

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis	6
1 Die Effektivität vertrauensbildender Maßnahmen im E-Commerce auf dem Prüfstand	7
2 Zu möglichen Gründen für die Effektivität vertrauensbildender Maßnahmen.....	11
3 Die experimentelle Vorgehensweise.....	14
4 Grundlegende Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen.....	21
5 Vergleichende Analysen	23
5.1 Physische versus digitale Güter	23
5.2 Bekannte versus unbekannte Händlermarken.....	24
5.3 Zum Einfluss des Produktpreises	27
5.4 Zur Platzierung des Hinweises auf Zahlungsverfahren im Rahmen des Bestellprozesses.....	28
6 Zusammenfassung und Fazit	30
Literaturverzeichnis	33

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Das untersuchungsleitende Modell	9
Abb. 2: Grundlegende Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen	21
Abb. 3: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach der Güterkategorie	24
Abb. 4: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach der Bekanntheit der Händlermarke	26
Abb. 5: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach dem Produktpreis	28

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Für die Experimente genutzte Produkte und Preise	15
Tab. 2: Das experimentelle Design	17
Tab. 3: Beispielhafte Berechnung der Wirkungen vertrauensbildender Maßnahmen	18
Tab. 4: Charakterisierung der Stichprobe anhand soziodemografischer Merkmale	19
Tab. 5: Charakterisierung der Grundgesamtheit anhand soziodemografischer Merkmale	20
Tab. 6: Grundlegende Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen	21
Tab. 7: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach der Güterkategorie	23
Tab. 8: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach der Bekanntheit der Händlermarke	25
Tab. 9: Ergebnisse zur Wirksamkeit vertrauensbildender Maßnahmen nach dem Produktpreis	28
Tab. 10: Veränderung der Wirksamkeit von Zahlungsverfahren als vertrauensbildende Maßnahmen bei ausschließlicher Einbindung in den Warenkorb des Online-Shops	29