

15.12.2021

Zeit

## Online-Bewertungen entscheiden über Kauf

**Eine Umfrage der Zürcher Digitalagentur zeigt, dass Ratings für den Online-Konsum immer wichtiger werden.**



Gekauft wird, was für gut befunden wurde: In etwa so lässt sich das Online-Kaufverhalten der Schweizerinnen und Schweizer zusammenfassen, wie es in einer Mitteilung heisst. Denn wie eine Umfrage der Digital-Agentur Zeit GmbH aus Zürich mit über 1000 Teilnehmenden zeigt, nimmt die Relevanz von Online-Bewertungen immer mehr zu: 99 Prozent der Befragten gaben an, sich vor einer Anschaffung im Internet über das Produkt oder die Dienstleistung zu informieren – zumindest hin und wieder. 82 Prozent tun dies gar immer oder fast immer. Dieser Prozentsatz ist damit um 3 Punkte gegenüber dem Vorjahr gestiegen (79 Prozent).

Das Internet erleichtere den Zugang zu Bewertungen oder Erfahrungsberichten anderer Kundinnen und Kunden – daher steige auch deren Bedeutung im Zusammenhang mit Kaufentscheidungen. Während früher vor allem die Empfehlungen des nächsten Umfelds zählten, würden heute unzählige Berichte der unterschiedlichsten Klientel auf diversen Online-Plattformen zur Verfügung stehen.

## **Google dominiert**

Zentrale Anlaufstelle für Bewertungen ist für gut die Hälfte der Befragten (53 Prozent) Google, gefolgt von Bewertungen auf der Firmenwebsite (39 Prozent). Dabei habe es eine spannende Veränderung zu 2020 gegeben, als noch 64 Prozent angegeben hätten, sich an Bewertungen direkt auf der Website zu orientieren (Google 62 Prozent). Zudem informiert sich mittlerweile fast jede und jeder Fünfte (24 Prozent) über YouTube.

Die Digital-Spezialisten von Zeit gehen gemäss Mitteilung davon aus, dass die Relevanz von Online-Bewertungen weiterhin steige. Die öffentlichen Rückmeldungen über Käuferfahrungen würden sich dabei nicht auf ein Produkt beschränken, sondern würden sich oftmals auch auf den gesamten Service beziehen, der mit der Anschaffung eines Produkts oder der Beanspruchung einer Dienstleistung in Verbindung stehe. Dazu gehörten zum Beispiel auch die Beratung in einem Geschäft oder After-Sale-Aktivitäten.

Viele und vor allem gute Bewertungen könnten dabei einen massgeblichen Einfluss darauf haben, ob das entsprechende Unternehmen beziehungsweise das entsprechende Produkt von Kundinnen und Kunden berücksichtigt wird. Also sollten Massnahmen zur Generierung von Kundenbewertungen und zum Monitoring dieser unbedingt auf der Marketing-Agenda stehen, wie es weiter heisst.

## **Weitere Ergebnisse der Umfrage**

- Eine Mehrheit ist Werbung im Internet gegenüber neutral oder positiv eingestellt. Die Frage nach dem beliebtesten Werbeformat spaltet aber die Generationen.
- Ein Grossteil der Befragten hat einen oder mehrere Newsletter abonniert.
- Für die Generationen Y und Z ist das Bestellen von Essen übers Internet völlig normal.
- Jede und jeder Dritte nutzt bereits einen Voice Assistant oder will dies künftig tun.
- Mehr als die Hälfte der Spotify-Userinnen und -User nutzt die Gratisversion mit Werbung.

Die Umfrage wurde im August und September 2021 mittels Online-Panel durchgeführt. Teilgenommen haben 1028 Personen, wobei die Alters- und Geschlechterverteilung der Stichprobe der Schweizer Demographie entspricht. (pd/tim)