

[NEWS \(/NEWS\)](#)

Umfrage von Zeit

Onlinebewertungen gewinnen an Relevanz für Kaufentscheidungen

Do 10.11.2022 - 11:53 Uhr
von [Joël Orizet \(/user/19512\)](#) und msc

Die Bedeutung von Onlinebewertungen für Kaufentscheidungen steigt. Zudem kaufen mehr und mehr Schweizerinnen und Schweizer online ein, wie aus einer Umfrage der Onlinemarketing- und Social-Media-Agentur Zeit hervorgeht.



(Source: Towfiqu barbhuiya / Unsplash.com)

Kaum jemand kauft online ein, ohne sich vorher über Google zu informieren – dies das Fazit einer Umfrage der Zürcher Onlinemarketing- und Social-Media-Agentur Zeit. Unter den rund 1000 Teilnehmenden gaben 99 Prozent an, im Vorfeld einer Anschaffung von Produkten oder Dienstleistungen entsprechende Onlinebewertungen zurate zu ziehen.

83 Prozent der Befragten würden sich immer oder fast immer vor einem Einkauf im Internet informieren. Gegenüber 2020 ist dieser Prozentsatz um 4 Punkte gestiegen.

Galaxus und Digitec als Spitzenreiter

Auch der Onlinehandel gewinnt an Bedeutung. 74 Prozent der Befragten gaben an, mindestens einmal im Monat online einzukaufen.

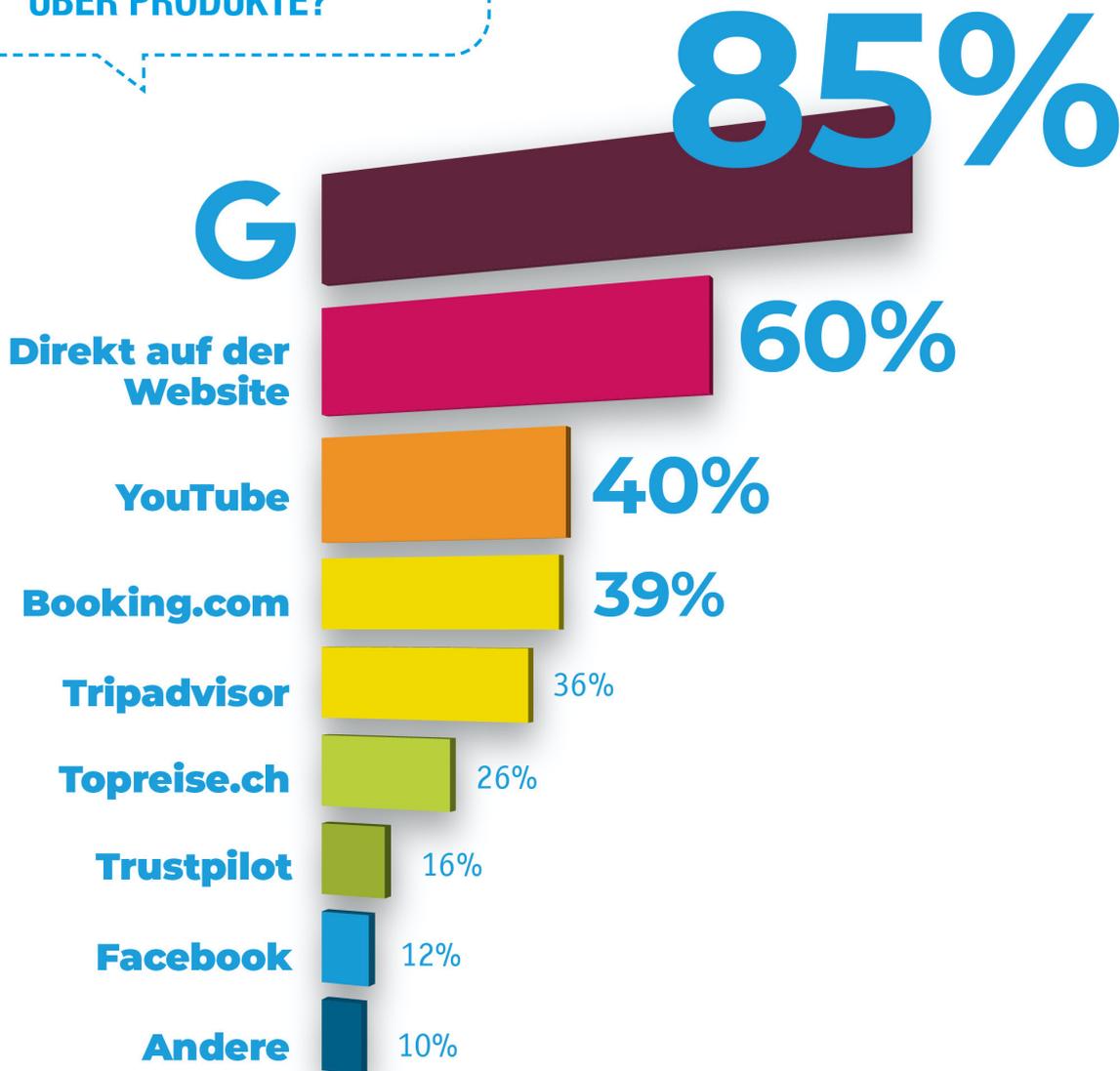
Am häufigsten würden die Befragten in den Schweizer Onlineshops Galaxus (54 Prozent) und Digitec (50 Prozent) shoppen. An dritter Stelle folgt der deutsche Online-Modehändler Zalando (52 Prozent).

Google vor Website, Youtube und Booking.com

Für 85 Prozent der Befragten sei Google die wichtigste Quelle für Bewertungen. Im Vergleich zum Vorjahr habe die Suchmaschine als Anlaufstelle für Onlinebewertungen 32 Prozentpunkte zugelegt.

An zweiter Stelle folgen Unternehmenswebsites. 60 Prozent der Befragten gaben an, direkt auf den Onlineportalen von Unternehmen nach Kundenfeedback zu suchen.

Weitere wichtige Informationsquellen sind Youtube (40 Prozent), Booking.com (39 Prozent) und Tripadvisor (36 Prozent).



(Source: zeit.ch)

Auch Beratung und After-Sales-Dienste fließen in Bewertungen ein

Rückmeldungen über Käufererfahrungen beschränken sich gemäss Zeit nicht auf Produkte, sondern beziehen sich oftmals auch auf den gesamten Service. Dazu gehören beispielsweise die Beratung in einem Geschäft oder After-Sales-Aktivitäten.

Viele und vor allem gute Bewertungen könnten einen massgeblichen Einfluss darauf haben, ob Kunden und Kundinnen ein Unternehmen respektive ein Produkt berücksichtigen. Dementsprechend rät die Onlinemarketing-Agentur dazu, Massnahmen zur Generierung von Kundenbewertungen und zu deren Monitoring auf die Marketing-Agenda zu setzen.

Weitere Ergebnisse der Umfrage sind:

- Onlinedating hat bei den 40- bis 64-Jährigen stark an Beliebtheit gewonnen.
- Das Metaverse ist vor allem der sogenannten Generation Y ein Begriff.
- Mehr als 60 Prozent der Befragten haben keinen Adblocker installiert.
- Die Hälfte der User steht Werbung auf Twitch positiv oder neutral gegenüber. Die Streaming-Plattform ist vor allem bei der Generation Z beliebt.
- Die Nutzung von Voice-Assistants hat generell abgenommen, deren Verwendung im Auto jedoch stark zugenommen.