// Studie zu Internetgütesiegeln in Deutschland und Europa

durchgeführt vom
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

Stand: Juni 2011, Aktualisierung Juli 2012

gefördert durch das
Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Centre Européen de la Consommation
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

// Inhaltsverzeichnis

Einleitung **4**

I. Kontext der Studie – Wachstumsmarkt e-Commerce bei gleichzeitiger Verbraucherverunsicherung 4

II. Zweck der Studie – Orientierung im Gütesiegeldschungel, Schwerpunkt Praxistauglichkeit der Gütesiegel 5

III. Wirkung von Gütesiegeln 6

IV. Durchführung der Studie 7

Deutsche Gütesiegel **9**

V. Teilnehmende Gütesiegel: Logos und Verbreitungsgrad 9

VI. Kriterienkataloge der deutschen Gütesiegel im Vergleich 11

VII. Prüfung der Online-Shops vor Zertifizierung 14

VIII. Kontrolle der Einhaltung der Kriterien 15

IX. Entzug des Gütesiegels 15

X. Unterstützung von Verbrauchern bei Problemen mit dem Händler 16

XI. Exkurs: Trusted Shops Käuferschutz (Geld-zurück-Garantie) 17

XII. Leistungen der Gütesiegelanbieter bei Problemfällen 19

XIII. Voraussetzungen der Leistungen 20

XIV. Kontaktaufnahme mit den Gütesiegeln 21

XV. Suche nach zertifizierten Shops und Überprüfung der Echtheit der Zertifizierung 22

XVI. Kosten für Verbraucher 25

XVII. Zertifizierung von Shops außerhalb Deutschlands 25

Europäische Gütesiegel 27

XVIII. Durchführung der Studie 27

XIX. Teilnehmende Gütesiegel 28

XX. Kurzvorstellung der teilnehmenden Gütesiegelanbieter 28

XXI. Kriterien und Prüfverfahren 34

XXII. Suche nach zertifizierten Shops und Überprüfung der Echtheit der Zertifizierung 40

XXIII. Die Gestaltung der Internetauftritte der europäischen Gütesiegelanbieter 42

XXIV. Sprachkenntnisse der Mitarbeiter der Gütesiegelanbieter 43

XXV. Kundenservice der Gütesiegel bei Beschwerden von Verbrauchern gegen einen Online-Shop 44

Fazit **48**

Anhang **50**

XXVI. Fragebögen für deutsche Gütesiegelanbieter 50

XXVII. Fragebögen für europäische Gütesiegelanbieter 56

XXVIII. Europaweit einheitliche Mindestkriterien für Gütesiegel 60

I. Kontext der Studie – Wachstumsmarkt e-Commerce bei gleichzeitiger Verbraucherverunsicherung

Der Online-Handel wächst in den letzten Jahren kontinuierlich. Deutschland gehört europaweit zu den Ländern, in denen viel online bestellt wird. 64% der Deutschen gaben 2011 an in den letzten zwölf Monaten online eingekauft zu haben.[1] Zum Vergleich, 2004 waren es noch 37%.[2] In Baden-Württemberg gaben im Rahmen des Süddeutschen Verbrauchermonitors 2010[3] 80% der Befragten an, schon einmal online bestellt zu haben. Der Online-Handel wächst auch in Zeiten von Wirtschaftskrisen. Gerade Schnäppchenjäger finden im Internet oft verlockende Angebote. Ein Ende der Entwicklung ist bisher nicht abzusehen.

Die hohe Zahl derer, die online einkaufen, bedeutet jedoch nicht gleichzeitig, dass alle Interneteinkäufe reibungslos ablaufen oder dass sich alle Deutschen im Internet sicher fühlen. 78% der Baden-Württemberger hatten jedenfalls, wie der Süddeutsche Verbrauchermonitor für Baden-Württemberg 2010 gezeigt hat, schon einmal ein Problem mit ihrer Online-Bestellung. Gleichzeitig hegen die Baden-Württemberger Bedenken, dass ihre Daten beim Surfen ausspioniert werden (66%). Diese Bedenken teilen die Baden-Württemberger mit ihren deutschen und europäischen Nachbarn, denn mangelndes Vertrauen in das Online-Umfeld ist inzwischen zu einem ernsten Hindernis bei der Entwicklung einer europäischen Online-Wirtschaft geworden, wie die Europäische

1 Quelle Eurostat: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/dataset?p_product_code=ISOC_EC_IBUY.

2 Quelle Eurostat: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/dataset?p_product_code=ISOC_EC_IBUY.

3 http://www.verbraucherportal-bw.de/servlet/PB/show/2884114/10_10_28_Master_Sueddeutscher%20Verbrauchermonitor_Teil_Baw.pdf.

Kommission feststellte.[4] Die Personen, die nicht online bestellen, gaben bei einer Eurostat-Erhebung folgende Hauptgründe an: Bedenken in Bezug auf Zahlungssicherheit und Datenschutz sowie mangelndes Vertrauen.[5]

Genau hier setzen Gütesiegel für den Online-Handel an. Bereits anhand der Bezeichnung „Gütesiegel" wird deutlich, was mit einem Gütesiegel bewirkt werden sollte. Verbraucher und potentielle Kunden sollen überzeugt werden, dass der Online-Shop, der das Gütesiegel trägt, ein seriöses Unternehmen ist, bei dem man gefahrlos einkaufen kann.

II. Zweck der Studie – Orientierung im Gütesiegeldschungel, Schwerpunkt Praxistauglichkeit der Gütesiegel

Gütesiegel ist nicht gleich Gütesiegel und verdient diese Bezeichnung überhaupt. Es gibt nicht nur verschiedenste Arten von Gütesiegeln, wie zum Beispiel Gütesiegel für Datenschutz, Gütesiegel für Produktqualität, Gütesiegel für billige Preise oder Gütesiegel, die lediglich Kundenbewertungen wiedergeben. Daneben gibt es auch gefälschte Gütesiegel, sowohl frei erfundene Gütesiegel als auch tatsächlich existierende Gütesiegel, die unerlaubt auf Online-Shops angebracht werden. Auf den ersten Blick ist der Unterschied nicht immer leicht erkennbar, zumal es sich im Prinzip immer um Logos handelt, die mit denselben Schlagworten („sicher", „geprüft", „zertifiziert" etc.) ausgestattet sind. Viele Verbraucher achten auf Gütesiegel und Logos, da oft Zeit und Wissen fehlen, um die Waren oder Anbieter selbst zu prüfen. Problematisch dabei ist, dass Verbraucher oft nicht wissen, für was ein Gütesiegel genau steht oder wie man leicht prüfen kann, ob es tatsächlich vergeben wurde.

4 http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/digital-agenda-communication-de.pdf, S.13.

5 http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/digital-agenda-communication-de.pdf, S.14.

III. Wirkung von Gütesiegeln

Der Online-Handel ist nicht der einzige Wirtschaftszweig, der mit Gütesiegeln arbeitet. Die Verbraucher Initiative e.V. hat auf der Seite www.label-online.de allein 400 verschiedene Gütesiegel erfasst und kurz beschrieben. Wenn Gütesiegel wenig oder keinen positiven Effekt hätten, gäbe es – einfach ausgedrückt – nicht so viele. Der Süddeutsche Verbrauchermonitor 2010 bestätigt die Wirkung von Gütesiegeln: 17% der Baden-Württemberger kaufen demnach nur bei zertifizierten Online-Shops ein. Für weitere 54% ist ein Gütesiegel eines von mehreren Entscheidungskriterien.[6] Eine im Auftrag der Europäischen Kommission durchgeführte Studie, die im Juni 2011 veröffentlicht wurde,[7] besagt, dass auf europäischer Ebene 40% der Befragten nach Gütesiegeln Ausschau halten. Dass Gütesiegel insgesamt das Verbrauchervertrauen in einen Händler oder in ein Produkt stärken, überrascht – gerade in Deutschland eingedenk beispielsweise des Erfolgs von Stiftung Warentest – nicht.

Von Händler-Seite aus betrachtet sind Gütesiegel ein probates Mittel zur Verkaufsförderung. Man mag zweifeln, ob sich dies in Zahlen darstellen lässt. Trusted Shops, der größte deutsche Gütesiegelanbieter im Online-Bereich, bietet z.B. auf seiner Homepage einen „Umsatzrechner" an, mithilfe dessen man die gesteigerten Umsätze berechnen kann, die Händler erhalten sollen, wenn sie sich als Händler Trusted Shops zertifizieren lassen.[8] Demnach reduziert das Trusted Shops Gütesiegel nicht nur die „Kaufabbruchrate", also die Anzahl der Personen, die vor Abgabe der Bestellung die Internetseite wieder verlassen, sondern lässt auch die „Konversionsrate" ansteigen, d.h. den Prozentsatz

6 http://www.verbraucherportal-bw.de/servlet/PB/show/2884114/10_10_28_Master_Sueddeutscher%20Verbraucher-monitor_Teil_Baw.pdf, S. 39.

7 http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_359_en.pdf, S.111.

8 http://www.trustedshops.de/shopbetreiber/effekt.html.

der Personen, die die Internetseite besuchen und auch gleich etwas bestellen.

Bei Gütesiegeln befindet man sich automatisch in einem Dreiparteienverhältnis, da sich zu den Interessen der Verbraucher und Händler die Interessen des Gütesiegelanbieters gesellen. Ein gutes Gütesiegel bietet einen sinnvollen Ausgleich zwischen den Interessen der drei Parteien. Ein Verbraucher sollte sich daher vergewissern, ob ein Gütesiegel auch tatsächlich dafür bürgt, dass seinen Interessen Rechnung getragen wird. Bis zu einem gewissen Grad kann und soll er dies selbst tun. Angesichts der Vielzahl der Gütesiegel benötigt er jedoch Hilfestellung, insbesondere auch bei Gütesiegeln aus anderen Staaten; zum einen, weil manche angebliche Gütesiegel sich nur auf ein absolutes Minimum an Qualitätsabsicherung beschränken (das z.T. noch nicht einmal alle gesetzlichen Standards berücksichtigt), zum anderen aber auch, weil besonders hochwertige Siegel interessante Zusatzleistungen bieten.

Zweck der Studie ist daher, bekannte und seriöse Gütesiegel für den Online-Handel herauszufiltern und aufzuzeigen, was die Gütesiegel Verbrauchern tatsächlich bieten. Der Schwerpunkt liegt darauf, wie Gütesiegelanbieter Verbrauchern konkret helfen, wenn ein Problem mit einem Online-Shop auftritt. Theoretische Voraussetzungen sind zwar auch wichtig, nützen einem Verbraucher letztendlich aber wenig, wenn der Online-Shop die Ware trotzdem nicht liefert oder plötzlich nicht mehr erreichbar ist und der Gütesiegelanbieter untätig bleibt.

IV. Durchführung der Studie

Untersucht wurden Gütesiegel für den Online-Handel, d.h. Gütesiegel die Online-Shops umfassend testen, nicht hingegen Gütesiegel, die nur Teilbereiche zertifizieren, wie zum Beispiel den Datenschutz oder die Bezahlart. Auch wurden nur bekanntere Gütesiegel, die tatsächlich schon einige Shops zertifiziert haben,

berücksichtigt, da nur diese für Verbraucher relevant sind. **Dies schränkte die Zahl der hier geprüften Gütesiegel erheblich ein.**

Die Studie[9] setzt sich neben deutschen auch mit europäischen Gütesiegeln auseinander, denn der Online-Handel macht vor Ländergrenzen nicht halt. Aufgrund eines anderen Warensortiments und teilweise günstigerer Preise kann es sich oft in doppelter Hinsicht lohnen, seinen Einkauf über die Landesgrenzen hinweg auszudehnen. Bei Einkäufen in einem anderen Land möchte man unter Umständen noch sicherer gehen als bei Einkäufen im eigenen Land, so dass Verbraucher ggf. bei Auslandseinkäufen motivierter sind, einen Online-Shop mit Gütesiegel auszuwählen. Geographisch umfasst die Studie Gütesiegel aus der Europäische Union.

Die Vorgehensweise war bei den deutschen und europäischen Gütesiegelanbietern im Wesentlichen gleich. Der Fragebogen wurden ins Englische und Französische übersetzt.[10] Die Gütesiegelanbieter wurden zunächst per E-Mail kontaktiert. Der Sinn der Studie wurde erläutert und es wurde nach Interesse an einer Teilnahme an der Studie gefragt. Erst nach positiver Rückmeldung wurde der Fragebogen verschickt. Bei den Gütesiegeln, die Informationen auf Deutsch, Englisch oder Französisch auf der Homepage zur Verfügung stellten, konnten zusätzlich diese Informationen ausgewertet werden. **Zu einem nicht geringen Teil beruht die Studie jedoch auf den Angaben der Gütesiegelanbieter aus den Fragebögen, die zumeist nicht gegengeprüft werden konnten.** Dies liegt bei den europäischen Gütesiegelanbietern zum Teil an der Sprache. Bei allen Gütesiegelbietern können darüber hinaus Angaben zu internen Vorgängen (Ausbildung der Mitarbeiter, interne Prüfung der Shops etc.) nicht gegengeprüft werden.

9 Die Studie wurde im Juni 2011 erstellt und im Juli 2012 aktualisiert. Zum Zweck der Aktualisierung wurden alle teilnehmenden Gütesiegel nochmals angeschrieben und um Überprüfung ihrer Angaben in den Fragebögen gebeten. Alle Gütesiegelanbieter bis auf das schwedische Gütesiegel wurden erreicht und aktualisierten die Fragebögen.

10 Fragebögen siehe Anhang.

Sechs deutsche Gütesiegelanbieter wurden gefragt, ob sie an der Studie teilnehmen möchten. Wie bereits erwähnt, wurden Gütesiegel ausgewählt, die eine gewisse Anzahl an Shops zertifiziert haben und den Verbrauchern daher bekannt sind.[11]

Zwei der sechs kontaktierten Anbieter nahmen nicht an der Studie teil.

Im Ergebnis nahmen folgende vier Gütesiegel an der Studie teil: TÜV SÜD, Trusted Shops, BoniCert und Euro-Label Deutschland.

Selbstverständlich gibt es andere Gütesiegel, auch können jederzeit neue Siegel auf dem Markt erscheinen, die durchaus ernst zu nehmende Qualitätskriterien erfüllen können. Verbraucher sollten diesbezüglich die Augen offen halten.[12]

V. Teilnehmende Gütesiegel: Logos und Verbreitungsgrad

TÜV SÜD
www.safer-shopping.de

Das TÜV SÜD Gütesiegel wird von der TÜV SÜD Management Service GmbH betrieben. 2001 wurde das Prüfkonzept „s@fershopping" entwickelt. Das TÜV SÜD Gütesiegel wird von der

11 Das Gütesiegel „internet privacy standards" wurde, obwohl nicht unbekannt, nicht befragt, da es den Schwerpunkt auf Datenschutz legt. Gegenstand der vorliegenden Studie sind Gütesiegel mit einem weniger spezialisierten Fokus.

12 Im Rahmen der Studie wurden zehn empfehlenswerte Mindeststandards für Gütesiegel entwickelt (siehe Anhang). Diese können Verbrauchern Orientierung bieten, wenn sie ein neues Gütesiegel prüfen.

Initiative D21 empfohlen.[13] TÜV SÜD hat keine Angaben bezüglich der Anzahl der zertifizierten Shops gemacht. Die Shops sind auf der folgenden Internetseite gelistet http://www.safer-shopping.de/gepruefte-shops.html&ansicht=alle.

Trusted Shops
www.trustedshops.de

Das Unternehmen Trusted Shops wurde 1999 gegründet. Trusted Shops hat nach eigenen Angaben derzeit mehr als 12.000 Online-Shops zertifiziert und dürfte somit das größte deutsche Gütesiegel sein. Das Trusted Shops Gütesiegel wird ebenfalls von der Initiative D21 empfohlen.

BoniCert
www.bonicert.de

Das Unternehmen BoniCert wurde 2003 gegründet. Das Gütesiegel ist nicht bei der Initiative D21 gelistet. BoniCert nennt die Anzahl zertifizierter Shops nicht. Über den Internetauftritt können die zertifizierten Shops auch nicht gesucht werden, wie dies bei den anderen Gütesiegelanbietern der Fall ist.

13 http://www.internet-guetesiegel.de/index.html; die Initiative D21 hat einen Katalog mit Qualitätskriterien für B2C Internetangebote herausgegeben. Manche Gütesiegelanbieter verpflichten sich zur Einhaltung dieser Qualitätskriterien, hierzu gehören u.a. TÜV SÜD, Trusted Shops und Euro-Label.

EHI Geprüfter Online-Shop / Euro-Label Deutschland[14]
www.shopinfo.net

Das deutsche Euro-Label-Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop" wird seit 1999 von der EHI-Retail Institute GmbH vergeben. Die EHI Retail GmbH ist nach eigenen Angaben ein wissenschaftliches Institut des Handels. Es sind über 500 Shops zertifiziert. Das deutsche Euro-Label-Gütesiegel wird von der Initiative D21 empfohlen.

Euro-Label-Gütesiegel gibt es auch in anderen Ländern, denn eigentlich ist Euro-Label eine Kooperation nationaler Anbieter von Internet-Gütesiegeln. Die Website www.euro-label.com ist die international ausgerichtete Seite von Euro-Label. Allerdings sind auf dieser Seite einige der Euro-Label Kooperationspartner aus anderen Ländern als inaktiv gekennzeichnet. Gütesiegel wird ebenfalls von der Initiative D21 empfohlen.

VI. Kriterienkataloge der deutschen Gütesiegel im Vergleich

Alle der hier geprüften Gütesiegelanbieter veröffentlichen auf ihren Internetseiten Kriterien, die Online-Shops erfüllen müssen, um das Gütesiegel zu erhalten. Bei TÜV SÜD wurde der Anforderungskatalog für B2C Shops mit Stand 20.07.2010[15], bei Trusted Shops die Qualitätskriterien v5.0[16], bei Euro-Label die .Kriterien 081230-04[17], bei BoniCert die Qualitätskriterien mit

14 Das Gütesiegel „EHI Geprüfter Online-Shop" ist Teil der Euro-Label Kooperation. Nachfolgend wird das Gütesiegel als „Euro-Label" oder „Euro-Label Deutschland" bezeichnet.

15 http://www.safer-shopping.de/uploads/PDF/Anforderungen_Shopsb2c.pdf.

16 http://www.trustedshops.de/shopbetreiber/download.html.

17 http://www.shopinfo.net/haendler/kriterien/index.html.

Stand 31.03.2009[18] geprüft. Parallel wurden diese Kriterien mit dem von der Initiative D21[19] erarbeiteten Kriterienkatalog für Internet-Angebote (Stand 08.10.2010) abgeglichen.

Alle Kriterienkataloge sind auf den jeweiligen Internetseiten ohne größere Mühe auffindbar und, da es sich um pdf-Dokumente handelt, leicht speicher- und druckbar. Die Dokumente sind zwischen zwei und 15 Seiten lang. Sie sind zwar nicht unverständlich, aber als Leser muss man Zeit und Geduld mitbringen, um die Kriterienkataloge durchzuarbeiten, gerade wenn man sich nicht täglich mit diesem Thema befasst. Dieser Nachteil ist allerdings in Kauf zu nehmen. Angesichts der Komplexität des Themas würde eine vereinfachte Darstellung zu Ungenauigkeiten führen. Der eilige Leser kann sich überdies anhand der allgemeinen Darstellungen auf den jeweiligen Internet-Auftritten einen – allerdings zum Teil vergröberten – Überblick über die Leistungen des Gütesiegels verschaffen. Ein Vergleich ist dennoch für Verbraucher nicht immer einfach, weshalb verbindliche bestenfalls EU-weit geltende Mindestkriterien für Gütesiegelanbieter begrüßenswert wären.[20] Mit verbindlichen Mindestkriterien könnten sich Verbraucher auf ein Qualitätsniveau verlassen. Die Gütesiegel sollten dann jedoch auch regelmäßig auf Einhaltung dieser Kriterien geprüft werden. Geprüfte Gütesiegel könnten anschließend EU-weit auf einer Internetseite veröffentlicht werden.

Erwartungshorizont

In Deutschland sind die verbraucherschützenden Vorschriften, die den Online-Handel betreffen, weit entwickelt. Überwiegend sind diese Vorschriften europäischen Ursprungs und somit in allen Mitgliedsstaaten im Kern gleich. Dass Gütesiegelanbieter die gesetzlichen Vorgaben respektieren, sollte selbstverständlich sein, ist es aber nicht immer. Angesichts der bestehenden Verbraucherschutzgesetzgebung stellt sich die Frage, inwieweit Raum für zusätzliche Kriterien bleibt. Auch hier sollte eine

18 http://www.bonicert.de/files/BC-Quali_v2.0.pdf.

19 http://www.internet-guetesiegel.de/kriterien.html.

20 Eine Liste mit zehn empfehlenswerten Mindestkriterien findet sich im Anhang.

Differenzierung für Verbraucher leicht möglich sein, so dass sie unterscheiden können, was ihnen bereits von Gesetzes wegen zusteht und was eine Zusatzleistung des Gütesiegels ist.

Weiterhin stellt sich die Frage nach der Kontrolle und der Einhaltung der Kriterien. Die hier geprüften Gütesiegel zertifizieren mehrere Hundert, zum Teil sogar mehrere Tausend Online-Shops. Eine Garantie, dass jeder Online-Shop, der das Gütesiegel trägt, zu jedem Zeitpunkt den Kriterienkatalog erfüllt, kann es insofern nicht geben. Dies würde eine vollständige und kontinuierliche Überwachung des Online-Shops voraussetzen. Dennoch sollten die Shops regelmäßig und anlassbezogen geprüft werden.

Zusammenfassung

Die Kriterienkataloge der verschiedenen Anbieter und der Initiative D21 weisen untereinander Ähnlichkeiten auf. Insgesamt gehen die Kriterien bei allen geprüften Anbietern und bei der Initiative D21 nur partiell über die gesetzlichen Vorgaben für den Online-Handel hinaus. Dies kann wie bereits erwähnt daran liegen, dass die Verbraucherschutzgesetzgebung für den Online-Handel weit entwickelt ist. Die Kriterien sind oft beschreibend, teilweise selbstverständlich und teilweise unverbindlich, wie zum Beispiel bei manchen Gütesiegeln bezüglich der Reaktionszeit auf Kundenanfragen („angemessen"). Zum Teil sind jedoch wichtige Punkte gut erklärt und sinnvoll zusammengefasst oder besonders hervorgehoben. Die Kriterien der Initiative D21 machen z.B. sehr deutlich, wie wichtig ein klarer Bestellvorgang für Verbraucher ist, dem dieser ganz bewusst zustimmen muss.[21] Ferner bieten die Kriterien zum Teil gute praktische Anregungen, etwa hinsichtlich der Anzeige des Lieferstatus.

Was können die Kriterienkataloge also konkret leisten?

Sie können Verbrauchern und Unternehmern, die sich nicht eingehend mit den Rechtsvorschriften im e-Commerce beschäftigt haben, einen kurzen Überblick über ihre wesentlichen Rechte und Pflichten geben. Auch wenn die Kriterienkataloge wie oben

21 http://www.foehlisch.de/guetesiegel/docs/D21_Qualitaetskriterien_2011.pdf, S. 6 u. 7.

dargestellt eine genaue und ggf. zeitintensive Lektüre erfordern, dürften sie immer noch leichter zu verstehen sein als die jeweiligen Rechtsvorschriften, die sich überdies auf verschiedene Gesetze verteilen.

Wie bereits eingangs erwähnt, kann es realistisch betrachtet keine Garantie geben, dass die Kriterienkataloge immer von allen Online-Shops eingehalten werden. Umso wichtiger erscheint es, dass die Gütesiegelanbieter den Verbrauchern konkrete Hilfe anbieten, wenn eine Bestellung nicht wie erwünscht verläuft oder Verbraucher allgemein Fragen haben. Dies bietet Verbrauchern nicht nur den Vorteil eines weiteren Ansprechpartners im Falle von Problemen; Gütesiegel haben auch die Funktion, eine Überprüfung des Online-Shops zu veranlassen, die letztlich zu einem Siegel-Entzug führen kann.

VII. Prüfung der Online-Shops vor Zertifizierung

Ein Gütesiegel ist nur dann für Verbraucher sinnvoll, wenn der Gütesiegelanbieter den Shop vor der Vergabe gründlich untersucht. Folgende Tabelle bietet einen Überblick darüber, wie der jeweilige Gütesiegelanbieter einen Shop vor dessen Zertifizierung prüft. Die Tabelle beruht auf den Angaben der Anbieter im Fragebogen:

	TÜV SÜD	Trusted Shops	BoniCert	Euro-Label
Shop wird online geprüft	✓	✓	✓	✓
Shop wird vor Ort an seinem Unternehmenssitz geprüft	✓	–	–	–
Anonyme Test-bestellung	✓	✓	✓	✓
Sonstige Anmer-kungen der Güte-siegelanbieter	Technische Sicherheit wird durch Online-Sicherheits-check überprüft	Bonität des Online-Shops wird geprüft	–	Stichproben bei der Retourenabwicklung; Test-Anrufe, um Erreich-barkeit und Servicequa-lität zu testen; Über-prüfung von Einträgen zum Shop im Internet

VIII. Kontrolle der Einhaltung der Kriterien

	TÜV SÜD	Trusted Shops	BoniCert	Euro-Label
Regelmäßige Überprüfung (einmal jährlich)	✓	✓	✓	✓
Außerplanmäßige Überprüfung bei Beschwerden von Verbrauchern	✓	✓	✓	✓
Stichproben nach Zufallsprinzip	✓	✓	✓	✓
Sonstige Anmerkungen der Gütesiegelanbieter	—	Permanentes Monitoring der Bonität und des Kundenservices	—	Beschwerdemanagement und Monitoring der Kundenmeinungen dienen der Qualitätskontrolle

Bezüglich der Stichproben und der Anzahl an außerplanmäßigen Überprüfungen liegen keine Angaben vor, wie häufig die außerplanmäßigen Überprüfungen und die Stichproben tatsächlich stattfinden.

IX. Entzug des Gütesiegels

Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Online-Shops bemühen, die Kriterien der Gütesiegelanbieter tatsächlich einzuhalten, dürfte steigen, wenn die Gütesiegelanbieter das Siegel bei Verstößen entziehen.

TÜV SÜD gibt an, dass das Gütesiegel bei „Mängeln" entzogen wird.

Trusted Shops zufolge sind nicht nur die Qualitätskriterien für einen eventuellen Entzug des Gütesiegels ausschlaggebend. Der Shop muss auch über ausreichende Bonität verfügen, Kundenbeschwerden innerhalb von fünf Werktagen schriftlich und in geeigneter Weise beantworten sowie die Anmeldemöglichkeit zur finanziellen Absicherung des Kunden technisch korrekt einbinden.

BoniCert gibt an, dass es viele Gründe für einen Entzug des Siegels gibt, v.a. jedoch die „Nicht-Erreichbarkeit und die Nicht-Liquidität" des Shops.

Euro-Label zufolge führt ein Verstoß gegen die Prüfkriterien, gegen formale Kriterien oder die nicht-vertragsgemäße Bearbeitung von Beschwerden zum Ausschluss. Vor dem Ausschluss wird jedoch der Kontakt mit dem Händler gesucht, um eine einvernehmliche Lösung zu finden.

X. Unterstützung von Verbrauchern bei Problemen mit dem Händler

Wie bereits bei der Prüfung der Kriterien festgestellt, bieten Gütesiegel insbesondere den Vorteil, dass man als Verbraucher Hilfe vom Gütesiegelanbieter erhält, wenn die Bestellung nicht wie erwünscht verläuft. Denn selbst der beste Kriterienkatalog hilft nicht weiter, wenn der Online-Shop plötzlich nicht mehr erreichbar ist. Insofern sind die Unterstützungsleistungen durch den Gütesiegelanbieter für Verbraucher entscheidend. Nachfolgend die Antworten der Gütesiegelanbieter auf die Frage, in welchen Fällen sie Verbrauchern helfen:

	TÜV SÜD	Trusted Shops	BoniCert	Euro-Label
Nichtlieferung der bestellten und bezahlten Ware	✓	✓	✓	✓
Widerruf der Bestellung, Kaufpreis wird nicht zurückgezahlt	✓	✓	✓	✓
Gewährleistung	✓	–	✓	✓
Unternehmer ist nicht zu erreichen	✓	✓	✓	✓
Unternehmer und Verbraucher sind sich über die Rechtslage uneinig		✓		✓
Sonstige Anmerkung der Gütesiegelanbieter		Trusted Shops bietet noch zusätzlich eine Geld-zurück-Garantie (siehe Kapitel XI.), die aber anmelde- und ggf. kostenpflichtig ist und nicht bei Gewährleistung greift.	BoniCert machte zwar obige Angaben, fügte jedoch hinzu, dass sie sich grundsätzlich darauf beschränken, den Kontakt zwischen Unternehmer und Verbraucher herzustellen und ggf. Konsequenzen in Bezug auf das Zertifikat ziehen. Rechtliche Beratung oder Einordnung wird ausdrücklich nicht angeboten. BoniCert unterscheidet sich somit wesentlich von den anderen hier geprüften Gütesiegeln, die aktiv zwischen Unternehmer und Verbraucher vermitteln.	Euro-Label verfolgt nach eigenen Angaben einen pragmatischen Ansatz bei der Falllösung.

XI. Exkurs: Trusted Shops Käuferschutz (Geld-zurück-Garantie)

Die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie ist eine Besonderheit. Sie ist eine Art Versicherungsvertrag, der das Risiko der Nicht-Erstattung des Kaufpreises im Fall der Nicht-Lieferung der Ware und der Rücksendung der Bestellung abdecken soll. Daneben kann mit der Trusted Shops Garantie die Erstattung der Vergütung von nicht erbrachten Dienstleistungen, die Erstattung des Reisepreises bei Nichtzustellung der Reiseunterlagen und die Selbstbeteiligung bei missbräuchlicher Verwendung der Kreditkarte (letzteres bis zur Höhe von 50 €) abgesichert werden.

Wichtig ist, dass sich der Kunde für die Garantie anmeldet. Einfach nur bei einem Shop zu bestellen, der das Trusted Shops Logo trägt, berechtigt nicht automatisch zur Trusted Shops Garantie, wohl aber zu den sonstigen Unterstützungsleistungen. Die Notwendigkeit einer Anmeldung ist insofern einleuchtend, als es sich um eine Art Versicherungsvertrag handelt.

Obwohl die Versicherungsunternehmen Garantiegeber sind, kann sich der Kunde direkt an Trusted Shops wenden, die die Abwicklung der Garantie übernehmen.

Die Garantie ist teilweise kostenpflichtig. Trusted Shops ist der einzige hier geprüfte Anbieter, der eine für Verbraucher kostenpflichtige Leistung anbietet. Wichtig ist jedoch, zwischen der speziellen Garantie und den allgemeinen Leistungen von Trusted Shops, die kostenlos sind, zu unterscheiden.

Es gibt zwei Varianten der Garantie: Trusted Shops Käuferschutz classic und Trusted Shops Käuferschutz excellence. Welche Variante angeboten wird, erfahren Verbraucher insbesondere auf der Internetseite von Trusted Shops, auf der Informationen zu zertifizierten Händlern gegeben werden.[22] Der Classic-Käuferschutz sichert Warenkorbwerte bis 2.500 € ab und ist für den Verbraucher kostenlos. Die Anmeldung erfolgt direkt nach Bestellung. Der Händler hat aber auch die Wahl den Excellence-Käuferschutz

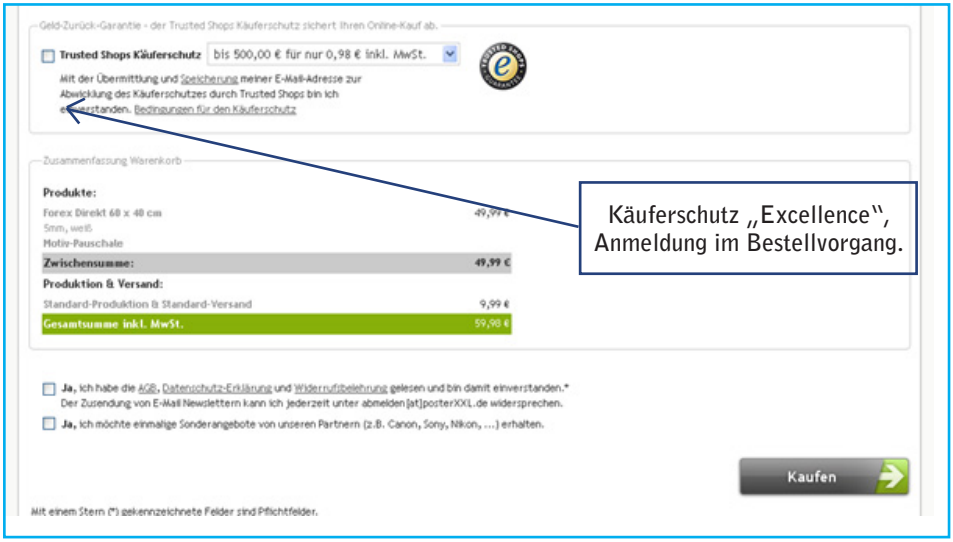
22 http://www.trustedshops.de/finden/.

anzubieten. Bei diesem bezahlt der Verbraucher Gebühren. Die Kosten hängen vom Wert der bestellten Waren ab. Die Garantie kann für Warenkorbwerte bis 20.000 € abgeschlossen werden. Die Anmeldung erfolgt vor Abschluss der Bestellung. Der Käuferschutz gilt für eine Dauer von min. 30 Tagen. Sie kann aber auch für 60, 90 oder 120 Tage gelten. Die Dauer erfahren Sie ebenfalls auf der Trusted Shops Homepage. Die Gebühren staffeln sich wie folgt.

Höhe des Warenkorbwerts	Kosten für den Trusted Shops Käuferschutz excellence
500,00 €	0,98 €
1.500,00 €	2,94 €
2.500,00 €	4,90 €
5.000,00 €	9,80 €
10.000,00 €	19,60 €
20.000,00 €	39,20 €

Bei einer Absicherungsdauer von 60 Tagen sind die obigen Preise mit dem Faktor 2 zu multiplizieren, bei einer Absicherungsdauer von 90 Tagen mit dem Faktor 3, bei einer Absicherungsdauer von 120 Tagen mit dem Faktor 4.

Beispiel für die Anmeldung zur Garantie in Bildern (Der Shop wurde willkürlich gewählt.)



XII. Leistungen der Gütesiegelanbieter bei Problemfällen

Es geht darum, festzustellen, wie der Gütesiegelanbieter konkret tätig wird, wenn sich ein Verbraucher mit einem Fall an ihn wendet.

TÜV SÜD gibt an, einen Beschwerdeprozess anzubieten. Der Verbraucher kann sein Anliegen dem TÜV SÜD schildern, der TÜV SÜD analysiert dann ggf. gemeinsam mit dem Shop-Betreiber den Sachverhalt, um für den Verbraucher nach Möglichkeit eine zufriedenstellende Lösung zu finden.

Trusted Shops unterscheidet zwischen seiner besonderen Geld-zurück-Garantie (s.o.) und den sonstigen Unterstützungsleistungen. Hat der Verbraucher eine Garantie abgeschlossen und liegen die Voraussetzungen der Garantie vor, erhält der Verbraucher beispielsweise den Kaufpreis zurück. Anderenfalls kann er sonstige Unterstützung im Rahmen des Kundenservices erhalten. Trusted Shops bietet ein Beschwerdemanagement und die Möglichkeit missbräuchliche Verhaltensweisen zu melden.

BoniCert gibt an dieser Stelle an, Verbrauchern unabhängige Tipps zum Einkauf im Internet zu geben, ihre Beschwerde an den Händler weiterzuleiten, also einen Kontakt herzustellen, und bei grundsätzlichen Fragen zielführende Empfehlungen zu geben, zum Beispiel auf bestimmte Internetseiten oder an Anwälte zu verweisen.

Euro-Label nimmt für die Verbraucher Kontakt zum Händler auf und versucht eine pragmatische Lösung zu finden, die beide Seiten zufriedenstellt. Dabei stehe nicht zwangsläufig der Wortlaut des Gesetzes im Vordergrund, sondern das Ziel, eine gütliche Einigung zu erreichen. Während des Beschwerdeprozesses wird nach Angaben von Euro-Label ein intensiver Informationsaustausch geführt, entweder per E-Mail oder telefonisch.

Im Ergebnis nehmen – von BoniCert abgesehen – alle Gütesiegelanbieter eine aktive Vermittlerrolle ein.

XIII. Voraussetzungen der Leistungen

Wie bereits beschrieben greift die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie nur bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen. Es wäre also denkbar, dass die Gütesiegelanbieter den Verbrauchern auch in anderen Fällen nur dann Hilfe leisten, wenn die Verbraucher bestimmte Voraussetzungen einhalten, weshalb auch diesem Aspekt im Fragebogen Rechnung getragen wurde. **Erfreulicherweise hat die Auswertung der Fragebögen ergeben, dass die Unterstützungsleistungen nicht an besondere Bedingungen geknüpft sind.**

An den **TÜV SÜD** können sich Verbraucher in Problemfällen formlos wenden, idealerweise jedoch schriftlich per E-Mail, Brief oder Kontaktformular. Inhaltliche Mindestvoraussetzung ist eine klare Beschreibung des Sachverhalts sowie die Nennung des betroffenen Online-Shops.

Bei **Trusted Shops** muss zwischen der Geld-zurück-Garantie und den sonstigen Unterstützungsleistungen unterschieden werden. Für die Geld-zurück-Garantie gelten besondere Voraussetzungen. Eine nachträgliche Anmeldung ist nicht möglich. Für die sonstigen Unterstützungsleistungen kann der Verbraucher einfach formlos Kontakt mit Trusted Shops aufnehmen. Anschließend wird versucht, eine einvernehmliche Lösung zwischen den Parteien zu erzielen.

Bei **BoniCert** genügt eine formlose Kontaktaufnahme. Fehlende Informationen werden angefordert. Zu beachten ist, dass keine Vermittlung, sondern nur die Kontaktherstellung erfolgt (siehe Tabelle unter X.).

Auch bei **Euro-Label** gibt es keine zwingenden Voraussetzungen. Nach Angaben von Euro-Label erleichtert und beschleunigt es das Beschwerdeverfahren, wenn eine Kunden- und Auftragsnummer der Bestellung vorliegt und der Verbraucher die erforderlichen Informationen in das Online-Beschwerdeformular auf der Internetseite www.euro-label.com einträgt. Auf dieser Seite kann man den Händler, über den man sich beschweren möchte, mithilfe einer Suchfunktion ausfindig machen und anschließend ein Online-Formular ausfüllen, in dem man ankreuzen kann, was der

Grund der Beschwerde ist und ggf. auch gleich einen Kommentar einfügen. Euro-Label erwähnt dies nicht im Fragebogen, aber das Beschwerdeformular ist in sechs Sprachen verfügbar (Deutsch, Englisch, Polnisch, Spanisch, Italienisch, Französisch). Auch kann man sich über jeden von Euro-Label zertifizierten Shop, also auch über die von Partnereinrichtungen aus dem EU-Ausland zertifizierten Shops, beschweren, also nicht nur über die deutschen Shops. Euro-Label bemüht sich immer im Dialog mit den Beteiligten auf eine Lösung hinzuarbeiten, auch wenn formale Voraussetzungen nicht erfüllt sind.

XIV. Kontaktaufnahme mit den Gütesiegeln

Wie für Online-Shops gilt auch für die Gütesiegelanbieter, dass sie gut erreichbar sein sollten, damit Verbraucher wirklich von ihnen profitieren können. Folgende Tabelle gibt eine Übersicht darüber, auf welche Weise Verbraucher den Gütesiegelanbieter kontaktieren können:

	TÜV SÜD	Trusted Shops	BoniCert	Euro-Label
Telefon	✓	✓	✓	✓
E-Mail	✓	✓	✓	✓
Brief	✓	✓	✓	✓
Fax	✓	✓	–	✓
Kontaktformular auf der Homepage	✓	✓	✓	✓
Persönliche Vorsprache	✓	–	–	–
Sonstiges		Facebook, Blog		

Insgesamt stehen den Verbrauchern also vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung. Hervorzuheben ist, dass Verbraucher bei TÜV SÜD offenbar persönlich vorstellig werden können (TÜV SÜD ist auch das einzige hier geprüfte Gütesiegel, das die Shops vor der Zertifizierung vor Ort besucht). Da die von den Gütesiegeln

zertifizierten Online-Shops ihr Angebot auch auf Kunden aus dem Ausland ausrichten, wurden die Gütesiegelanbieter auch gefragt, wie Kunden aus dem Ausland Kontakt aufnehmen können. Alle Gütesiegelanbieter antworteten, dass Verbraucher aus dem Ausland auf demselben Weg Kontakt aufnehmen können wie Verbraucher aus Deutschland und zwar in folgenden Sprachen:

TÜV SÜD	Trusted Shops	BoniCert	Euro-Label
Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch
Englisch	Englisch	Englisch	Englisch
	Französisch		Französisch
	Polnisch		Sonstige Sprachen (da sich unter den Mitarbeitern der EHI Retail Institute GmbH Muttersprachler aus fast allen EU-Staaten befinden)
	Spanisch		
	Portugiesisch		

XV. Suche nach zertifizierten Shops und Überprüfung der Echtheit der Zertifizierung

Häufig werden Verbraucher in der Praxis einfach zufällig zertifizierte Shops finden, indem sie das Logo eines Gütesiegels auf der Internetseite eines Shops entdecken.

Wenn man zielgerichtet nach zertifizierten Shops eines bestimmten Gütesiegels suchen möchte, bieten TÜV SÜD, Trusted Shops und Euro-Label eine Suchfunktion auf den Internetseiten der jeweiligen Gütesiegelanbieter an. BoniCert bietet dies derzeit nicht an.

Informationen über von Trusted Shops zertifizierte Shops finden sich zusätzlich in Preissuchmaschinen oder Produktvergleichsseiten sowie auf der Facebook-Seite von Trusted Shops.

Informationen über von Euro-Label zertifizierte Shops finden sich zusätzlich in Suchmaschinen, die automatisch anzeigen, welche

Shops das Siegel tragen sowie in Presseartikeln und Blogs im Internet.

Allen hier geprüften Anbietern zufolge können Verbraucher auf der Internetseite des jeweiligen Shops auf das Gütesiegel-Logo klicken. Anschließend öffnet sich eine Seite mit einem Zertifikat, das bestätigt, dass dieser Shop tatsächlich zertifiziert wurde.

Wenn das Gütesiegel die zertifizierten Shops auf der eigenen Homepage listet, wie es bei allen hier geprüften Gütesiegeln außer BoniCert der Fall ist, können sich Verbraucher auch vergewissern, indem sie den Shop auf der Homepage suchen. Wer ganz sicher gehen möchte, macht also beides: Auf das Logo klicken und anschließend nochmals über die Homepage des Gütesiegels nach dem Shop suchen. Auch kann letzteres hilfreich für Verbraucher sein, die einem Siegel ganz besonders vertrauen und nur bei Shops mit jenem Siegel einkaufen möchten.

Beispiele für Zertifikate der Anbieter (die zertifizierten Shops wurden willkürlich gewählt):

Zertifikat

Zertifikatsnummer: 1223025870

Otto (GmbH & Co KG)

Mit geprüfter Qualität, Sicherheit und Transparenz ist www.otto.de in hohem Maße vertrauenswürdig.

OTTO

Einkaufen auf otto.de bietet ein Angebotsspektrum von Mode über Einrichten bis zu Technik.

Anbieter:	Otto (GmbH & Co KG) Wandsbeker Straße 3-7, 22172 Hamburg
E-Mail:	service@otto.de
Vertretungsberechtigt:	Hans-Otto Schrader (Vorstandsvorsitzender)
Handelsregister:	HR A 62 024, AG Hamburg
Umsatzsteuer:	DE118475690
Status:	gültig seit 14.11.2005
Überwachung:	jährlich

Qualität durch umfassende Prüfkriterien

Grundlage der Zertifizierung ist ein umfassender Kriterienkatalog mit mehr als 100 Einzelkriterien, die ein hohes Maß an Qualität und Sicherheit für den Online-Kunden gewährleisten sollen. Dazu gehören insbesondere Qualitätsanforderungen an die Organisation des Online-Anbieters, wie z.B. die Fähigkeit, die versprochenen Leistungen tatsächlich zu erfüllen, sowie ein gutes Datenschutzniveau, insbesondere zum Schutz von personenbezogenen und anderen sensiblen Daten. Darüber hinaus wird die Transparenz des kompletten Online-Einkaufsvorgangs untersucht - von der Recherche und Auswahl bis zur Bestellung und deren Abwicklung.

Umfangreiche Prüfung

Der TÜV SÜD hat diesen Online-Anbieter in einem ausführlichen Verfahren überprüft, um sich von der Einhaltung der Prüfkriterien zu überzeugen. Neben einer fundierten Online-Bewertung wurde auch eine Prüfung beim Online-Anbieter vor Ort durchgeführt, um ein hohes Maß an Transparenz zu gewährleisten.

Empfehlenes Online-Prüfsiegel

s@fer-shopping wird von der Initiative D21, Europas größter Partnerschaft zwischen Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft, sowie vom Bundesjustizministerium empfohlen.

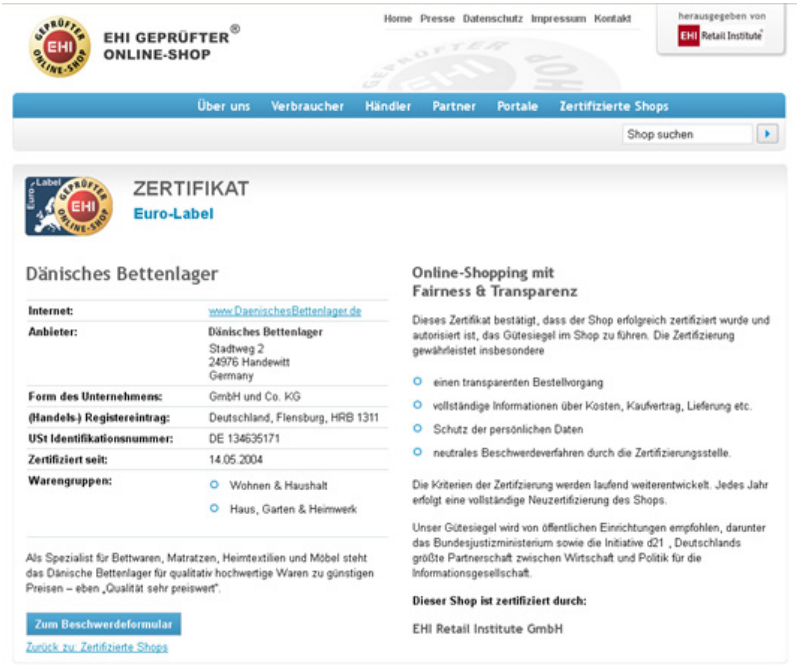
Weitere Informationen zur Zertifizierung

Der Online-Einkauf über einen Partner ist nicht Gegenstand der Zertifizierung.

München, 13.07.2012

Geprüfte Online-Händler für mehr Sicherheit im Internet!

s@fer-shopping



EHI GEPRÜFTER® ONLINE-SHOP

Home Presse Datenschutz Impressum Kontakt

herausgegeben von EHI Retail Institute

Über uns Verbraucher Händler Partner Portale Zertifizierte Shops

Shop suchen

ZERTIFIKAT

Euro-Label

Dänisches Bettenlager

Internet:	www.DaenischesBettenlager.de
Anbieter:	**Dänisches Bettenlager** Stadtweg 2 24976 Handewitt Germany
Form des Unternehmens:	GmbH und Co. KG
(Handels-) Registereintrag:	Deutschland, Flensburg, HRB 1311
USt Identifikationsnummer:	DE 134635171
Zertifiziert seit:	14.05.2004
Warengruppen:	Wohnen & Haushalt Haus, Garten & Heimwerk

Als Spezialist für Bettwaren, Matratzen, Heimtextilien und Möbel steht das Dänische Bettenlager für qualitativ hochwertige Waren zu günstigen Preisen – eben „Qualität sehr preiswert".

Zum Beschwerdeformular

Zurück zu: Zertifizierte Shops

Online-Shopping mit Fairness & Transparenz

Dieses Zertifikat bestätigt, dass der Shop erfolgreich zertifiziert wurde und autorisiert ist, das Gütesiegel im Shop zu führen. Die Zertifizierung gewährleistet insbesondere

- einen transparenten Bestellvorgang
- vollständige Informationen über Kosten, Kaufvertrag, Lieferung etc.
- Schutz der persönlichen Daten
- neutrales Beschwerdeverfahren durch die Zertifizierungsstelle.

Die Kriterien der Zertifzierung werden laufend weiterentwickelt. Jedes Jahr erfolgt eine vollständige Neuzertifizierung des Shops.

Unser Gütesiegel wird von öffentlichen Einrichtungen empfohlen, darunter das Bundesjustizministerium sowie die Initiative d21 , Deutschlands größte Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Politik für die Informationsgesellschaft.

Dieser Shop ist zertifiziert durch:

EHI Retail Institute GmbH

Zertifikat

BONICERT ZERTIFIKAT

Sie vertrauen, wir kontrollieren.

eWek Online-Shop	eWerk Online-Shop
URL	www.ewerk-onlineshop.de
ANBIETER	TechnikPlace eWerk UG
SITZ	Sonnenhang 27 34212 Melsungen
HANDELSREGISTER	Amtsgericht Fritzlar HRB 11749
UST-IDENTNR.	DE815212932
E-MAIL	info@technikplace.com
TELEFON	0566192894-280
FAX	0566192894-290
VERTRETUNGSBERECHTIGT	Ana Lopez
GÜLTIGKEIT	15.12.2010 - 15.12.2012
STATUS	gültig

Dieses Zertifikat garantiert Ihnen

Qualität
eWerk Online-Shop hat die Qualitätskriterien erfüllt und ist daher berechtigt das BoniCert Shopsiegel zu tragen. Die Kriterien weisen hohe Qualitätsanforderungen auf und stehen unter kontinuierlicher Weiterentwicklung. Der Shopbetreiber hat sich der regelmäßigen Überprüfung zur Einhaltung dieser hohen Qualitätskriterien verpflichtet.

Sicherheit
eWerk Online-Shop legt sehr großen Wert auf den Schutz und die Sicherheit der Kundendaten und weist zudem eine große Transparenz bei den Verbraucherinformationen auf.

Weitere Infos zur Zertifizierung

BONICERT geprüfter Shop

HAMM, 15.12.2010

XVI. Kosten für Verbraucher

Grundsätzlich sind die hier geprüften Gütesiegel mit all ihren Leistungen für Verbraucher kostenlos. Nach den in den Fragebögen gemachten Angaben ist auch künftig keine Kostenpflicht für Verbraucher vorgesehen. Trusted Shops Leistungen sind nur im besonderen Fall des Trusted Shops Käuferschutzes kostenpflichtig und ansonsten ebenfalls kostenfrei.

XVII. Zertifizierung von Shops außerhalb Deutschlands

Die Frage an die Gütesiegelanbieter lautete, ob sie auch Online-Shops aus anderen Staaten zertifizieren. Deutsche Verbraucher, die im Ausland einkaufen möchten, könnten in diesem Fall ihrem gewohnten Gütesiegel trauen und hätten somit einfachen Zugang zu Waren aus den anderen Staaten.

BoniCert gibt an, bis auf ganz wenige Ausnahmen keine Shops außerhalb Deutschlands zu zertifizieren, könnte es sich aber in Zukunft vorstellen.

Trusted Shops zertifiziert Shops aus Frankreich, Österreich, Polen, Spanien und dem Vereinigten Königreich.

TÜV SÜD zertifiziert Shops aus Dänemark, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Österreich und dem Vereinigten Königreich.

Euro-Label listet auf seiner internationalen Homepage www.euro-label.com Partner in Frankreich, Österreich, Polen, Italien und Spanien. Allerdings muss man nun berücksichtigen, dass die Partner aus Frankreich, Italien und Spanien auf der Homepage als „inaktiv" gekennzeichnet sind.

Ganz generell ist jedoch anzumerken, dass die zertifizierten Shops aus Deutschland im Verhältnis zu Shops aus einem anderen EU-Mitgliedsstaat zahlenmäßig bislang weit überwiegen.

XVIII. Durchführung der Studie

Aufgrund der Sprachbarriere war bei der Recherche nach Gütesiegeln in den meisten anderen EU-Mitgliedsstaaten Hilfe aus diesen Staaten erforderlich. Daher wurde die Unterstützung des Netzwerks der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-Net) in Anspruch genommen, auch weil sich diese in jedem EU-Mitgliedsstaat befindlichen Zentren besser in ihrem Land auskennen. Eine von Deutschland aus geführte Internetrecherche alleine wäre weniger praxisgerecht gewesen. Die jeweiligen Europäischen Verbraucherzentren wurden gebeten, die wichtigsten Gütesiegel für den Online-Handel in ihrem Land zu nennen. Anschließend wurden an genannte und gleichfalls an im Internet recherchierbare Gütesiegelanbieter eine Anfrage per E-Mail auf Englisch oder Französisch gestellt. Es wurde erklärt, warum und in wessen Auftrag die Studie durchgeführt wird und gebeten, falls Interesse an einer Teilnahme besteht, einen Ansprechpartner zu nennen. Anschließend wurde der Fragebogen auf Englisch oder Französisch versandt. Falls keine Rückmeldung erfolgte, wurde auch versucht, telefonisch mit dem Gütesiegel in Kontakt zu treten.

Zusammenfassend fiel die Kontaktaufnahme sehr unterschiedlich aus. Es gab Gütesiegelanbieter, die nie auf die Anfrage antworteten sowie einige wenige Gütesiegelanbieter, die kein Englisch oder Französisch sprachen. Daneben gab es aber auch viele Gütesiegelanbieter, die zügig antworteten und sich für Rückfragen anboten oder noch zusätzliche Informationen gaben. Es mag zwar ein Unterschied sein, ob sich ein Verbraucher wegen eines Problems mit einem Shop an das Gütesiegel wendet oder ob man versucht, die Gütesiegel zur Teilnahme an einer Studie zu bewegen. **Aber es lässt sich festhalten, dass trotz vieler positiver Erfahrungen die Kontaktaufnahme nicht immer einfach war.**

XIX. Teilnehmende Gütesiegel

Neun Gütesiegel aus neun verschiedenen EU-Mitgliedsstaaten haben sich an der Studie beteiligt und die Fragebögen (Originaltexte siehe Anhang) ausgefüllt. Es liegen Ergebnisse aus Großbritannien, Spanien, Österreich, Litauen, Dänemark, Slowakei, Malta, Frankreich und Schweden vor. Wie auch bei den deutschen Gütesiegeln konnten die Antworten aus den Fragebögen mangels Testeinkäufen und sonstigen praktischen Untersuchungen meist nicht gegengeprüft werden, weiterhin betrafen einige Fragen interne Vorgänge der Gütesiegel. Insofern basieren die nachfolgenden Ausführungen weitgehend auf den Angaben der Gütesiegelanbieter.

XX. Kurzvorstellung der teilnehmenden Gütesiegelanbieter

a. Großbritannien

www.safebuy.org.uk

Die Gütesiegelvergabe erfolgt durch die SafeBuy Ltd., einer nach eigenen Angaben unabhängigen Einrichtung, die nicht als Unternehmerverband tätig ist. Das Gütesiegelprogramm startete 2004 unter Leitung des „UK Government's Department of Trade and Industry". Gegenwärtig sind knapp 2.000 Händler zertifiziert.

Exkurs: Neues Gütesiegel für Großbritannien

http://isisaccreditation.imrg.org/user/pages/homepage.aspx

http://www.trustedshops.de/shop-info/trusted-shops-kooperiert-mit-grosbritanniens-branchenverband-imrg/

Nach Fertigstellung der Studie im April 2012 wurde durch Zusammenschluss zweier bestehender Gütesiegel ein neues Gütesiegel für Großbritannien geschaffen.[23] Die Besonderheit dieses gemeinsamen Gütesiegels ist, dass sich ein deutsches Gütesiegel (Trusted Shops) und ein Gütesiegel aus Großbritannien (ISIS – vergeben von der Interactive Media in Retail Group (IMRG)) zusammengeschlossen haben. Das ISIS-Gütesiegel in der bisher bestehenden Form wird bis 2013 eingestellt. Händler mit ISIS-Gütesiegel werden derzeit von Trusted Shops überprüft und nach erfolgreicher Prüfung mit dem gemeinsamen Gütesiegel ausgezeichnet. Von ISIS sind derzeit 1.200 Shops zertifiziert. Der Zusammenschluss der beiden Gütesiegel verfolgt nach Angaben von Trusted Shops das Ziel, ein einheitliches und verbraucherfreundliches Gütesiegel in beiden Ländern anzubieten.

23 Das Gütesiegel konnte jedoch aus Zeitgründen nicht mehr mittels Fragebogen befragt werden. An dieser Stelle sollen jedoch trotzdem einige Informationen, die von einem der am Gütesiegel beteiligten Partner (Trusted Shops) zur Verfügung gestellt wurden, gegeben werden.

b. Spanien

www.confianzaonline.es

Confianza Online's Ziel ist es, Initiativen zusammenzufassen, die „best practices" in den neuen Medien fördern wollen, sei es in Bezug auf Werbung oder in Bezug auf Handel. Gründungsmitglieder von Confianza Online sind der spanische e-Commerce-Verband ADIGITAL, die spanische Selbstregulierungseinrichtung für Werbung AUTOCONTROL und das spanische Ministerium für Industrie, Handel und Gewerbe. Confianza Online wurde somit von Wirtschaft und Politik initiiert. Gegenwärtig tragen über 1.200 Internetseiten das Confianza Online Siegel. Dies entspricht über 850 Shops (die z.T. mehrere Seiten betreiben).

c. Österreich

www.guetezeichen.at/www.euro-label.com

Das österreichische Euro-Label ist Teil der Euro-Label-Kooperation, in der sich nationale Gütesiegelanbieter aus verschiedenen Ländern zusammengeschlossen haben (siehe auch Kapitel V.). Erkennbar ist dies am jeweiligen Gütesiegellogo. Die Logos sind so aufgebaut, dass der linke blaue Teil bei allen Euro-Label-Logos gleich ist. Das runde Element variiert von Land zu Land. Das österreichische Euro-Label-Gütesiegel wird vom unabhängigen Verein „Österreichisches E-Commerce-Gütezeichen – Verein zur Förderung der kundenfreundlichen Nutzung des Internet" und einer Expertenkommission, bestehend aus Mitgliedern der Wirtschaftskammer Österreich und der Bundesarbeitskammer, vergeben.

Das Gütesiegel wurde auf Initiative des Österreichischen Instituts für angewandte Telekommunikation entwickelt und wird von der Wirtschaftskammer Österreich, dem Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend und der Bundesarbeitskammer unterstützt und in Zusammenarbeit betrieben.
Das Gütezeichen wird seit 2001 vergeben. Gegenwärtig sind etwa 300 Unternehmen aus der EU und Kroatien mit dem österreichischen Gütesiegel zertifiziert.

d. Litauen

www.eshops.lt

Das litauische Gütesiegel, das es in den Ausführungen Gold, Silber und Bronze gibt, wird von einem litauischen Unternehmen herausgegeben, das ein e-Commerce-Internet-Portal betreibt, welches Online-Händler informiert und berät. Seit 2010 gibt es das Gütesiegel. Gegenwärtig sind rund 150 Online-Shops zertifiziert.

e. Dänemark

www.e-handelsfonden.dk

Das Gütesiegel wird von „e-handelsfonden" verwaltet, einer non-profit Stiftung, die von einer Vielzahl von Partnern gegründet wurde: dem dänischen „Consumer Council", der dänischen Handelskammer, der dänischen „Bankers' Association", der „Confederation of

Danish Industries", der „Union of Commercial and Clerical Employees", ITEK (Verband für IT, Telekommunikation, Online- und Kommunikationsunternehmen), der dänischen IT Society, ITK, dem dänischen IT Industrie Verband und dem dänischen e-business Verband.

Die Gütesiegelvergabe startete im Jahr 2000. Es sind rund 1.100 Shops zertifiziert.

f. Slowakei

www.bezpecnynakup.sk und www.saec.sk

Das Gütesiegel wird von der SAEC, einem slowakischen e-Commerce Verband, seit 2008 vergeben. Ende Juni 2012 waren über 100 Online-Shops zertifiziert. „Bezpecný nákup" bedeutet „Sicher einkaufen".

g. Malta

http://eshop.mca.org.mt/

Das maltesische Gütesiegel eShop existiert seit Oktober 2011 und ersetzt seither das zuvor bestehende EuroLabel Malta Gütesiegel. Gegenwärtig sind 6 Shops mit diesem Siegel zertifiziert. Malta verfügt somit über das kleinste hier geprüfte Gütesiegel. Das Gütesiegel wird von der „Malta Communications Authority" verwaltet.

h. Frankreich

www.fevad.fr

Die FEVAD, der französische Verband für e-Commerce und Online-Handel (Fédération du E-Commerce et de la Vente à distance), umfasst 550 Unternehmen. Die FEVAD informiert über den e-Commerce, vertritt die Interessen der verschiedenen Akteure und begleitet die Entwicklung des Online-Handels. Streng genommen vergibt die FEVAD nach eigenen Angaben kein Gütesiegel. Die ihr angehörigen Unternehmen können jedoch das FEVAD-Logo auf ihren Internetseiten führen und so von Verbrauchern erkannt werden. Die FEVAD Mitglieder unterliegen grundsätzlich dem „Code professionnel" und der Qualitätscharta der FEVAD.

i. Schweden[24]

www.tryggehandel.se

Das Gütesiegel wird von „Svensk Distanshandel" (SDH), einem schwedischen e-Commerce-Verband, vergeben. Das Gütesiegel wurde 2007 in Absprache mit den schwedischen Verbraucherschutzeinrichtungen und einigen Regierungsstellen geschaffen. 2011 waren knapp 400 Shops zertifiziert. „Trygg" bedeutet „sicher".

24 Das Gütesiegel konnte im Rahmen der Aktualisierung der Studie nicht erreicht werden. Die Angaben stammen somit von Juni 2011.

SafeBuy (UK) veröffentlicht einen Code of Practice[25], den die Online-Shops einhalten müssen. Der Code of Practice wurde vom „UK Government's Office of Fair Trading"[26] überprüft. SafeBuy hat ausdrücklich betont, dass es ihnen sehr wichtig ist, dass der Code of Practice von einer unabhängigen Instanz überprüft wird. In Großbritannien gibt es SafeBuy zufolge hunderte Gütesiegel, von denen aber wenige von einer unabhängigen Instanz geprüft wurden. Bevor ein Shop das Gütesiegel verliehen bekommt, wird der Shop online geprüft und es werden anonyme Testbestellungen durchgeführt. Regelmäßige Kontrollen der Shops gibt es bei diesem Gütesiegel nicht. Die Shops werden nach dem Zufallsprinzip überprüft oder wenn sich Verbraucher über den Shop beschweren. Entzogen wird das Gütesiegel gemäß Ziffer 5.7-5.9 des Code of Practice zum Beispiel bei Verstößen gegen den Code of Practice oder bei fehlgeschlagenen Mediationsverfahren mit Kunden. Der Entzug des Gütesiegels erfolgt jedoch nicht sofort, sondern nach mehreren Verwarnungen. Das Gütesiegel ist für Online-Händler kostenpflichtig und kostet 95 GBP (ca. 108 €) pro Jahr zzgl. Umsatzsteuer. Für Verbraucher ist das Gütesiegel kostenlos, eine zukünftige Kostenpflicht ist ebenfalls nicht geplant.

Confianza Online aus Spanien hat einen „Ethik Kodex"[27] , der die Bereiche Werbung, elektronischer B2C-Geschäftsverkehr, Datenschutz, Jugendschutz, Zugang und Erreichbarkeit („Accessibility") sowie Benutzbarkeit abdeckt. Der Ethik Kodex wurde, bevor er in Kraft trat, verschiedenen Einrichtungen übermittelt: Der spanischen Datenschutzbehörde, dem „Information Society General's Directorate of the Industry", dem Tourismus- und Handelsministerium und dem Nationalen Verbraucherinstitut. Bevor ein Shop das Gütesiegel erhält, wird er online überprüft.

25 http://www.safebuy.org.uk/code-of-practice.html.

26 http://www.oft.gov.uk/.

27 http://www.confianzaonline.es/Codigo_CONFIANZA_ONLINE.pdf.

Die Online-Shops werden nach der ersten Überprüfung mit regelmäßigen Kontrollen, außerplanmäßigen Kontrollen, wenn sich ein Verbraucher über den Shop beschwert und Überprüfungen nach dem Zufallsprinzip weiter geprüft. Confianza Online führt weiter aus, dass sich jeder Händler schriftlich verpflichten muss, den Ethik-Kodex einzuhalten. Bei Verstößen können sich Verbraucher bei Confianza Online beschweren. Die Händler haben sich außerdem verpflichtet, einem externen Online-Schlichtungssystem beizutreten, dessen Entscheidungen bindend sind. Wenn Online-Händler die Entscheidung nicht akzeptieren, kann das Gütesiegel aberkannt werden.

Das Gütesiegel wird entzogen, wenn ein Unternehmen gegen den Ethik-Kodex, die gesetzlichen Bestimmungen im Bereich Datenschutz, Verbraucherrechte, Werbung oder Jugendschutz verstößt. Confianza Online selbst ist eine non-profit Organisation. Um die Organisation zu finanzieren, wird ein jährlicher Mitgliedsbeitrag erhoben, der sich nach dem Umsatz des Unternehmens bemisst. Händler mit einem Umsatz unter 1.000.000 € bezahlen 295 € zzgl. Steuer. Es folgen vier Mitgliedsbeitragsstufen, maximal bezahlen Händler in der höchsten Beitragsstufe (Umsatz ab 25.000.000 €) 3.500 € pro Jahr zzgl. Steuer. Für Verbraucher ist das Gütesiegel kostenlos, eine Kostenpflicht für die Zukunft wird auch nicht erwogen.

Euro-Label Österreich trennt zwischen den Kriterien für österreichische Händler und den Kriterien für Händler aus dem Ausland.

An dieser Stelle ist es sinnvoll, die Arbeitsweise der Euro-Label-Kooperation zu erläutern. Sie ist wie bereits erwähnt eine Kooperation von Gütesiegelanbietern aus verschiedenen Ländern. Alle teilnehmenden Länder können auf www.euro-label.com eingesehen werden, der gemeinsamen Internetseite der Euro-Label-Kooperation. Alle teilnehmenden Gütesiegelanbieter haben sich auf einen gemeinsamen Kriterienkatalog, den sog. European Code of Conduct[28] geeinigt. Der European Code of Conduct ist

28 http://www.euro-label.com/kodex/index.html.

der Mindeststandard. Euro-Label Österreich legt diesen Code of Conduct der Prüfung von ausländischen Shops zugrunde.

Die Gütesiegelanbieter aus jedem Land können darüber hinaus eigene Kriterienkataloge entwerfen und vergeben das Gütesiegel selbstständig. Euro-Label Österreich hat einen nationalen Kriterienkatalog[29] entworfen. Diese nationalen Kriterien für die Zertifizierung von Shops und die Streitschlichtungsrichtlinien wurden vom österreichischen Bundesministerium für Justiz, der Arbeiterkammer und der Wirtschaftskammer erstellt und sind somit von einer unabhängigen Instanz überprüft.

Vor Gütesiegelvergabe wird der Online-Händler online überprüft und es werden anonyme Testbestellungen durchgeführt. Zusätzlich werden folgende Einzelheiten überprüft: gesamter Einkaufsvorgang, Sicherheit der Zahlungssysteme, SSL-Verschlüsselung, Kundenkommunikation, Usability (Nutzbarkeit), Kaufhindernisse, Marketingmaßnahmen, Shopsysteme, Warenwirtschaft, Kundenbewertungssysteme, Musterempfehlungen, Datenschutz, Testkauf und Testrücktritt. Anschließend finden jährliche Überprüfungen statt, außerplanmäßige Kontrollen bei Beschwerden von Verbrauchern, Unternehmern und Verbraucherorganisationen sowie Stichproben nach Zufallsprinzip. Bei Problemen wird ein Streitschlichtungsverfahren und, wenn nötig, ein Verfahren zum Entzug des Gütesiegels eingeleitet. Das Gütesiegel wird entzogen, wenn gegen die Kriterien verstoßen wird, bei Nicht-Befolgung der vertraglich fixierten Streitschlichtungsrichtlinien und bei Zahlungsverzug für das Gütesiegelentgelt. Das Gütesiegel ist für Unternehmer kostenpflichtig. Die Kosten sowohl für die einmalige Aufnahmeprüfung als auch für die jährliche Nutzungsgebühr bemessen sich nach Anzahl der Mitarbeiter des Online-Händlers. In der niedrigsten Tarifstufe (1-3 Mitarbeiter) kostet die einmalige Aufnahmeprüfung 500 €, die jährliche Nutzungsgebühr ebenfalls, somit kostet die erstmalige preisgünstigste Mitgliedschaft insgesamt 1.000 €. Bei über 15 Mitarbeitern wird die Prüfgebühr abhängig vom Aufwand berechnet. Die teuerste angegebene Jahresmitgliedschaft beträgt 1.500 € für Online-Shops, die mehr

29 Kriterien für österreichische Shops: http://www.guetezeichen.at/fileadmin/redakteure/Kriterien.pdf

als 100 Mitarbeiter haben. Für Verbraucher ist das Gütesiegel kostenlos, auch für die Zukunft wird keine Kostenpflicht erwogen.

eShops, das litauische Gütesiegel, fordert von Online-Händlern, dass eine Kontaktadresse und Informationen über das Unternehmen, wie z.B. dessen Rechtsform, angegeben werden. Einkaufsvorgang, Garantien und Rückgaberechte müssen beschrieben werden. Darüber hinaus muss das Unternehmen bei dem litauischen „State Date Protection Inspectorate"[30] registriert sein. Unternehmen müssen einen Kundenservice und eine Kundenhotline anbieten und Anfragen zügig beantworten. Diese Kriterien seien von übergeordneter Stelle überprüft worden, eShops nennt jedoch diese Stellen nicht namentlich. Die Online-Shops werden online überprüft und es werden anonyme Testbestellungen durchgeführt. Anschließend finden regelmäßige Kontrollen sowie unregelmäßige Kontrollen im Fall von Beschwerden statt. Das Gütesiegel kann bei einem Verstoß gegen die Kriterien entzogen werden. Für Online-Händler wird eine monatliche Gebühr fällig, für Verbraucher ist das Gütesiegel kostenlos. Letzteres soll sich auch in Zukunft nicht ändern.

Das dänische Gütesiegel von e-handelsfonden fordert von seinen Online-Händlern, dass die Shops dänisches Recht einhalten. Darüber hinaus muss der Online-Händler über sein Unternehmen informieren, einen Kundenservice anbieten, seine eigenen Kontaktdaten und auch die Telefonnummer des Kundenservices des Gütesiegels selbst angeben. Es gibt Vorschriften darüber, wie man sich für den Newsletter anmelden und abmelden können muss, AGB müssen ausdrücklich vom Kunden bestätigt werden, dem Kunden muss die Möglichkeit der Bezahlung mit Kreditkarte angeboten werden (andere Zahlungsarten daneben sind aber zulässig), der Händler muss darüber informieren, dass Minderjährige keine wirksamen Verträge abschließen können, darüber hinaus gibt es weitere Schutzvorschriften, um Minderjährige davon abzuhalten, ihre Daten zu schnell anzugeben, die Bestellung muss bestätigt und die Lieferzeiten eingehalten werden, jeder Kunde muss das Recht haben, sich bis zu zwei Jahre nach Bestellung bei dem Händler

30 http://www.ada.lt/index.php?lng=en.

beschweren zu können und die Kunden müssen hierüber per E-Mail informiert werden, wenn ihnen Waren geliefert werden. Schließlich müssen die Entscheidungen des Danish Competion and Consumer Authority's Complaint Board sowie von allen vom Wirtschafts- und Handelsministerium anerkannten Complaint Boards eingehalten werden. Diese Kriterien wurden nicht von einer zweiten Stelle überprüft. Bevor ein Shop das Gütesiegel verliehen bekommt, wird er online geprüft und es werden anonyme Testbestellungen durchgeführt. Anschließend wird der Shop mit regelmäßigen Kontrollen, unregelmäßigen Kontrollen bei Beschwerden sowie Stichproben nach Zufallsprinzip überprüft. Das Gütesiegel wird entzogen, wenn der Shop gegen dänisches Recht oder die Kriterien verstößt. Kostenpflichtig ist das Gütespiegel für Unternehmer, nicht für Verbraucher. Verbraucher sollen auch in Zukunft nicht zur Kasse gebeten werden. Unternehmer bezahlen eine Gebühr für die Erstprüfung und anschließend eine Jahresgebühr abhängig von der Anzahl der Beschäftigten. Die Erstprüfung kostet bei unter vier Beschäftigten 2.100 DKK. In der höchsten Preisstufe für Shops über 250 Mitarbeiter kostet die Erstprüfung 7.700 DKK, jeweils zzgl. Umsatzsteuer. Hinzu kommt eine jährliche Mitgliedschaftsgebühr. Die Jahresgebühren betragen in der niedrigsten Stufe 4.800 DKK, in der höchsten Stufe 15.200 DKK, jeweils zzgl. Umsatzsteuer.

Das slowakische Gütesiegel Bezpecný nákup fordert von seinen Online-Händlern allgemein, dass sie das slowakische Recht einhalten. Dieses umfasst Impressumspflichten, Informationen über die angebotenen Waren und Dienstleistungen, den Bestellprozess und die Lieferbedingungen und Lieferzeiten. Es muss eine Bestellübersicht angegeben, eine Bestellbestätigung versandt und abschließend muss über Gewährleistungs- und Garantiebedingungen sowie über Datenschutzbestimmungen informiert werden. Diese Kriterien werden nicht von zweiter Seite überprüft. Der Shop wird bei der Erstprüfung online überprüft, das Gütesiegel ist ein Jahr gültig. Anschließend finden regelmäßige Kontrollen und außerplanmäßige Kontrollen bei Beschwerden statt. Das Gütesiegel wird nach Ablauf des ersten Jahres entzogen, wenn nicht ein Antrag auf erneute Überprüfung gestellt wird.

Unternehmer bezahlen 166 € pro Jahr, für Verbraucher ist das Gütesiegel kostenlos. Für Verbraucher wird auch für die Zukunft keine Kostenpflicht erwogen.

Das Gütesiegel eShop Malta wird an Shops vergeben, die den „Code of Conduct" einhalten. Dieser Kodex wurde nicht nochmals von einer zweiten Stelle überprüft. Im Fall von Malta ist jedoch zu beachten, dass die „Malta Communications Authority", die nationale Aufsichtsbehörde für den Telekommunikationsbereich, das Siegel vergibt. Im Kodex enthalten sind Vorschriften über die Art der zulässigen Werbung und Produktbeschreibung, den Kundenservice, die vorvertraglichen Informationspflichten, die Preisangaben, den Datenschutz, die Behandlung von Kundenbeschwerden und Informationspflichten des Händlers. Der Shop wird vor Vergabe des Siegels online geprüft. Die zertifizierten Shops werden regelmäßig jährlich geprüft und im Fall von Beschwerden gegen den Shop. Das Siegel wird entzogen, wenn der Shop gegen den „Code of Conduct" verstößt, und/oder nicht nach Ablauf eines Jahres bestätigt, dass er weiterhin den „Code of Conduct" einhält oder sich bei der jährlichen Prüfung herausstellt, dass der Shop gegen den „Code of Conduct" verstößt und diesen Mangel nicht behebt. Die Mitgliedschaft bei dem Siegel kostet für Unternehmer 50 € pro Jahr. Für Verbraucher ist das Siegel kostenfrei und soll es auch in Zukunft bleiben.

Die **FEVAD (Frankreich)** betont nochmals, dass sie eigentlich kein Gütesiegel ist, sondern eine „Vertrauensmarke" („marque de confiance"). Händler, die der FEVAD angehören, müssen die „Charte de Qualité"[31] respektieren. Die seit Juni 2000 geltende Charte de Qualité wird nicht von zweiter Seite überprüft. Diese Charta umfasst verschiedene Kriterien zum Widerrufsrecht, den Gewährleistungsrechten, zum Datenschutz und zum Kundenservice. Bei der Frage nach der erstmaligen Prüfung der Shops gibt die FEVAD an, dass andere Methoden durchgeführt werden als eine Online-Überprüfung, Prüfung vor Ort oder anonyme Testbestellung. Die Einhaltung der Kriterien wird nicht regelmäßig überprüft,

31 http://www.fevad.com/uploads/files/Publications/fev_charte_qual.pdf.

sondern nur bei Beschwerden. Bei einem Verstoß gegen die Kriterien kann der Händler jedoch vom Verband ausgeschlossen werden. Die Mitgliedschaft in der FEVAD ist kostenpflichtig und abhängig vom Umsatz des Unternehmens. Interessanterweise ist die FEVAD die einzige hier befragte Organisation, die angibt, gegenwärtig über eine Kostenpflicht für Verbraucher nachzudenken und zwar über eine generelle Kostenpflicht für den Schlichtungsservice bei Streitfällen mit einem Unternehmer.

Das **schwedische Gütesiegel Trygg e-handel**[32] gibt lediglich an, dass das schwedische Recht und die eigenen Kriterien des Gütesiegels eingehalten werden müssen. Die eigenen Kriterien wurden von der „Swedish Consumer Association" überprüft. Es wird jedoch nicht näher ausgeführt, was die eigenen Kriterien sind. Der Online-Shop wird online getestet, bevor er das Gütesiegel bekommt. Darüber hinaus wird die finanzielle Lage des Unternehmens täglich überprüft, einmal jährlich erfolgt eine Testbestellung um zu sehen, wie der Shop mit Rücksendungen umgeht und die Verkaufsbedingungen des Shops werden überprüft. Anschließend finden regelmäßige Kontrollen statt. Der Shop bekommt das Gütesiegel entzogen, wenn es Beschwerden von Verbrauchern gibt oder wenn seine finanzielle Lage schlecht ist. Unternehmer bezahlen für das Gütesiegel 2011 400 € im Jahr, für Verbraucher ist es kostenlos und soll dies auch bleiben.

XXII. Suche nach zertifizierten Shops und Überprüfung der Echtheit der Zertifizierung

Alle hier befragten Gütesiegelanbieter antworteten, dass Verbraucher zertifizierte Online-Shops finden können, indem sie das Logo auf der Internetseite eines Shops entdecken und indem sie die Suchfunktion auf der Homepage des Gütesiegelbetreibers nutzen. Die FEVAD merkt noch an, dass sie keine Suchfunktion

32 Das Gütesiegel konnte im Rahmen der Aktualisierung der Studie nicht erreicht werden. Die Angaben stammen somit von Juni 2011.

im eigentlichen Sinn anbietet, sondern eine reine Liste mit den Mitgliedern auf der Homepage verfügbar ist.

Gütesiegel werden teilweise unerlaubt und in betrügerischer Absicht auf Online-Shops angebracht. Verbraucher sollten daher immer überprüfen, ob ein Shop tatsächlich zertifiziert ist. Die meisten hier geprüften europäischen Gütesiegelanbieter bieten folgende Überprüfung an (Großbritannien, Spanien, Österreich, Dänemark, Slowakei, Malta und Schweden): Ein Klick auf das Gütesiegellogo auf der Seite des Online-Shops führt zu einem Zertifikat oder zu einer Seite, die bestätigt, dass der Shop tatsächlich zertifiziert ist. Die deutschen Gütesiegelanbieter handhaben dies auf die gleiche Weise.

Lediglich bei der FEVAD ergeben sich Besonderheiten.

Die FEVAD führt ein Verzeichnis aller ihrer Mitglieder auf der Homepage. Die Logos der FEVAD auf den Seiten der Online-Shops sind also nicht anklickbar.

Die Zertifikate oder verlinkten Seiten, auf die man durch einen Klick auf das Logo gelangt, sind unterschiedlich gestaltet. Sie enthalten auch unterschiedliche Informationen.

Manche Gütesiegelanbieter bieten inhaltlich umfangreiche Zertifikate. Als Beispiel sei Confianza Online genannt. Das Zertifikat ist auf Englisch und Spanisch verfügbar. Es nennt u.a. die Kontaktadresse des Unternehmens, gibt an, von wann bis wann der Shop zertifiziert ist und schaltet einen Link, falls man sich über den Shop beschweren möchte. Das slowakische Gütesiegel schaltet lediglich einen Link auf eine Liste aller zertifizierten Shops. Dadurch gelangt man jedoch auf die Seite des Gütesiegels selbst und kann nach weiteren Informationen suchen. Das schwedische Gütesiegel bietet im Zertifikat einen Link, mit dem man zu einem Online-Beschwerdeformular kommt, falls man eine Beschwerde über den Shop einreichen möchte.

XXIII. Die Gestaltung der Internetauftritte der europäischen Gütesiegelanbieter

Alle Gütesiegelanbieter geben an, dass die von ihnen zertifizierten Online-Händler ihr Angebot auch auf Kunden aus dem Ausland ausrichten. Insofern könnten sich durchaus einmal Verbraucher aus dem Ausland an das Gütesiegel wenden wollen. Es stellt sich jedoch die Frage, ob beispielsweise ein deutscher Verbraucher, der auf einen Shop mit einem ausländischen Gütesiegel stößt und über keine ungewöhnlichen Sprachkenntnisse verfügt, überhaupt verstehen kann, was er von diesem Gütesiegel verlangen kann. Verhältnismäßig einfach ist es für das englische Gütesiegel, da Englisch eine weitverbreitete Sprache ist (dennoch ist zweifelhaft, ob die durchschnittlichen Englischkenntnisse zur adäquaten Schilderung eines Problemfalls oder zur Lektüre eines umfangreichen Kriterienkatalogs ausreichen). Deutsche Verbraucher haben natürlich keine Sprachprobleme hinsichtlich des österreichischen Gütesiegels. Alle anderen Gütesiegelanbieter müssten grundsätzlich Informationen auf Englisch oder besser noch auf Deutsch zur Verfügung stellen, damit deutsche Verbraucher sich leicht informieren können. Über keinerlei fremdsprachige Informationen verfügen die hier geprüften Gütesiegel aus folgenden Ländern: Slowakei, Litauen, Schweden und Frankreich. Confianza Online aus Spanien verfügt zwar über einen Button auf der Homepage, mithilfe dessen man auf eine englischsprachige Seite umgeleitet werden soll. Diese englische Seite befindet sich jedoch zum Teil noch im Aufbau. Immerhin sind jedoch bei Confianza Online die Zertifikate, mittels derer man die Echtheit des Gütesiegels überprüfen kann, sowie allgemeine Informationen zum Gütesiegel auf Englisch verfügbar. Die hier geprüften Gütesiegel aus Malta, Österreich und Dänemark verfügen über gute und verständliche englische Informationen auf ihrer Homepage.

Insgesamt bieten derzeit fünf von neun Gütesiegelanbietern (das englische Gütesiegel mit eingerechnet) Verbrauchern aus dem Ausland die Möglichkeit, sich über ihr Gütesiegel auf Englisch zu informieren.

Sofern der deutsche Verbraucher versteht, dass der Shop, bei dem er eingekauft hat, ein Gütesiegel trägt und auf der Homepage des Gütesiegels eine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse ausfindig macht, stellt sich allerdings die nächste Frage, ob der Gütesiegelanbieter Mitarbeiter beschäftigt, die Fremdsprachen sprechen und die Anfrage des deutschen Verbrauchers entgegen nehmen könnten. An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Kontaktaufnahme im Rahmen dieser Untersuchung mit manchen europäischen Gütesiegelanbietern aufgrund fehlender Sprachkenntnisse schwierig oder sogar nur unter Zuhilfenahme von Kollegen mit entsprechenden Sprachkenntnissen möglich war. So wurde bei einem weiteren spanischen und einem ungarischen Gütesiegel kein Englisch gesprochen. Diese beiden Gütesiegel nahmen letztendlich auch nicht an der Studie teil. Viele Gütesiegelanbieter kommunizieren jedoch problemlos sowohl schriftlich als auch mündlich auf Englisch.

XXIV. Sprachkenntnisse der Mitarbeiter der Gütesiegelanbieter

Wie oben schon kurz angeführt, wäre es für die deutschen Verbraucher noch vorteilhafter, wenn neben Englisch noch zusätzliche Sprachenkenntnisse vorhanden wären. Denn obwohl in Deutschland viele Menschen Englisch recht gut beherrschen, ggf. auch gut genug, um bei einem Online-Händler auf Englisch zu bestellen, ist fraglich, ob das Englisch bei allen ausreicht, um eine Beschwerde auf Englisch zu formulieren, in der es ggf. um juristische Themen wie zum Beispiel AGB geht. Da eine Beherrschung aller Sprachen der EU nicht ohne weiteres möglich ist, können sich Verbraucher wenn nötig an das Netzwerk der Europäischen Verbraucherzentren[33] wenden. Nicht zuletzt ist es auch im Hinblick auf eine generelle europäische Ausrichtung des Gütesiegels interessant, die Sprachkenntnisse zu überprüfen. Über welche Sprachkenntnisse verfügen die Gütesiegelanbieter?

33 http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm.

	SafeBuy Groß-britan-nien	Con-fianza Online Spanien	Euro-Label Öster-reich	eShops Litauen	e-han-dels-fonden Däne-mark	SAEC Slowa-kei	eShop Malta	FEVAD Fran-kreich	Trygg e-handel Schwe-den
Englisch	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
Deutsch			✓						
Franzö-sisch			✓					✓	
Spanisch		✓	✓						

Sonstige Angaben der Gütesiegelanbieter:

- **Confianza Online Spanien:** Katalanisch
- **Euro-Label Österr.:** Italienisch, Polnisch, Kroatisch, Serbisch, Tschechisch, Slowakisch
- **eShop Litauen:** Litauisch, Russisch
- **e-handelsfonden Dänemark:** Dänisch
- **SAEC Slowakei:** Slowakisch, da sich das Gütesiegel an Online-Shops vor Ort richtet.

Wenig überraschend ist, dass in Großbritannien ausschließlich Englisch angeboten wird. Ansonsten wird bei fast allen Gütesiegeln Englisch gesprochen, mit Ausnahme des dänischen und slowakischen Gütesiegels. Passend ist, dass beim Euro-Label Österreich, das Shops aus vielen anderen Ländern zertifiziert, auch die meisten Sprachen gesprochen werden. Allerdings gibt Euro-Label Österreich an, auch Shops aus Bulgarien, Estland, Griechenland, Rumänien, Slowenien, Ungarn und Zypern zu zertifizieren (in diesen Ländern gibt es keinen Euro-Label Kooperationspartner). Über Mitarbeiter mit Sprachkenntnissen aus diesen Ländern verfügt Euro-Label Österreich den Angaben im Fragebogen zufolge jedoch nicht.

XXV. Kundenservice der Gütesiegel bei Beschwerden von Verbrauchern gegen einen zertifizierten Online-Shop

Insgesamt geben fast alle Gütesiegel an, den Verbrauchern umfassend zu helfen. Es fällt vor allem eShops Litauen auf, die Verbrauchern in keinem Fall weiterhelfen. Selbst die FEVAD, die sich nicht als Gütesiegel bezeichnet, unterstützt Verbraucher. Zum Zweiten fällt auf, dass, wenn einmal in einer Fallgruppe keine Hilfe geleistet wird, es zumeist die Fallgruppe „Gewährleistung"

ist. Bei Gewährleistungsfällen geht es um defekte Waren. Gewährleistungsfälle können teilweise komplizierter abzuwickeln sein als reine Nichtlieferungsfälle, da man den Mangel an der Ware beurteilen muss.

	Safe-Buy Groß-britan-nien	Con-fianza Online Spa-nien	Euro-Label Öster-reich	eShops Litauen	e-han-dels-fonden Däne-mark	SAEC Slowa-kei	eShop Malta	FEVAD Fran-kreich	Trygg e-handel Schwe-den
Nichtlieferung trotz Leistung	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Widerruf Vertrag, Rückzahlung Kaufpreis	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Gewährleistung-sansprüche	✓	✓	✓		✓		✓	✓	
Nicht-Erreichbar-keit Online-Shop	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Verbraucher und Unternehmer uneinig über Rechtslage	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓

Sonstige Angaben der Gütesiegelanbieter:

- **Euro-Label Österreich:** Alle Probleme im Zshg. mit Fernabsatzverträgen im Internet.
- **eShop Malta:** Sämtliche Verstöße gegen den Code of Conduct.
- **FEVAD Frankreich:** Alle Probleme im Zshg. mit Warenkauf oder Dienstleistungen.

Was können Verbraucher von Gütesiegelanbietern erwarten, wenn sie ein Problem mit einem zertifizierten Online-Händler haben und wie wird der Gütesiegelanbieter konkret tätig?

SafeBuy bietet den Verbrauchern Schlichtung („mediation") und fügt hinzu, dass in acht Jahren über 2.200 Fälle geschlichtet wurden, fast alle davon erfolgreich. Verbraucher müssen keine besonderen Voraussetzungen beachten, wenn sie vom Schlichtungsservice profitieren wollen. Verbraucher aus dem In- und Ausland können per E-Mail, Telefon und Brief Kontakt aufnehmen.

Confianza Online aus Spanien bietet einen Beschwerdeservice bei Verstößen gegen den Ethik Kodex. Voraussetzung ist, dass der Beschwerdeführer Verbraucher ist (es kann sich um eine natürliche Person oder um eine „corporate person" handeln) und dass es sich um einen Fernabsatzvertrag handelt. Verbraucher aus dem In- und

Ausland können per E-Mail, Telefon, Brief, Fax und elektronischem Kontaktformular auf der Homepage Kontakt aufnehmen.

Euro-Label Österreich schlichtet Streitigkeiten und leitet ggf. ein Gütesiegel-Entzugsverfahren gegen den Shop ein. Verbraucher aus dem In- und Ausland können grundsätzlich per E-Mail, Telefon, Brief, Fax, Kontaktformular auf der Homepage oder persönlich Kontakt mit Euro-Label Österreich aufnehmen. Eine Beschwerde gegen einen Shop können jedoch neben Verbrauchern auch Unternehmer, staatliche Stellen oder Organisationen führen. Für die Beschwerde gegen einen Shop gibt es insbesondere drei Möglichkeiten. Wenn man auf das Gütesiegellogo auf der Internetseite eines Shops klickt, öffnet sich wie oben beschrieben ein Zertifikat. In diesem Zertifikat ist ein Link zum Beschwerdeformular geschaltet. Eine weitere Möglichkeit, um eine Beschwerde einzubringen, ist die Eingabe des Falles auf der Website der außergerichtlichen, kostenlosen Streitschlichtungsstelle „Internet Ombudsmann" (www.ombudsmann.at), der sich jedes zertifizierte Unternehmen unterwerfen muss. Als dritte Möglichkeit besteht die Eingabe einer Beschwerde direkt auf der Euro-Label Website www.euro-label.com sowie auf der Internetseite von Euro-Label Österreich www.guetezeichen.at. Besondere Voraussetzungen müssen Verbraucher nicht beachten.

eShops Litauen unterstützt Verbraucher wie bereits erwähnt nicht bei Streitigkeiten, gibt jedoch an, dass Verbraucher aus dem Inland per Telefon, E-Mail oder Kontaktformular auf der Homepage Kontakt aufnehmen können. Verbraucher aus dem Ausland können sich nur per E-Mail an eShops wenden.

Das **dänische Gütesiegel von e-handelsfonden** bietet seinen Verbrauchern Unterstützung durch Rechtsanwälte, sofern die Verbraucher ein Formular ausfüllen, das auf der Homepage verfügbar ist. Verbraucher aus dem In- und Ausland können per Telefon, E-Mail, Brief und Kontaktformular auf der Homepage Kontakt aufnehmen.

Das **slowakische Gütesiegel von SAEC** kontaktiert die Online-Shops direkt und versucht eine einvernehmliche Lösung für das Problem zu finden. Es gibt keine speziellen Voraussetzungen, die Verbraucher erfüllen müssen. SAEC fügt hinzu, dass sie diesen

Service nicht bewerben, weil ihnen die personellen Ressourcen für den Service fehlen. Wenn sich ein Verbraucher an sie wendet, versuchen sie jedoch zu helfen.

Bei **eShop Malta** nimmt die Malta Communications Authority, die das Gütesiegel betreibt, Beschwerden von Verbrauchern entgegen und überprüft, ob ein Verstoß gegen den Code of Conduct vorliegt. Wenn dies der Fall ist, fordert eShops Malta die Händler auf, Abhilfe zu schaffen. Andernfalls droht der Entzug des Gütesiegels. Verbraucher aus dem In- und Ausland können per Telefon, Brief, Fax oder Kontaktformular auf der Homepage Kontakt mit eShop Malta aufnehmen.

Die **französische FEVAD** nimmt Beschwerden entgegen und leitet sie an den Händler weiter, der zehn Tage Zeit hat, um auf die Beschwerde zu antworten, wobei die Antwort dem Händlerkodex entsprechen muss. Es gibt drei Voraussetzungen, die Verbraucher erfüllen müssen. Erstens muss sich die Beschwerde gegen ein Unternehmen richten, das Mitglied der FEVAD ist. Zweitens muss der Verbraucher versucht haben, den Händler zu kontaktieren, bevor er sich an die FEVAD wendet. Drittens muss der Verbraucher die nötigen Unterlagen beifügen (bisherige Korrespondenz, Bestellnummer etc.). Die FEVAD kann per E-Mail, Fax oder Brief kontaktiert werden.

Das **schwedische Gütesiegel Trygg e-handel** (siehe Fußnote 24) steht den Verbrauchern per Telefon oder E-Mail zur Verfügung. Weitere Angaben wurden im Fragebogen nicht gemacht. Die Verbraucher aus dem In- und Ausland können per Telefon, E-Mail, Brief, Fax oder Kontaktformular auf der Homepage Kontakt aufnehmen. Auch Angaben zu eventuellen Voraussetzungen macht das Gütesiegel nicht. Überprüft man die Homepage des Gütesiegels, stellt man jedoch fest, dass es sogar ein Online-Beschwerdeformular gibt, in das Verbraucher ihre Beschwerden eintragen können. Zu diesem Beschwerdeformular gelangt man entweder direkt über die Homepage des Gütesiegels oder indem man auf einen Link im Zertifikat des Online-Shops klickt.

Fazit

Sich im Online-Handel zurecht zu finden ist nicht immer einfach und viele Verbraucher trauen dem Online-Handel nur begrenzt – nicht nur diejenigen, die wenig Übung im Online-Shopping haben. Auch erfahrene Online-Shopper scheuen sich bisweilen, große Summen im Internet auszugeben. Ein im Grunde verständlicher Reflex, denn im Online-Shopping kann man weder Händler noch Ware sehen und muss letztlich einer Internetseite vertrauen.

Gütesiegel – sofern qualitativ hochwertig – sind ein Weg, das Risiko beim Online-Shopping zu minimieren und somit grundsätzlich empfehlenswert. Denn der Online-Shop wird geprüft, bevor er das Siegel erhält und bei Problemen steht das Gütesiegel als Ansprechpartner zur Verfügung.

Es gibt keine besonderen gesetzlichen Vorschriften zu Gütesiegeln. Verbraucher müssen selbst prüfen, um was für ein Gütesiegel es sich handelt. Wer Gütesiegel nutzen möchte, dem bleibt dieser Arbeitsaufwand nicht erspart. Auch sollte man immer die Echtheit eines Gütesiegels überprüfen. Gute Gütesiegel bieten einen Zugewinn an Sicherheit im Online-Shopping.

Gütesiegel können Risiken minimieren, aber nicht vollständig ausräumen. Gegen Insolvenz des Shops sichern auch Gütesiegel nicht ab. Hier kann allenfalls die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie helfen, da sie wie eine Versicherung funktioniert. Es ist auch nicht ausgeschlossen, dass ein Shop nicht kooperiert, obwohl er ein Gütesiegel trägt. Gütesiegel werden Shops auch wieder aberkannt, eben weil diese Shops Mängel aufweisen.

Andere Sprache, andere Kultur, andere Rechtsvorschriften: Im Ausland kaufen immer noch sehr viel weniger Verbraucher ein als im Inland. Dies gilt auch für Online-Einkäufe, obwohl man im Internet sehr leicht Ländergrenzen überschreiten kann und der grenzüberschreitende „Fensterbummel" sowohl preis- als auch angebotsbezogen durchaus eine Bereicherung sein kann. Hier wären Mindeststandards für Gütesiegel hilfreich. Fast alle hier geprüften Gütesiegelanbieter, ob deutsch oder europäisch, erstrecken ihre Aktivitäten in irgendeiner Weise auf andere EU-

Mitgliedsstaaten. **Leider wird der Zugang zum ausländischen Gütesiegel oft durch die Sprachbarriere vereitelt.** Angesichts von 27 EU-Mitgliedsstaaten gibt es jedoch keine Patentlösung für Sprachprobleme. Dennoch, wer gut Englisch oder eine andere Sprache der EU spricht, dem steht der Weg zu einigen ausländischen Gütesiegeln offen. Und natürlich gibt es auch den EU-Mitgliedstaat Österreich, bei dem es keine Sprachprobleme gibt.

Der EU-Gütesiegelmarkt ist zum einen nicht flächendeckend ausgeprägt, ferner sind trotz aller Ähnlichkeit der Siegel die Vergabekriterien und damit die Qualitätsmerkmale unterschiedlich. Hier gelten keine gesetzlichen Vorschriften und ein allumfassendes europäisches Gütesiegel gibt es nicht.

Mindeststandards für EU-Gütesiegel? Damit das Vertrauen, das Verbraucher Qualitätssiegeln entgegenbringen, auch gerechtfertigt ist, sollte es auf soliden, nachvollziehbaren Kriterien und europaweit einheitlichen Mindest-Qualitätsstandards beruhen, die die Gütesiegelanbieter selbst einhalten müssen. Entsprechende Siegel sollten nach einer Prüfung durch einen unabhängigen Dritten zertifiziert und auf einer allgemein zugänglichen Liste in allen Sprachen der EU veröffentlicht werden, damit Verbraucher diese ohne weiteres auffinden können. Damit ließe sich auch das Risiko deutlich einschränken, dass Verbraucher Opfer frei erfundener, zur Irreführung verwendeter Siegel werden, die den Eindruck einer in Wahrheit nicht vorhandenen Qualität eines Online-Shops erwecken, um etwa zu leichtfertigen Vorkasse-Zahlungen zu veranlassen. Vorschläge für zehn Mindestkriterien finden sich im Anhang.

XXVI. Die Fragebögen für die deutschen Gütesiegelanbieter

1. Bitte stellen Sie Ihr Gütesiegel kurz vor. Gerne können Sie uns zu diesem Zweck, falls Sie bereits über Broschüren oder Dokumente verfügen, aus denen wir Informationen über Ihr Gütesiegel entnehmen können, einfach diese Dokumente weiterleiten.
2. Zertifiziert Ihr Unternehmen neben deutschen Shops auch Shops aus dem Ausland? Ja/Nein

   Wenn ja, aus welchen Ländern:
   - Belgien
   - Bulgarien
   - Dänemark
   - Estland
   - Finnland
   - Frankreich
   - Griechenland
   - Irland
   - Italien
   - Lettland
   - Litauen
   - Luxemburg
   - Malta
   - Niederlande
   - Österreich
   - Polen
   - Portugal
   - Rumänien
   - Schweden
   - Slowakei
   - Slowenien
   - Spanien

- Tschechische Republik
- Ungarn
- Vereinigtes Königreich
- Zypern

Wenn nein, können Sie sich für die Zukunft vorstellen, Shops aus anderen Ländern zu zertifizieren? Ja/Nein

3. Falls Sie Shops aus dem Ausland zertifizieren, bitte beschreiben Sie, wie Sie die Zertifizierung von Shops aus dem Ausland vornehmen. Haben Sie ggf. eine Partnerorganisation im EU-Ausland und wenn ja, wie gestaltet sich die Zusammenarbeit?
4. Befürworten Sie die Einführung eines einheitlichen EU-Gütesiegels? Ja/Nein

   Falls ja, wie sehen Sie dabei Ihre Rolle?
5. Die zweite Möglichkeit eines grenzüberschreitenden Bezugs ergibt sich dadurch, dass Verbraucher aus dem Ausland bei Shops in Deutschland einkaufen. Richten die von Ihnen zertifizierten deutschen Online-Shops ihr Angebot auf ausländische Kunden aus? Ja/Nein

   Wenn ja, auf Kunden aus welchen Ländern?
   - Europäische Union
   - Weltweit
   - sonstige und zwar:
6. Wie wird einem Shop Ihr Gütesiegel verliehen? Gerne können Sie uns den Aufnahmeprozess Schritt für Schritt schildern.
7. Welche Kriterien muss ein Shop erfüllen, damit er Ihr Gütesiegel bekommt? (Ggf. reicht ein Link zu einem Dokument auf Ihrer Homepage aus.)
8. Wie wird ein Shop geprüft, bevor er Ihr Gütesiegel verliehen bekommt?
   - Shop wird online geprüft
   - Shop wird vor Ort an seinem Unternehmenssitz geprüft
   - Anonymisierte Testbestellung wird durchgeführt
   - sonstiges und zwar:
9. Prüfen Sie auch die AGB der Online-Shops? ja/nein
10. Welchen Ausbildungshintergrund haben die Mitarbeiter Ihres Unternehmens, die die Prüfung vornehmen?

11. Welche Kosten entstehen für die Shopbetreiber, die Ihr Gütesiegel tragen? (Ggf. reicht Link zu einem Dokument auf Ihrer Homepage aus.)

12. Nach der Erstprüfung und Aufnahme des Shops, wie stellen Sie sicher, dass der Shop Ihre Kriterien dauerhaft einhält?
    - regelmäßige Kontrollen in Zeitabständen von
    - außerplanmäßige Kontrollen, wenn sich Verbraucher über den Shop beschweren
    - Stichproben nach Zufallsprinzip

13. Falls Ihr Gütesiegel von der Initiative D21 empfohlen wird, wie stellen Sie sicher, dass die Kriterien der Initiative D21 eingehalten werden?
    - regelmäßige Kontrollen in Zeitabständen von
    - außerplanmäßige Kontrollen, wenn sich Verbraucher über den Shop beschweren
    - Stichproben nach Zufallsprinzip

14. In welchen Fällen bekommt ein Shop Ihr Gütesiegel entzogen?

15. Wie kann ein Verbraucher auf einen Shop aufmerksam werden, der mit Ihrem Gütesiegel ausgezeichnet wurde?
    - indem er auf einer Internetseite eines Shops Ihr Logo entdeckt
    - über eine Suchfunktion nach Shops auf Ihrer Homepage

16. Im Internet gibt es auch gefälschte Gütesiegel. Wie kann sich ein Verbraucher vergewissern, dass ein Shop, der sich mit Ihrem Gütesiegel schmückt, auch tatsächlich von Ihnen zertifiziert wurde und nicht etwa Ihr Gütesiegel in betrügerischer Absicht benutzt?

17. Wie viele Fälle sind Ihnen bekannt, in denen Ihr Gütesiegel unerlaubt verwendet wurde?

18. Ist Ihr Gütesiegel mit allen seinen Leistungen für Verbraucher kostenlos? Ja/nein

19. Wenn ja, erwägen Sie für die Zukunft eine finanzielle Beteiligung der Verbraucher beispielsweise für bestimmte Teilleistungen? Ja/nein

20. Bieten Sie Verbrauchern Hilfe, wenn die Bestellung bei einem

von Ihnen zertifizierten Shop nicht wie geplant verläuft? Ja/nein

Ist dies für Verbraucher kostenlos? Ja/nein

21. Wenn ja, in welchen Fällen?
    - Nichtlieferung der Ware trotz Bezahlung des Kaufpreises
    - Widerruf des Vertragsschlusses, Kaufpreis wird nicht zurückgezahlt
    - Gewährleistungsansprüche
    - Unternehmer ist nicht zu erreichen (Tel. wird nicht abgenommen, Schreiben werden ignoriert etc.)
    - Verbraucher und Unternehmer sind sich über die Rechtslage uneinig
    - Welche Leistung kann der Verbraucher in diesen Fällen von Ihrem Unternehmen erhalten?

22. Was sind die Voraussetzungen, damit ein Verbraucher diese Leistung erhält und welche Schritte muss ein Verbraucher unternehmen um sie zu erhalten. Gerne können Sie uns die notwendigen Schritte und Voraussetzungen Schritt für Schritt in einer Art Checkliste schildern, also insbesondere worauf Verbraucher zu welchem Zeitpunkt (bei der Auswahl der Shops, beim Kauf, wenn das Problem aufgetreten ist) achten müssen.

23. Angenommen ein Verbraucher hat bei einem von Ihnen zertifizierten Online-Shop Ware bestellt, erfüllt aber eine der unter Nr. 22. genannten Voraussetzungen nicht, die eigentlich notwendig wäre, damit er in Problemfällen Hilfe von Ihrem Unternehmen erhält. Inwieweit besteht in diesem Fall die Möglichkeit dem Verbraucher trotzdem zu helfen, bspw. im Rahmen einer Kulanzlösung? (Gerne könne Sie uns Details beschreiben oder Beispiele geben.) Ja/nein

24. Wie können Verbraucher Kontakt mit Ihrem Unternehmen aufnehmen?
    - Telefon
    - E-Mail
    - Kontaktformular auf Ihrer Homepage
    - Brief
    - Fax
    - Persönliche Vorsprache

25. Wie können Verbraucher aus dem Ausland Kontakt aufnehmen?
    - Telefon
    - E-Mail
    - Kontaktformular auf Ihrer Homepage
    - Brief
    - Fax
    - Persönliche Vorsprache

26. In welcher Sprache können Verbraucher aus dem Ausland Kontakt aufnehmen?
    - deutsch
    - englisch
    - französisch
    - sonstige und zwar:

27. Wer prüft und entscheidet den Fall? Welchen Ausbildungshintergrund hat der Prüfer? (Bei den Fällen mit Auslandsbezug, haben Ihre Prüfer bspw. besondere Rechts- oder Sprachkenntnisse?)

    Auf welcher Basis wird der Fall entschieden?
    - AGB Ihres Unternehmens, d.h. Ihres Gütesiegels
    - Kulanz
    - Rechtslage

28. Welchen Sachverhalt legen Sie Ihrer Entscheidung zugrunde?
    - Den Sachverhalt wie ihn der Verbraucher schildert
    - Den Sachverhalt wie ihn der Unternehmer schildert
    - Entscheidung erfolgt aufgrund von Beweislastregeln

29. Berücksichtigen Sie im Verfahren die Wünsche der Parteien? Ja/nein

30. Welche Entscheidung steht am Ende der Prüfung?

31. Ist diese Entscheidung von den Verbrauchern oder den Shopbetreibern anfechtbar, d.h. gibt es Möglichkeiten gegen eine von Ihnen getroffene Entscheidung Einwendungen zu erheben und die Entscheidung ggf. zu ändern?

32. Was passiert, wenn eine der Parteien die Lösung nicht akzeptiert oder sich einfach nicht an die Entscheidung Ihres Unternehmens hält?

33. Geben Sie den Fall an geeignete andere Stellen weiter oder würden Sie die Fälle gerne weitergeben, z.B. an eine übergeordnete Schlichtungsstelle?

34. Statistik: Wie viele Beschwerdefälle gehen bei Ihnen pro Jahr ein? In welchem Prozentverhältnis stehen die Beschwerdefälle zu den von Ihren zertifizierten Online-Shops durchgeführten Verkäufen? Wie viel Prozent der Beschwerdefälle können Sie erfolgreich lösen? Wie definieren Sie erfolgreich lösen?

35. Können sich auch Unternehmer an Sie wenden, die ein Problem mit einem Verbraucher haben? Beispielsweise wenn der Verbraucher die bestellte und gelieferte Ware nicht bezahlt.

36. Wie finanzieren Sie das Gütesiegel und insbesondere wie decken Sie die Kosten, die dadurch entstehen, dass Sie Verbrauchern Hilfe bei problematischen Bestellungen anbieten?

XXVI. Die Fragebögen für die europäischen Gütesiegelanbieter

Die europäischen Fragebögen wurden gekürzt und ins Englische und Französische übersetzt. Auch die europäischen Fragebögen wurden als ausfüllbare pdf-Dokumente erstellt und per E-Mail versandt.

1. Please present your trustmark briefly. We are particularly interested to know since when the trustmark exists and how many shops are currently certified. Please also describe your own company briefly.

2. Does your company certify shops abroad, too? Yes/no
   - Belgium
   - Bulgaria
   - Denmark
   - Germany
   - Estonia
   - Finland
   - France
   - Greece
   - Ireland
   - Italy
   - Latvia
   - Lithuania
   - Luxemburg
   - Malta
   - Netherlands
   - Austria
   - Poland
   - Portugal
   - Romania
   - Sweden
   - Slovakia
   - Slovenia
   - Spain
   - Czech Republic
   - Hungary

- United Kingdom
- Cyprus

If this is not the case, do you consider certifying shops in foreign countries in the future? Yes/no

3. If you certify shops abroad, please describe how you certify those shops, for example how you make sure that the law of the other country is respected. Do you possibly have an affiliate organisation in another European country?
4. Do you support the introduction of a standardized European trustmark?
   - If this is the case, how would you see your role?
   - If this is not the case, please explain why?
5. Do your certified online shops sell goods to foreign customers? Yes/no

   If this is the case, to foreigners from which countries?
   - European Union
   - Worldwide
   - Other:
6. Which criteria do shops have to meet in order to be awarded your trustmark?
7. How is a shop tested before it is awarded your trustmark?
   - by checking the shop online
   - by visiting the shop at its premises
   - anonymous mystery shopping
   - other:
8. Do shop owners have to pay if their shops carry your trustmark and if this is the case which fees do you charge?
9. After the first test and the admission of the shop as a certified shop, how do you know that the criteria you have set up will be respected in the long run?
   - Regular controls
   - Unscheduled controls, when a customer complains about the shop
   - Random examination

10. Are the trustmark's criteria controlled or recommended by a superior body? Are there for example guidelines issued by a competent authority?
    - Yes
    - No

    If this is the case, which is the superior body?

11. In which cases can the trustmark be revoked?

12. How can customers become aware of a shop which is certified with your trustmark?
    - by spotting your trustmark on the website of an online shop
    - through a search on your homepage that lists the shops carrying a trustmark

13. There are also fraudulent trustmarks in the internet. How can a costumer make sure that a shop carrying your trustmark is indeed certified by your company?

14. Are all of the services offered by your trustmark free of charge for the customer? Yes/No

    If no, do you charge a fee for special services like for example a "money-back-guarantee" if the good is not delivered?

15. If currently there are no fees for customers, do you consider asking the customers for a financial participation in the future, for example to assure particular services? Yes/No

    If this is the case, for which services?

16. Do you provide customer support in case there is a problem with an online order from one of your certified shops

17. If yes, in which cases do you provide customer support:
    - goods undelivered despite payment
    - withdrawal from the contract, purchase price will not be paid back
    - warranty claims
    - online shop cannot be joined (telephone not answered, emails ignored etc..)
    - customer and online shop disagree on the legal situation
    - other:

    How do you assist the customers in those cases?

18. Which requirements do customers have to meet in order to be able to benefit from the customer support service?

19. How can customers contact you when they have a problem with one of your certified online shops?
    - telephone
    - e-Mail
    - contact form on your homepage
    - mail
    - fax
    - in person

20. How can customers from abroad contact you?
    - telephone
    - e-Mail
    - contact form on your homepage
    - mail
    - fax
    - in person

    In which language is the customer service available for customers abroad?
    - German
    - English
    - French
    - Other

21. If necessary do you forward the case to an appropriate alternative dispute resolution body or would you like to do so?

22. Statistics: How many complaints do you receive every year? Which is the percentage of complaints with regard to the total amount of sales of all of your certified online shops? How many complaints can you resolve successfully? How do you define a successful complaint resolution?

23. May shop owners of your certified online shops contact you when they encounter a problem with a customer? For example, if a customer did not pay a good that was ordered and delivered.

XXVIII. Europaweit einheitliche Mindestkriterien für Gütesiegel

Bei der Einführung eines EU-weit einheitlicher Standards für Gütesiegel für den Online-Handel wären aus Sicht des Zentrums für Europäischen Verbraucherschutz e.V. folgende Kriterien besonders hilfreich:

1. **Qualität**
2. **Transparenz**
3. **Schutz vor unautorisiert verwendeten Siegeln**
4. **Regelmäßige Überprüfung der Shops durch den Gütesiegelanbieter**
5. **Sanktionen**
6. **Kundenservice**

Optionale Kriterien, die wünschenswert in Hinblick auf ein hohes Verbraucherschutzniveau wären:

7. **Garantieleistungen des Gütesiegelanbieters**
8. **Zusammenarbeit mit Schlichtungsstellen**
9. **Überprüfung von Solvenz und der Gegebenheiten vor Ort**
10. **Mehrsprachige Informationen und Mitarbeiter**

Wichtig ist nicht nur, nach welchen Maßstäben ein Gütesiegelanbieter Online-Shops prüft und zertifiziert, sondern dass die Gütesiegelanbieter selbst in einem regelmäßigen Turnus von einer übergeordneten Stelle geprüft werden, um sicherzustellen, dass ein im Sinne der vorgenannten Kriterien „gutes" Gütesiegel auch dauerhaft ein solches bleibt. Um Verbrauchern den Überblick gerade auch in einem grenzüberschreitenden Kontext zu erleichtern, sollte weiterhin eine Internetplattform auf europäischer Ebene geschaffen werden, die sämtliche dieser geprüften Siegel auflistet. Ideal wäre auch, wenn der Verbraucher von dort aus direkt zu den Shops finden könnte, die bei den jeweiligen Siegeln zertifiziert sind.

Die Kriterien im Einzelnen:

1. Qualität

Inhaltlich sollten die Prüfkriterien des Gütesiegelanbieters selbstverständlich die gesetzlichen Anforderungen für den Online-

Handel umfassen (Impressumspflichten, Widerrufsbelehrung, Preisangaben, korrekte AGB, Datenschutzbestimmungen usw.). Darüber hinausgehende Prüfkriterien und/oder Mehrleistungen sind jedoch für Verbraucher wünschenswert.

2. Transparenz

Die Gütesiegelbetreiber sollten die Kriterien, nach denen sie Shops prüfen, in leicht verständlicher Sprache und in einfach zugänglicher Weise veröffentlichen, etwa durch einen Link direkt von der Startseite des Gütesiegels. Dieser sollte zu einem Text führen, dem eine EU-weit einheitliche Darstellungsweise zugrunde liegt, um eine bessere Vergleichbarkeit der Siegel zu ermöglichen. Denkbar wäre etwa eine einheitlich gestaltete Tabelle, die die gebotenen Leistungen stichwortartig in einer vorgegebenen Reihenfolge checklistenartig darstellt. Aus dieser Übersicht sollte auch ausdrücklich hervorgehen, ob die Qualitätskriterien über den gesetzlichen Standard hinausgehen oder ob die Kriterien lediglich den gesetzlichen Kriterien entsprechen.

3. Schutz vor unautorisiert verwendeten Siegeln

Verbraucher sollten sich auf einfache Weise von der Echtheit des Gütesiegels überzeugen können, das auf der Seite eines Online-Shops zu sehen ist, denn das grafische Element des Siegels lässt sich leicht kopieren und unberechtigterweise verwenden. Am besten lässt sich dies dadurch erreichen, dass ein Klick auf das Gütesiegellogo auf der Seite des Online-Shops zu einem Zertifikat auf der Internetseite des Gütesiegelanbieters führt. So wird dies bereits überwiegend von deutschen und europäischen Gütesiegelanbietern gehandhabt. Dieses Zertifikat sollte in technischer Hinsicht sicheren Schutz vor Manipulation bieten.

4. Regelmäßige Überprüfung der Shops durch den Gütesiegelanbieter

Die Shops müssen durch die Gütesiegelanbieter regelmäßig auf Einhaltung der Kriterien überprüft werden. Eine jährliche Überprüfung ist sinnvoll und wird auch bei den meisten hier geprüften Gütesiegelanbietern durchgeführt; außerordentliche Prüfungen sollten anlassbezogen, z.B. bei vermehrten Beschwerden, durchgeführt werden.

5. Sanktionen

Verstöße der Shops gegen die Kriterien oder andere Mängel der Shops sollten durch den Gütesiegelbetreiber sanktioniert werden können, etwa durch den Entzug des Siegels. Andere Sanktionsmaßnahmen wie Geldstrafen können ebenfalls in Betracht gezogen werden.

6. Kundenservice

Der Gütesiegelanbieter sollte dem Verbraucher als zusätzlicher Ansprechpartner dienen und bei Streitigkeiten zwischen Shopbetreiber und Verbraucher aktiv vermitteln. Das Gütesiegel sollte eine neutrale Rolle einnehmen.

Optionale Kriterien

7. Garantieleistungen des Gütesiegelanbieters

Wie unter Ziffer 6 gefordert ist der Kundenservice ein unverzichtbares Qualitätskriterium für Gütesiegel. Darüber hinaus wäre es für Verbraucher vertrauensstiftend, wenn sich ein solcher Kundenservice in berechtigten Beschwerdefällen nicht nur für eine Lösung auf Händlerseite einsetzt, sondern auch im Falle eines Scheiterns Lösungen anbietet, etwa durch eine Geld-zurück-Garantie des Gütesiegelanbieters. Wenn die Gütesiegelanbieter solche Zusatzleistungen nicht anbieten, sollte dies ebenso deutlich kommuniziert werden müssen.

8. Zusammenarbeit mit Schlichtungsstellen

Bereits heute gibt es Gütesiegelanbieter, die systematisch mit Schlichtungsstellen zusammenarbeiten, etwa in der Weise, dass sich jeder zertifizierte Shop bei Streitigkeiten mit Kunden einer Schlichtungsstelle unterwerfen muss. Dies sollte dann der Fall sein, wenn der Kundenservice des Gütesiegelanbieters selbst keine Abhilfe schaffen kann.

9. Überprüfung von Solvenz und der Gegebenheiten vor Ort

Eine Internetseite einzurichten und einen Online-Shop zu starten ist vergleichsweise einfach. Zu Problemen kann es kommen, wenn der Shop wirtschaftlich oder organisatorisch nicht in der

Lage ist, Bestellungen abzuwickeln. Vorteilhaft für Verbraucher wäre, wenn Shops zumindest stichprobenartig unter praktischen Gesichtspunkten getestet würden. Dazu könnte auch eine Prüfung der Betriebsabläufe direkt vor Ort beim Shop gehören.

Gegen eine Insolvenz des Online-Shops können sich die Verbraucher bei den meisten Gütesiegeln nicht absichern. Ein solcher freiwilliger Insolvenzschutz durch den Gütesiegelanbieter kann hier Abhilfe schaffen. Dies kann insbesondere dann sinnvoll sein, wenn Verbraucher Waren in höherem Wert bestellen und vorab bezahlen.

10. Mehrsprachige Informationen und Mitarbeiter

Die Gütesiegelanbieter sollten mehrsprachige Informationen über das Gütesiegel auf ihrer Homepage zur Verfügung stellen, zum Beispiel eine Kurzzusammenfassung über die Leistungen und Kriterien auf Englisch. Jede weitere Sprache wäre vorteilhaft. Auch die Mitarbeiter im Kundenservice des Gütesiegels sollten Englisch und daneben möglichst noch weitere Sprachen beherrschen, um auf Kunden aus anderen Staaten eingehen zu können.

Centre **E**uropéen de la **C**onsommation
Zentrum für **E**uropäischen **V**erbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

Kehl/Straßburg
Eine Adresse für zwei Länder
ZENTRUM FÜR EUROPÄISCHEN
VERBRAUCHERSCHUTZ e.V.
www.cec-zev.eu

Bahnhofsplatz 3
77694 Kehl
Tel: 07851 991 48 0
Fax: 07851 991 48 11
E-Mail: info@cec-zev.eu

Öffnungszeiten:
Dienstag bis Donnerstag
9.00 bis 12.00
und
13.00 bis 17.00 Uhr

Impressum: © Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
Für die Richtigkeit der in dieser Studie enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen. Die Angaben beruhen allein auf den Antworten der Gütesiegelanbieter.
Stand dieser Informationen: Juni 2011, aktualisiert Juli 2012