Neue Studie belegt hohes Sicherheitsbedürfnis beim Onlinekauf

✘ Das Marktforschungsunternehmen Gartner vermeldet neue Zahlen rund um Sicherheit beim Online-Shopping: 15 Prozent der Anwender verzichten aus Angst vor Betrug auf Online-Shopping. Und 59 Prozent haben ihre Online-Aktivitäten bereits entsprechend der Scheu vor Betrug angepasst.

Alarmierende Zahlen, die Shopbetreiber sich ansehen sollten.

71 Prozent aller Befragten gucken ganz genau hin, ob und wo sie über das Internet Produkte erwerben; 67 Prozent behaupten beim Home Shopping am heimischen Rechner, sehr skeptisch bezüglich der Angabe persönlicher Daten zu sein.

Wenn sie durch eine Shopping-Seite auf eine Homepage mit Zahlungsmodalitäten geführt werden, so sehen 28 Prozent der potenziellen Kunden völlig vom Kauf ab. Die Skepsis ist also sehr groß.

30 Prozent der von Gartner unter die Lupe genommenen Anwender haben ihre virtuellen Shopping-Touren aus Angst, auf einen Betrug hereinzufallen, einfach eingeschränkt.

Alarmierende 15 Prozent aller Befragten sind derartig verunsichert durch finanzielle Risiken beim Online-Shopping, dass sie es ganz und gar eingestellt haben und lieber im Einkaufszentrum bummeln gehen.

Und dieses Verhalten hat, laut Angaben von Gartner, auch durchaus seine Berechtigung. Aus Datenmissbrauch entstandener finanzieller Betrug ist nämlich von 2007 auf 2008 um 47 Prozent angestiegen. (via ECIN)

Auch andere Studien bestätigen diese Erkenntnisse: Für fast 90 Prozent der Internet-Nutzer steht die Sicherheit von Daten und Zahlungsverkehr klar an erster Stelle, wenn sie nach den wichtigsten Anforderungen an Online-Shops gefragt werden. Erst danach werden günstige Angebote und aussagekräftige Produktdarstellungen genannt:

Eine Möglichkeit für Shopbetreiber, sich diesem Vertrauensthema zu stellen, sind Shop Gütesiegel: Insgesamt ist für 63,5 Prozent der Online-Shopper ein Gütesiegel "wichtig" (41,3 Prozent) oder sogar "sehr wichtig" (22,2 Prozent):

Noch mehr interessante Studien zu Sicherheit und Vertrauen im e-commerce finden Sie hier.