

10.11.2022

Online-Shopping

Bewertungen für Kaufentscheid immer wichtiger

99 Prozent beachten laut einer Umfrage Online-Bewertungen bevor sie sich für die Anschaffung eines Produkts entscheiden.



Kein Kauf ohne vorgängige Onlinerecherche: So lautet das Credo der Schweizerinnen und Schweizer im Onlineshopping laut einer Mitteilung. Wie eine Umfrage der Digitalagentur Zeit aus Zürich mit über 1000 Teilnehmenden zeigt, beachten 99 Prozent der Befragten Online-Bewertungen, bevor sie sich für die Anschaffung eines Produktes oder einer Dienstleistung entscheiden. 83 Prozent gaben an, sich immer oder fast immer vor einem Einkauf im Internet zu informieren. Gegenüber 2020 ist dieser Prozentsatz um 4 Punkte gestiegen.

Die Bedeutung von Online-Bewertungen steigt also weiterhin, während gleichzeitig immer mehr Schweizerinnen und Schweizer online einkaufen – 74 Prozent der Befragten gaben an, mindestens einmal im Monat Einkäufe im Internet zu tätigen. Spitzenreiter sind die Schweizer Onlineshops Galaxus (54 Prozent) und Digitec (50 Prozent) sowie der deutsche Online-Händler Zalando (52 Prozent). Dies sind zentrale Erkenntnisse von vielen weiteren spannenden Ergebnisse des dritten Online Marketing Monitors (<https://zeit.ch/wissen/online-marketing-monitor/online-marketing-monitor-2022/>).

Die wichtigste Quelle für Bewertungen bildet für 85 Prozent der Befragten Google. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Suchmaschine als Anlaufstelle für Online-Bewertungen 32 Prozentpunkte zugelegt (53 Prozent). An zweiter Stelle folgt die eigene Unternehmenswebsite, mehr als die Hälfte der Befragten hat angegeben, dort nach Kundenmeinungen zu suchen. Weitere wichtige Informationsquellen sind YouTube (40 Prozent), Booking.com (39 Prozent) und Tripadvisor (36 Prozent).

Die Digital-Spezialisten von Xeit gehen davon aus, dass die Relevanz von Online-Bewertungen weiterhin steigt. Die öffentlichen Rückmeldungen über Käuferfahrungen beschränken sich dabei nicht auf ein Produkt, sondern beziehen sich oftmals auch auf den gesamten Service, der mit der Anschaffung eines Produkts oder der Beanspruchung einer Dienstleistung in Verbindung steht.

Dazu gehören zum Beispiel auch die Beratung in einem Geschäft oder After-Sales-Aktivitäten. Viele und vor allem gute Bewertungen können dabei einen massgeblichen Einfluss darauf haben, ob das entsprechende Unternehmen beziehungsweise das entsprechende Produkt von Kundinnen und Kunden berücksichtigt wird. (pd/wid)

persönlich Verlags AG · Birmensdorferstr. 198 · 8003 Zürich
Tel.: +41 (0) 43 960 79 00 · Email: info@persoenlich.com