

DIGITALE BEWERTUNGEN JEDE STIMME ZÄHLT

Wo isst man am besten thailändisch? Wer kann einen guten Zahnarzt empfehlen?

Und was sagen Testberichte über das gesuchte Produkt aus?

KUNDENBEWERTUNGEN beeinflussen stark die Markenwahrnehmung und Kaufabsicht, zeigt eine Erhebung der Mediaagentur Mindshare in Kooperation mit update.

Quelle: MindMinutes KW 43/2017, E 15-59, Angaben in Prozent

— 15-29 Jahre
— 15-59 Jahre

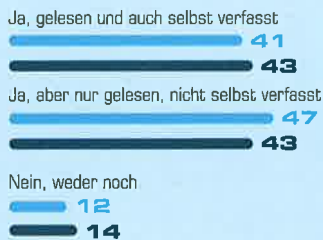
STORY VON **JÜRGEN HOFER**

ONLINEBEWERTUNGEN

43 Prozent lesen und verfassen selbst Bewertungen.

Genauso viele lesen Bewertungen, ohne selbst welche zu verfassen.

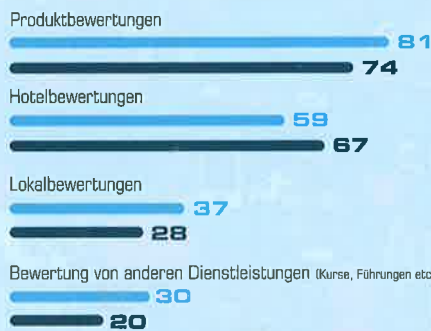
n = 268



ART DER BEWERTUNGEN

Die meisten Bewertungen werden für Produkte und Hotels verfasst. Vor allem die unter 30-Jährigen bewerten verstärkt Lokale oder andere Dienstleistungen.

n = 116 Personen, die Bewertungen selbst verfasst haben



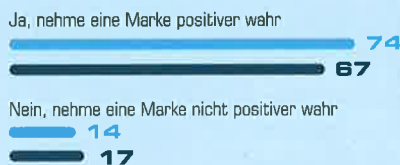
Zwei Drittel der Befragten geben an, dass sie aufgrund von positiven Bewertungen einer Marke gegenüber aufgeschlossener sind. Fatal können sich negative Bewertungen auf den Kaufprozess auswirken. Das kann sogar bis zu einem Kaufabbruch führen. So haben 73 Prozent bereits wegen negativer Bewertungen ein Produkt nicht gekauft, das sie geplant hatten, zu kaufen. Bei den 15- bis 29-Jährigen lassen gleich 84 Prozent durch negative Bewertungen vom Kauf ab. „Gerade die Jüngeren vertrauen Bewertungen von Nutzern genauso wie offiziellen Testberichten, wobei mehr positive Bewertungen auch mehr Vertrauen schaffen“, sagt Sabine Auer-Germann, CIO Mindshare. „Für Bewertungen spricht auch, dass sie online User-generated Content und gut für das Suchmaschinenmarketing sind.“

EINFLUSS POSITIVER BEWERTUNGEN

Positive Bewertungen haben Einfluss auf eine positive Markenwahrnehmung.

67 Prozent der Befragten meinen, dass sie durch positive Bewertungen eine Marke positiver wahrnehmen.

n = 231 Personen, die Bewertungen lesen oder verfassen

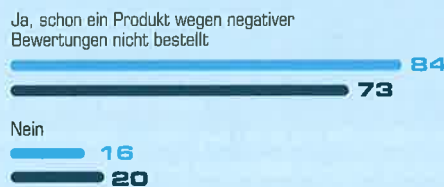


EINFLUSS NEGATIVER BEWERTUNGEN

Negative Bewertungen können zu Kaufabbruch führen.

73 Prozent haben aufgrund negativer Bewertungen ein Produkt doch nicht bestellt, das sie ursprünglich kaufen wollten.

n = 231 Personen, die Bewertungen lesen oder verfassen



Sabine Auer-Germann
Business Planning
Director Mindshare

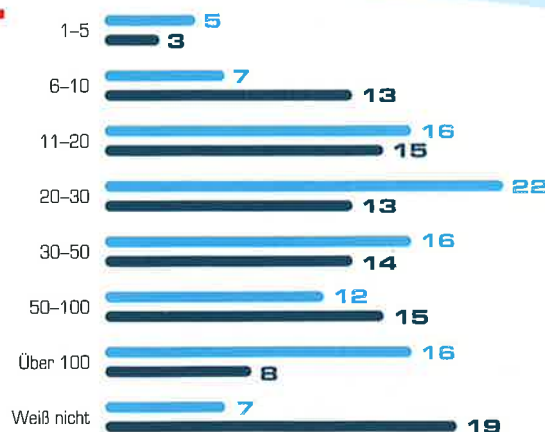
43 Prozent lesen und verfassen auch selbst Bewertungen. Am meisten werden Produkte bewertet. Danach folgen Hotels. Mehr als jeder dritte 15- bis 29-Jährige gibt öffentlich seine Meinung zu Lokalen und 30 Prozent zu anderen Dienstleistungen ab. Entgegen der landläufigen Annahme, dass Bewertungen nur bei Unzufriedenheit verfasst werden, geben 51 Prozent an, sowohl positive als auch negative Bewertungen geschrieben zu haben. //

ANZAHL DER BEWERTUNGEN, UM VERTRAUEN ZU SCHAFFEN

Wie viele Bewertungen sind notwendig, um darauf zu vertrauen?

Insgesamt sind die Befragten diesbezüglich unschlüssig. Die Tendenz geht dazu, dass, je mehr Bewertungen vorhanden sind, umso eher darauf vertraut wird. Der Großteil der unter 30-Jährigen vertraut bereits ab zehn Bewertungen.

n = 231 Personen, die Bewertungen lesen oder verfassen



MINDSHARE

