

Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung, Köln
Mücke, Sturm & Company, München

15. Januar 2009

Frühzeitig auf Zahlungsverfahren hinweisen: Steigerung der Umsätze um bis zu 70 Prozent mit Gütesiegeln und Zahlverfahren

Studie zeigt: Vertrauensbildende Maßnahmen stellen insbesondere für wenig bekannte Anbieter einen Erfolgsfaktor dar

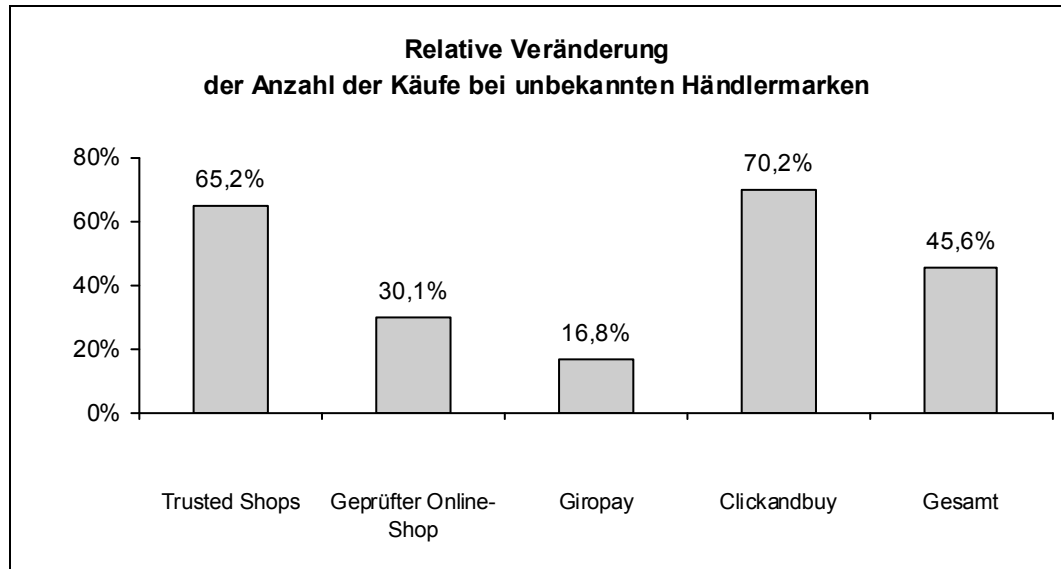
Köln/München, 15. Januar 2009. Betreiber von neuen und kleineren Online-Shops können vom Einsatz vertrauensbildender Maßnahmen außerordentlich profitieren: Eine Steigerung der Umsätze von bis zu 70 Prozent ist durch die Integration von neutralen Gütesiegeln oder betreibergestützte Internet-Zahlungsverfahren 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 unter www.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).

Über das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel):

Das ECC Handel wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren.

Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel, beispielsweise Multi-Channel-Vertrieb, Preisgestaltung im E-Commerce, Zahlungsverfahren im Online-Handel und Reaktionen auf E-Mail-Anfragen, hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Das ECC Handel wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert und ist in das Netzwerk der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr eingebunden.

Mehr zum ECC Handel unter www.ecc-handel.de

Über Mücke, Sturm & Company GmbH (MS&C):

Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien und Entertainment (TIME) gewinnen in Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Damit steigt auch die Nachfrage nach kompetenter Managementberatung mit ausgewiesenem Branchen-Know-how.

Gegründet 2002 von ehemaligen Mitarbeitern der internationalen Top-Unternehmensberatung A.T. Kearney, hat sich MS&C aufgrund seiner Branchenexpertise und Erfahrung auf die TIME-Märkte spezialisiert. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten entwickelt MS&C individuelle Lösungen für komplexe Fragestellungen und begleitet sie von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung. Gemeinsames Ziel ist es, Wachstumschancen zu nutzen und die Leistungsfähigkeit der Klienten dauerhaft zu verbessern, so dass nachhaltige Wettbewerbsvorteile entstehen. Die hohe Ergebnisqualität gewährleisten hervorragend ausgebildete Mitarbeiter mit einem breiten Einsatzspektrum und langjähriger Erfahrung.

MS&C zählt im deutschsprachigen Raum zu den führenden Unternehmensberatungen der TIME-Branche mit derzeit 45 Mitarbeitern und hohen zweistelligen Wachstumsraten. Zu den Klienten zählen die größten deutschen Unternehmen dieser Industriesektoren.

Mehr zu Mücke, Sturm & Company unter www.muecke-sturm.de

Kontakt:

E-Commerce-Center Handel
am Institut für Handelsforschung
an der Universität zu Köln
Dr. Kai Hudetz, Bereichsleiter
Dürener Straße 401b, D-50858 Köln
Tel.: +49 (221) 94 36 07 70
Fax: +49 (221) 94 36 07 59
E-Mail: k.hudetz@ecc-handel.de

Mücke, Sturm & Company GmbH
Bianca Frömer, Marketing & PR-Referentin
Müllerstrasse 40, D-80469 München
Tel.: +49 (89) 23 88 50 35
Fax: +49 (89) 23 88 50 31
Mobil +49 (151)58243360
E-Mail: b.froemer@muecke-sturm.de