



Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,
Multimedia Campus Kiel, Theodor-Heuss-Ring 140, D-24143 Kiel

Pressemitteilung

Studie: Vertrauensmanagement im E-Business

Die sichere Transaktionsabwicklung steht im Mittelpunkt

„Die Erfahrungen haben gezeigt: Kein Vertrauen = kein Online-Geschäft. Wenn die Vertrauensbildung schon zu Beginn nicht funktioniert, können im Weiteren auch längerfristige Geschäftsbeziehungen im Internet gar nicht erst entstehen.“

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für E-Business

Kiel, 5. August 2003 - E-Business-Unternehmen bieten in der Regel eine kostenpflichtige Leistung im Internet an (z.B. Online-Kauf oder Nutzung einer Online-Dienstleistung), wobei der zugehörige Geschäftsprozess (Kontakt, Information, Entscheidung und Abwicklung) vollständig über das Datennetz und somit „virtuell“ durchgeführt wird. Zu einem persönlichen Kontakt zwischen den Beteiligten kommt es nicht. Aufgrund des somit stattfindenden Distanzhandels über das Internet, ist eine reale

[eBusiness.lehrstuhl]

Überprüfung des Angebots nicht möglich. Ferner fehlt der persönliche Kontakt zwischen Kunden und Anbieter, was ebenfalls eine Beurteilung erschwert. Liegen bestimmte Erfahrungen mit dem Start-up-Unternehmen nicht vor bzw. fehlen Empfehlungen anderer Nutzer, so muss der Kunde „Vertrauen“ hinsichtlich der im Internet formulierten Leistungsversprechen haben.

„Gerade für ein Start-up-Unternehmen im E-Business spielt der Faktor „Vertrauen“ eine zentrale Rolle, um Kunden für sich zu gewinnen“, so Prof. Tobias Kollmann. Der Grund hierfür liegt in der Tatsache begründet, dass das Vertrauen eine notwendige Voraussetzung zur Überbrückung von Unsicherheiten auf der Nachfragerseite im Internet darstellt. Diese Unsicherheit bezieht sich aus Sicht des Kunden insbesondere auf die Frage: Bekomme ich das, was ich erwarte, ohne es vorher real geprüft zu haben? Vor diesem Hintergrund lautet die zentrale Fragestellung: Welche Eigenschaften im Angebot eines jungen E-Business-Unternehmens wirken sich positiv auf die Vertrauensbildung bei den (potentiellen) Kunden aus?

Zu diesem Zweck wurde vom Lehrstuhl für E-Business der Universität Kiel - Multimedia Campus Kiel eine Studie angefertigt, bei der die Besucher der CeBIT 2003, als potentielle Kunden von Start-up-Unternehmen im E-Business, zu vertrauensbildenden Maßnahmen befragt wurden. Die Ergebnisse zeigen u.a., dass

1. die Kunden insbesondere den Prozess der Transaktionsabwicklung (Verschlüsselung, Umgang mit Kundendaten, Kostentransparenz, Kontaktmöglichkeiten, Liefertermine usw.) als besonders wichtig für die Vertrauensbildung ansehen und
2. Informationen zu dem Unternehmen/Anbieter selbst (Selbstdarstellung, Referenzen, Größe, Historie, Kooperationspartner usw.) dagegen weniger wichtig sind.

Fazit: Als E-Business-Unternehmen gilt es, mit Hilfe des Vertrauensmanagements die wahrgenommenen Risiken beim Online-Handel auf der Seite der potentiellen Kunden zu überwinden und Vertrauenswürdigkeit zu signalisieren. Dabei stehen Maßnahmen aus dem Bereich „Prozesse“ (Abwicklung der Bestellung) eindeutig im Vordergrund,

[eBusiness.lehrstuhl

wodurch der Trend zur Professionalisierung im E-Business auch aus Kundensicht weiter bestätigt wird.

Allgemeine Informationen zum Lehrstuhl und Lehrstuhlinhaber:

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Electronic Business an der *Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel* und kann auf weitreichende wissenschaftliche und praxisrelevante Erfahrungen auf diesem Gebiet zurückgreifen. Er ist erfolgreicher Autor zahlreiche Fach- und Praxisbeiträge in nationalen und internationalen Zeitschriften bzw. Sammelbänden und war u.a. einer der Gründungsgesellschafter des derzeit größten virtuellen Marktplatzes für den Gebrauchtwagenhandel – *autoscout24*. Sein **Lehrstuhl für Electronic Business** ist einer der führenden Anlaufpunkte für alle Fragen rund um elektronische Geschäftsprozesse im nationalen und internationalen Umfeld. Im Rahmen der praxisorientierten Ausrichtung wird ein Schwerpunkt auf die Gründung und Finanzierung neuer Start-ups in der Net Economy gelegt (E-Venture).

Weitere Informationen im Internet:
www.ebusiness-lehrstuhl.de
www.multimedia-campus-kiel.de

Kontakt:

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,
Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel, Theodor-Heuss-Ring 140,
D-24143 Kiel, Tel: 0431/7097-620, Fax: 0431/7097-630,
E-Mail: t.kollmann@mmc-kiel.com

Zu Veröffentlichung freigegeben: Kiel, 05. August 2003

Bei Veröffentlichung dieser Presse-Info senden Sie uns bitte bei Print-Medien ein Belegexemplar bei Online-Medien eine E-mail mit dem entsprechenden Link zu.
Besten Dank.