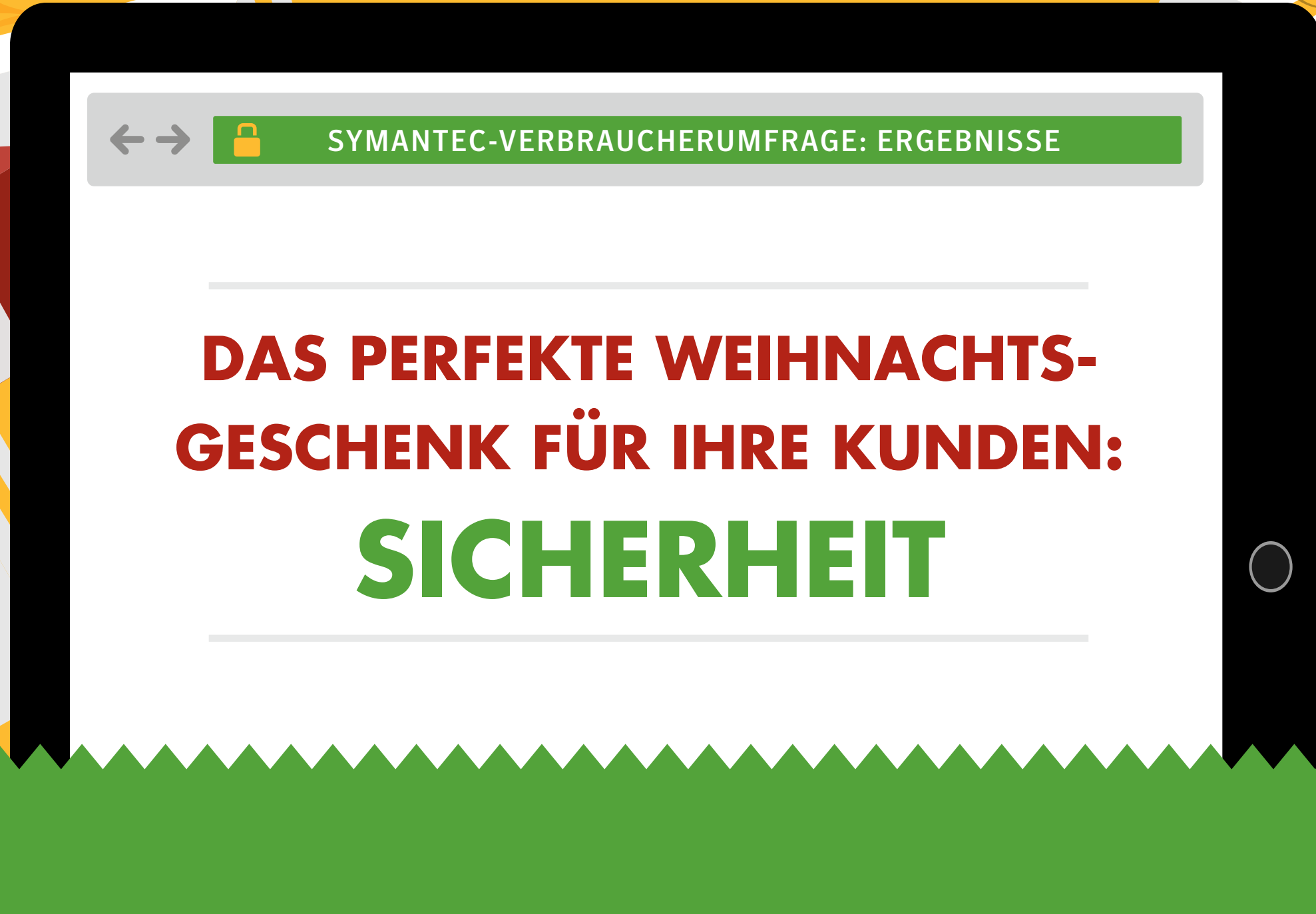
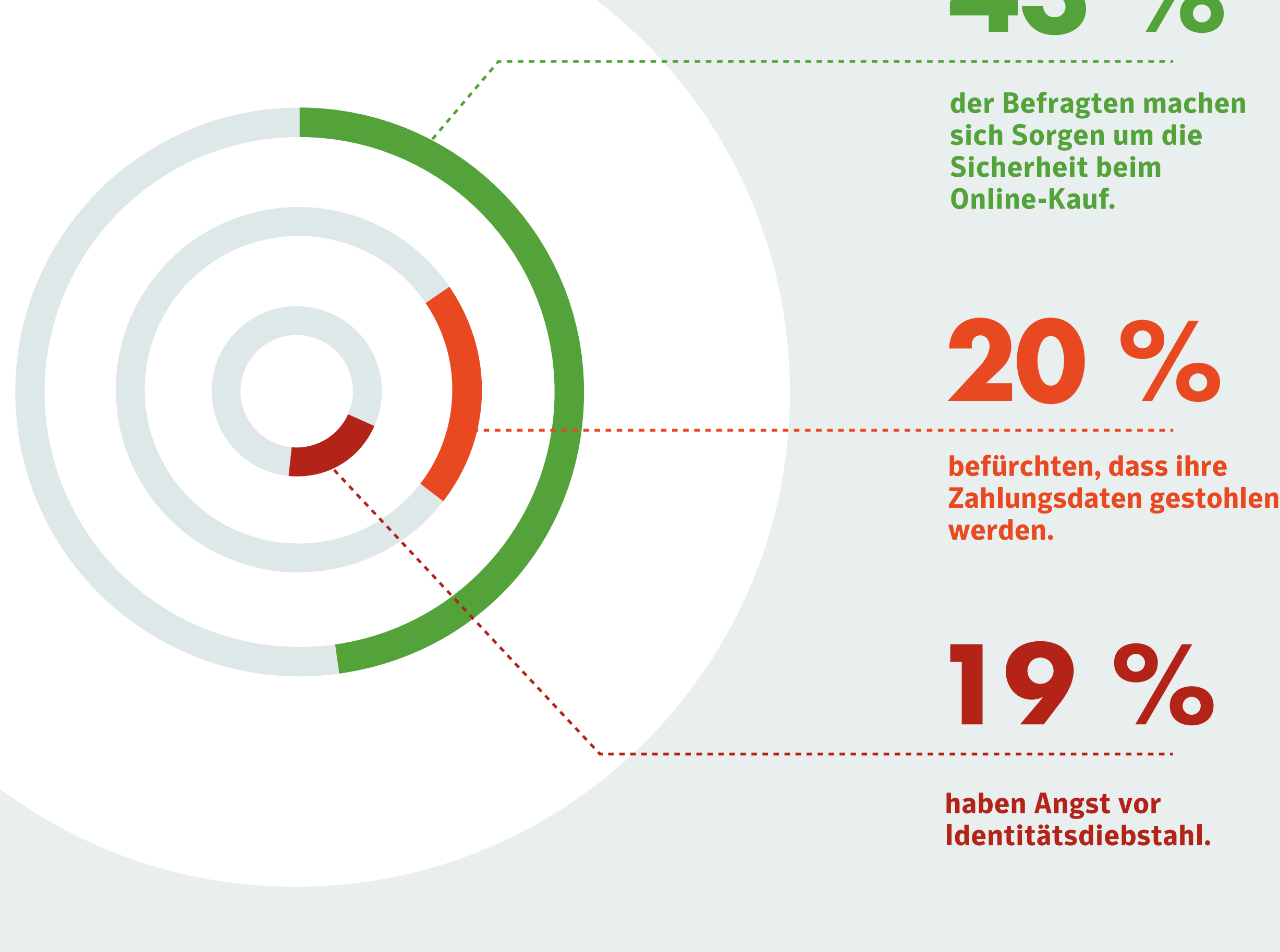


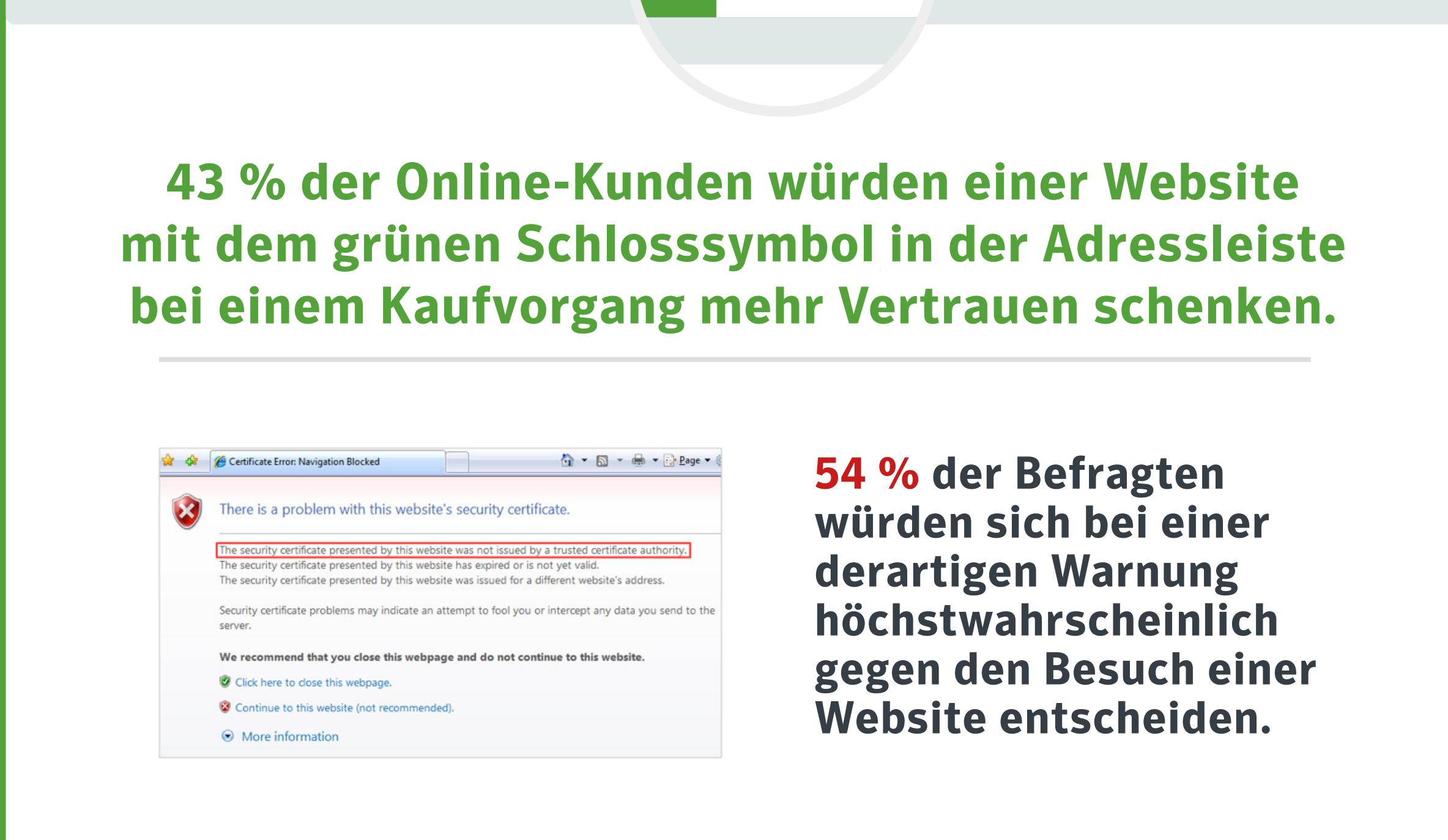


Wir haben Tausende von Online-Kunden in Europa und den USA gefragt, welche Sicherheitsbedenken sie haben, wie sich diese auf ihre Kaufentscheidungen auswirken und mit welchen Maßnahmen Unternehmen Abhilfe schaffen können.

Alle Angaben stammen von YouGov Plc (sofern nicht anders angegeben). Insgesamt wurden 7541 Volljährige befragt: 2050 in Deutschland, 2102 in Großbritannien, 1011 in Frankreich und 2378 in den USA. Die Umfrage wurde online vom 3. bis zum 8. September 2015 durchgeführt. Die Angaben wurden gewichtet und sind repräsentativ für alle Volljährigen (18 Jahre oder älter) in diesen Ländern.



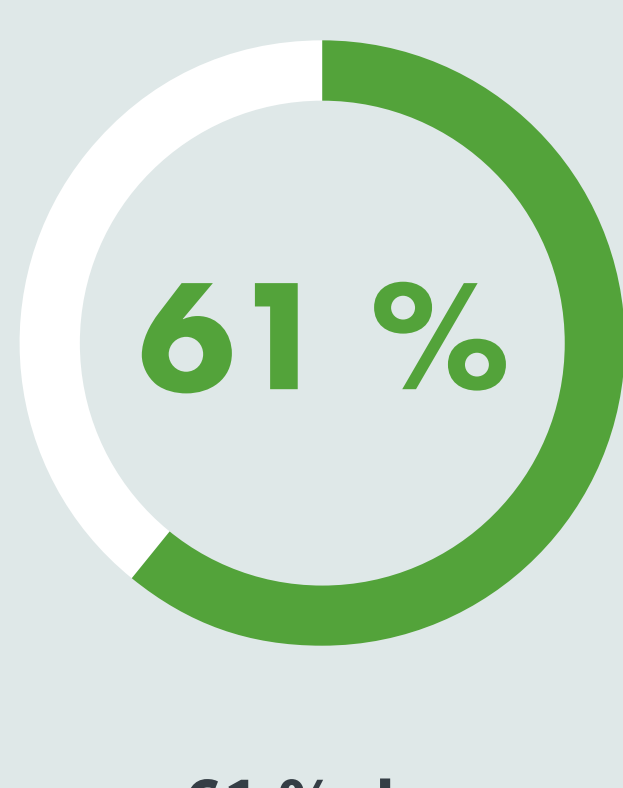
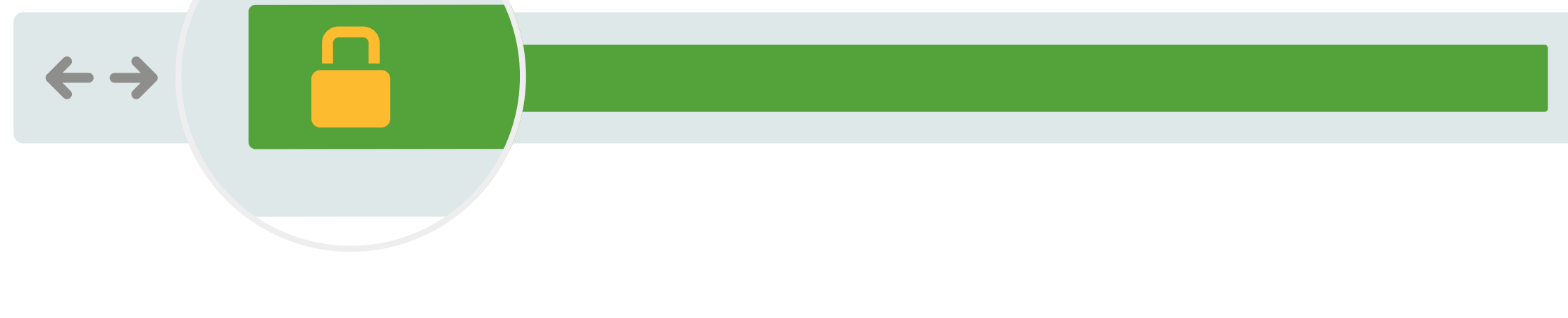
Bei der Verwendung von SSL-Zertifikaten mit EV färbt sich die Adressleiste des Browsers grün. Daran können Kunden erkennen, dass eine Website sicher ist.



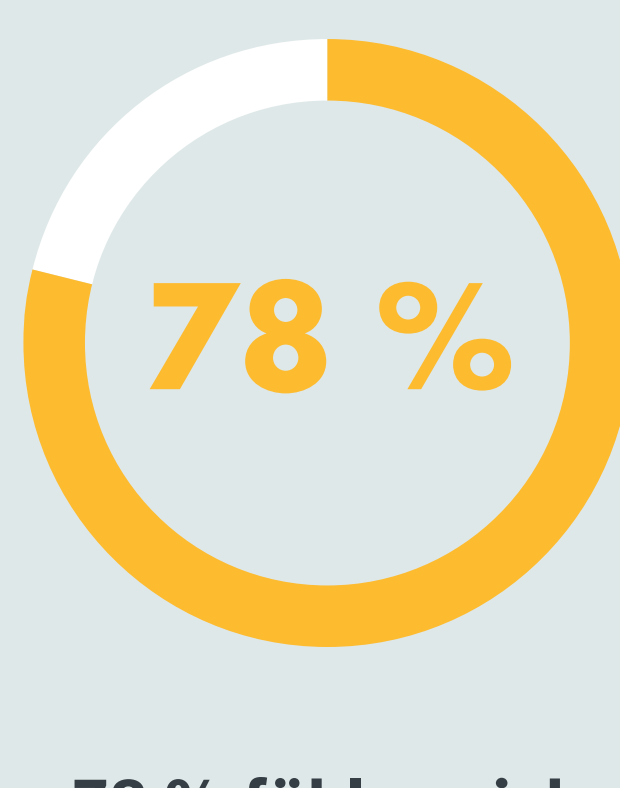
Kein Vertrauen, kein Umsatz!

62 % der Befragten haben bereits mindestens einen Online-Kauf abgebrochen, weil sie kein Vertrauen in die Website hatten.

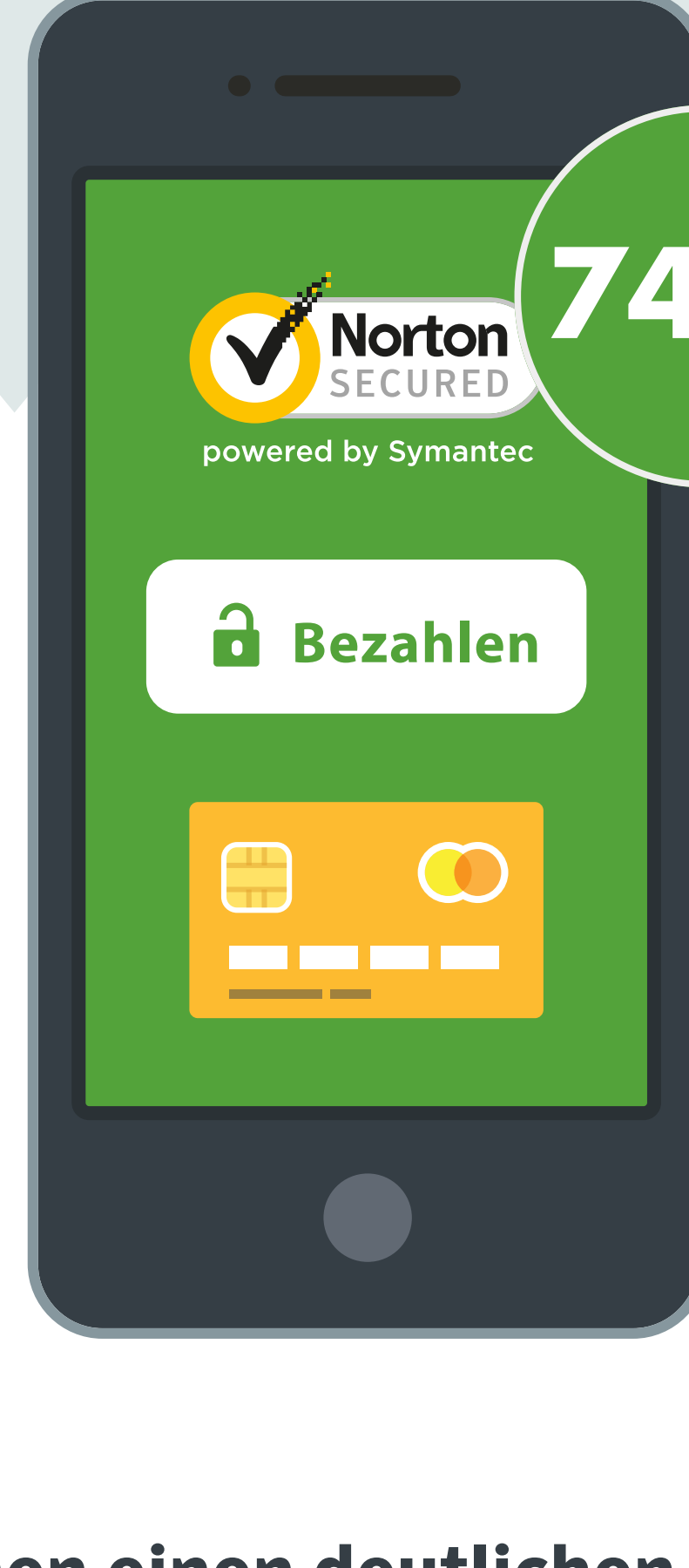
Durch ein SSL-Zertifikat gesicherte Websites vermitteln Vertrauen durch das Vorhängeschloss-Symbol in der Adressleiste des Browsers.



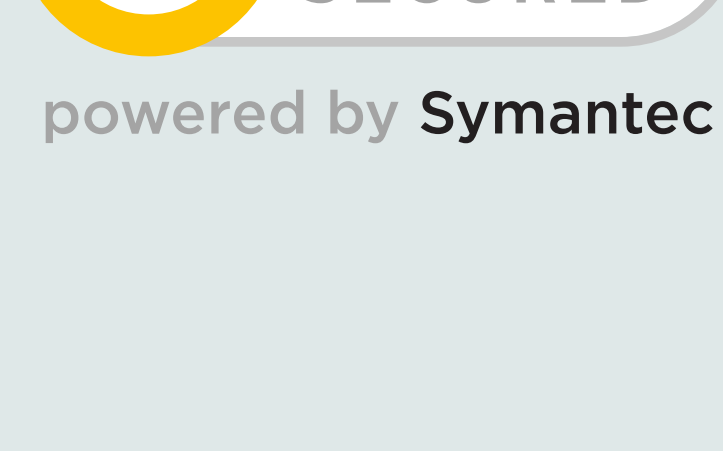
61 % der Umfrageteilnehmer achten bei Online-Käufen auf die Adressleiste.



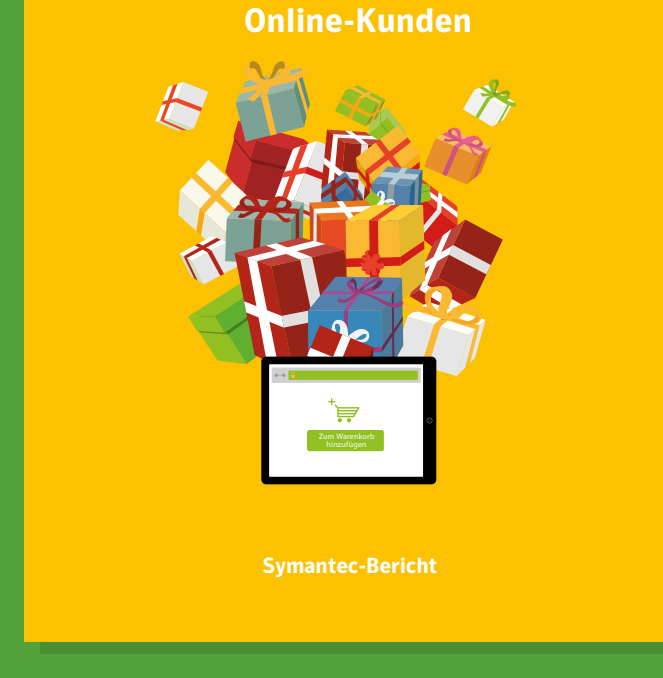
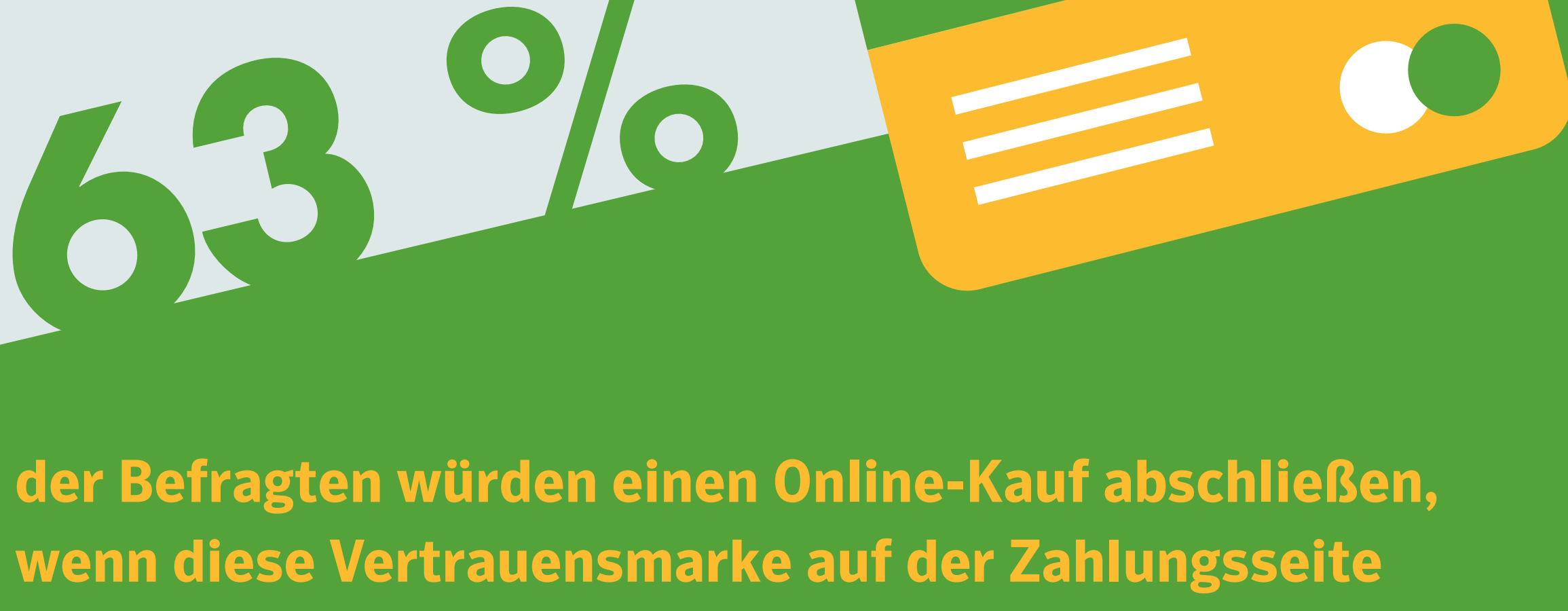
78 % fühlen sich sicher, wenn das Schlosssymbol im Browser zu sehen ist.



Bekannte Vertrauensmarken können einen deutlichen Unterschied bewirken. Das Vertrauen in die Seite zur Zahlungsabwicklung ist deutlich höher, wenn das Norton Secured-Siegel angezeigt wird.



Das Norton Secured-Siegel ist im Lieferumfang aller SSL-/TLS-Zertifikate von Symantec enthalten.



Möchten Sie genauer wissen, wie SSL-Zertifikate mit EV von Symantec das Kundenvertrauen und damit den Online-Umsatz steigern?

[Bericht herunterladen](#)