

Presseinformation

Globetrotter steigert Umsatz mit dem Shop-Siegel authorized.by

Mit dem Gütesiegel "Authorized Partner" mit TÜV-ShopIdent können sich Online-Händler als zertifizierte Fachhandelspartner von Marken ausweisen. Doch beeinflusst ein solches Siegel tatsächlich das Verbraucherverhalten positiv? Der Outdoor-Händler Globetrotter hat dies in einem breit angelegten A/B-Test analysiert - mit überraschendem Ergebnis.

München, 2. Februar 2021. Jeder zehnte Online-Kunde hat Marktstudien zufolge schon einmal schlechte Erfahrungen beim Einkauf im Internet gemacht. Dies will das Münchner Unternehmen authorized.by ändern. Mit dem Echtzeit-Siegel "Authorized Partner mit TÜV-ShopIdent" können Hersteller ihre Handelspartner als autorisierte Vertriebspartner zertifizieren. Doch kommt das bei den Kunden überhaupt an?

Der renommierte Outdoor-Händler Globetrotter machte die Probe aufs Exempel. Mit seinem Online-Shop Globetrotter.de ließ er sich über die Plattform von authorized.by von rund 200 Lieferanten, darunter Deuter, Fjällräven, Oakley, Patagonia etc. als autorisierte Markenpartner für den digitalen Handel bestätigen. Dazu reicht es, den relevanten Marken über die Plattform per Mausklick eine automatisierte Anfrage zu schicken. Nach der Bestätigung kann auf den Produktdetailseiten dieser Marken im Globetrotter-Shop das Echtzeit-Siegel "Authorized Partner mit TÜV-ShopIdent" ausgespielt werden.

Um die Wirkung des Siegels zu testen, teilte Globetrotter Anfang Januar alle Besucher des Shops in zwei Gruppen auf. Der einen Hälfte wurde das Siegel "Authorized Partner mit TÜV-ShopIdent auf den Produktdetailseiten aller Produkte dieser Marken angezeigt. Die andere Hälfte bekam das Siegel nicht ausgespielt. Insgesamt zählte Globetrotter im Testzeitraum rund eine Million Besucher.

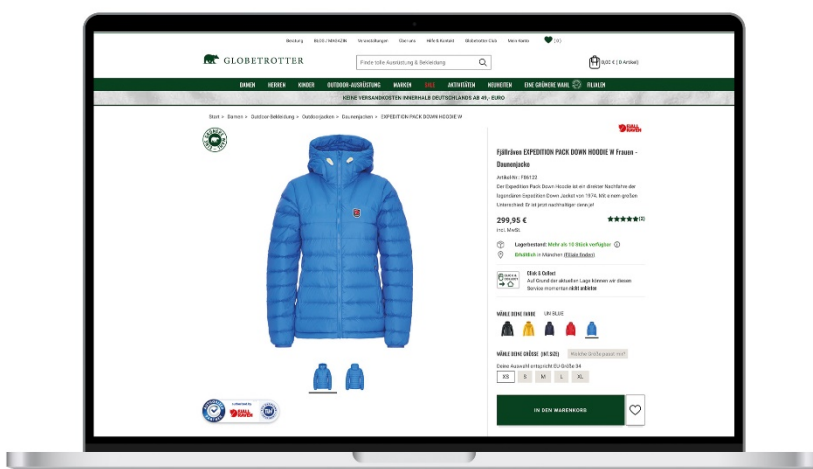
Nach einer Analyse von Konversionsraten, Warenkörben und Umsatzentwicklung im Testzeitraum zeigte sich: Selbst eine bekannte und vertrauenswürdige Händlermarke wie Globetrotter profitiert davon, sich als offizieller Partner seiner Lieferanten zertifizieren zu lassen. Die Konversionsrate auf den Produktdetailseiten mit Siegel verbesserte sich gegenüber der Kontrollgruppe um 6,9 Prozent. Zudem generierten Kunden, die das authorized.by-Siegel zu sehen bekamen, um 3,5 Prozent höhere Warenkörbe als die Kontrollgruppe. Insgesamt verzeichnete

Globetrotter.de im Testzeitraum mit den Kunden, die das Siegel sahen, 10 Prozent mehr Umsatz als mit den Shop-Besuchern, denen das Siegel nicht angezeigt wurde.

Stefan Deutsch, Leiter Online-Marketing bei Globetrotter.de, zeigt sich vom Ergebnis überrascht. "Zunächst waren wir skeptisch, ob uns als etablierte Marke der Einsatz eines weiteren Shop-Siegels etwas bringen kann", gibt er zu. Doch die Zahlen sprechen für sich. "Vergleicht man das Siegel von authorized.by mit anderen Conversion-optimierenden Maßnahmen wie beispielsweise Kundenbewertungen oder die Optimierung der Ladezeit, kann man aus zeitlicher wie finanzieller Hinsicht von einer sehr wirksamen und günstigen Sofortmaßnahme sprechen", lobt er.

Auch Christian Stummeyer, Inhaber der Professur für Wirtschaftsinformatik und Digital Commerce an der TH Ingolstadt, hat die Performance des Siegel im A/B-Test bei Globetrotter überzeugt. "Studien zufolge haben schon über zehn Prozent der deutschen Online-Shopper negative Erfahrungen beim Einkauf im Internet gemacht. Nach meiner Einschätzung hat authorized.by hier die optimale Lösung, die den Verbrauchern die nötige Sicherheit beim Online-Einkauf gibt."

authorized.by-Gründer Felix Nottensteiner sieht in den Ergebnissen eine Bestätigung seiner Mission. Jetzt will er die Basis an Händlern und Marken, die das Siegel nutzen, weiter ausbauen. Insgesamt zählt das Unternehmen auf Handelsseite inzwischen über 1.400 Kunden, darunter Globetrotter, Sporthaus Schuster, Autoteile Immler oder Zweirad Stadler. Auf Markenseite stehen mehr als 1.200 namhafte Brands wie Thule, Patek-Philippe, VAUDE, MTD-Products, Napoleon, Deuter, Patagonia oder Stabilo auf der Kundenliste. "Händler können unser Authorized Partner-Siegel mit TÜV-ShopIdent bereits ab 69 Euro monatlich in ihren Shop einbinden", so Nottensteiner. Der Case von Globetrotter belegt: Dieses Geld ist gut investiert.



Einbindung des Gütesiegels authorized.by auf der Produktdetailseite von Globetrotter, Copyright authorized.by

Über authorized.by[®]

authorized.by[®] ist eine B2B-Autorisierungsplattform, die es Markenherstellern ermöglicht, Online-Vertriebspartner mit Hilfe des branchenübergreifenden Echtzeit-Siegel „Authorized Partner“ auf Shop- und Produktebene auszuzeichnen. Die sichtbare Bestätigung als Markenpartner unterstützt Händler, sich wirksam von unseriösen Anbietern – auch auf Marktplätzen – abzugrenzen.

Über 2600 namhafte internationale Hersteller und Händler vertrauen auf die Plattformtechnologie, darunter Thule, MTD Products, Patek-Philippe, Deuter, Patagonia und Stabilo. authorized.by[®] ist offizieller Solution Partner der GS1 und eBay. Das Unternehmen wurde 2016 von Felix Nottensteiner gegründet und ist seit 2019 eine Beteiligungsgesellschaft der TÜV Saarland Holding GmbH. Hauptsitz der authorized.by GmbH ist München.

<https://www.authorized.by/>

Pressekontakt

Vera Vaubel
Vaubel Medienberatung
T +49 (0) 89 98 103 987
vera.vaubel@vaubel.de

Unternehmenskontakt

Felix Nottensteiner
authorized.by GmbH
+49 (0) 89 716 723 70 – 0
fn@authorized.by