

## **Kundenbewertungen ausschlaggebend für Kaufentscheidung**

Aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien zeigt: Zwei Drittel der Kunden liest Bewertungen vor dem Kauf

**Köln, 8. Februar 2017. Kundenbewertungen sind der wichtigste Kaufimpuls der Deutschen. Zwei Drittel aller Bundesbürger erkundigt sich vor einer verbindlichen Kaufentscheidung zunächst nach Bewertungen im Netz. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative GfK-Umfrage<sup>1</sup> des Kölner Lokalmarketing-Unternehmens Greven Medien. Die Studie verdeutlicht, dass die Entwicklung des Kaufverhaltens insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen vor große Herausforderungen stellt, künftig auf nachhaltiges Empfehlungsmarketing und eine digitale Marketingstrategie zu setzen.**

Die Entscheidung für ein Restaurant fällt längst nicht mehr zufällig, der Kauf des neuen Fernsehers wird noch immer zusätzlich von der Meinung anderer Nutzer gestützt, und auch vor der Wahl eines Handwerkers oder eines Putzdienstes recherchieren Kunden heutzutage nach Meinungen und Kommentaren im Internet. Bewertungen anderer Konsumenten über ihre Erfahrungen mit Produkten und Dienstleistern wirken sich entscheidend auf Kauf- und Entscheidungsprozesse aus. Diese Entwicklung bestätigt eine aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien: So treffen zwei Drittel (66,4 %) der Bundesbürger keine Kaufentscheidung mehr, ohne vorherige Bestätigung durch Bewertungen und Erfahrungsberichte im Internet. „Das Internet ist die erste Anlaufstelle für Kaufinteressierte und trägt maßgeblich zum Entscheidungsprozess bei – ganz gleich ob Onlineshop oder lokales Geschäft“, betont Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

## **Bewertungen haben direkten Einfluss auf Verkaufserfolg**

Meinungen und Kommentare anderer Menschen haben direkten Einfluss auf den Verkaufserfolg. Ein Drittel (31,9 %) aller Befragten gibt an, dass Bewertungen in Online-Portalen ihre Entscheidung stark bis sehr stark beeinflussen. Auch unabhängigen Vergleichstests wird eine bedeutende Rolle zugesprochen (42,9 %). Noch relevanter ist die Meinung von Freunden und Bekannten: Jeder Zweite (47,8 %) lässt sich von vertrauten Personen von einem Produkt oder einer Dienstleistung

---

<sup>1</sup> Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren.

überzeugen. In der Altersgruppe der 20 bis 29-Jährigen zeigt die Umfrage besonderes Vertrauen in Blogs und Foren, denen jeder Zweite (51,6 %) eine hohe Bedeutung zuspricht.

### **20 bis 39-Jährige sind häufigste Nutzer von Tripadvisor, GoLocal und Co.**

Die Studie bestätigt nicht nur den Einfluss auf das Kaufverhalten des deutschen Konsumenten, sondern untersucht auch, wie häufig die Bundesbürger vor einer Kaufentscheidung auf Bewertungsportale zurückgreifen. Dabei zeigt sich: Die Nutzung ist weder Frauen- noch Männersache, denn knapp 40 Prozent beider Geschlechter geben an, häufig bis sehr häufig einen Blick auf Tripadvisor, GoLocal und andere Portale zu werfen, bevor sie eine Entscheidung treffen. Besonders auffällig: In der Alterklasse der 20 bis 39-Jährigen bekräftigt etwa jeder Zweite (52,6 %), häufig bis sehr häufig vor dem Kauf oder der Wahl eines Dienstleisters zunächst die Meinungen anderer zu konsultieren. „Kauf- und Entscheidungsprozesse werden in den seltensten Fällen noch zufällig getroffen. Kunden erhoffen sich neben allgemeinen Informationen zum Produkt oder Dienstleister noch weitere Details und Informationen anderer Konsumenten zu erhalten, die bereits Erfahrungen vorweisen können“, erklärt Hünemohr.

### **Konsequenzen für Unternehmen und Dienstleister**

Für Handwerker, Gastronomen oder Ärzte heißt es: umdenken. Dabei zeigt die Studie, dass nicht nur Bewertungen ausschlaggebend sind. So ist die Suche der Konsumenten nach anderen Meinungen und Kommentaren dicht gefolgt von einem Blick auf die Website (57,9 %), der Kontaktaufnahme zum Unternehmen selbst (34,5 %) und der Suche nach der Präsenz des Unternehmens in sozialen Netzwerken (11,3 %). „Kunden sollten bereits im Internet ausführliche Informationen vorfinden. Zudem sollten Händler in einschlägigen Portalen vertreten sein, welche als unabhängige Berater fungieren und die Neukundengewinnung unterstützen“, ergänzt Hünemohr. „Grundsätzlich gilt: Die Auffindbarkeit auf seriösen Seiten schafft Reichweite und Transparenz.“ Die Umfrage des Kölner Unternehmens, das seine Kunden bereits bei der digitalen Transformation unterstützt, verdeutlicht, dass eine durchdachte Marketingstrategie für lokale Händler und Dienstleister unabdingbar ist. „Mit einer lokalen und digitalen Marketingstrategie und nachhaltigem Empfehlungsmarketing haben lokale Händler und Dienstleister die Chance, auf das

veränderte Kauf- und Entscheidungsverhalten zu reagieren. Denn: Gute Kundenbewertungen können sich positiv auf den Absatz auswirken“, resümiert Hünemohr.

### **Über die Greven Medien GmbH & Co. KG**

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 30.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



[greven.de](http://greven.de)



[facebook.com/grevens](https://facebook.com/grevens)



[twitter.com/greven\\_medien](https://twitter.com/greven_medien)



[greven.de/google+](https://greven.de/google+)



[ich-bin-lokalmatador.de](http://ich-bin-lokalmatador.de)

### **Medienkontakt:**

Counterpart Group GmbH · Carolin Lohmann / Juliane Sonntag · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·  
Tel. 0221/95 14 41 61 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail [carolin.lohmann@counterpart.de](mailto:carolin.lohmann@counterpart.de) /  
[juliane.sonntag@counterpart.de](mailto:juliane.sonntag@counterpart.de).