

Geprüfte Qualität kommt an

Gütesiegel für Online-Shops dokumentieren, dass Nutzer einem Angebot zu Recht vertrauen. Neben den bereits etablierten klassischen Siegeln finden nun auch neue Konzepte ihre Nische.

Text _ Karsten Zunke

Mehr als die Hälfte aller Internet-Nutzer kauft bereits im Web ein. Die Handelsverbände rechnen mit weiter steigenden Online-Umsätzen. Neben der zunehmenden Web-Affinität der Deutschen hat das gewachsene Vertrauen in die Sicherheit des Online-Handels zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Zertifikate für Internet-Läden spielen dabei eine wichtige Rolle. »Gütesiegel stellen inzwischen gerade für unbekanntere Online-Shops eine der wichtigsten vertrauensbildenden Maßnahmen dar«, sagt Kai Hudetz, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung in Köln.

Vertrauen schaffen

Darüber hinaus könne Vertrauen durch zahlreiche weitere Maßnahmen geschaffen werden – zum Beispiel durch ein transparentes Bewertungssystem, eine professionelle Website-Gestaltung und insbesondere durch eine klare Darstellung von Kosten, Lieferpauschalen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Die Gütesiegel sind zweifelsfrei das Aushängeschild für vertrauenswürdigen E-Commerce. Zahlreiche Anbieter solcher Siegel tummeln sich im Markt. Denn obwohl Verbraucher aufgeklärter sind als vor zehn Jahren: »Heutzutage ist es leicht, mit einer gut gestylten Plattform visuell zu beeindrucken. Schwarze Schafe unter den Online-Shops sind auf den ersten Blick nicht zu erkennen«, sagt Roland Appel, Vorsitzender des Gütesiegel-Boards der Initiative D21. Wichtige Anhaltspunkte würden die von D21 empfohlenen Gütesiegel geben, »weil die Mitgliedsunternehmen des Board nicht nur ihre Kundenshops auf Mindestkriterien

verpflichten, sondern Streitschlichtung und auch versicherte Transaktionen anbieten«. Zudem erhalten die Shopbetreiber durch die Gütesiegel wichtige Informationen über Verbraucherrechte und die Gesetzeslage. Denn nicht immer sind alle Fehler, die Shopbetreiber machen, böswilliger Art. Manche kennen einfach die Rechtslage nicht ausreichend – beispielsweise Auszeichnungspflichten, Nebenkosten, Transparenz des Angebots oder Rücknahmepflichten. Oder sie haben sich noch nie mit Datenschutzfragen beschäftigt. »Gütesiegel leisten da auch praktische Hilfestellung«, erläutert Appel.

Ausgestellt werden die Gütesiegel für Online-Shops von Organisationen oder Unternehmen. Dazu müssen die E-Commerce-Angebote bestimmte Kriterien erfüllen und ein Prüfverfahren durchlaufen. Zu den bekanntesten Siegeln zählen hierzulande »Trusted Shops«, »Geprüfter Online-Shop (EHI)« und das TÜV-Siegel »Safer Shopping«.

»Trusted Shops« gilt als europäischer Marktführer und bietet den Kunden seiner zertifizierten Shops unter anderem einen Käuferschutz mit Geld-zurück-Garantie. Dieser Garantieservice ist für den Verbraucher kostenfrei. Bei Nicht-Lieferung durch den Shop oder Kreditkartenmissbrauch wird den Verbrauchern der Kaufpreis erstattet. Mehr als 1.000 Shops wurden bereits zertifiziert. Das Siegel »Geprüfter Online-Shop« wird vom EHI Retail Institut vergeben, das auch Zertifizierungspartner des Bvh Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. ist. Es genießt schon deshalb großes Ansehen. Auch das TÜV-Siegel profitiert von seinem guten Namen und zeichnet

sich durch eine besonders umfangreiche Prüfung aus.

Aber es gibt auch andere Konzepte, beispielsweise das »eKomi«-Siegel, das auf Echtzeit-Kundenbewertungen des Online-Shops basiert. Es ist eine Art nutzergeneriertes Gütesiegel, das von unabhängiger Stelle vergeben wird. Dazu wird der Shop nicht einmalig zertifiziert, sondern kontinuierlich durch Kunden geprüft, die ihre Meinung zum Shop abgeben. Der Internet-Händler bindet ein Widget auf seiner Website ein, in dem die durchschnittliche aktuelle Bewertung und die Anzahl der abgegebenen Meinungen angezeigt wer-





den. Die Lösung von Shopauskunft funktioniert ähnlich. Vergleichsweise neu im Markt ist das »Pixi Versandsiegel«. Dabei handelt es sich um ein Gütesiegel für den Kundenservice. Auf dem Versandsiegel wird der Anteil aller Bestellungen angezeigt, die innerhalb der vergangenen 24 Stunden versendet worden sind. Die angezeigte Kennzahl wird einmal täglich automatisch aktualisiert.

Andere Zertifikate sind auf einzelne Branchen spezialisiert, so wie das »Chip-Online-Shop«-Gütesiegel, das ausschließlich für IT/TK-Shops vergeben wird. Online-Shops, die vom Magazin »Chip« zertifiziert sind, müssen jederzeit mit verdeckten Testeinkäufen rechnen, mit denen »Chip-Online« die Einhaltung der Kriterien überprüft. Das Siegel »Ips – Internet Privacy Standards« wird für vorbildlichen Daten- und Verbraucherschutz auf Web-Portalen vergeben.

Je nach Umfang der Prüfung kann ein Shop-Gütesiegel in wenigen Tagen oder Wochen vergeben werden. An welcher Stelle das zugehörige Logo im Web-Shop platziert wird, bleibt in der Regel dem Betreiber überlassen. Einfache Prüfungen sind bereits für ein paar Hundert Euro pro Jahr möglich, aufwendige mit zusätzlichem intensiven Backend-Check und Vor-Ort-Audit kosten vierstellige Euro-Beträge.

Besonders umfangreich ist beispielsweise die Prüfung des TÜV Süd. Hier werden die Gebrauchstauglichkeit und Handhabbarkeit des Internet-Auftritts aus Kundensicht ebenso betrachtet wie sämtliche Serviceaspekte – von der Bestellabwicklung bis zum Beschwerdemanagement. Auch die technische und organisatorische Si-

cherheit kommt auf den Prüfstand. In einem ersten Schritt wird der Internet-Auftritt bewertet: Konkret werden der Seitenaufbau, das Navigationskonzept sowie die dargebotenen Informationen auf Vollständigkeit und Verständlichkeit untersucht. Im nächsten Schritt wird mithilfe von Port-Scanner, Security-Scanner und weiteren speziell entwickelten Werkzeugen und Scripten der Sicherheitsstatus durch die IT-Experten des TÜV SÜD überprüft. Neben dem Web-Server und den Web-Applikationen sind dies auch online zugängliche Systeme wie Firewalls, Router, Mail- und Name-Server. Schließlich erfolgt eine Bewertung vor Ort. Neben der virtuellen, kommt dann auch die reale Existenz und die Organisationsstruktur des Online-Shop-Betreibers auf den Prüfstand.

Conversion-Turbo für kleine Shops

Als Shopanbieter bei einer Zertifizierung nur auf den Aufwand und die Kosten zu schauen, wäre aber zu kurz gedacht. Vielmehr sollte man auf solche Siegel setzen, die beim Kunden einen hohen Bekanntheitsgrad und – vor allem – Vertrauen genießen. »Der Aufwand einer Zertifizie-

rung lohnt sich vor allem dann, wenn der Shop beziehungsweise der Shopbetreiber wenig Glaubwürdigkeit zugeschrieben bekommt. Dann ist der Wirkungsgrad eines Siegels relativ ausgeprägt und groß. Bekannte Shops, die zudem ein positives Image haben, profitieren – relativ gesehen – weniger von einem solchen Siegel«, sagt Thorsten Wilhelm, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von E-Result in Göttingen. Laut Untersuchungen seines Instituts prüfen drei von vier Online-Shoppern, ob ein besuchter Web-Shop ein oder mehrere Siegel aufweist. Gut 16 Prozent der Befragten gaben an, schon einmal einen Kauf abge-

brochen zu haben, weil der Shop über kein Gütesiegel verfügte.

Das ECC Handel am Institut für Handelsforschung in Köln kommt zu einem ähnlichen Ergebnis. In einem sehr umfangreichen Experiment mit fast



15.000 simulierten Testkäufen hat man überprüft, wie sich Gütesiegel auf Kaufwahrscheinlichkeiten auswirken. »Der Befund ist eindeutig. Gütesiegel schaffen Vertrauen, sie reduzieren Kaufabbrüche und erleichtern die Kundenakquisition«, sagt Hudetz. Besonders eklatant war dieser Effekt bei höherpreisigen Produkten. Hier konnten Gütesiegel zu erheblich geringeren Kaufabbrüchen führen. »Gütesiegel sind vor allem ein Instrument der Kundenakquisition. Bei bestehenden Kunden sind die Effekte naturgemäß wesentlich schwächer, da hier das Vertrauen vor allem aus den bisherigen Erfahrungen resultiert«, sagt Hudetz.

»GÜTESIEGEL SCHAFFEN VERTRAUEN, SIE REDUZIEREN KAUFABBRÜCHE UND ERLEICHTERN DIE KUNDENAKQUISITION.«

KAI HUDEZ, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung, Köln

Letztlich sollte bei der Auswahl eines Gütesiegels für den eigenen Shop auch bedacht werden, dass die Gütesiegel nicht nur anerkannt sind, sondern auch dem Shopbetreiber einen realen Mehrwert liefern. »Und der besteht nicht nur in der Wirkung des Siegels, sondern auch in der Beratung und Unterstützung, die er vom Siegelanbieter erfährt, oder der Streitschlichtung. Außerdem muss der Gütesiegelanbieter bei Verstößen die Shops sanktionieren können, von der Abmahnung über die Vertragsstrafe bis zum sofortigen Siegelentzug«, erläutert Appel.

redaktion@acquisa.de

• 1

→ ÜBERBLICK WICHTIGE GÜTESIEGEL FÜR ONLINE-SHOPS

In dieser Übersicht finden Sie wichtige Gütesiegel, mit denen Online-Shops bei ihren Kunden für Vertrauen sorgen können.

Anbieter	Name des Gütesiegels	Besonderheit	Zielgruppe	Shops	Zertifizierungskosten	Monatliche Gebühren
EHI Retail Institute GmbH www.shopinfo.net		E-Komi Kundenbewertungs-Tool integriert ohne Aufpreis	alle Größenordnungen von Shops	350	ab 750 Euro pro Jahr, nach Umsatzklassen gestaffelt	keine
E-Komi Ltd. www.ekomi.de		zertifiziert den Online-Shop indirekt durch echte Kundenbewertungen, Gütesiegel von Verbrauchern für Verbraucher	Unternehmen mit Online-Fokus, insbesondere Online-Händler und Hotels	über 3.500	ab 49 Euro	ab 39 Euro
TÜV SÜD Management Service GmbH www.safer-shopping.de		umfangreiche Prüfung inklusive Vor-Ort-Audit	Online-Shops, Online-Reiseportale, Online-Versicherungen	rund 150	abhängig von Größe und Umfang des Shops, ab ca. 4.000 Euro	keine
Datenschutz Cert GmbH www.datenschutz-cert.de		Siegel für Datenschutz und Verbraucherschutz auf Web-Portalen	alle Anbieter von Online-Dienstleistungen, E-Government, E-Commerce etc.	22, davon 3 Online-Shops	von Umfang und Funktionalitäten des Portals abhängig	Festpreis für 2 Jahre
Shopauskunft.de GmbH www.shopauskunft.de		basiert auf Shopbewertungen der User	spezialisiert auf Online-Shops	mehr als 5.000	0	0 bis 49 Euro
Trusted Shops GmbH www.trustedshops.de		über 100 Prüfungskriterien, Käuferschutz mit Geld-zurück-Garantie	alle Online-Händler	mehr als 7.000	Zertifizierungskosten in den monatlichen Beiträgen enthalten	ab 49 Euro bei vorzertif. Shop-Software, sonst ab 59 Euro (Einrichtungsgebühr 89 Euro)
Chip Online www.chip.de		Qualität wird ständig getestet	IT/TK-Branche, Sparten-Händler dort ebenso wie Vollsortimenter und Cross-Seller	mehr als 500	490 Euro	keine
Mad Geniuses GmbH www.pixi.eu		Siegel für die Versandgeschwindigkeit	Online-Shops, E-Commerce, Shopgrößen unabhängig	ca. 25 (verfügbar seit 01.05.2010)	Enthalten im »Pixi« Software-Paket	Enthalten im »Pixi« Software-Paket

Quelle: Angaben der Hersteller, eigene Recherche, kein Anspruch auf Vollständigkeit