

## Web 2.0 Quellen dominieren Kaufentscheidung

### Websites von Händlern und Verkäuferberatung an letzter Stelle

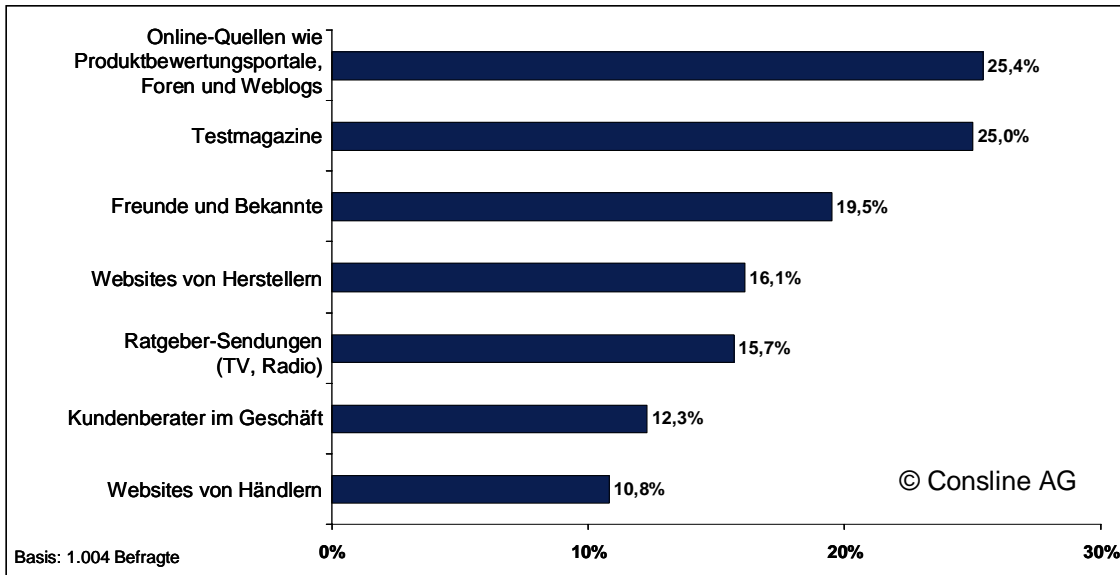


Abb. 1: Informationsquellen, die für Kaufentscheidungen als sehr wichtig eingestuft werden

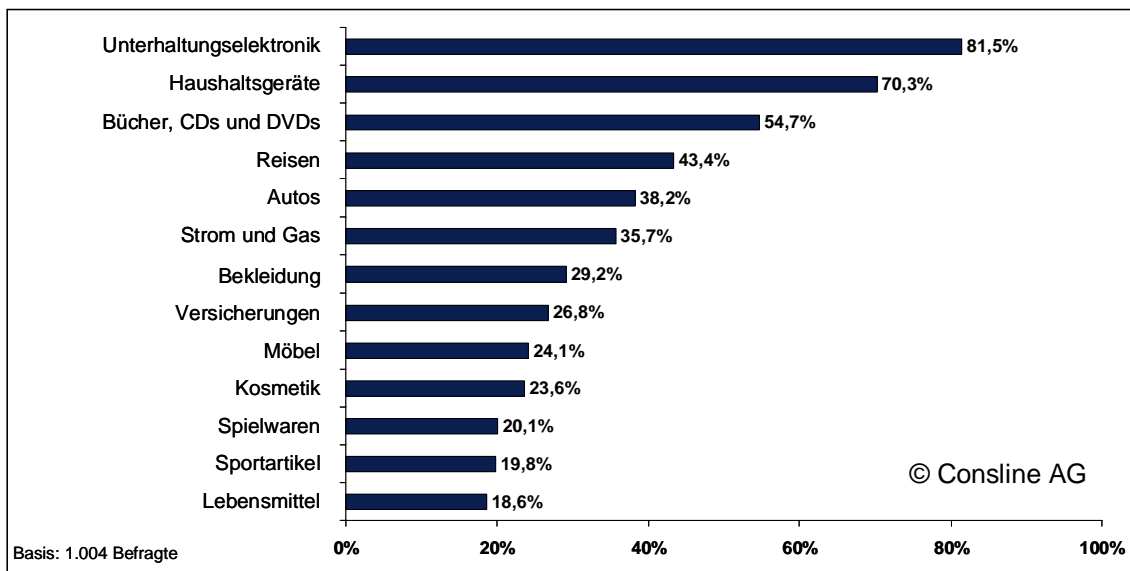


Abb. 2: Produktgruppen, über die sich Konsumenten zumindest gelegentlich in Produktbewertungsportalen, Online-Foren und Weblogs informieren

Die vollständige Studie kann unter <http://conslin.com/Aktuelle-Studien.77.0.html?&L=0> oder telefonisch bei der Conslin AG (+49 (89) 30 63 65-0) bestellt werden.