

Aktuelle W3B-Studie: Kaufentscheidung fällt im Netz

Zwei Drittel der Internet-Nutzer in Deutschland verwenden das Netz zur Recherche nach Produktinformationen. Das ist ein Ergebnis der 20. Internet-Studie W3B, an der sich mehr als 100.000 Menschen beteiligt haben. Online-Nutzer, die sich selbst als erfahren einstufen, gaben sogar zu mehr als 70 Prozent an, das Internet für Kaufentscheidungen zu nutzen.

Internet-Nutzer honorieren es, wenn Anbieter ausführliche Hintergrundinformationen zu ihren Produkten bieten: Jeder zweite Nutzer von Online-Produktinformationen kauft auf den Websites ein, auf denen die Informationen gefunden wurden. Besonders wichtig sind für knapp 50 Prozent der Befragten Online-Informationen bei Computerprodukten. An zweiter Stelle folgen Autos (46 Prozent) und an dritter Telefone (40,5 Prozent).