

Diese Faktoren sind maßgeblich für die Kaufentscheidung in Online-Shops

✘ Was muss ein Online-Händler tun, damit aus Besuchern seines Shops auch Käufer werden. Eine aktuelle Umfrage unter deutschen Verbrauchern liefert die Antworten. Gefragt wurde, welche Kriterien bei der Kaufentscheidung im Internet eine große Rolle spielen.

Hier die Ergebnisse.

Die wichtigsten Gründe, warum die Deutschen in dem einen Webshop einkaufen und in dem anderen nicht, sind der Preis und die Auszeichnung mit einem Gütesiegel. Auch kundenfreundliche Rückgabekonditionen unterstützen sehr viele Verbraucher bei der Wahl des Shops.

Das sind die zentralen Ergebnisse einer Verbraucherbefragung unter 1.100 Internetnutzern, die die Marktforscher von Valid Research im Rahmen des Ernst & Young Handelsbarometers im März 2011 durchgeführt haben.



Ganz oben auf der Liste stehen bei den Verbrauchern der Preis (80 Prozent) und das Vertrauen in die Seriosität des Shops beziehungsweise die Auszeichnung mit einem Gütesiegel, wie beispielsweise dem von **Trusted Shops** (79 Prozent).

Interessant, dass sogar für jeden zweiten Verbraucher Kundenbewertungen maßgeblich zur Kaufentscheidung beitragen. Von untergeordneter Bedeutung (34 Prozent) hingegen sind Beratungs- und sonstige Serviceangebote. Das ist nicht verwunderlich, da viele Serviceleistungen, wie beispielsweise Expresslieferung, Sendungsverfolgung oder Verfügbarkeitsanzeige von vielen Verbrauchern als Basisleistung empfunden werden.