

PRESSEMITTEILUNG

FAIRNESS UND TRANSPARENZ ALS ERFOLGSFAKTOR FÜR DEN E-COMMERCE

ECC KÖLN und Riverty untersuchen Aspekte von Fairness und Transparenz im Onlinehandel aus Händlersicht. Respektvolles Verhalten gegenüber Konsument:innen sowie positive Checkouterfahrung werden als wichtig erachtet. Außereuropäische Marktplätze als Inspiration für Social Media und Produktpräsentationen.

Köln, 6. Mai 2025 — Inwiefern tragen Fairness und Transparenz im Onlinehandel zum Erfolg bei und wodurch werden sie gewährleistet? In der neuen Studie „Fairness als Erfolgsfaktor im Onlinehandel: Wie Transparenz das Geschäft verändert“ haben das ECC KÖLN und Riverty diese Frage näher beleuchtet und 215 Einzelhändler befragt. Die Ergebnisse zeigen: Ohne Transparenz und Fairness kein Erfolg.

So ist es fast allen Befragten (94 %) wichtig, ihre Kund:innen fair und respektvoll zu behandeln, unabhängig von ihrem Kaufvolumen und ihrer Loyalität. Bei Beschwerden über Preise oder Angebote bietet gut jeder vierte Händler (27 %) sofort eine Lösung oder Anpassung an. Dabei zeigt sich Fairness in vielen Facetten: Für knapp neun von zehn Befragten (89 %) gehören dazu transparente Prozesse, mit denen sie Rabatte und Sonderaktionen im Unternehmen festlegen. Fast ebenso viele finden, dass eine klare Preisgestaltung für alle Kund:innen (88 %), einheitliche Informationen über die Preisgestaltung (85 %) und eine direkte Kommunikation mit der Kundschaft (84 %) in diesem Kontext sehr relevant sind.

„Für viele Händler ist Fairness ein zentraler Hebel für Kundenzufriedenheit und -bindung. Preisgestaltung, Checkout und Zahlungsoptionen müssen für Kund:innen nachvollziehbar und transparent sein. Nur so entsteht nachhaltiges Vertrauen, während intransparente Gebühren oder unsichere Zahlungsmodelle das Gegenteil bewirken“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Ein guter Zahlungsmix für positive Checkouterfahrung

93 Prozent der befragten Einzelhändler sind davon überzeugt, dass die Checkouterfahrung Einfluss auf die Kundenzufriedenheit, die Wiederkaufquote (84 %) und die Neukundenquote (73 %) hat. Knapp die Hälfte (46 %) ist zudem der Meinung, dass sich eine positive Erfahrung beim Checkout auch auf die Kaufabbruchquote auswirkt. Entsprechend versuchen Händler eine gute Auswahl an verschiedenen Zahlungsverfahren im Checkout anzubieten.

„Für eine gelungene Customer Journey ist es entscheidend, dass sie bis zum letzten Schritt – dem Checkout – fair, transparent und reibungslos verläuft. Händler haben das erkannt und reagieren unter anderem mit einer Erweiterung ihres Zahlungsangebots“, erläutert Kay Dallmann, SVP Sales and Global Markets bei Riverty.

„Wichtig ist hierbei auf die richtige Auswahl an Zahlungsoptionen zu setzen. Es zeigt sich, dass manche Zahlungsverfahren vor anderen priorisiert werden. Hier gilt es die Bedürfnisse

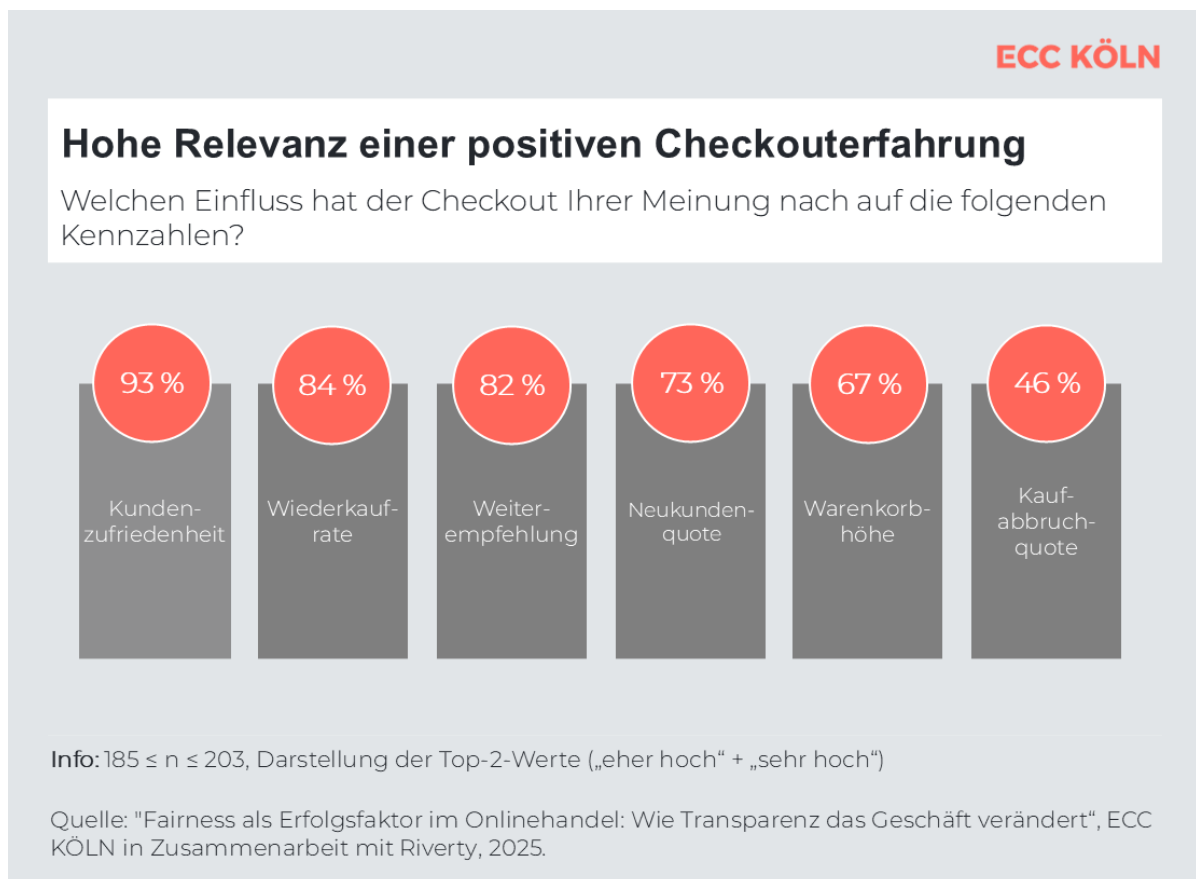
und Vorlieben der Konsument:innen zu kennen und ihnen mit einem entsprechenden Zahlungsangebot nachzukommen", ergänzt Kai Pochmann, Business Line Lead Payments bei Riverty.

Außereuropäische Marktplätze: Inspiration für Social Media und Produktpräsentation

Die Bekanntheit von Marktplätzen wie Temu und Shein ist auch unter Einzelhändlern hoch (94 %) und knapp ein Drittel (32 %) gibt an, diese bereits zu nutzen oder sich eine Nutzung vorstellen zu können. Insgesamt stellen die Marktplätze Händler vor vielfältige Herausforderungen, beispielsweise durch Umgehung von Produktsicherheitsstandards (85 %), mangelnde Transparenz bei Produktinformationen (84 %) oder hinsichtlich der Preisgestaltung (84 %). Trotz dieser kritischen Aspekte ist jede:r Zweite der Meinung (56 %), dass der deutsche Onlinehandel von außereuropäischen Marktplätzen lernen kann und 45 Prozent denken, dass der Wettbewerb sich langfristig positiv auf die Innovationskraft europäischer Unternehmen auswirken wird. Vor allem Social-Media-Anzeigen (60 %) und Produktdarstellungen (58 %) dieser Anbieter erachten viele als gute Inspirationsquelle, auch wenn die Umsetzung für die eigene Geschäftstätigkeit etwas anders ausfallen sollte.

Wörter der Meldung: 543

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.043



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Die Studie „Fairness als Erfolgsfaktor im Onlinehandel: Wie Transparenz das Geschäft verändert“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Riverty untersucht die Relevanz von Fairness und Transparenz im Onlinehandel aus Sicht von Einzelhändlern in Deutschland und zeigt, welche Faktoren aus ihrer Sicht

für Fairness und emotionale Kundenbindung entscheidend sind. Für die Erhebung wurden im Februar 2025 215 Händler online befragt.

Die Management Summary der Studie gibt es [hier](#) zum kostenfreien Download.

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händlern, Herstellern und Lösungsanbietern eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategiefachleute rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über Riverty

Riverty, das innovative Fintech von Bertelsmann, unterstützt tausende Händler:innen und über 26 Millionen Verbraucher:innen mit der Abwicklung von mehr als 80 Millionen Transaktionen pro Monat. Ob flexible Zahlungen, Forderungsmanagement oder intelligente Buchhaltungslösungen, mit innovativen Finanzdienstleistungen befähigt Riverty Unternehmen und Konsumenten. Mit einem engagierten Team von über 4.000 Mitarbeitenden in elf Ländern in Europa und Nordamerika ist Riverty einer der führenden Anbieter umfassender Finanzlösungen.

Mehr unter: www.riverty.com