

Bachelorarbeit

Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle vermindert werden?



Elisa Stoeckel
AERES HOGESCHOOL

Bachelorarbeit

Auftraggeber:

Aeres Hogeschool
De Drieslag 4
8251 JZ Dronten

Durchgeführt von:

Elisa Stoeckel, Student
Hippische Bedrijfskunde

Erstgutachter:

Erik Plantinga

Zweitgutachter:

Gert Wim Stoffer

Falkensee, 14-08-2017



Disclaimer Diese Bachelorarbeit wurde durch eine Studentin der Aeres Hogeschool Dronten als Teil Ihres Studiums geschrieben. Dies ist keine offizielle Publikation von Aeres Hogeschool. Diese Arbeit gibt nicht die Vision oder die Meinung von Aeres Hogeschool wieder. Aeres Hogeschool akzeptiert keine einzige Haftung für jeglichen Schaden, der sich aus dem Gebrauch des Inhalts dieser Arbeit ergibt.

Vorwort

Vor Ihnen liegt die Bachelorarbeit von Elisa Stoeckel über das Thema: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“. Mit dieser Arbeit wird eine ausführliche Untersuchung der Kundenstämme, sowie weiterer externer Parteien durchgeführt, um die oben genannte Frage beantworten zu können. Diese Bachelorarbeit ist Bestandteil des vierten Studienjahres des Studienganges Pferdemanagement an der Aeres Hochschule Dronten (Niederlande) und dient des Weiteren zur Vollendung des Studiums.

Ich möchte mich ganz herzlich bei einer Vielzahl von Menschen, verschiedenen Betrieben und Organisationen bedanken, die das Schreiben dieser Bachelorarbeit ermöglicht haben. Zum einen geht ein großer Dank an alle Kollegen von ehorses. Durch meine Aufgaben und meine Tätigkeiten während meines Abschlusspraktikums bei ehorses, habe ich dort schnell die Probleme des Internetbetruges erkannt. Dort habe ich viel Unterstützung erfahren und hilfreiche Informationen erhalten. Auch möchte ich mich bei den Kunden von ehorses bedanken, die mich bei meiner online Umfrage tatkräftig unterstützt haben. Des Weiteren gilt mein Dank allen anderen Betrieben wie der FN, der Uelzener Versicherung und der Pferdeklinik Seeburg, die mir mit meinen Fragen weitergeholfen haben.

Durch sein Coaching war Erik Plantinga bis heute eine gute Anlaufstelle für alle Fragen und Schwierigkeiten. Sein Coaching für das Exposé und die darauffolgende Bachelorarbeit waren sehr hilfreich und haben mich, sowohl in meiner persönlichen Entwicklung als auch in der Entwicklung der Ideen für meine Bachelorarbeit immer weiter gebracht. Danke!

Elisa Stoeckel



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Zusammenfassung.....	5
Samenvatting.....	6
1. Einleitung.....	7
1.1 Thema.....	7
1.1.1 Anlass, Entwicklung & Relevanz	9
1.2 Theoretischer Aufbau & Knowledge Gap	10
1.2.1 Theoretischer Aufbau.....	10
1.2.2 Knowledge Gap/ Handlungsproblem	10
1.2.3 Eingrenzung.....	11
1.3 Hauptfragen & Teilfragen.....	11
1.4 Zielsetzung.....	11
2. Materialien & Methodik.....	12
3. Ein kurzer Einblick in die Entwicklung der online-Welt	14
4. Resultate.....	17
4.1 Resultate quantitative Untersuchung	17
4.1.1 Allgemeine Ergebnisse der Umfrage	17
4.1.2 Allgemeine Ergebnisse - Interessenten	17
4.1.3 Allgemeine Ergebnisse Anbieter	19
4.1.4 Resultate Interessenten Teil 1: Betrug.....	20
4.1.5 Resultate Interessent Teil 2: Beweise	29
4.1.6 Resultate Anbieter Teil 1: Betrug	31
4.1.7 Resultate Anbieter Teil 2: Beweise.....	35
4.2 Resultate qualitative Untersuchung.....	37
4.2.1 Interview über das Thema Mehrwert bei Verkäuferbewertungen.....	37
4.2.2 Interview über das Thema Beweise	38
4.2.3 Interview mit ehorses.....	40
5. Diskussion.....	42
5.1 Wichtige Ergebnisse	42
5.2 Reflexion der Studie	44
5.3 Vergleich der quantitativen und qualitativen Untersuchung.....	45
5.4 Verbindung der Teilfragen.....	45
6. Schlussfolgerung und Empfehlung	46
Literaturverzeichnis.....	51
Anhang	53

I. Standardanbieter und Topseller.....	53
II. Website des Onlinepferdemarktes „ehorses“	53
III. Inserat.....	54
IV. Equidenpass	55
V. Fragebogen online Umfrage.....	56
VI. Interview ImmobilienScout24	62
VII. Interview Pferdeklinik Seeburg	63
VIII. Interview FN	64
IX. Interview Uelzener Versicherung	65
X. Interview ehorses	65
XI. Diagramme Umfrage	66
XII. Checklijst schriftelijk rapporteren	69

Zusammenfassung

Das Thema dieser Bachelorarbeit lautet „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle vermindert werden?“ Diese Untersuchung wurde durchgeführt um herauszufinden, wie die Kunden¹ eines Onlinepferdemarktes mit dem Thema Betrug umgehen und was sie von einem Bewertungssystem halten.

Die Relevanz dieser Arbeit stützt sich auf die Tatsache, dass Internetkriminalität in der Onlinewelt ein Problem ist und vor allem unwissende Personen dadurch stark geschädigt werden können. Mit dieser Untersuchung sollte herausgefunden werden, wie die Kunden eines Onlinepferdemarktes zu dem Thema „Verkäuferbewertung“ stehen und wie Betrugsfälle verringert werden können.

Es wurde recherchiert, dass die Kunden von Onlinepferdemärkten stark an einem Bewertungssystem interessiert sind und sie sich auch vorstellen können, dass dieses das Vertrauen zwischen Anbieter und Interessent stärken kann. Des Weiteren kann solch ein Bewertungssystem den Interessenten die Angst vor Betrug nehmen, um sich dadurch besser auf den Handel mit einem Anbieter einlassen zu können.

Über ein Kontaktformular können die Interessenten mit dem jeweiligen Anbieter Kontakt aufnehmen. Per E-Mail bekommen sie einen Link zugeschickt, mit dem sie das Bewertungsformular öffnen können. Die Auswertungen einer Beurteilung sollen dann auf den Verkäuferwebsites der Anbieter erscheinen.

Um die Existenz der Anbieter nachweisen zu können, wurde die Zielgruppe befragt, was für sie geeignete Beweismittel wären. Die Umfrage ergab, dass die Besitzerurkunde und der Personalausweis des Anbieters die besten Dokumente sind, um die Existenz belegen zu können.

Zudem wurden, während der Untersuchung, Interviews mit der Pferdeklinik Seeburg, der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) und der Uelzener Versicherung durchgeführt. In den Interviews wurden die Unternehmen gefragt, ob sie ein Dokument ausstellen können, in welchem die Existenz eines Anbieters und, vor allem, die des Pferdes nachgewiesen werden kann.

Die Antworten des Interviews ergaben, dass sowohl die FN, als auch die Uelzener Versicherung nicht dazu in der Lage sind, Dokumente auszustellen. Der Grund dafür ist der Datenschutz der Kunden und dass die Unternehmen nicht nachweisen können, dass die vorhandenen Daten der Kunden richtig sind. Die Pferdeklinik Seeburg schlägt eine Ankaufsuntersuchung als Beweismittel vor.

Konkludierend kann gesagt werden, dass die Ausarbeitung dieser Bachelorarbeit gezeigt hat, dass die Kunden der Onlinepferdemärkte einem Bewertungssystem gegenüber offen sind und sich auch an der Einschränkung des Betruges und dem Vertrauensaufbau beteiligen möchten. Des Weiteren können die Besitzerurkunde und der Personalausweis als weiteres Nachweismittel eingesetzt werden. Eine weitere Empfehlung ist, dass die Onlinepferdemärkte diese Nachweismittel nicht nur für ihre Topseller, sondern auch für ihre Standardanbieter einsetzen sollten. Somit kann das Thema „Betrug“ noch mehr eingeschränkt werden und die Unternehmen und Kunden können mit mehr Sicherheit und Vertrauen in die Zukunft blicken.

¹ Obwohl aus Gründen der besseren Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Samenvatting

Het onderwerp van deze scriptie is 'Hoe kunnen verkopersbeoordelingen bij de aankoop van paarden via het internet, ondersteuning bieden en de kans op fraude reduceren?' Dit onderzoek is uitgevoerd om meer inzicht te krijgen, hoe de klanten van een online paardenmarkt met het onderwerp fraude omgaan en wat zij van een beoordelingssysteem vinden.

De relevantie van dit onderzoek is gebaseerd op het feit, dat internetcriminaliteit in de onlinewereld een probleem is. Vooral mensen met weinig kennis kunnen daardoor grote schade op lopen. Met dit onderzoek is achterhaald hoe de klanten van een online paardenmarkt over het onderwerp verkopersbeoordelingen denken en is gerechercheerd hoe de kans op fraude gereduceerd kan worden.

Er is onderzocht, dat de klanten van een online paardenmarkt erg in een beoordelingssysteem geïnteresseerd zijn en het zichzelf ook kunnen voorstellen, dat dit systeem het vertrouwen in elkaar kan versterken. Een beoordelingssysteem kan de klanten hun angstgevoelens over fraude wegnemen en kunnen de klanten daardoor meer in de handel met de verkoper vertrouwen.

Via een contactformulier kunnen de kopers met de desbetreffende verkoper contact opnemen. De kopers krijgen vervolgens via email een link toegestuurd. Via deze link kunnen hun het beoordelingsformulier openen. De resultaten van de beoordeling zullen dan op de website van de verkoper verschijnen.

Om de existentie van de verkopers te kunnen bewijzen, is de doelgroep gevraagd wat als een geschikt bewijsmiddel kan dienen. De uitkomst van de enquête heeft laten zien, dat de eigendomspas van het paard en het identiteitsbewijs van de verkoper de meest geschikte documenten zijn om de existentie van de verkoper te kunnen bewijzen.

Bovendien zijn gedurende het onderzoek interviews gehouden met de Duitse paardenkliniek Seeburg, de 'Deutsche Reiterliche Vereinigung' (FN) en de Uelzener verzekering. Tijdens de interviews werden de ondernemingen gevraagd of het waardevol is om een document aan de verkopers te verstrekken waarin het bestaansrecht van de verkopers vastgesteld kan worden, en dit vervolgens beschikbaar gesteld kan worden aan potentiële kopers.

Het resultaat van de interviews was, dat de Deutsche Reiterliche Vereinigung' (FN) net zoals de Uelzener verzekering geen documenten kunnen afgeven. De reden daarvoor is, de Privacy Policy. Daarnaast kunnen de ondernemingen ook niet bewijzen dat de aangegeven gegevens van de verkopers wijzen op een werkelijk bestaan. De paardenkliniek Seeburg zegt dat een aankooponderzoek het beste middel is om de existentie van het paarden te kunnen bewijzen.

Het uitvoeren van deze scriptie heeft aangetoond, dat de klanten van online paardenmarkten open staan voor een beoordelingssysteem en ook willen bijdragen om fraude te verminderen en meer vertrouwen tussen de partijen om te creëren. Ook kunnen de eigendomspas van het paard en het identiteitsbewijs van de verkoper als een bewijsmiddel worden ingezet. Een andere aanbeveling is, dat de online paardenmarkten dit bewijsmiddel niet alleen voor de topsellers zullen gebruiken, maar ook voor de standaardaanbieders. Zo kan het probleem fraude verder worden verminderd en kunnen ondernemingen en de klanten met meer zekerheid en vertrouwen in de toekomst kijken.

1. Einleitung

1.1 Thema

Seit dem Jahre 1989 gibt es das Internet, eine Erfindung mit der sich die Welt der Menschen vollkommen verändert hat. Wir sind davon abhängig geworden und ein Leben ohne das Internet ist nicht mehr vorstellbar. Wir verschicken E-Mails, lernen neue Leute kennen, können uns informieren und Vieles über das Internet käuflich erwerben. So entstanden sehr schnell viele Onlineshops, wie zum Beispiel eBay, Amazon, ImmobilienScout24 und noch viele mehr. Menschen machten es sich zum Beruf Betriebe zu gründen, die sich hauptsächlich mit dem Verkauf von Produkten über das Internet beschäftigten. Gibt man einen Suchbegriff bei Google ein, gibt es sicherlich immer eine Website, die den passenden Artikel zum Kauf anbietet.

Heute wird über das Internet nahezu alles verkauft, auch Pferde. Viele Züchter, Handelsställe und auch Privatpersonen verkaufen ihre Pferde schnell und bequem übers Internet. Auf diese Zielgruppe haben sich Betriebe, wie zum Beispiel ehorses spezialisiert. Bei diesem Betrieb habe ich mein Abschlusspraktikum von September 2016 bis Ende Januar 2017 absolviert. Das Angebot von ehorses deckt die gesamte Bandbreite des Pferdesportes ab: vom einfachen Freizeitpferd bis zum Spitzenturnierpferd.

Da man mit guten Pferden schnell viel gutes Geld verdienen kann, ist es auch nicht verwunderlich, dass sich sehr schnell Betrüger fanden, die unwissende Menschen um ihr Geld bringen möchten. Über das Internet ist das Betrügen eine sehr leichte Sache geworden. Laut einer Statistik von der Website statista.com, gab es im Jahre 2015, 23.562 Fälle von Computerbetrug (statista, 2017). Die Betrüger stellen ein Produkt oder zum Thema passend, ein Pferd, online zum Verkauf, meistens mit einem gefälschten Bild und gefälschten Angaben und verkaufen diese auch tatsächlich. Die Käufer, die in gutem Glauben das Tier gekauft haben, bemerken den Betrug oftmals zu spät. Dann ist das Geld meistens schon weg, die Betrüger über alle Berge und das eigentlich gekaufte Tier nicht da. Da es bis heute leider wenig Mittel gibt, um Betrug im Internet zu verhindern, beschäftigen sich viele Betriebe damit, Lösungen zu finden. Eine Möglichkeit ist die Kundenbewertung von Verkäufern.

Das Thema dieser Bachelorarbeit entstand aus einem Gespräch mit der Geschäftsführerin des Onlinepferdemarktes ehorses. Sie berichtete von zunehmenden Betrugsfällen, in denen Pferde inseriert und zum Kauf angeboten werden, welche nicht real existieren. Über die Website von ehorses können Pferde gekauft und verkauft werden. So wie viele andere Märkte, ist auch der Pferdemarkt mit den Jahren gewachsen und hat sich den neusten Trends des Onlinehandels angepasst.

Der Handel über das Internet bietet viele Vorteile, birgt aber auch Risiken, welche eine Kaufentscheidung beeinflussen oder sogar verhindern können. Gerade die Angst vor der Internetkriminalität spielt dabei eine große Rolle und strapaziert das Vertrauen in die Onlinemarktplätze.

Der Betrug, als eine Form der Internetkriminalität, gibt den Schwerpunkt für diese Arbeit vor. Da der wirtschaftliche Schaden in Betrugsfällen auf Onlinepferdemärkten vergleichsweise groß ist (mehrere tausend Euro), ist die Relevanz für diese Arbeit sehr hoch.

Die Frage ist, ob eine Bewertung des Verkäufers, die durch den Kunden vorgenommen wird, die Kaufentscheidung positiv beeinflussen und die Zahl der Betrugsfälle auf Onlinepferdemärkten reduzieren kann.

Immer mehr online Shops arbeiten mit Hilfe von Bewertungen ihrer Verkäufer. Zu diesen Plattformen gehören unter anderem ImmobilienScout24, Amazon oder eBay. Mit dieser Methode möchten sie das Vertrauen ihrer Kunden stärken und sie vor Betrügern schützen. Die Betrüger finden immer mehr Wege und die technischen Voraussetzungen sowie die Datenschutzgesetze machen es nahezu unmöglich kriminelle Handlungen zurückzuverfolgen und zu ahnden.

Die Verunsicherung liegt auf beiden Seiten: Potentielle Käufer sind sich nicht sicher, ob das angebotene Pferd wirklich existiert. Für Verkäufer wird der Onlinehandel unattraktiver, weil die Käuferzahlen stagnieren.

Die Idee, über das oben beschriebene Thema eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen, ist auf eine sehr positive Resonanz bei den Onlinehändlern gestoßen.

1.1.1 Anlass, Entwicklung & Relevanz

Der Anlass und die Entwicklung zum Schreiben dieser Bachelorarbeit, entstand aus einem Gespräch mit der Geschäftsführerin von dem Onlinepferdemarkt ehorses. Über die Website von ehorses können Pferdeliebhaber Pferde kaufen und verkaufen. Dazu gehören nicht nur Freizeitreiter, sondern auch erfolgreiche Züchter und Handelsställe. ehorses gehört mit dieser Dienstleistung zu den Marktführern in Deutschland und ist auch auf dem niederländischen Markt vertreten. So wie viele andere Märkte, ist auch der Pferdemarkt mit den Jahren gewachsen und hat sich den neuesten Trends angepasst.

So sind Pferde und der Pferdesport in der heutigen Zeit gar nicht mehr wegzudenken. Vor ungefähr 100 Jahren war das Pferd allerdings ein ganz anderer Wirtschaftsfaktor, als wir ihn heute kennen. Damals waren viele Prozesse, sowie Land- und Forstwirtschaft, Transport- und Militärwesen ohne Pferd völlig undenkbar. In dieser Zeit wurden die Pferde für schwere Arbeiten, wie zum Beispiel das Bestellen von Feldern eingesetzt. Durch die Technisierung wurde das Pferd für die Landwirtschaft unbrauchbar und fast nur noch für den Freizeit- und Turniersport eingesetzt. Im Laufe der Zeit entwickelte sich dieser Sport zu einem stark zunehmenden Wirtschaftsfaktor. Im deutschen Reitsport wird jährlich ein Umsatz von 5 Milliarden Euro gemacht, mit steigender Tendenz (Gille, 2010).

Genau wie bei jeder anderen Sportart braucht man auch für den Reitsport Zubehör für den Reiter und das Pferd. Bei 72 Prozent der Reiter ist der typische Fachhandel noch sehr beliebt. Trotzdem erwerben 61 Prozent der Reiter ihre Produkte über das Internet 83 Prozent das Internet für den privaten An- und Verkauf von Reitsportartikeln (Panorama News Archiv, 2016). Auch um sich über den Reitsport zu informieren, ist das Internet eine verlässliche Quelle.

Im Internet kann man nicht nur das passende Zubehör für Mensch und Tier kaufen, sondern auch die Pferde selbst. Hierfür gibt es verschiedene Plattformen, die diesen Dienst anbieten. Einer dieser Plattformen (ehorses) wurden am Anfang dieses Kapitels schon genannt.

Das Kaufen über das Internet hat viele Vorteile, aber auch Nachteile, die die Entscheidung eines Kunden ziemlich stark beeinflussen und auch das Vertrauen in die Marktplätze strapazieren. Diese Nachteile geben den Schwerpunkt dieser Arbeit vor. Mit den gewissen Nachteilen muss vorsichtig umgegangen werden und um die Häufigkeit der Vorkommnisse einzuschränken, soll mit der Bachelorarbeit ein bestimmtes Bewertungssystem erarbeitet werden, mit denen Kunden wieder mehr Vertrauen zu dem Verkäufer fassen können. Da Betrugsfälle im Moment relativ häufig auftreten, ist die Relevanz sehr hoch, denn kein Betrieb möchte einen Kunden verlieren.

1.2 Theoretischer Aufbau & Knowledge Gap

In den folgenden Punkten werden der theoretische Aufbau, das Knowledge Gap, die Handlungsprobleme und die Eingrenzung der Bachelorarbeit erläutert.

1.2.1 Theoretischer Aufbau

Nicht nur beim Onlinepferdemarkt gibt es Probleme mit Betrugsfällen. Auch auf Websites die, zum Beispiel Autos oder Immobilien verkaufen, treten häufiger solche Fälle auf. Bis jetzt gibt es wenige Informationen darüber, wie man sich als Käufer gut vor Betrugsfällen schützen kann. Auch wenn es bekannt ist, dass man nicht alles glauben soll, was man im Internet liest, erliegen doch immer wieder viele Menschen dem Reiz, ein gutes Geschäft über das Internet abzuwickeln, ohne sich vorher gut über die Risiken informiert zu haben.

Auf die Frage: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“, soll eine Antwort gefunden werden, die das Betrügen, vor allem auf Onlinepferdemärkten, schwieriger machen soll. Um diese Untersuchung erfolgreich abzuschließen und ein verwertbares Resultat zu erreichen, wird mit Hilfe von Umfragen und wissenschaftlichen Quellen gearbeitet.

1.2.2 Knowledge Gap/ Handlungsproblem

Bisher gibt es keine Erhebungen darüber, ob online Verkäuferbewertungen Betrugsfälle verringern und bei Kaufentscheidungen unterstützend wirken können. Natürlich gibt es in der Onlinewelt genügend Onlineshops, die mit Bewertungssystemen arbeiten. Diese dienen meistens aber nur dazu, die Produkte der Verkäufer zu beurteilen. Sie haben wiederum einen Einfluss auf die Kaufentscheidung der Käufer, werden aber trotzdem anders eingesetzt, als das geplante online Bewertungssystem für Onlinepferdemärkte.

Um Betrugsfällen entgegenwirken zu können, soll ein Bewertungssystem eingeführt werden, womit Käufer Verkäufer beurteilen können. Mit positiven Bewertungen, kann das Vertrauen der Kunden gestärkt werden und somit auch schlechte Verkäufer, bzw. Betrüger herausgefiltert werden. Auch soll es Käufern helfen, sich besser für einen potenziellen Kauf eines Pferdes, anhand der Bewertungen des Verkäufers zu entscheiden.

Um das hier beschriebene Thema ausarbeiten zu können und um auf ein aussagefähiges Ergebnis zu kommen, wurden sowohl wissenschaftliche Quellen ausgewertet, als auch online Umfragen und Interviews geführt. Mit Hilfe dieser Mittel ist eine unproblematische Ausführung der Arbeit möglich. Anhand der Informationen und Mittel wird ein Bewertungssystem für Onlinepferdemärkte ausgearbeitet. Mit dem Bewertungssystem und den wissenschaftlichen Informationen können Betrugsfälle nicht zu 100% ausgeschlossen werden. Dafür ist die Welt des Internets viel zu groß. Außerdem ist die Wirksamkeit des Systems auch abhängig von der Art und Weise, wie es von den Betrieben eingesetzt wird.

Allerdings kann dieses System den Onlinepferdemärkten eine Sicherheit bieten und diese können wiederum ihren Kunden eine größere Garantie geben, dass alle Onlineinserate auch existieren. Handlungsprobleme beim Ausarbeiten dieser Arbeit könnten sein, dass nicht genügend wissenschaftliche Quellen gefunden werden können oder dass die Parteien die befragt werden sollen, kein Interesse haben. Sollte dies auftreten, wäre das Ausarbeiten der Arbeit nicht möglich. Da es aber genügend wissenschaftliche Quellen gibt und die unterstützenden Parteien hilfsbereit sind, sollten Handlungsprobleme ausgeschlossen sein.

1.2.3 Eingrenzung

Es wird ausschließlich auf die Kunden der Onlinepferdemärkte eingegangen. Hier gibt es eine Unterteilung in Standardanbieter und Topseller. Hauptsächlich wird es sich in der Arbeit um Topseller handeln. Standardanbieter, die nur einmalig ein Pferd verkaufen, sind für diese Arbeit nicht relevant. Der Unterschied zwischen Standardanbieter und Topseller wird im Anhang I erklärt.

Da es zu diesem Thema noch nicht viele Untersuchungen und Daten gibt, werden nur die Daten aus der qualitativen sowie quantitativen Untersuchung benutzt. Es wird nur von Daten und literarischen Quellen Gebrauch gemacht, wenn diese wissenschaftlich belegt sind.

Diese Arbeit soll vor allem eine Unterstützung für Onlinepferdemärkte sein und sich zum Ende hin an den Pferdemarkt eHorses richten, um das Vertrauen in ihre Kunden zu stärken.

1.3 Hauptfragen & Teilfragen

Aus den gesammelten Informationen leitet sich folgende Hauptfrage ab:

Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?

Um die Hauptfrage beantworten zu können, dienen folgende Teilfragen zur Unterstützung:

- Welchen Mehrwert hat die Verkäuferbewertung?
- Was sind relevante Bewertungskriterien?
- Welche Nutzer können Bewertungen erstellen?
- Wie werden Bewertungen ausgegeben und angezeigt?
- Welchen Einfluss haben die Bewertungen auf die Kaufentscheidungen?
- Wie können Verkäufer nachweisen, dass das Pferd auch wirklich existiert?
- Dürfen Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen als Beweis dienen?
- Mit welchen Mitteln können Verkäufer nachweisen, dass sie auch wirklich existieren?

1.4 Zielsetzung

Mit dieser Arbeit sollen Onlinepferdemärkte eine Möglichkeit und Übersicht geboten bekommen, wie sie ihre Website vor Betrugsanzeigen schützen können und damit das Vertrauen zu ihren Kunden stärken. Des Weiteren soll das Ergebnis dieser Arbeit, also das Bewertungssystem, Kunden helfen sich bei einem potenziellen Ankauf eines Pferdes auf den Verkäufer zu verlassen.

Das am Ende ausgearbeitete Bewertungssystem wird nur ein Beispiel sein, wie solch ein System aussehen könnte. Natürlich können die Onlinepferdemärkte dieses Bewertungssystem übernehmen, können aber auch anhand der vorliegenden Informationen ein eigenes System erarbeiten. Es ist so gedacht, dass das Bewertungssystem in den Account des Verkäufers integriert wird. Ein Käufer, der das Pferd gekauft hat, kann anschließend die Seite des Verkäufers aufsuchen und denjenigen mit Hilfe des Bewertungssystems bewerten. Der Verkäufer bekommt am Schluss nur die positiven Bewertungen zu sehen. Der Onlinepferdemarkt wiederum bekommt auch die negativen Bewertungen zu sehen und könnte dann darauf reagieren und mit seinem Kunden, also dem Verkäufer Kontakt aufnehmen und diese Punkte ansprechen.

Anhand des Bewertungssystems können Käufer erkennen, ob der Verkäufer verlässlich ist, sich an alle getroffenen Absprachen hält und, dass das Pferd auch wirklich existiert.

2. Materialien & Methodik

Es wurden Befragungen mit Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen durchgeführt. Dazu gehörten erfahrene Tierärzte, die unter anderem regelmäßig mit Verkaufspferden zu tun haben (Pferdeklinik Seeburg, 1995), die Uelzener Versicherung (Uelzener Versicherung, 1873) und die FN; Deutsche Reiterliche Vereinigung (FN, 1996).

Des Weiteren wurde mit der Plattform ehorses (ehorses, 1999) und ImmobilienScout24 (ImmobilienScout24, 1998) zusammengearbeitet. ehorses ist Europas führender Onlinepferdemarkt und hat ca. 15.000 Inserate online. Durchschnittlich werden alle 20 Minuten Pferde über ehorses verkauft. Zurzeit hat ehorses 113.000 Standardprofile und 1.200 Topseller. ImmobilienScout24 ist im deutschsprachigen Internet das führende Immobilienportal und die Nr. 1 rund um Immobilien. Jeden Monat unterstützen sie 12 Millionen Menschen bei der Suche nach einem neuen Zuhause.

Zur weiteren Unterstützung wurden Informationen der folgenden Websites herangezogen:

- Die Website des Handelsverbandes Deutschland. Seit 1999 ist der HDE die Spitzenorganisation des Einzelhandels und man findet hier unter anderem die aktuellsten Statistiken zu allem aus den Web (Handelsverband Deutschland, 1999).
- statista.com ist ein Statistik Portal, indem man verschiedene Statistiken aus über 18.000 Studien finden kann. Hierzu gehören auch Statistiken zum Thema online Shopping (Statista, 2006). Auf der Website des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft sind zahlreiche Informationen über die wissenschaftlichen Erkenntnisse der deutschen Pferdewirtschaft zusammengefasst (Brade, 2013). Um alle gesammelten Informationen & Daten zu verarbeiten und zusammenzufassen wird auch ein Desk Research durchgeführt.

Um die im Kapitel 1.3 genannten Teilfragen und somit auch die Hauptfrage zu beantworten, wurden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

Welchen Mehrwert hat die Verkäuferbewertung?

- Desk Research online und fachspezifische Literatur
- Interview mit Betreibern eines Onlinepferdemarktes

Die Informationen wurden anhand der Desk Research, der fachspezifischen Literatur und mit Hilfe von Interviews gesammelt. Das Interview wurde mit den Betreibern eines oder mehrerer Onlinepferdemärkte gehalten. Alle Informationen, die nicht aus eigener Untersuchung stammen, werden belegt und im Literaturverzeichnis aufgeführt.

Was sind relevante Bewertungskriterien?

- Online Umfrage mit Pferdekäufern/Verkäufern, die ihre Pferde über einen Onlinepferdemarkt kaufen oder verkaufen
- Interview mit Betreibern eines Onlinepferdemarktes
- Desk Research

Bei dieser Teilfrage wurden Kunden und Betreiber eines Onlinepferdemarktes gleichermaßen befragt. Anhand verschiedener Fragen, soll deutlich werden, welche Bewertungskriterien sowohl für den Kunden, als auch für den Betreiber wichtig sind. Die Ergebnisse werden später anhand einer Übersicht ausgewertet. Auch alle Informationen, die nicht aus einer Untersuchung stammen, müssen belegt und nachgewiesen werden.

Welche Nutzer können Bewertungen erstellen?

- Interview Betreiber Onlinepferdemarkt
- Desk Research

Bei dieser Teilfrage wurden Ergebnisse der vorigen Teilfragen mit einbezogen. Auch wurden weitere Befragungen des Betreibers eines Onlinepferdemarktes zu weiteren Ergebnissen und Erkenntnissen führen. Informationen, die aus dem Desk Research stammen, müssen wieder belegt werden, um im Literaturverzeichnis gefunden zu werden.

Wie werden Bewertungen ausgegeben und angezeigt?

- Interview mit Betreiber/Kunden eines Onlinepferdemarktes
- Desk Research

Anhand einer Befragung eines Betreibers von einem Onlinepferdemarkt, sollen Ideen entstehen, wie die Bewertungen am Ende auf der Website wiedergegeben werden können. Die ausgearbeiteten Informationen wurden dann in der wissenschaftlichen Arbeit grafisch dargestellt. Informationen die über den Desk Research herausgefunden wurden, können auch grafisch dargestellt werden, müssen dann aber belegt werden, um im Literaturverzeichnis gefunden zu werden.

Welchen Einfluss haben die Bewertungen auf die Kaufentscheidungen?

- Online Umfrage mit Pferdekäufern, die den Kauf eines Pferdes über Onlinepferdemärkte bevorzugen

Mit Hilfe der online Umfrage, sollte herausgefunden werden, welchen Einfluss das Bewertungssystem auf die Kaufentscheidung von Käufern hat. Die Ergebnisse wurden dann analysiert und grafisch dargestellt.

Wie können Verkäufer nachweisen, dass das Pferd auch wirklich existiert?

- Online Umfrage mit Pferdeverkäufern, die ihre Pferde über Onlinepferdemärkte verkaufen

Hier wurden Möglichkeiten erörtert, die Pferdeverkäufern zur Verfügung stehen, die Existenz der zu verkaufenden Pferde nachzuweisen. In der Umfrage wurden die Verkäufer befragt, ob sie sich das vorstellen könnten. In der nächsten Teilfrage werden dann die Möglichkeiten erwähnt.

Dürfen Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen als Beweis dienen?

- Befragung von Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen

Mit Hilfe der Befragungen von den oben angegebenen Unternehmen, soll herausgefunden werden, ob es möglich ist Bescheinigungen als Beweismittel anzufragen. Die Informationen der Befragung wurden in der wissenschaftlichen Arbeit wiedergegeben. Alle Unternehmen werden erst per E-Mail angeschrieben.

Mit welchen Mittel können Verkäufer nachweisen, dass sie auch wirklich existieren?

- Desk Research
- Online Umfrage mit Pferdeverkäufern, die ihre Pferde über Onlinepferdemärkte verkaufen
- Befragung von Betreibern von Onlinepferdemärkten

Diese Teilfrage soll verdeutlichen, ob Verkäufer überhaupt damit einverstanden sind, Beweismittel, wie zum Beispiel einen Ausweis oder eine Adresse beim Betreiber des Onlinepferdemarktes zu hinterlegen oder diese vorzuweisen. Alle Informationen, die über den Desk Research ausgearbeitet wurden, müssen belegt werden.

3. Ein kurzer Einblick in die Entwicklung der online-Welt

Bei der hier vorliegenden Arbeit dreht sich alles um Onlinemarktplätze und deren größten Nachteil: den Betrug. Um den Lesern von dieser Arbeit noch besseres Hintergrundwissen geben zu können, werden in diesem Kapitel die folgenden zwei Fragen beantwortet.

1. Wie sind solche Onlinemarktplätze entstanden?
2. Was sind weitere Vor- und Nachteile von Onlinemarktplätzen?

Diese zwei Fragen werden in dem nächsten Absatz genauer erläutert.

Einen Onlinemarktplatz kann man wie folgt definieren: „Ein elektronischer Marktplatz (EM) ist eine elektronische Einkaufsplattform im Internet oder einem anderen Netzwerk, auf der Hersteller, Dienstleister und Vertriebsunternehmen Produkte und Dienste anbieten und Interessenten und Kunden sich diese Produkte ansehen und erwerben können“ (EM (Elektronischer Marktplatz), 2017).

Wann genau die ersten Onlinemarktplätze entstanden sind ist nur schwer nachvollziehbar, nur eines ist sicher; in den 50er Jahren wurde für das amerikanische Militär ein Kommunikationssystem entwickelt, das selbst bei einem Atomangriff noch in der Lage ist zu funktionieren. Hieraus entwickelte sich auch das erste E-Mailsystem, mit dem 1973 auch zivile Menschen zum ersten Mal E-Mails verschicken konnten. Durch weitere Entwicklungen in der Forschung, ging 1991 das World Wide Web (WWW) online (Die Geschichte des Internets, 2016). Mit der Entstehung des WWW entstanden auch die ersten Onlinemarktplätze. Diese waren allerdings noch sehr einfach gestaltet und somit blieb auch der bahnbrechende Erfolg fürs erste aus. Im Jahr 1995 wurde allerdings der erste erfolgreiche Marktplatz unter dem Namen Amazon gegründet. Amazon entwickelte sich zu einem gigantischen online-Marktplatz und ist auch noch heute einer der führenden Marktplätze weltweit (Soff, 2017). In den folgenden Jahren wurden immer mehr Onlinemarktplätze geboren und für den Konsumenten wurde es zur Normalität alltägliche Dinge im Internet zu erwerben. Es geht schnell, einfach und bequem.

Aus einer Studie des E-Commerce Center (ECC) geht hervor, dass 40 Prozent der Deutschen nach eigenen Angaben mehrmals im Monat „online shoppen“, nachdem sie einmal im Web eingekauft haben. Weitere 27 Prozent kaufen durchschnittlich einmal im Monat online. Durch eine umfangreiche Studie des Handelsverbandes Deutschland (HDE), kaufen 71,1 Prozent Konsumenten online ihre Lebensmittel. Die wenigsten, nur 18,4 Prozent, kaufen online Kleidung. Die genaue Übersicht ist auf der folgenden Grafik zu erkennen. Die Studie basiert auf einer Erhebung mit 10.200 Online-Shoppern. Alle Angaben sind in Prozent (Handelsverband Deutschland, 2014).



Diagramm 1 Was kaufen Online-Shopper im Internet (Handelsverband Deutschland, 2014)

Die Hauptgründe dafür, um ins Internet zu gehen und darüber einzukaufen, liegen zumeist daran, dass die Konsumenten gezielter nach Schnäppchen suchen können (65%). 50% der Befragten geben an, dass es beim Einkauf im Internet kein Gedränge gibt. Weitere wichtige Gründe sind, nicht an Öffnungszeiten gebunden zu sein (64%), Zugang zu vielen Händlern zu haben (58%) und dass man auch sonntags einkaufen kann (56%). Bei diesen Angaben handelt es sich um eine Befragung von 914 Internetnutzern ab 14 Jahren, die schon einmal im Internet eingekauft haben (statista, 2017). Im letzten Jahr konnte der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels einen Anstieg um 11 Prozent beim Online-Umsatz registrieren. Die Angaben dieses Umsatzes sind in Milliarden Euro gerechnet. Das heißt im Jahr 2016 wurde mit dem Online-Shopping ein Umsatz von 44 Milliarden Euro erzielt (Handelsverband Deutschland, 2016).



Diagramm 2 Online Umsatz (Handelsverband Deutschland, 2016)

Wie aus den Diagrammen hervor geht, sind die Onlinemärkte sehr attraktiv und so ist es auch nicht verwunderlich, dass es viele Vor- und Nachteile beim Gebrauch von Onlinemarktplätzen gibt. Bei vielen Kunden wird vor allem die Bequemlichkeit, als ein großer Vorteil beim Onlineshopping angegeben. Wenn keine Zeit vorhanden ist, um in die Stadt zu fahren und seine Erledigungen zu tätigen, reicht ein einfacher Handgriff zum Laptop. Mit ein paar Klicks hat man seine gewünschte Ware bestellt und wird diese nach Hause geliefert. Es besteht also keine Notwendigkeit, um ein Geschäft aufzusuchen. Für viele ist das Online-Shopping auch eine weniger zeitaufwendige Angelegenheit und ist man auch nicht an die Öffnungszeiten der Geschäfte gebunden. Dieser Vorteil des Online-Shoppings ist vor allem für Personen sehr wichtig, die jederzeit einkaufen möchten oder durch geringe Mobilität eingeschränkt sind.

Ein weiterer Pluspunkt für das Online-Shopping ist der Umfang an Informationen, den die Kunden über Produkte im Internet finden. Meistens sind auf den jeweiligen Marktplätzen immer umfangreiche Produktbeschreibungen vorhanden. Des Weiteren können sich Kunden im Internet Produktbeschreibungen und Anbieterbeurteilungen von anderen Kunden und Benutzern einholen. Auch die Vielfalt an verschiedenen Produkten, die im Internet erworben werden können, ist ein Vorteil für das Online-Shopping. So können Kunden die verschiedensten nationalen und internationalen Produkte erwerben, die in Geschäften ihres Heimortes niemals angeboten werden würden.

Abgesehen von den vielen Vorteilen des Online-Shoppings, können die folgenden Nachteile die Entscheidung eines Kunden ziemlich stark beeinflussen und auch sein Vertrauen in die Marktplätze strapazieren. Denn das Online-Shopping wird auch heutzutage noch immer als ein sehr risikoreiches Einkaufen empfunden. Das Einkaufen im Internet basiert vor allem auf sehr viel Vertrauen.

Als Kunde kennt man den Verkäufer des Produktes nicht. Im traditionellen Handel ist es üblich, dass man anhand von Mimik und Gestik des Verkäufers erkennen kann, ob er es ernst meint oder an diesem Handel zweifelt den Kunden übervorteilen will. So kommt es beim Kaufen von Produkten über Marktplätze immer noch zu Betrugsfällen. Betrug ist einer der größte Nachteile im Online-Shopping.

Des Weiteren können beim online Shopping die Waren nicht angefasst, ausprobiert oder anprobiert werden. Die Konsumenten verlassen sich ganz auf ihr Gefühl und im Notfall muss das bestellte Produkt über den Postweg wieder retourniert werden. Im Geschäft von nebenan würde das alles natürlich viel schneller gehen.

Vor allem, wenn es um das Thema Zeit geht, kann der Mensch sehr ungeduldig werden. So ist es auch nicht verwunderlich, dass die Lieferzeiten beim Onlinehandel auch ein großer Nachteil sein können. Lieferzeiten sind von Shop zu Shop unterschiedlich und so kann die Ware noch am selben Tag geliefert werden oder es dauert mehrere Wochen bis das bestellte Produkt bei dem Konsumenten ankommt.

Ein letzter Nachteil beim Onlinehandel ist der fehlende soziale Aspekt beim Einkaufen. Eine Vermutung ist, dass vor allem weibliche Konsumenten das Einkaufserlebnis beim online Shopping vermissen. Viele Menschen bevorzugen einfach den persönlichen Kontakt mit anderen Personen und die Möglichkeit, alles anfassen, beziehungsweise alles ausprobieren zu können.

Die hier beschriebenen Nachteile sind natürlich nur ein Auszug und es kann auch nicht gesagt werden, dass jede Person diese Aspekte als nachteilig empfindet. Jeder Konsument hat seine eigenen Vorlieben.

In der untenstehenden Tabelle sind noch einmal alle Vor- und Nachteile aufgelistet.

Tabelle 1 Vor- und Nachteile Onlinehandel

Vorteile	Nachteile
Online Shopping ist bequemer	Betrug
Unabhängig von Öffnungszeiten	Ware kann nicht angefasst/anprobiert werden
Bessere Information	Lieferzeiten
Individuelle Angebote	Fehlender sozialer Aspekt
Größere Auswahl	

4. Resultate

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung (Fragebogen) und der qualitativen Untersuchung (Desk Research, Interview mit ImmobilienScout24, Tierärzten etc.) in zwei verschiedenen Abschnitten ausführlich beschrieben und erläutert. Unter Punkt 4.1 werden die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung und unter Punkt 4.2 die Ergebnisse der qualitativen Untersuchung zusammengefasst.

4.1 Resultate quantitative Untersuchung

Die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung kommen von einer online Umfrage, welche durch die Zielgruppe von Onlinepferdemärkten, wie zum Beispiel ehorses, ausgefüllt wurde. Die Umfrage startet mit einer allgemeinen Frage an die Kunden der Onlinepferdemärkte. Bei der Frage müssen die Kunden angeben, ob sie Interessenten oder Anbieter sind. Anhand der gewählten Antwort werden die Kunden an die jeweilig passenden Fragen weitergeleitet. Für beide Zielgruppen besteht die Umfrage aus drei Teilen. Es werden Fragen zu dem Thema Betrug, Beweise und allgemeine Informationen gestellt. Anhand dieser drei Teile werden die Ergebnisse der Umfrage ausgearbeitet. In den Diagrammen werden die Interessenten als „Käufer“ und die Anbieter „Verkäufer“ bezeichnet.

4.1.1 Allgemeine Ergebnisse der Umfrage

Nachfolgend werden die allgemeinen Eigenschaften der Teilnehmer erläutert. Dabei wird der Fokus auf die Punkte Anbieter, Interessent, Herkunft, Alter und Geschlecht der Teilnehmer gelegt. Nach dem ersten Punkt wird die Ausarbeitung dieses Abschnitts in zwei Teile geteilt. Als erstes werden immer die Ergebnisse der „Käufer-Fragen“ erläutert und danach die Ergebnisse der „Verkäufer-Fragen“.

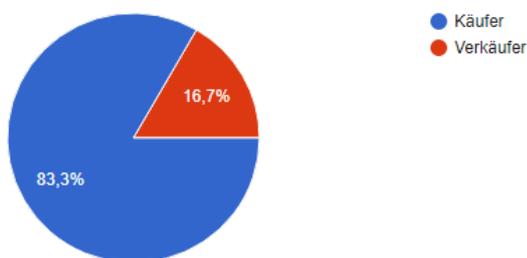


Abbildung 1 Sind Sie Verkäufer oder Käufer?

Bei der ersten Abbildung ist zu sehen, dass mehr als die Hälfte der Befragten Interessenten eines Onlinepferdemarktes sind, genau genommen sind das 83,3% (blaue Fläche). 16,7% der Teilnehmer sind Anbieter eines Onlinepferdemarktes (rote Fläche).

4.1.2 Allgemeine Ergebnisse - Interessenten

Bei einer weiteren allgemeinen Frage, wurden die Teilnehmer (Interessenten) zu ihrem Alter befragt (Abbildung 2). Die größte Gruppe der Teilnehmer gehört zur Altersgruppe 21 bis 30 Jahre. Die kleinste Gruppe besteht aus zwei verschiedenen Altersgruppen. Einmal ist das die Altersgruppe 41 bis 50 Jahre und des Weiteren die Gruppe 51 bis 60 Jahre. Die zweitgrößte Altersgruppe der Teilnehmer gehört zu der Altersgruppe 20 Jahre oder jünger (19,5%). Laut einer Studie der Georg-August-Universität in Göttingen sind die meisten Pferdebesitzer in Deutschland zwischen 40 und 49 Jahre alt (29,4%) (Christina Iking, 2013).

Wie oben schon beschrieben ist die größte Gruppe der Teilnehmer der Umfrage zwischen 21 und 30 Jahre alt (48,8%). Es fällt auf, dass diese Gruppe viel jünger ist, als die durchschnittliche Altersgruppe der Pferdebesitzer in Deutschland. Eine mögliche Ursache kann sein, dass die Umfrage viel über soziale Netzwerke wie zum Beispiel Facebook verbreitet wurde. Im Allgemeinen ist bekannt, dass soziale Netzwerke, wie unter anderem Facebook, viel von jungen Menschen genutzt werden.

Die größte Altersgruppe der Facebook- Nutzer zwischen 16 und 24 Jahren liegt (86%). Danach folgt sehr dicht die Gruppe der 25 bis 34 Jährigen (84%). Die Anzahl der Nutzer zwischen 40 und 50 Jahren liegt bei 76 bis 80 Prozent (Social Media, 2015).

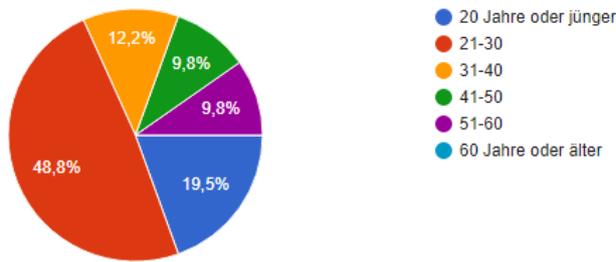


Abbildung 2 Wie alt sind Sie?

Die Umfrage wurde zu 100% nur von weiblichen Teilnehmer ausgefüllt (Anhang XI). Der Grund für diese einseitige Teilnahme ist vermutlich, dass im Reitsport mehr Frauen als Männer aktiv sind. Laut der Studie der Georg-August-Universität aus Göttingen sind 64% der Pferdebesitzer in ganz Deutschland weiblich und weniger als die Hälfte (36%) der Pferdebesitzer männlich. Ein weiterer Grund für diese einseitige Teilnahme kann sein, dass die Umfrage viel in Facebook-Gruppen geteilt wurde, in denen es hauptsächlich um das Thema Pferd und Ausrüstung ging. In diesen Gruppen sind auch fast nur weibliche Vertreter des Pferdesportes zu finden. Das erklärt unter anderem auch, warum die Umfrage ausschließlich von Frauen ausgefüllt wurde.

Die Teilnehmer der Umfrage kommen des Weiteren aus verschiedenen Ländern. In der Grafik, die in Anhang XI zu finden ist, ist zu erkennen, dass die Teilnehmerinnen aus vier verschiedenen Ländern kommen. Insgesamt haben 49 Teilnehmerinnen angegeben, aus welchem Land sie kommen. Davon kommt der größte Teil, also 44 Teilnehmerinnen aus Deutschland (DE), zwei Teilnehmerinnen aus den Niederlanden (NL), zwei aus Österreich (AT) und eine Teilnehmerin kommt sogar aus der Schweiz (CH).

In Abbildung 3 wird dargestellt, aus welchen Bundesländern Deutschlands die 44 Teilnehmerinnen jeweils kommen. Allerdings haben von den 44 deutschen Teilnehmerinnen nur 39 angegeben aus welchem Bundesland sie kommen. Die meisten Teilnehmerinnen, 1 insgesamt, kommen aus Nordrhein-Westfalen (NRW), danach folgt der Freistaat Bayern mit sieben Teilnehmerinnen, gefolgt von Niedersachsen mit 5 und Baden-Württemberg mit vier Teilnehmerinnen. Aus den Bundesländern Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Hessen kommen jeweils nur zwei Teilnehmerinnen. Eine Teilnehmerin kommt aus dem Sauerland (Nordrhein-Westfalen).

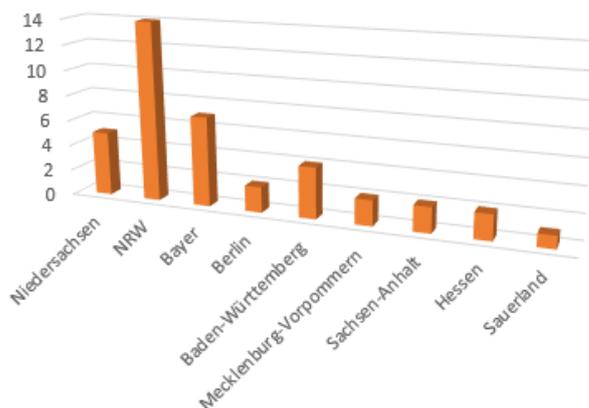


Abbildung 3 Aus welchem Bundesland kommen Sie?

In Abbildung 4 ist zu sehen, warum die Teilnehmer dieser Umfrage online nach Angeboten/Pferden suchen. 70,7% geben an, dass sie online nach Pferden suchen, um diese für den Freizeitsport zu nutzen. 26,8% suchen online nach Pferden, die im Turniersport eingesetzt werden können. Die letzten sowohl für den Freizeit-, als auch für den Turniersport gingen 2.5% online auf die Suche.

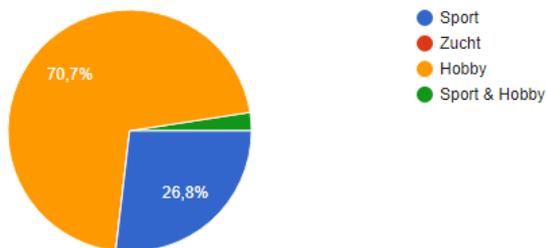


Abbildung 4 Warum suchen Sie online nach Angeboten/ Pferden?

4.1.3 Allgemeine Ergebnisse Anbieter

Auch die Anbieter wurden bei der Umfrage zu ihrem Alter befragt (Abbildung 5). Bei dieser Frage gehört die größte Altersgruppe auch zu den 21 bis 30 Jährigen. Die zweitgrößte Gruppe sind die 31 bis 40 Jährigen. Die kleinste Gruppe liegt bei den Anbietern der Altersgruppe von 20 Jahre oder jünger. Im Vergleich zu der Gruppe der Interessenten sind es bei den Anbietern überwiegend 21 bis 30 Jährige und ist die Anzahl der 20 Jährigen oder jünger geringer.

Grund für diesen Unterschied ist, dass vor allem die jungen Reiter in der Altersgruppe von 21 bis 30 Jährigen oder 31 bis 40 Jährigen viel aktiver im Turniersport sind und dadurch auch öfter Pferde verkaufen müssen, da diese dann nicht mehr für die höheren Klassen geeignet sind.

Laut der FN haben 2016, 82.877 Reiter eine Jahresturnierlizenz beantragt, das heißt, sie sind zur Teilnahme an LPO-Prüfungen (ab Klasse E) berechtigt gewesen. In der Studie gaben aber 1,25 Millionen Reiter an, diese Sportart intensiv zu betreiben (Löchte, 2017).

Eine weitere Ursache kann sein, dass die Umfrage viel über soziale Netzwerke wie Facebook verbreitet wurde und dass dadurch, genau wie bei den Interessenten, die Anzahl der jungen Teilnehmer höher ist. Wie schon unter 4.1.2 angegeben, ist die Anzahl der jungen Facebook Nutzer mit 86% recht hoch.

Ein weiterer Unterschied zu den Interessenten ist, dass die Anzahl der 20 Jährigen oder jünger bei den Anbietern geringer ist, als bei den Interessenten. Dies kommt daher, dass die meisten unter 20 Jährigen sich noch keine eigenen Pferde leisten können und daher auch keine Pferde verkaufen können. Wie schon unter 4.1.2 angegeben, sind die meisten Pferdebesitzer in Deutschland zwischen 40 und 49 Jahre alt und können sich durch Ihre beruflichen Tätigkeiten ein Pferd leisten.

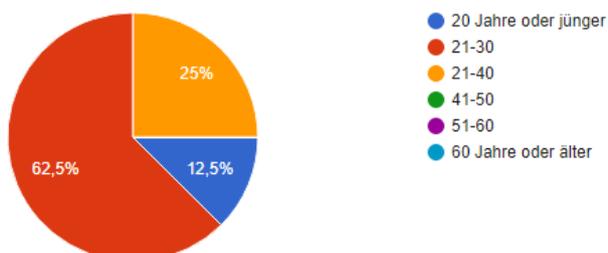


Abbildung 5 Wie alt sind Sie?

Unter den Teilnehmern die angegeben haben Anbieter zu sein, befinden sich zum größten Teil nur Frauen. Im Vergleich mit den Interessenten gibt es allerdings auch ein paar Männer unter den Anbietern. Im Anhang XI ist zu sehen, dass 87,5% der teilnehmenden Anbieter Frauen und 12,5% der teilnehmenden Anbieter Männer sind.

Die teilnehmenden Anbieter kommen aus den unterschiedlichsten Gebieten Deutschlands. Dazu gehört Baden-Württemberg, Osnabrück (Niedersachsen), Dortmund (NRW), Sauerland und Bayern. Laut der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) registriert der Landesverband Westfalen 99.215 Reiter, gefolgt von Baden-Württemberg (98.151), Bayern (93.554), Niedersachsen (82.702), Hessen (69.434) und Rheinland (60.150). In Addition von Westfalen und Rheinland käme Nordrhein-Westfalen auf 159.365 und Niedersachsen auf 132.187 aktive Reiter (Zahlen & Fakten, 2017). Zwei Teilnehmer hatten auch angegeben aus Österreich (Wien) zu kommen.

4.1.4 Resultate Interessenten Teil 1: Betrug

Mit Hilfe von Multiple-Choice-Fragen und offenen Fragen wurden die Interessenten befragt, ob sie schon einmal ein Pferd über einen Onlinepferdemarkt, wie zum Beispiel ehorses gekauft haben und ob sie mit dem Ablauf des Kaufs zufrieden waren. Des Weiteren wurden die Interessenten gefragt, ob sie auch schon einmal mit dem Thema Betrug Erfahrungen gemacht haben.

Als erstes wurden die Interessenten gefragt, ob sie schon einmal ein Pferd über einen Onlinepferdemarkt gekauft haben (Abbildung 6). Mehr als die Hälfte (65%) gaben an, dass sie sich meistens nur auf der Website der Onlinepferdemärkte umsehen und kein Pferd kaufen. 10% der Teilnehmer gaben an, dass sie schon einmal ein oder mehrere Pferde über einen Onlinepferdemarkt wie ehorses gekauft haben. Ein Onlinepferdemarkt wie ehorses erreicht deutschlandweit mehr als 40.000 Kaufinteressenten pro Tag und alle 20 Minuten wird ein Pferd verkauft. 8% der Teilnehmer hat bis zum dem Zeitpunkt der Umfrage zum ersten Mal ein Pferd über ehorses gekauft. Die restlichen 17% haben keine genaue Angabe gemacht.

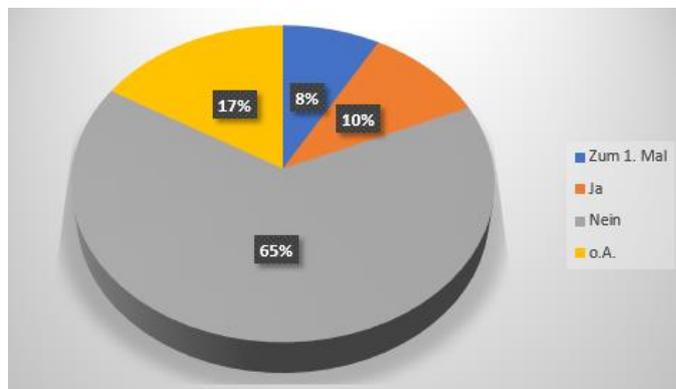


Abbildung 6 Haben Sie schon des Öfteren ein Pferd über ehorses gekauft

Nachdem die Teilnehmer gefragt worden sind, ob sie schon einmal ein Pferd über einen Onlinepferdemarkt gekauft haben, folgte die Frage, wie zufrieden sie mit dem Ablauf des Kaufes waren (Anhang XI). Da in der vorherigen Frage die Mehrheit der Teilnehmer noch kein Pferd über einen Onlinepferdemarkt gekauft hatte, ist der Prozentsatz bei der Zufriedenheit auch nicht sehr hoch.

Dennoch sind 31% der befragten Teilnehmer mit dem Ablauf des Kaufes zufrieden. 4% waren nicht zufrieden und 65% der Teilnehmer hatten andere Angaben bei der Umfrage gemacht, die aber hierfür nicht relevant waren.

Die Interessenten wurden im Verlauf der Umfrage auch danach befragt, was sie von einem Bewertungssystem halten würden, um Verkäufer bewerten zu können (Abbildung 7) und ob sie sich als Kunde für solch eine Bewertung auch Zeit nehmen würden (Anhang XI).

Ein Großteil, also 85,4% hatte angegeben, dass sie es sehr gut finden würden, wenn man als Interessent die Chance bekommt, Anbieter bewerten zu können. Nur 9,8% der Teilnehmer meint, dass die Bewertungssysteme keinen Einfluss auf die Anbieter und somit auch auf die Betrüger haben. Ein kleiner Anteil von 4,8% findet die Idee für ein Bewertungssystem nicht interessant.

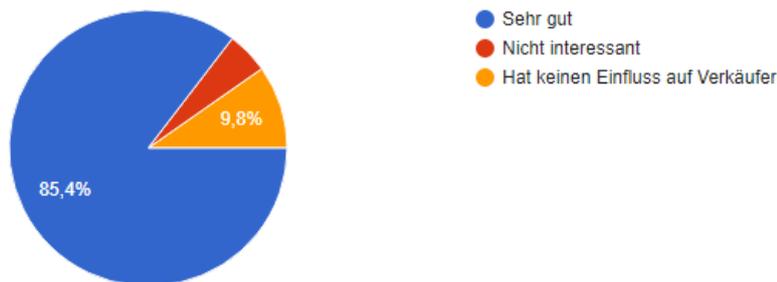


Abbildung 7 Was würden Sie von einem Bewertungssystem halten um Verkäufer bewerten zu können

Da mehr als die Hälfte der Teilnehmer ein Bewertungssystem sehr gut findet, ist es auch fast selbstverständlich, dass sich die Teilnehmer auch dafür die entsprechende Zeit nehmen würden. 73,2% würde ohne zu zögern ein Bewertungssystem ausfüllen. Ganze 19,5% der Teilnehmer gaben allerdings an, dass sie sich nicht ganz sicher darüber sind und 7,3% der Teilnehmer sehen das Bewertungssystem als Zeitverschwendung.

Um ein gutes Bewertungssystem erstellen zu können ist es hilfreich zu wissen, wozu die Interessenten bereit sind. Zu einem guten Bewertungssystem gehören Fragen, die den Interessenten gestellt werden, um so herausfinden zu können, ob sie mit dem Anbieter zufrieden sind. Zufriedene Kunden sind das wichtigste Standbein für jeden Betrieb.

Bei der Umfrage wurden die Teilnehmer gefragt, wieviel Fragen Sie maximal beantworten würden (Abbildung 8). 48,8% der befragten Teilnehmer entschied sich für die mittlere Anzahl an Fragen, nämlich 5-10 Fragen für das Bewertungssystem. 34,1% hat angegeben nur 1-5 Fragen beantworten zu wollen und 17,1% wollten zwischen 10-15 Fragen beantworten. Keiner der befragten Teilnehmer würde mehr als 15 Fragen beantworten wollen.

Der online Immobilien-Vermarktungsbetrieb, ImmobilienScout24 arbeitet ebenfalls mit einem Bewertungssystem, wo Interessenten die Verkäufer oder Vermieter eines Hauses bewerten können. Dazu bekommen die Interessenten ein Formular zugeschickt, welches sie dann ausfüllen können. Abhängig von den passenden Kriterien bekommen die Interessenten zwischen fünf und sieben Fragen gestellt (Bewertungsformular für Interessenten , 2017).

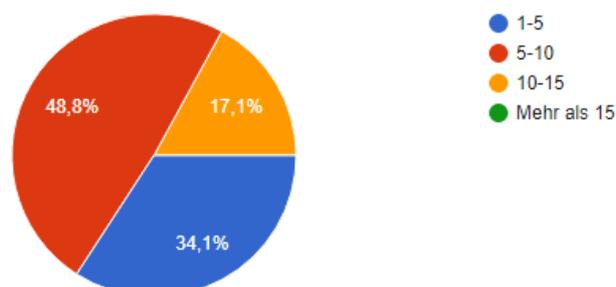


Abbildung 8 Wieviel Fragen würden Sie maximal beantworten wollen?

Die Teilnehmer wurden in der Umfrage auch zu den Fragetypen befragt. Ein Bewertungssystem kann mit verschiedenen Sorten Fragen erstellt werden. Es gibt einmal die klassischen Multiple-Choice Fragen, wo die Käufer zwischen einer bis ungefähr vier verschiedenen Antwortmöglichkeiten wählen können. Dann gibt es die Möglichkeit, offene Fragen zu stellen. Das heißt, dass die Teilnehmer des Bewertungssystems ihre Meinungen und Erfahrungen in ein leeres Textfeld eintragen können. Die letzte und dritte Möglichkeit wäre das Sternensystem. Bei dem Sternensystem können die Interessenten ihre Meinung über den Anbieter durch die Vergabe von Sternen mitteilen. Zu jedem Bewertungskriterium können die Interessenten dann 1-5 Sterne vergeben. Ein Stern bedeutet sehr schlecht und 5 Sterne bedeutet dann exzellent. Natürlich können auch halbe Sterne vergeben werden.

Auf der Abbildung 9 ist ein Beispiel des Sternensystems zu sehen.



Abbildung 9 Beispiel eines Sternensystems (Interessentenbewertung , 2017)

Bei der online Umfrage gaben 51,2% der befragten Teilnehmer an, dass sie die Multiple-Choice-Fragen als Fragetypen bevorzugen würden. 12,2% der Teilnehmer entschied sich für die offenen Fragen und 36,6% bestimmte das Sternensystem als ihren Favoriten (Abbildung 10).

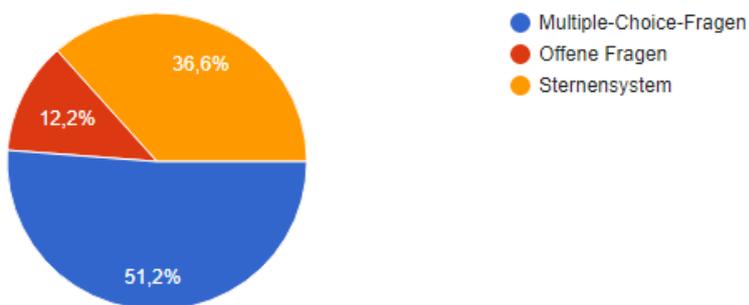


Abbildung 10 Was für einen Fragetypen würden Sie bevorzugen?

Der online Betrieb ImmobilienScout24 hat auf seiner Website ein Beispiel von seinem Fragebogen veröffentlicht. Bei dieser können die Interessenten nur die Kriterien bewerten, zu denen sie sich auch eine Meinung bilden konnten. Daher wird als erstes abgefragt, auf welche Art der Interessent mit Ihnen bereits Kontakt hatte: E-Mail-/Telefonkontakt, Besichtigungstermin, Vertragsabschluss (Interessentenbewertung , 2017). Abhängig davon bekommen sie vier Bewertungskriterien über den Verkäufer/Vermieter gestellt, die dann durch ein Sternensystem bewertet werden können. Anschließend werden die Interessenten noch gefragt, ob sie den Anbieter weiterempfehlen würden und sie können noch einen Kommentar hinterlassen.

Des Weiteren wurden die Teilnehmer gefragt, wie sie am liebsten die Fragen des Bewertungssystems zugeschickt bekommen möchten. Die Antworten der Teilnehmer sind bei der Frage halbwegs gleich verteilt. 36,6% der Teilnehmer möchte am liebsten die Verkaufsseite des Anbieters aufsuchen, um den Anbieter bewerten zu können. Bei den Antworten, per Mail und „ist mir egal“, haben jeweils 31,7% der Teilnehmer reagiert (Anhang XI).

Der online Betrieb ImmobilienScout24 verschickt zum Beispiel die Bewertungsformulare per E-Mail an die Interessenten. Um als Interessent einen Anbieter überhaupt kontaktieren zu können, müssen diese sich vorab anmelden.

Fünf Tage nach einer Kontaktanfrage bei einem Mietobjekt und 10 Tage bei einem Kaufobjekt werden die Interessenten von ImmobilienScout24 dazu eingeladen eine Bewertung abzugeben. Diese erhalten die Interessenten per Mail (Interessentenbewertung , 2017).

Zusätzlich zu der vorherigen Frage wurden die Teilnehmer gefragt, wie sie es finden würden, wenn die Bewertungen der Anbieter auf deren Verkaufsseite angezeigt werden würden. Wenn sie das nicht möchten, konnten die Teilnehmer auch angeben, dass sie die Bewertungen lieber bei einem Onlinepferdemarkt wie ehorses anfragen möchten.

61% der Teilnehmer gab bei der Umfrage an, dass sie die Bewertungen des Anbieters gerne auf der Verkaufsseite lesen möchten. 9,8% möchte die Bewertungen lieber anfragen und diese dann persönlich zugeschickt bekommen. 24,4% der Teilnehmer würde es sogar gut finden, wenn der Onlinepferdemarkt beide Möglichkeiten anbieten würde (Abbildung 11).

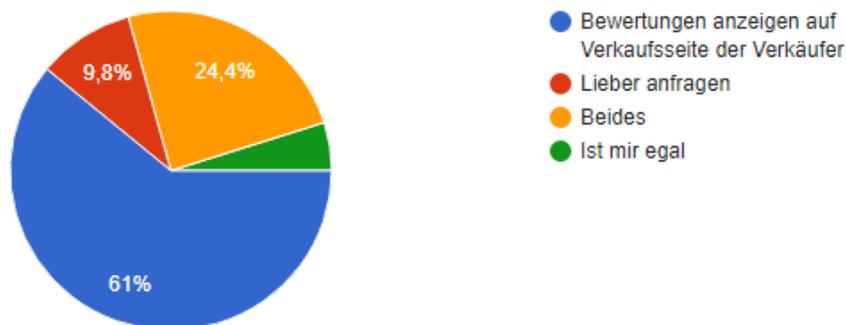


Abbildung 11 Finden Sie es hilfreich wenn die Bewertungen auf den Verkaufsseiten der Verkäufer angezeigt werden oder würden Sie die Bewertungen lieber bei ehorses anfragen?

Eine Verkaufsseite bei einem Onlinepferdemarkt wie ehorses heißt, dass jeder Anbieter seine eigene Seite bei ehorses hat. Diese kann mit einer kleinen Website verglichen werden. Neben einem Inserat steht dann der Link zu der jeweiligen Seite des Anbieters. Hier können die Interessenten wichtige Informationen über den Anbieter finden (siehe Anhang II.). Auf dieser „Website“ könnten dann auch unter einem extra Tab die Bewertungen der Anbieter angezeigt werden. So können sich die Interessenten ein eigenes Bild über den Anbieter machen.

In den letzten Fragen wurden die Teilnehmer hauptsächlich um ihre Meinung zu dem Aufbau des Bewertungssystems befragt. Um ein genauere Vorstellung über den Inhalt des Bewertungsformulars zu bekommen, konnten die Teilnehmer in einer offenen Frage angeben, was aus ihrer Sicht grundsätzliche Kriterien wären, nach denen die Anbieter bewertet werden sollten. In Tabelle 2 (folgende Seite) werden die angegebenen Kriterien mit der Anzahl der Häufigkeit aufgelistet.

Tabelle 2 Kriterien Bewertungsformular

Kriterium Bewertungsformular	Häufigkeit
Ehrlichkeit	### ##
Zuverlässigkeit	### III
Freundlichkeit	### I
Seriosität	III
Erreichbarkeit Anbieter	###
Professionalität	III
Übereinstimmung Inserat mit Realität	### III
Reaktionszeitraum	###
Aufbau und Vollständigkeit Inserat	###
Vorstellung Pferde	I
Haltung Pferde	III
Umgang mit den Pferden	III
Qualität Pferde	I
Gesundheitszustand Pferde	III
Preis-Leistung Verhältnis	III
Nachhaltige Zucht	I
Sicheres Probereiten	I
Ablauf Verkauf	III
Verhandlungsbereitschaft	I
AKU vorhanden	I
Transparenz	II
Nachweise vorhanden	I
Service	I

Aus den Angaben der Tabelle ist zu erkennen, dass zwei Hauptkriterien für die Teilnehmer der Umfrage eine wichtige Rolle spielen. Zum einen geht es um den Anbieter selbst und zum anderen spielt die Darstellung des Inserates auch eine wichtige Rolle. Kriterien wie der Umgang mit den Pferden und der Gesundheitszustand der Pferde spielen auch eine Rolle, sind aber eher subjektive Angaben, welche schlecht mit einem Bewertungsformular bewertet werden können. Oftmals haben die Interessenten die Pferde noch nicht einmal kennen gelernt. Die Ehrlichkeit des Anbieters und die Vollständigkeit und Übereinstimmung der Inserate spielt dann schon eine wichtigere Rolle, um seriöse Anbieter hervorheben zu können.

Ziel dieser Umfrage ist es, Interessenten vor Betrügern zu schützen. In einer weiteren Frage wurden die Teilnehmer befragt, ob sie Angst vor Betrügern haben, wenn sie online nach Angeboten suchen (Abbildung 12). Die Auswahl der Inserate ist sehr hoch und oftmals erkennen selbst die Profis nicht, ob es sich um ein Betrugsinserat handelt oder nicht.

Die Antworten der Teilnehmer sind dann doch sehr deutlich. 56,1% der befragten Teilnehmer fühlen sich unsicher und haben doch ein bisschen Angst auf einen Betrüger herein zu fallen. 29,3% geben, an Angst zu haben. 9,8% sagen, dass sie davor keine Angst haben und sich dadurch auch nicht verunsichern lassen wollen. Die 4,8% die übrigbleiben sind Teilnehmer, die angeben, dass sie keine Angst vor Betrug haben und sie auch auf Betrugsinserate nicht hereinfallen würden.

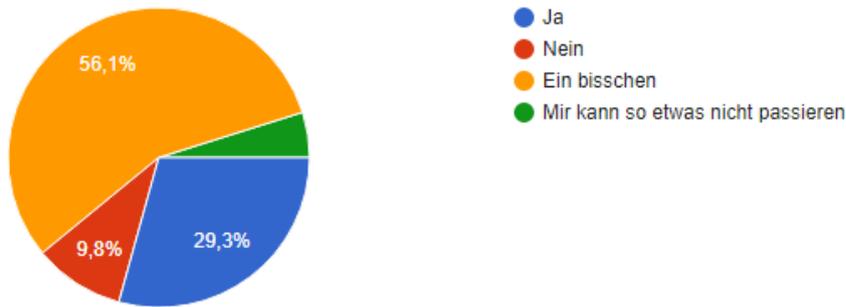


Abbildung 12 Haben Sie Angst vor Betrug wenn Sie online nach Angeboten suchen?

Die Angst vor Betrug ist bei einer großen Anzahl der Teilnehmer vorhanden. Diese Angst kann natürlich die Entscheidung zum Kauf eines Pferdes stark beeinflussen, denn die Interessenten zweifeln dann an der Glaubwürdigkeit des Inserats und des Anbieters. Für andere Anbieter und für den Onlinepferdemarkt kann diese Angst auch negative Folgen haben. Zum Beispiel würden sich die Interessenten über andere Wege auf die Suche nach dem passenden Pferd machen.

Auf dem Diagramm in Anhang XI. ist zu erkennen, dass die Angst vor Betrug 12,2% stark beeinflusst. 34,1% der befragten Teilnehmer geben an, dass sie sich nicht von dieser Angst leiten lassen. Ungefähr die Hälfte der befragten Teilnehmer überlegt lieber zweimal und holt sich am liebsten Rat bei Experten, wenn sie sich unsicher sind.

Um die Ängste der Interessenten verkleinern oder sogar ganz nehmen zu können, wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, ob sie sich durch eine Bewertung der Verkäufer sicherer fühlen würde.

In Abbildung 13 ist ganz deutlich zu erkennen, dass die Interessenten/ Teilnehmer (78%) sich viel sicherer fühlen würden, wenn die Anbieter bewertet werden könnten oder sogar schon ein Bewertungsformular Bewertungen auf ihrer Seite stehen würden. 17,1% der befragten Teilnehmer geben an, dass sie sich auch mit dem System nicht viel sicherer fühlen würden und 4,9% denken, dass ein Bewertungssystem nichts ändern würde und es trotzdem noch Betrugsinserate geben würde.

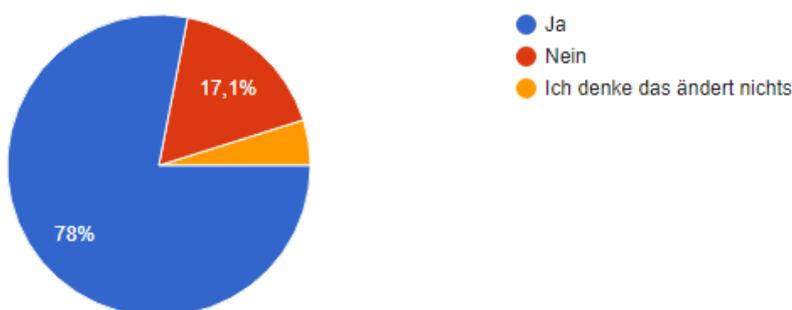


Abbildung 13 Würden Sie sich sichere fühlen, wenn die Verkäufer bewertet wurden/ bewertet werden könnten?

Nachdem die Teilnehmer gefragt wurden, ob sie sich mit einer Verkäuferbewertung sicherer fühlen würden, wurden sie anschließend gefragt, ob sich ihre Entscheidung zum Kauf durch eine vorhandene Verkäuferbewertung beeinflussen lassen würde. Es kann natürlich immer mal vorkommen, dass Anbieter eine nicht rein positive Bewertung bekommen haben. Würden sich die Teilnehmer davon abschrecken lassen oder würden sie sich lieber eine eigene Meinung bilden wollen?

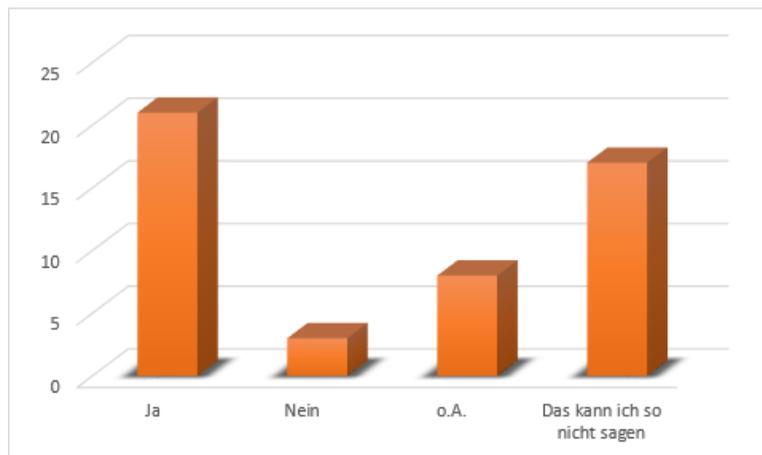


Abbildung 14 Würde eine Verkäuferbewertung Sie bei der Kaufentscheidung eines Pferdes beeinflussen?

In dem Balkendiagramm auf Abbildung 14 ist zu sehen, dass eine Verkäuferbewertung die Kaufentscheidung von 21% der befragten Teilnehmer beeinflussen würde. Diese Gruppe würde eventuell keinen Kontakt mit dem jeweiligen Anbieter aufnehmen. 17% der Teilnehmer geben an, dass sie das so nicht entscheiden könnten und es abhängig von der Situation und dem persönlichen Eindruck ist. 3% lassen sich nicht durch die Bewertungen von anderen beeinflussen und möchten sich eine eigene Meinung über den Anbieter bilden.

Um ein ansprechendes und hilfreiches Bewertungssystem erstellen zu können, ist es nicht nur wichtig zu wissen, welche Kriterien die Interessenten bei den Anbietern beurteilen würden, sondern auch auf welche Kriterien die Interessenten bei einem Pferdekauf achten würden. Um das heraus zu finden, wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, auf welche Kriterien sie bei einem Pferdekauf achten. Alle Ergebnisse wurden in Tabelle 3 verarbeitet. In der linken Spalte stehen die Kriterien und in der rechten Spalten ist die Häufigkeit der Angabe des jeweiligen Kriteriums aufgelistet.

Tabelle 3 Kriterium Pferdekauf

Kriterium Pferdekauf	Häufigkeit
Umfang Inserat	
TÜV	
Fotos, Videos	
Transparenz	
Möglichkeit um Anbieter zu kontaktieren	
Freundlichkeit	
Standort	
Ansprechendes Inserat	
Seriosität Anbieter	
Haltung Pferde	
Qualität/ Abstammung Pferde	
Besichtigung	
Ehrlichkeit	
Erfahrungsberichte	
Preis	
Umkreis	
Referenzen	
Probereiten	

Um ein ansprechendes und hilfreiches Bewertungssystem erstellen zu können, ist es nicht nur wichtig zu wissen, welche Kriterien die Interessenten bei den Anbietern beurteilen würden, sondern auch auf welche Kriterien die Interessenten bei einem Pferdekauf achten würden. Um das heraus zu finden, wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, auf welche Kriterien sie bei einem Pferdekauf achten. Alle Ergebnisse wurden in Tabelle 2 verarbeitet. In der linken Spalte stehen die Kriterien und in der rechten Spalten ist die Häufigkeit der Angabe des jeweiligen Kriteriums aufgelistet.

Es ist recht deutlich zu erkennen, dass der Umfang des Inserates ein sehr wichtiger Punkt ist. Zu dem Umfang des Inserates gehört die Vollständigkeit der Angaben des Pferdes. Das heißt, alle Informationen die das Pferd betreffen stehen im Inserat. Ein Beispiel von einem beispielgebenden Inserat ist im Anhang zu finden (Anhang III). Dazu gehören auch Fotos und Videos. Diese werden in der Tabelle noch extra aufgelistet, da sie für die Teilnehmer ein sehr wichtiges Kriterium sind und das sollte noch extra hervorgehoben werden.

Ein weiteres wichtiges Kriterium ist der TÜV oder auch Ankaufsuntersuchung (AKU) genannt. Die AKU wird unter Pferdesportlern oft mit dem TÜV von Kraftfahrzeugen verglichen. Im Prinzip ist die AKU oder der TÜV ein tierärztlicher Check vom Pferd, bevor es verkauft werden soll. Vor allem im Sport ist diese Untersuchung ein sehr wichtiger Faktor, der nicht ausgelassen werden darf.

Für die Teilnehmer der Umfrage spielen auch, wie in Tabelle 2, die Freundlichkeit, Transparenz und Ehrlichkeit eine große Rolle. Auch die Haltung und der Umgang mit den Pferden sind für viele sehr wichtig. Es gehört auch fast zur Selbstverständlichkeit, dass der Anbieter des Pferdes gut erreichbar ist. Dieses Kriterium ist eines der wichtigsten der Umfrage.

Natürlich hat jeder Interessent seine eigene Meinung und Vorstellung über den perfekten Verkäufer oder den perfekten Verkaufsablauf. Die Ergebnisse dieser Umfrage verdeutlichen jedoch eine klare Tendenz.

In der folgenden Frage (Abbildung 15) wurden die Teilnehmer der Umfrage auf ein neues Thema angesprochen. In den vorherigen Fragen ging es hauptsächlich um das Bewertungssystem. Bei dieser Frage geht es jetzt um die Betrüger auf online Websites.

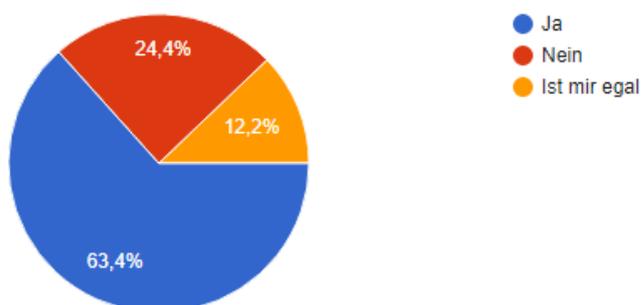


Abbildung 15 Wäre es für Sie hilfreich, wenn auf einer gesonderten Seite alle Emailadressen von Betrügern öffentlich einsehbar wären?

Hier wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie es hilfreich finden würden, wenn die E-Mail-Adressen der Betrüger öffentlich einsehbar wären. Alle Anbieter müssen sich bei den Onlinepferdemärkten anmelden. Dies können sie tun, indem Sie ganz einfach eine E-Mail-Adresse und ein Passwort angeben. Danach haben sie gleich Zugriff auf ihren eigenen Account. In diesem Account können sie Inserate erstellen und verwalten. Berechtigte Mitarbeiter der Onlinepferdemärkte, wie zum Beispiel ehorses, können auf alle Accounts, mit Hilfe eines bestimmten Programmes zugreifen.

Sollte sich herausstellen, dass es sich bei einem Anbieter um einen Betrüger handelt, kann dieser Account gesperrt und auch gelöscht werden. Die Angaben derjenigen Person werden dann über 15 Jahre im Archiv dieses Programmes gespeichert und können durch die Mitarbeiter wieder reaktiviert werden.

Bei der Umfrage gaben 63,4% an, dass sie es gut finden würden, wenn die E-Mail-Adressen von Betrügern auf einer gesonderten Seite einsehbar wären. 24,4% finden, dass es nicht hilfreich wäre und 12,2% geben an, dass es ihnen egal ist.

Bei der nächsten Frage geht es um die Aufklärung über Betrug. Die Teilnehmer wurden gefragt, ob eine Infoseite, auf denen aktuelle Betrugsmaschen auf Onlinepferdemärkten erklärt werden, hilfreich wäre. Diese Infoseite würde auf den Websites der Onlinepferdemärkte verlinkt werden. Hier könnten die Teilnehmer sich darüber informieren, worauf sie beim Pferdekauf achten müssen, um nicht in eine Falle zu tappen. Die Reaktion der Teilnehmer war sehr positiv auf diese Frage.

90,2% der befragten Teilnehmer findet es eine gute Option und würde sich wünschen, dass sie mehr aufgeklärt werden würden. Die restlichen Teilnehmer sagen, dass sie die Infos auf der Seite nicht lesen würden oder dass sie schon genügend über dieses Thema wissen (Anhang XI). Ob die Teilnehmer darüber wirklich genügend wissen ist fraglich, denn die Methoden und die Dreistigkeit der Betrüger ändern sich ständig.

In der letzten Frage wurden die Teilnehmer gefragt, was sie von einer Alternative zum Bewertungssystem halten würden. Diese Alternative wäre ein entsprechendes Gütesiegel, das auf den Seiten der Anbieter zu finden wäre. Der Anbieter wäre natürlich auf Vertraulichkeit und Ehrlichkeit geprüft.

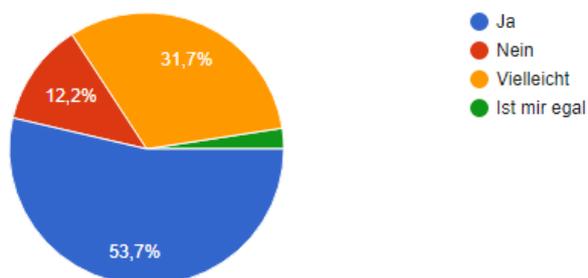


Abbildung 16 Alternativ zu Bewertungen: Wäre es bei der Kaufentscheidung hilfreich, wenn ein geprüfter Verkäufer mit einem entsprechenden Gütesiegel versehen wäre?

Bei den Befragten gaben 53,7% an, dass sie dieses Gütesiegel für eine gute Idee halten und es ihnen bei der Kaufentscheidung helfen würde, wenn keine Bewertung vorhanden wäre. 31,7% sind sich darüber nicht hundertprozentig sicher und können keine genaue Angabe machen. 12,2% denken, dass dieses Gütesiegel nicht hilfreich wäre und es ihnen nicht mehr Vertrauen geben könnte (Abbildung 16).

Zusammenfassung Interessent Teil 1: Betrug

- Die Mehrheit der Interessenten findet ein Bewertungssystem eine sehr gute Idee und würde sich die Zeit nehmen um Anbieter zu bewerten.
- Die Umfrage könnte aus einem Mix von Multiple-Choice-Fragen und dem Sternensystem bestehen und sollte nicht mehr 5-10 Fragen haben.
- Interessenten finden es hilfreich, wenn die Bewertungen auf den Verkaufsseiten angezeigt werden.
- Für viele Interessenten spielt Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und Seriosität eine große Rolle.

- Interessenten haben Angst vor Betrug und holen sich im Notfall Tipps.
- Viele Interessenten finden es hilfreich, wenn auf einer gesonderten Seite aktuelle Betrugsmaschen erklärt werden.

4.1.5 Resultate Interessent Teil 2: Beweise

In diesem Punkt werden die Antworten des zweiten Teils der Umfrage analysiert. In dem zweiten Teil der Umfrage wurden die Teilnehmer zu dem Thema Beweise befragt. Unter Beweise könnte man sich Bescheinigungen von Versicherungen, Vereinigungen oder Tierärzten vorstellen. Mit Hilfe dieser Bescheinigungen soll die Existenz der Anbieter noch einmal garantiert werden können und vor allem das Vertrauen der Interessenten gestärkt werden.

Diese Bescheinigungen müssten dann Anbieter, die regelmäßig Pferde ab einem bestimmten Wert verkaufen möchten anschaffen. Diese würden dann auf der Website des Anbieters zu finden sein. Im Kapitel 4.2 wird auf dieses Thema noch genauer eingegangen.

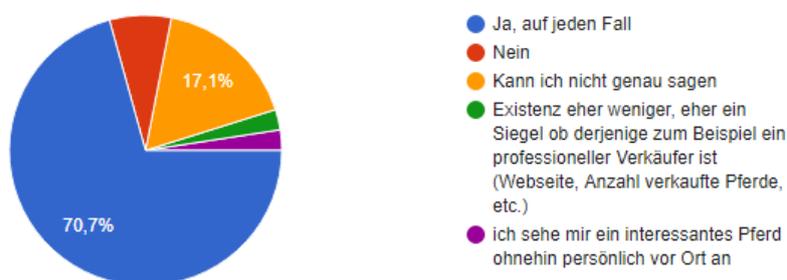


Abbildung 17 Würden Ihnen Existenznachweise von Verkäufern mehr Sicherheit und Vertrauen geben?

In der oben stehenden Grafik (Abbildung 17) wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, ob eine Bescheinigung, hier Existenznachweis genannt, das Vertrauen der Interessenten bekräftigen würde. 70,7% der Befragten gab ganz deutlich an, dass diese Methode ihnen mehr Vertrauen und Sicherheit geben kann. 17,1% sagt, dass sie es nicht genau sagen können und der Rest sagt, dass sie sich ein Pferd ohnehin immer vor Ort ansehen würden und dass vielleicht ein Gütesiegel, wie in der letzten Frage unter 4.1.4 ihnen mehr helfen würde. Durch die Teilnehmer kam auch der Vorschlag, dass man die Siegel nach bestimmten Kriterien vergeben sollte. Zum Beispiel wie viele Pferde derjenige schon verkauft hat und wie professionell der Anbieter ist.

So wie oben schon beschrieben, könnten Bescheinigungen von Versicherungen, Vereinigungen oder Tierärzten als Existenznachweis dienen. In der Umfrage wurden die Teilnehmer gefragt, was sie denn als ein geeignetes Mittel betrachten würden, um die Existenz der Anbieter nachweisen zu können (Abbildung 18).

An der Umfrage haben 49 Teilnehmer teilgenommen. Hier gibt die Mehrheit, insgesamt 22 Personen an, dass sie die Besitzerurkunde des Pferdes als ein geeignetes Nachweismittel anerkennen würden. Die Besitzerurkunde steht demjenigen zu, der im Sinne des BGB (Bürgerliches Gesetzbuch) Eigentümer des Pferdes ist. Equidenpass und Besitzerurkunde gehören zu jedem eingetragenen Pferd, wie Fahrzeugschein und -brief zu einem Kraftfahrzeug (Legimitationspapiere vom Pferd, 2016).

18 der 49 Teilnehmer denken, dass der Personalausweis des Anbieters auch ein gutes Mittel wäre, um seine Existenz und Glaubwürdigkeit unterstützen zu können. Auf einem Personalausweis stehen alle wichtigen Daten des Anbieters.

Sollte ein Anbieter versuchen einen Betrug zu begehen, könnte dieser anhand des Personalausweises erkannt werden. Des Weiteren wird die Chance auf Betrug eingegrenzt, da die Personen anhand ihres Personalausweises leicht gefunden werden können.

Als weiteres Nachweismittel wurde der Pferdepass angegeben. Fünf Teilnehmer halten dies für einen geeigneten Nachweis. Seit dem 1. Juli 2009 benötigen alle Pferde innerhalb von sechs Monaten nach ihrer Geburt einen Equidenpass. Hintergrund ist eine Verordnung der Europäischen Kommission vom 6. Juni 2008. Mit dem Pass soll unter anderem die Identifizierung von Pferden verbessert und eindeutiger gemacht werden, um Missbrauch und Mehrfachausstellung von Pässen vorzubeugen (Legimitationspapiere vom Pferd, 2016). Im Anhang IV ist ein Beispiel von einem Equidenpass zu finden.

Des Weiteren hat eine Person angegeben, dass sie den Chip eines Pferdes auch als ein geeignetes Beweismittel empfindet. Mit dem Chip wird ein sogenannter Mikrochip/Transponder gemeint, der unter die Haut des Pferdes gesetzt. Jeder Chip hat eine eigene Nummer. Seit dem 1. Juli 2009 gibt es die, von der europäischen Kommission festgelegte Verordnung. Jedes Pferd, das ab dem 1. Juli 2009 identifiziert wird, muss einen Chip bekommen. Pferde, die bereits einen gültigen Pass besitzen, also alle die vor dem 1. Juli 2009 identifiziert wurden, müssen nur dann nachträglich gechippt werden, wenn sie als Turnierpferde eingetragen werden sollen (Transponder / Chip, 2016).

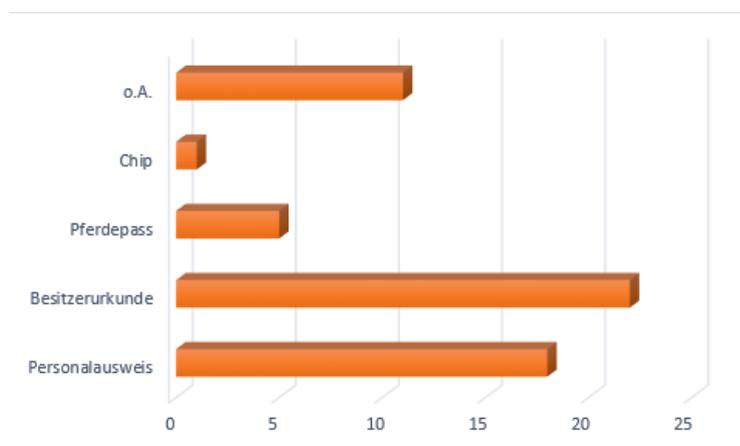


Abbildung 18 Was könnten Sie sich persönlich vorstellen, was als Existenznachweis dienen könnte?

Sollte ein Onlinepferdemarkt über die Möglichkeit verfügen, dass Anbieter Existenznachweise zur Verfügung stellen müssen, gibt es die unterschiedlichsten Wege, um die Interessenten darüber zu informieren. In der letzten Frage dieses Kapitels wurden die Teilnehmer gefragt, wie sie gerne darüber in Kenntnis gesetzt werden möchten.

Bei der Frage konnten die Teilnehmer aus drei verschiedenen Antwortmöglichkeiten wählen. Entweder sie möchten per Mail darüber in Kenntnis gesetzt werden, über die Verkaufsseite des Anbieters oder sie überlassen die Entscheidung dem Onlinepferdemarkt. Die Antworten der Teilnehmer sind wie folgt:

56,1% der befragten Teilnehmer möchten die Information, dass der Anbieter über einen Existenznachweis verfügt über deren Verkaufsseite bekommen. 19,5% möchten darüber nicht entscheiden und 24,4% würden diese Information gerne per Mail erhalten (Anhang XI). Onlinemärkte und auch Pferdemarkte geben meistens einmal pro Woche einen Newsletter heraus. In diesem Newsletter könnten dann jede Woche die neuen Anbieter stehen, die über einen Nachweis verfügen und von dem Onlinepferdemarkt vielleicht auch geprüft wurden.

Zusammenfassung Interessent Teil 2: Beweise

- Existenznachweise wie, Besitzerurkunde und Personalausweis, würden den Interessenten mehr Sicherheit und Vertrauen geben.
- Interessenten möchten gerne über die Website des Anbieters darüber in Kenntnis gesetzt werden, dass sie über einen Existenznachweis verfügen.

4.1.6 Resultate Anbieter Teil 1: Betrug

In diesem Punkt werden die Ergebnisse der Verkäuferumfrage erläutert. Mit Hilfe von Diagrammen und Tabellen werden die Ergebnisse grafisch dargestellt. Zu jeder Grafik gibt es eine Erklärung und wenn möglich, auch einen Vergleich.

Die erste Frage ist relativ allgemein gehalten. Hier wurden die Anbieter gefragt, ob sie regelmäßig Pferde über einen Onlinepferdemarkt vermarkten. Unter Regelmäßigkeit wird verstanden, wenn der Anbieter mindestens drei bis viermal pro Jahr ein oder mehrere Verkaufspferde online stellt, um sie zu vermarkten. Große Züchter verkaufen natürlich mehr Pferde, als Hobbyreiter oder Sportler. 37,5% der befragten Teilnehmer verkaufen regelmäßig und 50% geben an, dass sie nicht regelmäßig Pferde verkaufen (Abbildung 19).

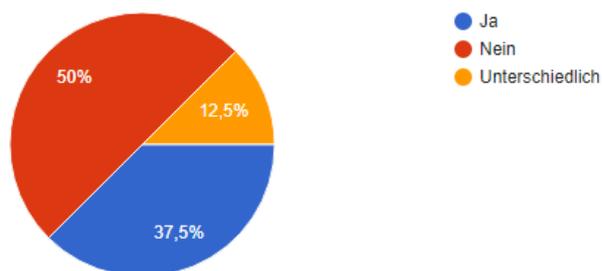


Abbildung 19 Vermarkten Sie regelmäßig Pferde über ehorses?

Bei der folgenden Frage wurden die Teilnehmer über die Zufriedenheit eines Verkaufsablaufes bei einem Onlinepferdemarkt befragt. Auf einer Skala von 1-10 konnten die Teilnehmer angeben, wie zufrieden sie sind. In der unten stehenden Grafik (Abbildung 20) ist sehr deutlich zu erkennen, dass die meisten der befragten Teilnehmer die Bewertung „acht“ angegeben haben.

Diese Zahl ist für die Onlinepferdemärkte sehr zufriedenstellend. Der größte Teil der befragten Teilnehmer gibt diese Zahl an, da sie immer zufrieden sind mit dem Service, der ihnen geboten wird. Auch der Ablauf der Verkäufe über Onlinepferdemärkte ist für die teilnehmenden Anbieter ein großer Pluspunkt. Nur wenige der befragten Teilnehmer haben schon einmal schlechte Erfahrungen mit einem Käufer gemacht.

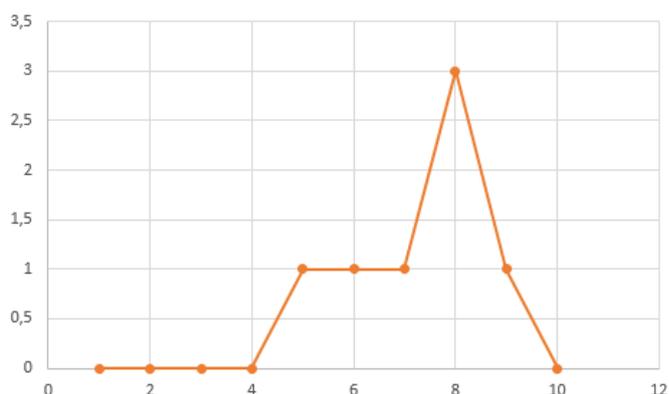


Abbildung 20 Wie zufrieden sind Sie mit dem Ablauf einer Vermarktung über ehorses auf einer Skala von 1- 10?

Um die Teilnehmer der Umfrage gut auf die folgende Frage vorzubereiten, wurden sie im Voraus mit einem Info Text über den Betrug auf Onlinepferdemärkten und der Idee für ein Bewertungssystem informiert. So konnten sich die Teilnehmer ein Bild von der Situation machen.

Im Folgenden wurden die Teilnehmer gefragt, was sie davon halten würden, wenn Interessenten sie bewerten könnten.

Auf Abbildung 21 ist zu erkennen, dass 50% der Befragten es als gut empfinden, 37,5% haben es mit sehr gut bewertet und 12,5% möchten nicht, dass sie durch Interessenten bewertet werden. Somit haben über die Hälfte der Teilnehmer einer Bewertung zugestimmt und würden die Meinungen der Interessenten sehr begrüßen. Mit den Bewertungen auf ihren Seiten, können sich die Anbieter von anderen Anbietern unterscheiden und es könnte ihnen sogar Vorteile gegenüber Mitbewerbern ohne Bewertungen bringen.

Allerdings muss dann durch den Onlinepferdemarkt darauf geachtet werden, dass kein zu großes Konkurrenzverhalten zwischen den Anbietern auftritt und diese nur noch probieren positive Bewertungen zu erlangen. Dann könnte Bewertungssystem schnell missbraucht werden.

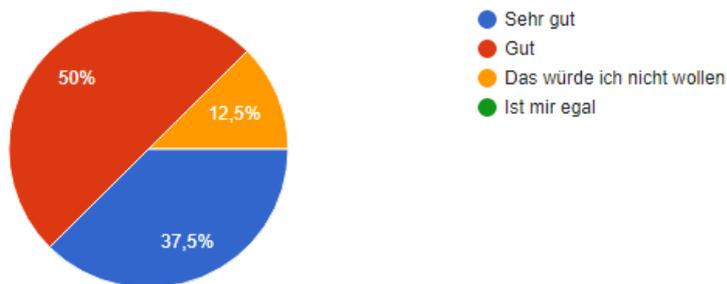


Abbildung 21 Wie würden Sie es finden, wenn Käufer Sie bewerten könnten?

Wie oben schon bereits erwähnt, könnten die Bewertungen und dadurch die Meinungen der Interessenten Vorteile für die Anbieter bringen. Vor allem gegenüber Konkurrenten kann es ein sehr großer Vorteil sein. In einer offenen Frage konnten die Teilnehmer der Umfrage angeben, wie sie die Bewertungen zu ihrem Nutzen verwenden würden. Es gibt die verschiedensten Aussagen der Teilnehmer. Die folgenden Punkte geben einen Ausschnitt der Meinungen der Teilnehmer wieder.

- Seriöser wirken
- Wenn ich gute und vertrauensvolle Bewertungen bekomme denke ich, dass ich mehr ernst gemeinte Anfragen bekommen könnte.
- Vertrauensbasis
- Ich würde die Bewertungen als Reklame für mich nutzen.
- Hinweis auf zufriedene Käufer bezüglich Ablauf, Pferd etc.
- Sofern man die Bewertungen (alle) ein oder ausblenden kann, würde ich sie einblenden.

Es ist gut zu erkennen, dass den Anbietern ihr Image sehr wichtig ist und dass sie viel Wert auf Vertrauen und Seriosität legen. Vergleicht man diese Aussagen mit den Aussagen der Interessenten, ist doch eine Übereinstimmung zu finden. Beide Parteien finden ein gegenseitiges Vertrauen am wichtigsten. Auch der Ablauf des Verkaufes und die Zufriedenheit der Interessenten über den Gesundheitszustand des Pferdes ist ein wichtiger Punkt bei beiden Parteien. Nicht nur die Interessenten müssen sich mit betrügerischen Anbietern auseinandersetzen, auch die Anbieter haben des Öfteren Probleme mit Interessenten, die das Interesse nur vortäuschen und dann nicht auf den Handel eingehen. Durch das Bewertungssystem könnten diese Probleme verringert oder sogar vermieden werden.

Um den Anbietern und den Interessenten eine vertrauensvollere Basis kreieren zu können, soll das Bewertungssystem auf den Verkäuferwebsites veröffentlicht werden. So können sich die Interessenten im Voraus über die Anbieter informieren.

Die Anbieter bekommen durch die Bewertungen eine Übersicht über die Meinungen und Auffassungen der Interessenten. Interessenten die sich vorab informieren, meinen es meistens auch ernst und haben ein ernsthaftes Interesse am Anbieter und dessen Pferd.

Um dieses auch realisieren zu können, ist es wichtig zu wissen, ob die Anbieter es akzeptieren, dass auf ihren Websites eine Bewertung über sie selbst erscheint. Es könnte auch sein, dass sie es überhaupt nicht möchten und ihnen die Meinungen der Interessenten egal sind.

Mit Hilfe der Umfrage wurden die Teilnehmer gefragt, was sie von dieser Idee halten würden. Mehr als die Hälfte der Befragten Teilnehmer (75%) an, dass sie es in Ordnung finden würden, wenn das Bewertungssystem auf ihren Websites erscheint. 12,5% der Befragten möchten nicht, dass die Bewertungen auf ihren Seiten veröffentlicht wird und die anderen 12,5% konnten keine konkrete Meinung zu dieser Frage abgeben. Ihnen ist es egal, ob das Bewertungssystem auf ihren Websites erscheint oder nicht (Anhang XI).

Genau wie die Interessenten wurden auch die Anbieter gefragt, ob die ihre Bewertungen Einfluss hätte auf die Kaufentscheidungen der Interessenten. Bei den Interessenten gaben die meisten der Befragten Teilnehmer an, dass die Bewertungen ihre Kaufentscheidung beeinflussen würde und sie sich durch negative Bewertungen abschrecken lassen. Nur eine kleine Gruppe würde sich nicht durch die Meinungen anderer Interessenten beeinflussen lassen.

Bei den befragten Anbietern ist die Verteilung ein wenig anders. Auf Abbildung 22 ist zu erkennen, dass keiner der Befragten angibt, dass eine Bewertung keinen Einfluss auf die Kaufentscheidungen hätte. Die größte Anzahl der Befragten (62,5%) gibt an, dass die Bewertungen Einfluss haben könnten, sie sich aber nicht ganz sicher dabei sind. 37,5% sagen, dass die Bewertungen auf jeden Fall Einfluss haben.

Die Reaktionen der Teilnehmer zeigen, dass sie auf jeden Fall Respekt vor den Meinungen der Interessenten haben. Damit könnte das Bewertungssystem indirekt auch noch eine andere Funktion haben. Die Anbieter würden sich mehr Mühe geben und ihre Inserate attraktiv und aussagekräftig gestalten.

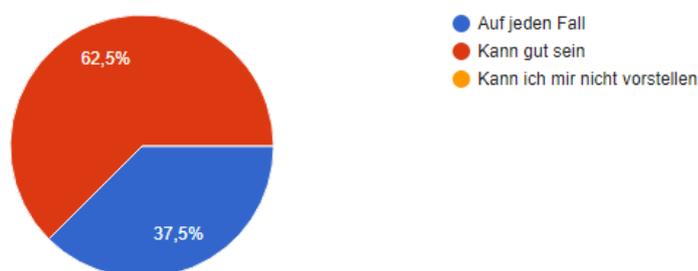


Abbildung 22 Denken Sie das eine Verkäuferbewertung Einfluss auf die Kaufentscheidung von Interessenten hat?

In der folgenden Frage wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, welchen Fragetypen sie bei dem Bewertungssystem beantworten. Zu Auswahl standen drei Antwortmöglichkeiten, Multiple-Choice-Fragen, Offene Frage und das Sternensystem. Wie das Sternensystem funktioniert wurde auf Seite 23 ausführlich erklärt.

Auf dem unten stehenden Diagramm (Abbildung 23) ist deutlich zu erkennen welche zwei Fragetypen die Teilnehmer (Anbieter) bevorzugen würden. Die Anbieter bevorzugen in dem Fall das Sternensystem (62,5%) und auf dem zweiten Platz stehen die Multiple-Choice-Fragen. Im Vergleich zu den Angaben der Interessenten, begeistern sich bei den Anbietern mehr Teilnehmer für das Sternensystem.

Ein weiterer Vergleich zeigt, dass 51,2% der befragten Interessenten die Multiple-Choice-Fragen bevorzugen, bei den Anbietern sind es lediglich 37,5%. Bei den Teilnehmern wählten des Weiteren 12,2% der Befragten die offenen Fragen als ihren Favoriten.

Bei den befragten Anbietern wurde diese Option gar nicht ausgewählt. Um beide Parteien zufrieden zu stimmen, müsste ein geeigneter Mittelweg gefunden werden.

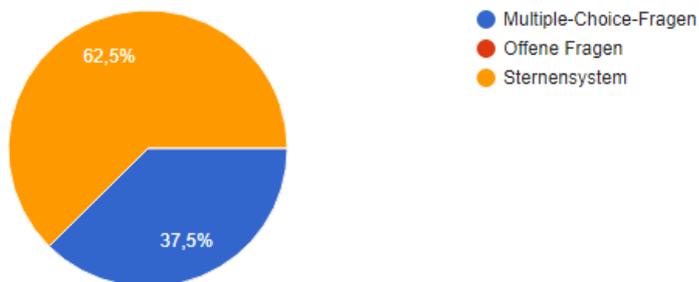


Abbildung 23 Was für einen Frage Typ würden Sie bevorzugen?

Genau wie die andere Teilnehmergruppe, wurden auch diese Teilnehmer zu dem Umfang des Bewertungssystems befragt. Denn auch ihre Meinung ist sehr wichtig für die Entwicklung des Bewertungssystems. Bei den Anbietern entscheiden sich 62,5% für 1-5 Fragen pro Bewertung (Abbildung 24). 37% wählten die mittlere Anzahl an Fragen, nämlich 5-10. Keiner der Teilnehmer würde mehr als 10 Fragen in dem Bewertungssystem als gut empfinden.

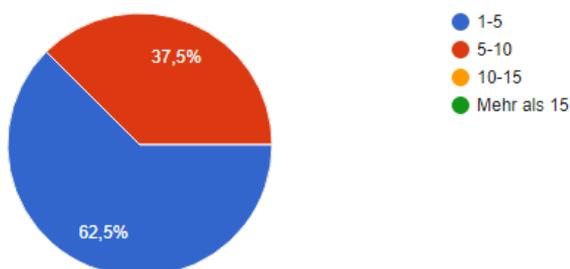


Abbildung 24 Wieviel Fragen würden Sie maximal akzeptieren?

Im Vergleich mit den befragten Interessenten, bevorzugen die befragten Anbieter weniger Fragen in dem Bewertungssystem. Bei den Interessenten stimmten mehr Teilnehmer für die mittlere Anzahl an Fragen und bei den Anbietern stimmte weniger als die Hälfte für die mittlere Anzahl an Fragen. Bei den Anbietern entschied sich die Mehrheit für 1-5 Fragen, diese Auswahl landete bei den Interessenten auf Platz zwei.

Für den Ablauf des Bewertungssystems gibt es verschiedene Möglichkeiten. Eine Möglichkeit könnte sein, dass nachdem die Interessenten das Formular ausgefüllt haben, die Anbieter eine Benachrichtigung bekommen. In dieser Benachrichtigung, die per Email verschickt werden könnte, werden die Anbieter informiert, dass sie eine neue Bewertung erhalten haben.

Über einen Link können die Anbieter sich die neue Bewertung ansehen und dann selbst entscheiden, ob sie diese gerne auf ihrer Website haben möchten. In einer weiteren Frage wurden die Teilnehmer zu diesem Thema befragt. Wie auf der Abbildung 25 zu erkennen ist, ist die Mehrheit der Teilnehmer (62,5%) dafür. 25% der befragten Teilnehmer möchte sich nicht damit beschäftigen und den restlichen 12,5% ist es egal.

Einen Nachteil würde diese Möglichkeit allerdings mit sich bringen: Die Anbieter könnten alle schlechten Bewertungen über sich herausfiltern und dafür sorgen, dass nur die positiven Bewertungen auf ihren Seiten erscheinen. Damit würde das Bewertungssystem seinen Zweck jedoch nicht erfüllen.

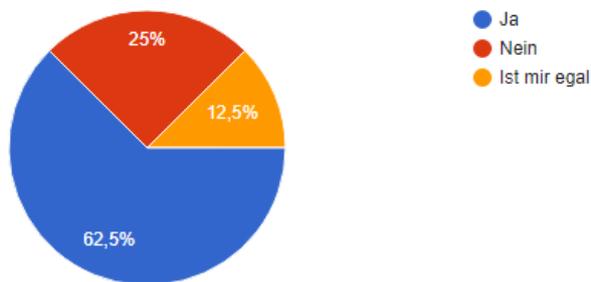


Abbildung 25 Würden Sie als Verkäufer die Bewertungen lieber selber freigeben und kommentieren können?

Zusammenfassung Anbieter Teil 1: Betrug

- Rund die Hälfte der Anbieter würde es gut bis sehr gut finden, wenn Interessenten sie bewerten könnten.
- Für die meisten Anbieter spielen Seriosität und Vertrauen gegenüber dem Interessent eine wichtige Rolle.
- Die Anbieter würden es in Ordnung finden, wenn die Bewertung auf ihren Seiten stehen würde, sie denken, dass es die Kaufentscheidungen von Interessenten positiv beeinflussen kann.
- Die Anbieter bevorzugen bei den Fragen auch einen Mix aus Sternensystem und Multiple-Choice-Fragen. Die Anzahl der Fragen sollte bei maximal 10 liegen.

4.1.7 Resultate Anbieter Teil 2: Beweise

In diesem Paragraphen werden die Antworten des zweiten Teils der Umfrage für Anbieter analysiert. In diesem Teil der Umfrage wurden die Teilnehmer auch zu dem Thema Beweise befragt. Hier ging es darum, ob die Existenznachweise den Interessenten mehr Vertrauen geben können. Im Abschnitt 4.1.7 geht es darum, ob sich die Anbieter vorstellen könnten, mit solchen Mitteln arbeiten zu wollen und ob sie dazu bereit wären, diese Beweise zur Verfügung zu stellen.

In der ersten Frage für diesen Paragraphen wurden die Teilnehmer darüber befragt, ob sie denken, dass ein Existenznachweis mehr Vertrauen zwischen Interessent und Anbieter bringen könnte. In dem dazugehörigen Diagramm (Anhang XI) ist deutlich zu erkennen, dass 62,5% der befragten Teilnehmer denken, dass Nachweise das Vertrauen bei Interessenten stärken würden. 37,5% geben an, dass sie das nicht genau sagen können und sich darum nicht für ein deutliches ja oder nein entscheiden konnten. Was genau als Beweismittel dienen soll wird genauer in Kapitel 4.2 erklärt.

Genau wie bei der Teilnehmergruppe für Interessenten, wurde auch die Teilnehmergruppe der Anbieter dazu befragt, was sie als ein geeignetes Beweismittel halten würden. In den Antworten der Teilnehmer gibt es einige Übereinstimmungen mit denen anderer Teilnehmer, allerdings gibt es auch ein paar Abweichungen. In dem unten stehenden Diagramm (Abbildung 26) sind die Angaben der Teilnehmer.

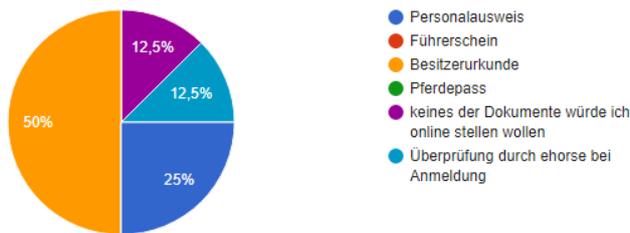


Abbildung 26 Was könnten Sie sich persönlich vorstellen, was als Existenznachweis dienen könnte?

50% der Anbieter halten die die Besitzerurkunde für den geeignetsten Nachweis. Im Vergleich mit der anderen Teilnehmergruppe stimmen beide überein. Auch die Interessenten hatten die meisten Stimmen bei der Besitzerurkunde. Dieses steht demjenigen zu, der im Sinne des BGB (Bürgerliches Gesetzbuch) Eigentümer des Pferdes ist. An zweiter Stelle steht der Personalausweis. Hier gaben 25% der Befragten an, dass sie sich den Personalausweis als Beweismittel vorstellen könnten. Bei den anderen Teilnehmern waren das nur 18%, die sich das vorstellen konnten. Des Weiteren gaben die befragten Teilnehmer noch an, dass sie die Existenz der Pferde am liebsten durch den Onlinepferdemarkt prüfen lassen würden (12,5%) und weitere 12,% sagten, dass sie gar keine der genannten Dokumente online stellen würden.

Durch die Angaben der Interessenten und der Anbieter ist recht deutlich zu erkennen, dass die meisten für die Besitzerurkunde des Pferdes gestimmt haben. Weitere Möglichkeiten, die als Beweismittel dienen könnten, werden in Kapitel 4.2 besprochen.

Wie oben schon erwähnt, könnten auch andere Mittel als Existenznachweis dienen. Eine Möglichkeit wäre es, wenn die Anbieter Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen bei dem Onlinepferdemarkt einreichen müssten. Natürlich müssten dafür erst im Voraus Absprachen mit den jeweiligen Parteien getroffen werden.

Das folgende Diagramm (Abbildung 27) stellt die Ergebnisse der Frage dar, ob es sich die Anbieter vorstellen könnten mit Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen zusammen zu arbeiten. In dieser sogenannten Zusammenarbeit müssten die Anbieter die eben erwähnten Parteien um eine Bescheinigung bitten. In Kapitel 4.2 wird darauf mehr eingegangen.

Bei der Umfrage gaben 62,5% der Teilnehmer an, dass sie mit Tierärzten, Versicherungen oder auch Vereinigungen zusammen arbeiten würden. 25% der Befragten ist sich darüber unsicher und 12,5% möchte diese Zusammenarbeit nicht eingehen.

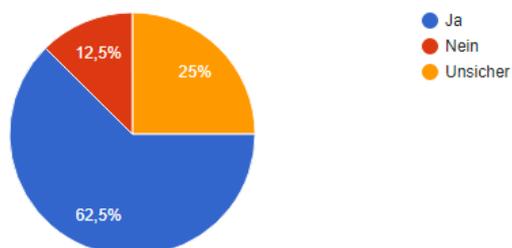


Abbildung 27 Würden Sie mit Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen zusammenarbeiten?

Nachdem die Teilnehmer gefragt wurden, ob sie dazu bereit wären mit Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen zusammen zu arbeiten, wurden sie in der folgenden Frage dazu befragt, ob sie die Dokumente oder Bescheinigungen, die sie von den besagten Parteien erhalten haben, auf ihren Seiten zu veröffentlichen würden. Eine andere Option wäre, dass die Dokumente nur auf Nachfrage von den Verkäufern gezeigt.

Auf Abbildung 28 ist deutlich zu erkennen, dass die Mehrheit der Teilnehmer (62,5%) dafür stimmt, dass die Dokumente erst auf Nachfrage der Interessenten gezeigt werden. 25% der Befragten möchte keins von beidem und möchte ihre Privatsphäre, im Sinne des Datenschutzes behalten. 12,5% würden allerdings die Dokumente/ Beweise auf ihrer Verkäuferwebsite veröffentlichen.

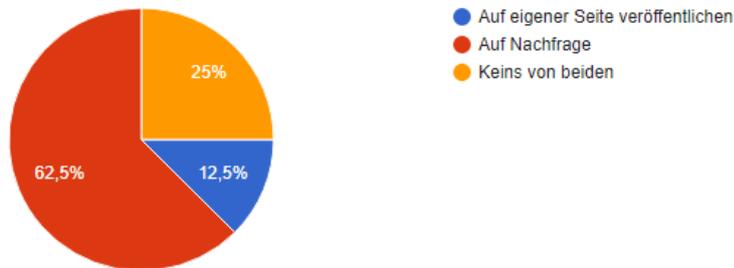


Abbildung 28 Würden Sie persönliche Dokumente auf Ihrer Verkaufsseite bei ehorses veröffentlichen oder sollten diese Papiere nur auf Nachfrage vom Verkäufer gezeigt werden?

Zusammenfassung Anbieter Teil 2: Beweise

- Anbieter denken, dass Interessenten mehr Vertrauen bekommen, wenn die Anbieter mit Existenznachweisen arbeiten.
- Die Anbieter favorisieren auch den Personalausweis und die Besitzerurkunde als Beweismittel.
- Anbieter würden auch mit Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen zusammenarbeiten und auf Nachfrage ihre Dokumente auf deren Verkäuferwebsites veröffentlichen.

4.2 Resultate qualitative Untersuchung

Die qualitative Untersuchung wurde mit Hilfe von Interviews und Desk Research ausgeführt. Die Interviewten waren Personen, von dem online Immobilienmarkt „ImmobilienScout24“, der Pferdeklunik Seeburg, der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN), der Uelzener Versicherung und dem Onlinepferdemarkt ehorses. Pro Interview werden die jeweiligen Betriebe kurz vorgestellt und dann die Ergebnisse der Interviews und auch des Desk Research erläutert.

4.2.1 Interview über das Thema Mehrwert bei Verkäuferbewertungen

In diesem Paragrafen werden die Ergebnisse des Desk Research und der Interviews mit ImmobilienScout24 und ehorses über das Thema: „Mehrwert bei Verkäuferbewertungen“ ausgearbeitet. Hauptsächlich geht es darum herauszufinden, wie wichtig dieser Faktor für Onlinemärkte ist.

Früher, also in der Zeit wo Onlineshopping noch nicht so populär war, hat man sich bei einem Bekannten oder einem Freund Informationen und Meinungen über bestimmte Produkte oder Dienstleistungen eingeholt. Mundpropaganda nannte man diese Methode, mit der Informationen verbreitet wurden.

In der heutigen, modernen Zeit haben Bewertungen bei Onlinemärkten eine sehr hohe Bedeutung. Die Bewertungen, die meistens von Kunden gegeben werden, gelten als sehr wichtige Informationsquellen für die Meinungsbildung bei einem Produkt oder einer Dienstleistung. Andere Kunden sehen diese Bewertungen, egal ob positiv oder negativ, immer als glaubwürdige Informationen an und lassen dadurch ihre Kaufentscheidungen stark beeinflussen (Kundenbewertungen , 2014).

Für Onlinemärkte hat die Kundenbewertung den Vorteil, dass diese Bewertungen automatisch auch Werbemaßnahmen zur Kundengewinnung im Internet sind oder auch der Neukundengewinnung durch Empfehlungsmarketing dienen. Die Meinungen von den Kunden für viele Betriebe sehr wichtig sein und unter anderem dafür sorgen, dass die Umsätze deutlich steigen.

Die positiven Kundenbewertungen steigern nicht nur den Beliebtheitsfaktor des Betriebes, sondern sie sorgen auch dafür, dass die Betriebe im Google-Ranking weiter nach oben kommen und dadurch schneller durch Kunden gefunden und ausgewählt werden (Bewertungsportale, 2016).

Um noch weitere Informationen über das Thema Mehrwert zu erhalten, wurden zwei Mitarbeiter von zwei verschiedenen Onlinemarktplätzen interviewt. Bei der ersten Person handelt es sich um Doreen Lewis, Customer Care Mitarbeiterin bei der erfolgreichen Immobilienwebsite Immobilienscout24. ImmobilienScout24 ist das führende Immobilienportal im deutschsprachigen Internet und die Nr. 1 rund um Immobilien. Jeden Monat unterstützt dieser Betrieb über 12 Millionen Menschen mit vielfältigen Services, innovativen Produkten und wertvollen Entscheidungshilfen (Unternehmen, 2017). Bei der zweiten Person handelt es sich um Lena Büker, Geschäftsleiterin des Onlinepferdemarktes ehorses. ehorses ist Europas führender Onlinepferdemarkt und hat rund 15.000 Inserate online. Täglich werden alle 20 Minuten Pferde über ehorses verkauft.

Die Interviews wurden per E-Mail durchgeführt. Die Ergebnisse der Interviews werden hier wiedergegeben. Die Antwort-E-Mails sind in den Anhängen VI bis X zu finden.

Laut Doreen Lewis von ImmobilienScout24 sind Bewertungen grundsätzlich von Interessenten, die eine Immobilie angefragt haben, möglich. Auch können Vermieter/-Verkäufer die Zusammenarbeit mit ihrem Auftraggeber (Makler, Wohnungsgesellschaften etc.) bewerten. „Der Mehrwert ist eher für die Kunden, als für uns als Unternehmen zu erkennen. Hier haben die Interessenten oder zukünftigen Auftraggeber bereits im Vorfeld die Möglichkeit, sich über den Anbieter von Immobilien zu informieren“ so Lewis (Lewis, 2017).

Lena Büker von ehorses sagt, dass die Verkäuferbewertungen einen Vorteil schaffen, da sie mit den Bewertungen einen USP (Unique Selling Point) den anderen Onlinepferdemärkten gegenüber haben und ehorses ein transparenter Marktplatz sein will, der dem Kunden das beste Usererlebnis bieten möchte (Büker, 2017).

4.2.2 Interview über das Thema Beweise

Der Inhalt dieses Paragrafen beschäftigt sich mit dem Thema Existenznachweise. Wie schon in den Paragrafen 4.1.5 und 4.1.7 wird hier noch einmal das Thema Beweise aufgegriffen. In den jeweiligen Paragrafen wurden die Teilnehmer auch gefragt, ob sie denken, dass Bescheinigungen von Versicherungen, Tierärzten oder Vereinigungen dabei helfen könnten, mehr Vertrauen zwischen den Anbietern und den Interessenten zu schaffen.

Um mehr Informationen von externen Parteien zu bekommen, wurden die Betriebe Pferdeklinik Seeburg, Deutsche Reiterliche Vereinigung und die Uelzener Versicherung zum Thema Beweise befragt. In dem Interview wurden die beiden genannten Betriebe über das Thema Betrug informiert und es wurde ihnen die Idee vorgestellt, Interessenten mit Hilfe von Existenznachweisen zu schützen aufgeklärt.

Pferdeklinik Seeburg:

Die Pferdeklinik Seeburg befindet sich am westlichen Rand von Berlin und ist eine der Adressen, wenn es um Lahmheit und Kolik bei Pferden geht. Die Klinik hat einen 24-Stunden Notfalldienst und es wird sich rund um die Uhr um die Patienten gekümmert. Sieben Tierärzte, die sich in verschiedenen Teilgebieten spezialisiert haben, kümmern sich um professionell um die Pferde.

Da die Pferdeklinik Seeburg sich auch um Ankaufuntersuchungen kümmert, wurde diese Klinik für das Interview ausgewählt. In der E-Mail wurde gefragt, ob Tierärzte ein Schreiben, das als Beweismittel dienen könnte ausstellen können bzw. dürfen und ob das jeder Tierarzt machen könnte?

Des Weiteren wurde gefragt, was ein brauchbarer Inhalt für das Schreiben wäre, sodass der Interessent auch mit einem sicheren Gefühl das Pferd kaufen kann.

Beantwortet wurde die E-Mail von Adrian Schulz, Klinikmanager der Pferdeklinik Seeburg. Herr Schulz gab als Antwort: „Die einfachste Lösung wäre es, den Interessenten eine Ankaufsuntersuchung vorzuschlagen. Viele Tierärzte bieten diese Untersuchungen an. Das hätte für den potentiellen Käufer mehrere Vorteile – das Pferd muss bei dem untersuchenden Tierarzt vor Ort sein, wird dort durch Equidenpass und evtl. Mikrochip identifiziert und der Käufer erhält zusätzlich einen Status quo über den Zustand und die Befunde des Pferdes am Untersuchungstag. Bei Pferden aus dem mittleren und hohen Preissegment ist das sowieso gängige Praxis“ (Schulz, 2017).

Bei einer Ankaufsuntersuchung wird das Pferd auf gesundheitliche Mängel untersucht, um das Risiko auf spätere Erkrankungen zu minimieren. Die Ankaufsuntersuchung, auch AKU genannt kann in mehrere Teile geteilt werden. Bei dem klinischen Teil wird das gesamte Organsystem vom Pferd untersucht. Ein weiterer wichtiger Bestandteil der AKU ist die Röntgenuntersuchung des Bewegungsapparates. Des Weiteren können nach Wunsch oder bei dem Verdacht auf eine krankhafte Veränderung weitere Untersuchungen, wie zum Beispiel Blutuntersuchungen, durchgeführt werden (Kaufuntersuchungen, 2017).

Herr Schulz sagt auch, dass es angesichts der Kosten fraglich bleibt, ob Käufer, die ein Pferd aus dem unteren Preissegment kaufen wollen, sich überhaupt für eine AKU entscheiden. Doch zeigt es zumindest seriöse Absichten aller am Kauf/ Verkauf beteiligten Personen, wenn sie sich für eine AKU entscheiden (Schulz, 2017). Die Kosten für eine AKU können zwischen €100 und €1.500 liegen. Der Unterschied ist davon abhängig, wie umfangreich die AKU ausgeführt werden soll.

Eine andere Option wäre auch, sich an anderen Onlinebörsen/ -händler zu orientieren, die mit den Verbraucherschutzmöglichkeiten, wie beispielsweise der Zahlungsmodalität PayPal zusammenarbeiten. PayPal ist eine offene digitale Bezahlplattform, die seinen fast 200 Millionen aktiven Kontoinhabern ein einfaches Bezahlen ermöglicht. Egal ob die Bezahlungen online, auf einem mobilen Gerät, in einer App oder persönlich stattfinden. Durch eine Kombination aus technologischen Innovationen und strategischen Partnerschaften schafft PayPal bessere Wege, Geld zu verwalten und zu bewegen, bietet Auswahl und Flexibilität beim Senden von Zahlungen, beim Bezahlen und dem Begleichen von Rechnungen (Über PayPal, 2017).

Deutsche Reiterliche Vereinigung (FN):

Die Deutsche Reiterliche Vereinigung - nach ihrer internationalen Bezeichnung Fédération Equestre Nationale kurz FN genannt - ist der Dachverband aller Züchter, Reiter, Fahrer und Voltigierer in Deutschland. Mit 7.593 Vereinen und fast 700.000 Mitgliedern ist die FN der achtgrößte deutsche Sportverband (Wir über uns, 2017).

Wie eben schon erwähnt, gehört die FN zu einer der größten Reitervereinigungen Deutschlands. Dadurch, dass fast alle deutschen Reiter, Freizeit- wie Turnierreiter bei dieser Vereinigung angemeldet sind, ist die FN eine gute Anlaufstelle für das Interview. In dem Interview wurde gefragt, ob es die Möglichkeit gibt, die Existenz eines Pferdes anhand eines Schreibens der Vereinigung zu beweisen und ob die FN solch ein Schreiben ausstellen würde. Des Weiteren wurde gefragt, ob das Ausstellen dieses Schreibens noch extra Kosten mit sich bringen würde und ob es den Interessenten mehr Sicherheit geben kann.

Beantwortet wurde die Mail von Bärbel Janning, Justizrätin bei der FN. Frau Janning beantwortet die E-Mail wie folgt: „Die Ausstellung, der von Ihnen angedachten Bestätigungen ist schwierig, weil wir nicht dafür garantieren können, dass die bei uns gespeicherten Daten korrekt sind. Wir wissen nur immer das, was uns von den Pferdebesitzern etc. mitgeteilt wird. Überprüfen können wir es nicht.

Wir können mit anderen Worten keine vollständig zuverlässige Auskunft geben. Darüber hinaus ist aus datenschutzrechtlichen Gründen eine Auskunft/Bestätigung nur an die bei uns hinterlegten Besitzer selbst möglich“ (Janning, 2017).

Mit der Aussage von Frau Janning ist deutlich geworden, dass eine Vereinigung wie die FN keinen Beitrag zur Sicherheit von Interessenten bieten kann. Dadurch, dass die FN selbst keine Garantie auf die Glaubwürdigkeit der Daten geben kann, ist es nicht möglich, von ihnen ein Bestätigungsschreiben über die Existenz des Anbieters zu erhalten.

Uelzener Versicherung:

Seit 1989 gibt es die Uelzener Versicherung. Hier können Tierliebhaber nicht nur Pferde, sondern auch Hunde oder Katzen versichern lassen. Da die Uelzener Versicherung einer der bekanntesten und beliebtesten Versicherungen bei den Reitern ist, wurde sie für das Interview ausgefällt.

Das Gespräch wurde telefonisch mit Herrn Dr. Felix Garlipp, Produkt- und Key Account Manager bei der Uelzener Versicherung durchgeführt. Bei dem Telefonat ging es auch um das Thema Existenznachweis und ob die Möglichkeit besteht, dass die Uelzener Versicherung ein Dokument als Beweis ausstellen kann. Genau wie bei der FN geht das leider auch bei der Uelzener Versicherung aus Datenschutzgründen nicht.

Herr Garlipp sagt auch, dass sie die Daten auch nur von den Kunden bekommen und diese nicht weiter kontrollieren. Ausschließlich bei den Kunden, die für ihre Pferde eine Lebensversicherung abschließen, bestünde die Möglichkeit auf eine Bescheinigung. Allerdings wird diese Lebensversicherung nur von Kunden abgeschlossen, die im Besitz von Pferden sind, die um die 50.000 Euro oder mehr wert sind. Selbst dann schließen auch nur 1% der Kunden solch eine Versicherung ab, da sie sehr kostspielig ist. Sollten Pferde aber über eine Lebensversicherung verfügen, ist die Garantie, dass das Pferd existiert zu 100% gesichert, da diese Pferde von Mitarbeitern der Versicherung aufgesucht werden.

4.2.3 Interview mit ehorses

Der Inhalt dieser Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema Betrug und dem Erstellen eines Bewertungssystems für Anbieter auf Onlinepferdemärkte wie ehorses. Um solch ein Bewertungssystem errichten zu können, ist es wichtig in Erfahrung zu bringen, nach welchen Kriterien die Nutzer die Anbieter bewerten können und welche Bewertungskriterien von Belang sind. Zu diesen zwei Themen wurde ein Gespräch mit dem Onlinepferdemarkt ehorses geführt. ehorses ist Europas führender Onlinepferdemarkt und eignete sich aus diesem Grund hervorragend für das Gespräch.

Bei ehorses gibt es zwei Sorten Kunden: den Anbieter und den Interessenten. Das Ziel der Anbieter ist es, über die Plattform von ehorses ihre Pferde zu verkaufen. Diese unterscheiden sich wiederum auch in zwei Gruppen. Es gibt den Standardanbieter und den Topseller. Bei den Standardanbietern handelt es sich um die Anbieter, die nur einmalig ein Pferd über die Plattform verkaufen möchten. Meistens sind das Freizeitreiter und Amateurtourier. Die Standardanbieter zahlen bei ehorses monatlich einen maximalen Betrag, von 39,99 Euro und können dann ein bis zwei Pferde inserieren. Ab dem dritten Pferd müssen sie einen Aufpreis von 19,99 Euro bezahlen.

Topseller sind Anbieter, welche regelmäßig, über das ganze Jahr verteilt, Pferde inserieren möchten. Meistens handelt es sich dabei um Züchter oder Pferdehändler. Diese Gruppe von Anbietern hat bei ehorses die Möglichkeit, ein Abonnement von drei, sechs oder zwölf Monaten abzuschließen. Abhängig von der Laufzeit, kosten diese Abonnements unterschiedlich viel und es können unbegrenzt Pferde inseriert werden.

Laut ehorses kommen nur die Topseller für das Bewertungssystem in Frage. Diese Gruppe der Anbieter verfügt auch über die sogenannte Verkäuferwebsite, über die in dem Paragraphen 4.1 schon einmal gesprochen wurde. Des Weiteren sind diese Anbieter regelmäßig auf der Plattform aktiv und können so auch von den Interessenten bewertet werden. Standardanbieter sind oftmals nur einmalig bei ehorses aktiv und dann hat es wenig Sinn, diese Gruppe von Anbietern zu bewerten.

Die Bewertungen werden, von den Interessenten ausgestellt. Damit Bewertungen nicht überhand nehmen und überschaubar und für den Nutzer auswertbar bleiben, sollten die Interessenten die Anbieter nur dann bewerten können, wenn sie auch Kontakt mit dem Anbieter aufgenommen haben. und sich ernsthaft für das Inserat interessieren. Die Interessenten können bei ehorses über ein Kontaktformular mit den Anbietern Kontakt aufnehmen. Über eine Verlinkung, die nach dem Versenden des Kontaktformulars, in einer E-Mail an den Interessenten verschickt wird, kann der Interessent dann den Anbieter bewerten. Interessenten, die sich nur das Inserat anschauen, kommen nicht in Frage, um Anbieter bewerten zu können.

Nachdem geklärt wurde, welche Nutzer Bewertungen abgeben können und welche bewertet werden können, ist anschließend noch zu klären, was wichtige Bewertungskriterien sind. In der Umfrage, die in Paragraf 4.1 ausgewertet wurde, wurden schon einige wichtige Kriterien genannt. Zudem wurde auch noch ehorses zu diesem Thema befragt, denn ihre Meinung ist bei diesem Thema auch sehr wichtig. Schließlich sollen durch die Bewertungen schlechte Anbieter oder sogar Betrüger gefunden werden. Um das tun zu können, ist es auch gut zu wissen, welche Kriterien für ehorses von Belang sind.

In einem weiteren Telefongespräch mit der Geschäftsleitung von ehorses, wurde besprochen welche Bewertungskriterien für ehorses von Wichtigkeit sind. Hierbei gab Lena Büker an, dass sie sich bei diesem Thema nach dem Markt richten wollen. Um eine grobe Richtung und Vorstellung zu bekommen gab Frau Büker die folgenden Bewertungskriterien an:

- Wie schnell Antworten die Anbieter
- Stimmen die Daten in der Anzeige mit dem tatsächlichen Pferd überein
- Wie verlief die Kommunikation mit dem Anbieter

Im Vergleich mit den Angaben der Teilnehmer und die von ehorses ist zu erkennen, das beide Parteien eine gleich Richtung betreffend der Bewertungskriterien einschlagen. Dies erleichtert die Erstellung eines Bewertungssystems sehr und ist somit eine große Hilfe für die Onlinepferdemärkte, welche in der Zukunft mit einem Bewertungssystem arbeiten möchten.

5. Diskussion

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es herauszufinden, „Wie Verkäuferebewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen können und Betrugsfälle im Internet vermindert werden.“ Mit dieser Arbeit sollen Onlinepferdemärkte eine Möglichkeit und Übersicht geboten bekommen, wie sie ihre Website vor Betrugsanzeigen schützen können und damit das Vertrauen zu ihren Kunden stärken können. Des Weiteren soll das Ergebnis dieser Arbeit, also das Bewertungssystem, Kunden helfen, sich bei einem potenziellen Ankauf eines Pferdes voll und ganz auf den Verkäufer verlassen zu können.

Für eine genaue Antwort wurde eine Umfrage gestartet, welche sich an die Kunden der Onlinepferdemärkte richtet. Die Umfrage wurde mit dem Programm „Google Forms“ erstellt und über die Facebook Seite des Betriebes ehorses geteilt. Um die Hauptfragen beantworten zu können, wurden als erstes die Antworten der Umfrage ausgewertet, um damit die acht Teilfragen beantworten zu können.

5.1 Wichtige Ergebnisse

Um die Hauptfrage der Bachelorarbeit beantworten zu können, wurden als erstes die Ergebnisse der Umfrage ausgewertet. Diese wurden in verschiedene Teile unterteilt. Einmal in die Antworten der Interessenten für die zwei Themen „Betrug“ und „Existenznachweise“ und das Selbe noch einmal für die Anbieter.

Gestartet wurden mit dem Thema Betrug. Bei den Anbietern finden es mehr als die Hälfte (85,4%) der Teilnehmer gut, wenn sie die Anbieter bei Onlinepferdemärkten bewerten könnten. Verglichen mit den Teilnehmern der Anbieter, finden es hier 50% gut und 37,5% der Teilnehmer sehr gut, wenn sie durch Interessenten bewertet werden könnten. Es folgten Fragen zu dem Aufbau des Bewertungssystems. Zwischen Interessenten und Käufern gab es hier beinahe eine Übereinstimmung. Bei der Frage, mit welchen Mitteln das System aufgebaut werden soll, waren sich beide Parteien darüber einig, dass es sich hierbei um einen Mix von Multiple-Choice-Fragen und dem Sternensystem handeln soll.

Auch bei den Bewertungskriterien gab es Übereinstimmungen. Die Interessenten finden es sehr wichtig, wenn sie Anbieter auf Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und der Darstellung des Inserates bewerten können. Auch der Gesundheitszustand des Pferdes spielte eine wichtige Rolle. Dieses Kriterium kann allerdings nur dann bewertet werden, wenn die Interessenten sich das jeweilige Pferd schon einmal angesehen haben. Die Anbieter finden es sehr wichtig, wenn die Interessenten sie auf die Kriterien Seriosität, Ehrlichkeit und Vertrauen gegenüber den Interessenten bewerten könnten.

Anschließend wurden beide teilnehmende Parteien der Umfrage gefragt, wie sie über den Einfluss des Bewertungssystems auf das Kaufverhalten denken. Vor allem die Interessenten gaben bei dieser Frage in großer Mehrzahl an, dass die Bewertung ihr Kaufverhalten beeinflussen kann. Dazu muss noch gesagt werden, dass die Interessenten im Voraus gefragt wurden, ob sie Angst vor Betrug haben, wenn sie über einen Onlinepferdemarkt ein Pferd kaufen möchten. 56,1% gaben an, dass sie tatsächlich Angst vor Betrug haben und dass sie sich auf jeden Fall sicherer fühlen würden, wenn man die Anbieter bewerten könnte. Bei den Anbietern denken um die 37,5%, dass eine Bewertung Einfluss auf das Kaufverhalten der Interessenten hat.

In dem zweiten Teil der Umfrage wurden Interessenten und Anbieter zum dem Thema Existenznachweise befragt. Mit Existenznachweise sind Dokumente gemeint, die die Existenz von Anbietern und den jeweiligen Verkaufspferden nachweisen können. 70,7% der befragten Interessenten denken, dass diese Beweise ihnen mehr Vertrauen und Sicherheit geben können.

Die Anbieter denken über dieses Thema genauso und denken dass es mehr Vertrauen bringen kann. Anschließend wurden die Teilnehmer noch gefragt, was sie sich als geeignetes Beweismittel vorstellen könnten. In der Umfrage bekamen die Teilnehmer (Interessenten wie Anbieter) verschiedene Auswahlmöglichkeiten. Beide Parteien haben sich für die Besitzerurkunde und den Personalausweis entschieden. Die Interessenten würden gerne über die Website des Anbieters darüber informiert werden, dass der jeweilige Anbieter über solch ein Dokument verfügt. Die Anbieter wurden in ihrem Teil der Umfrage danach gefragt, ob sie es sich vorstellen könnten, mit Tierärzten, Versicherungen und/ oder Vereinigungen zusammenzuarbeiten. Unter dieser Zusammenarbeit wird dann verstanden, dass die Anbieter sich von diesen Parteien eine Bescheinigung ausstellen lassen würden in der bestätigt wird, dass sowohl der Anbieter als auch das Pferd existieren.

In dem zweiten Teil des Kapitels 4, der qualitativen Untersuchung, wurden die Ergebnisse der Interviews mit der Pferdeklinik Seeburg, der Deutschen Reiterlichen Vereinigung und der Uelzener Versicherung ausgearbeitet. In den Interviews wurden die drei Parteien dazu befragt, ob es möglich ist, dass Bescheinigungen ihrerseits ausgestellt werden können. Die Pferdeklinik Seeburg gab als Antwort, dass als Ersatz für eine Bescheinigung die Ankaufsuntersuchung eine bessere Lösung wäre. Bei der Ankaufsuntersuchung werden die Papiere und der Chip des Pferdes kontrolliert, wodurch eine versuchte Fälschung vermieden werden kann. In den Papieren der Pferde müssen auch die Daten der Besitzer stehen. Des Weiteren schlug die Pferdeklinik Seeburg vor, dass die Onlinepferdemärkte mit einer Verbraucherschutzmodalität wie PayPal zusammenarbeiten könnten.

Die Deutsche Reiterliche Vereinigung gab zu verstehen, dass sie leider bei dem Thema Existenznachweis nicht wirklich weiterhelfen könne, da sie auch nur über die Daten verfügen, die sie von den Pferdebesitzern erhalten haben. Sie können leider nicht kontrollieren, ob diese Daten auch der Wirklichkeit entsprechen. Mit dieser Aussage kann geschlussfolgert werden, dass die Deutsche Reiterliche Vereinigung bei dem Thema Existenznachweise wegfällt.

Die Befragung der Uelzener Versicherung ergab, dass es hier leider auch nicht möglich ist, eine Bescheinigung auszustellen. Nur für Pferde, die über eine Lebensversicherung verfügen, könnte eine Bescheinigung von den Besitzern vorgelegt werden. Allerdings verfügt nur 1% der Kunden der Uelzener Versicherung darüber.

In der qualitativen Untersuchung wurde auch noch über das Thema Mehrwert bei Verkäuferbewertungen gesprochen. Die Verkäuferbewertungen haben hohe Bedeutungen und gelten heute als einer der wichtigsten Informationsquellen für die Meinungsbildung bei einem Produkt oder einer Dienstleistung. Für Onlinemärkte dienen die Bewertungen auch als Werbemaßnahmen zur Kundengewinnung im Internet oder auch zur Neukundengewinnung durch Empfehlungsmarketing. Die Meinungen der Kunden sind sehr wichtig und können dafür sorgen, dass die Umsätze der Onlinemärkte deutlich steigen.

Doreen Lewis von ImmobilienScout24 sagt zu diesem Thema, dass der Mehrwert eher für die Kunden, als für das Unternehmen zu erkennen ist. Durch die Bewertungen haben die Interessenten oder zukünftigen Auftraggeber bereits im Vorfeld die Möglichkeit sich über die Anbieter der Immobilien zu informieren.

Zu dem Thema Mehrwert wurde auch noch Lena Büker von ehorses interviewt. Für Frau Büker haben die Verkäuferbewertungen den Vorteil, dass sie damit einen USP gegenüber der Konkurrenz kreieren. Des Weiteren will ehorses ein transparenter Marktplatz sein, der dem Kunden das beste Usererlebnis bieten möchte. Auch wurde in einem weiteren Interview besprochen, welche Nutzer bewerten können und welche bewertet werden können.

Das Gespräch mit ehorses ergab, dass für die Bewertungen nur die Topseller in Frage kommen, da sie regelmäßig Pferde inserieren. Des Weiteren können nur Interessenten die Anbieter bewerten, welche in Kontakt mit einem Anbieter standen.

Dies sind die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung und anhand dieser Informationen kann die Hauptfrage dieser Bachelorarbeit beantwortet werden.

5.2 Reflexion der Studie

In dem folgenden Paragrafen wird die vorliegende Untersuchung reflektiert. Dabei wird beschrieben, welche Methoden der Untersuchung zielführend waren und welche rückblickend als hinderlich bewertet werden. Anschließend wird das Optimierungspotential dieser Untersuchung diskutiert.

Der Prozess:

Die Ausarbeitung der Arbeit wurde mit dem Erstellen einer online Umfrage begonnen. Die Umfrage wurde mit dem Programm Google Forms erstellt. Es war der Plan, mit Hilfe der Umfrage ausreichend Teilnehmer der Zielgruppe zu erreichen, um zu erfahren wie diese über Betrug denken und was sie von einem Bewertungssystem halten würden. Hierbei gab es eine Enttäuschung, da ich eine größere Anzahl an Teilnehmern erwartet habe. Ca. 100 Teilnehmer wären günstig gewesen, um die Aussagefähigkeit der Untersuchung zu untermauern. Leider betrug die reale Anzahl der Teilnehmer 50% der gewünschten Anzahl.

Bezüglich dieses Rückschlages sollte bei einer Folgestudie darauf geachtet werden, dass mehr Menschen an der Umfrage teilnehmen. Um dieses Ziel erreichen zu können, sollte ein Thema gewählt werden, womit man eine größere Zielgruppe ansprechen kann. Die Zielgruppe dieser Untersuchung war sehr spezialisiert und dadurch recht klein. Um die Publikation der Umfrage zu verbessern, sollte man probieren, die Umfragen direkt der Zielgruppe zukommen zu lassen und nicht drauf hoffen, dass die Umfrage durch Zufall entdeckt und ausgefüllt wird.

Das Ergebnis der Untersuchung ist sehr zufriedenstellend. Mit Hilfe der Umfrage und den Interviews konnte herausgefunden werden, was die Zielgruppe bewegt, wie sie über ein Bewertungssystem denkt und wie man sie mit Hilfe des Bewertungssystems schützen könnte.

In der Empfehlung kann mit Hilfe der Ergebnisse beschrieben werden, wie die Onlinepferdemärkte mit Hilfe eines Bewertungssystems ihre Kunden schützen können und ihnen mehr Vertrauen vermitteln können. Des Weiteren wird erklärt, wie das Bewertungssystem aufgebaut werden könnte und wie der Onlinepferdemarkt es einsetzen kann.

Die Methode:

Das Gesamtergebnis der Untersuchung ist, wie schon erwähnt, sehr zufriedenstellend. Durch die Ergebnisse kann eine Idee entwickelt werden, wie das Bewertungssystem aussehen könnte. Um das Resultat abrunden zu können, wäre eine Zusammenarbeit mit Tierärzten und/oder Versicherungen eine gute Entwicklung. Die Zusammenarbeit mit der Vereinigung kommt nicht in Frage, da diese nicht über hundertprozentig zuverlässige Informationen verfügen.

Um die Ergebnisse der Umfrage noch aussagefähiger zu machen, hätte man im Voraus eine geringe Teilnehmerzahl einkalkulieren müssen. Um diesem Problem entgegen zu wirken, hätte man die Teilnehmer persönlich kontaktieren müssen. Dies war bei dieser Untersuchung nicht der Fall. Des Weiteren können bei einer Umfrage unerwartete Probleme auftreten, welche die Genauigkeit der Ergebnisse verfälschen könnten. Als Ersteller einer Umfrage muss man ganz und gar den Teilnehmern vertrauen und darauf hoffen, dass diese die Fragen wahrheitsgemäß ausfüllen. Falsche Aussagen verfälschen das Ergebnis der Umfrage und fügen somit auch der Studie Schaden zu.

Bei dieser Studie wurde davon ausgegangen, dass alle Teilnehmer die Fragen ehrlich und gewissenhaft ausgefüllt haben. Bezüglich des Bewertungssystems wäre eine weitere Studie sinnvoll. Eine Option wäre es, ein Test Bewertungsformular zu erstellen und das an die Kunden eines Onlinepferdemarktes direkt schicken. Mit Hilfe einer Rückfrage kann dann erhoben werden, was die aktiven Kunden von diesem Bewertungssystem, halten und ob sie noch Verbesserungsvorschläge hätten.

5.3 Vergleich der quantitativen und qualitativen Untersuchung

Die quantitative Untersuchung wurde mit Hilfe einer online Umfrage unterstützt. Dadurch konnte herausgefunden werden, dass die Kunden von Onlinepferdemärkten es sehr wichtig finden, Anbieter bewerten zu können. Es schafft so mehr Vertrauen zwischen den beiden Parteien und den Kunden kann die Angst vor einem Betrug genommen werden. Auch die Anbieter wurden in dieser Umfrage zu ihrer Meinung über ein Bewertungssystem befragt. Ihre Antworten passen sich gut den Antworten der Interessenten an. Beide Parteien sind für ein Bewertungssystem. Dasselbe gilt auch für den Aufbau des Bewertungssystems. Hier sind sich ebenfalls beide Parteien sehr einig.

In der Umfrage ging es auch um das Thema Existenznachweise und was die jeweiligen Parteien davon halten. Die Teilnehmer konnten angeben, was sie als geeignete Beweismittel anaerkennen. Hier kam heraus, dass der Personalausweis des Anbieters und die Besitzerurkunde des Pferdes gute Beweismaterialien wären. Außerdem wurde in der Umfrage danach geforscht, was die Kunden eines Onlinepferdemarktes davon halten, wenn Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen ebenfalls als Beweismittel dienen würden.

Bei der qualitativen Untersuchung wurde dann mittels Interviews erfragt, ob es sich die oben genannten Unternehmen vorstellen könnten, mit einem Onlinepferdemarkt auf diese Weise zusammenzuarbeiten. Die Interviews ergaben unter anderem, dass eine Vereinigung, so wie die FN nicht viel dazu beitragen könnte. Denn die Daten, über die sie verfügen, erhalten sie ausschließlich von den Besitzern und diese können sie nicht auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen.

Als Schlussfolgerung kann gesagt werden, dass beide Untersuchungsmethoden ein zufriedenstellendes Ergebnis geliefert haben. Anhand dieser Informationen kann eine Empfehlung an einen Onlinepferdemarkt ausgestellt werden.

5.4 Verbindung der Teilfragen

Die acht Teilfragen, die in dem Paragraphen 1.3 aufgezählt werden, bauen alles aufeinander auf. Die Ergebnisse, die aus der quantitativen und qualitativen Untersuchung ermittelt wurden, dienen zur Beantwortung der Teilfragen. Diese werden dann in Kapitel sechs beantwortet.

Als erstes wird geklärt, welchen Mehrwert eigentlich die Verkäuferbewertungen haben. Dies wurde durch Desk Research und Interviews beantwortet. Anschließend wurde mit Hilfe der Umfrage die Wichtigkeit eines Bewertungssystems und deren Wirkung auf die Kunden eines Onlinepferdemarktes verdeutlicht. In der zweiten Hälfte der Teilfragen, ging es um die Beweismittel mit denen Anbieter beweisen können, dass sie und das Pferd, welches verkauft werden soll, auch wirklich existieren.

Im vierten Kapitel wurden erst die Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Untersuchung ausgewertet und beschrieben. Es wurde sich für diesen Vorgang entschieden, da ansonsten das Lesen der Bachelorarbeit sehr undeutlich geworden wäre. So entstand eine strukturierte Arbeit mit flüssigen Übergängen.

6. Schlussfolgerung und Empfehlung

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, zu verdeutlichen wie wichtig ein Bewertungssystem für Onlinepferdemärkte ist, um das Vertrauen der Kunden zu stärken. Das Ergebnis dieser Arbeit soll den beteiligten Unternehmen die Wichtigkeit und Effizienz eines Bewertungssystems verdeutlichen.

Mit Hilfe der Ergebnisse, die in Kapitel 4 dargestellt wurden, werden in diesem Kapitel die Antworten auf die Teilfragen gegeben. Eventuelle Prozentangaben die gemacht werden, stammen von den Grafiken aus Kapitel 4. Mit dem Beantworten der Teilfragen, kann des Weiteren die Hauptfrage dieser Bachelorarbeit beantwortet werden.

1. Welchen Mehrwert hat die Verkäuferbewertung?

Bewertungen dienen Onlinemarktplätzen unter anderem zur Kundengewinnung durch Empfehlungsmarketing. Kunden können die Anbieter auf verschiedenste Kriterien hin beurteilen. Ihre Bewertung ist eine wichtige Informationsquelle für die Meinungsbildung zu Produkten oder Dienstleistungen. Des Weiteren kann die Empfehlung der Kunden auch dafür sorgen, dass die Umsätze der Betriebe steigen und dass die Betriebe im Google-Ranking auf den ersten Plätzen stehen.

Für die Immobilienplattform ImmobilienScout24 entsteht Mehrwert eher für die Kunden, als für das Unternehmen selbst. Für ehorses bedeutet Mehrwert, dass sie ein transparenter Marktplatz sein möchten und mit der Verkäuferbewertung einen USP gegenüber der Konkurrenz haben.

2. Was sind relevante Bewertungskriterien?

Der Kern eines Bewertungsformulars sind die jeweiligen Kriterien, nach denen die Anbieter bewertet werden können. Die Untersuchung ergab die folgenden Bewertungskriterien für die Anbieter:

- Ehrlichkeit
- Zuverlässigkeit
- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit Anbieter
- Reaktionszeitraum
- Übereinstimmung des Inserates mit der Realität
- Aufbau und Vollständigkeit des Inserates

Zum Vergleich und zur Vervollständigung wurde auch der Onlinepferdemarkt ehorses gefragt, was für sie wichtige Bewertungskriterien wären. ehorses gab die folgenden Kriterien an:

- Reaktionszeitraum der Anbieter
- Übereinstimmung Daten mit den tatsächlichen Pferd
- Kommunikation mit dem Anbieter

Des Weiteren möchte ehorses sich nach dem Markt richten und die Kriterien in das Bewertungssystem einbauen, welche die Kunden für wichtig empfinden.

3. Welche Nutzer können Bewertungen erstellen und bewertet werden?

In einem Gespräch mit ehorses wurde geklärt, welche Nutzer (Interessenten und Anbieter) für das Bewertungssystem in Frage kommen. Das Gespräch ergab, dass nur die Topseller bewertet werden können, da diese regelmäßig Pferde bei ehorses inserieren. 50% der Anbieter geben an, dass sie es gut finden und 37,5% finden es sehr gut, wenn sie durch Interessenten bewertet werden. Bei den Interessenten finden 85,4% das Bewertungssystem eine sehr gute Idee und sie würden auch die Anbieter bewerten wollen. Des Weiteren verfügen die Anbieter auch über die sogenannte Verkäuferwebsite. Auf dieser Website könnten die Bewertungen für die Interessenten angezeigt werden.

Nach einer ausführlichen Untersuchung der Kunden von Onlinepferdemärkten wurde festgestellt, dass 12,5% der befragten Anbieter es nicht möchten, dass die Bewertungen auf ihren Websites erscheinen.

Im weiteren Verlauf der Untersuchungen stellte sich auch heraus, dass die Standardanbieter nicht für die Bewertungen geeignet sind.

Zudem können die Anbieter nur von Interessenten bewertet werden, die über das Kontaktformular mit dem Anbieter in Kontakt getreten sind. Bei einer weiteren ausführlichen Untersuchung mit den Interessenten eines Onlinepferdemarktes stellte sich auch heraus, dass 61% der Interessenten es gut finden, wenn die Bewertungen der Anbieter auf den Verkäuferwebsites angezeigt werden. 9,8% möchten die Bewertungen lieber bei dem Onlinepferdemarkt anfragen.

4. Wie werden Bewertungen ausgegeben und angezeigt?

Ein Bewertungssystem kann sehr unterschiedlich aufgebaut sein, um die Meinungen der Kunden so gut wie möglich auffangen zu können. Dafür gibt es die verschiedensten Fragetypen, mit denen die Kunden eines Onlinepferdemarktes konfrontiert werden können. In der Untersuchung wurden Kunden dazu befragt und sie gaben die folgenden Antworten:

Die Interessenten bevorzugen ein Bewertungsformular, das nicht mehr als zehn Fragen umfasst. Des Weiteren würden sie ein Formular präferieren, das aus Multiple-Choice-Fragen (51,2%) und/oder aus dem Sternensystem (36,6%) besteht. Ein geringer Teil (12,2%) gibt an, dass das Formular auch aus offenen Fragen bestehen kann.

Bei den Anbietern teilt sich die Meinung über die Anzahl an Fragen in zwei Antworten auf. 62,5% möchten, dass die Bewertung nicht mehr als fünf Fragen umfasst und 37,5% sagen, dass es ruhig bis maximal zehn Fragen sein dürfen. Die Anbieter bevorzugen bei den Fragetypen eher das Sternensystem, sind aber bei den Multiple-Choice-Fragen auch nicht ganz abgeneigt.

Um beide Parteien zufrieden zu stellen, wäre ein Mix aus Multiple-Choice-Fragen und dem Sternensystem eine gute Option. Den Umfang des Formulars kann man auf 5-7 Fragen eingrenzen und somit beide Parteien zufrieden stimmen.

Über eine Verlinkung, die nach dem Versenden des Kontaktformulars, in einer E-Mail an den Interessenten verschickt wird, kann der Interessent dann den Anbieter bewerten. Eine andere Option wäre, dass das Bewertungsformular schon auf den Verkäuferwebsites angezeigt wird und dass die Interessenten diese selbständig aufsuchen können. 36,6% der Interessenten bevorzugen die zweite Option und 31,7% möchten gerne die Verlinkung per E-Mail zugeschickt bekommen.

5. Welchen Einfluss haben die Bewertungen auf die Kaufentscheidungen?

Ziel dieser Arbeit ist es, die Interessenten vor Betrügern zu schützen. Bei der Befragung gaben 29,3% der Teilnehmer an, dass sie Angst vor Betrug haben, 56,1% fühlen sich beim Onlinehandel unsicher. Und 9,8% hat keine Angst vor dem Betrug. Angst kann die Entscheidung zum Kauf eines Pferdes stark beeinflussen. Bei den Teilnehmern sagen mehr als die Hälfte, dass ihnen eine Kaufentscheidung schwerfällt und sie sich zur Not Rat von Experten holen.

Das Bewertungssystem soll den Kunden eines Onlinepferdemarktes die Angst vor dem Betrug nehmen. Bei den Interessenten fühlen sich 78% viel sicherer, wenn die Anbieter bewertet werden und ein Bewertungsformular auf ihren Websites zu stehen haben. Anhand dieses Formulars können die Interessenten abmessen, wie vertrauenswürdig der jeweilige Anbieter ist.

Durch die Bewertungen können sich Interessenten besser eine Meinung über den Anbieter bilden. Diese Bewertung kann dann auch die Kaufentscheidung eines Interessenten beeinflussen.

Die Untersuchung ergab, dass eine Verkäuferbewertung die Kaufentscheidungen beeinflussen kann und dass Kunden sich davon leiten lassen.

6. Wie können Verkäufer nachweisen, dass das Pferd auch wirklich existiert?

Das größte Problem beim Betrug auf Onlinepferdemärkten ist, dass Pferde inseriert werden, die nicht existieren. Existenznachweise der jeweiligen Pferde helfen dabei, das Problem zu verringern. Es würde vor allem den Interessenten mehr Sicherheit und Vertrauen geben (70,7%). Auch die Anbieter denken, dass ein Existenznachweis des Pferdes mehr Vertrauen zwischen Interessenten und Anbieter bringt (62,5%).

Die Untersuchung ergab, dass sowohl die Interessenten, als auch die Anbieter die Besitzerurkunde des Pferdes für ein geeignetes Nachweismittel halten. Jeder Pferdebesitzer muss über solch eine Besitzerurkunde verfügen. Dieses steht demjenigen zu, der im Sinne des BGB (Bürgerliches Gesetzbuch) Eigentümer des Pferdes ist.

7. Dürfen Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen als Beweis dienen?

Um die Existenz des Pferdes und dessen Anbieter nachweisen zu können, kann man auch noch eine andere Möglichkeit in Betracht ziehen. Diese wäre, dass die Anbieter eine Bescheinigung von Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen vorlegen müssen, wenn sie Pferde ab einem bestimmten Wert inserieren. Dieser Wert kann von den Onlinepferdemärkten individuell festgelegt werden. Pferdebesitzer, die ihre Pferde bei Onlinepferdemärkten inserieren, würden auch mit den oben genannten Parteien zusammen arbeiten (62,5%).

Tierärzte meinen zu diesem Thema, dass es am einfachsten wäre, wenn die Interessenten eine Ankaufsuntersuchung vorschlagen. Das Pferd muss bei dem untersuchenden Tierarzt vorgestellt werden, wird dort durch den Equidenpass und evtl. Mikrochip identifiziert und der Käufer erhält zusätzlich einen Status quo über den Zustand und die Befunde des Pferdes am Untersuchungstag. Eine andere Option wäre es, wenn Onlinepferdemärkte mit dem Verbraucherschutz zusammenarbeiten und eine Zahlungsmodalität wie zum Beispiel PayPal einführen würden.

Die Vereine sehen gar keine Möglichkeiten, um Dokumente für die Anbieter auszustellen, da sie ausschließlich über die Daten verfügen die sie von den Pferdebesitzern erhalten haben und Kontrollmöglichkeiten fehlen.

Die Uelzener Versicherung sieht nur bei Kunden, die über eine Lebensversicherung für ihr Pferd verfügen, die Möglichkeit einen Bescheinigung auszustellen. Das betrifft allerdings auch nur 1% des Kundenstammes.

8. Mit welchen Mitteln können Verkäufer nachweisen, dass sie auch wirklich existieren?

In Teilfrage sechs wurde bereits erwähnt, was als Nachweis für die Existenz der Pferde dienen kann. In dieser Teilfrage wird geklärt, was die Anbieter als Existenznachweis nutzen können. Dazu wurden die Interessenten und die Anbieter befragt. Hieraus ergab sich, dass beide Parteien sich darüber einig sind, dass für die Anbieter der Personalausweis die beste Möglichkeit ist, um die Existenz beweisen zu können.

Es wäre eine Option, dass der Anbieter eine Kopie seines Personalausweises bei ehorses hinterlegen muss, wenn er ein Pferd ab einem bestimmten Wert inseriert, dann könnten die Interessenten bei Interesse die Einsicht des Ausweises anfragen. Eine andere Möglichkeit wäre, dass der Anbieter die Kopie seines Ausweises auf seiner Verkäuferwebsite veröffentlicht, sodass dieser von den Interessenten frei einsehbar wäre. 62,5% der Anbieter sind damit einverstanden, wenn seine persönlichen Dokumente, auf Nachfrage des Interessenten veröffentlicht werden. 12,5% sind damit einverstanden, dass diese auf der Verkäuferwebsite veröffentlicht werden und somit für jeden einsehbar sind.

Das Thema dieser Bachelorarbeit ist

„Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“

Auf Basis der durchgeführten Untersuchung und der Beantwortung der Teilfragen kann die Hauptfrage dieser Bachelorarbeit beantwortet werden. Die Untersuchung wurde mithilfe einer online Umfrage und verschiedenen Interviews durchgeführt.

Aus den Ergebnissen der Untersuchung kann Folgendes geschlussfolgert werden: Betrug auf Onlinepferdemärkten ist ein Problem, mit dem die Märkte, aber auch die Kunden konfrontiert werden. Vor allem die Interessenten, die über einen Onlinepferdemarkt ein Pferd kaufen möchten, haben mit der Angst zu tun, dass sie betrogen werden könnten.

Um diese Ängste zu lindern und den Anbietern mehr Vertrauen entgegenzubringen, wären die Interessenten dazu bereit, mit Hilfe des Bewertungssystems die Anbieter zu bewerten. Auch wenn es sie etwas Zeit kosten würde, würden sie davor nicht zurückschrecken. Auch die Anbieter möchten das Vertrauen ihrer zukünftigen Käufer stärken und unterstützen die Idee eines Bewertungssystems. Die Ergebnisse würden dann auf den Verkäuferwebsites erscheinen, sodass sich Interessenten im Voraus über den Anbieter informieren können.

Das besagte Bewertungssystem könnte aus einem Mix von Multiple-Choice-Fragen und dem Sternensystem bestehen. Ein guter Durchschnitt für die Anzahl an Fragen wären 5-7 Fragen. Als Abschluss wäre eine offene Frage geeignet, in der die Interessenten noch Anmerkungen und Kommentare abgeben können. Um das Bewertungsformular ausfüllen zu können, muss der Interessent mit dem Anbieter Kontakt aufgenommen haben. Über eine Verlinkung, die nach dem Versenden des Kontaktformulars, in einer E-Mail an den Interessenten verschickt wird, kann der Interessent dann den Anbieter bewerten.

Interessenten wie Anbieter gaben in der Untersuchung an, was für sie wichtige Bewertungskriterien wären. Für beide wären die wichtigsten Kriterien, an denen man die Professionalität eines Anbieters erkennen könnte: Ehrlichkeit, Freundlichkeit, Seriosität und Erreichbarkeit. Um einen guten Abgleich mit den Voraussetzungen eines Onlinepferdemarktes zu haben, wurde auch der Onlinepferdemarkt ehorses um eine Meinung gebeten. Laut ehorses ist der beste Weg, sich nach den Wünschen der Kunden zu richten. Zur Orientierung gab ehorses allerdings an, dass die wichtigsten Bewertungskriterien der Reaktionszeitraum der Anbieter, die Übereinstimmung der angegebenen Daten mit dem tatsächlichen Pferd und die Kommunikation zwischen Interessent und Anbieter bewertet werden müssten.

Mit dem Bewertungssystem soll nicht nur die Ehrlichkeit und Professionalität der Anbieter begutachtet werden, sondern es soll auch die Kaufentscheidungen der Interessenten unterstützen. Die befragten Interessenten, die an der Untersuchung teilgenommen haben, konnten bestätigen, dass eine Bewertung ihre Kaufentscheidung positiv oder negativ beeinflussen kann. Je nachdem wie gut oder schlecht der Anbieter bewertet wurde. Mit den Bewertungen müssen die Interessenten nicht mehr zweifeln und sich Gedanken darüber machen, ob das Inserat echt oder gefälscht ist. Das Bewertungssystem kommt allerdings nur für die Topseller eines Onlinepferdemarktes in Frage, da sie öfter Pferde inserieren.

Eine andere Möglichkeit, um sowohl die Existenz der Pferde, als auch die der Anbieter nachweisen zu können, sind Dokumente, wie die Besitzerurkunde des Pferdes und der Personalausweises des Anbieters. Bescheinigungen von Versicherungen oder Vereinigungen sind eher unwahrscheinlich, da sie keine Daten aus Datenschutzgründen herausgeben dürfen.

Zudem verfügen sie auch nur über die Daten, welche die Besitzer angegeben haben. Kontrolliert werden diese nicht. Allerdings kann die Ankaufsuntersuchung bei einem Tierarzt die Übereinstimmung des Pferdes mit den Papieren nachweisen. Anbieter würden die besagten Dokumente auch auf Nachfrage hin auf ihren Verkäuferwebsites veröffentlichen oder den jeweiligen Interessenten vorlegen.

Abschließend kann gesagt werden, dass Verkäuferbewertungen die Kaufentscheidung von Interessenten beeinflussen können, da sie dem Interessenten die Möglichkeit bieten, sich eine Meinung über den Anbieter zu bilden. Je nachdem wie die Meinungsbildung ausfällt, kann der Interessent aus seiner Überzeugung entscheiden, ob er mit dem Anbieter Kontakt aufnimmt oder nicht.

Des Weiteren dienen das Bewertungssystem, die Besitzerurkunde und/oder der Personalausweis dazu, die Existenz des Anbieters und des Pferdes nachweisen zu können. Mit der Einführung dieser Optionen, können Betrugsfälle im Internet eingeschränkt werden.

Empfehlung

In diesem Abschnitt wird eine Empfehlung an die Onlinepferdemärkte ausgesprochen. Hierbei wird hauptsächlich Bezug auf den Betrieb ehorses genommen, da dieser ein wichtiger Faktor für die Bachelorarbeit war.

Aus den Ergebnissen kann geschlossen werden, dass die Priorität zum Entwickeln und Veröffentlichen eines Bewertungssystems bei dem Onlinepferdemarkt an erster Stelle stehen werden sollte. Denn die Verkäuferbewertungen können die Kaufentscheidung von Interessenten beeinflussen und ihnen die Angst vor dem Betrug nehmen. Aus der Untersuchung kann auch geschlossen werden, dass die Anbieter offen zu solch einem Bewertungssystem stehen und darum sollte diese von dem Unternehmen weiterhin darüber informiert werden.

Eine weitere Empfehlung ist es, die Idee mit der Besitzerurkunde und dem Personalausweis auch für die Standardanbieter zu übernehmen. Damit kann auch die Existenz der Standardanbieter nachgewiesen werden. Dadurch wären beide Anbietergruppen abgedeckt und die Interessenten vor Betrug geschützt. Um keinen Rückschlag verkraften zu müssen, wäre es von Vorteil, diese Kundengruppe über die Pläne zu informieren und aufzuklären.

Literaturverzeichnis

- Bewertungsformular für Interessenten* . (2017). Von Website von: immobilienscout24.de :
<https://www.immobilienscout24.de/anbieten/gewerbliche-anbieter/tipps/anwender-tipps/anbieterbewertung/interessentenbewertung/formular.html> abgerufen
- Bewertungsportale*. (2016). Von Website von: Euroweb:
<https://www.euroweb.de/blog/bewertungsportale-im-ueberblick> abgerufen
- Brade, W. (Mai 2013). *Die deutsche Reitpferdezucht – aktueller Stand und wirtschaftliche Bedeutung*. Von Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft:
<http://buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/Brade/brade-html> abgerufen
- Büker, L. (21. Juli 2017). Mehrwert Verkäuferbewertung. (E. Stoeckel, Interviewer)
- Christina Iking, K. W. (2013). *Reiter und Pferdebesitzer in Deutschland* . Göttingen.
- Die Geschichte des Internets*. (2016). Von Website von: 1998 History:
<http://www.1989history.eu/geschichte-internet.html> abgerufen
- ehorses*. (1999). Von <http://www.ehorses.de/static/portrait> abgerufen
- EM (Elektronischer Marktplatz)*. (2017). Von Website von: ITWissen:
<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Elektronischer-Marktplatz-EM-electronic-marketplace-EM.html> abgerufen
- FN*. (1996). Von <https://www.pferd-aktuell.de/> abgerufen
- Gille, C. (2010). *Marketing im Pferdesport*. Göttingen: Cuvillier Verlag.
- Handelsverband Deutschland*. (1999). Von <http://www.einzelhandel.de> abgerufen
- Handelsverband Deutschland*. (2014). Von Website von: Alles aus dem Web:
<http://www.einzelhandel.de/index.php/presse/zahlenfaktengrafiken/item/123612-alles-aus-dem-web#> abgerufen
- Handelsverband Deutschland*. (Novembet 2016). Von E-Commerce Umsätze:
<http://www.einzelhandel.de/index.php/presse/zahlenfaktengrafiken/item/110185-e-commerce-umsaetze> abgerufen
- ImmobilienScout24*. (1998). Von Bewertung:
<https://www.immobilienscout24.de/anbieten/gewerbliche-anbieter/tipps/anwender-tipps/anbieterbewertung/interessentenbewertung.html> abgerufen
- Interessentenbewertung* . (2017). Von Website von: immobilienscout24.de:
<https://www.immobilienscout24.de/anbieten/gewerbliche-anbieter/tipps/anwender-tipps/anbieterbewertung/interessentenbewertung.html> abgerufen
- Janning, B. (13. Juli 2017). Beweise. (E. Stoeckel, Interviewer)
- Kaufuntersuchungen* . (Juli 2017). Von Webiste von: Pferdeklinik Seeburg: http://www.pferdeklinik-seeburg.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=112&lang=de abgerufen
- Kundenbewertungen* . (11. März 2014). Von Website von: Springest:
<http://ueber.springest.de/2014/03/11/kundenbewertungen-erobern-den-weiterbildungsmarkt/> abgerufen

Legimitationspapiere vom Pferd. (10 . November 2016). Von Webiste von: Magazin ehorses:
<https://magazin.ehorses.de/papiere-vom-pferd/> abgerufen

Legitimationspapiere vom Pferd. (November 2016). Von Website von: ehorses. abgerufen

Lewis, D. (31. Mei 2017). Mehrwert bei Verkäuferbewertungen. (E. Stoeckel, Interviewer)

Löchte, M. (10. Julie 2017). Zahlen, Daten und Fakten . (E. Stoeckel, Interviewer)

Panorama News Archiv. (2016). Von BarnBox Pferdewissen online:
<http://www.barnbox.de/panorama/news/studie-5-mio-verbraucher-geben-jaehrlich-67-mrd-euro-fuer-den-pferdesport/> abgerufen

Pferdeklinik Seeburg. (1995). Von Kaufuntersuchung: http://www.pferdeklinik-seeburg.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=112&lang=de abgerufen

Schulz, A. (17. Juli 2017). Interview Beweise. (E. Stoeckel, Interviewer)

Social Media. (2015). Von Website von: Statista:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/39471/umfrage/nutzer-von-facebook-nach-alter/> abgerufen

Soff, M. (2017). *Geschichte des Onlineshopping.* Von Website von: Das Internet:
http://www.dasinternet.net/geschichte_onlineshopping.php abgerufen

Statista. (2006). Von <https://de.statista.com/> abgerufen

statista. (2017). Von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/156866/umfrage/anzahl-der-straftaten-im-bereich-iuk-kriminalitaet-in-deutschland/> abgerufen

statista. (2017). Von Was sind die wichtigsten Gründe, im Internet einzukaufen?:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5204/umfrage/wichtigste-gruende-fuer-einkauf-im-internet/> abgerufen

Transponder / Chip. (9. September 2016). Von Website von: FN : <https://www.pferd-aktuell.de/fn-service/pferdepass/transponder--chip/transponder--chip> abgerufen

Über PayPal. (20. Juli 2017). Von Website von: Paypal:
<https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/about> abgerufen

Uelzener Versicherung . (1873). Von Pferdeversicherung:
<https://www.uelzener.de/pferde/versicherung.html> abgerufen

Unternehmen . (Juli 2017). Von Website von: ImmobilienScout24:
<https://www.immobilienscout24.de/unternehmen/immobilienscout24.html#j-immobilienscout24> abgerufen

Wir über uns. (20. Juli 2017). Von Website von: FN: <https://www.pferd-aktuell.de/fn/wir-ueber-uns/wir-ueber-uns> abgerufen

Zahlen & Fakten. (04. Mei 2017). Von Website von: Deutsche Reiterliche Vereinigung :
<https://www.pferd-aktuell.de/fn-service/zahlen--fakten/zahlen--fakten> abgerufen

Anhang

I. Standardanbieter und Topseller

Bei den Standardanbietern handelt es sich um Kunden, die nur einmalig ein Pferd verkaufen. Sie schließen einen Vertrag ab und können zwei Pferde kostenlos inserieren. Topseller sind Kunden die regelmäßig Pferde inserieren. Sie zahlen einmalig einen Preis für drei, sechs oder zwölf Monate und können dann unbegrenzt inserieren.

II. Website des Onlinepferdemarktes „ehorses“

The screenshot shows the eHorses website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Hilfe | Kontakt | Anmelden', a German flag, 'Premium 14 Tage GRATIS!', and a 'Jetzt inserieren' button. Below this is the eHorses logo and the text 'Europas führender Pferdemarkt'. A secondary navigation bar contains 'Pferdemarkt', 'Reitbeteiligungen', 'Kleinanzeigen', 'Anbieten', 'Magazin', 'Shop', and 'Anmelden'. The main content area displays a listing for 'Diamond Hit - Enkel mit Top Grundqualität und ersten Erfolgen'. It includes a photo of a rider on a dark brown horse, a 'Verkaufspferd' section with details (ID: 1353754, Westfale, Wallach, 3 Jahre, 167 cm, Stockmaß, Dunkelfuchs, 11.07.2017), and a seller profile for 'Hengststation Mielezko-Vekens' (Erfahrener Verkäufer, Turnier&Zuchtbetrieb, 33106 Paderborn Deutschland, +49 (0)1713284301, +49 (0)1713284301). A red button 'Anbieter kontaktieren' is visible.

Abbildung 29 Link zu "Website des Anbieters"

The screenshot shows the website for Hengststation Mielezko-Vekens. It features a logo with a horse and the letters 'JH' on a shield. The navigation bar includes 'Home', 'Pferdeinserate', 'Kontakt', and 'Impressum'. Social media icons for email, Twitter, Facebook, and Google+ are present. The main content area is titled 'Hengststation Mielezko-Vekens/Exclusive Pferde und Ponys aus Paderborn'. It provides contact information: 'Im Klee Im Klee, 33106 Paderborn, Deutschland', 'Tel.: +49 (0)1713284301', and 'Tel. 2: +49 (0)1713284301'. Under 'Angebot & Leistungen', it lists: 'Turnier&Zuchtbetrieb', 'Dressurpferde', 'Deckhengst', 'Freizeitpferde', and 'Hunter'. A photo shows a woman with a horse. Text describes their services: 'Ständig halten wir Verkaufspontys und Pferde aus eigener Zucht und Aufzucht für Sie bereit. Vom Ponyfohlen bis zum FEI-Pony, Zuchtstuten, Fohlen mit exzellenter Dressurabstammung, Springfohlen aus internationalen Mutterstämmen, hochtalentiertere Dressurpferde, einen verlässlichen Partner für das Reitsporterlebnis. Sie wollen ein Pferd kaufen oder verkaufen, sprechen Sie uns an, wir helfen Ihnen gerne. Es stehen Ihnen in diesem Jahr 11 Deckhengste von der Hengststation Jill Mielezko-Vekens zur Verfügung. Sie finden uns auch auf: www.mielezko.com . Mit freundlichen Grüßen Jill Mielezko-Vekens'.

Abbildung 30 Ausschnitt einer Verkäuferseite

III. Inserat

Sympathische kleine Stute








Verkaufspferd
ID: 1361257

Preiskategorie C
5.000 bis 10.000 €

Hannoveraner
Stute
5 Jahre
160 cm, Stockmaß
Fuchs
29.07.2017

 Erfahrener Verkäufer
Steffen Brunkhorst
 27446 Selsingen Deutschland
 +49 (0)15222899625

Anbieter kontaktieren

-  Zur Merkliste hinzufügen
-  Inserat ausdrucken
-  Kaufvertrag herunterladen
-  Transport-Service
-  Inserat beanstanden







Abbildung 31 Inserat ehorses (ehorses, 2017)

Details
Anbieter
weitere Inserate (19)

Rasse	Hannoveraner	Standort	27446 Selsingen
Geschlecht	Stute		Deutschland
Alter	5 Jahre		
Stockmaß	160 cm		
Farbe	Fuchs		
Hauptdisziplin	Dressur		

Erfolge zum Pferd





Beschreibung

Deutsch
Englisch
Niederländisch

Sympathische kleine Stute von Vivaldi - Espri, die mit ihrem ausgeglichenen Charakter, sehr guter Rittigkeit und soliden Grundgangarten überzeugt. Eine Empfehlung für den kleinen Reiter für Dressur und Sport.

Bitte nur telefonische Anfragen, E-Mails werden nicht beantwortet.

Abbildung 32 Inserat ehorses II (ehorses, 2017)

IV. Equidenpass

<h1>EQUIDENPASS</h1> <p>PASSPORT FOR EQUIDAE PASSEPORT POUR EQUIDES</p> <p>Dient nicht als Zuchtbescheinigung / Does not serve as breeding certificate / Ne sert pas de certificat d'élevage</p>  <p>Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V.</p>	<p>UELN (Universal Equine Life Number) Name/name/nom</p> <input type="text"/>		
	<p>FEI-Nr./FEI-No./No. FEI FEI-Name/FEI-name/FEI-nom</p> <input type="text"/>		
	<p>FEI:</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>Tag der Ausstellung Date of issue Date d'émission</p> </td> <td> <p>Alle 4 Jahre zu verlängern durch die Nationale Föderation To be validated every 4 years by National Federation À renouveler tous les 4 ans par la Fédération Nationale</p> </td> </tr> </table>	<p>Tag der Ausstellung Date of issue Date d'émission</p>	<p>Alle 4 Jahre zu verlängern durch die Nationale Föderation To be validated every 4 years by National Federation À renouveler tous les 4 ans par la Fédération Nationale</p>
	<p>Tag der Ausstellung Date of issue Date d'émission</p>	<p>Alle 4 Jahre zu verlängern durch die Nationale Föderation To be validated every 4 years by National Federation À renouveler tous les 4 ans par la Fédération Nationale</p>	
<p>Dient nicht zum Nachweis des Eigentums / Does not serve as proof of ownership / Ne sert pas de preuve de propriété</p>			

Abbildung 33 Deckblatt (Legimitationspapiere vom Pferd, 2016)

EQUIDENPASS	UELN:	2
<p>UELN (Universal Equine Life Number)</p> <p>Name Name/Nom</p> <p>Geschlecht Sex/Sexe</p> <p>Farbe Colour/Robe</p> <p>Letztes Deckdatum der Mutter Date of last cover of the mare/Dernière date de saillie de la mère</p> <p>Geburtsdatum Date of birth/Date de naissance</p> <p>Besitzer Owner/Propriétaire</p> <p>Züchter Breeder/Éleveur</p>	<p>Rasse Breed/Race</p> <p>Geburtsort Place where born/Lieu d'élevage</p>	

Abbildung 34 Zuchtbescheinigung (Legimitationspapiere vom Pferd, 2016)

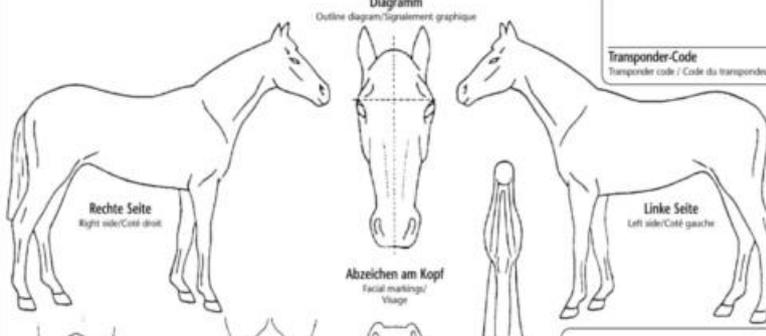
<p>Diagramm Outline diagram/Schéma graphique</p> 		<p>Transponder-Code Transponder code / Code du transpondeur</p>
<p>Rechte Seite Right side/Côté droit</p> <p>Linke Seite Left side/Côté gauche</p>	<p>Abzeichen am Kopf Facial markings/Visage</p> <p>Maul Muzzle/Nez</p>	<p>Ort und Datum Place and date/Lieu et date</p>
<p>Vorderbeine - von hinten betrachtet Fore - Rear view/Arrière - Vue postérieure</p> <p>Hinterbeine - von hinten betrachtet Hind - Rear view/Postérieur - Vue postérieure</p>	<p>Hals - von unten betrachtet Neck - under side/Encolure - Vue inférieure</p>	<p>Beauftragter/Tierarzt (Stempel, Unterschrift) Authorized representative/Vétérinaire (Stamp, signature) / Personne autorisée/Vétérinaire (Cachet, signature)</p>

Abbildung 35 Identifizierung des Pferde (Legimitationspapiere vom Pferd, 2016)

V. Fragebogen online Umfrage

Sind Sie Käufer oder Verkäufer?

- Käufer
- Verkäufer

Fragen Käufer

Teil 1: Betrug

Haben Sie schon öfters ein Pferd über diesen Onlinepferdemarkt gekauft?

- Ja
- Zum ersten Mal
- Nein, ich schaue mich nur um

Waren Sie zufrieden mit dem Ablauf des Kaufes?

- Ja
- Nein (Wenn nein, können Sie angeben warum?)

Was würden Sie von einem Bewertungssystem halten, um Verkäufer bewerten zu können?

- Sehr gut
- Nicht interessant
- Hat keinen Einfluss auf Verkäufer

Würden Sie sich die Zeit nehmen, um einen Verkäufer zu beurteilen?

- Ja
- Nein
- Vielleicht

Wie viele Fragen würden Sie maximal beantworten wollen?

- 1-5
- 5-10
- 10-15
- Mehr als 15

Was für einen Fragetypen würden Sie bevorzugen?

- Multiple-Choice-Fragen
- Offene Frage
- Sternensystem

Möchten Sie die Fragen per Mail zugeschickt bekommen oder würden Sie den Verkäufer lieber selbständig über seine Verkaufsseite bewerten können?

- Per Mail
- Selbständig aufsuchen
- Ist mir egal

Finden Sie es hilfreich, wenn die Bewertungen auf den Verkaufsseiten der Verkäufer angezeigt werden oder würden Sie die Bewertungen lieber bei dem Onlinepferdemarkt anfragen?

- Bewertungen anzeigen auf Verkaufsseite der Verkäufer
- Lieber anfragen
- Beides
- Ist mir egal

Welche Bewertungskriterien halten Sie für wichtig?

Offene Frage

Haben Sie Angst vor Betrug beim online kaufen?

- Ja
- Nein
- Ein bisschen
- Mir kann so etwas nicht passieren

Beeinflusst diese Angst Ihre Kaufentscheidungen?

- Ja
- Nein
- Ich überlege dann zweimal und hole mir notfalls Tipps

Würden Sie sich sicherer fühlen, wenn die Verkäufer bewertet wurden/ bewertet werden könnten?

- Ja
- Nein
- Ich denke, das ändert nichts

Würde eine Verkäuferbewertung Sie bei der Kaufentscheidung eines Pferdes beeinflussen?

- Ja
- Nein
- Das kann ich so nicht sagen
- Anders,....

Worauf achten Sie beim Kaufen von Pferden übers Internet?

Offene Frage

Wäre es für Sie hilfreich, wenn auf einer gesonderten Seite alle E-Mailadressen von Betrügern öffentlich einsehbar wären?

- Ja
- Nein
- Ist mir egal

Wäre eine gesonderte Seite aus Ihrer Sicht hilfreich, auf der aktuelle Betrugsmaschen erklärt werden?

- Ja auf jeden Fall
- Nein, das lese ich sowieso nicht
- Ich weiß genug darüber
- Ist mir egal

Alternativ zu Bewertungen: Wäre es bei der Kaufentscheidung hilfreich, wenn ein geprüfter Verkäufer mit einem entsprechenden Gütesiegel versehen wäre?

- Ja
- Nein
- Vielleicht
- Ist mir egal

Teil 2: Beweise:

Um Ihnen als Käufer mehr Vertrauen geben zu können gäbe es die Möglichkeit, das Pferdeverkäufer anhand von Beweisen Ihre Existenz nachweisen können. Anhand der folgenden Frage würde ich gerne wissen, was Sie als Käufer davon und ob es Ihnen mehr Sicherheit geben würde.

Würden Ihnen Existenznachweise von Verkäufern mehr Sicherheit und Vertrauen geben?

- Ja, auf jeden Fall
- Nein
- Kann ich nicht genau sagen
- Anders

Was könnten Sie sich persönlich vorstellen, was als Existenznachweis dienen könnte?

- Personalausweis
- Führerschein
- Besitzerurkunde
- Pferdepass
- Anders...

Denken Sie, dass Bescheinigungen von Tierärzten, Versicherungen oder Vereinigungen Ihnen auch mehr Sicherheit geben könnten?

- Ja
- Nein

Wie würden Sie gerne darüber in Kenntnis gesetzt werden wollen, dass der Verkäufer über Existenznachweise verfügt?

- Per Mail
- Über deren Verkaufsseite
- Ist mir egal

Teil 3: Allgemein

Warum kaufen Sie Pferde über Onlinepferdemärkte?

- Sport
- Zucht
- Hobby
- Anders....

Welchen Sport betreiben Sie?

- Springen
- Dressur
- Voltigieren
- Freizeit
- Distanz
- Show
- Anders, nämlich...

Wo kommen Sie her?

Offene Frage

Wie alt sind Sie?

- 20 Jahre oder jünger
- 21- 30
- 31- 40
- 41- 50
- 51- 60
- 60 Jahre oder älter

Welches Geschlecht haben Sie?

- Mann
- Frau

Haben Sie noch Anmerkungen oder Tipps die Sie gerne mitteilen möchten? Dann können Sie das hier tun.

Offene Frage

Möchten Sie die Ergebnisse dieser Umfrage erhalten?

- Ja
- Nein

E-Mail-Adresse:

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben um die Fragen zu beantworten!

Fragen Verkäufer

Teil 1: Bewertung

Verkaufen Sie regelmäßig Pferde über Onlinepferdemärkte?

- Ja
- Nein
- Unterschiedlich

Wenn ja, wie viele Pferde verkaufen Sie gemittelt im Jahr über Onlinepferdemärkte?

- 1- 3
- 3- 6
- 6 und mehr

Wie zufrieden sind Sie mit dem Ablauf eines Verkaufes über Onlinepferdemärkte auf einer Skala von 1- 10?

Offene Frage

Haben Sie schon einmal schlechte Erfahrungen mit Käufern gemacht?

- Ja
- Nein

Haben Sie schon mal davon gehört, dass es Menschen gibt, die Daten von anderen Pferden klauen und damit Betrugsinhalte erstellen, um somit unwissende Menschen um ihr Geld zu bringen?

- Ja
- Nein
- Schon einmal gehört, aber noch nie drüber nachgedacht

Wie würden Sie es finden, wenn Käufer Sie bewerten könnten?

- Sehr gut
- Gut
- Das möchte ich nicht
- Ist mir egal

Könnten Sie sich vorstellen, dass die Meinung von Käufern Ihnen einen Vorteil verschaffen könnte gegenüber anderen Verkäufern?

- Denke schon
- Kann ich mir nicht vorstellen
- Ich brauche keine Vorteile gegenüber anderen

Wenn ja, wie würden Sie die Bewertung zu Ihrem Nutzen anwenden?

Offene Frage

Würden Sie es in Ordnung finden, wenn die Bewertung auf Ihrer Verkaufsseite erscheint?

- Ja
- Nein
- Das möchte ich auf keinen Fall
- Ist mir egal

Denken Sie, dass eine Verkäuferbewertung Einfluss hat auf die Kaufentscheidung von Interessenten?

- Auf jeden Fall
- Kann gut sein
- Kann ich mir nicht vorstellen
- Anders, nämlich...

Was für einen Fragetypen würden Sie bevorzugen?

- Multiple-Choice-Fragen
- Offene Frage
- Sternensystem

Wieviel Fragen würden Sie maximal akzeptieren?

- 1-5
- 5-10
- 10-15
- Mehr als 15

Würden Sie die Ergebnisse gerne persönlich erhalten?

- Ja
- Nein

Warum verkaufen Sie Pferde über Onlinepferdemärkte?

- Hobby
- Zucht
- Sport
- Anders, nämlich

Teil 2: Beweise

Um Käufern mehr Vertrauen geben zu können gäbe es die Möglichkeit, dass Pferdeverkäufer anhand von Beweisen Ihre Existenz nachweisen können. Anhand der folgenden Frage würde ich gerne wissen, was Sie als Verkäufer akzeptieren würden und auch als Möglichkeit sehen.

Denken Sie, dass Käufer mehr Vertrauen in Verkäufer bekommen, durch Existenznachweise?

- Ja, auf jeden Fall
- Nein
- Kann ich nicht genau sagen
- Anders

Was könnten Sie sich persönlich vorstellen, was als Existenznachweis dienen könnte?

- Personalausweis
- Führerschein
- Besitzerurkunde
- Pferdepass
- Anders...

Würden Sie mit Tierärzten, Versicherungen und Vereinigungen zusammenarbeiten?

- Ja
- Nein
- Unsicher

Würden Sie persönliche Dokumente auf Ihrer Verkaufsseite bei einem Onlinepferdemarkt veröffentlichen oder sollten diese Papiere nur auf Nachfrage vom Verkäufer gezeigt werden?

- Auf eigener Seite veröffentlichen
- Auf Nachfrage
- Keins von beiden

Wie fühlen Sie sich, wenn Sie hier drüber nachdenken?

Offene Frage

Teil 3: Allgemeiner Teil

Welchen Pferdesport betreiben Sie?

- Springen
- Dressur
- Voltigieren
- Freizeit
- Distanz
- Show
- Anders, nämlich...

Wo kommen Sie her?

Offene Frage

Wie alt sind Sie?

- 20 Jahre oder jünger
- 21- 30
- 31- 40

- 41- 50
- 51- 60
- 60 Jahre oder älter

Welches Geschlecht haben Sie?

- Mann
- Frau

Haben Sie noch Anmerkungen oder Tipps die Sie gerne mitteilen möchten? Dann können Sie das hier tun.

Offene Frage

Möchten Sie die Ergebnisse dieser Umfrage erhalten?

- Ja
- Nein

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben um die Fragen zu beantworten!

VI. Interview ImmobilienScout24

Sehr geehrte Damen und Herren,

Mein Name ist Elisa Stoeckel und ich bin Student an einer niederländischen Hochschule. Zurzeit arbeite ich an meiner Bachelorarbeit. Diese hat den Titel: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle vermindert werden? Anhand dieser Arbeit, möchte ich gerne ein Bewertungssystem für einen online Pferdemarkt erstellen. In einer meiner Teilfragen geht es darum, welchen Mehrwert online Bewertungen bringen? Ich weiß, dass Immobilienscout auch mit einem Bewertungssystem arbeitet. Um an verschiedene Meinungen zu kommen, würde ich gerne von Ihnen wissen, welchen Mehrwert die Bewertungen für Ihren Betrieb bringen und woran sich das äußert? Ist es möglich, dass Sie mir mit diesen Fragen weiterhelfen könnten?

Mit freundlichen Grüßen

Elisa Stoeckel

Antwort:

Lieber ImmobilienScout24-Kunde,
vielen Dank für ihre Anfrage bezüglich der Bewertungen auf unserer Seite.
Bewertungen sind grundsätzlich von Interessenten, die auf eine Immobilie angefragt haben möglich. Auch können Vermieter/-Verkäufer die Zusammenarbeit mit ihrem Auftraggeber (Makler, Wohnungsgesellschaften etc.) bewerten. Der Mehrwert ist eher für die Kunden, als für uns als Unternehmen zu erkennen. Hier haben die Interessenten, oder zukünftigen Auftraggeber bereits im Vorfeld die Möglichkeit, sich über den Anbieter von Immobilien zu informieren.

Mit freundlichen Grüßen

Doreen Lewis

VII. Interview Pferdeklinik Seeburg

Liebes Seeburg Team,

Vor ungefähr 5 Jahren habe ich bei euch ein Jahrespraktikum gemacht. Jetzt, 5 Jahre später, habe ich mein Studium Pferdemanagement beinahe beendet. Zurzeit bin ich mit meiner Bachelorarbeit beschäftigt und bräuchte dazu eure Hilfe.

Meine Bachelorarbeit behandelt die Frage: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“. Dieses Thema liegt mir sehr am Herzen, da ich mein Abschlusspraktikum bei dem Onlinepferdemarkt ehorses gemacht habe und dabei festgestellt habe, wie viele Betrugsanzeigen Tag täglich erstellt werden. Viele wurden sofort von ehorses gesperrt, doch gab es immer ein paar Inserate die übersehen wurden. Leider gibt es noch so viele gutgläubige Mensch auf der Welt, die glauben, dass sie zum Beispiel einen Friesen für 800,00€ kaufen können. Diese Leute werden meistens über den Tisch gezogen, sind ihr Geld los und haben immer noch kein Pferd.

Um diesen Betrügern so langsam aber sicher das Leben schwerer zu machen, möchte ich ein Bewertungssystem entwickeln, womit Käufer Verkäufer bewerten können. Jetzt fragt ihr euch sicherlich, was ihr damit zu tun habt. Zu diesem ganzen Bewertungssystem, finde ich es auch noch wichtig, das Verkäufer ab einem bestimmten Verkaufswert nachweisen müssen, dass dieses Pferd auch wirklich existiert.

Eine Möglichkeit um die Existenz eines Pferdes beweisen zu können, ist ein unterschriebener Brief eines Tierarztes. Meine Frage an euch ist, ob Tierärzte solch ein Schreiben ausstellen können/dürfen? Würde das jeder Tierarzt machen und was wäre ein brauchbarer Inhalt für dieses Schreiben, sodass der Interessent auch mit gutem Gewissen das Pferd kaufen kann? Ich wäre auch sehr dankbar für die Hilfe und wenn noch mehr Fragen sein sollten, erreicht ihr mich per Mail oder unter der folgenden Telefonnummer.

Vielen Dank!

Mit vielen Grüßen
Elisa Stoeckel

Antwort:

Hallo Frau Stoeckel,

eine einfache Lösung wäre es den Interessenten eine Ankaufsuntersuchung vorzuschlagen. Viele Tierärzte bieten diese Untersuchungen an. Das hätte für den potentiellen Käufer mehrere Vorteile – das Pferd muss bei dem untersuchenden Tierarzt vor Ort sein, wird dort durch Equidenpass und evtl. Microchip identifiziert und der Käufer erhält zusätzlich einen Status quo über den Zustand und die Befunde des Pferdes am Untersuchungstag. Bei Pferden aus dem mittleren und hohen Preissegment ist das sowieso gängige Praxis, was Ihnen sicherlich bekannt ist.

Ob das bei einem Käufer eines Pferdes im ganz unteren Preissegment in Frage kommt, bleibt angesichts der Kosten sicher fraglich. Zumindest zeigt dieses Vorgehen seriöse Absichten aller am Kauf/ Verkauf beteiligten Parteien.

Sonst bleibt Ihnen sicherlich auch die Möglichkeit einen Verbraucherschutz in Anlehnung an andere Onlinebörsen/ -händler zu orientieren, wie beispielsweise Zahlungsmodalitäten via PayPal o.ä.

Wir hoffen das kann Ihnen etwas weiter helfen.

Mit freundlichen Grüßen aus Seeburg,
i.A. Adrian Schulz

VIII. Interview FN

Sehr geehrte Damen und Herren,

Mein Name ist Elisa Stoeckel und ich bin Student an der Aeres Hochschule in Dronten/Niederlande. Zurzeit befinde ich mich im 4. und letzten Lehrjahr meines Studiums. Da es mein letztes Studienjahr ist, schreibe ich im Moment auch an meiner Bachelorarbeit.

Für ein paar Informationen für meine Bachelorarbeit benötige ich Ihre Hilfe. In meiner Bachelorarbeit geht es um die Frage: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“. Auf die Idee um über dieses Thema zu schreiben kam ich, da ich mein Abschlusspraktikum bei dem online Pferdemarkt ehorses absolviert habe. Während meines Praktikums habe ich festgestellt, dass es viele Betrugsanzeigen gibt und leider gibt es noch immer viel zu viele gut gläubige Menschen, die auf diese Betrugsanzeigen hereinfallen und große Summen an Geld für nichts bezahlen.

Um die Anzahl dieser Betrugsanzeigen zu verkleinern und ein größeres Vertrauen zu den Kunden aufzubauen, möchte ich ein Bewertungssystem erstellen. Mit diesem Bewertungssystem können Käufer Verkäufer bewerten. Natürlich hilft das nicht allein gegen Betrüger. Eine weitere Idee ist, dass Verkäufer die Pferde ab einem bestimmten Wert verkaufen, beweisen müssen, dass dieses Pferd wirklich existiert. Das kann mit Hilfe von einer Bescheinigung eines Tierarztes oder einer Bescheinigung einer Vereinigung, so als Ihre.

Darum ist meine Frage nun an Sie, ob es Möglichkeiten gibt die Existenz von Pferden anhand eines Schreibens von Ihrer Vereinigung zu beweisen. Würden Sie solche Schreiben ausstellen? Würde das Extra Kosten mit sich bringen und denken Sie, dass es einem Interessenten mehr Sicherheit gibt? Ich würde mich über eine Rückmeldung von Ihnen sehr freuen. Bei weiteren Fragen können Sie mir gerne eine Email schreiben oder mich unter der folgenden Telefonnummer erreichen.

Telefonnummer: 015253469258

Vielen Dank!

Mit freundlichen Grüßen
Elisa Stoeckel

Antwort:

Sehr geehrte Frau Stoeckel,

Ihre Anfrage ist an das Justitiariat weitergeleitet worden.

Aus unserer Sicht spielen reine Online-Verkäufe bei Pferde eine eher untergeordnete Rolle. Die Ausstellung der von Ihnen angedachten Bestätigungen ist schwierig, weil wir nicht dafür garantieren können, dass die bei uns gespeicherten Daten korrekt sind. Wir wissen nur immer das, was uns von den Pferdebesitzern etc. mitgeteilt wird. Überprüfen können wir es nicht. Wir können mit anderen Worten keine vollständig zuverlässige Auskunft geben.

Darüber hinaus ist aus datenschutzrechtlichen Gründen eine Auskunft/Bestätigung nur an die bei uns hinterlegten Besitzer selbst möglich.

Mit reiterlichen Grüßen
i.A. Bärbel Janning
Justitiariat

IX. Interview Uelzener Versicherung

Sehr geehrte Damen und Herren,

Mein Name ist Elisa Stoeckel und ich bin Student an der Aeres Hochschule in Dronten/Niederlande. Zurzeit befinde ich mich im 4. und letzten Lehrjahr meines Studiums. Da es mein letztes Studienjahr ist, schreibe ich im Moment auch an meiner Bachelor Arbeit.

Für ein paar Informationen für meine Bachelor Arbeit benötige ich Ihre Hilfe. In meiner Bachelor Arbeit geht es um die Frage: „Wie können Verkäuferbewertungen bei der Pferdekaufentscheidung im Internet unterstützen und Betrugsfälle im Internet vermindert werden?“. Auf die Idee um über dieses Thema zu schreiben kam ich, da ich mein Abschlusspraktikum bei dem online Pferdemarkt ehorses absolviert habe. Während meines Praktikums habe ich festgestellt, dass es viele Betrugsanzeigen gibt und leider gibt es noch immer viel zu viele gut gläubige Menschen, die auf diese Betrugsanzeigen hereinfallen und große Summen an Geld für nichts bezahlen. Um die Anzahl dieser Betrugsanzeigen zu verkleinern und ein größeres Vertrauen zu den Kunden aufzubauen, möchte ich ein Bewertungssystem erstellen. Mit diesem Bewertungssystem können Käufer Verkäufer bewerten. Natürlich hilft das nicht allein gegen Betrüger. Eine weitere Idee ist, dass Verkäufer die Pferde ab einem bestimmten Wert verkaufen beweisen müssen, dass dieses Pferd wirklich existiert. Das kann mit Hilfe von einer Bescheinigung eines Tierarztes oder einer Bescheinigung einer Versicherung, so als Ihre.

Darum ist meine Frage nun an Sie, ob es Möglichkeiten gibt die Existenz von Pferden anhand eines Schreibens von Ihrer Versicherung zu beweisen. Würden Sie solche Schreiben ausstellen? Würde das extra Kosten mit sich bringen und denken Sie, dass es einem Interessenten mehr Sicherheit gibt? Ich würde mich über eine Rückmeldung von Ihnen sehr freuen. Bei weiteren Fragen können Sie mir gerne eine Email schreiben oder mich unter der folgenden Telefonnummer erreichen.

Handynummer: 015253469258

Vielen Dank!

Mit freundlichen Grüßen
Elisa Stoeckel

Antwort:

X. Interview ehorses

Hallo Lena,

Wie geht es dir?

Ich bin im Moment fleißig mit meiner Bachelor Arbeit beschäftigt und bin auch schon einen großen Schritt weiter. Ich hätte jetzt aber noch eine Frage an dich. Und zwar welchen Mehrwert hätten die Verkäuferbewertungen für ehorses?

Ich würde mich sehr freuen, wenn du mir darauf eine schöne Antwort geben könntest =)

Grüße

Elisa

Antwort:

Hey Elisa,

danke für Deine E-Mail. Für uns ist es von Vorteil weil wir damit einen USP den anderen gegenüber haben und weil wir ein Transparenter Marktplatz sein wollen der dem Kunden das beste Usererlebnis bietet. Wenn Du noch Fragen hast melde Dich gerne. Freue mich auf Deine Arbeit.

VLG Lena

XI. Diagramme Umfrage

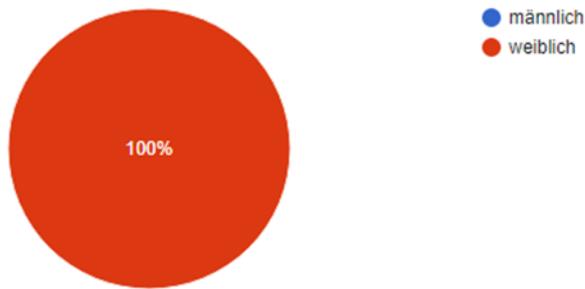


Abbildung 36 Welches Geschlecht haben Sie? (Interessenten)

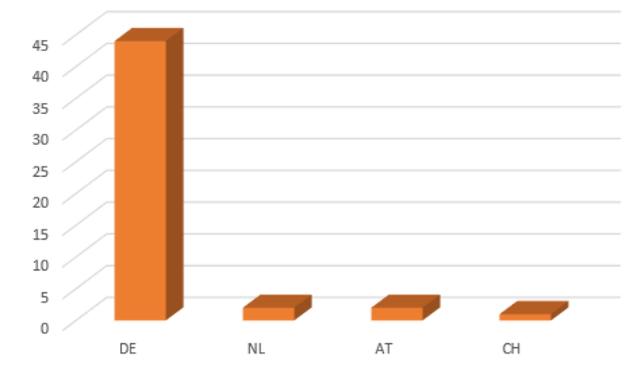


Abbildung 37 Aus welchem Land kommen Sie?

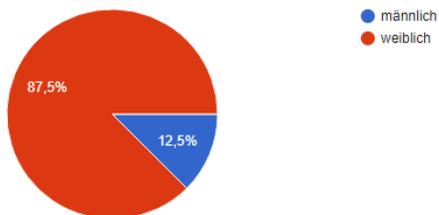


Abbildung 38 Welches Geschlecht haben Sie? (Anbieter)

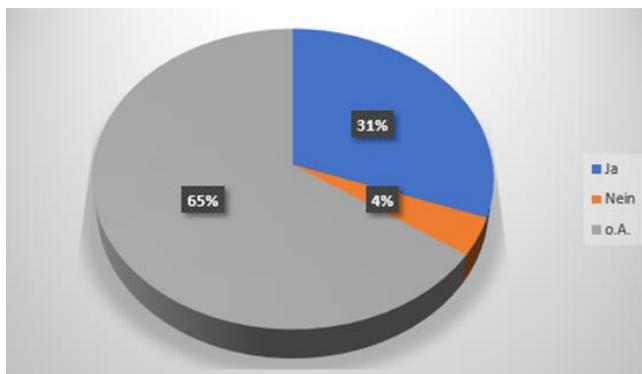


Abbildung 39 Waren Sie zufrieden mit dem Ablauf des Kaufes?

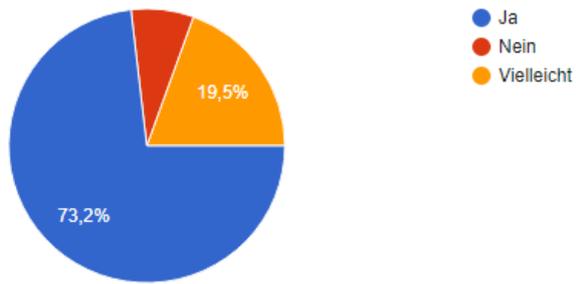


Abbildung 40 Würden Sie sich die Zeit nehmen, um einen Verkäufer zu beurteilen?

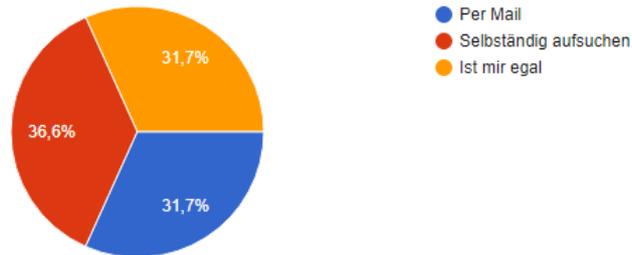


Abbildung 41 Möchten Sie die Fragen per Mail zugeschickt bekommen oder würden Sie den Verkäufer lieber selbständig über seine Verkaufsseite bewerten können?



Abbildung 42 Beeinflusst diese Angst Ihre Kaufentscheidung?

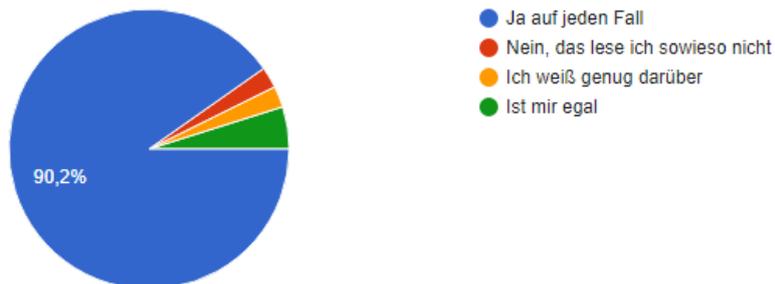


Abbildung 43 Wäre eine gesonderte Seite aus Ihrer Sicht hilfreich, auf der aktuelle Betrugsmaschen erklärt werden?

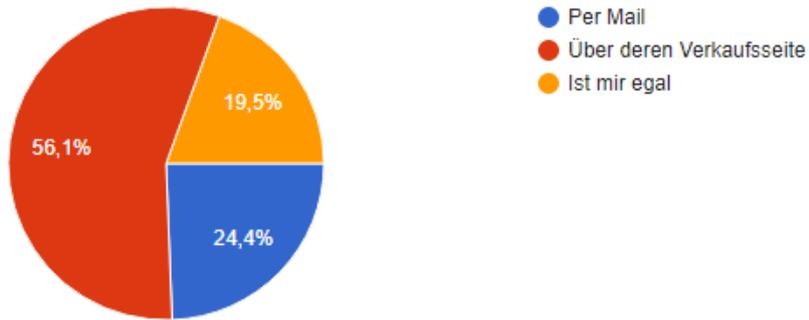


Abbildung 44 Wie würden Sie gerne darüber in Kenntnis gesetzt werden wollen, dass der Verkäufer über Existenznachweise verfügt?

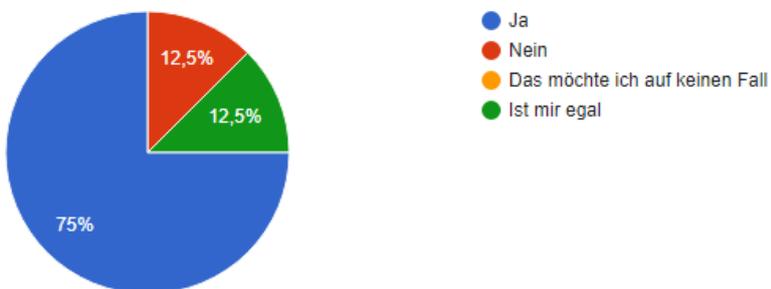


Abbildung 45 Würden Sie es in Ordnung finden, wenn die Bewertung auf Ihrer Verkaufsseite erscheint?

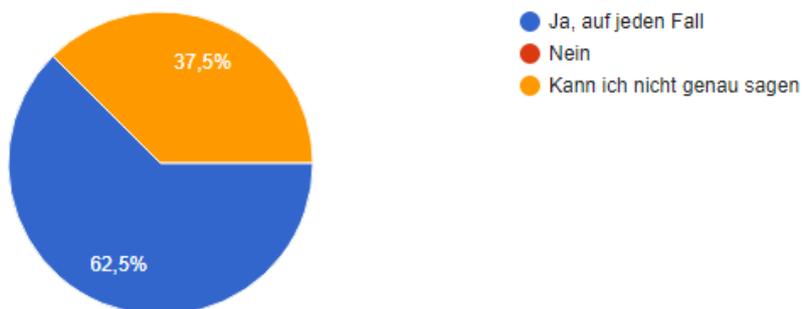


Abbildung 46 Denken Sie, dass Käufer mehr Vertrauen in Verkäufer bekommen, durch Existenznachweise?

XII. Checklijst schriftelijk rapporteren

Checklist Schriftelijk Rapporteren

Naam: Klas: Datum:

Titel verslag/rapport:

Nadat jij je verslag/rapport hebt gecontroleerd met behulp van deze checklist, voeg je deze toe als bijlage. Zonder de ingevulde checklist vindt er geen beoordeling plaats. De assessor controleert met deze checklist je rapport/verslag. De beoordelingscriteria die met een * zijn aangegeven, zijn de zogenaamde 'killing points'. Indien de assessor meer dan vijf 'killing points' heeft aangekruist, dien je het rapport/verslag op alle onvoldoende onderdelen te verbeteren. Voor de herbeoordeling moet je ook de oude versie inleveren. In het afstudeerwerkstuk zijn geen 'killing points' toegestaan! AANVINKEN WAT NIET IN ORDE IS!

- | | |
|---|---|
| <p>1. Het taalgebruik:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bevat niet meer dan drie grammaticale, spel- en tyfouten per duizend woorden*Bij meer dan drie fouten per duizend woorden is het rapport/verslag afgekeurd!<input type="checkbox"/> Heeft een adequate interpunctie*<input type="checkbox"/> Is afgestemd op de gekozen doelgroep (juiste stijl)*<input type="checkbox"/> Laat een zakelijke en actieve schrijfstijl zien*<input type="checkbox"/> Bevat geen persoonlijke voornaamwoorden* <p>2. Het rapport/verslag:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Is ingebonden (hard copy)*<input type="checkbox"/> Is vrij van plagiaat* (zie onderwijsexamenregeling) <p>3. De omslag:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bevat de titel<input type="checkbox"/> Vermeldt de auteur(s) <p>4. De titelpagina/het titelblad:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Heeft een specifieke titel*<input type="checkbox"/> Vermeldt de auteur(s)*<input type="checkbox"/> Vermeldt de plaats en de datum*<input type="checkbox"/> Vermeldt de opdrachtgever(s)* <p>5. Het voorwoord:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bevat de persoonlijke aanleiding tot het schrijven van het rapport/verslag<input type="checkbox"/> Bevat persoonlijke bedankjes (persoonlijke voornaamwoorden toegestaan) <p>6. De inhoudsopgave:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Vermeldt alle genummerde onderdelen van het rapport/verslag*<input type="checkbox"/> Vermeldt de samenvatting en de bijlage(n)<input type="checkbox"/> Is overzichtelijk<input type="checkbox"/> Heeft een correcte paginaverwijzing <p>7. De samenvatting:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Is een verkorte versie van het gehele rapport/verslag<input type="checkbox"/> Bevat conclusies<input type="checkbox"/> Bevat geen persoonlijke mening<input type="checkbox"/> Is gestructureerd<input type="checkbox"/> Is zakelijk geschreven<input type="checkbox"/> Staat direct na de inhoudsopgave <p>8. De inleiding (toelichting op intranet):</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Is hoofdstuk 1*<input type="checkbox"/> Beschrijft het grotere kader en aanleiding<input type="checkbox"/> Beschrijft inhoudelijke achtergrondinformatie*<input type="checkbox"/> Formuleert het probleem/de onderzoeksvraag*<input type="checkbox"/> Vermeldt het doel*<input type="checkbox"/> Bevat een leeswijzer voor het rapport/verslag* | <p>9. Materiaal en methode:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Beschrijft de gevolgde onderzoeksmethode<input type="checkbox"/> Past bij de onderzoeksvraag/vragen*<input type="checkbox"/> Beschrijft de variabelen/eenheden<input type="checkbox"/> Beschrijft de methode van data-analyse <p>10. De (opmaak van de) kern:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bestaat uit genummerde hoofdstukken en (sub)paragrafen (maximaal drie niveaus)*<input type="checkbox"/> Deze zijn verschillend in opmaak*<input type="checkbox"/> De hoofdstukken en (sub)paragrafen hebben een passende titel<input type="checkbox"/> Een hoofdstuk beslaat ten minste één pagina<input type="checkbox"/> Een nieuw hoofdstuk begint op een nieuwe pagina<input type="checkbox"/> De zinnen lopen door (geen 'enter' binnen een alinea gebruiken)<input type="checkbox"/> De figuren zijn (door)genummerd en hebben een passende titel (onder de figuur)*<input type="checkbox"/> De tabellen zijn (door) genummerd en hebben een passende titel (boven de tabel)*<input type="checkbox"/> Tabellen en figuren zijn zelfstandig te begrijpen<input type="checkbox"/> In de tekst zijn er verwijzingen naar figuren en/of tabellen*<input type="checkbox"/> De tekst bevat verwijzing naar de desbetreffende bijlage(n)<input type="checkbox"/> De tekst is ook zonder verwijzingen te begrijpen<input type="checkbox"/> De pagina's zijn genummerd* <p>11. De discussie:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Bevat een vergelijking met relevante literatuur<input type="checkbox"/> Geeft de valide argumentatie weer<input type="checkbox"/> Evalueert de gebruikte onderzoeksmethode<input type="checkbox"/> Bevat een kritische reflectie op de eigen bevindingen (zie toelichting op intranet) <p>12. De conclusies en aanbevelingen:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> De conclusies zijn gebaseerd op relevante feiten<input type="checkbox"/> De aanbevelingen zijn gebaseerd op relevante feiten<input type="checkbox"/> Bevatten geen nieuwe informatie* <p>13. De bronvermelding:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> In de tekst is conform de geldende APA-normen* (zie toelichting op intranet) <p>14. De literatuurlijst:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Is opgesteld conform de geldende APA-normen* (zie toelichting op intranet) <p>15. De bijlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Zijn genummerd<input type="checkbox"/> Zijn voorzien van een passende titel<input type="checkbox"/> Bevatten geen eigen analyse |
|---|---|