Bitkom e.V. |

Online-Bewertungen sind wichtigste Informationsquelle

- **Mehr als jeder Zweite liest Produktbewertungen vor dem Online-Kauf**
- **Jeder Zehnte informiert sich beim Händler vor Ort, kauft aber im Web**
- **Heute findet die Digital Retail Conference des Bitkom statt**

Berlin, 27. November 2020 - Wie fällt die Größe der Schuhe aus, wie steht es um die Qualität des Materials und wie zufrieden sind andere Käufer? Für mehr als jeden zweiten Online-Shopper (55 Prozent) sind Kundenbewertungen vor dem Kauf die wichtigste Informationsquelle. Vor allem Jüngere interessieren sich für die Erfahrungen anderer: Zwei Drittel (66 Prozent) der 16- bis 29-Jährigen lesen Online-Bewertungen, 60 Prozent der 30- bis 49-Jährigen sowie 51 Prozent der 50- bis 64-Jährigen. Bei den Online-Shoppern über 65 Jahren informieren sich 40 Prozent vor dem Kauf mithilfe von Bewertungen. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die im Oktober und November 2020 durchgeführt wurde. „Kundenbewertungen sind mittlerweile eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage vor dem Kauf eines Produkts oder bei der Buchung einer Dienstleistung. Von transparenten und unabhängigen Bewertungen profitieren dabei Händler und Kunden gleichermaßen: Wer viele gute unabhängige Bewertungen erhält, kann sich vom Wettbewerb abheben. Die Kunden wiederum können ihre Kaufentscheidung sehr sorgfältig prüfen, was wiederum Retouren reduziert und somit ebenfalls dem Händler hilft“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

Doch auch andere Informationsquellen sind für die Online-Shopper wichtig: 47 Prozent informieren sich über Preisvergleichsseiten. 39 Prozent besuchen Webseiten, auf denen man die Ergebnisse verschiedener Tests von einem Produkt vergleichen kann, so genannte Testaggregatoren. Für mehr als jeden Dritten (38 Prozent) sind auch Gespräche mit Freunden oder der Familie zur Entscheidungsfindung wichtig. Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Pinterest, wo häufig auch Influencer für bestimmte Produkte werben, dienen hingegen lediglich 16 Prozent als Informationsgrundlage vor einem Online-Kauf. Bei den 16- bis 29-Jährigen sind es mit 33 Prozent allerdings deutlich mehr als in allen anderen Altersgruppen: Bei den 30- bis 49 Jährigen sind es 16 Prozent, 11 Prozent bei den 50- bis 64-Jährigen und nur 4 Prozent der Online-Shopper ab 65 Jahren informieren sich in sozialen Netzwerken. Nur mehr jeder Zehnte geht zunächst zum Händler vor Ort, informiert sich dort oder nimmt sogar eine Beratung in Anspruch, kauft dann aber online.

Um den Online-Handel, aber auch um digitale Lösungen für mehr Verbrauchertransparenz geht es heute bei der Digital Retail Conference des Bitkom. Das Themenspektrum reicht dabei vom Einfluss der Corona-Pandemie auf den (Online-)Handel über den Einsatz digitaler Technologien für mehr Nachhaltigkeit bis hin zu neuartigen Unternehmenskooperationen. Die Teilnahme ist kostenlos. Informationen und Tickets unter: https://retail-conference.de/

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom von Ende Oktober bis Anfang November 2020 durchgeführt hat. Dabei wurden 1.103 Internetnutzer ab 16 Jahren, darunter 1.055 Online-Käufer, befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Frage lautete: „Wie informieren Sie sich vor dem Kauf eines Online-Produktes?“

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432

E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Bewertungen-sind-wichtigste-Informationsquelle***