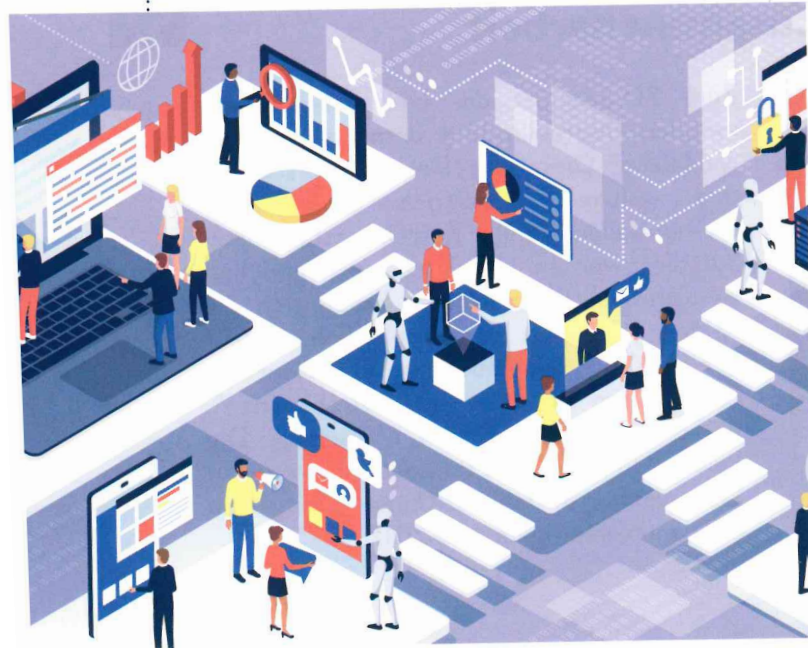




Online-Bewertungen beeinflussen Kaufentscheidung



Bewertungen und Erfahrungsberichte im Internet spielen bei der Kaufentscheidung oder der Wahl eines Dienstleisters eine immer wichtigere Rolle: zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative GfK-Umfrage des Kölner Lokalmarketing-Experten Greven Medien. So suchen inzwischen 60,2 Prozent der Deutschen gezielt nach eben diesen Punkten, bevor sie ihre Entscheidung treffen. Damit liegt der Wert um knapp vier Prozentpunkte höher als noch vor zwei Jahren. Umso wichtiger ist es, umsichtig mit Bewertungen im Internet umzugehen und entsprechend darauf zu reagieren (siehe DOZ 06|21). Die aktive Recherchebereitschaft korreliert dabei sehr mit dem Alter: Je jünger die Interessenten, desto mehr recherchieren sie hier aktiv. Hinter der Suche nach Online-Bewertungen steht an zweiter Stelle der Besuch der Unternehmens-Website: 57,7 Prozent der befragten Personen schauen diese vor der verbindlichen Kaufentscheidung an. Das sind knapp zwei Prozentpunkte mehr als noch 2019.