PRESSEMITTEILUNG

Aneta Šeráková
Gen
Aneta.Serakova@gendigital.com

FINN Partners für Gen
Gendigital@finnpartners.com

Norton Holiday Report 2026: 11 % der Deutschen wurden beim Online-Weihnachtseinkauf betrogen – 81 % der Betroffenen verloren Geld

Trotz Sorge vor Betrug geht ein Viertel der deutschen Verbraucher:innen beim Online-Shopping während der Feiertage höhere Risiken ein als im restlichen Jahr. Warum vor allem die Jagd nach Trend-Geschenken und der Einsatz von KI-Assistenten zu teuren Fehltritten führen, zeigt der aktuelle 2026 Norton Holiday Report.

TEMPE, Arizona – 5. November 2026 – Gefälschte Online-Shops, betrügerische Anzeigen und KI-generierte Inhalte verunsichern Verbraucher:innen beim Weihnachtseinkauf. Laut dem aktuellen *Norton Holiday Report 2026* geben 30 % der Deutschen an, dass die Menge an Betrugsversuchen und KI-generierten Inhalten im Internet sie in dieser Weihnachtssaison beim Online-Shopping zurückhaltender macht. In der Generation Z liegt dieser Anteil bei 46 %.

Die Verunsicherung spiegelt sich in den Einkaufsplänen wider: Von den 89 % der deutschen Befragten, die in dieser Weihnachtssaison zumindest teilweise online einkaufen wollen, planen 30 %, aus Sorge vor Online-Betrug, gefälschter Werbung oder KI-generierten Inhalten mehr Weihnachtseinkäufe im stationären Handel zu erledigen. Bei der Generation Z liegt dieser Anteil mit 49 % deutlich höher, bei der Generation X mit 20 % niedriger.

Gleichzeitig zeigen die Daten, wie real die Gefahren sind: 11 % der Deutschen wurden beim Online-Weihnachtseinkauf Opfer:innen eines Betrugs. 81 % der Betroffenen verloren dabei Geld. Der durchschnittliche finanzielle Verlust unter den Betroffenen, die Geld verloren, lag bei fast 500 Euro (479,62 Euro).

Riskantes Jagdfieber nach Trendartikeln

Obwohl 40 % der deutschen Verbraucher:innen angeben, guten Angeboten während der Feiertage mit Misstrauen zu begegnen, lassen sich 60 % von Schnäppchen beeinflussen. Die Suche nach stark nachgefragten Spielzeugen und Trendartikeln kann dabei mit riskantem Verhalten einhergehen.

Um an ein stark nachgefragtes Geschenk oder Spielzeug zu gelangen, haben Deutsche bereits folgende Risiken in Kauf genommen:

- **15 %** klickten auf eine Social-Media-Anzeige oder E-Mail mit einem entsprechenden Angebot – in der Generation Z waren es 30 %, bei den Millennials 20 %.
- **14 %** kauften bei einer ihnen unbekannten Website oder einem unbekannten Händler, angeführt von der Generation Z mit 23 % und den Millennials mit 20 %.
- **14 %** zahlten deutlich mehr als den Marktpreis eines Artikels, beispielsweise 25 % oder mehr über dem Originalpreis, darunter 21 % aus der Generation Z sowie 23 % der Millennials.
- **Ein Viertel (25 %)** stießen bei der Suche nach beliebten Artikeln wie Labubu, Jellycat oder Stanley Cups zudem auf verdächtige Websites oder Händler.

Darüber hinaus haben 20 % der deutschen Verbraucher:innen bereits bei einer Website oder einem Verkäufer gekauft, bei dem sie Betrug vermuteten, weil das Angebot zu verlockend schien. In der Generation Z lag dieser Anteil bei 46 %.

„Die Ergebnisse zeigen, dass das Bewusstsein für Online-Betrug nicht immer zu sichereren Einkaufsgewohnheiten führt“, erklärt Alexander Vucevik, Director CyberSafety Technology bei Norton. „Selbst wenn Verbraucher bei verdächtigen Angeboten vorsichtig sind, kann die Verlockung eines begehrten Geschenks oder eines hohen Rabatts dazu führen, dass sie Risiken eingehen, die sie normalerweise vermeiden würden. Betrüger nutzen genau diesen Konflikt aus und verwandeln mit überzeugenden Online-Shops und verlockenden Schnäppchen die Begeisterung der Käufer in eine offene Tür für Betrug.“

Zahl der blockierten Angriffe auf gefälschte Online-Shops in Deutschland mehr als verdoppelt

Ein Blick auf die Weihnachtssaison 2025 zeigt, dass Sicherheitsprodukte der Gen-Markenfamilie, darunter Norton, in Deutschland deutlich mehr Aktivitäten im Zusammenhang mit gefälschten Online-Shops blockierten als im Vorjahr.

- **Deutlicher Anstieg blockierter Angriffe:** Zwischen Oktober und Dezember 2025 blockierte Gen in Deutschland rund 3,59 Millionen Angriffe im Zusammenhang mit gefälschten Online-Shops. Im gleichen Zeitraum 2024 waren es rund 1,57 Millionen, ein Anstieg von rund 129 %.
- **Mehr blockierte Domains:** Die Zahl der blockierten Fake-Shop-Domains stieg von rund 43.000 im vierten Quartal 2024 auf rund 68.000 im vierten Quartal 2025 – ein Plus von rund 58 %.
- **Mehr Menschen geschützt:** Die Zahl der in Deutschland geschützten Nutzer:innen stieg im selben Zeitraum von rund 584.000 auf rund 1,28 Millionen, ein Anstieg von etwa 119 %.
- **Domains über längere Zeit erfasst:** In der Liste der 20 am häufigsten blockierten Fake-Shop-Domains in Deutschland weisen 18 Domains eine erfasste Lebensdauer von mindestens 180 Tagen auf.

KI im E-Commerce: Vertrauen bleibt begrenzt

Deutsche Verbraucher:innen stehen KI beim Einkaufen grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber: Fast drei Viertel (74 %) geben an, dass sie einen KI-Assistenten zum Einkaufen nutzen würden. Von diesen Befragten ist rund ein Drittel (34 %) zuversichtlich, dass ein KI-Assistent eine betrügerische Website beim Einkaufen erkennen und vermeiden würde. Der gleiche Anteil der Befragten (34 %) ist diesbezüglich nicht zuversichtlich.

Gleichzeitig haben bereits 57 % der Konsument:innen in Deutschland einen KI-Shopping-Assistenten oder -Agenten genutzt. Von diesen Nutzer:innen berichtet die Hälfte (50 %), dass ein solches Tool während der letzten Weihnachtssaison einen ihnen unbekannten Händler empfohlen oder einen Kauf bei diesem abgeschlossen hat.

Sechs Sicherheitstipps für den Weihnachtseinkauf

- **Den Shop vor dem Kauf gründlich prüfen:** Auf ungewöhnliche oder fehlerhafte Webadressen achten und nach dem Namen des Shops in Kombination mit Begriffen wie „Betrug“ oder „Erfahrungen“ suchen. Außerdem empfiehlt es sich, das Impressum auf die erforderlichen Angaben zu prüfen, insbesondere auf die Anschrift und, sofern zutreffend, Handelsregisterangaben.
- **Käuferschutz gezielt nutzen:** Die Bedingungen der jeweiligen Bezahlplattform sollten gezielt geprüft werden. Bei Zahlungsdiensten wie PayPal sollte für Einkäufe nicht die Option „Geld an

Freunde und Familie senden“ gewählt werden, da dafür kein regulärer Käuferschutz für Waren und Dienstleistungen gilt.

- **Direktzugriff statt Klick auf Werbelinks:** Statt Links in Anzeigen sozialer Netzwerke oder Werbe-E-Mails zu folgen, sollten Käufer:innen die Webadresse des Händlers direkt in den Browser eingeben oder dessen offizielle App nutzen.
- **KI-Empfehlungen unabhängig gegenprüfen:** Shopping-Assistenten können als Recherchehilfe oder Inspirationsquelle dienen. Bei unbekannten Händler:innen nicht blind auf automatisierte Empfehlungen verlassen, sondern vor dem Kauf unabhängige Bewertungen und die Seriosität des Anbieters prüfen.
- **Paketnachrichten kritisch hinterfragen:** Links zur Sendungsverfolgung in SMS oder E-Mails sollten nicht unbedacht angeklickt werden. Stattdessen empfiehlt es sich, den Lieferstatus direkt über die offizielle App oder Website des Logistikunternehmens oder Händlers zu prüfen.
- **Auf modernen Geräteschutz setzen:** Eine aktuelle Sicherheitslösung wie Norton 360 kann dabei helfen, potenziell gefährliche URLs, Phishing-Versuche und bösartige Downloads frühzeitig zu erkennen und zu blockieren.

Der vollständige *Norton Holiday Report 2026* ist unter https://de.norton.com/blog/research/holiday-scams-insights-report-2026 verfügbar.

Methodik

Die Umfrage wurde von Dynata in Deutschland vom 15. September 2026 bis zum 23. September 2026 online unter 1.000 Erwachsenen ab 18 Jahren durchgeführt. Die Daten wurden nach Alter, Geschlecht und Region gewichtet, um die nationale Repräsentativität sicherzustellen.

Über Norton

Norton ist ein führender Anbieter im Bereich Cyber Safety und unterstützt Millionen von Einzelpersonen und Familien mit preisgekrönten Lösungen zum Schutz ihrer Geräte, ihrer Online-Privatsphäre und ihrer digitalen Identität. Norton ist Teil von Gen (NASDAQ: GEN), einem globalen Unternehmen, das sich mit einem Portfolio vertrauenswürdiger Verbrauchermarken für digitale Freiheit einsetzt. Die Marken helfen Menschen dabei, ihr digitales und finanzielles Leben zu schützen und selbstbestimmt zu gestalten. Da KI zunehmend verändert, wie Menschen Informationen entdecken, Entscheidungen treffen und Transaktionen durchführen, entwickelt Gen eine Sicherheits- und Vertrauensbasis, die Menschen und ihre KI-Agenten dabei unterstützt, sich sicherer in der digitalen Welt zu bewegen. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen in den Bereichen Cybersicherheit, Online-Privatsphäre, Identitätsschutz und finanzielle Sicherheit unterstützt Gen fast 500 Millionen Nutzer:innen in mehr als 150 Ländern.

Weitere Informationen unter https://de.norton.com/ und GenDigital.com.