

Bewertungen spielen größte Rolle

Die Qualität der Online-Präsenz entscheidet mehr denn je, für welchen Händler sich Konsumenten entscheiden. Laut einer aktuellen GfK-Umfrage des Kölner Lokalmarketing-Experten Greven Medien unter 1001 Frauen und Männern zwischen 18 und 74 Jahren spielen Bewertungen und Erfahrungsberichte im Internet die größte Rolle vor einem Kauf oder der Beauftragung eines Dienstleisters, knapp gefolgt von der firmeneigenen Webseite. Immer seltener wird dagegen der direkte Kontakt zum Unternehmen genutzt. So suchen laut den Studienergebnissen fast zwei Drittel der Deutschen (60,2 Prozent) gezielt nach Online-Bewertungen, bevor sie eine Entscheidung treffen. Dabei gilt: Je jünger die Interessenten sind, desto mehr recherchieren sie hier aktiv. Dagegen gibt nur noch jeder Achte (12,7 Prozent) an, vor dem verbindlichen Kauf oder der Beauftragung Kontakt zu dem Unternehmen aufzunehmen. Vor fünf Jahren tat dies noch gut jeder Dritte (34,5 Prozent). *lz 29-21*