

31.03.2022 - 08:00 Uhr

Zu schön, nicht wahr?! Präventionskampagne gegen Betrug auf Online-Marktplätzen



Bern (ots) -

Die Online-Marktplätze *anibis.ch*, *Ricardo* und *tutti.ch* lancieren gemeinsam mit der Schweizerischen Kriminalprävention und der Polizei eine Kampagne gegen Betrug bei Kleinanzeigen, Inseraten, Fixpreis- und Auktionsangeboten. Die Präventionskampagne mit dem absichtlich doppeldeutigen Titel "zu schön, nicht wahr?!" startet Ende März und wird bis Ende Jahr dauern. Auf der Kampagnenseite nichtwahr.ch werden die gängigsten Betrugsformen sowie die typischen Betrugsmerkmale vorgestellt und wie sich Nutzerinnen und Nutzer vor Betrug schützen können.

Der Handel von neuen und gebrauchten Gütern unter Privaten findet heute vorwiegend über Online-Marktplätze statt. Obwohl die Transaktionen mehrheitlich problemlos verlaufen, nehmen die Betrugsfälle auch auf Online-Marktplätzen zu. Die Betrugsformen sind vielfältig und reichen von falschen Markenartikeln und nie gelieferter Scheinware über Scheinkäufer bis zum nicht existenten Lieferdienst. Die Online-Marktplätze *anibis.ch*, *Ricardo* und *tutti.ch* sensibilisieren ab heute bis Ende Jahr gemeinsam mit der Schweizerischen Kriminalprävention und der Polizei ihre Nutzerinnen und Nutzer mit der Kampagne "zu schön, nicht wahr?!" auf die verschiedenen Betrugsformen.

Mit Präventionswissen gegen Betrug

Bei Betrugsdelikten im Internet gestalten sich die Ermittlungen meist schwierig. Die Täterschaft operiert mit falschen Angaben und häufig aus dem Ausland, was die Aufklärung erschwert. Um den Betrügerinnen und Betrügern das Handwerk zu legen, ist es deshalb umso wichtiger, dass es gar nicht zu einem Betrug kommen kann. Dies gelingt am besten, wenn ihre Vorgehensweisen in der Bevölkerung bekannt sind. Viele Betrugsversuche lassen sich durchschauen, wenn man die Betrugsmerkmale kennt. Darauf basiert die Präventionskampagne "zu schön, nicht wahr?!". Sie weist darauf hin, wann und warum bei einem Angebot oder Interessenten Vorsicht geboten ist. Das ist beispielsweise dann der Fall, wenn etwas zu schön, zu unbekannt, zu simpel, zu billig oder zu grosszügig ist.

Hintergrund zur Kampagne

Ausgangspunkt der Kampagne ist die Volksweisheit "Das ist zu schön, um wahr zu sein." Diese appelliert an den gesunden Menschenverstand, an die allgemeine Lebenserfahrung und an das ungute Gefühl, das entsteht, wenn etwas zu sehr vom Üblichen abweicht. Wenn also in Bezug auf eine Transaktion ein bestimmtes gewohntes Mass überschritten ist, kann ein Irrtum oder eine Täuschung vorliegen. Und wenn es sich um eine bewusste Täuschung handelt, dann geht es um Betrug und ist "nicht wahr!". Mit der Kampagne sollen die Konsumentinnen und Konsumenten darin bestärkt werden, auf solche Hinweise zu achten.

Pressekontakt:

Schweizerische Kriminalprävention:

Beatrice Kübli, Projektleiterin, Tel. 031 511 00 09, Mail: bk@skppsc.ch

Online-Marktplätze anibis.ch, Ricardo und tutti.ch:

Mojca Fuks, PR-Manager, mojca.fuks@ricardo.ch

Medieninhalte



Zu schön, nicht wahr?! Präventionskampagne gegen Betrug auf Online-Marktplätzen / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100011391 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Schweiz. Kriminalprävention / Prévention Suisse de la Criminalité/SKPPSC"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011391/100887256> abgerufen werden.