

## Tipps für das Bewertungsmanagement von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU)

### Warum Unternehmen großen Wert auf Kundenbewertungen legen sollten

Essen, 21.06.2018 – Die Informations-Plattform [Das Örtliche für Unternehmen](#) zeigt, warum Kundenbewertungen für KMU heutzutage so wichtig sind und wie man sie nutzbringend für sein Unternehmen einsetzt: Laut einer 2017 veröffentlichten Studie\* sind Kundenbewertungen der wichtigste Kaufimpuls der Deutschen. Rund zwei Drittel der Bundesbürger erkundigen sich vor einer verbindlichen Kaufentscheidung nach Bewertungen im Internet. Knapp ein Drittel der Konsumenten gibt zu, dass Bewertungen ihre Kaufentscheidung deutlich beeinflussen.

#### Was das veränderte Verbraucherverhalten für KMU bedeutet

Wenn Verbraucher zunehmend online nach Kundenbewertungen suchen, ist es für Unternehmer enorm wichtig, im Internet mit seriösen Informationen auffindbar zu sein. Auf die Suche nach Bewertungen von anderen Konsumenten folgt der Blick auf die Webseite (57,9 Prozent), die Kontaktaufnahme mit den Unternehmen selbst (34,5 Prozent) und die Suche nach deren Social-Media-Präsenz (11,3 Prozent). Um von möglichst vielen Kunden gefunden und berücksichtigt zu werden, sollten Unternehmen also online auffindbar sein und die Möglichkeit zur Bewertung anbieten. Um dieses Bedürfnis nach Information zu befriedigen, können Unternehmen zum einen eigene Plattformen wie eine Webseite, einen [Social-Media-Auftritt](#) oder einen digitalen [Eintrag in einem Verzeichnisdienst](#) wie Das Örtliche aufsetzen. Zum anderen ist ein aktives Bewertungsmanagement empfehlenswert.

#### So fördern Unternehmer aktiv Kundenbewertungen

Bewertungsportale spielen bei Kaufentscheidungen eine große Rolle: Gemäß der Erhebung werden sie von etwa 40 Prozent der Befragten häufig genutzt und erscheinen bei Internetrecherchen nach Dienstleistern oft oben in den Suchergebnissen. Es empfiehlt sich, bei der Wahl der richtigen Bewertungsportale nicht nur auf ein einzelnes, sondern auf mehrere Seiten zu setzen und diese auf Basis einer Recherche gezielt nach lokaler sowie thematischer Relevanz auszuwählen. Es kann sehr hilfreich sein, seine Kunden zu befragen, auf welche Bewertungsportale sie setzen. Ist das Unternehmen in diesen Portalen bereits bewertet worden und sind die Bewertungen zum Großteil positiv, können Firmen auf ihrer Webseite dorthin verlinken und Kunden motivieren, selbst Bewertungen zu hinterlassen. Mit Aufklebern auf der Tür, Flyern oder auch Abbindern in Geschäfts-E-Mails können Unternehmen auf die gewählten Portale verweisen. Anbieter wie etwa Meinungsmeister können zudem bei der [Akquise zuverlässiger Bewertungen](#) unterstützen. Die Bewertungsportale sollten regelmäßig auf neue Bewertungen hin geprüft werden. Professionelle Reaktionen auf [negative Kundenbewertungen](#) sorgen ebenso für ein seriöses Erscheinungsbild, wie positive Meinungen.

#### Auch bei Das Örtliche können KMU von Kundenbewertungen bekannter Plattformen profitieren

In den Unternehmenseinträgen bei [Das Örtliche](#) werden bereits jetzt Bewertungen von über 17 bekannten Bewertungsplattformen wie zum Beispiel Meinungsmeister, GoLocal oder Booking.com angezeigt. Zu finden sind zum einen Durchschnitts- sowie auch Textbewertungen einzelner Verbraucher. Darüber hinaus können Bewertungen auch direkt in den Einträgen bei Das Örtliche hinterlassen werden. Somit stehen in Das Örtliche neben Adresse, Fotos und Wegbeschreibung auch hilfreiche Informationen in Form von Erfahrungsberichten und Kunden-Kommentaren zur Verfügung.

Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von Deutsche Tele Medien und 96 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](http://www.dasoertliche.de) sowie u.a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 1,4 Mrd. Nutzungen\*\*. Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet u.a. neben der typisch blau-weißen Farbkombination alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien.

\*Quelle: [https://www.greven.de/ueber-greven/presse/pressemitteilungen/340-kundenbewertungen-ausschlaggebend-fuer-kaufentscheidung#\\_ftn1](https://www.greven.de/ueber-greven/presse/pressemitteilungen/340-kundenbewertungen-ausschlaggebend-fuer-kaufentscheidung#_ftn1)

\*\*Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von mehr als 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren

#### Kontakt:

SMART PR GmbH  
Yvonne Salcewics  
Talstrasse 22-24  
40217 Düsseldorf  
Tel.: (0211) 2709 – 255  
Fax: (0211) 2709 – 252  
Mail: [salcewics@smart-pr.de](mailto:salcewics@smart-pr.de)

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH  
Daniel Wurl  
Bamlerstr. 1a  
45141 Essen  
Tel.: (0201) 43 948 – 30  
Fax: (0201) 43 948 – 14  
Mail: [d.wurl@dasoertliche-marketing.de](mailto:d.wurl@dasoertliche-marketing.de)