheidungen treffen. So verschafft SAS seinen Kunden seit 1976 THE POWER TO KNOW.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Angst vor Betrügern?



"Fürchten Sie, Opfer von Betrugsversuchen zu werden?"

(Quelle: SAS / Studie: "The Many Faces of Fraud")