

seinen Breaking News-Moment schon vor Jahren verloren. Denn er wurde meist als Nebensatz der immer wiederkehrenden Aussagen „eCommerce sorgt für Umbruch im Handel“ und „das Internet wird als Rechercheplattform verwendet“ genauso publiziert.

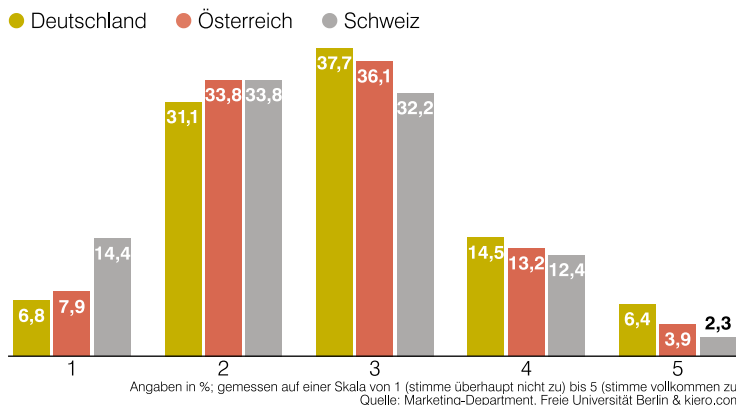
Da die Fälschung einer Kundenrezension keine besonderen Softwarekenntnisse benötigt, ist auch das Nachvollziehen einer solchen alles andere als einfach. Das wissen auch die, die hinter den gefälschten Bewertungen stehen – sei es nun eine Agentur, die Aufträge von Herstellern oder Organisationen und Parteien annimmt, oder der Manager eines Unternehmens, der sich selbst eine mittelpträgliche Bewertung hinterlässt. Rezensionen im Netz bedeuten Macht.

Vor Kurzem berichtete die Techseite „t3n“ in Deutschland, dass Produkte, die schnell viele gute Bewertungen erzielen, rund 30 bis 50% mehr Umsatz machen. Der Befund, dass dies

Nicht so tragisch?

Geringe Skepsis

„Ich glaube, dass ein großer Teil von Online-Bewertungen gefälscht ist.“



Studie

Die geringe Zustimmung der meisten Befragten im Länderunterschied zeigt: Gefälschte Rezensionen treffen auf wenig Skepsis.

für Handelsplattformen wie Amazon ein Problem darstelle, stellt sich nach dem Publikwerden der kjero.com-Studie dann aber doch nicht als tragisch heraus, wenn es stimmt, dass die meisten Konsumenten Bewertungen ohnehin nicht hinterfragen bzw. der Fälschung an sich indifferent gegenüberstehen. Denn dann dürfte sich die Sorge, die den Onlinehändler Amazon plagt, nämlich der Vertrauensverlust auf Konsumentenseite, in Luft verflüchtigen, oder aber zumindest in Dollarzeichen.

Touchdown

Jede fünfte Bewertung auf Amazon ist laut Einschätzung des englischsprachigen Online-dienstes ReviewMeta gefälscht. Analysiert wurden dabei rund sieben Mio. Bewertungen auf den verschiedenen Amazon-Länderseiten. Die Kriterien: Hat

der Verfasser schon einmal eine Review verfasst? Hat er den Artikel tatsächlich bei Amazon gekauft (verifizierter Käufer)? Gibt es viele Bewertungen, die sich im Stil und Aufbau gleichen?

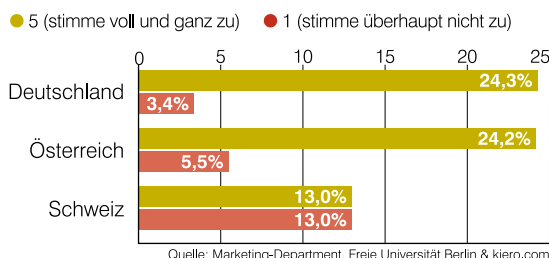
Vor allem bei hochpreisigen Produkten erzeugen diese Kundenrezensionen – ob echt oder nicht – Vertrauen, teilt kjero mit. Es konnte eine Steigerung der Klick- und Besucherzahl um bis zu 380% festgestellt werden, bei günstigen Produkten hingegen eine Steigerung von 190%.

Das Innsbrucker Unternehmen selbst hat sich abseits von Produktbewertungen (etwa für Philips) einen Namen mit Produkttests gemacht – mittels eigener Produkttestplattform. Auf der sind bereits über 150.000 Mitglieder registriert, die interessante Zielgruppendifinitionen ermöglichen. Referenzkunden, die darauf gern zugreifen, sind etwa Beiersdorf, Rewe, Henkel, Melitta, Dr. Oetker und eBay. Die können ebenso von Produkttest-Kampagnen profitieren, um Produkte zielgruppenspezifisch bekannt(er) zu machen.

Research Online

Große Zustimmung

„Ich schaue mir immer die Online-Bewertungen an, bevor ich etwas kaufe.“



Wissenswertes

Studie

Zusammen mit der Freien Universität Berlin hat kjero mit rund 2.700 Teilnehmern eine wissenschaftliche Studie zum Thema Produktbewertungen durchgeführt und untersucht, wie Konsumenten damit umgehen.

eCommerce

Im Jahr 2016 wurden 510 Mrd. € auf dem Online-Markt umgesetzt, 296 Mio. Europäer kaufen im Internet laut kjero ein. Der Anteil des Online-Handels beträgt aber nur ca. 10% des gesamten Einzelhandels.

Liebe LEH-Marketing-Entscheider ...

... es hilft nichts, wenn Sie einfach weiterblättern, denn ...

