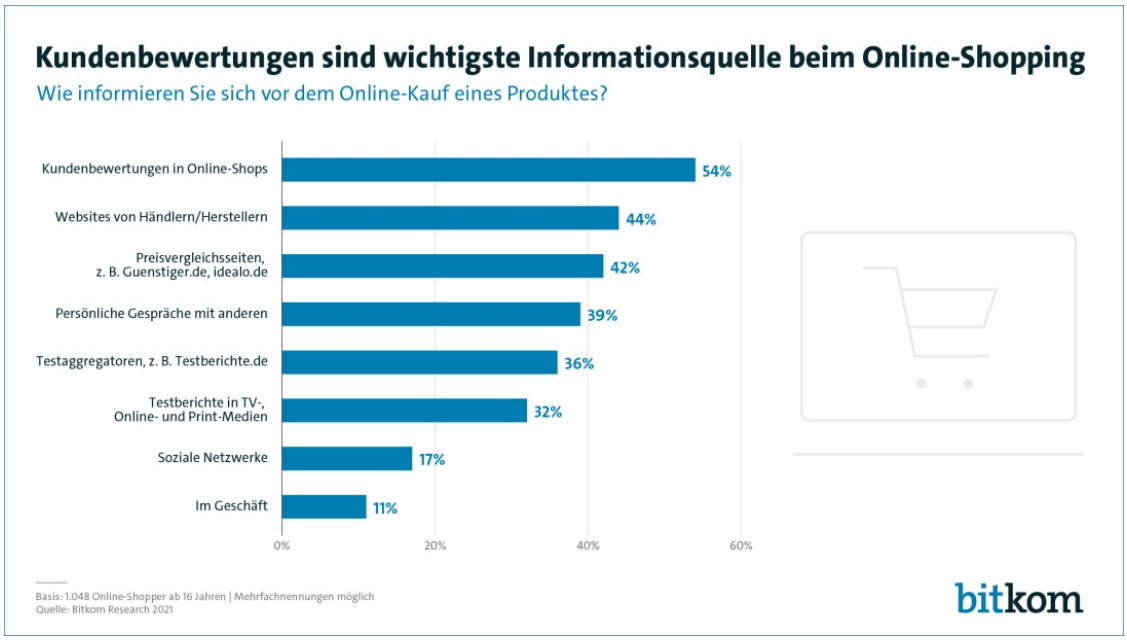
Bitkom e.V. | Presseinformation

Online-Shopping: Die Hälfte achtet auf gute Bewertungen

- **Kundenbewertungen sind wichtigste Informationsquelle beim Online-Kauf**
- **Auf Rang zwei stehen die Webseiten der Händler und Hersteller**



Berlin, 15. Dezember 2021 – Daumen hoch oder runter, zwei oder fünf Sterne – Kundenbewertungen in Online-Shops sind das wichtigste Entscheidungskriterium beim Einkauf im Internet. So gibt über die Hälfte (54 Prozent) der Online-Shopper an, sich Rezensionen anzuschauen, bevor sie ein Produkt im Internet kaufen. Frauen (59 Prozent) verlassen sich dabei noch mehr auf die Erfahrungen anderer als Männer (50 Prozent). Auf der Website der Händler und Hersteller informieren sich hingegen eher Männer (48 Prozent) als Frauen (39 Prozent) – im Durchschnitt sind es 44 Prozent. Das zeigt eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter mehr als 1.000 Internetnutzerinnen und -nutzern in Deutschland ab 16 Jahren. Demnach sind Preisvergleichsseiten (42 Prozent) auf Rang drei der meistgenutzten Informationsquellen beim Kauf im Web. An vierter Stelle (39 Prozent) stehen Gespräche mit Freundinnen und Freunden, Familie oder Bekannten. „Beim Online-Kauf verlassen sich die Menschen vor allem auf die Erfahrung und Meinung anderer. Transparente, nachvollziehbare und unabhängige Bewertungen tragen ganz maßgeblich zum Vertrauen in den Online-Handel bei“, erklärt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Davon profitieren die Kundinnen und Kunden, aber auch die Händler und Plattformen: Wer viele gute unabhängige Bewertungen erhält, macht sich für neue Käufergruppen attraktiv und kann so die Qualität seiner Angebote erfolgreicher nachweisen als durch professionelle Werbung.“

Eine wichtige Entscheidungshilfe sind auch so genannte Testaggregatoren, also Online-Seiten, die Ergebnisse verschiedener Produkttests miteinander vergleichen: 36 Prozent nutzen solche Webseiten vor dem Online-Kauf. Etwas weniger (32 Prozent) ziehen Testberichte in TV-, Online- oder Printmedien heran. Jede oder jeder Sechste (17 Prozent) nutzt soziale Netzwerke. Lediglich 11 Prozent informieren sich im Geschäft vor Ort, bevor sie online die Produkte kaufen. „Die landläufige Meinung, wonach der Händler vor Ort den Beratungsaufwand hat und der Online-Shop den Umsatz macht, ist falsch. Sehr viel häufiger werden Kundinnen und Kunden aus dem Internet in den Laden um die Ecke geführt als umgekehrt“, kommentiert Rohleder die Umfrage.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Von Mitte bis Ende Oktober 2021 wurden dabei 1.109 Personen in Deutschland ab 16 Jahren online befragt, darunter 1.048 Online-Shopper. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: „Wie informieren Sie sich vor dem Online-Kauf eines Produktes?“

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Shopping-Kundenbewertungen***