

7 wichtige Fragen zum Datenschutz im Online-Shop

☒ Kaum ein Thema polarisiert so stark wie der Datenschutz im Internet. Nutzer und Verbraucherschützer fürchten den gläsernen Kunden, Shopbetreiber wollen möglichst viel über ihre Kunden wissen, um ihnen maßgeschneiderte Angebote präsentieren zu können. Daher haben wir in diesem Artikel für Sie zusammengestellt...

Was Shopbetreiber zum Datenschutz wissen müssen.

In Deutschland wird fast jede dritte Bestellung (31,8 Prozent) in einem Online-Shop nicht zum Abschluss gebracht. Der häufigste Grund (44 Prozent), warum die Nutzer eine Bestellung abgebrochen haben, ist die Eingabe zu vieler persönlicher Daten. Zu diesem Ergebnis kommt die E-Commerce-Studie 2008, die die Marktforscher von EuPD Research im Auftrag von PayPal durchgeführt haben.

Diese Entwicklung bestätigt auch die aktuelle Quelle-Trendstudie „[Webshopping 2009](#)“. Sicherheit und Datenschutz sind für 25 Prozent der befragten Online-Käufer ausschlaggebende Kriterien für die Wahl eines Onlineshops.

Weniger ist mehr

Die Studien machen deutlich, wie sensibel die Deutschen sind, wenn es um die Erhebung und Weitergabe ihrer persönlichen Daten geht. „Gläserner Kunde“ oder „Datenkrake“ sind in diesem Zusammenhang oft gebrauchte negative Begriffe. Diese Ängste sollte der Shopbetreiber ernst nehmen und nur die Daten erheben, die er für die Abwicklung seiner Bestellung zwingend benötigt. Das sind im wesentlichen die Angaben zu Name und Adresse sowie die E-Mail-Adresse.

Aber schon bei der Abfrage der E-Mail-Adresse sollte dem Kunden kurz erklärt werden, warum der Shopbetreiber diese Information für die Abwicklung benötigt. Der Zusatz - „für Ihre Bestellbestätigung“ - reicht schon aus. Wollen Sie die E-Mail-Adresse des Kunden zusätzlich dazu nutzen, um ihn in Ihren Newsletter-Verteiler aufzunehmen, ist selbstverständlich zuvor seine Zustimmung einzuholen (Opt-in).

Die Kaufhistorie sagt oftmals mehr aus

Shopbetreiber haben natürlich ein vitales Interesse daran, so viel wie möglich über ihren Kunden zu wissen. Nur so können sie zielgenau ihre Werbung streuen und somit die Marketing-Kosten optimieren. Doch hilft ihnen dabei weder die Telefonnummer, die Faxnummer oder andere personenbezogene Daten weiter. Wesentlich effizienter ist es, die Bestellhistorie der Kunden auszuwerten und die Werbeanstöße danach zu optimieren. Das setzt natürlich voraus, dass in der Kundendatenbank wortwörtlich gegraben werden kann (Datamining). Viele Shoplösungen stellen mittlerweile grundlegende Analyse-Funktionen für die Bestellhistorie zur Verfügung.

Daten gegen Einkaufsvorteile tauschen

Mitunter sind die Kunden sogar freiwillig bereit weitere personenbezogene Daten an den Shopbetreiber weiterzugeben - allerdings müssen sie dazu motiviert werden. Um beispielsweise an die Geburtsdaten eines Kunden zu gelangen, kann der Shopbetreiber Geburtstagsgutscheine anbieten. Die erhält der Kunden aber nur dann, wenn er im Gegenzug seinen Geburtstag preisgibt. Bei allen Aktionen, die ein Shopbetreiber unternimmt, um persönliche Daten zu erheben, sollte er die gesetzlichen Bestimmungen sehr genau kennen.

Die 7 Fragen zum Datenschutz im Online-Shop

In einer siebenteiligen Beitragsreihe zum Thema Datenschutz gewährt Trusted Shops deshalb grundlegende Einblicke in das Thema Datenschutz. Hierbei gehen die Autoren vor allem auf die für Onlinehändler relevanten Themen, wie etwa E-Mail-Werbung, IP-Adressen-Speicherung und Bonitätsprüfungen ein.

Datenschutz - Wie machen Sie es richtig?
Was muss man beim Newsletter-Versand beachten?
Darf die IP-Adresse gespeichert werden?
Was sind Cookies und was ist zu beachten?
Darf man Web-Analyse-Tools einsetzen?
Darf ich Kundendaten einfach weitergeben?
Darf ich die Bonität meiner Kunden prüfen?

Auch hier im shopbetreiber-blog.de finden Sie natürlich [viele Beiträge zum Thema Datenschutz](#).