Bitkom e.V. |

Jeder Zweite liest Online-Bewertungen vor dem Kauf

- **56 Prozent der Online-Shopper nutzen Kundenbewertungen als Entscheidungshilfe**
- **Vor allem Jüngere schauen, welche Erfahrungen andere Käufer gemacht haben**
- **Preisvergleichsseiten sowie Tipps von Freunden und Familie werden ebenfalls oft herangezogen**

Berlin, 13. Januar 2020 - Ob neue Sportschuhe, ein Wellness-Termin oder Veranstaltungstickets: Viele Deutsche schauen beim Online-Shopping erst auf die Bewertungen anderer Kunden, bevor sie sich schließlich entscheiden: Mehr als jeder zweite Online-Shopper (56 Prozent) gibt an, dass Kundenbewertungen in den Shops eine wichtige Entscheidungshilfe beim Kauf darstellen. Bei den Frauen ist dieses Verhalten dabei etwas ausgeprägter als bei den Männern: 62 Prozent der Online-Shopperinnen setzen auf Bewertungen, bei den männlichen Online-Shoppern sind es 50 Prozent. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.024 Online-Käufern ab 16 Jahren in Deutschland. Demnach ist die Meinung anderer Käufer vor allem für die Jüngeren wichtig: 66 Prozent der 16- bis 29-Jährigen und 61 Prozent der 30- bis 49-Jährigen geben an, Online-Bewertungen vor dem Kauf zu lesen. Bei den 50- bis 64-Jährigen sind es 49 Prozent und bei den über 65-Jährigen 39 Prozent. „Unabhängige Bewertungen können eine gute Entscheidungshilfe vor einem Online-Kauf sein“, sagt Rebekka Weiß, Leiterin Vertrauen & Sicherheit beim Bitkom. „Dabei gilt bei Dienstleistungen wie bei Waren: Sicherheit und Vertrauen sind für die Kunden von Online-Shops essenziell und Bewertungen tragen maßgeblich zum Vertrauen in den Onlinehandel bei. Davon profitieren auch die Händler: Wer viele gute unabhängige Bewertungen erhält, kann damit die Qualität seiner Ware oder Dienstleistung nachweisen und macht sich so für zukünftige Kunden attraktiv.“

Andere wichtige Entscheidungshilfen sind für Online-Shopper auch Preisvergleichsseiten: 48 Prozent geben an, diese generell vor dem Kauf zu nutzen. 41 Prozent setzen auf Tipps, die ihnen Freunde oder Verwandte gegeben haben, 36 Prozent greifen auf Testberichte in TV, Online- oder Printmedien zurück. Lediglich jeder Vierte (24 Prozent) nutzt die Webseiten der jeweiligen Händler als Entscheidungshilfe. Andere Quellen im Internet werden im Vergleich weniger genutzt: 19 Prozent der Online-Shopper lesen Online-Foren oder Blogs zu bestimmten Produkten, bevor sie sich für den Kauf entscheiden. Für 14 Prozent sind soziale Netzwerke eine wichtige Entscheidungshilfe.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag

des Digitalverbands Bitkom im Oktober 2019 durchgeführt hat. Dabei wurden 1.087 Internetnutzer ab 16 Jahren, darunter 1.024 Online-Käufer, befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Frage lautete: „Welche Entscheidungshilfen nutzen Sie generell vor dem Kauf von Produkten?“

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Isabelle Görg
Bereichsleiterin Datenschutzrecht & -politik
Download Pressefoto
Nachricht senden

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Zweite-liest-Online-Bewertungen-vor-dem-Kauf***