

Gut informiert – Deutsche setzen bei Kaufentscheidungen auf lokale Bewertungsportale

Echtheit, Zuverlässigkeit und Transparenz sind wichtige Faktoren bei der Nutzung von Empfehlungsplattformen.

Essen, Oktober 2020 – Die Mehrheit der Deutschen bevorzugt lokale Bewertungsportale, um sich vor dem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung zu informieren. Das ergab eine im Auftrag von Das Örtliche durchgeführte repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Mentefactum. So vertrauen 77 % der Befragten auf lokale Online-Plattformen, während sich nur 19 % auf international ausgerichtete Portale verlassen. Eine aktuelle GPRA-Studie zur Glaubwürdigkeit von Bewertungsplattformen bestätigt dieses Ergebnis: Im Vertrauensranking der Online-Portale liegen lokale Plattformen vorne.

Das ist Verbrauchern wichtig

Ausschlaggebend für dieses Ergebnis ist vor allem die Echtheit der Bewertungen, die für 93 % der Befragten das wichtigste Kriterium bei der Wahl eines Online-Portals ist – ein Resultat, das insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Fake-Bewertungen von Bedeutung ist. 59 % der Umfrageteilnehmer legen Wert darauf, dass die Erfahrungsberichte sachlich geschrieben sind und keine Beleidigungen enthalten, während für 57 % die regelmäßige Qualitätskontrolle der Inhalte eine Rolle spielt. Dass die Bewertungskriterien nachvollziehbar sind, ist 55 % der Nutzer wichtig. Die eindeutige Bevorzugung lokaler Empfehlungsplattformen ist zudem auf die regionale Ausrichtung der Bewertungen zurückzuführen, die 68 % der Befragten schätzen.

Nutzung nimmt kontinuierlich zu

Welche Bedeutung vertrauenswürdige Empfehlungsplattformen haben, zeigen die Studienergebnisse zur allgemeinen Nutzung: 59 % der Teilnehmer haben schon Bewertungen in ihre Kaufentscheidungen miteinbezogen, bei den unter 50-Jährigen sind es sogar 73 %. Bewertungen auf einer Online-Plattform abgegeben haben bereits 25 % aller Befragten. Darüber hinaus finden 21 % Empfehlungsplattformen grundsätzlich interessant, sodass von einer weiter zunehmenden Nutzung auszugehen ist.

Lob oder Kritik?

Laut Befragung werden positive und negative Erfahrungen in gleichem Maße zum Anlass genommen, selbst eine Bewertung abzugeben. Allerdings neigen Männer mit 42 % eher dazu, ihren Unmut zu äußern (Frauen: 36 %), während Frauen mit 34 % meist wohlwollende Empfehlungen schreiben (Männer: 30 %). Bei ihrer Kaufentscheidung lassen sich Nutzer etwas stärker von negativen als von positiven Beurteilungen beeinflussen.

Weiterführende Informationen sind unter www.dasoertliche.de zu finden.

Das Örtliche

Ohne Ö fehlt Dir was

Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von DTM Deutsche Tele Medien und 92 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über www.dasoertliche.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2020 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 980 Mio. Nutzungen*. Darüber hinaus ist Das Örtliche auch als sprachbasierter Alexa Skill verfügbar und kann mit „Alexa, öffne Das Ö“ aufgerufen werden.

Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien. Auch die typisch blau-weiße Farbkombination sorgt für eine gezielte Wiedererkennung des Markenauftritts.

**Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2020; repräsentative Befragung von 15.974 Personen ab 16 Jahren, Oktober 2020*

PRESSEKONTAKT

impact Agentur für Kommunikation GmbH
Daniel Juch
Holzhausenstraße 73 | 60322 Frankfurt a.M.
Tel.: (069) 955 264 – 21
Mail: dasoertliche@impact.ag

UNTERNEHMENSKONTAKT

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH
Daniel Wurl
Bamlerstr. 1a | 45141 Essen
Tel.: (0201) 43 948 – 30
Mail: d.wurl@dasoertliche-marketing.de