

# Betrug rechtzeitig orten

Online-Fraud nimmt immer mehr zu – in der Häufigkeit, aber auch in der Schadenssumme. Das sind die häufigsten Betrugsmuster.

... Von Helga Krémer

WIEN. Online-Betrugsfälle nehmen zu und werden zudem gefinkelter. Die Schäden sind enorm, uneinbringliche Inkassofälle machen Unternehmen das Leben schwer. Die „Kopf-in-den-Sand-steck“-Einstellung ist da genauso nicht empfehlenswert wie Großspur-Attitüden à la „so-was-passiert-doch-mir-nicht“. Der Ansatz „Vertrauen ist gut. Kontrolle ist besser.“, ist da schon hilfreicher. Hier die Vorstellung der besonders dreisten Betrugstypen:

## Online-Fraud 1: „Der Geist“

Der Betrüger bestellt bei der Variante „der Geist“ online ein Produkt mit einer realen Anschrift als Lieferadresse. Die Rechnung geht allerdings an eine erfundene Person an eine erfundene Adresse – „der Geist“ ist erfunden und spukt ab sofort in der Buchhaltung des Online-Händlers. Mahnungen gehen ins Leere. Im Schadensfall kann der Online-Händler genau gar nichts machen, im Fachjargon nennt sich das dann „Inkassofall – uneinbringlich“. Der Betrüger hat mittlerweile seine Bestellung abgefangen.

## Online-Fraud 2: „Der VIP“

Die Vorgangsweise beim „VIP“ ist der des „Geistes“ nicht unähnlich. Wieder wird mit einer von der Rechnungsadresse abweichenden Lieferanschrift bestellt.

Die Besonderheit am „VIP“-Fraud ist, wie der Name richtigerweise vermuten lässt, Name und Adresse auf der Rechnung gehören einer bekannten Persönlichkeit. Der Betrüger erhält die Bestellung, die Rechnung geht an den VIP. Damit werden bei dieser Betrugsart nicht nur Waren, sondern auch Identitäten berühmter Personen ge-



## VIP-Betrug

Was so mancher VIP im Laufe seines VIP-Lebens schon alles vermeintlich bestellt hat, darüber gibt es keine Aufzeichnungen. Die berühmte Person wird es auch nicht wissen wollen.

stohlen. Auf dem Schaden bleibt der Händler, genauso wie beim „Geist“, mit einem „Inkassofall – uneinbringlich“, sitzen.

## Online-Fraud 3: „Der Kreative“

Dieser Betrüger vertraut auf seine Kreativität – in dem Sinne, dass er mit *seinem* Namen und/oder *seiner* Adresse „spielt“. So wird aus einer „Anna“ bei der Bestellung eine „Anne“ gemacht, aus einem „Stephan“ ein „Stefan“, aus der „Teichgasse“ wird „Reich-“, „Taich-“ oder „Tiechgasse“. Die Antragsdaten variieren. Und schon wieder kann sich der Händler nur ärgern: „Inkassofall – uneinbringlich“, Klappe, die dritte.

Wie man anhand dieser Betrugsarten erkennt, gehen Betrüger sehr kreativ mit Bestell- bzw. Antragsdaten um und verursachen damit bei Händlern große Schäden. Glücklicherweise gibt es Wirtschaftsauskunfteien wie CRIF, die jetzt eine Lösung zur Betrugsbekämpfung entwickelt haben.

In Österreich ist die CRIF GmbH der führende Anbieter von Kreditrisikomanagement-Lösungen, Fraud Prevention

und Entscheidungsmanagement entlang des gesamten Kundenlebenszyklus.

## Betrugsbekämpfung

CRIF sammelt, strukturiert und kombiniert Kredit- und Wirtschaftsinformation von Privatpersonen und Unternehmen und bietet eine Identifikationsquote von 95%.

„Vertraue, aber prüfe nach“, lautet ein altes russisches Sprichwort. Im Laufe der Zeit wurde daraus die Redewendung „Vertrauen ist gut. Kontrolle ist besser.“, sie beschreibt eindrucksvoll das Verhältnis des Unternehmers zu seinem Kunden. Grundsätzlich ihrer Kundschaft vertrauend, sind Online-Händler besser beraten bei den Bestellerdaten Vorsicht walten zu lassen. Damit sich kein „kreativer-VIP-Geist-Betrüger“ einschleichen kann.

„Wir können Online Fraud gemeinsam, wirksam und professionell bekämpfen“, heißt es bei CRIF. Wie die Wirtschaftsauskunftei im Detail vor Betrugereien in der Welt des Online-Handels schützen kann, will dieses Dossier zeigen.



© PantherMedia/Zurijeta

## Online-Fraud

Die Wirtschaftsauskunftei CRIF hat diese drei Betrugstypen herausgearbeitet: „der Geist“, „der VIP“ und „der Kreative“.