



© Kjero

Produktbewertungen bedeuten Macht

Ob Kundenbewertungen im Netz gefälscht sind, scheint Nutzer in Deutschland und Österreich nur wenig zu interessieren.

Gründerteam

Stefan Ramershoven, Stefan Engl und Thomas Lhotta haben die Produkttestplattform kjero.com 2010 in Innsbruck ins Leben gerufen.

••• Von Daniela Prugger

Ich fand es spannend, dass man mit dieser Knoblauchpresse den Knoblauch vorher nicht schälen muss“, schreibt ein Amazon-Kunde in das Rezensionenfeld. Die Anleitung fehlt jedoch, ob das Produkt in die

Spülmaschine dürfe, habe sich ihm nicht sofort erschlossen. „Wurde aber einwandfrei sauber.“ Ob Produktrezensionen wie diese ein Fake sind oder nicht, wird sich nur schwer herausfinden lassen. Tatsache ist: Der Konsument von heute informiert sich auch so über einen künfti-

gen Kauf: 95,4% der befragten Nutzer einer aktuellen Studie von kjero.com und der Freien Universität Berlin geben das an. Zwar hält sich der Umstand, dass das Internet das Verhalten des „homo consumens“ stark beeinflusst, in seinem Neuigkeitswert stark zurück. Interessant

an den Studienergebnissen ist aber eines: die generell fehlende Skepsis Online-Bewertungen gegenüber.

Ein erstaunliches Ergebnis, ist doch die Fälschung von Rezensionen längst zu einem florierenden Geschäft geworden. Und auch dieser Umstand hat