

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/19949/1599869/produktbewertungen-im-internet-werden-immer-wichtiger-arvato-online-services-befragt-webmiles> abgerufen werden.



Produktbewertungen im Internet werden immer wichtiger arvato online services befragt webmiles-Teilnehmer zu ihren Shoppinggewohnheiten und dem Einfluss von Bewertungsportalen

22.04.2010 - 10:05 Uhr, arvato online services

München (ots) - Vor dem Kauf eines teureren Produkts holt man in der Regel vorab Informationen dazu ein und vergleicht diverse Anbieter. Nirgendwo geht das schneller als im Internet. Außer allgemeinen Informationen der Hersteller oder Rezensionen von Fachjournalisten gibt es zahlreiche Bewertungsportale, die man bei der Kaufentscheidung nutzen kann. Dort kommen die Konsumenten selbst zu Wort und schildern aus ihrer Sicht die Vor- und Nachteile des Produkts oder der Dienstleistung. Wie wichtig sind diese Beurteilungen und Empfehlungen von Privatpersonen und wie sehr beeinflussen sie das Kaufverhalten der User?

arvato online services hat diesbezüglich eine Umfrage unter 1.068 webmiles-Teilnehmern gestartet. Hier die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Vor dem Kauf eines Produkts lesen mehr als 80 Prozent der Befragten Produktbewertungen im Internet, 36 Prozent tun dies so oft wie möglich, knapp 45 Prozent konsultieren die Portale nur wegen bestimmter Produkte.
- 27 Prozent der Umfrageteilnehmer orientieren sich sehr am Urteil anderer Konsumenten, 67 Prozent teilweise. Lediglich sechs Prozent interessieren sich überhaupt nicht für die Erfahrungen anderer Käufer.
- Werden Produktbewertungen in erster Linie passiv genutzt oder sind viele User selbst aktiv? Nur sieben Prozent der Befragten werden auf den Portalen häufig aktiv und rezensieren Produkte oder Dienstleistungen. 47 Prozent schreiben selten Bewertungen, weitere 47 Prozent werden gar nicht aktiv.
- Eine Belohnung für die aktive Teilnahme, zum Beispiel durch Prämien oder Geld, würde 58 Prozent der Befragten dazu bewegen, mehr Bewertungen einzustellen. Bei 15 Prozent hätte eine Bonifizierung keinen Einfluss auf das Nutzungsverhalten.
- Selbst wenn ein Produkt im Internet vorrangig schlecht beurteilt wird, man selbst damit aber zufrieden ist, ist die Bereitschaft, eine Gegenargumentation zu verfassen, nur bedingt gegeben. Nur jeder Zweite (48 Prozent) würde eine positive Beurteilung ins Netz stellen, 17 Prozent würden dies nicht tun und 35 Prozent sind sich darüber unsicher. Stephan Wolfram, Geschäftsführer von arvato online services,

kommentiert die Umfrageergebnisse folgendermaßen: "Die Zahlen zeigen, dass Produktbewertungen immer wichtiger werden. Der Anteil der aktiven Nutzer ist jedoch deutlich geringer als der der reinen Rezipienten. Hierin liegt die Gefahr, dass die durchschnittliche Bewertung nicht unbedingt repräsentativ ist. Die Betreiber der Portale können dies steuern und ihre Plattform attraktiver machen, indem sie ihre Nutzer durch Bonifizierungen motivieren. Wir arbeiten hier zum Beispiel sehr erfolgreich mit dooyoo zusammen, die für die Nutzung des Portals webmiles vergeben."

Weitere Informationen zur arvato online services GmbH und Pressematerial zum Download gibt es unter www.arvato-online-services.com .

Pressekontakt:

arvato online services GmbH
Neumarkter Str. 22
81673 München
Telefon: +49 89 4136-7101
news@arvato-online-services.com

Originaltext:

arvato online services

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/19949/arvato-online-services>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_19949.rss2