

Presseinformation

Verbraucher informieren sich vor dem Kauf im Internet

- **79 Prozent informieren sich online, kaufen dann aber im Geschäft**
- **Umgekehrt informieren sich 68 Prozent im Geschäft und kaufen online**
- **Bewertungen anderer Kunden beeinflussen die Kaufentscheidung**

Berlin, 3. August 2010

Beim Einkauf wachsen Online-Shopping und stationärer Handel immer stärker zusammen. Vor einem Kauf in einem Geschäft informieren sich 79 Prozent der Internetnutzer häufig oder gelegentlich im Internet über Produkte und Preise. Umgekehrt informieren sich 68 Prozent der Internetnutzer zunächst im Geschäft, kaufen dann aber im Internet. Das hat eine repräsentative Umfrage unter 1.000 Personen ab 14 Jahre im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM ergeben. „Das Internet ist die wichtigste Informationsquelle bei Kaufentscheidungen geworden“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. Die größte Bedeutung haben dabei laut Umfrage die Webseiten der Händler und Hersteller. Dort informiert sich fast die Hälfte (47 Prozent) der Internetnutzer über Produkteigenschaften und Preise. Mit je 41 Prozent folgen gleichauf Preisvergleichsportale und Testberichte in Online-Medien. Als weitere Online-Entscheidungshilfen dienen Verbraucherportale, die von 17 Prozent der Befragten genutzt werden sowie Foren und Blogs mit 9 Prozent. Bei der Umfrage waren Mehrfachnennungen möglich.

„Eine große Rolle bei der Kaufentscheidung spielen inzwischen die Erfahrungen anderer Kunden“, sagte Scheer. Jeder zweite (48 Prozent) Internetnutzer liest vor einem Kauf die Bewertungen anderer Kunden. Jeder Dritte (31 Prozent) gibt an, dass die Meinung anderer Verbraucher seine Kaufentscheidung direkt beeinflusst. Immerhin ein Fünftel der Internetnutzer wird selbst aktiv und veröffentlicht Bewertungen zu Produkten oder Dienstleistungen. Scheer: „Die Konsumenten können sich im Web vor einem Kauf ein umfassendes Bild über Produkte, Preise und die Erfahrungen anderer Kunden machen.“

Weit verbreitet ist laut Umfrage aber auch der umgekehrte Weg. 68 Prozent aller Internetnutzer informieren sich regelmäßig in einem Laden über Produkte,

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
Wirtschaftspolitik
und Konjunktur
+49. 30. 27576-114
Fax +49. 30. 27576-51-114
m.shahd@bitkom.org

Dr. Axel Pols
Chefvolkswirt
Tel. +49. 30. 27576-120
Fax +49. 30. 27576-400
a.pols@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Verbraucher informieren sich vor dem Kauf im Internet

Seite 2

kaufen dann aber online. „Viele Verbraucher schätzen die persönliche Beratung oder wollen die Produkte vor der Anschaffung zunächst sehen und ausprobieren. Der Kauf erfolgt zum Leidwesen des stationären Fachhandels in vielen Fällen aber online“, sagte Scheer. Ein Grund dafür sei die Annahme, dass im Internet alles billiger ist. „Online-Shopping ist nicht grundsätzlich günstiger als der stationäre Einzelhandel“, betonte Scheer. Der BITKOM empfiehlt den Verbrauchern, die Preise sorgfältig zu vergleichen. Zudem sollten sie bei der Kaufentscheidung neben dem Preis und einer guten Beratung die Kriterien Versandkosten, Lieferzeit sowie Installations- und Reparaturservice berücksichtigen.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.300 Unternehmen, davon 950 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.