Was sind Trust-Elemente?

Stand: 02.02.2023

Gerade im Internet ist es wichtig, dass Interessenten einem Shop oder einem Dienstleister vertrauen können, um ihn wieder zu besuchen. Dafür ist der Einsatz von Trust-Elemente angedacht. Sie verleihen dem Onlineshop oder der Webseite **einen ersten Eindruck über die Seriosität** und sorgen dafür, dass aus Interessenten Kunden werden.

Definition Trust-Elemente

Per Definition sind alle Trust-Elemente dazu dienlich, das Vertrauen eines Users in die besuchte Website herzustellen. Dieses Vertrauen kann dann zur Erweiterung des Kundenstammes führen.
Trust-Elemente können zudem vergangene Hemmnisse bei der Kaufentscheidung revidieren und so werden aus Website-Besuchern Käufer generiert.

Was funktioniert als Trust-Element?

Trust-Elemente lassen sich auf unterschiedliche Art und Weise in den Onlineshop oder die Webseite einbauen.

Bewertungen

Einen hohen Stellenwert haben Kunden- und Nutzerbewertungen. Die Wirksamkeit dieser Dinge ist enorm hoch. **Neukunden orientieren sich an den bisherigen Erfahrungen abgeschlossener Käufe** und zeigen eventuelle Fehlerquellen auf. Je größer also das positive Feedback, desto schneller und stärker wächst das Vertrauen der Interessenten. Die Empfehlungen sind bedeutsam, wenn der Nutzer bisher noch keine Berührungspunkte mit dem Onlineshop oder dem gesuchten Produkt hatte. Sie führen dazu, dass der Kaufwillige einen Abschluss vornimmt, indem Trust-Elemente für die Verringerung der Hemmschwelle sorgen.

Dabei lassen sich alle **Bewertungen auch aus unterschiedlichen Plattformen zusammenziehen**. Nicht nur im Onlineshop selbst ist die gute Reputation relevant – auch die veröffentlichten Erfahrungen in den sozialen Netzwerken spielen eine wichtige Rolle.

Gütesiegel

Weitere wichtige Trust-Elemente sind Zertifikate oder offizielle Gütesiegel. Sie signalisieren dem Verbraucher, dass von einer anerkannten Stelle eine unabhängige Bewertung vorgenommen wurde. Das daraus resultierende positive Image wirkt als Kaufanreiz.

Vorwiegend werden die **Gütesiegel für Service oder Sicherheit vergeben**, so erhält der Nutzer ein stärkeres Vertrauen, wenn er weiß, dass seine Daten in guten Händen sind. Gegen eine geringe Gebühr werden die Trust-Elemente vergeben.

Bei der Platzierung ist auf einen prominenten Platz zu achten, sodass die Gütesiegel schnell erkannt werden. Gleichzeitig lassen sie sich nicht nur online – mit einem dahinterliegenden Link – verwenden, sondern auch in der Offline-Kommunikation.

Testbewertungen

Zeitschriften und Portale führen in regelmäßigen Abständen Tests durch. Diese können hervorragend als Trust-Elemente eingesetzt werden. Idealerweise lässt sich Link dazu auf der Webseite oder dem Onlineshop einbinden. Auch vermittelt es ein gutes Ansehen, wenn die Ergebnisse in Foren oder Blogs weitergegeben werden.

Das gleiche Vorgehen ist auch für unabhängige Auszeichnungen empfehlenswert. Diese werden ebenfalls von unabhängigen Stellen vergeben und vermitteln ein positives Bild. Für die Veröffentlichung und Weitergabe des Inhaltes muss die Quelle der Testbewertung ebenfalls als seriöses Medium akzeptiert sein.

Sicherheit und Verschlüsselung

Ein wichtiges Kriterium, um Vertrauen zu erlangen, ist die Datensicherheit. **Kreditkarteninformationen oder persönliche Angaben dürfen nicht in fremde Hände kommen.** Datenmissbrauch kann verheerende Folgen haben. Nicht nur für den Käufer ist es ärgerlich, wenn plötzlich ein Fremder den unerlaubten Kontenzugriff hat, auch für den Shopbetreiber, der Daten nicht zuverlässig sichern kann. Vor allem schlägt sich da auf das Vertrauen nieder. Alle technisch nutzbaren Sicherheitsmaßnahmen dienen daher als Trust-Elemente. Sie entsprechen den hohen Ansprüchen der Nutzer.

Bezahlmöglichkeiten

Beim Einkaufen im Internet bevorzugen Nutzer Shops, die nicht nur eine Bezahlvariante anbieten. PayPal, Kreditkarte, Rechnungskauf, Lastschrift und viele weitere Optionen kommen bei einem Käufer gut an und verhindern einen Absprung. Daher ist es wichtig, diese bereits beim ersten Betreten der Webseite prominent zu offenbaren, damit der potenzielle Käufer sich animiert fühlt, weiter zu stöbern. **Die Optionen zum Bezahlen müssen auch immer wieder angepasst werden.** So zahlen jüngere Menschen in der Regel lieber mit PayPal und nicht unbedingt eine Kreditkarte vorweisen. Auch ist der Kauf per Vorkasse eher ein Hindernis, da bis zum Kaufabschluss weitere Schritte durchlaufen werden. Mit fehlenden Möglichkeiten kann schnell Frustration aufkommen und der Besuch führt nicht zu einem Kauf.

Implementierung von Trust-Elementen

In erster Linie sollten alle Trust-Elemente auf den Webseiten integriert werden, um den E-Commerce zu fördern. Sind sie bereits auf der Startseite zu finden, vertrauen die potenziellen Käufer schneller den Inhalten. Zusätzlich sollten die Siegel oder Bezahloptionen auf allen Unterseiten eingebunden sein, auf denen es zu einem Erstkontakt kommt.

Ebenfalls einen **dauerhaften Platz erhalten die Trust-Elemente im Footer**, da er sich auf allen Unterseiten unverändert zeigt. Allerdings wird dieser Platz kritisch von SEO-Experten gesehen, da nicht

immer bis dahin gescrollt wird. Eine unbedingte Platzierung der Zahlmöglichkeiten wird im Warenkorb empfohlen, sodass der Käufer erneut einen Überblick erhält. Werden unterschiedliche Kommunikationsmittel genutzt – Briefe, Imagebroschüren, Newsletter, Mailings – lassen sich diese auch dort einbinden. Werden konkrete Produkte oder Dienstleistungen in den sozialen Netzwerken beworben, lohnt sich auch hier ein dezenter Hinweis.

Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung kann im A/B-Testing die Implementierung an verschiedenen Stellen ausprobiert und die Verortung dauerhaft festgelegt werden. In vielen Fällen erscheinen sie im Anschluss sogar in den SERPs.

Risiken bei Trust-Elementen

Keinesfalls sollten die Trust-Elemente überladen eingebaut werden. Das wirkt nicht vertrauenerweckend, sondern schreckt die User eher ab. **Eine Überfrachtung führt schneller zum Absprung** und lässt die Glaubwürdigkeit sinken.

Ein absolutes No-Go sind zudem Fake-Zertifikate. Steht keine Relevanz dahinter und wird es vom Nutzer hinterfragt, kommt schnell der Eindruck auf, dass hier Betrüger am Werk sind. Auch das hat ein Verlassen der Webseite zur Folge.

Viele Webseitenbetreiber haben unterschiedliche Vorgehensweisen mit Bewertungen. Einerseits wirkt es natürlich interessiert, wenn ausschließlich positive Bewertungen – oder in den sozialen Netzwerken positive Kommentare – veröffentlicht werden. Allerdings lässt es stutzig werden, wenn kein User etwas auszusetzen hat. Das ist einfach realitätsfern. **Tauchen negative Bewertungen auf, ist es empfehlenswert, sich mit diesen auseinanderzusetzen und auf Kritik sachlich zu reagieren.** Bestenfalls kann ein Gegenangebot erfolgen. Erst so entfalten die Trust-Elemente ihre volle Wirkung. Für den Nutzer entsteht das Signal, dass sein Anliegen Gehör findet und eine Lösung in Aussicht gestellt wird.

Trust-Elemente sind sehr wichtig für die Vertrauenswürdigkeit und Kundenbindung. Zudem sind sie umsatzfördernd. Daher ist es ratsam, sie ehrlich zu verwenden.