



RTS

Titel: GfK-Studie: Welche Rolle spielen Online-Bewertungen für die Kaufentscheidung?
Länge: 0'57" **Autor/Sprecher:** Andreas Suckel

<Anmoderationsvorschlag:>

Als Sie das letzte Mal etwas online gekauft haben, haben Sie sich doch bestimmt auch vorher die Bewertungen von anderen angeschaut, oder? Wenn es heute darum geht, ein Produkt online zu kaufen, spielen Bewertungen eine immer größere Rolle. Das zeigt auch eine aktuelle Studie, deren Ergebnisse Ihnen Andreas Suckel jetzt zusammenfasst:

<Sprecher:>

Jedes Jahr geben allein bei Amazon Kundinnen und Kunden weltweit rund 1,5 Milliarden Bewertungen ab - für Pressesprecherin Anneliese Hellwig-Schuster ein unschätzbarer Wert:

<O-Ton Anneliese Hellwig-Schuster:>

11“

Ja, wir wissen, dass die Produktbewertungen einer der Hauptgründe sind, warum Kundinnen und Kunden gerne bei Amazon einkaufen. Dahinter steckt, dass die meisten dabei nicht auf die Erfahrung Anderer verzichten möchten.

<Sprecher:>

Um die Bedeutung von Bewertungen noch besser zu verstehen, hat Amazon eine GfK-Studie mit 1000 Befragten in Auftrag gegeben:

<O-Ton Anneliese Hellwig-Schuster:>

15“

Tatsächlich bestätigt die Studie das, was wir immer wieder auch von unseren Kundinnen und Kunden hören: Mehr als 77 Prozent vertrauen Online-Bewertungen. Sie helfen Ihnen dabei, das richtige Produkt zu finden. Und 70 Prozent sagen sogar, dass sie dadurch Fehlkäufe vermieden haben.

<Sprecher:>

Auch interessant: Knapp 80 Prozent der Befragten nutzen Online-Bewertungen, um sich über Produkte zu informieren, die sie dann im stationären Handel, also in einem Geschäft vor Ort, kaufen.