

[Home](#)

Webshops und der Label-Dschungel

[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Google+](#) [Gefällt mir 2](#)

Geschrieben am 28.06.2017 von [Janine Hefti](#)

Viele Online-Kunden sind sehr um die Sicherheit in Bezug auf Bezahlung und persönliche Daten bedacht. Dies veranlasst die Webshopbetreiber, alles zu unternehmen, um das Vertrauen der Kunden gewinnen.

Eine der effektivsten vertrauensbildenden Massnahmen: Gütesiegel, welche in den meisten Webshops zu finden sind. Marktforschungen haben dies bestätigt.



Bedeutung Gütesiegel wirklich Sicherheit?

Leider ist es oft unklar, was die entsprechenden Gütesiegel bieten. Es gibt einige, welche man für wenig Geld pro Monat kaufen und somit im eigenen Webshop integrieren kann. Geprüft wird jedoch nur, ob es die Website gibt, jedoch nichts über die Qualität der Website oder die Sicherheit beim Bezahlen.

Die Online-Käufer beurteilen Online-Shops mit Gütesiegeln durchschnittlich als vertrauenswürdiger als diejenigen ohne. Oft werden Shops mit Gütesiegel als seriöser, schneller, freundlicher und kundenorientierter wahrgenommen. Es gibt auch einen Trend, dass Online-Shops so viele Gütesiegel wie möglich publizieren. Allerdings ist es ein Irrtum, dass mehrere Siegel mehr Sicherheit und Vertrauen ausstrahlen. Dies könnte bei einem potentiellen Käufer eher Misstrauen als Vertrauen hervorrufen. Falls ein Gütesignal eingesetzt wird, sollte es korrekt verlinkt werden und inhaltlich selbsterklärend sein.

Welche Vorteile bieten Zertifikate bei Online-Shops?

- Erhöhtes Vertrauen
- Geprüfte Testeinkäufe und Beschwerdevorgänge
- Sicherheit vor Abmahnungen
- Hohe Seriosität des Shops
- Umsatzsteigerung
- Rechtssicherheit
- Wahrnehmung als seriöser Shop
- Händlerbewertung
- Steigerung der Konversionsraten
- Grössere Warenkörbe.

Welches sind die Nachteile?

- Regelmässige finanzielle Ausgaben
- Pflicht, regelmässig die Qualität im eigenen Online-Shop zu sichern.

FOLLOW US



KATEGORIEN

- Corporate Websites
 - TYPO3
- CRM
 - SugarCRM
- Design
- E-Commerce
 - Magento
 - Multichannel
 - Strategie
- Interview
- Links & Lesetipps
- Mobile
- Online Marketing
 - Google / SEO
 - Newsletter
 - Social Media
 - Websites
- Tech Trends
- Uncategorized
- Video
- Web-Applikationen

SCHLAGWÖRTER

Analyse Apple big data Checkout CMS
Content-Administration Content
Marketing CRM Design E-
Commerce E-Mail Econda
Entwicklung Facebook
Google Google Analytics
Grafik Innovation Interview iPad
Konversion Logistik Magento
Marketing mCommerce
Mobile Internet Newsletter
Online Marketing
SEO Sicherheit Social
Media Strategie
SugarCRM Time Tools

Wie kann ich nebst den Zertifikaten im Shop zusätzlich Vertrauen aufbauen?

- Shop & Produktbewertungen
- Kunden-Feedback
- Empfehlungsmarketing in Feedback Widget für Ihre Webseite
- Mehr Google SEO Traffic.

Empfohlene Gütesiegel

Es gibt Labels, die eine ernsthafte Prüfung der Internetseiten garantieren. Hier werden die Bonität des Shops, die Verbindungssicherheit, der Bestellprozess, der Käuferschutz sowie der Kundendienst angeschaut.

Vier empfohlene Siegel:

- EHI Geprüfter Online-Shop (www.shopinfo.net)
- [IPS](#)
- [Trusted Shops](#)
- [TÜV Süd](#)



Das sind die einzigen Siegel, welche die Kriterien der Initiative D 21 einhalten und im ganzen deutschen Sprachraum vergeben werden. Dabei handelt es sich um eine europaweite Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Politik. In der Schweiz ist davon hauptsächlich das Trusted Shops Gütersiegel verbreitet.

Auch beim Kundendienst machen diese Zertifizierstellen Vorgaben. So müssen Shops mit dem Siegel Trusted Shops zum Beispiel einen kostenlosen Käuferschutz bieten. Zudem interveniert Trusted Shops, wenn sich Käufer beschweren. Auch die Zertifizierstelle TÜV Süd nimmt bei Streitigkeiten zwischen Shop und Käufer eine Vermittlerrolle ein.

Doch jede Prüfung ist nur eine Momentaufnahme. Es können Sicherheitslücken entstehen, sobald der Betreiber nach der Zertifizierung Änderungen an seinem Shop vornimmt und ihn ungewollt für Hacker angreifbar macht.

Sicherheits-Standards bei der Bezahlung mit Kreditkarte

Um eine einheitliche Vorgehensweise bei der Umsetzung von Sicherheitsanforderungen zu ermöglichen, haben die Kreditkarten-Organisationen VISA und Mastercard gemeinsame Sicherheits-Standards entwickelt (PCI DSS = Payment Card Industry Data Security Standard).



Diese Standards sind für sämtliche Kartenakzeptanzstellen verbindlich. Alle an diesem Prozess beteiligten Firmen (Payment Service Provider wie Internet-Händler mit eigenem Payment-Gateway) müssen ihre Systeme den hohen Sicherheitsstandards anpassen und sich durch speziell lizenzierte Institutionen zertifizieren lassen.

Die PCI-Zertifizierung dient der Datensicherheit bei der Abwicklung von Kreditkartenzahlungen, sei es im Internet, im Call Center oder an der Verkaufsstelle. Mit diesen Massnahmen soll der Diebstahl und der Missbrauch von Kreditkartendaten vermieden werden.

Für einen Webshop-Besucher sind nebst den Zertifizierungen, folgende Kriterien relevant:

1. **Anbieter:** Sind Kontaktdaten wie Adresse, E-Mail und Telefonnummer angegeben?
2. **Angebot:** Ist das Produkt gut beschrieben? Sind die Preise korrekt ausgewiesen (inkl. Versand)? Wird eine verbindliche Lieferfrist genannt?
3. **Vertragsbedingungen:** Kann der Kunde diese anschauen und ausdrucken?
4. **Datenschutz:** Wird erklärt, was mit persönlichen Daten passiert? Wird um eine Zustimmung gefragt und kann man diese widerrufen?
5. **Sicherheit:** Werden Zahlungsinfos gesichert übertragen? Dies ist erkennbar an einem Schlosssymbol unten am Browserfenster.
6. **Kundendienst:** Gibt es einen telefonischen Kundendienst? Oder ist der Webshop nur über das Kontaktformular erreichbar?
7. **Bewertung:** Gibt es über den Webshop bereits Kundenbewertungen?

Fazit: Ein oder mehrere Gütesiegel sind gut und recht, allerdings nützen diese nicht viel, wenn der Kunde keinen Kontakt aufnehmen kann, der Datenschutz nicht gewährleistet ist sowie Vertragsbedingungen nicht verfügbar sind. Auch ist es sehr wichtig, dass die Kundenfeedbacks im Netz positiv sind um neue Kunden für seine Produkte zu begeistern.



Über Janine Hefti

Janine Hefti arbeitet schon seit über 15 Jahren im Bereich Marketing, Kommunikation und Werbung. Seit Kurzem steuert sie auch hier Artikel bei.

[Alle Beiträge von Janine Hefti zeigen →](#)

Dieser Beitrag kann auf folgenden seiten gefunden werden: [E-Commerce](#) und markiert [Kompetenz](#), [Konsumenten](#), [Sicherheit](#). Bookmarken [permalink](#).

← Top Google-Ranking: So klappt's!

Welche Webagentur passt zu mir? →