

Studie: Gütesiegel und Zahlverfahren steigern Umsatz

☒ Gerade wenig bekannte, kleine Webshops können durch Gütesiegel und eine größere Anzahl an Zahlverfahren ihre Umsätze um bis zu 70 Prozent nach oben treiben, fand das E-Commerce-Center Handel gemeinsam mit der Managementberatung Mücke, Sturm & Company heraus.

Die aufwendige Studie basiert auf über 15.000 simulierten Käufen.

Aus der Pressemitteilung zur Studie:

Betreiber von neuen und kleineren Online-Shops können vom Einsatz vertrauensbildender Maßnahmen außerordentlich profitieren: Eine Steigerung der Umsätze von bis zu 70 Prozent ist durch die Integration von neutralen Gütesiegeln oder betreibergestützte Internet-Zahlungsverfahren bei weniger bekannten Anbietern möglich. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie, die vom E-Commerce-Center Handel (Köln) gemeinsam mit der Managementberatung Mücke, Sturm & Company (München) durchgeführt wurde. Vergleichsweise unbekannte Shopbetreiber ziehen so nachweislich mehr Nutzen aus dem Einsatz vertrauensbildender Maßnahmen, als bekannte Händlermarken.

Durch den fehlenden persönlichen Kontakt und mangelndes Vertrauen in den Shop-Betreiber schrecken viele Nutzer vor einem Online-Kauf zurück. „Den Online-Händlern gehen enorme Umsätze verloren, weil ein Großteil der Transaktionen aufgrund von Sicherheitsbedenken abgebrochen wird, nicht zuletzt bei der Bezahlung. Erfahrungsgemäß wird insbesondere dieser letzte Schritt im Kaufprozess sowohl hinsichtlich Kostenoptimierung als auch Kundengewinnung zu oft unterschätzt“, erklärt Michael Mücke, Geschäftsführer von Mücke, Sturm & Company.

Mehr Umsatz durch mehr Vertrauen

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die gezielte Einbeziehung einer neutralen Institution in den Kaufprozess insbesondere bei wenig bekannten Anbietern zu deutlichen Umsatzsteigerungen führen kann: Bei den Online-Gütesiegeln ergeben sich Steigerungen zwischen 30 Prozent und 65 Prozent, bei den Internet-Zahlungsverfahren zwischen 17 Prozent und 70 Prozent.

„Während bisher nur vermutet werden konnte, dass Gütesiegel und Zahlungsverfahren gerade bei kleineren Händlern Vertrauen stiften und den Online-Umsatz erhöhen, liegen nun klare Ergebnisse hierzu vor“, so Sebastian van Baal vom E Commerce-Center Handel. Koautor Dr. Kai Hudetz ergänzt: „Online-Händler sollten sich vor dem Hintergrund dieser Studienergebnisse intensiv mit vertrauensbildenden Maßnahmen befassen, um ihr Umsatzpotenzial auch wirklich auszuschöpfen.“

Umsatzsteigerungen bis zu 90 Prozent möglich

Besonders groß fallen die Umsatzsteigerungen aus, wenn digitale Produkte wie beispielsweise Musiktitel zum direkten Download angeboten werden. Bei diesen können Anbieter eine durchschnittliche Steigerung von 50 Prozent erreichen, wenn sie eine vertrauensbildende Maßnahme in ihren Shop einbinden. Bei physischen Produkten ergibt sich eine Steigerung von knapp 28 Prozent.



Auch der Preis der Produkte beeinflusst die Größe des Effekts: Bei einem Kauf über 200 Euro ergibt sich eine Umsatzsteigerung von fast 90 Prozent durch die Einbeziehung einer

vertrauensbildenden Maßnahme. Bei einem Preis von 50 Euro beträgt die Steigerung 15 Prozent.

15 000 simulierte Käufe qualifizieren die Studie

Die Studie basiert auf einer Reihe von Online-Experimenten, bei denen über 500 Konsumenten knapp 15.000 simulierte Käufe durchführten. Untersucht wurde, wie sich das Angebot der Gütesiegel „Trusted Shops“ und „Geprüfter Online-Shop“ sowie der Zahlungsverfahren „Giropay“ und „Clickandbuy“ auf den Umsatz eines Online-Händlers auswirkt.

Die Studie mit dem Titel „Die Effektivität vertrauensbildender Maßnahmen im E-Commerce“ kann beim ecc-handel.de und im Buchhandel zum Preis von 25 Euro bezogen werden (Band 21 der Reihe „Ausgewählte Studien des ECC Handel“, 36 Seiten, ISBN: 978-3-935546-41-6).