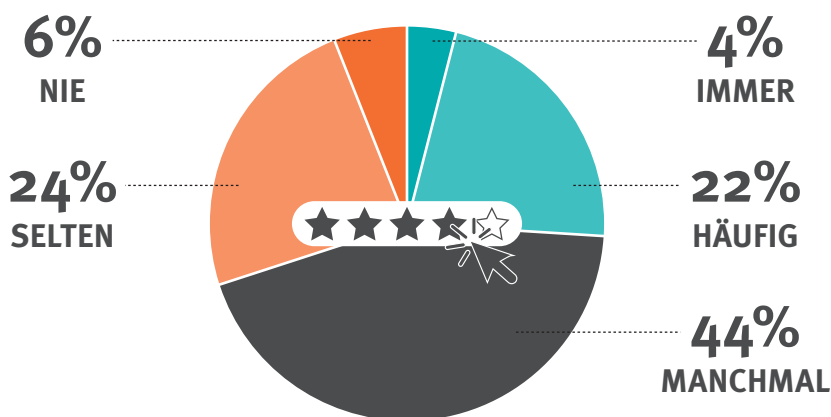


# Online-Bewertungen aus Sicht von Verbrauchern

**!** Bewertungsportale spielen bei Kaufentscheidungen von Verbrauchern eine große Rolle. Aus Verbrauchersicht ist es wichtig, dass die Portale das ihnen entgegengebrachte Vertrauen auch rechtfertigen. Das Marktwächter-Team der Verbraucherzentrale Bayern hat 1.002 repräsentativ ausgewählte Internetnutzer zu ihrem Umgang mit Bewertungen befragt.

## SIEBEN VON ZEHN VERBRAUCHERN GEBEN ONLINE-BEWERTUNGEN AB

Nur knapp ein Drittel der Befragten kommentiert Produkte oder Dienstleistungen selten oder nie mit Noten, Sternen oder Beschreibungen.



### Frage:

Eine Online-Bewertung umfasst die positive oder negative Bewertung eines Produkts oder einer Dienstleistung im Internet durch eine Note oder Sternevergabe und/oder durch einen beschreibenden Text. Wie häufig geben Sie selbst Online-Bewertungen im Internet ab?

### Antwortmöglichkeiten:

Immer; Häufig; Manchmal; Selten; Nie;

## DIE MEISTEN PROBLEME MACHT DIE LÄNGE DER BEWERTUNGEN

Bei rund einem Viertel der Befragten wurde mindestens eine der abgegebenen Bewertungen abgelehnt. Von allen angegebenen Ablehnungsgründen wurde die Länge der Bewertung mit 44 Prozent am meisten genannt, direkt gefolgt von der negativen Tonalität der Bewertung mit 19 Prozent der Nennungen.

75% 

44% Bewertung war zu kurz.

19% Negative Bewertung wurde (ggf. zunächst) abgelehnt.

11% Formulierung wurde (ggf. zunächst) abgelehnt.

10% Frist für die Bewertungsabgabe war überschritten.

8% Es wurden Belege verlangt.

8% Sonstiges.

25% 



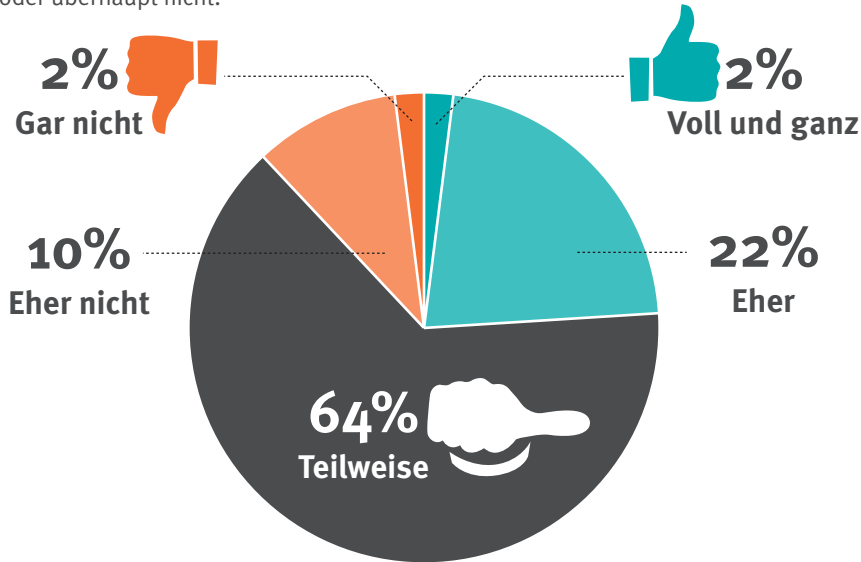
### Frage:

Hatten Sie bereits Probleme bei der Platzierung einer Online-Bewertung? Wenn ja, welche Probleme gab es dabei? (Mehrfachantworten möglich)

## NUR WENIGE VERBRAUCHER VERLASSEN SICH VOLL UND GANZ AUF BEWERTUNGEN



Das Verhältnis der Befragten zu der Aussagekraft von Online-Bewertungen ist gespalten: Knapp ein Viertel der Befragten verlässt sich auf Bewertungen. Der Großteil der Verbraucher vertraut den Bewertungen hingegen nur teilweise oder überhaupt nicht.



### Frage:

„Auf Online-Bewertungen kann man sich verlassen.“ – Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu?

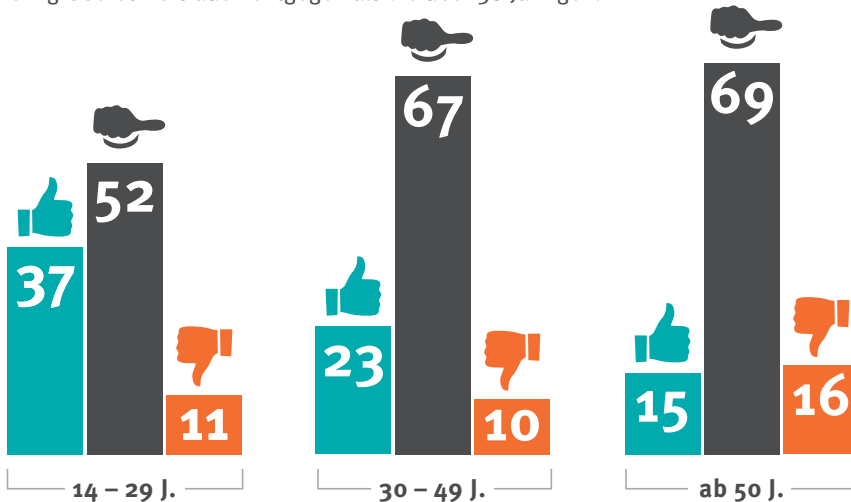
### Antwortmöglichkeiten:

- Stimme voll und ganz zu; Stimme eher zu;
- Stimme teilweise zu; Stimme eher nicht zu;
- Stimme gar nicht zu;

## JÜNGERE VERBRAUCHER VERTRAUEN EHER AUF BEWERTUNGEN ALS ÄLTERE



Betrachtet man das Vertrauen in Bewertungen in den verschiedenen Altersgruppen, vertrauen jüngere Verbraucher eher als ältere. Die befragten 14- bis 29-jährigen bringen Online-Bewertungen tendenziell ein größeres Vertrauen entgegen als die über 30-jährigen.



### Frage:

„Auf Online-Bewertungen kann man sich verlassen.“ – Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu?

### Antwortmöglichkeiten:

- Stimme voll und ganz zu;
- Stimme eher zu;
- Stimme teilweise zu;
- Stimme eher nicht zu;
- Stimme gar nicht zu;

Alle Angaben in Prozent.

### Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Stand: April 2017

**verbraucherzentrale**

### IMPRESSUM:

Verbraucherzentrale Bayern e.V.  
Mozartstraße 9, 80336 München  
Tel. (089) 55 27 94-0, Fax (089) 53 75 53  
info@vzbayern.de  
www.marktwaechter.de

**Methode:** Repräsentative Online-Befragung per CAWI

**Auswahlverfahren:** Quotierte Auswahl von Internetnutzern ab 14 Jahren aus dem Panel der GfK SE  
Statistische Fehlertoleranz: +/- 3 Prozent in der Gesamtstichprobe (bei einem Anteilswert von 50 %)

**Stichprobengröße:** n = 1.002 (netto)

**Zeitraum der Durchführung:** 15.09.2016 bis 18.09.2016

**Durchführendes Institut:** GfK SE, eBUS Standard Deutschland

im Auftrag des Marktwächters Digitale Welt der Verbraucherzentralen