

Onlinebewertungen beeinflussen die Kaufentscheidungen

Die Deutschen treffen ihre Kaufentscheidungen bewusst und recherchieren vorher im Netz. Zu diesem Ergebnis kommt eine GfK-Umfrage des Kölner Lokalmarketingunternehmens Greven Medien. Nur noch 12,7 Prozent geben demnach an, vor dem verbindlichen Kauf oder der Beauftragung Kontakt zu dem Unternehmen aufzunehmen. Vor fünf Jahren war es noch 34,5 Prozent. Von den Befragten, die berichteten, den direkten Dialog zum Unternehmen zu suchen, sind 14,5 Prozent zwischen 18 und 29 Jahre alt und 15,8 Prozent 60 bis 69. 19,6 Prozent der 70- bis 74-jährigen gaben an, vor der finalen Entscheidung das Unternehmen zu kontaktieren. Laut den Umfrageergebnissen erkundigen sich 60,2 Prozent der Teilnehmer im Internet gezielt nach Bewertungen und Erfahrungsberichten, bevor sie eine Entscheidung treffen. Dies sind knapp vier Prozentpunkte mehr als noch 2019. Dies trifft unter den

18- bis 29-Jährigen auf 71,3 Prozent zu, bei den 30- bis 39-jährigen sind es 65,4 Prozent und bei den 40- bis 49-jährigen 62,4 Prozent, während ab 50 Jahren die Beschäftigung mit Online-Bewertungen abnimmt. Mit 63,1 Prozent informierten sich zudem mehr Männer als Frauen (57,1 Prozent) über Bewertungen im Netz. 57,7 Prozent der Befragten schauen die Website des Unternehmens vor der verbindlichen Kaufentscheidung an, heißt es weiter. Das sind knapp zwei Prozentpunkte mehr als noch 2019. Bei den 18 bis 29-Jährigen gaben 18,8 Prozent an, nach den Präsenzen in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram zu suchen. Insgesamt trifft dies bei 10 Prozent der Befragten zu. 16,8 Prozent gaben an, vorab weder Online-Bewertungen noch Websites, weder soziale Netzwerke noch den Unternehmer selbst zu konsultieren. Dies sind zehn Prozentpunkte mehr als noch 2016.