ibi research
an der Universität Regensburg

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 18. November 2026

Fakeshops hinterlassen Spuren: Wie Betrug das Vertrauen in den Online-Handel verändert

Ein überzeugend gestalteter Onlineshop, attraktive Preise und ein vermeintlich gutes Angebot: Immer häufiger sind Fakeshops auf den ersten Blick kaum von seriösen Anbietern zu unterscheiden. Die Folgen reichen dabei weit über den unmittelbaren finanziellen Schaden einzelner Betrugsfälle hinaus. Das zeigt die Studie „CyberResilience & RetailSecurity 2026: Fakeshops und Fakeprodukte im deutschen Handel – Perspektiven von Händlern und Konsumenten“ von ibi research an der Universität Regensburg GmbH in Zusammenarbeit mit Trusted Shops.

31 Prozent der befragten Konsument:innen waren bereits Opfer eines Fakeshops (vgl. Abbildung 1). Die Erfahrungen wirken sich nachhaltig auf das Kaufverhalten aus und können das Vertrauen in den Online-Handel insgesamt beeinträchtigen. Gerade für den Online-Handel ist diese Entwicklung relevant: Wer einmal auf einen Fakeshop hereingefallen ist, begegnet zukünftigen Kaufentscheidungen häufig mit größerer Vorsicht. Für seriöse Händler:innen wird es damit umso wichtiger, ihre Vertrauenswürdigkeit transparent und nachvollziehbar zu vermitteln.

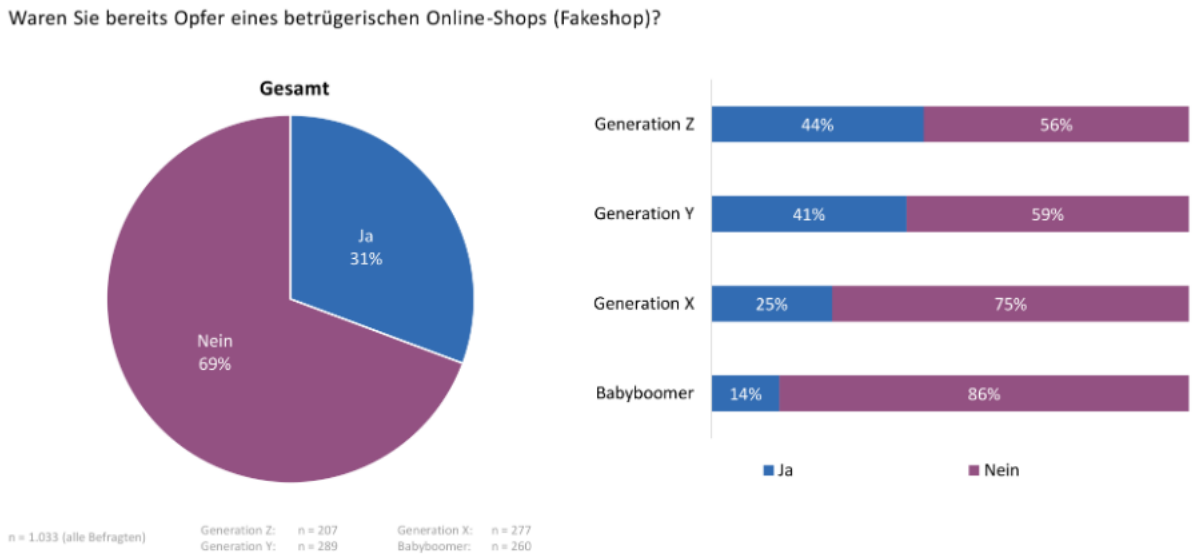


Abbildung 1: Anteil der Konsument:innen, die bereits Erfahrungen mit betrügerischen Fakeshops gemacht haben (Quelle: ibi research)

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

Wenn Betrug das Einkaufsverhalten nachhaltig verändert

„97 Prozent der Betroffenen werden nach einer Fakeshop-Erfahrung vorsichtiger. Das zeigt, wie lange die Folgen eines Betrugsfalls nachwirken können. Für seriöse Händler:innen entsteht daraus die Aufgabe, Verlässlichkeit früh im Kaufprozess erkennbar zu machen und Interessierten eine fundierte Entscheidung zu ermöglichen“, sagt Dr. Carsten Föhlisch, VP Legal Services bei Trusted Shops.

Die Ergebnisse machen deutlich: Ein Betrugsfall kann nicht nur das Verhältnis zu einem einzelnen Shop beeinträchtigen, sondern auch die Bereitschaft verändern, bei anderen und bislang unbekannten Anbietern einzukaufen.

Woran Konsument:innen seriöse Shops erkennen

Um die Vertrauenswürdigkeit eines unbekannten Onlineshops einzuschätzen, greifen Konsument:innen vor allem auf überprüfbare Informationen zurück. 59 Prozent orientieren sich an Kundenbewertungen. Für 58 Prozent ist ein vorhandenes und glaubhaftes Impressum entscheidend. 43 Prozent achten auf die angebotenen Zahlungsarten, während 35 Prozent ein Gütesiegel wie Trusted Shops berücksichtigen (vgl. Abbildung 2).



Abbildung 2: Übersicht über die Kriterien zur Überprüfung der Seriosität eines Online-Shops (Quelle: ibi research)

Damit wird deutlich, welche Bedeutung transparente Informationen und nachvollziehbare Vertrauenssignale im Kaufprozess haben. Kundenbewertungen, vollständige Unternehmensangaben und sichere Zahlungsoptionen können dabei helfen, die Seriosität eines Anbieters einzuschätzen. Auch Gütesiegel und Käuferschutz können zusätzliche Sicherheit vermitteln.

Wie weit die Folgen von Fakeshops reichen, zeigt eine weitere Erkenntnis der Studie: Fast zwei Drittel der Befragten geben an, dass Fakeshops ihr Vertrauen in den Online-Handel insgesamt reduziert haben.

Auch Händler:innen sind von Markenmissbrauch betroffen

Fakeshops stellen nicht nur für Verbraucher:innen eine Herausforderung dar. Auch Unternehmen können unmittelbar betroffen sein, wenn Betrüger ihre Marke oder ihren Unternehmensnamen missbrauchen. 13 Prozent der befragten Unternehmen berichten, dass ihre Marke oder ihr Unternehmen bereits für einen Fakeshop verwendet wurde.

„Unsere Ergebnisse zeigen eine deutliche Lücke zwischen Händler- und Kundensicht: 58 Prozent der befragten Händler schätzen das wirtschaftliche Risiko durch Fakeshops als gering oder nicht vorhanden ein, während fast jeder dritte Konsumierende bereits Opfer eines Fakeshops war. Die Folgen zeigen sich oft nicht direkt im Umsatz, sondern im sinkenden Vertrauen der Kundschaft – gerade vor dem Black Friday ein Risiko, das Händler:innen nicht unterschätzen sollten“, sagt Carina Überle, Studienautorin bei ibi research an der Universität Regensburg.

Für Unternehmen bedeutet das, dass die Auseinandersetzung mit Fakeshops nicht allein auf die Vermeidung unmittelbarer Betrugsfälle beschränkt bleiben sollte. Vertrauen muss entlang der gesamten Customer Journey erkennbar sein – von der Produktseite über den Checkout bis hin zu Informationen über Versand, Rückgabe und die Absicherung im Problemfall.

Zur Studie

Die Studie „CyberResilience & RetailSecurity 2026: Fakeshops und Fakeprodukte im deutschen Handel – Perspektiven von Händlern und Konsumenten“ wurde von ibi research an der Universität Regensburg GmbH in Zusammenarbeit mit Trusted Shops durchgeführt. Befragt wurden 1.033 Konsument:innen sowie 106 Händler:innen. Dike studie ist kostenlos erhältlich unter www.ibi.de/studie-fakeshops-fakeprodukte.

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

research
an der Universität Regensburg

Über ibi research:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH ist ein deutschlandweit aktives Institut für angewandte Forschung im Bereich der digitalen Wirtschaft. Mit Fokus auf Banking, Payment und Handel untersuchen wir innovative Technologien, Geschäftsmodelle und Trends, um praxisnahe Lösungen und Empfehlungen für Unternehmen und Organisationen zu entwickeln.

Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Über Trusted Shops:

Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce. Das Kölner Unternehmen unterstützt Händler:innen und Verbraucher:innen dabei, Vertrauen im Online-Handel zu schaffen. Mit seinem Kundenbewertungssystem und dem Gütesiegel inklusive Käuferschutz bietet Trusted Shops ein umfassendes Sicherheitspaket für den digitalen Einkauf.

Anhand strenger Einzelkriterien wie Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz überprüft Trusted Shops seine Mitglieder und vergibt das Trusted-Shops-Gütesiegel. Der integrierte Käuferschutz sichert Verbraucher:innen bei zertifizierten Online-Shops beispielsweise im Fall einer Nichtlieferung von Waren ab.

Weitere Informationen: https://www.trustedshops.com/

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 788391-0
E-Mail: presse@ibi.de

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de