

HANDWERK **aktiv**

Offizielles Forum der
Kreishandwerkerschaft Köln
Unternehmensverband
KölnHandwerk

**NRW Landtag beschließt
Hygiene-Ampel**

**Frühjahrs-Mitgliederver-
sammlung der KH im Haus
des Handwerks**

**Bester Handwerker, bester
Gastronom & bester
Händler ausgezeichnet**

**Zwischen Tradition und
Innovation:
Das Handwerk wird digital**



Kundenbewertungen ausschlaggebend für Wahl des Handwerkers

Kundenbewertungen sind der wichtigste Impuls der Deutschen, wenn es um die Wahl des Dienstleisters geht. Zwei Drittel aller Bundesbürger erkundigt sich vor einer verbindlichen Entscheidung zunächst nach Bewertungen im Netz. Die Entwicklung des Verbraucherverhaltens stellt insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen wie Handwerksbetriebe vor große Herausforderungen, künftig auf nachhaltiges Empfehlungsmarketing und eine digitale Marketingstrategie zu setzen.

Die Entscheidung für einen Tischler, Schreiner oder Elektriker fällt längst nicht mehr zufällig. Berichte anderer Konsumenten haben großen Einfluss. Diese Entwicklung bestätigt eine aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien: So treffen zwei Drittel (66,4 %) der Bundesbürger keine Entscheidung mehr, ohne vorherige Bestätigung durch Bewertungen und Erfahrungsberichte im Internet. „Das Internet ist die erste Anlaufstelle für potenzielle Kunden und trägt maßgeblich zum Entscheidungsprozess bei – ganz gleich ob Elektrobetrieb oder Heizungsbaufirma“, betont Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

Bewertungen beeinflussen Geschäftserfolg

Meinungen und Kommentare anderer Menschen haben direkten Einfluss auf den Erfolg des Betriebes. Ein Drittel (31,9 %) aller Befragten gibt an, dass Bewertungen in Online-Portalen ihre Entscheidung stark bis sehr stark beeinflussen. Auch unabhängigen Vergleichsstests wird eine bedeutende Rolle zugesprochen (42,9 %).

Noch relevanter ist die Meinung von Freunden und Bekannten: Jeder Zweite (47,8 %) lässt sich durch vertraute Personen von einem Dienstleister 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.

So ausschlaggebend sind Kundenbewertungen für die Wahl des Dienstleisters



66,4%

aller Bundesbürger erkundigen sich vor einer verbindlichen Wahl für einen Dienstleister zunächst nach Bewertungen im Internet.



31,9%

der Konsumenten geben zu, dass Bewertungen ihre Entscheidung deutlich beeinflussen.



40%

beider Geschlechter geben an, sich häufig in Bewertungsportalen zu erkundigen.



52,2%

der 20-39-Jährigen werfen häufig einen Blick in Bewertungsportale. Sie sind damit die Altersklasse mit der intensivsten Nutzung.



* Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren. Quelle: Greven Medien.

20 bis 39-Jährige sind häufigste Nutzer von MyHammer, GoLocal und Co.

Die Studie bestätigt nicht nur den Einfluss auf die Dienstleisterwahl des deutschen Konsumenten, sondern untersucht auch, wie häufig die Bundesbürger vor einer Entscheidung 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 MyHammer, GoLocal und andere Portale zu werfen, bevor sie eine Entscheidung treffen.

Sie möchten mehr über das Thema Reputationsmanagement erfahren? Dann rufen Sie uns gern an: 0221 9688 8217

Besonders auffällig: In der Altersklasse der 20 bis 39-Jährigen bekräftigt etwa jeder Zweite (52,6 %), häufig bis sehr häufig vor dem Kauf oder der Wahl eines Handwerkers zunächst die Meinungen anderer zu konsultieren. „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 heißt es: umdenken. So sind nicht nur Bewertungen ausschlaggebend. Die Suche der Konsumenten nach anderen Meinungen und Kommentaren ist dicht gefolgt von einem Blick auf die Website (57,9 %), der Kontaktaufnahme zum Betrieb selbst (34,5 %) und der Suche nach der Präsenz des Betriebes in sozialen Netzwerken (11,3 %). „Kunden sollten online ausführliche Informationen vorfinden. Zudem sollten auch Handwerks-

betriebe in einschlägigen Portalen vertreten sein, welche als unabhängige Berater fungieren und die Neukundengewinnung unterstützen“, ergänzt Hünemohr. „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 kleine und mittelständische Unternehmen, wie auch Handwerksbetriebe, unabdingbar ist. „Mit einer lokalen und digitalen Marketingstrategie und nachhaltigem Empfehlungsmarketing haben lokale Betriebe die Chance, auf das veränderte Kauf- und Entscheidungsverhalten zu reagieren. Denn: Gute Kundenbewertungen können sich positiv auf die Auftragslage auswirken“, resümiert Hünemohr.

Über Greven Medien

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: www.greven.de