



Foto: Andreas Müller / Pixelio

## Siegel sagen mehr als 1.000 Worte

Sie können einem Neukunden noch so ausführlich erklären, warum er bei Ihnen in guten Händen ist und sorgenfrei bestellen kann. Wirklich glauben wird er Ihnen erst, wenn dies ein unabhängiger Dritter bestätigt. Genau das bieten Unternehmen wie Trusted Shops an – doch lohnt sich deren Prüfsiegel wirklich? (Markus Siek/sb)

Bei [www.bagsundco.de](http://www.bagsundco.de) hat sich die Mitgliedschaft bei Trusted Shops gelohnt – die Kaufabbruchrate ist deutlich gesunken

Es ist nach wie vor eine der größten Aufgaben für einen Webseller: Wie kann er Besucher überzeugen, dass sie sicher bei ihm einkaufen können. Das Problem ist nicht neu, aber immer noch

aktuell: Wenn Besucher über Google und Co. oder eine Preissuchmaschine zu einem ihnen unbekanntem Online-shop geraten, bei dem sie ein gutes Angebot aufstöbern, stellen sich viele von ihnen bange Fragen. Ist dieser Shop auch seriös? Bekomme ich die Ware auch in einwandfreiem Zustand? Sind meine Daten hier auch sicher? Zumeist wird dieses Grundmisstrauen noch dadurch verstärkt, dass der Kunde bei seiner ersten Bestellung in Vorleistung treten müsste, da die meisten Onlinehändler in diesem Fall nur Zahlungsarten wie Vorkasse oder Kreditkarte anbieten. Aus Händlersicht natürlich verständlich, da andererseits mit einem erhöhten Ausfallrisiko gerechnet werden müsste. Für viele Kunden jedoch ist diese Pflicht zur Vorleistung genau der Grund, warum sie bei unbekanntem Shops auf eine Bestellung lieber verzichten.

### Vertrauen schaffen

Webseller stehen also vor der Aufgabe, um Vertrauen zu werben. Platzhirsche wie Quelle, Amazon, Otto und viele andere müssen das nicht. Hier weiß der Kunde, dass hinter dem Shopfrontend kein windiger Betrüger steckt, der die Zahlungen der Kunden einsammelt, um sich dann schleunigst aus dem Staub zu machen. Die beste Vertrauensgarantie ist folglich ein bekannter Name – mit dem allerdings kaum ein Webseller punkten kann. Genauso gut sind persönliche Empfehlungen von Bekannten. Hat mein Nachbar gute Erfahrungen gemacht, kann ich mich auch an eine Bestellung trauen. Ebenfalls helfen können positive Bewertungen anderer Kunden, die einem nicht persönlich bekannt sind – beispielsweise über das Bewertungssystem bei Preissuchmaschinen oder Verbraucherportalen. Doch selbst wenn man als Webseller hier Spitzenwerte aufzuweisen hat, wird man einen Teil seiner Kunden nicht überzeugen können. Papier ist bekanntlich geduldig – und das Internet ist es auch. Wer sieht schon, wer wirklich hinter den 100 Kundenempfehlungen steckt? Vielleicht ist es der windige Betrüger höchstpersönlich, der die Bewertungen fleißig selbst getippt hat, um an neue Opfer zu kommen!

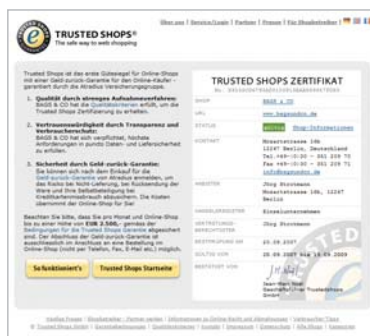
### Drum prüfe ...

Ein bekannter Name ist also optimal, Empfehlungen von Freunden und Bekannten top – aber leider nur sehr begrenzt möglich und Empfehlungen im Web zwar hilfreich, aber für viele Kunden nicht vollends überzeugend. Doch was kann man noch tun? Eine wirkungsvolle Möglichkeit ist, seinen Shop von einem unabhängigen Dritten überprüfen und kontrollieren zu lassen. Ähnlich wie ein Auto regelmäßig zum TÜV muss, damit dessen Fahrtüchtigkeit überprüft und per Plakette demonstriert wird, gibt es solche Möglichkeiten auch für einen Onlineshop. Konkret wird dabei überprüft, ob der Betreiber seinen gesetzlichen Verpflichtungen – unter anderem in puncto Anbieterkennzeichnung – nachkommt, transparent Zusatzkosten für den Versand für die Kunden auflistet, sorgfältig mit Kundendaten umgeht und vieles mehr. Erfüllt ein Shop all diese Voraussetzungen und ist der Betreiber bereit, eine kostenpflichtige Mitgliedschaft einzugehen, darf er ein entsprechendes Gütesiegel auf seiner Seite tragen. Einher geht mit dem Gütesiegel zumeist sogar noch eine „Geld-zurück-Garantie“ für den Kunden, sollte es trotz der Prüfung Probleme mit dem Onlineshop geben.

Immer mehr deutsche Onlineshops tragen solche Siegel. Doch wie genau bekommt man es eigentlich, welche Anbieter gibt es und lohnt sich die Investition?

**Drei große Anbieter**

Der in Deutschland bekannteste und auch meist verbreitete Anbieter ist das Kölner Unternehmen Trusted Shops (www.trustedshops.com). Über 4.000 Shops tragen bereits das goldene Logo mit der „Trusted Shops Garantie“. Inzwischen macht aber auch ein zweiter großer Anbieter immer mehr Boden gut: der bereits angesprochene TÜV (www.safer-shopping.de). Der Technische Überwachungsverein Süd (www.tuev-sued.de) kümmert sich in der Praxis bei weitem nicht nur um Autos, sondern auch um die Sicherheit bei Produkten und eben auch die Sicherheit im Internet. Bei Shopbetreibern ist die Prüfung vor allem aus einem Grund attraktiv: Das Logo des TÜVs ist wahrscheinlich fast jedem Deutschen bekannt und hat dementsprechend eine hohe Kundenakzeptanz. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels



So sieht ein Trusted-Shops-Zertifikat aus, mit dem der Kunde automatisch auf eine Geld-zurück-Garantie zurückgreifen kann (links)

Insbesondere kleine Onlineshops können ihren Onlineauftritt durch eine Mitgliedschaft professionalisieren. So gibt es bei der Premium-Mitgliedschaft sogar Hilfe bei der Öffentlichkeitsarbeit (rechts)

bietet mit „EHI – Geprüfter Online-Shop“ (www.shopinfo.net) ein eigenes Prüfsiegel an.

**Unterschiedliche Dauer**

Doch wie genau bekommt man solch ein Siegel? Nehmen wir als Beispiel den Anbieter Trusted Shops. Über 100 Einzelkriterien, nachzulesen unter www.trustedshops.de/info/qualitaetskriterien, müssen vom Shopbetreiber erfüllt werden, bevor das Siegel vergeben wird. Konkret bekommt ein Shopbetreiber, wenn er eine Mitgliedschaft anstrebt, per PDF ein Prüfungsprotokoll und ein Praxishandbuch, mit denen er seinen

Shop quasi selbst checken und gegebenenfalls anpassen kann. Ist er mit den Vorarbeiten fertig, prüfen Trusted-Shops-Experten den Shop und stellen fest, wo noch Nachbesserungen durchgeführt werden müssen. Sind auch die erledigt und von den Experten abgenommen, steht dem Prüfsiegel nichts mehr im Wege. Im Normalfall vergehen – nach Angaben von Trusted Shops – zwischen dem Mitgliedschaftsantrag und der Erteilung des Prüfsiegels nur wenige Wochen. Besonders leicht lässt sich die Mitgliedschaft realisieren, wenn man eine von Trusted Shops vorzertifizierte Shopsoftware einsetzt – viele ak-

**„Der Ablauf der Zertifizierung ist meines Erachtens vorbildlich!“**

**Warum haben Sie sich entschieden, mit Ihrem Shop Mitglied bei Trusted Shops zu werden?**

**Michaela Strotmann** Die oftmals fehlende Rechts-sicherheit, z. B. durch falsche Angaben im Impressum oder ein fehlendes Widerrufsrecht, halte ich für die wesentlichen Kriterien für Kaufabbrüche im Internet. Nicht zuletzt entstehen Shopbetreibern durch Abmahnungen unnötige Kosten seitens des Wettbewerbs. Für BAGS & CO war es besonders wichtig, gleich mit einem geprüften und zertifizierten Onlineshop zu starten! Nach einem gründlichen Anbietervergleich (EHI, Safer-Shopping, Trusted Shops) haben wir uns im September 2007 für den Marktführer Trusted Shops entschieden. Entscheidend für mich war der einfache und sehr verständliche Anmeldeprozess sowie die Geld-zurück-Garantie über den Anbieter Atradius. Ein weiteres Kriterium war sicherlich auch das bekannte Shop-Siegel, welches unseren Kunden deutlich macht: Hier kaufen Sie sicher ein!



Michaela Strotmann betreibt mit ihrem Mann Jörg Strotmann den Onlineshop BAGS & CO

umgesetzt haben. Nach Überprüfung der Änderung konnten wir mit unserem zertifizierten Onlineshop starten! Der Ablauf der Zertifizierung ist meines Erachtens vorbildlich.

**Haben Sie nach der Mitgliedschaft ein spürbares Umsatzplus wahrgenommen? Lohnt sich die Mitgliedschaft?**

**Michaela Strotmann** Interessant wäre herauszufinden, wie viel Umsatz uns entgangen wäre, wenn wir die Zertifizierung nicht gemacht hätten. Seit Integration des Trusted Shops-Logos haben wir nur noch ganz geringe Kaufabbrüche, die wir durch ein Tracking verfolgen. Somit stimmt der ROI! Unser Ziel mit dem Onlineshop ist, einen hohen Qualitätsmaßstab zu setzen und in puncto Service zu überzeugen. Trusted Shops hat uns

hierbei sehr geholfen!

**Von der ersten Überlegung zu einer angedachten Mitgliedschaft bis zu dem Zeitpunkt, als das Siegel Ihren Shop schmückt: Wie lange hat der Prozess gedauert? Mussten Änderungen am Shopsystem vorgenommen werden?**

**Michaela Strotmann** Die Shop-Zertifizierung sowie die Anmeldung zur Geld-zurück-Garantie bei Atradius haben ca. 14 Tage gedauert. Unsere gesamten textuellen Inhalte wie AGB, Impressum, Lieferbedingungen und Zahlungsbedingungen wurden seitens Trusted Shops von einem Anwalt überprüft. Im Anschluss haben wir ein übersichtliches Prüfungsprotokoll mit allen Änderungen erhalten, die wir kurzfristig

**Wie würden Sie die Wichtigkeit der Marketingmaßnahme „Gütesiegel“ prozentual einschätzen – etwa in Vergleich zu Preissuchmaschinen, Affiliate-Programmen und Suchmaschinenoptimierung?**

**Michaela Strotmann** Das Gütesiegel ist für uns eine vertrauensbildende Maßnahme und somit wichtige Voraussetzung, um Abverkäufe zu steigern und Kaufabbrüche zu minimieren. Selbstverständlich verkaufen auch wir nichts ohne Besucher. Von daher ist die Generierung von Traffic eines der wichtigsten Workitems, um erfolgreich in den Onlinehandel zu starten. Die prozentuale Verteilung würde ich in etwa so einschätzen: SEO/SEM 40, Preissuchmaschinen 30, Affiliates 20 und Gütesiegel 10 Prozent.



So stellt sich wohl jeder von uns die Arbeit des TÜVs vor. Doch das ist nur ein Bereich von vielen. Auch beim E-Commerce spielt der Überwachungsverein eine immer wichtigere Rolle  
Foto: TÜV Rheinland

tuelle Miet- und Kaufshoplösungen gehören bereits zu diesem Kreis. Hat der Anwender hier alle Angaben den Programmanforderungen gemäß gemacht, steht einer fixen Endabnahme nichts mehr im Wege. Dass das auch anders gehen kann, beweist das Beispiel von Angelika Stifel und ihrem Onlineshop [www.auenland-konzeptshop.de](http://www.auenland-konzeptshop.de). Zirka

ein Jahr Vorbereitungsphase – inklusive der eigenen Überlegungen pro oder kontra Mitgliedschaft – hatte die Unternehmerin, so erzählt sie, gebraucht, da viele Änderungen am Shop durchgeführt werden mussten. Jetzt trägt ihr Shop das Siegel und sie ist mit ihrer Entscheidung nach wie vor zufrieden: „Ich denke, das Trusted-Shops-Siegel bringt schon viel – besonders bei uns, da wir kein Billig-Shop-Unternehmen sind, sondern qualitätsbewusste Kunden ansprechen wollen.“

Leistungsmodell und eigenem Jahresumsatz noch deutlich höher liegen. Geld, das erst einmal wieder erwirtschaftet werden muss. Dass ein Gütesiegel grundsätzlich sinnvoll ist, steht außer Frage. So schreibt beispielsweise das Bundesjustizministerium in einem Ratgeber: „Generell empfehlenswert sind Gütesiegel für den Onlinehandel, die von einer ständig wachsenden Zahl von Anbietern erworben werden. Solche Gütesiegel geben sowohl den Unternehmen als auch den Verbrauchern mehr Rechtssicherheit.“ Trusted Shops hat im Jahr 2007 eine Kundenumfrage gestartet und kam zu beeindruckenden Ergebnissen. Über 300 Bestandskunden hatten den Fragenkatalog beantwortet und die tatsächlichen Effekte des Gütesiegels auf Umsatz und Zahlungsarten angegeben. Demnach betrug die durchschnittliche Steigerung des Umsatzes im Shop durch die Zertifizierung satte 16,2 Prozent. Außerdem stieg der Anteil der Zahlweise „Vorkasse“ um 19,8 Prozent – insofern bemerkenswert, weil dadurch das Ausfallrisiko für den Shopbetreiber natürlich deutlich gesenkt werden konnte.

### Da stimmt der ROI

Doch sind diese Ergebnisse auch wirklich repräsentativ? Angelika Stifel ist bei ihrer Einschätzung nach rund fünf Monaten Trusted-Shops-Logo vorsichtig. Was das Logo finanziell gebracht hat, möchte sie noch nicht bewerten: „Kann ich noch nicht sagen, wir haben schon seit der Gründung von Auenland-Konzept sehr gute Zuwächse.“ Auch Michaela Strotmann, Betreiberin des Shops [www.bagsundco.de](http://www.bagsundco.de) möchte sich nicht auf Zahlen festlegen lassen: „Interessant wäre herauszufinden, wie viel Umsatz uns entgangen wäre, wenn wir die Zertifizierung nicht gemacht hätten.“ Dass die Zertifizierung sinnvoll war, steht für sie aber außer Frage: „Seit Integration des Trusted-Shops-Logos haben wir nur noch ganz geringe Kaufabbrüche, die wir durch ein Tracking verfolgen. Somit stimmt der Return of Investment!“

### Vertrauen

Ähnlich positive Reaktionen bekommt man auch beim Safer-Shopping-Siegel vom TÜV-Süd. „Bei HolidayCheck ist das Thema Vertrauen essenziell.

Nutzer vertrauen unseren Inhalten, sie planen und buchen entsprechend der bei uns veröffentlichten Hotelbewer-

## So bekommen Sie das Prüfsiegel

Um das Prüfsiegel von Trusted Shops zu erhalten, wird nicht nur ein monatlicher Beitrag ab 59 Euro zuzüglich einer einmaligen Pauschale fällig; Ihr Shop muss vor allem auch strengen Qualitätsansprüchen gerecht werden. Und die folgenden Kriterien sind dabei unter anderem entscheidend:

1. Gesetzeskonforme Anbieterkennzeichnung
2. Vollständige Allgemeine Geschäftsbedingungen
3. Beachtung von Vertriebs- und Marketingbeschränkungen
4. Achtung des Jugendschutzes
5. Keine unerwünschte E-Mail-Werbung
6. Transparente Preisgestaltung und Zahlungsbedingungen
7. Zusendung einer Bestellbestätigung
8. Auftragsinformationen in Textform
9. Kundenservice
10. Ordnungsgemäßes Widerrufs- oder Rückgaberecht
11. Kaufpreiserstattung für Kunden
12. Einhaltung des Datenschutzes
13. Daten- und Systemsicherheit
14. Zusatzanforderungen für Reiseanbieter
15. Angabe bei Vermittlergeschäften
16. Beachtung landesspezifischer Besonderheiten

### Umsatzsteigerung: 16,2 Prozent

Was aber bringt solch ein Siegel genau? Schließlich ist die Mitgliedschaft kein ganz billiges Vergnügen. Zwar beginnt die Basismitgliedschaft bei Trusted Shops bei 49 Euro zuzüglich Umsatzsteuer, doch können die Kosten je nach

**TÜV s@fer-shopping-Zertifikat April 2007**



Qualität und Sicherheit haben oberste Priorität – nicht nur bei der Abwicklung der Online-Bestellungen, sondern insbesondere im Umgang mit den persönlichen Daten. quelle.de wurde vom TÜV geprüft und mit dem TÜV s@fer-shopping-Zertifikat ausgezeichnet. quelle.de erfüllt alle TÜV Richtlinien. Auf [quelle.de](http://quelle.de) kaufen Sie sicher ein.

---

**bvh - EHI-Zertifikat September 2007**



quelle.de hat, nach Prüfung durch das EHI Retail Institute, das Gütesiegel vom Bundesverband des deutschen Versandhandels erhalten. Die Auszeichnung garantiert, dass das geprüfte Unternehmen festgelegten Qualitätsanforderungen und den relevanten gesetzlichen Bestimmungen voll entspricht.

---

**VeriSign Secured Seal**



quelle.de legt sehr viel Wert auf den Schutz Ihrer personenbezogenen Daten, denn es ist uns ein großes Anliegen, dass Sie sich beim Einkaufen auf unserer Website sicher fühlen. Deshalb verwenden wir ausschließlich Sicherheitszertifikate von VeriSign, der Nummer 1 für sicheren Datentransfer im E-Commerce. Zu den Sicherheits-Informationen von VeriSign

Auch die Großen der Branche verzichten nicht auf Prüfsiegel. So haben sich unter anderem Otto.de und Quelle.de beim TÜV-Süd zertifizieren lassen

tungen ihre schönste Zeit im Jahr. Auch der TÜV genießt das Vertrauen der Menschen: Kaum ein Prüfsiegel hat einen solchen Wert beim Kunden wie das TÜV-Signet. Es ist für uns seit Jahren selbstverständlich geworden, dass wir Prozesse, Usability und die Datensicherheit überprüfen lassen. Das sind wir unseren Usern schuldig“, meint Hakan Öktem, Geschäftsführer von [www.holidaycheck.de](http://www.holidaycheck.de). Auch „wir möchten den Besuchern unseres Shops vermitteln, dass sie in computeruniverse.net einen qualitativ hochwertigen und zuverlässigen Online-Partner für Computer- und Multimediaprodukte gefunden haben“. Auch Rainer Schramm, Geschäftsführer des Elektronikversenders [www.computeruniverse.net](http://www.computeruniverse.net) ist zufrieden: „Ein hohes Maß an Service, Sicherheit und Qualität erwar-

tet den Nutzer und genau an dieser Stelle unterstützt uns das Safer-Shopping-Prüfsiegel. Die von jeder Seite aus einsichtige Zertifizierung vermittelt bereits beim ersten Besuch der Website Vertrauen.“

### Schutz vor Abmahnungen

Und noch ein weiterer Faktor außerhalb von Umsatzsteigerungen und besseren Konversionsraten spricht für ein Prüfsiegel: die Rechtssicherheit. So schützt man sich durch die Zertifizierung bei Trusted Shops beispielsweise vor Abmahnungen. Einmal, indem der Shop bei der Abnahme natürlich komplett durchleuchtet wird, und zudem dadurch, dass das Unternehmen Web-seller laufend auf aktuelle Urteile und deren Auswirkungen sowie Gesetzesänderungen hinweist. So gaben bei

der bereits angesprochenen Kundenumfrage 83,8 Prozent als Vorteil „mehr Sicherheit vor kostspieligen Abmahnungen“ an. Bedenkt man die leidige Abmahnlut der letzten Jahre und die Kosten, die nur durch eine einzige gerechtfertigte Abmahnung entstehen können, hat man die Jahresgebühr für das Prüfling schnell wieder heraus.

Prüfsiegel sind für Shopbetreiber heutzutage kein „Kann“ mehr, sondern längst ein „Muss“. Gerade in Zeiten von Telekom-Skandalen mit gestohlenen und offen zugänglichen Kundendaten sind die Verbraucher so misstrauisch wie nie zuvor. Die Hemmschwelle, bei unbekanntem Onlineshop in Vorleistung zu treten, ist riesig. Eine Hemmschwelle, die Prüfsiegel deutlich senken können. ■

## „Möglichkeit, mit dem Trusted Shops-Gütesiegel zu werben und Vertrauen zu schaffen!“

**Welche Voraussetzungen muss ein Shop eigentlich erfüllen, um das Trusted Shops-Siegel tragen zu dürfen?**

**Ulrich Hafendradl** Bei der Zertifizierung müssen sich alle Händler Sicherheitstests unterziehen, die mehr als 100 Einzelkriterien aus den Bereichen Bonität, Sicherheitstechnik, Preistransparenz, Informationspflichten, Kundenservice und Datenschutz umfassen. Diese Parameter werden ständig an neueste Erkenntnisse von Rechtsprechung und Verbraucherschutz angepasst. Bislang wurden mehr als 4.000 Händler zertifiziert. Und falls es doch mal zu Problemen kommen sollte: Die Geld-zurück-Garantie für Verbraucher gilt für alle zertifizierten Onlineshops. Sie greift bei Nichtlieferung oder Nichterstattung nach Warenrückgabe und bei Kreditkartenmissbrauch.

**Was schätzen Sie, was für einen Onlinehändler bei der Entscheidung pro Trusted Shops-Mitgliedschaft entscheidend ist: die „harten Fakten“ wie Geld-zurück-Garantie“ für Kunden und „Schutz vor Abmahnungen“ oder ganz simpel, dass die Händler einfach das Trusted Shops-Gütesiegel auf ihrer Webseite tragen wollen?**

**Ulrich Hafendradl** Beides spielt eine Rolle: Zunächst steht meistens der Marketingaspekt im Vordergrund – also die Möglichkeit, mit dem Trusted Shops-Gütesiegel zu werben und Vertrauen zu schaffen. Das ist auch verständlich, denn zwei Drittel der deutschen Internetshopper haben bereits einmal eine Bestellung abgebrochen, weil ihnen der besuchte Shop nicht seriös genug erschien. Da hilft Trusted Shops direkt. Dann aber merken viele unserer Kunden, dass Trusted Shops hilft, mehr Vorauskassenzahlungen zu erreichen, da der Verbraucher durch die Geld-zurück-Garantie abgesichert ist. Er spart so z. B. Kosten von Kreditkartenzahlungen und vermeidet Zahlungsausfälle beim Verkauf auf Rechnung und hat, sozusagen nebenbei, noch einen Zins- und Liquiditätsvorteil. Die gestiegene Sicherheit vor Abmahnungen ist ein Aspekt, der Shopbetreibern neben den Ausgaben auch noch die Nerven schont. Ich höre von Shopbetreibern immer wieder: Gut, dass ich mir um Abmahnungen keine Gedanken mehr machen muss.



Ulrich Hafendradl, Geschäftsführer von Trusted Shops ([www.trustedshops.de](http://www.trustedshops.de))

**Wie hoch ist eigentlich der Prozentsatz der Shops, denen das Siegel verweigert wird? Und was sind die häufigsten Gründe?**

**Ulrich Hafendradl** Der Prozentsatz liegt im einstelligen Bereich. Die Gründe liegen manchmal in der Sicherheitstechnik und manchmal in der Bonität. Aber: Jeder Shop, der ein seriöses Geschäft aufbauen will, kann mit unserer vollen Unterstützung dabei rechnen!

**Sie werben mit einer Umsatzsteigerung für Onlineshops durch den „Trusted Shops-Effekt“. Was darf man sich darunter vorstellen?**

**Ulrich Hafendradl** Viele unserer Mitglieder konnten bereits kurz nach der Zertifizierung von einer deutlichen Umsatzsteigerung berichten. Einer der Gründe: Mit Trusted Shops reduzieren Sie die Kaufabbruchrate. Zahlreiche Studien belegen, dass noch immer ein beachtlicher Teil aller Warenkörbe vor dem endgültigen Kaufklick wieder geleert wird. Zur Erklärung muss ich kurz ausholen: Eine zentrale Messgröße für den Erfolg eines Shops ist die Konversionsrate. Die Konversionsrate gibt an, wie viel Prozent derjenigen, die einen Shop aufgesucht haben, auch tatsächlich etwas bestellt haben. Wenn z. B. von 100 Besuchern im Durchschnitt einer tatsächlich eingekauft hat, beträgt die Konversionsrate 1 Prozent. Folgender Zusammenhang ist jetzt wichtig: Eine Steigerung dieser Rate wirkt sich unmittelbar und sehr stark auf den Umsatz aus. Ein Beispiel: Ein Onlineshop mit 100 Besuchern am Tag hat einen durchschnittlichen Warenkorb von 50 Euro. Wenn die Konversionsrate durch das gestiegene Vertrauen in den Shop nur um 0,25 Prozentpunkte steigt, profitiert der Shopbetreiber von den Einkäufen dieser Neukunden auf zweierlei Weise: kurzfristig durch deren direkten Einkauf und langfristig durch einen Anteil an neuen Stammkunden, sagen wir 15 Prozent der Neukunden. Das Umsatzplus in diesem Beispiel beträgt dann 6.000 Euro pro Jahr. Die Mitgliedschaft für diesen Shop kostet den Shopbetreiber aber nur knapp 700 Euro; wenn er eine Partner-Software einsetzt – das sind die meisten gängigen Shop-systeme – sogar weniger als 600 Euro im Jahr. Übrigens bieten wir auf [www.trustedshops.de/effekt](http://www.trustedshops.de/effekt) einen interaktiven Umsatzrechner an.