

# Digitales Führungszeugnis für Online-Händler

VON FRANK ARNOLDT

Gütesiegel und Zertifizierungen als vertrauensbildende Maßnahmen sind für Online-Händler ein wichtiges Thema, denn der Onlineshop wird zunächst meist kritischer begutachtet als das reale Ladengeschäft. Doch welche Maßnahmen und welche Siegel wirken beim Kunden?

**Im Online-Handel gehen vielen** Kunden Fragen durch den Kopf, die sich im stationären Handel so sich gar nicht stellen: Sind Händler und Ware echt? Wird mir die bestellte Ware zuverlässig und unverfehrt geliefert? Was passiert bei Reklamationen? Kann ich die Zahlung per Vorkasse riskieren oder guten Gewissens meine Adress- und Kontodaten hinterlassen? Händler sollten diese Fragen ernst nehmen und durch vertrauensbildende Maßnahmen versuchen, die Distanz und Anonymität für den Kunden wenigstens gefühlt zu verringern. Gütesiegel und Zertifizierungen bieten grundlegend ein Instrumentarium für mehr Vertrauen. Damit sie Online-Händlern aber auch den erwünschten Nutzen bringen, müssen sie auf jeden Fall den Verbraucherschutz im Fokus haben. Nun sind in Deutschland

aber wie in kaum einem anderen Land die Angebote für Gütesiegel und Zertifizierungen schier grenzenlos. Das wirft beim Online-Händler einige Fragen auf: Gilt hier die Devise viel hilft viel? Soll oder muss ich mich für ein bestimmtes Instrument entscheiden? Welchen Aufwand und welche Kosten verursachen solche Instrumentarien? Wie messe ich den Erfolg? Die Erfolgsmessung gestaltet sich ähnlich wie bei Marketing- oder Werbemaßnahmen schwierig. Wer sein Online-Geschäft bereits längerfristig betreibt, kann zum Beispiel nach dem Erhalt eines Gütesiegels einen Vorher-Nachher-Vergleich ziehen. Die Beurteilung und Bewertung sollte

trotzdem kritisch erfolgen, denn nicht selten gibt es zeitlich parallel Änderungen im Shop oder seiner Umwelt, die das Vergleichsergebnis zusätzlich beeinflussen.

## > UNBEKANNTE ZERTIFIKATE

Obwohl sie durchaus Vertrauen erwecken, sind die meisten Zertifizierungen von Online-Shops den Kunden nicht geläufig. So lautet das im August 2011 veröffentlichte Ergebnis einer Online-Umfrage des Hamburger Marktforschungsinstituts EarsandEyes. Nur zwei der sechs getesteten Siegel sind den Befragten ein Begriff: Trusted Shops (65 Prozent) und TÜV Süd Safer Shopping (54 Prozent) haben die meisten gesehen, die übrigen kennt höchstens noch jeder Achte, zum Beispiel das EHI-Siegel. Für 44 Prozent sind solche Siegel aber durchaus ein Kriterium, das das Vertrauen in den Anbieter erhöht. Allerdings zählen Qualitätssiegel noch nicht zu den Top-Drei-Kriterien, an denen der deutsche Verbraucher die Vertrauenswürdigkeit eines Online-Shops festmacht. Am wichtigsten ist ihm, dass es alternative Zahlungsmöglichkeiten zur Vorkasse gibt (64 Prozent). Zudem wird offensichtlich das Kleingedruckte kritisch gelesen (59 Prozent). Auch das Thema Datensicherheit ist entscheidend: Jeder Zweite achtet auf Datenverschlüsselung beziehungsweise SSL-Zertifikate.

Neben einem Gütesiegel wie Trusted Shops oder TÜV Süd Safer Shopping sollte der Online-Händler also sein Augenmerk auf die Datensicherheit und das Portfolio

der angebotenen Zahlungsarten legen. Das sind vielleicht für den einen oder anderen keine großen Neuigkeiten, bestätigt aber einmal mehr andere Untersuchungen und strategische Empfehlungen der letzten Jahre. Kunden wünschen sich an der Kasse im Online-Shop weiterhin möglichst viele Zahlarten. Neben zeitlosen, internationalen Klassikern wie Kreditkarten stehen ganz weit oben auf der Beliebtheitskala immer lokal verbreitete Methoden wie zum Beispiel in Deutschland die Lastschrift oder in Dänemark die kombinierte Kredit- und Debitkarte Dankort. Außerdem schätzen die Kunden nicht nur in wirtschaftlich angespannten Zeiten die Möglichkeit von Rechnungs- und Ratenkauf.

## > PROFIS STATT EIGENREGIE

Darüber hinaus sollte der Händler beim Rechnungs- und Ratenkauf statt Eigenregie lieber auf Anbieter wie Billpay, Klarna oder Ratepay zurückgreifen, die unter bestimmten Voraussetzungen eine Zahlungsgarantie für die vom Händler übernommene Forderung aussprechen. Während Kreditkartenzahlungen heute fast ausnahmslos an einer modernen Webshop-Kasse akzeptiert werden sollten, verpflichtet sie den Händler auch zu besonderen Sicherheitsvorkehrungen. Dass Händler dabei schnell in den Fokus des zertifizierungspflichtigen Sicherheitsstandards PCI-DSS geraten, ist vielen nicht bewusst. Handelsunternehmen und Dienstleister, die Kreditkartendaten speichern, übermitteln oder verarbeiten, müssen seit einigen Jahren diese Rege-



**Frank Arnoldt** hat als geschäftsführender Gesellschafter des Payment Service Providers Computop dort seit vielen Jahren die Einführung der Zertifizierung gemäß PCI DSS begleitet.



lungen erfüllen. Halten sie sich nicht daran, können Strafbüßen verhängt, Einschränkungen ausgesprochen oder letztlich die Akzeptanz von Kreditkarten untersagt werden. Die Zertifizierung beleuchtet dabei gleichermaßen technische wie organisatorische Aspekte und betrifft deshalb zum Beispiel neben Firewall-Konfiguration und Datenverschlüsselung auch Zugangskontrolle und Rechtezuordnung. Sie deckt dabei automatisch alle vom Datenschutz geforderten technisch-organisatorischen Maßnahmen (TOM) ab und geht an vielen Stellen deutlich darüber hinaus, was insgesamt enorme Anforderungen und Investitionen für IT-Sicherheit und Datenschutz im Unternehmen erfordert. Ab 2012 ist die neue Version 2.0 von PCI-DSS verpflichtend. Umfang und Ablauf der Zertifizierung werden von der Menge der verarbeiteten Kreditkartendaten bestimmt. In der höchsten Stufe bedeutet das ein jährlich wiederkehrendes Audit durch einen externen Zertifizierer sowie mehrmals jährlich interne und externe Schwachstellen-Scans. Das hat dann allerdings auch seinen Preis und kostet jährlich mindestens 15.000 Euro. Außerdem wird die IT-Abteilung wenigstens mit 80 Manntagen belastet. Bei größeren Organisationen oder komplexeren IT-Infrastrukturen steigen die Aufwände entsprechend.

Der PCI-DSS-Standard ist grundsätzlich begrüßenswert, denn er schützt Käufer und Händler zugleich, indem der Missbrauch von Kreditkartendaten nahezu ausgeschlossen wird. In seiner praktischen Anwendung ist er aber für viele, insbesondere kleinere Handelsunternehmen, kaum zu erfüllen. Die Sicherheitsvorschriften sind derart engmaschig und komplex, dass sich kleine Online-Händler das entsprechende Equipment sowie die jährlichen Prüfungen schlicht nicht leisten können. Außerdem ist es eine grundlegende Entscheidung, ob das dafür nötige spezielle Know-how im Unternehmen aufgebaut werden soll. Deshalb investieren auch große Online-Händler nur selten in diesen Standard und entscheiden sich lieber für einen PCI-zertifizierten Payment Service Provider. ■

## WARUM SETZEN UNTERNEHMEN AUF ZERTIFIZIERUNGEN?



Christian Sauer, Johannes W. Klinger, Barbaros Özbugutu, Christina Witt, Silvan Dolezalek (v.l.)

→ **Christian Sauer**, Geschäftsführer bei Webtrekk, einem High-End-Anbieter für Webanalyse

Webtrekk hat eine freiwillige Prüfung durch den TÜV durchführen lassen und hält seitdem das Zertifikat für „Geprüften Datenschutz“ des TÜV Saarland. Wir haben uns für eine TÜV-Zertifizierung entschieden, da dieser für eine neutrale Bewertung durch unabhängige und vereidigte Sachverständige steht. Webtrekk bietet auch ein eigenes Zertifizierungsprogramm an. Mit diesem können Partner, Agenturen und Berater ihre Kompetenz bei Implementierung und Nutzung von Webtrekk nachweisen.

→ **Johannes W. Klinger**, Vorstandsvorsitzender von Websale, das im Bereich Software as a Service (SaaS) in Deutschland eine Shopsoftware anbietet.

Für unsere Kunden sind Gütesiegel ein wichtiges Mittel, das Vertrauen beim Käufer im Shop bildet und so verkaufsfördernd wirkt. Die „s@fer-shopping“-Zertifizierung des TÜV SÜD hat sich bei uns besonders gelohnt, denn unsere Kunden können nun auf ein komplettes vorzertifiziertes Shopsystem inklusive vorzertifizierter Shopserver-Cloud zurückgreifen.

→ **Barbaros Özbugutu**, Vice President Sales Germany von Klarna, einem Anbieter für Lösungen von Zahlung auf Rechnung

Klarna setzt auf Zertifizierungen und Partnerschaften mit Prüfstellen, zum Beispiel TÜV oder Trusted Shops, weil sie objektiv belegen, dass unsere Services wichtige Qualitätskriterien in den Bereichen Datenschutz, Preistransparenz oder Kundenservice erfüllen. So haben wir das Zertifikat „TÜV-geprüftes Zahlungssystem“ des TÜV Saarland erhalten. Außerdem haben wir unsere Dienstleistungen den Anforderungen von Trusted Shops angepasst und sind ein „autorisiertes Partner“ dieses Gütesiegel-Unternehmens. Weitere Zertifizierungen oder Partnerschaften, die unseren Qualitätsanspruch belegen, werden laufend geprüft.

→ **Christina Witt**, Pressesprecherin von Strato, einem Anbieter von Internet-Speicherplatz und Web-Anwendungen.

Dass die Daten unserer Kunden in den Strato-Rechenzentren sicher aufgehoben sind, prüft der TÜV seit 2004 – mit der Zertifizierung nach ISO/IEC 27001. Die Servicequalität von Strato wird ebenfalls seit 2004 vom TÜV geprüft, mit dem Siegel „TÜV SÜD Service Qualität“. Bereits seit dem Jahr 2000 ist Strato außerdem nach der international gültigen Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 zertifiziert. Diese kontinuierliche Arbeit trägt Früchte: So wurde Strato 2010 bei den Contact-Center-World-Awards in London mit der Silbermedaille in der Kategorie „Best Contact Center“ ausgezeichnet und einer Bronzemedaille für unser FAQ- und Chat-System in der Kategorie „Best Technology Innovation“.

→ **Silvan Dolezalek**, Geschäftsführer der Zaunz Publishing, das eine Shop-Lösung bietet

Im E-Commerce ist eine Zertifizierung heute wichtiger denn je. Vor allem vor dem Hintergrund, dass leider auch immer wieder „schwarze Schafe“ den Markt verunsichern. Mit einem Prüfsiegel zeigt der seriöse Shopbetreiber dagegen ganz bewusst, dass er eine rechtliche Prüfung nicht scheut. Im Gegenteil, oft wird sogar der Kauf auf Rechnung angeboten und damit ein Vertrauensvorschuss geliefert. Wir haben uns mit CosmoShop für TrustedShops als Zertifizierungssiegel entschieden, weil der Bekanntheitsgrad bereits hoch ist. Was die Sicherheit angeht, sind jedoch auch andere Siegel, etwa ProtectedShop oder EHI, ebenbürtig – auch wenn jedes Siegel einen anderen Schwerpunkt hat und die Prüfkriterien sich unterscheiden.