

Vertrauensleitfaden für Cloud-Computing-Dienste

Ein Leitfaden zur Förderung von Vertrauen
durch die Gestaltung der Online-Produktpräsentation



Skalierungsfähigkeit

Cloud-Computing

Vertrauen

Sicherheitsgefühl

Transparenz

Rechtliche Rahmenbedingungen

Verfügbarkeit
Sicherheit

Kundenbeziehung
Verlässlichkeit
Personalisierung

Wohlfühlen





Grußwort

Vertrauen ist in den letzten Jahren in der Branche der Informations- und Kommunikationstechnik zu einem regelrechten Schlagwort und vor allem im Bereich des Cloud-Computings zu einem der wichtigsten Erfolgsfaktoren avanciert. Das Vertrauen der Kunden wird über Erfolg und Misserfolg von Cloud-Computing-Anbietern am Markt entscheiden.

Ziel des Leitfadens ist es Sie, als Anbieter von Cloud-Computing-Diensten, dabei zu unterstützen die Online-Produktpräsentation vertrauensförderlicher zu gestalten und so mehr Kunden von ihrem Angebot überzeugen zu können.

Wir hoffen, Sie mit diesem Leitfaden bei der schwierigen Aufgabe, das Vertrauen Ihrer zukünftigen Kunden zu gewinnen, bestens zu unterstützen.



**Prof. Dr.
Jan Marco Leimeister**



Dr. Matthias Söllner



Lysann Gebauer

Zum Thema Vertrauen:

Jeder kennt Vertrauen, jeder fordert es und viele versprechen Vertrauen. Doch geht es darum genau zu definieren was Vertrauen ist, welche Eigenschaften es beeinflussen und was konkret getan werden kann, um sich Vertrauen zu erarbeiten, fällt es den meisten schwer eine präzise Antwort zu geben.

Dennoch zählt Vertrauen zu den grundlegendsten Voraussetzungen für zwischenmenschliche Beziehungen und Geschäftsabschlüsse. Um dem Phänomen Vertrauen auf den Grund zu gehen, haben sich unzählige Studien verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen mit dem Thema beschäftigt. Im Rahmen dieses Leitfadens wird Vertrauen wie folgt definiert:



Vertrauen ist die freiwillige Entscheidung einer Partei sich auf eine andere Partei in einer wichtigen Situation zu verlassen, ohne dass es Möglichkeiten zur Überwachung oder Kontrolle gibt¹.

Auch in den Wirtschaftswissenschaften, speziell im Bereich der Wirtschaftsinformatik (WI), hat sich die Vertrauensforschung zu einem wichtigen Forschungszweig entwickelt. Vertrauen ist gerade in Geschäftsbeziehungen, sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich, eine wichtige Voraussetzung um Kunden zu akquirieren und längerfristig zu binden.

Die Wirtschaftsinformatik, als wissenschaftliche Disziplin, befasst sich vorrangig mit der Entwicklung und Anwendung von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT).

Daher wird im Bereich der Wirtschaftsinformatik davon ausgegangen, dass Vertrauen nicht nur beim interpersonellen Austausch von Bedeutung ist, sondern auch Vertrauen in technische Systeme geschaffen werden muss. Dieses sogenannte Systemvertrauen wird als generelle Erwartung in Bezug auf die Funktionsweise der Technik verstanden. Beide Vertrauensarten sind für den Aufbau von Kundenvertrauen in der IKT-Branche unerlässlich und sollten aktiv von den Unternehmen gestaltet werden.

Ziel des Leitfadens:

Im Sinne des Dienstleistungsengineering und -managements² unterstützt der Leitfaden die vertrauensförderliche Gestaltung von Dienstleistungen. Der Leitfaden richtet sich an Unternehmen, die Cloud-Computing-Dienste anbieten und das Vertrauen der Kunden in den Dienst als auch in den Anbieter selbst über die Online-Produktpräsentation aktiv fördern möchten. Das Vertrauen soll hierbei sowohl in den Anbieter als auch in die zu Grunde liegende Technik, also Cloud-Computing, gestärkt werden. Der Leitfaden wurde auf Grundlage eines wissenschaftlichen Vorgehens zur systematischen Vertrauensförderung entwickelt, welches sich bereits zur Vertrauensförderung bei verschiedenen IT-Systemen bewährt hat.

Das Vorgehen gliedert sich in **vier Schritte**, welche iterativ durchlaufen werden können, wodurch systematisch vertrauensförderliche Handlungsempfehlungen für die Produktpräsentation entwickelt werden. Das Vorgehen sollte für einen ausgewählten Cloud-Computing-Dienst durchlaufen werden.

¹ Übersetzung nach: Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust, *The Academy of Management Review*, 20 (3), 709-734.

² Leimeister, J. M. (2012). *Dienstleistungsengineering und -management*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.

Durch die festgelegten Schritte kann dieses leicht für andere IT-Dienste angewendet werden und stellt durch die Standardisierung ein umfassendes und bestmögliches Ergebnis sicher.

Im Folgenden werden die einzelnen Schritte beschrieben, die Sie als Anbieter für einen spezifischen Cloud-Computing-Dienst durchlaufen sollten, um die Produktpräsentation vertrauensförderlicher zu gestalten. Um Ihnen das Vorgehen näher zu bringen und Sie bei der Umsetzung der Schritte zu unterstützen, wird jeder Schritt anhand eines Fallbeispiels exemplarisch erläutert.



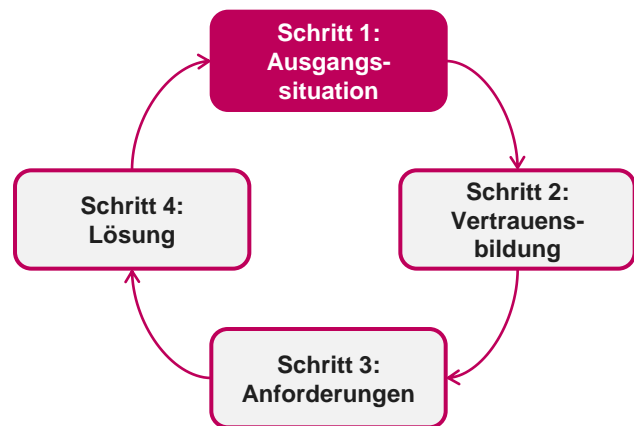
Der Anbieter eines Cloud-Speicherdienstes namens „SafeNow“ ermöglicht es dem Kunden, nach einer vorherigen Anmeldung mit E-Mail Adresse und Passwort, unkompliziert die eigenen **Daten in der Cloud zu speichern** und diese somit von jedem beliebigen Endgerät aus aufzurufen. Der Dienst ist bis zu einem Datenvolumen von 1 GB kostenlos, alles was darüber liegt wird dem Kunden berechnet. Der Anbieter von „SafeNow“ hat unseren Leitfaden gelesen und möchte nun die Produktpräsentation seines Dienstes vertrauensvoller gestalten. Zu diesem Zweck wird ein Team aus Mitarbeitern zusammen gestellt³, welche gemeinsam den Vertrauensleitfaden für den Online-Speicherdienst anwenden sollen.

³ Anregungen zur Ausgestaltung der Zusammenarbeit in Gruppen finden sich in folgenden Beiträgen: Leimeister, J. M. (2014). *Collaboration Engineering: IT-gestützte Zusammenarbeitsprozesse systematisch entwickeln und durchführen*: Springer Gabler Verlag.

Bittner, E. A. C., & Leimeister, J. M. (2014). Creating Shared Understanding in heterogeneous work groups - Why it matters and how to achieve it. *Journal of Management Information System*, 31(1).

⁴ Weitere Anregungen für Unsicherheiten im Cloud-Computing Umfeld finden sich in folgendem Beitrag: Gebauer, L., Söllner, M., & Leimeister, J. M. (2012). *Hemmnisse bei der Nutzung von Cloud-Computing im B2B-Bereich und die Zuordnung dieser zu den verschiedenen Vertrauensbeziehungen*. ConLife, Köln.

Schritt 1: Strukturierung der Ausgangssituation



Um ein individuelles und auf Ihren Dienst abgestimmtes Ergebnis zu erhalten, sollte zuerst der aktuelle Stand hinsichtlich der Akzeptanz und Nutzung des Dienstes betrachtet werden. Hierzu sollten Sie sich folgende Fragen stellen:



- Mit **welchen Unsicherheiten** wird der Nutzer im Verwendungsprozess des Dienstes konfrontiert?
- Welche Unsicherheiten haben vor dem Hintergrund des Verwendungsprozesses die **höchste Priorität?**

Unsicherheiten können hier zum Beispiel sein: Mangelnde Transparenz im Verwendungsprozess, mangelnde rechtliche Standards hinsichtlich Datenschutz- und Datensicherheit oder aber die Unsicherheit bezüglich der Skalierbarkeit⁴.

Es gilt daher für Sie den Verwendungsprozess aus der Perspektive der Kunden zu betrachten, um die **Unsicherheiten zu identifizieren und zu priorisieren**.



Das Team von „SafeNow“ hat sich zusammengefunden und fragt sich im ersten Schritt: Welche Unsicherheiten haben die Kunden,

wenn sie den Online-Speicherdienst nutzen oder verwenden wollen?

Um diese Frage zu beantworten, recherchiert ein Mitarbeiter im Internet und in Onlineforen. Zusätzlich startet die Marketingabteilung eine Kundenumfrage.

Nun werden die Antworten in einem gemeinsamen Meeting zusammengetragen. Das Team stellt fest, dass folgende Unsicherheiten der Kunden identifiziert werden konnten:

- **Rechtschaffenheit des Cloud-Anbieters:** Welchen Zweck verfolgt der Anbieter? Sind seine Angebote rechtskonform?
- **Rechtliche Fragen und Unsicherheiten:** Wer hat Zugriff auf meine Daten? Was passiert im Falle von Anbieterinsolvenz? Welche Daten dürfen in der Cloud gespeichert werden und welche nicht? Wer ist zuständig für die Wiederherstellung meiner Daten im Falle eines Verlustes?
- **Skalierbarkeit:** Wie schnell passt sich der Service meinem Bedarf an?
- **Datenverwaltung und Zugriffsstrukturen:** Wer hat Zugriff auf meine Daten? Können Dritte oder Unbefugte Zugriff zu meinen Daten erlangen? Kann ich verschiedene Zugriffsrechte für die Daten vergeben?

- **Passendes Leistungsangebot:** Welche der angebotenen Dienste von „SafeNow“ passt zu meinen Bedürfnissen?
- **Transparenz des Angebots:** Wie erfolgt die Abrechnung ab dem Grenzvolumen von 1GB? Welches Angebot bringt mir welche Vor- und Nachteile?
- **Datensicherheit:** Wie gut sind meine Daten geschützt? Ist das Rechenzentrum sicher? Werden Daten doppelt vorgehalten? Hat der Anbieter ein gutes Anti-Virensystem? Gibt es eine unabhängige Institution zur Überwachung der Datensicherheit?
- **Normen und Werte:** Welchen Normen und Werten folgt „SafeNow“? Kümmert sich „SafeNow“ um Nachhaltigkeit? Ist Green-IT ein Thema? Engagiert sich „SafeNow“ sozial? Liegt dasselbe Rechtsverständnis vor?

Nach der Sammlung der Unsicherheiten und Fragen, die sich seitens der Kunden bei der Nutzung von „SafeNow“ ergeben, versuchen die Mitarbeiter nun die Unsicherheiten nach deren Wichtigkeit zu priorisieren. Da fast alle Mitarbeiter bei ihren Recherchen auf die **Unsicherheit der Datenverwaltung und Zugriffsstrukturen** gestoßen sind, wird diese Unsicherheit mit der höchsten Priorität bewertet. Auch wenn der Prozess gleichzeitig für mehrere priorisierte Unsicherheiten durchlaufen werden kann, beschließen die Mitarbeiter sich erst mal auf die Betrachtung dieser einen Kategorie an Unsicherheiten zu fokussieren.

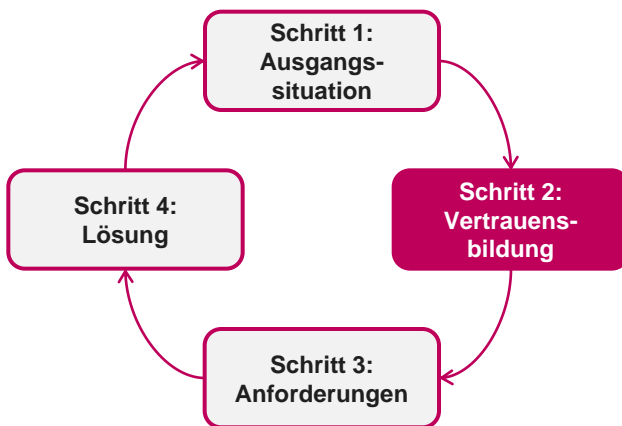
Bei Schritt 1 gilt, je **umfassender und genauer die Analyse der Ausgangssituation** erfolgt, desto bessere Ergebnisse werden am Ende erreicht.



Folgende **Methoden** können beispielsweise eingesetzt werden, um die Unsicherheiten der (potentiellen) Kunden zu erfassen:

- Kundenumfragen
- Online-Recherchen
- Prototypentests
- Kunden-Workshops

Schritt 2: Vertrauensbildung



In diesem Schritt wird die praktische Sicht der Dinge mit den wissenschaftlichen Grundlagen der Vertrauensforschung verbunden. Das ist wichtig, um die im ersten Schritt herausgefundenen **Unsicherheiten den theoretischen Grundlagen zuzuordnen** und um in den weiteren Schritten zielgerichtet vertrauensförderliche Handlungsempfehlungen für die Produktpräsentation entwickeln zu können. Dazu sollten Sie sich im zweiten Schritt folgende Frage stellen:



- Mit Hilfe welcher Vertrauensdimensionen und -faktoren kann den priorisierten Unsicherheiten entgegengewirkt werden?

Um dieser Frage nachzugehen und Sie bei der Beantwortung zu unterstützen, folgt ein kleiner **Exkurs zur wissenschaftlichen Betrachtung von Vertrauen**. Es wird erklärt wie sich Vertrauen zusammensetzt und durch welche Faktoren Vertrauen beeinflusst wird.

- Beginn Exkurs zur Vertrauens Theorie⁵ -

Bei der Betrachtung von Vertrauen in der IKT Branche wird zwischen zwei Arten von Vertrauen unterschieden: Vertrauen in den Anbieter (interpersonelles Vertrauen) und Vertrauen in das System (Systemvertrauen). Diese Vertrauensarten wiederum setzen sich aus unterschiedlichen **Vertrauensdimensionen** zusammen, die durch unterschiedliche **Faktoren** beeinflusst werden.

Für das **Systemvertrauen** werden in der WI-Forschung folgende Vertrauensdimensionen unterschieden:

- Performanz
- Prozessnachvollziehbarkeit
- Zweckklarheit

Die Vertrauensdimension „**Performanz**“ bezieht sich auf die Einschätzung des Nutzers, wie gut das System in der Lage ist ihm bei seiner Zielerreichung zu unterstützen. Vertrauensfaktoren, die die **Leistungsfähigkeit** der angebotenen Cloud-Computing-Lösung beschreiben, kommen in dieser Dimension zum Tragen. Als Beispiel kann hier die Verlässlichkeit des Dienstes über die Zeit hinweg angeführt werden.

Die Dimension „**Prozessnachvollziehbarkeit**“ umfasst den Eindruck des Nutzers, dass dieser versteht nach welchen grundlegenden Funktionalitäten und Prinzipien das System arbeitet. Vertrauensfaktoren, die in dieser Dimension zum Tragen kommen, drehen sich um die **Verständlichkeit des Systems**, z.B. dass der Nutzer das Gefühl hat zu verstehen wie das System funktioniert oder Kontrolle über das System zu haben.

⁵ Eine ausführliche Darstellung des theoretischen Hintergrundes findet sich in folgendem Beitrag: Söllner, M., Hoffmann, A., Hoffmann, H., & Leimeister, J. M. (2012). Vertrauensunterstützung für soziotechnische ubiquitäre Systeme. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 82 Special Issue 4, 109-140.

Die Dimension „Zweckklarheit“ spiegelt die Beurteilung des Nutzers wider, ob der Zweck, für den das System entwickelt wurde, klar wird. Deckt sich dieser Zweck mit den Zielen des Nutzers, so entsteht das Gefühl, dass das System die Anliegen des Nutzers beachtet und in den Vordergrund stellt. Daher sind Vertrauensfaktoren, die mit dem **Entwicklungszweck des Systems** in Verbindung stehen für diese Dimension von Bedeutung, wie z.B. das Gefühl des Nutzers, dass die Systementwickler seine Interessen berücksichtigt haben.

Im Hinblick auf das **interpersonelle Vertrauen**, also das Vertrauen in den IT-Anbieter, unterscheidet die WI-Forschung zwischen folgenden Vertrauensdimensionen:

- Fähigkeit
- Wohlwollen
- Integrität

Die Dimension „Fähigkeit“ steht für die Einschätzung des Kunden inwieweit der Hersteller fähig ist dem Kunden bei seiner Zielerreichung behilflich zu sein. Sie beinhaltet also alle Vertrauensfaktoren, die mit der **Kompetenz des Herstellers** in Verbindung stehen, z.B. die Qualität der Dienstleistung gemessen an der Pünktlichkeit, Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit des Anbieters.

Die Dimension „Wohlwollen“ beinhaltet die Einschätzung des Kunden inwieweit der Cloud-Computing-Anbieter seine Interessen berücksichtigt und wahrt. Vertrauensfaktoren, welche die **Sensibilität und Offenheit des Herstellers** gegenüber dem Kunden zeigen kommen in dieser Dimension zum Tragen, z.B. ist die Kundenorientierung ein Maß für das Wohlwollen des Anbieters gegenüber dem Kunden.

Die Dimension „Integrität“ steht für die Einschätzung des Kunden, ob sich der Anbieter an Normen und Prinzipien orientiert, die der Kunde als wichtig empfindet.

Vertrauensfaktoren, die diese Dimension beeinflussen, spiegeln also das **Pflichtbewusstsein, die soziale Verantwortung, das moralische Verhalten als auch die Rechtschaffenheit des Anbieters** wider. Hier können z.B. die Empfehlungen Dritter zum Tragen kommen und als Referenz angeführt werden.

- Ende Exkurs zur Vertrauenstheorie -

Zur Bearbeitung des zweiten Schrittes empfiehlt es sich, zu allererst die Frage zu beantworten, ob die ausgewählte Unsicherheit eher durch die **zugrunde liegende Technik oder durch den Anbieter verursacht** wird. Trotz dieser Unterscheidung, ist auch im Falle von Unsicherheiten, die auf das Systemvertrauen zurückzuführen sind, der Anbieter in der Verantwortung diesen durch eine vertrauensförderliche Produktgestaltung entgegenzuwirken. Nachdem geklärt ist, ob die Unsicherheit eher auf Seiten des Systemvertrauens oder des interpersonellen Vertrauens einzuordnen ist, sollte der Frage nachgegangen werden, mit Hilfe **welcher Vertrauensdimensionen als auch vertrauensbeeinflussender Faktoren**⁶ dieser Unsicherheit begegnet werden kann.

Im Fallbeispiel wird nun demonstriert, wie anhand der Unsicherheit **„Datenverwaltung und Zugriffsstruktur“** die Vertrauensdimension als auch mögliche vertrauensbeeinflussende Faktoren identifiziert werden können.



Die Mitarbeiter des Cloud-Computing-Anbieters „SafeNow“ haben herausgefunden, dass die Kunden hinsichtlich der Datenverwaltung und Zugriffsstrukturen von „SafeNow“ verunsichert sind.

⁶ Weitere Anregungen für vertrauensbeeinflussende Faktoren finden sich in folgendem Beitrag : Söllner, M., Hoffmann, A., Hoffmann, H., & Leimeister, J. M. (2012). Vertrauensunterstützung für sozio-technische ubiquitäre Systeme. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 82 Special Issue 4, 109-140.

Diese Unsicherheit wurde als besonders wichtig priorisiert, weshalb Maßnahmen zur vertrauensförderlichen Produktpräsentation entwickelt werden sollen.

Dem Team ist die Theorie zur Vertrauensbildung inzwischen geläufig. Gemeinsam ordnen sie die fokussierte Unsicherheit dem **Systemvertrauen** zu, weil die damit in Verbindung stehenden Fragen der Kunden sich klar auf diverse **Funktionalitäten des Systems** beziehen. Gemäß der WI-Forschung besteht Systemvertrauen aus den **Vertrauensdimensionen: Performanz, Prozessnachvollziehbarkeit und Zweckklarheit**.

Bei der priorisierten Unsicherheit ist für die Kunden fraglich, welche Personen wann Zugriff auf die Daten erlangen können und ob diese die Zugriffsrechte vergeben und verwalten können. Dementsprechend entschließt sich das Team nach kurzer Diskussion diese Unsicherheit der **Vertrauensdimension Prozessnachvollziehbarkeit** zuzuordnen.

Zur Förderung der Prozessnachvollziehbarkeit ist es in Bezug auf die priorisierte Unsicherheit für die Kunden von Bedeutung **Datenintegrität und Vertraulichkeit** sicherzustellen. Dementsprechend ist die **Datenintegrität** als auch die **Vertraulichkeit** ein **vertrauensbeeinflussender Faktor** für die Prozessnachvollziehbarkeit.

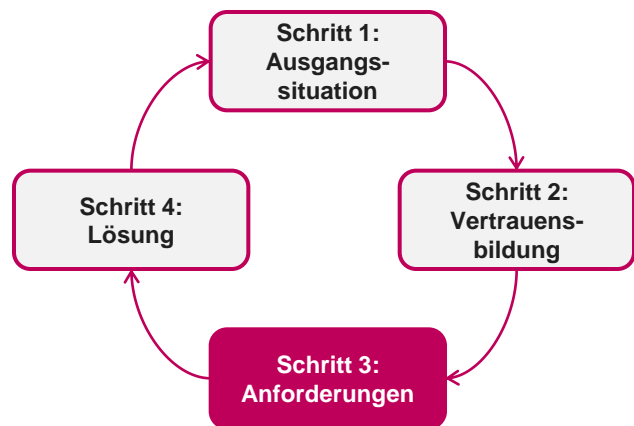
Die **Datenintegrität** beschreibt laut WI-Forschung die **Wahrnehmung des Nutzers, dass niemand unbemerkt dessen Daten ändern kann**. Hingegen beschreibt die **Vertraulichkeit** die **Wahrnehmung des Nutzers die Kontrolle bzw. das Wissen darüber zu haben, wer auf die Daten zugreifen kann**⁷.

⁷ Söllner, M.; Hoffmann, A.; Hoffmann, H.; Wacker, A. & Leimeister, J. M. (2012): Understanding the Formation of Trust in IT Artifacts. In: *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS)*, Orlando Florida, USA.



Wenn Sie sich bezüglich der Zuordnung zu den verschiedenen Vertrauensdimensionen und der Identifikation möglicher vertrauensbeeinflussender Faktoren unsicher sind, bitten sie mehrere Mitarbeiter diese unabhängig voneinander zuzuordnen und zu erarbeiten. Diskutieren Sie anschließend mögliche Unstimmigkeiten.

Schritt 3: Ableitung vertrauensbezogener Anforderungen



Im dritten Schritt werden nun Anforderungen formuliert, welche die identifizierten vertrauensbeeinflussenden Faktoren adressieren. Dazu sollten Sie sich folgende Frage stellen:



▪ Mit Hilfe welcher Anforderungen an die Produktpräsentation können die vertrauensbeeinflussenden Faktoren adressiert werden?

Wichtig ist, dass die Anforderungen zum einen problemspezifisch erhoben werden und zum anderen so allgemein gehalten werden, dass sie nicht ständig bei sich verändernden Rahmenbedingungen angepasst werden müssen.



Nachdem das Team von „SafeNow“ Schritt zwei erfolgreich bearbeitet hat, versuchen die Mitarbeiter nun auf Basis dessen möglichst viele **Anforderungen** für die vertrauensbeeinflussenden Faktoren **Datenintegrität** und **Vertraulichkeit** zu erarbeiten.

Die entwickelten Anforderungen adressieren die Vertrauensdimension Prozessnachvollziehbarkeit und zielen darauf ab das Kundenvertrauen in den Dienst zu fördern und somit gleichzeitig der Kundenunsicherheit „**Datenverwaltung** und **Zugriffsstrukturen**“ entgegenzuwirken.

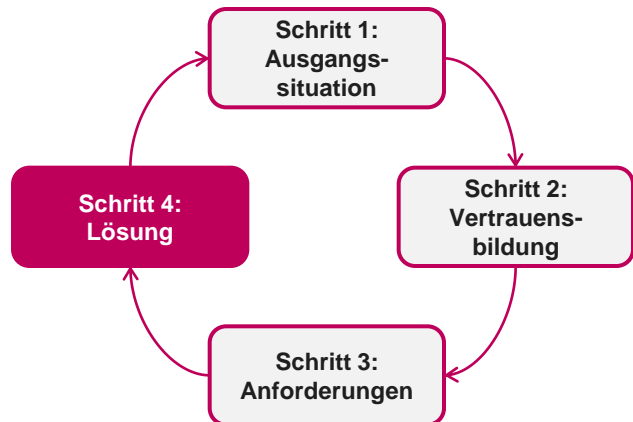
Durch ein **Brainstorming** hat die Gruppe folgende Anforderungen, welche die vertrauensbeeinflussenden Faktoren Datenintegrität und Vertraulichkeit adressieren, identifiziert:

- Der Anbieter soll über die Produktpräsentation für die Kunden die Zugriffsrechte und -hierarchien erkennbar machen.
- Der Anbieter soll über die Produktpräsentation für die Kunden erkennbar machen, dass diesen Informationen hinsichtlich der Datenzugriffe und Datenänderungen durch das System bereitgestellt werden.
- Der Anbieter soll über die Produktpräsentation für die Kunden erkennbar machen, dass das System den Kunden erlaubt die Zugriffsrechte selbst zu definieren und zu verwalten.
- Der Anbieter soll über die Produktpräsentation für die Kunden erkennbar machen, dass das System das Ausspähen oder Manipulieren von gespeicherten Daten verhindert.



Neben den gängigen Kreativitätstechniken, wie Brainstorming oder Mind-Mapping, kann auch auf die Beratung von Anforderungsanalysten zurückgegriffen werden. Anforderungsanalysten können zum Beispiel für wiederkehrende Vertrauensproblematiken Anforderungsmuster konzeptionieren, um die Anforderungsanalyse zu erleichtern.

Schritt 4: Ableitung vertrauensunterstützender Handlungsempfehlungen



Im vierten und letzten Schritt sollen jetzt für die einzelnen identifizierten Anforderungen **vertrauensförderliche Maßnahmen⁸** für die **Produktpräsentation** abgeleitet werden. Hierfür sollte folgende Frage bearbeitet werden:



- Welche vertrauensunterstützenden Lösungen können auf Basis der Anforderungen abgeleitet werden?

⁸ Weitere Anregungen für vertrauensförderliche Maßnahmen finden sich in folgendem Beitrag: Buch, M. & Gebauer, L. (2013): Maßnahmenkatalog zur Vertrauenserrhöhung im Cloud-Computing. In: *Working Paper Series*, Nr. 4, Kassel, Germany.

Ziel ist die Handlungsempfehlungen so zu formulieren, dass diese direkt umgesetzt werden können. Die Handlungsempfehlungen sollten also zum einen eindeutig und klar formuliert, sowie zum anderen umsetzbar und wirkungsvoll sein.



Nachdem die Anforderungen im dritten Schritt erhoben wurden, müssen nun Handlungsempfehlungen

*zur vertrauensförderlichen Gestaltung der Produktpräsentation erarbeitet werden. Das Team widmet sich als erstes der Anforderung "Verwaltung der Zugriffsrechte durch die Kunden". Um mögliche vertrauensförderliche Handlungsempfehlungen zu identifizieren, entschließt sich das Team die eigene Homepage nach Stellen zu durchsuchen, an denen es Sinn macht explizit darauf zu verweisen, dass „SafeNow“ es den Kunden ermöglicht die Zugriffsrechte selbst zu definieren und zu verwalten. Nachdem passende Stellen gefunden wurden, prüft das Team, welche Präsentationsmöglichkeiten bestehen und ob diese zielführend sind. Zudem bedient sich das Team dem **Benchmarking** und der **Online-Recherche**, um nach neuen und innovativen Möglichkeiten zu suchen, um die Anforderung umzusetzen.*

*Die Analyse der eigenen Produktpräsentation als auch die Ergebnisse des Benchmarkings liefern erste Anregungen um den eigenen Internetauftritt hinsichtlich der Anforderung "Verwaltung der Zugriffsrechte durch die Kunden" zu verbessern. Folgende **vertrauensförderliche Handlungsempfehlungen für die Produktpräsentation** von „SafeNow“ hat das Team durch die Anwendung des Prozesses zur systematischen Vertrauensunterstützung erarbeitet und plant diese umzusetzen:*

- *Den Punkt „Verwaltung der Zugriffsrechte“ mit in das Produktdatenblatt (welches auf der Internetseite schon zum Download bereit steht) aufnehmen.*
- *Bei der Produktbeschreibung von „SafeNow“ auf der Homepage den Punkt Verwaltung der Zugriffsrechte mit Häkchen neben den anderen Vorteilen platzieren.*
- *Screenshots von „SafeNow“ bzw. der Möglichkeit zur Verwaltung der Zugriffsrechte abbilden, um die Einfachheit und die Klarheit der Bedienung zu demonstrieren.*

Nachdem das Team auch für die anderen Anforderungen Lösungen entwickelt hat, werden die Handlungsempfehlungen zur Umsetzung an die Website-Gestaltung übergeben. Das Team von „SafeNow“ hat den Vertrauensleitfaden für ihren ausgesuchten Cloud-Computing-Dienst erfolgreich angewandt. Es hat systematisch Handlungsempfehlungen zur vertrauensförderlichen Online-Produktpräsentation erarbeitet. Die Effekte dieser veränderten Produktpräsentation überprüft das Team im Nachgang durch das Schalten einer Kundenumfrage.

Wir hoffen, dass wir mit dem Vertrauensleitfaden Ihnen einen interessanten Ansatz und Ideen zur Förderung des Kundenvertrauens über die Gestaltung der Online-Produktpräsentation näher bringen konnten und wünschen Ihnen bei der Anwendung **viel Erfolg!**

Danksagung

Das diesem Beitrag zugrundeliegende Vorhaben wurde im Rahmen des Projekts Value4Cloud erarbeitet und mit Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie unter dem Förderkennzeichen 01MD11044 gefördert. Weiterführende Informationen zum Projekt finden Sie unter: www.value4cloud.de. Das Projekt Value4Cloud ist ein Teil des Technologieprogramms Trusted Cloud (www.trusted-cloud.de). Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Impressum

Autoren:

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister

Dr. Matthias Söllner

Lysann Gebauer

Kontakt:

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik

ITeG- Forschungszentrum für Informationstechnikgestaltung

Universität Kassel

Pfannkuchstr. 1

34112 Kassel, Deutschland

Tel.: +49 561 804 6068

E-Mail: leimeister@uni-kassel.de

Bildmaterial:

Alle verwendeten Bilder und Darstellungen sind entweder selbst erstellt oder wurden zum Download über die Webseite www.pixabay.com gemeinfrei (Public Domain) entsprechend der Creative Commons Lizenz CC0 bereitgestellt.

© **Copyright 2014:** Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Broschüre darf ohne schriftliche Genehmigung von Prof. Dr. Jan Marco Leimeister vervielfältigt oder verbreitet werden.

Weiterführende Links

Value4Cloud: www.value4cloud.de

Trusted Cloud: www.trusted-cloud.de

ITeG – Forschungszentrum für Informationstechnikgestaltung: www.iteg.uni-kassel.de

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik der Universität Kassel : www.inf.wirtschaft.uni-kassel.de

Weiterführende Literatur

Bittner, E. A. C., & Leimeister, J. M. (2014). Creating Shared Understanding in heterogeneous work groups - Why it matters and how to achieve it. *Journal of Management Information Systems*, 31(1).

Buch, M., Gebauer, L., & Hoffmann, H. (2014). Vertrauen in Cloud Computing schaffen – Aber wie? *WIRTSCHAFTSINFORMATIK & MANAGEMENT*, Ausgabe 03/2014, 67-77.

Leimeister, J. M. (2014). *Collaboration Engineering: IT-gestützte Zusammenarbeitsprozesse systematisch entwickeln und durchführen*: Springer Gabler Verlag.

Leimeister, J. M. (2012). *Dienstleistungsengineering und -management*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.

Söllner, M. (2014). Deriving Trust Supporting Components for Ubiquitous Information Systems. In J. M. Leimeister (Ed.), *Research on IT/ Service/ Innovation/ Collaboration*. Kassel: Kassel University Press.



Dieser Leitfaden zeigt wie Sie aktiv über die Online-Produktpräsentation das Vertrauen der Kunden in Ihren Cloud-Computing-Dienst fördern können.

Value 4 Cloud



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Trusted 
Cloud



Zentrum für
Informationstechnik-
Gestaltung



Fachgebiet
Wirtschaftsinformatik

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T