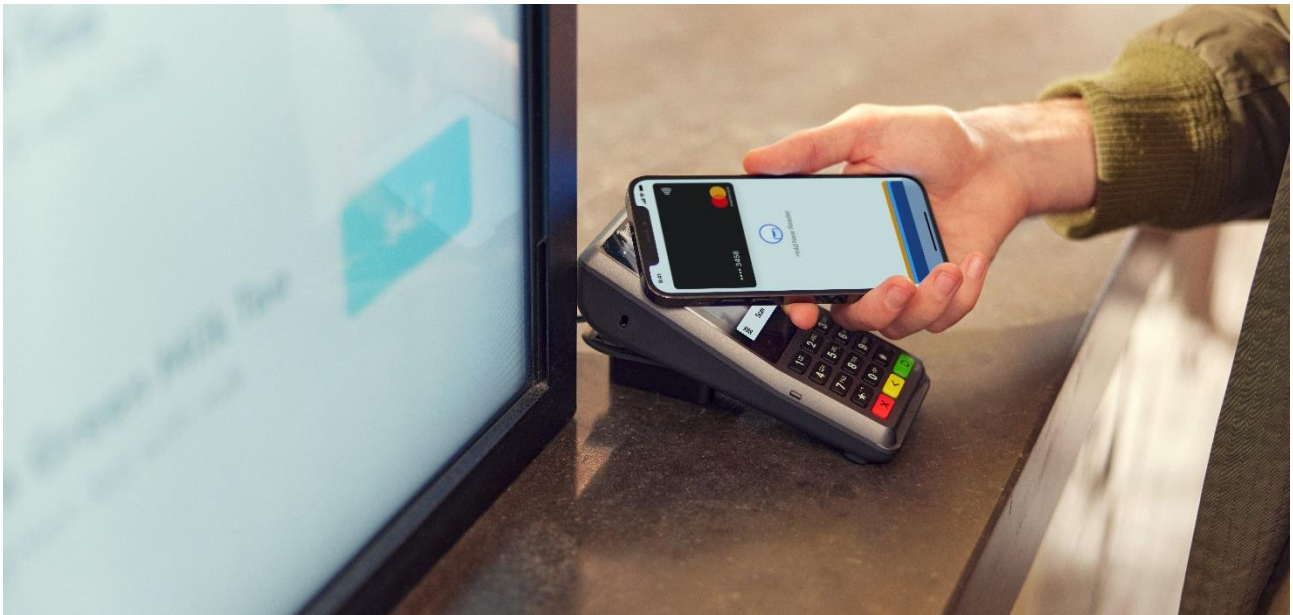


## Trods stigende betalingsvindel elsker danskerne teknologiske betalingsløsninger, når de shopper.

Danske forbrugere er i dag mere bange for at blive ofre for betalingsvindel end for ti år siden, det viser en ny undersøgelse. På trods af den stigende frygt for at blive snydt, når vi shopper, er danske forbrugere vilde med teknologi – endda vildere end vores nordiske naboer.



At hver fjerde danske forbruger, føler sig mere utryk end for ti år siden, når det kommer til betalingskortsvindel, er ikke så underligt.<sup>1</sup> Inden for det seneste år har hver tredje danske detailhandler nemlig oplevet forsøg på svindel i forbindelse med betaling i deres butikker, og alene i 2022 rundede det samlede beløb for svindel (betalingskortsvindel og de øvrige typer betalingsvindel) 425 mio. kr.<sup>2</sup>

De kriminelles indtog i de digitale betalinger skræmmer ikke kun forbrugerne. Danske detailhandlere indikerer også, at denne type svindel er en udfordring for dem, da det medfører en signifikant omkostning for deres forretning.<sup>3</sup>

### **Forbrugere og forhandlere vil begge have mere sikkerhed**

I takt med stigningen i betalingskortssvindel er der kommet større fokus på, hvad man kan gøre for at undgå det fra både forbrugeren og forhandlerens side.

Knap halvdelen af danske detailvirksomheder har allerede enten chargeback management software, artificiel intelligens (AI), kunde-autentifikation eller anden teknologi til at sikre, at kriminelle ikke kan snyde dem og deres kunder. Og selvom man kan være fristet til at tro, at den ekstra sikkerhed, kan virke

<sup>1</sup> Retailbarometer 2024

<sup>2</sup> Finans Danmark, 2024, <https://finansdanmark.dk/nyheder/2024/januar/medlemmer-af-ny-task-force-skal-finde-loesninger-paa-problemerne-med-digital-svindel/>

<sup>3</sup> Retailbarometer 2024

besværlig fra kundernes side, tilvælger to ud af fem forbrugere (18%) nemlig butikker med flere sikkerhedsforanstaltninger.<sup>4</sup>

*”Det er interessant at se, hvordan en gruppe danske forbrugere ligefrem tilvælger butikker, som gør noget ekstra for deres sikkerhed. Den gensidige tryghed for parterne bliver kun tiltagene, når de digitale løsninger er med til at gøre transaktionerne mindre mellem mennesker og mere bag digitale skærme. Forhandlerne gør klogt i at demonstrere overfor deres kunder, at de har styr på det, uden at det kræver en masse ekstra skridt,” fortæller Tobias Lindh, administrerende direktør, Adyen Norden & Baltikum.*

### **Danskerne er stadig åbne for teknologiske løsninger**

Det kan antages, at en af årsagerne til, at man de sidste ti år har set en stigning i frygten for betalingssvindel, skal findes i sammenhæng med udbuddet af digitale betalingsmetoder. Med alt fra mobile wallets, automatiseret check-outs og køb nu betal senere-teknologier (BNPL) er forbrugerens betalingsmuligheder blevet flere – og det har dermed også øget mulighederne for svindlerne.

Men på trods af en fortsat stigning i digital betalingssvindel og et større fokus på det i offentligheden, er de danske forbrugere stadig åbne over for de digitale betalingsløsninger. Kun knap hver tiende forbruger er usikre over at betale med digitale wallets. Ligeledes er kun 9% nervøse over at benytte andre digitale løsninger - såsom BNPL.<sup>5</sup>

### **Sammenligner med de nordiske naboer**

Sammenlignes de danske forbrugere med vores nordiske naboer er de langt mindre bekymrede for at benytte digitale betalingsmetoder i relation til betalingssvindel. Dette er en ret interessant tendens, når man ser det i relation til, at flere danskere har været ofre for betalingssvindel.

I alt har 32% af danskere oplevet betalingssvindel, mens tallene for Norge og Sverige er henholdsvis 30% og 26%. Dog føler svenskerne sig mere udsatte, og 32% af svenskerne frygter at blive udsat for betalingssvindel sammenlignet med de 25% af danskerne.<sup>6</sup>

Der er dermed ikke tale om en stor difference, men der tegner sig alligevel et billede af at Danmark kan anses som det nordiske land, som er mest åben overfor de digitale betalingsløsninger.

---

<sup>4</sup> Retailbarometer 2024

<sup>5</sup> Retailbarometer 2024

<sup>6</sup> Retailbarometer 2024



## **Om undersøgelsen**

Tallene i denne pressemeddelelse stammer fra en ny undersøgelse, Retailbarometeret 2024, som bliver offentliggjort i dag. Ønsker du det fulde overblik over Adyens undersøgelse, kan du finde Adyens Retailbarometer 2024 vedhæftet.

## **Om Adyen**

Adyen (AMS: ADYEN) er den finansielle teknologiplatform, der anvendes af mange af verdens førende virksomheder. Ved at tilbyde end-to-end betalinger, datadrevne indsigter og finansielle produkter i en enkelt, global løsning hjælper Adyen virksomheder med at nå deres mål hurtigere. Adyen har kontorer i flere lande og samarbejder med virksomheder som Elgiganten, Uber, H&M, Spotify og Microsoft.