

Vertrauen als kritischer Erfolgsfaktor

Mehr Erfolg durch Online-Gütesiegel?

Internet World Kongress

26. Oktober 2005, Hotel Dorint Sofitel Bayerpost, München

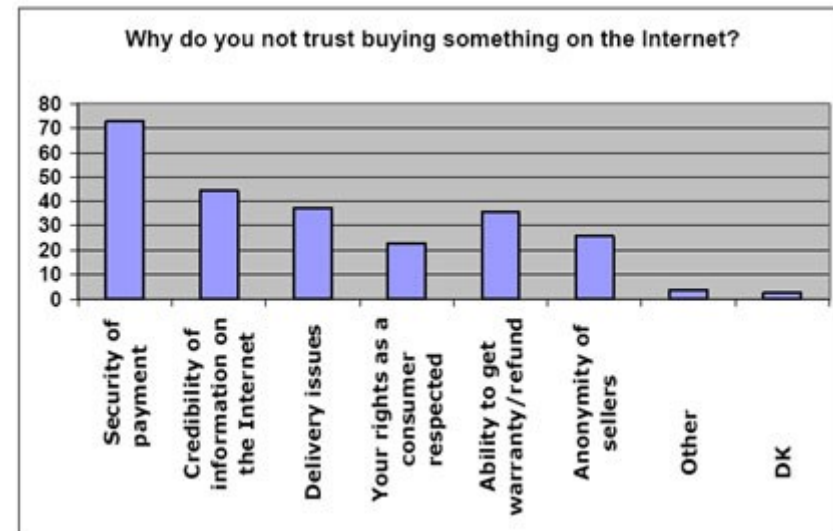
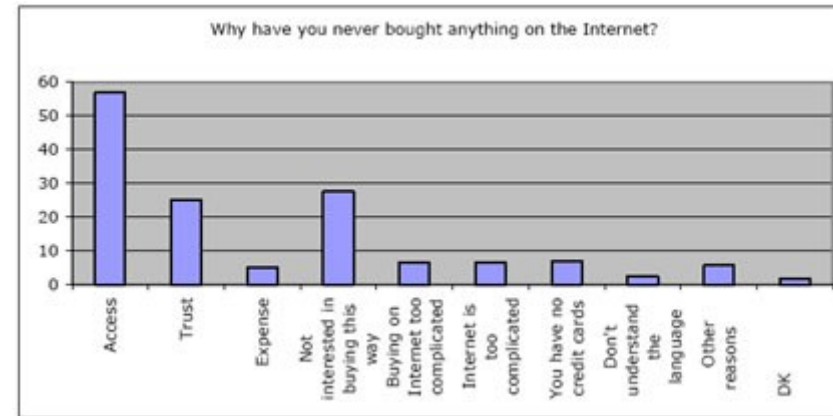
RA Carsten Föhlisch

stv. Vorsitzender des D21 Gütesiegel Monitoring Boards
und Justitiar der Trusted Shops GmbH, Köln

foehlich@trustedshops.de | www.internet-guetesiegel.de

Eurobarometer: Gründe für mangelndes Vertrauen

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



EU public opinion on issues relating to business to consumer e-commerce, face-to-face-interviews with 16,207 EU 15 citizens, published in March 2004

Ergebnisse der TNS Infratest Umfrage im Auftrag des D21 Gütesiegel Monitoring Boards

§ Wer online ist, kauft online ein

96% der Internetnutzer hat bereits in einem Online-Shop eingekauft oder an einer gewerblichen Internet-Auktion teilgenommen, davon 2/3 mehr als zehn mal. Dennoch fürchten mehr als neun von zehn Nutzern Datenmissbrauch und halten eine Überprüfung der Wahrung ihrer Kundenrechte durch Gütesiegelanbieter für erforderlich.

§ Die Konsumenten werden vorsichtiger

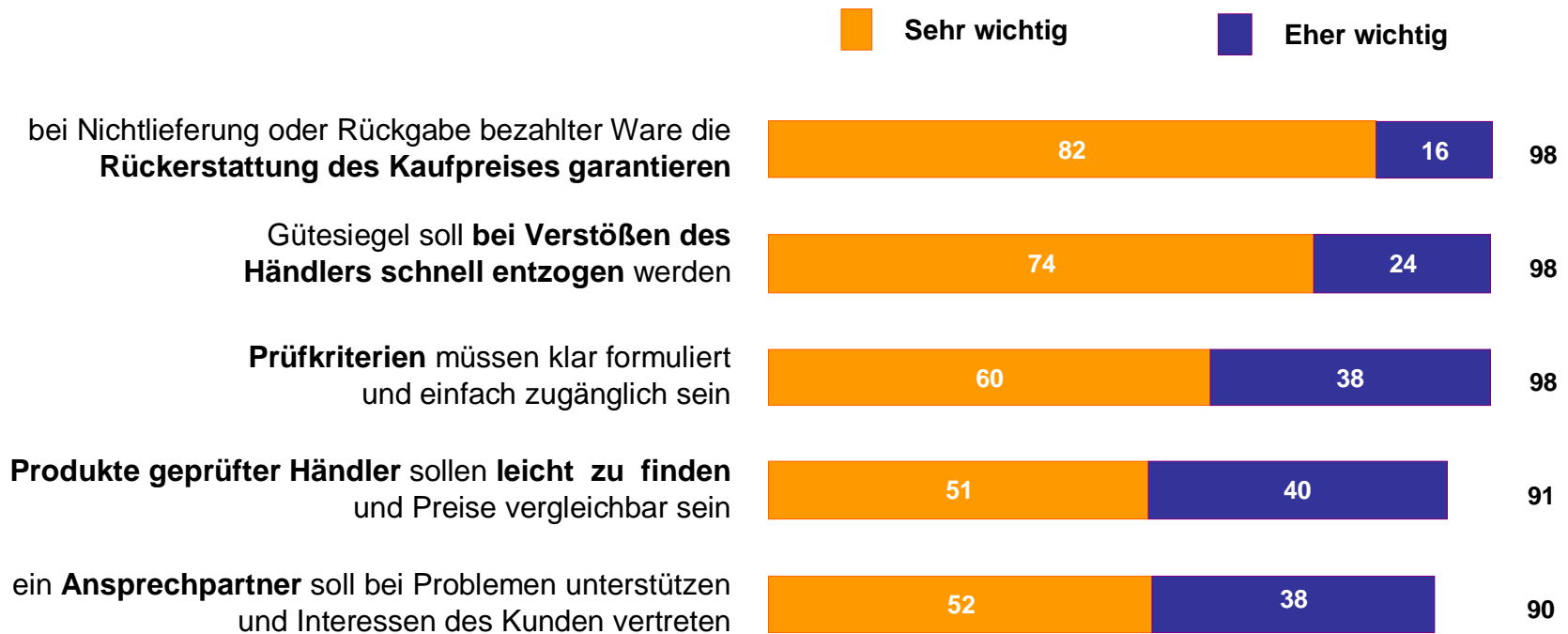
1/4 der Internet-Nutzer plant nicht, auch zukünftig über das Internet einzukaufen. Größte Bedenken sind: Weitergabe persönlicher Daten zu Werbezwecken (91%), Missbrauch von Zahlungs- bzw. Kreditkartendaten (83%) und Probleme bei der Warenlieferung bzw. Warenrückgabe (80%)

§ Online-Gütesiegel sind sehr wichtig oder wichtig

Für 76% sind Gütesiegel „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Insbesondere für Newcomer unter den Internet-Nutzern sind Gütesiegel bei der Kaufentscheidung „sehr wichtig“ (45%). 98% befürworten eine neutrale Steuerung der Gütesiegel-Vergabestellen

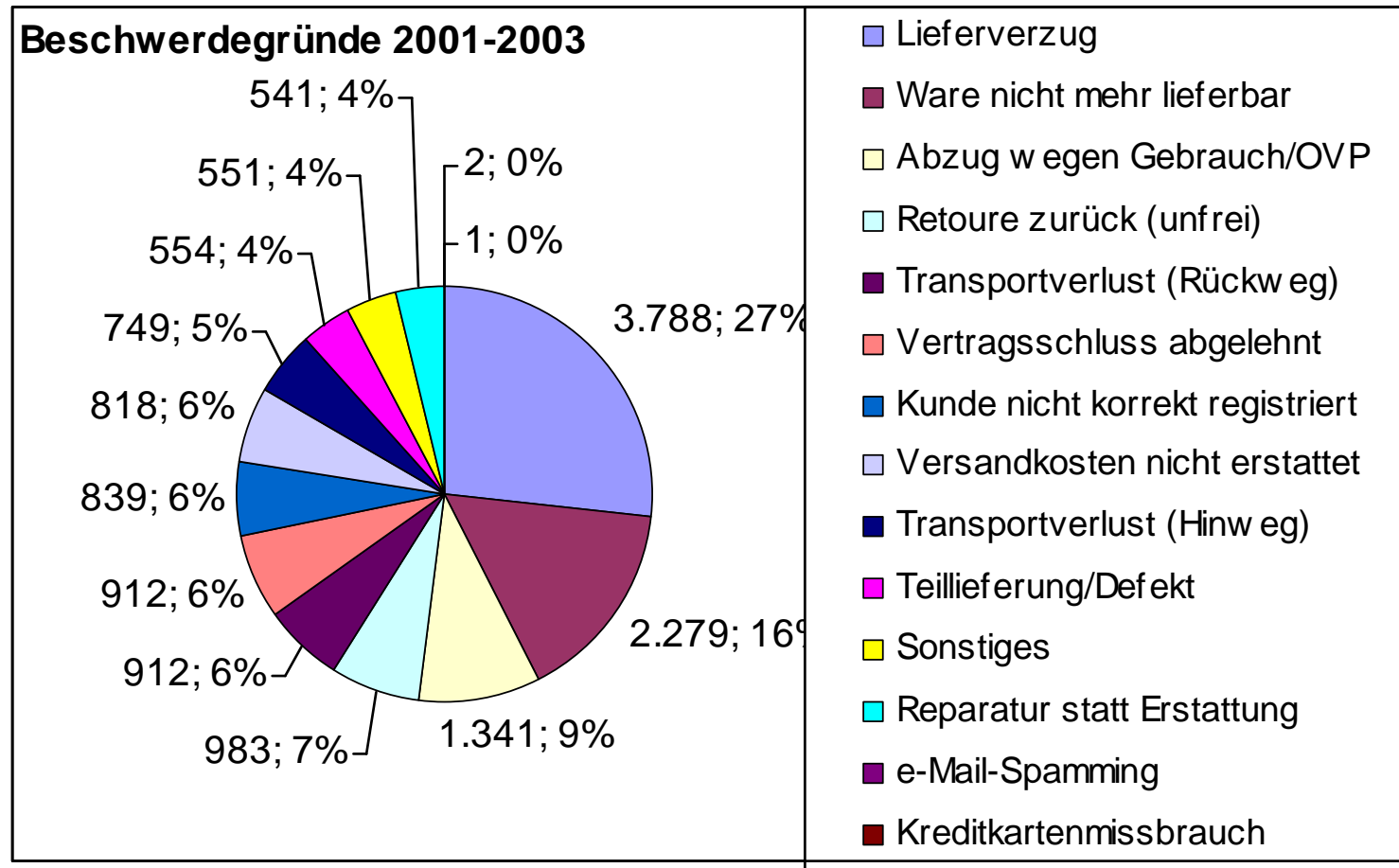
Umfrage mit dem TNS Online-Panel AskQ!, das repräsentativ die deutschen Internetnutzer über 14 Jahre abbildet. Auswertung basiert auf 1000 Fällen. Betrachtungszeitraum: 13.7.-21.7.2005

Erwartungen an eine Vergabestelle von Gütesiegeln



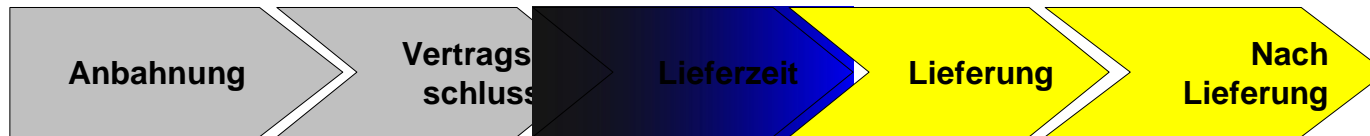
Online-Umfrage von TNS Infratest im Juli 2005 unter 1000 Nutzern (Auszug)

Verbraucherprobleme in der Praxis



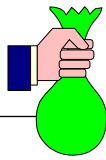


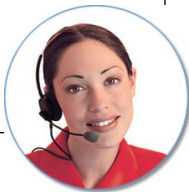
Trusted Shops Datenerhebung 2001-2003: 676.480 Transaktionen,
14.270 Beschwerden, Ø Beschwerdequote: 2,11%

Prüf- und Schutzbereiche der Gütesiegel







- rechtlich
- technisch
- finanziell
- schlichtend

Anbieterinformation Transparenz	Bestellvorgang Widerrufsrecht AGB	Musterbestellung, Entzug des Siegels		Regress, Vertragsstrafe
Cookies, Privacy Statement	Daten- vermeidung SSL, SET Server-Identität		Verpflichtung auf Datenschutz Datensicherheitsprüfung	
Verbraucherinformation Finanzielle Garantie Verifikationsmöglichkeit		Kaufpreiserstattung bei Nichtlieferung oder Rückgabe		Übernahme der Anwaltskosten
		Beschwerdemanagement Mediation, Alternative Streitschlichtung		



Schwerpunkte der verschiedenen Anbieter

	Anzahl der Zertifikate	Kundenkreis	Besonderheiten
	1326	überwiegend KMU einige größere Unternehmen Handel, Touristik	Bonitätsprüfung und Geld-zurück-Garantie, Vorprüfung von Shop-Systemen, Streitschlichtung (Callcenter), Produktsuche
	325*	überwiegend KMU einige größere Unternehmen Handel, Portale	Europäisches Netzwerk, spezielles Siegel für Portale, Beratung Usability und Kundenservice, Streitschlichtung
	64	überwiegend größere Unternehmen, einige KMU, Touristik, Handel, Versicherungen	Vor-Ort-Prüfung, Prozessbewertung, Security-Checks, teilweise Geld-zurück-Garantie, Beschwerdemöglichkeit
	8	Verwaltung, Öffentliche Einrichtungen, Gesundheitsanwendungen, Vereine, Versorger	Vor-Ort-Prüfung, datenschutzrechtliche Kriterien von Aufsichtsbehörden anerkannt

Anzahl der gültigen Online-Siegel laut Anbieterangaben (19.10.2005)

* Alle Eurolabel-Siegel in Europa (nicht nur EHI)

Zitate von Referenzkunden

§ „Durch **Trusted Shops** ist die **Zahlung per Vorkasse** auf bis zu **80 Prozent gestiegen!** Diese hohe Akzeptanz hat es uns erst ermöglicht, unsichere Zahlungsweisen (z.B. Bankabbuchung) nicht mehr anbieten zu müssen. Die Ersparnis konnten wir direkt an unsere Kunden weitergeben!“

Christian Vogt, vogtkuechentechnik.com

§ „Das **EHI** hat uns mit seinen tiefen Kenntnissen im Prozess des Online-Shoppings geholfen, den **Ablauf des Bestellvorgangs noch transparenter** zu gestalten und weiter zu optimieren. Dabei greifen die Experten des Institutes auf Ihr einschlägiges Wissen im Bereich der Benutzerführung im Shop zurück. Dies in Verbindung mit den Erkenntnissen des EHI aus dem permanenten Verbraucherfeedback macht für uns die Zusammenarbeit so wertvoll.“

Rudolf Vogel, netonnet.de

§ „Viele **Buchungsvorgänge wurden früher** vor der Transaktion persönlicher Daten **abgebrochen**. Der Grund war uns klar: Wir mussten mehr Vertrauen bei Kunden schaffen, wir mussten unsere Leistungsfähigkeit und unsere **Sicherheit dem Kunden nach außen aktiv dokumentieren**. ... Der Erfolg ist klar ersichtlich: Eine User-Befragung hat ergeben, dass das **s@fer-shopping**-Siegel den entscheidenden Impuls zur Durchführung einer Buchung geben kann.“

Anja Keckeisen, expedia.com

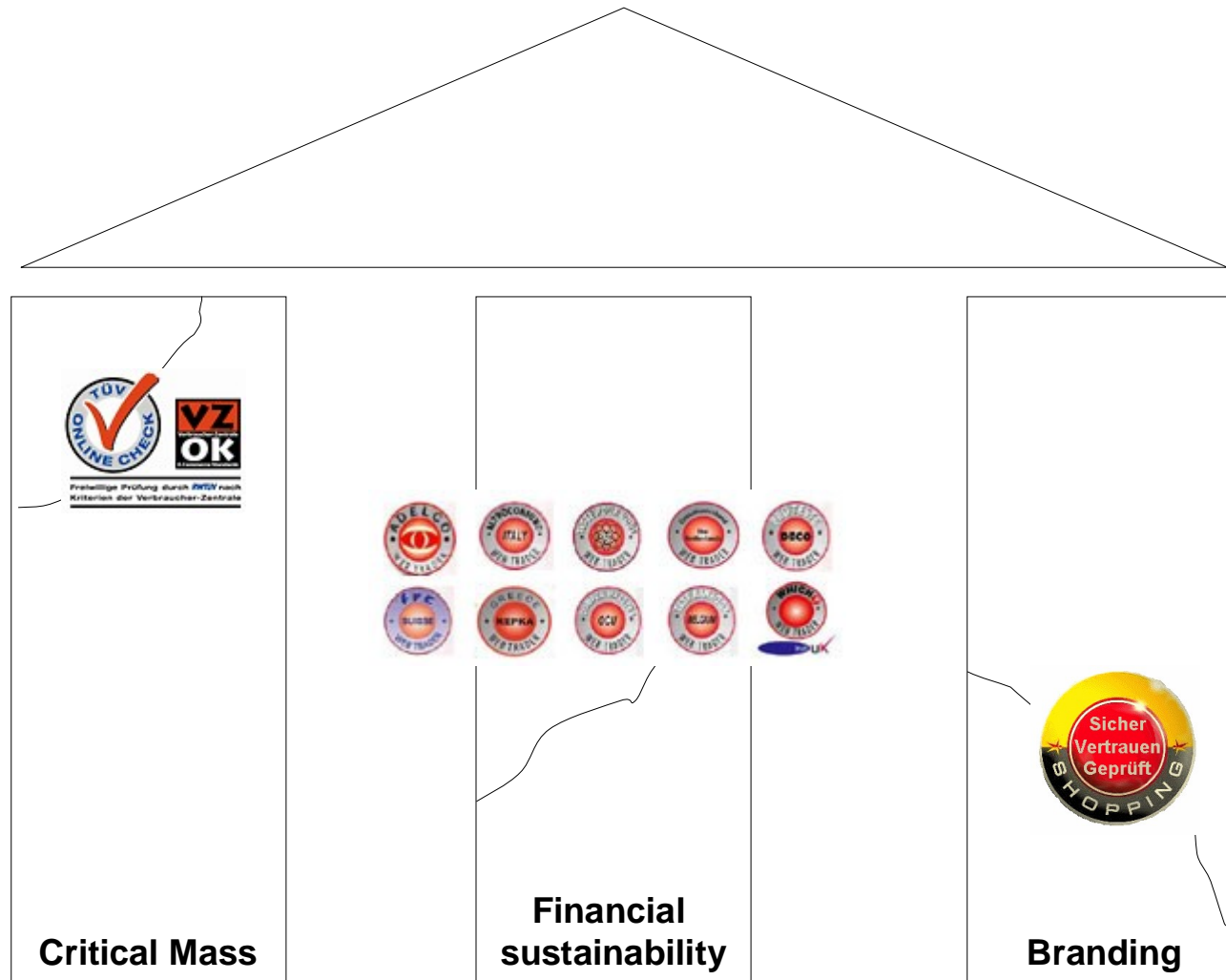
Funktionen des D21 Gütesiegel Boards

INITI@TIVE D²¹



- Fortschreibung des Mindeststandards
- Einbeziehung der Fachkreise
- Informationen für Verbraucher
- Orientierung für Händler
- Bearbeitung von Beschwerden
- Kontrolle der Anbieter
- Dialog und Konsolidierung

Kritische Erfolgsfaktoren von Website-Labeling



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

Thesen zu Online-Gütesiegeln

1. Verbrauchermisstrauen hemmt den Wachstumsmarkt E-Commerce

Verbraucher können auch bei professioneller Aufmachung, vorbildlichen AGBs und ausführlicher Datenschutzerklärung ihr Geld verlieren oder Opfer von Datenmissbrauch werden (z.B. Phishing, Spamming, Insolvenz). Vor allem kleinere und mittelständische Händler haben daher Schwierigkeiten, am Wettbewerb teilzunehmen.

2. Gütesiegel sind ein geeignetes Vertrauensinstrument

Gütesiegel geben Verbrauchern Gewissheit, dass der Händler geprüft wurde und fortlaufend überwacht wird. Händler können durch Gütesiegel die Einhaltung von Sicherheitsstandards und Beachtung von Verbraucherrechten kommunizieren. Gütesiegel helfen durch präventive Aufklärung der Händler, die häufig die (komplizierten) Verbraucherrechte schwer verstehen, Konflikte zu verhindern. Hält der Händler sich nicht an die Kriterien, kann der Gütesiegelanbieter die Rechte Verbraucher effektiv durchsetzen. In unklaren Fällen können Konflikte geschlichtet werden.

3. Gütesiegelanbieter müssen Mindeststandards einhalten

Es ist einfach, einen Kriterienkatalog aufzustellen und ein Logo im Internet zu präsentieren. Seriöse Gütesiegelanbieter müssen Mindeststandards einhalten, die über das gesetzlich Erforderliche hinausgehen (Kriterien, Infrastruktur, Prozesse, Qualität der Beschwerdebearbeitung etc.)

4. Gütesiegelanbieter müssen gegenüber dem Verbraucher haften

Die Verbraucher verlieren ihr Vertrauen in die Wirksamkeit des Gütesiegels, wenn bei Verstößen gegen geprüfte Kriterien nur das Siegel entzogen wird, ohne dass die Rückerstattung des Kaufpreises garantiert wird (siehe Umfrage). Der Mehrwert eines Gütesiegels gegenüber den Verbraucherschutzgesetzen besteht weniger in geschriebenen Kriterien als in der Unterstützung und Entschädigung der Verbraucher in Problemfällen.

5. Politik sollte die Verbraucher aufklären und Rahmenbedingungen schaffen

Aufklärung durch die Politik ist notwendig, damit die Verbraucher eine verlässliche Orientierung haben und die Angebote stärker wahrgenommen werden. Dies setzt voraus, dass seriöse Gütesiegelanbieter erkannt werden und sich ihrerseits im Markt abgrenzen können. Die Politik sollte hierfür geeignete Rahmenbedingungen schaffen (z.B. durch Institutionalisierung des D21 Monitoring Boards).