

Neue Studie: Ein Drittel mehr Online-Umsatz durch Gütesiegel

☒ Das Vertrauen der Konsumenten ist entscheidend für den Erfolg im Online-Handel. Was logisch erscheint und in der Praxis schon lange bekannt ist, wurde jetzt auch wissenschaftlich untermauert. Was an der neuen Studie erstaunt, ist die Stärke des sogenannten Gütesiegel-Effekts, denn:

Im Schnitt steigt der Umsatz zertifizierter Händler um 33 Prozent!

Hier ein Auszug aus dem aktuellen Sondernewsletter des ECC:

Eine neue Studie, die das E-Commerce-Center Handel gemeinsam mit der Managementberatung Mücke, Sturm & Company durchgeführt hat, zeigt, dass die Einbindung vertrauensbildender Maßnahmen beim Vertrieb über das Internet zu deutlichen Umsatzsteigerungen führen kann.

Zu solchen Maßnahmen zählt insbesondere die Einbeziehung einer neutralen Institution in den Kaufprozess in Form von Online-Gütesiegeln, die sich als "Zertifizierung" des Online-Shops auffassen lassen, und Internet-Zahlungsverfahren, bei denen ein neutraler Betreiber gezielt einbezogen wird.

Obwohl intuitiv nachvollziehbar ist, dass Online-Gütesiegel und bestimmte Zahlungsverfahren zur Vertrauensbildung beitragen können, war bislang unklar, ob vertrauensbildende Maßnahmen tatsächlich zu einer Steigerung des Online-Umsatzes führen. Mit der neuen Studie "Die Effektivität vertrauensbildender Maßnahmen im E-Commerce" wird dieser Aspekt gezielt untersucht.



Auf der Basis einer umfangreichen experimentellen Untersuchung wird für jeweils zwei Online-Gütesiegel und Internet-Zahlungsverfahren analysiert, ob sie zu einer Erhöhung der Kaufwahrscheinlichkeit führen. Die Ergebnisse basieren auf knapp 15.000 simulierten Käufen von über 500 Konsumenten, die so ausgewählt wurden, dass sie der Gesamtheit der Internetnutzer hinsichtlich soziodemografischer Merkmale ähneln.

Die Ergebnisse lassen einen eindeutigen Schluss zu: Im Durchschnitt führt die Einbeziehung einer vertrauensbildenden Maßnahme zu einer deutlichen Steigerung des Online-Umsatzes. Online-Händler sollten die sich ihnen bietenden Möglichkeiten, durch Dritte bereitgestellte vertrauensbildende Maßnahmen in ihren Online-Shop einzubinden, daher intensiv prüfen.

Hier finden Sie weitere Informationen und die Bezugsmöglichkeit der vollständigen Studie.

Weitere Umfragen bestätigen die Erkenntnisse

Auch die Universität Regensburg hat den Zusammenhang zwischen Kaufabbruch-Rate und Gütesiegel genauer untersucht und kommt zu einer klaren Aussage: "Wenn der Shop über ein Gütesiegel verfügt, sinkt die Kaufabbruchquote im Schnitt um ein Drittel."



Quelle: uni-regensburg.de, ibi research 2008 (www.ecommerce-leitfaden.de)

Wenn der Anbieter über ein Gütesiegel verfügt, sinkt die Kaufabbruchquote im Schnitt **um ein Drittel**. Gleichzeitig sind fast doppelt so viele Kunden bereit, bei einem zertifizierten Shop per Vorkasse zu bezahlen: ohne Gütesiegel 15%, mit Gütesiegel 27%. Die Gründe hierfür sind mehr Vertrauen und Sicherheit in den Anbieter.

Bei diesen Erkenntnissen ist es kein Wunder, dass fast jeder zweite Händler zukünftig ein Gütesiegel einsetzen will - so das Ergebnis einer aktuellen Umfrage unter Shopbetreibern.