

Communitys als Informationsquelle auf dem Vormarsch

☒ Communitys gewinnen für Verbraucher als Informationsquelle vor einem Online-Kauf an Bedeutung. Eine **aktuelle Studie** des ECC Köln belegt, dass der Austausch mit anderen Kunden für deutsche Online-Shopper ebenso entscheidend ist wie der Kontakt mit Servicemitarbeitern. Insbesondere die junge Generation der „Smart Natives“ setzt auf die Community. In diesem Artikel stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse vor.

Die Community hilft bei Fragen

Wie informieren potentielle Käufer sich über einen Online-Shop oder ein Produkt? Zunächst indem Sie sich Meinungen anderer Kunden im Internet durchlesen: 93 Prozent aller Verbraucher informieren sich so vor einem Kauf. Am häufigsten direkt im Online-Shop, gefolgt von Bewertungsportalen, Internetforen und Facebook-Seiten.

Gibt es Fragen, entscheidet sich die Art der Recherche anhand des Themas: Bei Fragen zu Zahlungsart, Rücksendebedingungen oder technischen Problemen, wenden sich über 90 Prozent der Verbraucher an Servicemitarbeiter des Online-Shops. Geht es darum, Ideen zu sammeln, hilfreiche Tipps zu einem Produkt zu erhalten oder zu klären, welches Produkt am besten für einen geeignet ist, tauschen Online-Shopper sich lieber innerhalb einer Community aus.

Smart Natives setzen besonders auf die Community

Für junge Leute sind Online-Communitys längst Alltag. Die Gruppe der 20-25-Jährigen, die mobiles Internet täglich nutzen, nennt die Studie „Smart Natives“. Lediglich 20 Prozent der Smart Natives fühlen sich durch Servicemitarbeiter besser beraten als durch Kundenmeinungen. Ganze 45 Prozent der jungen Mobilen sagen sogar, dass sie sich von anderen Kunden besser verstanden fühlen als von Servicemitarbeitern.

Dies zeugt weniger von einem Mangel an Vertrauen in Servicemitarbeiter, sondern davon, dass diese Generation Kundenbewertungen als Informationsquelle seit jeher kennt und gewohnt ist, sich vor einem Kauf selbst zu informieren. Der ehemalige „Fachhändler“ aus dem stationären Handel ist für sie nicht mehr präsent.

71 Prozent aller Käufer wünschen sich Austausch mit anderen direkt im Shop

Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass die Bedeutung von Online-Communitys weiter wachsen wird. 71 Prozent aller Online-Shopper wünschen sich, dass Online-Shops den Austausch mit anderen Käufern direkt auf ihrer Seite ermöglichen, bei den Smart Natives sind es sogar knapp 80 Prozent. Ginge es nach 37 Prozent aller Befragten, würde dieser Austausch sogar über einen Live-Chat in Echtzeit stattfinden. Einen solchen Chat bieten viele Shops Ihren Kunden bereits mit Servicemitarbeitern an.

Die komplette Studie des ECC Köln können Sie [hier](#) kostenfrei bestellen.