

Bedeutung der Gütesiegel im Internet für den Verbraucherschutz und Funktion des D21 Gütesiegel-Boards

aus Sicht eines Anbieters

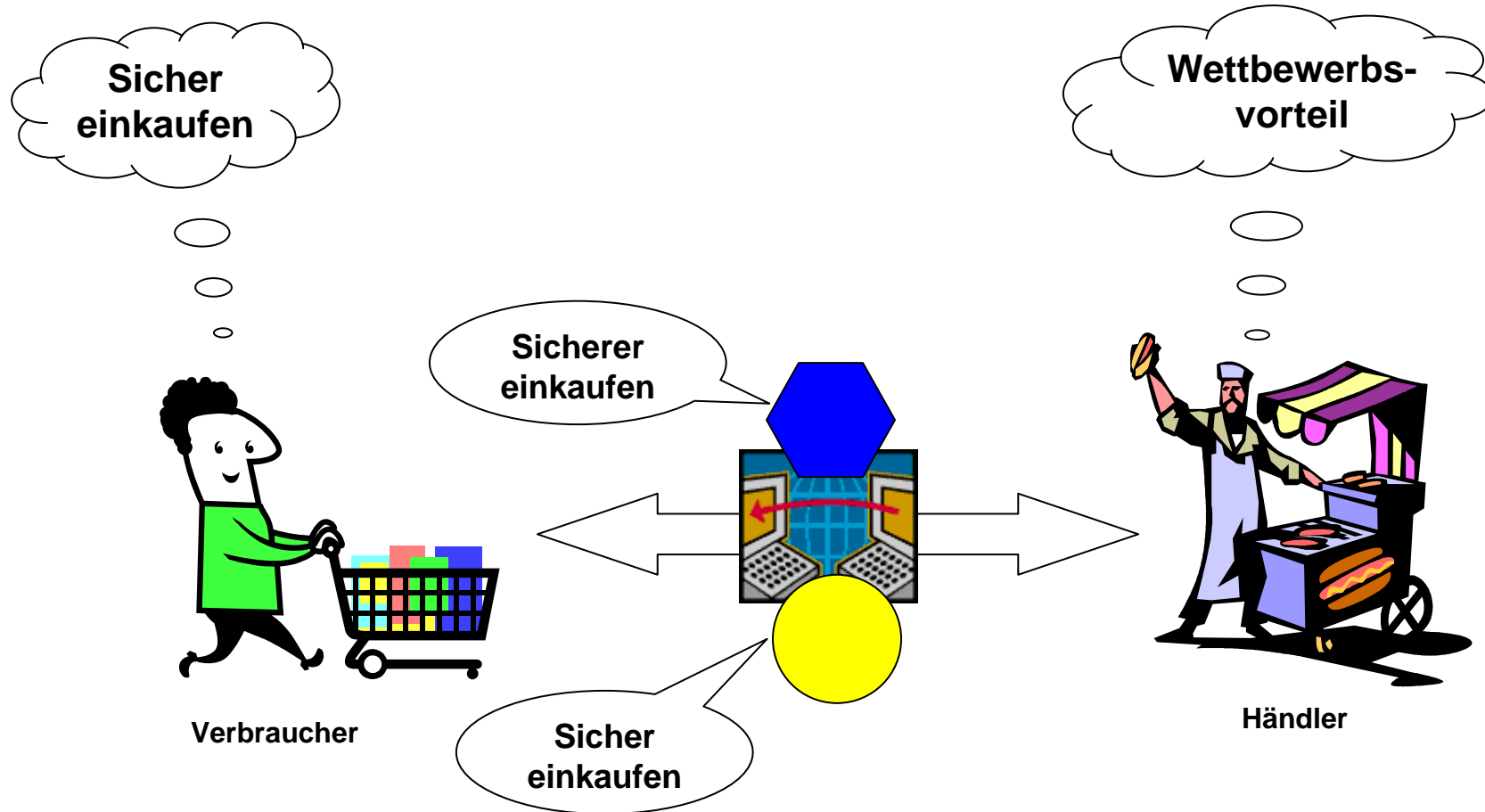
D21 Gütesiegelkongress

am 27. September 2004, DaimlerChrysler AG, Niederlassung Berlin

Rechtsanwalt Carsten Föhlisch

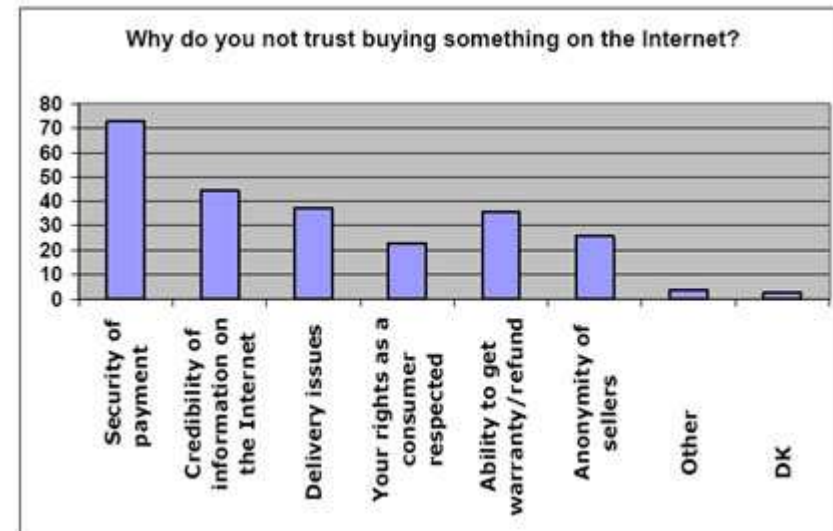
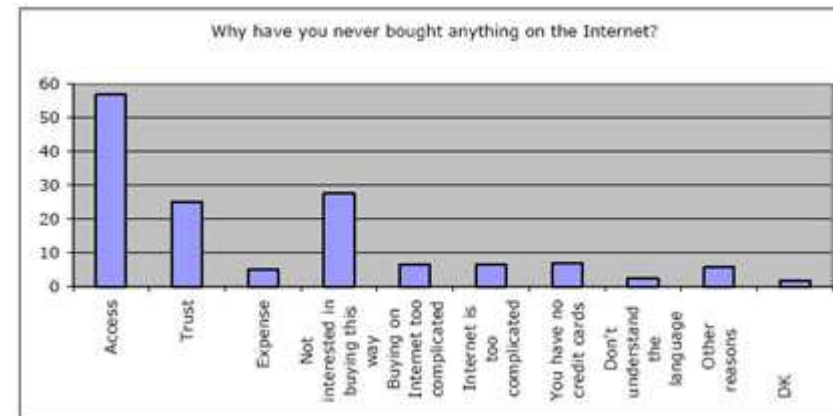
Justitiar der Trusted Shops GmbH, Köln

Funktionen des B2C (E-Commerce) Gütesiegels



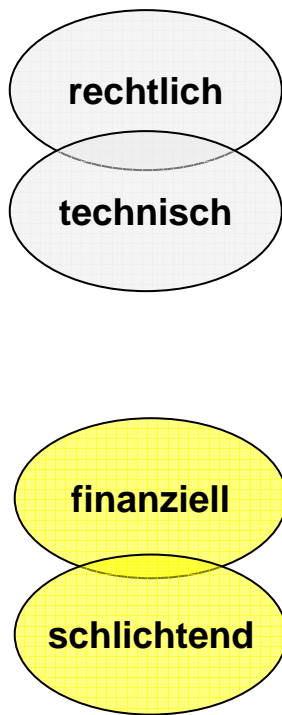
Eurobarometer*: Gründe für mangelndes Vertrauen

- Nur 16% der EU-Bürger kaufen online ein. Hauptbedenken sind...
- **48%: Sicherheit der Zahlung**
- **36%: Lieferprobleme (Verzug, Transportschäden, Nichtlieferung)**
- **38%: Rückerstattung des Kaufpreises (bei Rückgabe)**
- **27%: Glaubwürdigkeit der Anbieterangaben**
- **23%: Akzeptanz der Verbraucherrechte**
- **50% der Verbraucher haben größeres Vertrauen, wenn die Website mit einem Gütesiegel zertifiziert ist**
- **Nur 10% der EU-Bürger kennen Gütesiegel (Deutschland: 15%)**



* EU public opinion on issues relating to business to consumer e-commerce, March 2004

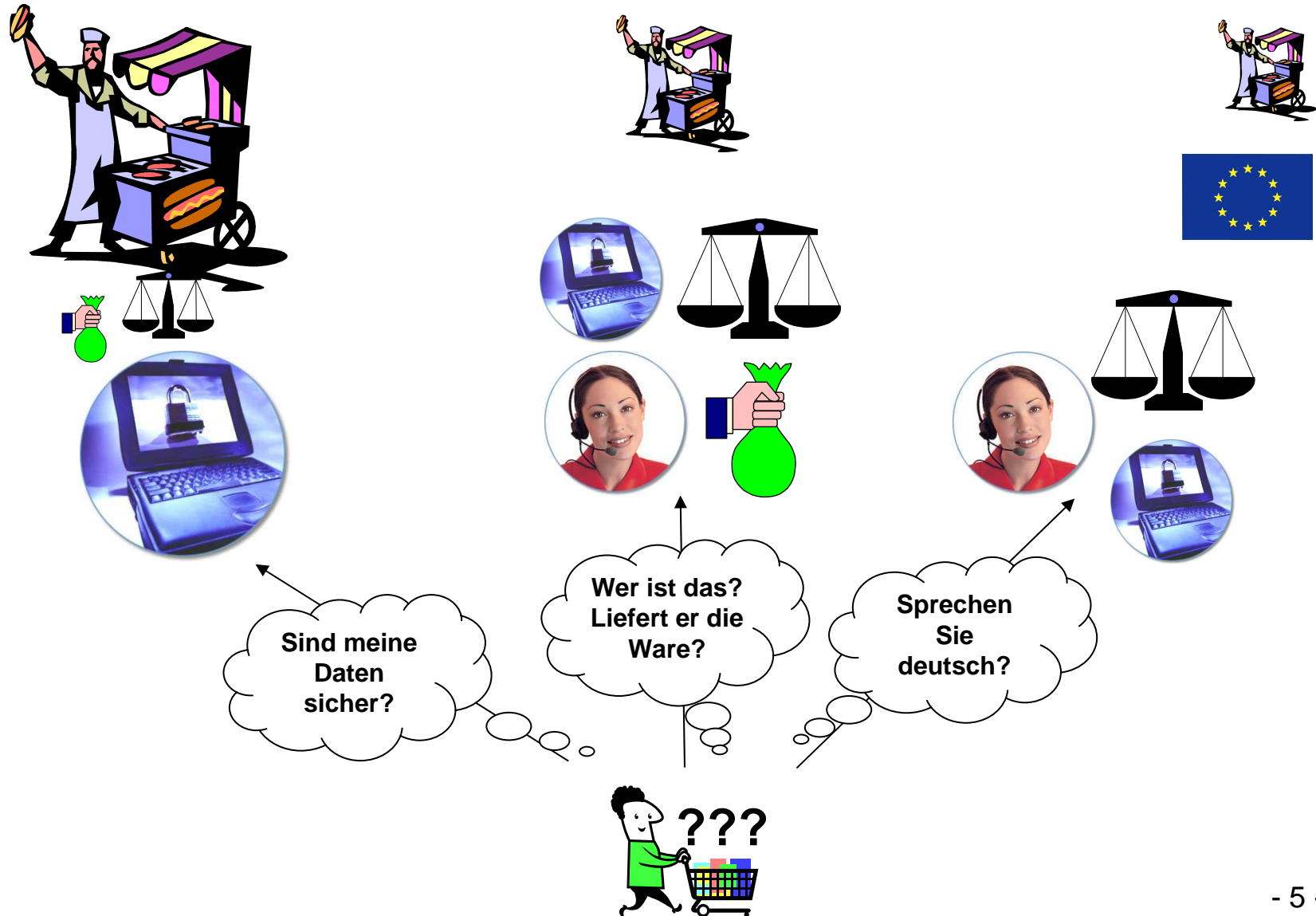
Prüf- und Schutzbereiche der Gütesiegel



Anbieter- information Transparenz	Bestellvorgang Widerrufsrecht AGB	Musterbestellung, Entzug des Siegels	Regress, Vertragsstrafe
Cookies, Privacy Statement	SSL, SET Server-Identität	Verpflichtung auf Datenschutz Datensicherheitsprüfung	
Ergänzende Information Zugang zum Verhaltenskodex Verifikationsmöglichkeit		Kaufpreiserstattung bei Nichtlieferung oder Rückgabe	Übernahme der Anwaltskosten
		Beschwerdemanagement Mediation, Alternative Streitschlichtung	



Schwerpunkte der verschiedenen Anbieter



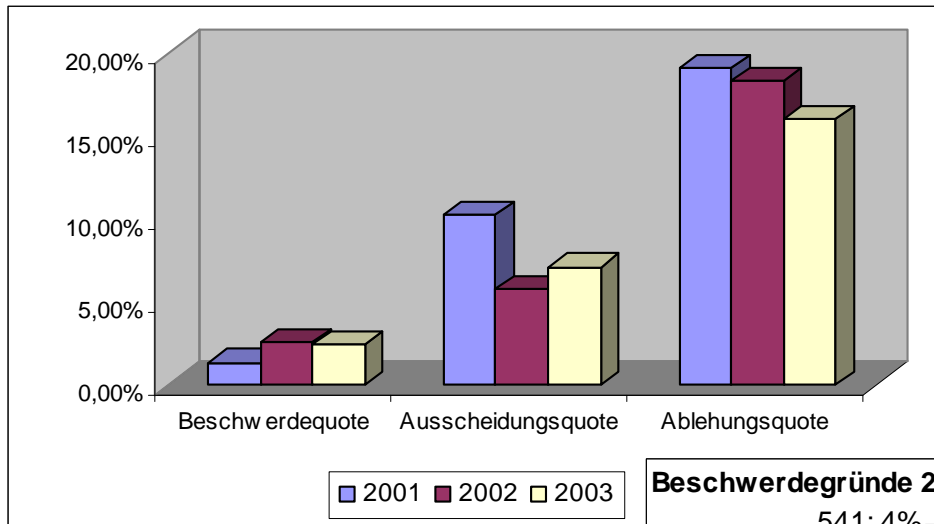
Zertifizierte Shops, Kundenkreis und Besonderheiten



Zertifizierte Shops*	Kundenkreis	Besonderheiten
956	überwiegend KMU einige größere Unternehmen Handel, Touristik	Bonitätsprüfung und Geld-zurück-Garantie, Marketing, Vorprüfung von Shop-Systemen, Streitschlichtung (Callcenter)
236	überwiegend KMU einige größere Unternehmen Handel, Portale	Europäisches Netzwerk, spezielles Siegel für Portale, Beratung Usability und Kundenservice, Streitschlichtung
37	überwiegend größere Unternehmen einige KMU Touristik, Handel, Versicherungen	Vor-Ort-Prüfung, Prozessbewertung, Security-Checks, teilweise Geld-zurück-Garantie, Beschwerdemöglichkeit

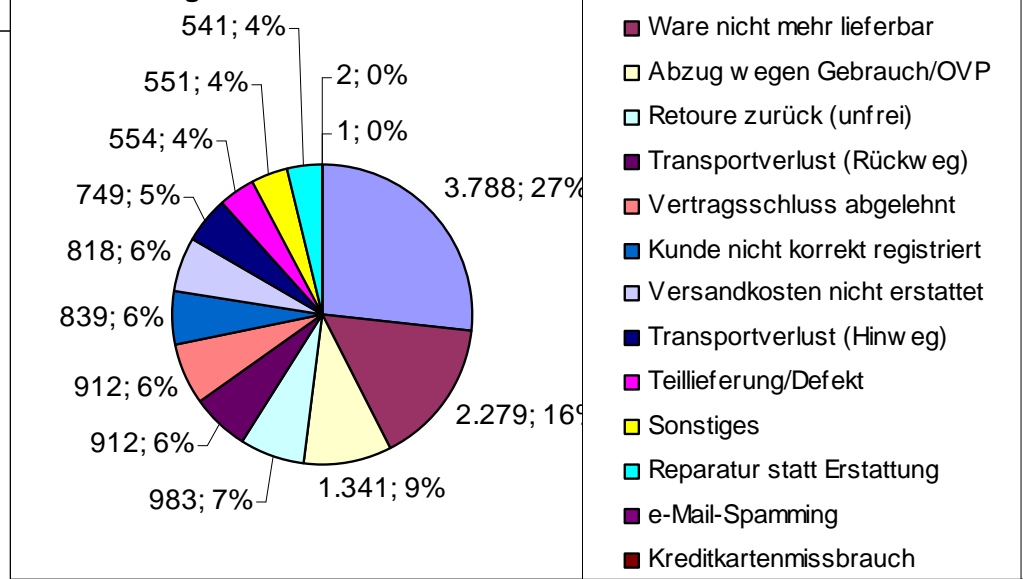
* Laut Anbieterwebsite (17.9.2004)

Verbraucherprobleme und Ausschlussquote*



Ø Beschwerdequote: **2,11%**
 Ø Ausscheidungsquote: **7,71%**
 Ø Ablehnungsquote: **17,82%**

Beschwerdegründe 2001-2003



* Trusted Shops Datenerhebung 2001-2003:
676.480 Transaktionen; 14.270 Beschwerden

Resonanz von Händlern und Verbrauchern

www.chateauonline.com: "Im Monat nach der Siegelvergabe konnten wir **überdurchschnittlich viele Besucher in Kunden konvertieren.**" (EHI)

www.dosmex.de: "Unsere Untersuchungen ergaben, dass sich der Anteil an **Vorkasse-Transaktionen** seit unserer Zertifizierung **um 60% erhöht** hat!" (Trusted Shops)

www.netonnet.de: "Die EHI-Prüfung hat uns geholfen, den **Bestellvorgang noch transparenter und einfacher** zu gestalten." (EHI)

www.jamon.de: "Wir konnten direkt nach der Vergabe des Gütesiegels eine **Umsatzsteigerung von 30%** verzeichnen!" (Trusted Shops)



05.02.2004: "Für Ihre Hilfe in dieser Angelegenheit bedanke ich mich recht herzlich bei Ihnen. Da ich die Vorzüge von Trusted Shop sehr zu schätzen weiß, werde ich **künftig nur noch bei Shops mit dem Trusted Shops-Gütesiegel bestellen.**" (Trusted Shops)

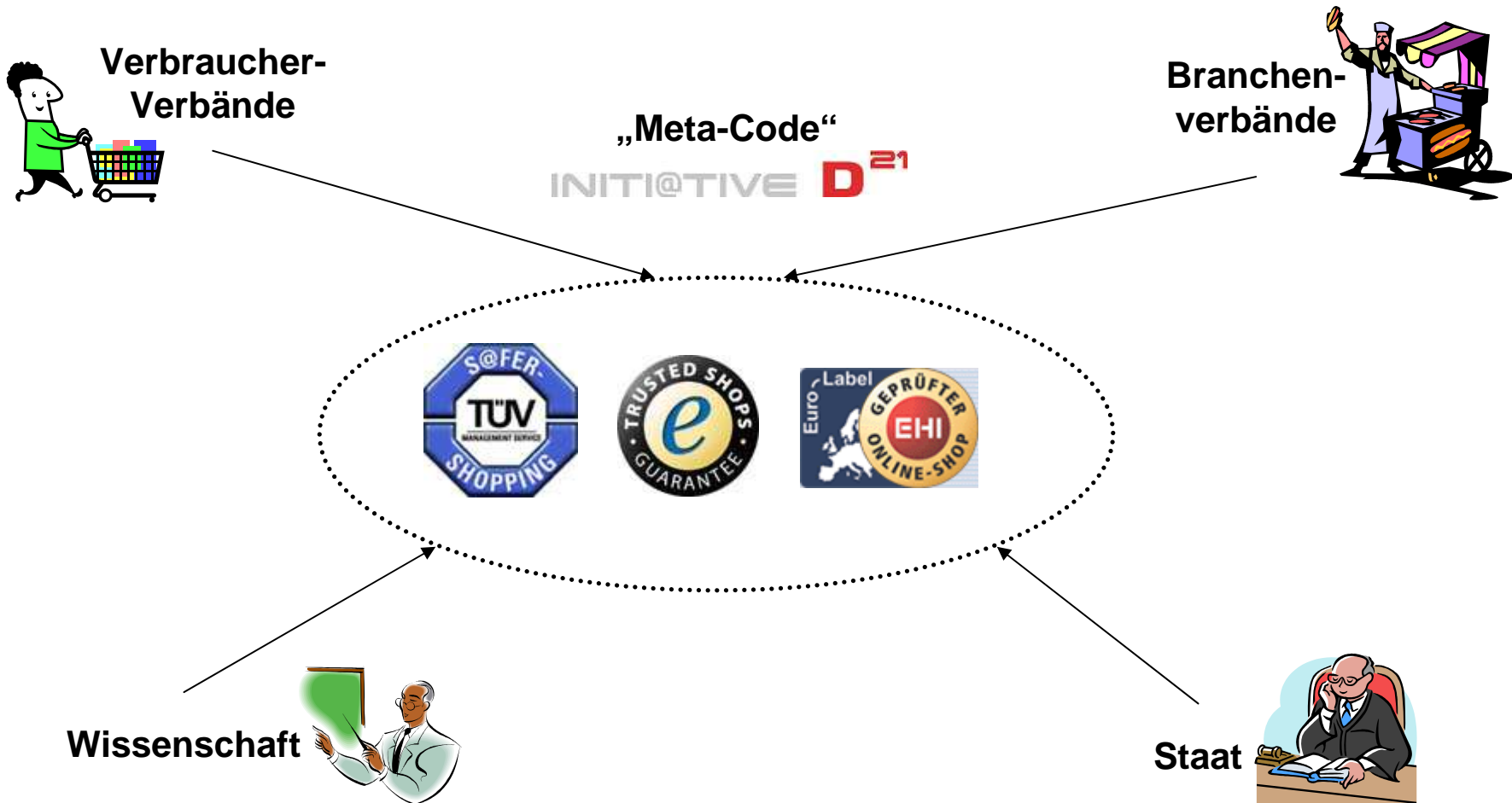
16.09.2004: "Ich habe heute am 16.9.2004 einen **Verrechnungsscheck über die entsprechende Höhe erhalten.** Ich betrachte die Sache damit für mich als erledigt. Nochmals besten Dank für Ihre Bemühungen." (EHI)

22.01.2004: „Heute ist **der gesamte Betrag auf meinem Konto eingegangen!** An dieser Stelle recht herzlichen Dank für Ihre Bemühungen. Ohne Ihre Hilfe, wäre dies bestimmt noch sehr aufwendig für mich geworden." (Trusted Shops)

08.09.2004: "Ich habe das gewünschte und **diesmal korrekte und funktionierende Kabel gestern erhalten.** Ich danke Ihnen sehr, das Sie sich so für die Kundenanliegen einsetzen!" (EHI)



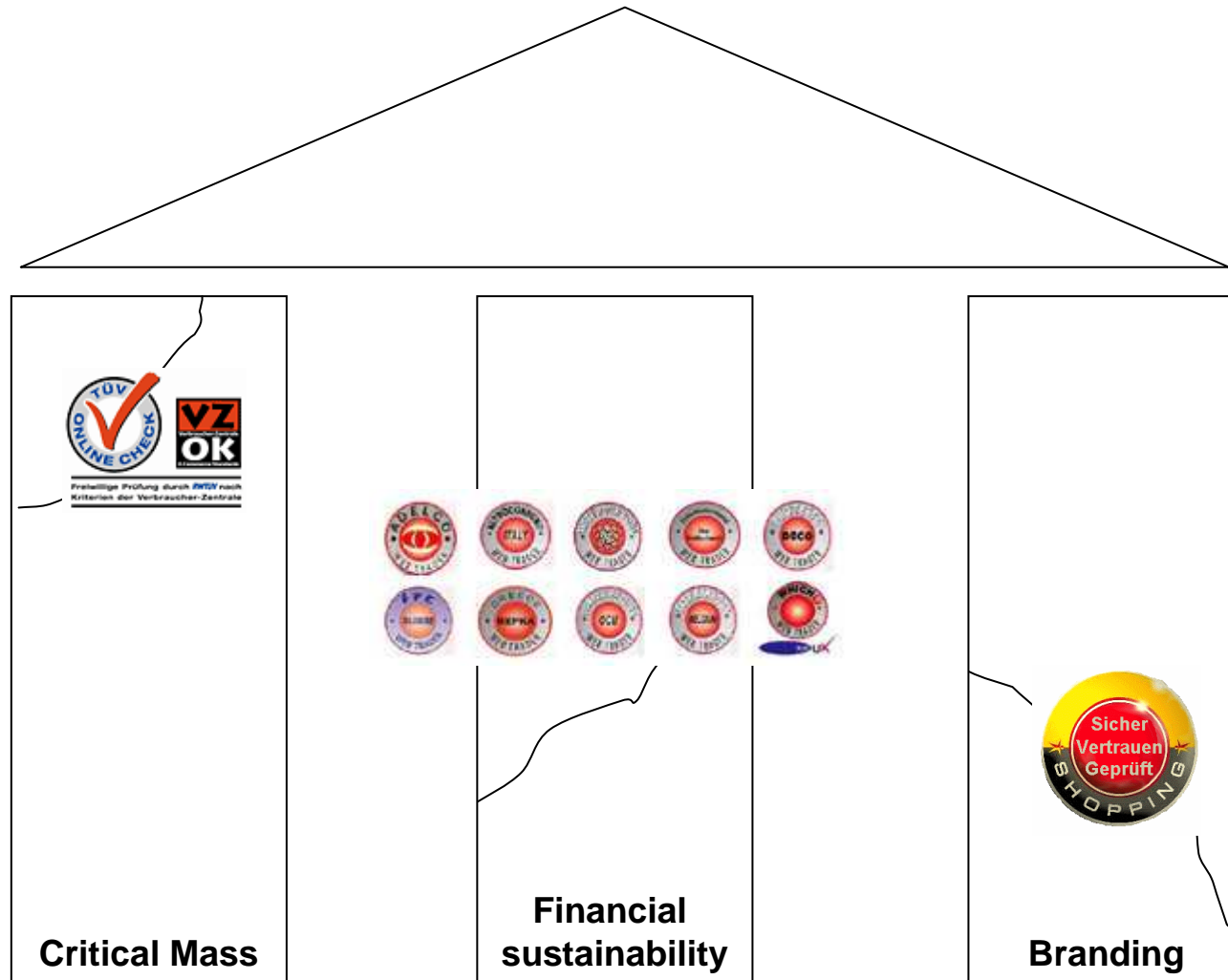
Entstehung der D21 Qualitätskriterien



Funktionen des D21 Gütesiegel Boards



Kritische Erfolgsfaktoren von Website-Labeling*



* cf. Programme for Comparative Media Law, University of Oxford, April 2003

Regulierung, Selbst- oder Co-Regulierung?

1. Privatwirtschaftliche Gütesiegel sind ein gut geeignetes Instrument, um effektiven und pragmatischen Verbraucherschutz im Internet zu gewährleisten.
2. Gütesiegelanbieter wollen keine neuen Verhaltenskodizes für Online-Händler schaffen, sondern bestehende Gesetze anwenden, durchsetzen und deren Einhaltung überwachen.
3. Hierfür ist ein ständiger Dialog mit den beteiligten Fachkreisen unerlässlich. Der begonnene Dialog sollte fortgesetzt und neu belebt werden.
4. Staatliche Siegel (z.B. für Datenschutzaudit) ergänzen private Gütesiegel, sind jedoch kein Ersatz. Vermeintliche Konkurrenz schadet dem Verbraucher.
5. Um Gütesiegel zu fördern, wäre die Information der Verbraucher (z.B. Broschüren) und Unterstützung kleinerer Händler (z.B. Subvention der Prüfgebühren) durch den Staat hilfreich.

Vielen Dank!

Bedeutung der Gütesiegel im Internet für den Verbraucherschutz und Funktion des D21 Gütesiegel-Boards

aus Sicht eines Anbieters

- **Funktionen des B2C (E-Commerce) Gütesiegels**
- **Eurobarometer: Gründe für mangelndes Vertrauen**
- **Prüf- und Schutzbereiche der Gütesiegel**
- **Schwerpunkte der verschiedenen Anbieter**
- **Zertifizierte Shops, Kundenkreis, Besonderheiten**
- **Verbraucherprobleme und Ausschlussquote**
- **Resonanz von Händlern und Verbrauchern**
- **Entstehung der D21 Qualitätskriterien**
- **Funktionen des D21 Gütesiegel Boards**
- **Kritische Erfolgsfaktoren von Website-Labeling**
- **Regulierung, Selbst- oder Co-Regulierung?**

Informationen www.internet-guetesiegel.de
Kontakt info@foehlich.de | foehlich@trustedshops.de