

Immer mehr Shops nutzen den "Gütesiegel Effekt"

☒ Allein in Deutschland nutzen mittlerweile weit über 4.000 Shopbetreiber anerkannte Shop-Gütesiegel. Denn der wirksame Einfluss auf die Kaufabbruchrate und den daraus resultierenden Mehrumsatz liegt auf der Hand und wurde schon durch verschiedene Studien belegt.

Doch wie wirkt sich ein Shop-Gütesiegel eigentlich genau aus?

Zwei Drittel der deutschen Internetschopper haben bereits einmal eine Bestellung abgebrochen, weil ihnen der besuchte Shop nicht seriös genug erschien. Die Hälfte aller Kauf-Abbrecher hätte den Bestellvorgang allerdings fortgesetzt, wenn beispielsweise eine Plakette sichtbar gewesen wäre, die das Vertrauen in eine sichere Bestellung belegt (Quelle: Internet World Business Trendscout, August 2007).

Wie kann sich ein Shopbetreiber dieses Erkenntnis zu Nutze machen?

Eine gute Möglichkeit, das Vertrauen der Kunden in den Shop zu stärken, bietet ein anerkanntes Gütesiegel, das dem potenziellen Käufer Sicherheit beim Einkauf vermittelt. Als unmittelbare Folge sinkt hierdurch die Kaufabbruchrate.

Schon eine kleine Verbesserung dieser Quote macht sich sehr stark im Shopumsatz bemerkbar, wie ein kleines, einfaches Zahlenbeispiel zeigen soll:

Nehmen wir einmal an, ein mittelgroßer Online-Shop mit täglich 2.000 Besuchern und einer Konversionsrate von 2 Prozent hat einen durchschnittlichen Warenkorb von 80 Euro. Ein solcher Shop würde ca. 1,2 Mio. Euro Umsatz generieren.

Verbesserung der Konversionsrate

Gehen wir davon aus, dass sich der Shopbetreiber jetzt für eine Zertifizierung durch einen Gütesiegelanbieter entschließt und dann das Gütesiegel anzeigt.

Wenn in unserem Beispiel durch das gestiegene Vertrauen in den Shop die Konversionsrate nur um 0,25 Prozentpunkte auf 2,25 Prozent steigt, profitiert der Shopbetreiber von den Einkäufen dieser Neukunden auf zweierlei Weise: Kurzfristig durch deren direkten Einkauf und langfristig durch einen Anteil an neuen Stammkunden.

Wenn wir weiter davon ausgehen, dass bescheidene 15 Prozent der Neukunden zu Stammkunden werden und im Durchschnitt zwei mal pro Jahr einkaufen, steigt der Umsatz durch das Gütesiegel um fast 200.000 Euro pro Jahr (im Detail um 146.000 Euro durch Neukunden, die den Kauf sonst abgebrochen hätten und 43.800 Euro durch die Kunden, die zu zusätzlichen Stammkunden geworden sind)

Die Berechnungen habe ich hier nochmals im Detail erklärt.

Die Vorteile durch ein anerkanntes Gütesiegel im Überblick

Mehr Umsatz

In diesem Beispiel steigt der Jahresumsatz mittelfristig also um ca. 16 Prozent. Ob dies tatsächlich erreicht werden kann, hängt natürlich auch von verschiedenen weiteren Faktoren ab. So hat die Branche ebenso wie die Darstellung des Gütesiegels im Bestellverlauf, das zuvor bestehende Bekanntheitsniveau oder auch die durchschnittliche Warenkorbgröße erheblichen Einfluss auf die Umsatzsteigerung.

Mehr Vorauskassenzahlung

Zusatznutzen Nummer 1 ist die häufig beobachtete Verschiebung von ungünstiger Rechnungszahlung hin zur für Shopbetreiber vorteilhaften Vorkasse. Das bedeutet weniger Zahlungsausfälle und einen deutlichen Liquiditätsvorteil. Es gibt Shopbetreiber, die so bestimmte Zahlungsarten vollständig durch Vorauskasse ersetzt haben, ohne Umsatzeinbußen zu erleiden. Dies funktioniert natürlich nur, wenn der Gütesiegel-Betreiber dem Verbraucher bekannt ist und die Zahlungssicherheit auch im

Problemfall durch eine verlässliche Geld-zurück-Garantie gewährleistet wird (wie beim Gütesiegel Trusted Shops).

Mehr Abmahnungssicherheit

Zusatznutzen Nummer 2 ist ein höherer Grad an Sicherheit vor Abmahnungen. Jeder Shopbetreiber kennt heute leider das Problem der kostspieligen Abmahnungen z.B. von Mitbewerbern. Sie erzeugen neben hohen Kosten auch hohen personellen Aufwand. Durch eine professionelle Zertifizierung sind Shopbetreiber besser geschützt. Sie reduzieren das Abmahnrisiko durch Prävention mit bewährten Formulierungen oder Mustern.



Ein Drittel der Shopbetreiber will Gütesiegel beantragen

Diese Ergebnisse erklären auch, wieso laut einer Umfrage 36 Prozent der Online-Händler eine Gütesiegel-Einführung gerade planen (Quelle: ibi-research Januar 2008). Weitere Studien und Umfragen zur Wirksamkeit eines Shop-Gütesiegels unterstützen dieses Ergebnis.



Probieren geht über Studieren...

Wenn Sie selbst einmal mit den Zahlen experimentieren wollen, finden Sie hier einen interaktiven Kalkulator und weitere Informationen zum mit über 4.200 Kunden führenden Gütesiegel für Online-Shops.

