

DIN ISO 10008

ICS 03.120.10

Einsprüche bis 2012-10-13

Entwurf

**Qualitätsmanagement –
Kundenzufriedenheit –
Leitfaden für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen
Unternehmen und Verbrauchern (ISO/DIS 10008:2012)**

Quality Management –
Customer satisfaction –
Guidelines for business-to-consumer electronic commerce transactions
(ISO/DIS 10008:2012)

Management de la qualité –
Satisfaction client –
Lignes directrices pour les transactions de commerce électronique entre commerçant et consommateur (ISO/DIS 10008:2012)

Anwendungswarnvermerk

Dieser Norm-Entwurf mit Erscheinungsdatum 2012-07-23 wird der Öffentlichkeit zur Prüfung und Stellungnahme vorgelegt.

Weil die beabsichtigte Norm von der vorliegenden Fassung abweichen kann, ist die Anwendung dieses Entwurfes besonders zu vereinbaren.

Stellungnahmen werden erbeten

- vorzugsweise als Datei per E-Mail an nqsz@din.de in Form einer Tabelle. Die Vorlage dieser Tabelle kann im Internet unter www.din.de/stellungnahme oder für Stellungnahmen zu Norm-Entwürfen der DKE unter www.dke.de/stellungnahme abgerufen werden;
- oder online im Norm-Entwurfs-Portal des DIN unter www.entwuerfe.din.de, sofern dort wiedergegeben;
- oder in Papierform an den Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ) im DIN, 10772 Berlin (Hausanschrift: Burggrafenstr. 6, 10787 Berlin).

Die Empfänger dieses Norm-Entwurfs werden gebeten, mit ihren Kommentaren jegliche relevanten Patentrechte, die sie kennen, mitzuteilen und unterstützende Dokumentationen zur Verfügung zu stellen.

Gesamtumfang 41 Seiten

Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ) im DIN

Inhalt

Seite

Nationales Vorwort	4
Nationaler Anhang NA (informativ) Literaturhinweise.....	5
Einleitung.....	6
1 Anwendungsbereich	8
2 Normative Verweisungen	8
3 Begriffe	8
4 Leitprinzipien.....	10
4.1 Allgemeines	10
4.2 Selbstverpflichtung	10
4.3 Kapazität	10
4.4 Kompetenz.....	10
4.5 Eignung.....	10
4.6 Genauigkeit	10
4.7 Transparenz.....	10
4.8 Zugänglichkeit.....	10
4.9 Reaktionsbereitschaft	11
4.10 Zustimmung	11
4.11 Fairness	11
4.12 Rechenschaftspflicht	11
4.13 Rechtsgültigkeit.....	11
4.14 Datenschutz.....	11
4.15 Sicherheit.....	11
4.16 Integration	11
4.17 Verbesserung.....	11
5 System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern.....	12
5.1 Rahmenbedingungen	12
5.2 Ziele	12
5.3 Prozesse	13
5.3.1 Allgemeines	13
5.3.2 Einphasen-Prozesse.....	14
5.3.3 Mehrphasen-Prozesse.....	15
5.4 Ressourcen	15
5.4.1 Allgemeines	15
5.4.2 B2C ECT-Anbieter.....	15
5.4.3 Verfahren	16
5.4.4 Interner und externer Kommunikationsplan	16
5.5 Integration	16
6 Einphasen-Prozesse.....	16
6.1 Phase vor der Transaktion.....	16
6.1.1 Allgemeines	16
6.1.2 Erstellen von Inhalten	17
6.1.3 Bereitstellen von Inhalten	17
6.1.4 Verwalten von Inhalten.....	19
6.2 Phase während der Transaktion	20
6.2.1 Allgemeines	20
6.2.2 Unterstützung bei der Vorauswahl	20
6.2.3 Verbraucheridentifikation	20
6.2.4 Abschließendes Angebot.....	21
6.2.5 Unterstützung bei der Zahlungsauswahl	22

6.2.6	Zahlungsermächtigung.....	23
6.2.7	Auftragsbestätigung	23
6.3	Phase nach der Transaktion	23
6.3.1	Allgemeines	23
6.3.2	Lieferung	24
6.3.3	Nachbesserungen	24
6.3.4	Rückgabe und Umtausch	25
7	Mehrphasenprozesse.....	25
7.1	Verbraucher-Interaktionsprozesse	25
7.1.1	Allgemeines	25
7.1.2	B2C ECT-Kodex	25
7.1.3	Kundenbetreuung.....	26
7.1.4	Behandlung von Reklamationen und externe Konfliktlösung.....	26
7.1.5	Umgang mit Feedback	27
7.2	Verbraucherdaten-Managementprozesse.....	27
7.2.1	Allgemeines	27
7.2.2	Sicherheit	27
7.2.3	Datenschutz	28
8	Aufrechterhaltung und Verbesserung.....	28
8.1	Sammlung von Informationen.....	28
8.2	Beurteilung der Leistung des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern	28
8.3	Zufriedenheit mit dem System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern	29
8.4	Bewertung des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern	29
8.5	Ständige Verbesserung	29
Anhang A (normativ) Anleitung für kleinere Unternehmen.....		31
Anhang B (informativ) Kundenzufriedenheit und Erfordernisse der Verbraucher im Zusammenhang mit B2C ECT		32
B.1	Allgemeines	32
B.2	Kundenzufriedenheit und das System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern	32
B.3	Erfordernisse der Verbraucher	32
B.4	Online-Umgebung	33
Anhang C (informativ) Rechtliche und administrative Aspekte		35
Anhang D (informativ) Anleitung zur Bereitstellung von Informationen.....		36
D.1	Allgemeines	36
D.2	Identifikation der Organisation	36
D.3	Produktbeschreibung	37
D.4	Preisinformationen	37
D.5	Informationen zum abschließenden Angebot	37
D.6	Informationen zur Zahlungsauswahl.....	37
D.7	Lieferinformationen	38
D.8	Weitere Informationen zum System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern	38
Anhang E (informativ) Anleitung zum B2C ECT-Kodex einer Organisation		39
Literaturhinweise		41

Nationales Vorwort

Dieses Dokument wurde im SC 3 „Supporting technologies“ (Sekretariat: NEN, Niederlande) des ISO/TC 176 „Quality management and quality assurance“ erarbeitet.

Das zuständige deutsche Gremium ist der NA 147-00-01-06 UA „Qualitätsmanagement UA 6“ im Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ).

Das internationale Dokument (ISO/DIS 10008:2012) ist unverändert in diesen Norm-Entwurf übernommen worden.

Die in der ISO 10008 durchgängig verwendete Abkürzung „B2C ECT“ für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern wurde aufgrund der geringen Gebräuchlichkeit im Deutschen weitestgehend durch den abzukürzenden Begriff ersetzt.

Für die in diesem Dokument zitierten Internationalen Normen wird im Folgenden auf die entsprechenden Deutschen Normen hingewiesen:

ISO 9000	siehe	DIN EN ISO 9000
ISO 9001	siehe	DIN EN ISO 9001
ISO 9004	siehe	DIN EN ISO 9004
ISO 9241-151	siehe	DIN EN ISO 9251-151
ISO 10001	siehe	DIN ISO 10001
ISO 10002	siehe	DIN ISO 10002
ISO 10003	siehe	DIN ISO 10003
ISO/TS 10004	siehe	DIN ISO/TS 10004 (DIN SPEC 91234)
ISO 19011	siehe	DIN EN ISO 19011
ISO/IEC 27001	siehe	DIN ISO/IEC 27001
ISO/IEC 27002	siehe	DIN ISO/IEC 27002

Nationaler Anhang NA (informativ)

Literaturhinweise

DIN EN ISO 9000, *Qualitätsmanagementsysteme — Grundlagen und Begriffe*

DIN EN ISO 9001, *Qualitätsmanagementsysteme — Anforderungen*

DIN EN ISO 9004, *Leiten und Lenken für den nachhaltigen Erfolg einer Organisation — Ein Qualitätsmanagementansatz*

DIN EN ISO 9241-151, *Ergonomie der Mensch-System-Interaktion — Teil 151: Leitlinien zur Gestaltung von Benutzungsschnittstellen für das World Wide Web*

DIN ISO 10001, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Verhaltenskodizes für Organisationen*

DIN ISO 10002, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für die Behandlung von Reklamationen in Organisationen*

DIN ISO 10003, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Konfliktlösung außerhalb von Organisationen*

DIN ISO/TS 10004 (DIN SPEC 91234), *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit*

DIN EN ISO 19011, *Leitfaden zur Auditierung von Managementsystemen*

DIN ISO/IEC 27001, *Informationstechnik — IT-Sicherheitsverfahren — Informationssicherheits-Managementsysteme — Anforderungen*

DIN ISO/IEC 27002, *Informationstechnik — IT-Sicherheitsverfahren — Leitfaden für das Informationssicherheits-Management*

Einleitung

0.1 Allgemeines

Diese Internationale Norm gibt Anleitungen für Organisationen zur Planung, Gestaltung, Entwicklung, Einführung, Aufrechterhaltung und Verbesserung eines wirksamen und effizienten Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (en: business-to-consumer electronic commerce transactions, B2C ECT).

Ein wirksames und effizientes System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern kann Verbraucher und Organisationen bei allen Aspekten des Geschäftsverkehrs unterstützen.

Diese Internationale Norm leitet an, wie Organisationen ein solches System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einführen können und dabei:

- a) eine Grundlage für Verbraucher schaffen, zunehmendes Vertrauen in den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu haben;
- b) die Fähigkeit der Organisationen darin stärken, die Verbraucher zufrieden zu stellen; und
- c) dazu beitragen, Reklamationen und Konflikte zu reduzieren.

Elektronischer Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern beinhaltet typischerweise Internet-Interaktionen zwischen der Organisation und dem Verbraucher, unabhängig davon, ob der Zugriff durch den Verbraucher über einen Personalcomputer oder über ein tragbares Gerät mit drahtgebundener oder drahtloser Konnektivität erfolgt (z. B. Tablet-PCs, PDAs [en: Personal Digital Assistant] und internetfähige Mobiltelefone). Im Sinne dieser Internationalen Norm kann B2C ECT auch andere datenbasierte Telekommunikationsnetzwerke und verschiedene Benutzungsoberflächen einschließen, einschließlich Webseiten, Social Media Webseiten und E-Mails.

Die Anleitungen in dieser Internationalen Norm sind für Situationen vorgesehen, in denen ein wesentlicher Teil des B2C ECT, darunter mindestens ein Prozess der Phase während der Transaktion, durch elektronische Verfahren erleichtert wird (zum Beispiel Verarbeitung von Zahlungsaufträgen, Bestätigung der Vereinbarung durch den Verbraucher oder Lieferung eines Produktes).

Die Anleitungen in dieser Internationalen Norm könnten für Situationen nützlich sein, in denen kein elektronischer Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern stattfindet, wo es aber einige Online-Interaktionen zwischen der Organisation und dem Verbraucher gibt, beispielsweise wenn eine Organisation online Werbung macht, aber keine Produkte online verkauft.

Situationen, in denen Fernabsatz keine Online-Komponente enthält, zum Beispiel im Versandhandel, sind nicht Gegenstand dieser Internationalen Norm, jedoch könnten einige der enthaltenen Anleitungen relevant sein.

Die Anleitungen in dieser Internationalen Norm sind nicht für Online-Transaktionen vorgesehen, die zwischen Einzelpersonen („Verbraucher-Verbraucher“) abgeschlossen werden. Allerdings könnten die Anleitungen in dieser Internationalen Norm für Unabhängige Drittorganisationen relevant sein, die Online-Dienste bereitstellen, um die Transaktionen zwischen Verbrauchern zu erleichtern (zum Beispiel Auktions-Webseiten).

0.2 Beziehung zu ISO 9001:2008 und ISO 9004:2009

Diese Internationale Norm ist im Einklang mit ISO 9001 und ISO 9004 und unterstützt die Ziele dieser beiden Normen durch wirksame und effiziente Anwendung eines Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern.

ISO 9001 legt Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem fest, das für interne Anwendungen durch Organisationen oder für Zertifizierungen oder für Vertragszwecke genutzt werden kann. Ein System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern, das gemäß ISO 10008 eingeführt wurde, kann ein Element eines Qualitätsmanagementsystems sein. ISO 10008 ist nicht zur Zertifizierung oder für vertragliche Zwecke vorgesehen.

ISO 9004 liefert Anleitungen zum Qualitätsmanagement für den nachhaltigen Erfolg von Organisationen. ISO 10008 kann den nachhaltigen Erfolg im Rahmen des B2C ECTs unterstützen.

0.3 Beziehung zu ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 und ISO 10004

Diese Internationale Norm wurde im Einklang mit ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 und ISO 10004 entwickelt. Diese fünf Normen können entweder einzeln oder in Kombination miteinander verwendet werden. In Kombination können diese Normen Teil eines breiter angelegten und integrierten Rahmenprogramms für größere Kundenzufriedenheit sein, sowohl im Rahmen von Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (en: business-to-consumer, B2C) als auch im Rahmen von Geschäftsverkehr, der nicht zwischen Unternehmen und Verbrauchern stattfindet (Nicht-B2C-Kontext).

Organisationen können die in ISO 10001 enthaltenen Anleitungen verwenden, um einen Kodex für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C ECT-Kodex) als Teil eines Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu planen, zu gestalten, zu entwickeln, zu verwirklichen, aufrecht zu erhalten und zu verbessern. Die in ISO 10002, ISO 10003 und ISO 10004 entsprechend beschriebenen Prozesse zur Behandlung von Reklamationen, Konfliktlösung sowie Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit können wichtige Teile eines Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern bilden.

0.4 Aussagen in Bezug auf Konformität

Diese Internationale Norm ist ausschließlich zur Anwendung als Leitfaden vorgesehen. Wenn alle anwendbaren Anleitungen aus dieser Internationalen Norm verwirklicht wurden, können Aussagen gemacht werden, dass ein System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern basierend auf diesen Anleitungen geplant, gestaltet, entwickelt, eingeführt, erhalten und verbessert wird.

Jedoch stehen alle Erklärungen, in denen die Konformität mit dieser Internationalen Norm behauptet oder angedeutet wird, mit der Internationalen Norm im Widerspruch. Es ist daher unangemessen, solche Erklärungen abzugeben.

ANMERKUNG Erklärungen, in denen die Übereinstimmung mit dieser Internationalen Norm behauptet oder angedeutet wird, sind in jeglichem Werbe- und Kommunikationsmaterial unangemessen, wie zum Beispiel in Pressemitteilungen, Anzeigen, Marketing-Broschüren, Videos, Personalbekanntmachungen, Logos, Slogans und Schlagzeilen in verschiedenartigen Medien, von Printmedien und Rundfunk über Internet- und Multimedia-Anwendungen zu Produktkennzeichnung, Zeichen und Bannern reichen.

1 Anwendungsbereich

Diese Internationale Norm gibt Anleitung zur Planung, Gestaltung, Entwicklung, Einführung, Aufrechterhaltung und Verbesserung eines wirksamen und effizienten Systems innerhalb einer Organisation für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (en: business-to-consumer electronic commerce transactions, B2C ECT).

Diese Internationale Norm gilt für alle Organisationen, die elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern tätigen bzw. diesen planen, unabhängig von ihrer Größe, Art und ihren Tätigkeiten. Anhang A liefert Anleitungen speziell für kleine Unternehmen.

Diese Internationale Norm ist nicht zur Zertifizierung oder für vertragliche Zwecke vorgesehen, ebenso wenig zur Abänderung von Rechten und Pflichten, die durch jeweils anwendbare gesetzliche und behördliche Anforderungen vorgegeben werden.

Der Leitfaden ist darauf ausgerichtet, es Organisationen zu ermöglichen, ein faires, wirksames, effizientes, transparentes und sicheres System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einzurichten, um das Vertrauen der Verbraucher in den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Wenn eine Organisation diesen Anleitungen folgt, kann sie ihr Qualitätsmanagementsystem sinnvoll ergänzen.

ANMERKUNG Diese Internationale Norm ist auf den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern ausgerichtet und betrifft damit Verbraucher als eine Teilmenge der Kunden.

2 Normative Verweisungen

Die folgenden zitierten Dokumente, die in diesem Dokument teilweise oder als Ganzes zitiert werden, sind für die Anwendung dieses Dokuments erforderlich. Bei datierten Verweisungen gilt nur die in Bezug genommene Ausgabe. Bei undatierten Verweisungen gilt die letzte Ausgabe des in Bezug genommenen Dokuments (einschließlich aller Änderungen).

ISO 9000, *Quality management systems — Fundamentals and vocabulary*

3 Begriffe

Für die Anwendung dieser Internationalen Norm gelten die Begriffe nach ISO 9000 und die folgenden Begriffe.

3.1

Elektronischer Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern B2C ECT

Wechselwirkungen zwischen einer **Organisation** (3.2) und einem **Verbraucher** (3.3) zwecks Bereitstellung eines **Produkts** (3.4), die **online** (3.5) (elektronisch) unterstützt werden

3.2

Organisation

Gruppe von Personen und Einrichtungen mit einem Gefüge von Verantwortungen, Befugnissen und Beziehungen

BEISPIEL Gesellschaft, Körperschaft, Firma, Unternehmen, Institution, gemeinnützige Organisation, Einzelunternehmer, Verband oder Teile oder Mischformen solcher Einrichtungen.

3.3

Verbraucher

natürliche Person, die **Produkte** (3.4) für persönliche, familiäre oder Haushaltszwecke erwirbt oder nutzt

ANMERKUNG Für die Anwendung dieser Internationalen Norm schließt der Begriff „Verbraucher“ potentielle Verbraucher mit ein.

[in Anlehnung an ISO GUIDE 76: 2008, 3.4 „Waren, Eigentum oder Dienstleistungen“ wurde durch „Produkte“ ersetzt und die Anmerkung wurde entfernt]

3.4

Produkt

Ergebnis eines Prozesses

ANMERKUNG 1 Es gibt vier übergeordnete Produktkategorien:

- Dienstleistungen (zum Beispiel Transport);
- Software (zum Beispiel Rechnerprogramm, Wörterbuch);
- Hardware (zum Beispiel mechanisches Motorteil);
- verfahrenstechnische Produkte (zum Beispiel Schmiermittel).

Viele Produkte bestehen aus Elementen, die zu verschiedenen übergeordneten Produktkategorien gehören. Ob das Produkt als Dienstleistung, Software, Hardware oder verfahrenstechnisches Produkt bezeichnet wird, hängt vom vorherrschenden Element ab. Zum Beispiel besteht das Angebotsprodukt „Auto“ aus Hardware (zum Beispiel den Reifen), verfahrenstechnischen Produkten (zum Beispiel Kraftstoff, Kühlflüssigkeit), Software (zum Beispiel Motorsteuerungssoftware, Betriebsanleitung) und Dienstleistungen (zum Beispiel den vom Händler gegebenen Erläuterungen zum Betrieb).

[in Anlehnung an ISO 9000: 2005, 3.4.2 die Anmerkungen 2 und 3 wurden entfernt]

ANMERKUNG 2 In dieser Internationalen Norm bezieht sich der Begriff „Produkt“ auf Produkte, die für persönliche, familiäre oder Haushaltszwecke vorgesehen, nicht aber auf diese beschränkt sind; er kann Gebrauchsgüter, Lebensmittel, Waren, Dienstleistungen sowie Eigentum einschließen. Dies könnte sich von der Definition des Begriffs „Produkt“ in anderen ISO-Normen unterscheiden.

3.5

online

durch Netzwerke, die Konnektivität zwischen elektronischen Geräten bereitstellen

3.6

B2C ECT-Kodex

Versprechen bzw. eine Reihe von Versprechen durch **Organisationen** (3.2) an **Verbraucher** (3.3) und damit zusammenhängende Bestimmungen zur Unterstützung des elektronischen Geschäftsverkehrs zwischen Unternehmen und Verbrauchern.

3.7

B2C ECT-Anbieter

Person oder **Organisation** (3.2), die im Auftrag der Organisation, einen Prozess zum elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbraucher (B2C ECT-Prozess) oder eine externe Tätigkeit zum elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbraucher (B2C ECT-Tätigkeit) bereitstellt oder betreibt

4 Leitprinzipien

4.1 Allgemeines

Die wirksame und effiziente Planung, Gestaltung, Entwicklung, Einführung, Aufrechterhaltung und Verbesserung eines Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einer Organisation beruht auf der Einhaltung der verbraucherorientierten Leitprinzipien, dargelegt in 4.2 bis 4.17. Diese Leitprinzipien können bei der Verbesserung des Verbraucherschutzes im gesamten B2C ECT-System unterstützend wirken.

ANMERKUNG Für weitere Anleitung zur Kundenzufriedenheit und zu Erfordernissen von Verbrauchern im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern siehe Anhang B.

4.2 Selbstverpflichtung

Eine Organisation sollte sich ausdrücklich zur Annahme, Einführung und Verbreitung eines Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und der Erfüllung ihrer Versprechen verpflichten, die sie in ihrem B2C ECT-Kodex an die Verbraucher macht.

4.3 Kapazität

Für die Leitung und Lenkung des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einer Organisation sowie für deren Planung, Gestaltung, Entwicklung, Einführung, Erhaltung und Verbesserung sollten ausreichende Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

4.4 Kompetenz

Das Personal der Organisation sowie die B2C ECT-Anbieter sollten die notwendigen persönlichen Eigenschaften Kenntnisse, Fertigkeiten, Schulungen und Erfahrungen haben, um ihrer Verantwortung in verbraucherfreundlicher Art und Weise nachzukommen.

4.5 Eignung

Die Organisation sollte sicherstellen, dass das System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern für die Art des Geschäftsverkehrs geeignet ist, wobei solche Faktoren wie die Zielgruppe, die Art des Produkts und, sofern zutreffend, die Art der Reklamationen oder Anliegen zu berücksichtigen sind.

4.6 Genauigkeit

Eine Organisation sollte sicherstellen, dass ihr System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und Informationen darüber ausreichend, aktuell, genau, nicht irreführend, nachvollziehbar und in Übereinstimmung mit den relevanten gesetzlichen und behördlichen Anforderungen sind.

4.7 Transparenz

Den Verbrauchern, dem Personal sowie anderen interessierten Kreisen sollten ausreichende Informationen über das System der Organisation für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden; diese Informationen müssen deutlich sichtbar und leicht zugänglich sein.

4.8 Zugänglichkeit

Das System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einer Organisation und relevante Informationen dazu sollten leicht zu finden, zu verstehen und anzuwenden sein.

ANMERKUNG Für weitere Anleitungen siehe ISO Guide 76.

4.9 Reaktionsbereitschaft

Eine Organisation sollte in ihrem System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern soweit wie möglich auf die Erfordernisse der Verbraucher eingehen. In Anbetracht der Art der Erfordernisse sowie des in Frage kommenden Prozesses sollten die Antworten der Organisation rasch zur Verfügung gestellt werden.

4.10 Zustimmung

Wann immer die Zustimmung des Verbrauchers im elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbraucher erforderlich ist, sollte eine Organisation sicherstellen, dass diese bewusst ist und sich auf umfassende Informationen stützt.

4.11 Fairness

Eine Organisation sollte ein System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern entwickeln und einführen, das fair gegenüber allen Verbrauchern ist.

4.12 Rechenschaftspflicht

Eine Organisation sollte Ihrer Rechenschaftspflicht über Maßnahmen und Entscheidungen in Verbindung mit ihrem System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern nachkommen und entsprechende Berichterstattung einführen und aufrechterhalten, auch in Bezug auf Dritte, die am B2C ECT-System beteiligt sind.

4.13 Rechtsgültigkeit

Eine Organisation sollte die relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen proaktiv überwachen und ihr System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern in Übereinstimmung mit allen anwendbaren gesetzlichen und behördlichen Anforderungen betreiben.

4.14 Datenschutz

Persönliche Informationen über den Verbraucher, die durch die Organisation bei der Anwendung ihres Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern gesammelt werden, sollten vertraulich gehalten und geschützt und gemäß den geltenden Gesetzen behandelt werden. Dies schränkt die Offenlegung persönlicher Informationen auf Situationen ein, in denen dies gesetzlich vorgeschrieben ist, oder, falls gestattet, auf Situationen, in denen die ausdrückliche Zustimmung zur Offenlegung vom Verbraucher eingeholt wird.

4.15 Sicherheit

Die Organisation sollte die Vertraulichkeit und Integrität von Verbraucherdaten im System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern durch Sicherheitsmaßnahmen entsprechend der Sensibilität der Informationen wahren und sie sollte sicherstellen, dass kein unbefugter Zugriff möglich ist.

4.16 Integration

Das System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern einer Organisation sollte in das Qualitätsmanagementsystem einer Organisation und ggf. in weitere Managementsysteme integriert werden. Dies sollte den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen der Organisation und den Verbrauchern im Internet (online) sowie herkömmliche persönliche Interaktionen (mit Blickkontakt) oder ggf. Fernabsatz-Interaktionen in einer Weise einschließen, die konsequent und für alle Verbraucher nachvollziehbar sind.

4.17 Verbesserung

Verbesserte Wirksamkeit und Effizienz des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern sollten ein ständiges Ziel der Organisation sein.

5 System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern

5.1 Rahmenbedingungen

Eine Organisation sollte Rahmenbedingungen für Entscheidungsfindung und Aktivitäten zur Planung, Gestaltung, Entwicklung, Einführung, Aufrechterhaltung und Verbesserung des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern schaffen und anwenden. Diese Rahmenbedingungen beinhalten die Bewertung, Bereitstellung und den Einsatz von Ressourcen, die notwendig sind, um damit die Durchführung der Prozesse zu unterstützen, die zur Erreichung der Ziele des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern notwendig sind. In Übereinstimmung mit den in Abschnitt 4 angegebenen Leitprinzipien schließt dies auch die Selbstverpflichtung der obersten Leitung, die Zuweisung angemessener Verantwortlichkeiten und Befugnisse sowie die Schulung ein.

Bei der Planung, Entwicklung, Einführung, Aufrechterhaltung und Verbesserung ihres Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern sollte die Organisation Informationen sammeln und bewerten hinsichtlich:

- den Erfordernissen und Erwartungen der Verbraucher;
- den Themen im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (zum Beispiel Datenschutz, Sicherheit, Reaktionsbereitschaft sowie Genauigkeit
- den gesetzlichen und behördlichen Anforderungen im Zusammenhang mit der Behandlung dieser Themen (Siehe Anhang C);
- wie diese Themen entstehen, ihre möglichen Auswirkungen und wie sie angesprochen werden;
- wie andere Organisationen diese Themen behandeln.

Für die Organisation ist es wichtig, Beiträge in Bezug auf den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern von den relevanten interessierten Parteien (zum Beispiel Kunden, Anbietern, Industrieverbänden, Verbraucherorganisationen, relevanten Regierungsbehörden, Aufsichtsbehörden, Mitarbeitern und Eigentümern) zu erhalten und zu bewerten.

5.2 Ziele

Die Organisation sollte die mit dem System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu erreichenden Ziele ermitteln. Diese Ziele sollten mit den Rahmenbedingungen im Einklang stehen, und ihre Erfüllung sollte unter Anwendung geeigneter Leistungsindikatoren messbar sein. Diese Ziele sollten in regelmäßigen Abständen überprüft, und wenn erforderlich, aktualisiert werden.

Die Organisation sollte quantitative bzw. qualitative Leistungsindikatoren erstellen, die dabei helfen sollen zu verstehen, ob das System der Organisation für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern beim Erfüllen ihrer Ziele erfolgreich ist.

ANMERKUNG Beispiele für auf das System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern bezogene Leistungsindikatoren schließen ein:

- Anzahl der erfolgreichen Verkaufsabschlüsse in Bezug auf die Besuche auf der Webseite,
- Anzahl der Retouren aus erfolgreichen Lieferungen im Verhältnis zur Gesamtmenge,
- Anzahl der wiederkehrenden Verbraucher im Verhältnis zur Gesamtmenge,
- Verlust und Schäden im Verhältnis zu Gesamtlieferungen,
- Anzahl der termingerechten Auslieferungen im Verhältnis zur Gesamtzahl,
- Anzahl der Systemausfälle auf der internen Webseite/Plattform,
- Auswertungen von Verbraucherzufriedenheitsumfragen,
- Statistiken über Reklamationen und deren Lösungen und
- Rechtzeitigkeit der Antworten auf Feedback.

5.3 Prozesse

5.3.1 Allgemeines

Eine Organisation sollte

- Einphasen-Prozesse und
- Mehrphasen-Prozesse

planen, gestalten, entwickeln, einführen, aufrechterhalten und verbessern.

Während Einphasen-Prozesse nur auf eine der drei Phasen des elektronischen Geschäftsverkehrs zwischen Unternehmen und Verbrauchern angewandt werden, gelten mehrphasige Prozesse in allen drei Phasen. Die Beziehung zwischen diesen Prozessen ist dynamisch und sollte nicht strikt sequenziell betrachtet werden. Zum Beispiel kann eine Organisation Mehrphasen-Prozesse, wie zum Beispiel den Einsatz eines B2C ECT-Kodex, entwickeln, und zwar bevor sie die Prozesse der Phasen „*vor der Transaktion*“, „*während der Transaktion*“ und „*nach der Transaktion*“ entwickelt.

Bild 1 veranschaulicht diese Prozesse sowie die dazugehörigen Tätigkeiten.

Die Planung, Gestaltung und Entwicklung eines jeden dieser Prozesse ist wesentlich für deren erfolgreiche Umsetzung. Die Organisation sollte ihr System für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern vor deren Einführung testen, um die Notwendigkeit von Änderungen festzustellen.

Anleitung zur Planung, Gestaltung, Entwicklung und Einführung der Prozesse der Phasen vor der Transaktion, während der Transaktion und nach der Transaktion ist in Abschnitt 6 gegeben.

Anleitung zur Planung, Gestaltung, Entwicklung und Einführung mehrphasiger Prozesse ist in Abschnitt 7 gegeben. Anleitung zur Aufrechterhaltung und Verbesserung des Systems für den elektronischen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern ist in Abschnitt 8 gegeben.