

KMU Fraud im Fokus

Wie man sich gegen die neuen Betrugsmaschen
im B2B-Onlinehandel schützen kann



Wie man sich gegen die neuen **Betrugsmaschen** im **B2B-Onlinehandel** schützen kann

Zahlungsausfälle von Firmenkunden kommen selten vor, und wenn, dann meist aufgrund finanzieller Schwierigkeiten. Wie schützt man sich dagegen?

Relevante Bilanzkennzahlen auswerten, typische Parameter wie Umsatz und Mitarbeiterzahl prüfen, ein Bonitätsscoring durchführen. Das ist alles richtig – und deckt doch nur einen bescheidenen Anteil des Zahlungsausfallsrisikos ab.

Dafür gibt es zwei Gründe:

1. Die inzwischen **etablierten Betrugsmaschen** aus dem B2C-Segment schwappen derzeit mit Wucht in die Firmenkunden-Shops, die unvorbereitet ein leichtes Opfer darstellen.
2. Sehr lukrativ wird aus Sicht vieler Händler das Segment kleiner und mittlerer Unternehmen angesehen (KMU), weil sich hier ein bedeutender Teil der Nachfrage konzentriert.

Der Haken: Zu KMUs liegen – wenn überhaupt – nur **sehr limitierte Finanzinformationen** vor. Die Risikobewertung stellt sich also schwierig dar, was sich manche KMUs wiederum bewusst zunutze machen.



Die Muster GmbH hat einen neuen „Mitarbeiter“

Stellen Sie sich vor, in Ihrem Shop bestellt die Muster GmbH Waren mit der E-Mail-Adresse m.mustermann@muster.de. Diese Firma ist ein treuer Bestandskunde.

Zwar wird die vorliegende E-Mail-Adresse erstmals verwendet, aber sicherlich gehört sie einem neuen Mitarbeiter der Einkaufsabteilung. Schließlich ist ihnen die angegebene Postanschrift der Firma bekannt. Sie lassen also die Sammelbestellung im Wert von 18.700 € nach manueller Prüfung auf Rechnungskauf zu.

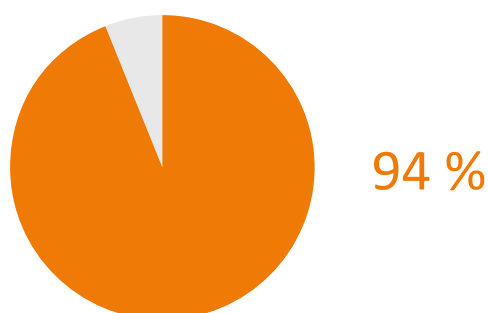
Was passiert dann?

Vor dem Eingang des Geschäftskomplexes, in dem die Muster GmbH ihren Sitz hat, erscheint zufällig zeitgleich mit dem Zustellwagen des Paketdienstleisters ein Mann, der sich als Einkäufer Max Mustermann ausgibt, und bietet an, die umfangreiche Lieferung entgegenzunehmen. Wie praktisch, dass er ohnehin gerade unten ist.

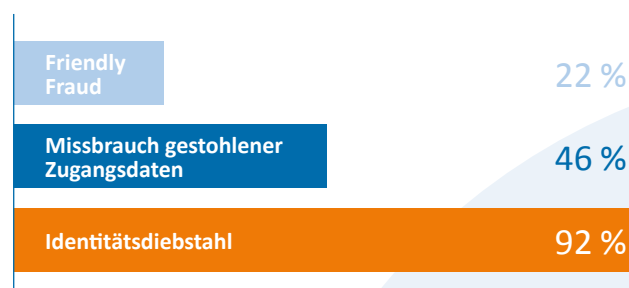
Die Ware ist weg, der Mahnprozess läuft ins Leere, die Forderung muss ausgebucht werden und ihr treuer Bestandskunde (die echte Muster GmbH) ist aufgrund der Anschuldigung massiv verärgert. So geschieht es jeden Tag überall in Deutschland. Laut einer von CRIF durchgeführten Umfrage unter Online-Händlern in Deutschland (2023) sind bereits 94 % Opfer von Online-Betrug oder Online-Betrugsversuchen geworden – Tendenz steigend. Die häufigste betrügerische Praxis in Deutschland ist dabei mit 92 % der in diesem Beispiel dargestellte Identitätsdiebstahl.

Diese im B2C-Geschäft bereits bekannten Muster sind nun leider auch in der B2B-Welt angekommen.

Anteil der Online-Händler, die bereits Opfer von Online-Betrug oder Online-Betrugsversuchen geworden sind:



Online-Betrug hat viele Gesichter – Identitätsbetrug ist die Nummer 1:



Der neue Friseursalon „My Hair Design“

Ein wenig Bauchschmerzen haben Sie durchaus bei der Prüfung dieses Bestellantrags:

Eine Neugründung in einer Branche mit erhöhtem Ausfallrisiko, zudem handelt es sich um einen Gewerbetreibenden, über den bis dato jegliche Informationen über die finanzielle Lage fehlen, weshalb auch Ihre Auskunftspartner **kein belastbares Bonitätsscoring** liefern können.

Andererseits: Derartige Bestellanträge erreichen sie regelmäßig in hoher Zahl – und in der Regel geht alles gut. Unter keinen Umständen wollen Sie alle neuen Gewerbebetriebe pauschal für den Kauf auf Rechnung ausschließen, da das Umsatzpotential für ihr Geschäft viel zu bedeutend ist.

Sie lassen den Antrag im Umfang von 8.300 € also auf Rechnungskauf zu. Der Friseursalon nimmt die Ware an, bezahlt die Rechnung aber nicht. Die Mahnungen werden korrekt zugestellt. Im Verlauf des Mahnverfahrens stellt sich heraus, dass der Betrieb unmöglich bezahlen kann, weil er noch **kaum Einkünfte** generiert hat und bereits mehrere Mahnverfahren anhängig sind. Das spärliche Eigenkapital ist aufgebraucht. Zwar haftet der Gewerbetreibende persönlich, was Ihnen aber nichts bringt, weil seine private Identität eine sehr schlechte Bonität besitzt.



Am Ende steht auch hier die Ausbuchung der Forderung.

Die **neue Realität** im Firmenkundengeschäft

Dies sind nur zwei Beispiele für Risikomuster, wie sie im deutschen B2B-Geschäft heute in **hoher Frequenz** auftreten.

Dazu kommen zum einen vielfältige weitere **Abwandlungen**, teilweise äußerst feingesponnene Betrugsmaschinen. Zum anderen lässt sich die zuvor beschriebene KMU-Thematik nochmals aufgliedern in diejenigen Betriebe, die ihre finanzielle Konstitution tatsächlich überschätzt haben, – und diejenigen, die von einer klaren **betrügerischen Intention** geleitet sind. Sie nutzen bewusst die Tatsache aus, dass keine Finanzdaten vorliegen, um so faktisch die Risikoprüfung des Shops auszuhebeln.

Die gute Nachricht: Es liegen trotz allem Datenpunkte vor, mit denen sich derartige Zahlungsausfälle im Vorhinein **erkennen** und **verhindern** lassen. Diese Datenpunkte sind allerdings versteckt und werden erst

durch komplexe mathematisch-statistische Methoden nutzbar. Wir möchten im weiteren Verlauf dieser Serie einen noch **detaillierteren Einblick** in das Thema B2B-Betrug geben und erklären, wie Sie sich dagegen wappnen können. Und zwar ohne dabei Conversion-Verluste hinnehmen zu müssen.

Möchten Sie mehr über dieses Thema erfahren?

Dann bleiben Sie am Ball. In den nächsten Tagen und Wochen finden Sie hier auf LinkedIn eine Fortsetzung zum Thema „Fraud Prevention in B2B E-Commerce“.

Und merken Sie sich schon einmal den Termin für unsere **Webinar-Woche E-Commerce vom 4. bis 8. November** vor. Mehr dazu in Kürze.

Unser Mehrwert heißt Analyse!

Sie haben schon einen Dienstleister oder sind auf der Suche nach einer **Risk & Fraud-Lösung** für ihr B2B E-Commerce Business, um ihr optimales Setting zwischen Umsatzsteigerung und Kostenreduzierung zu erreichen? Dann steigen Sie mit uns „in den Ring“ und challengen ihren Status Quo!



Hier geht's zur Kontaktseite

