

Die Macht der Sterne

Funktionierende Feedback-Kultur oder gekaufte Fake-Reputation?



Januar 2024

marketagent.

Studiensteckbrief

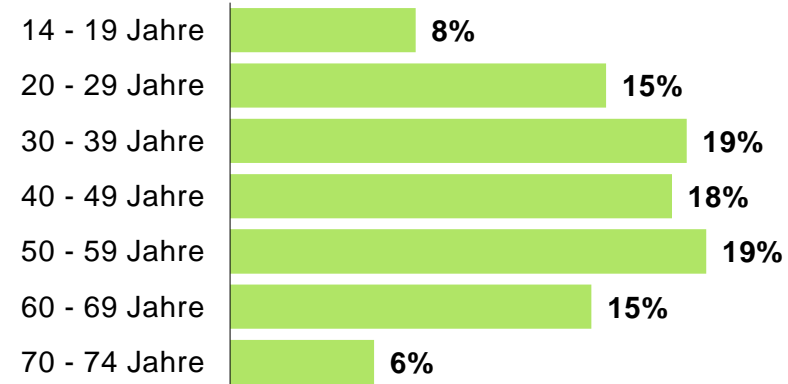
Institut	Marketagent.com Schweiz AG https://marketagent-schweiz.ch/ Projektleitung: Cornelia Eck
Forschungsmethode	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
Instrument/ Herkunft der Adressen	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
Grundgesamtheit	Personen aus der Deutsch- und Westschweiz zwischen 14 und 74 Jahren
Art der Stichprobenziehung	Random-quota (mit nachfolgender bevölkerungsabbildender Gewichtung für Deutsch- und Westschweiz)
Quotenmerkmale	WEMF-Regionen einfache Gewichtung Alter, Geschlecht, Sprach-Region (D-CH W-CH) interlocked
Gewichtete Merkmale	Alter, Geschlecht und Region nach der bevölkerungsabbildenden Soll-Verteilung hinsichtlich dieser Variablen für die Deutsch- und Westschweiz
Stichprobengrösse Total	N = 1.019 Netto-Interviews
Unschärfbereich für das Total	3.2%-Punkte bei einer Merkmalsverteilung von 50%/50%
Befragungszeit	07.12.2023 - 18.12.2023

Stichprobe | n = 1.019

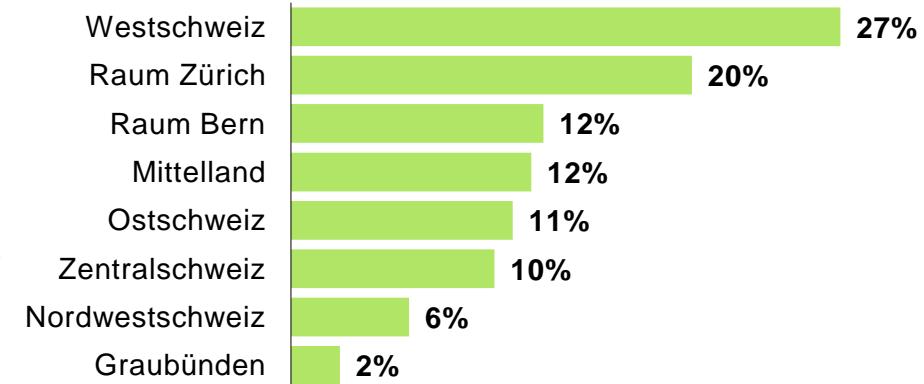
Geschlecht



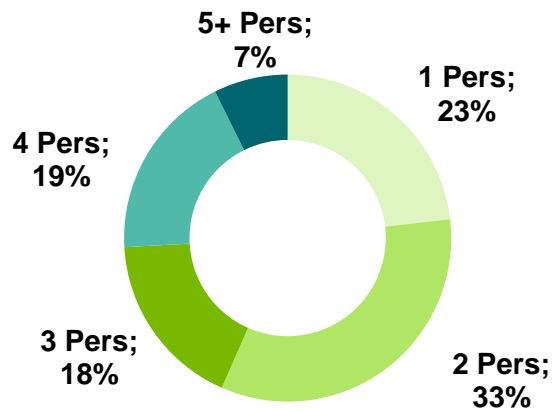
Alter



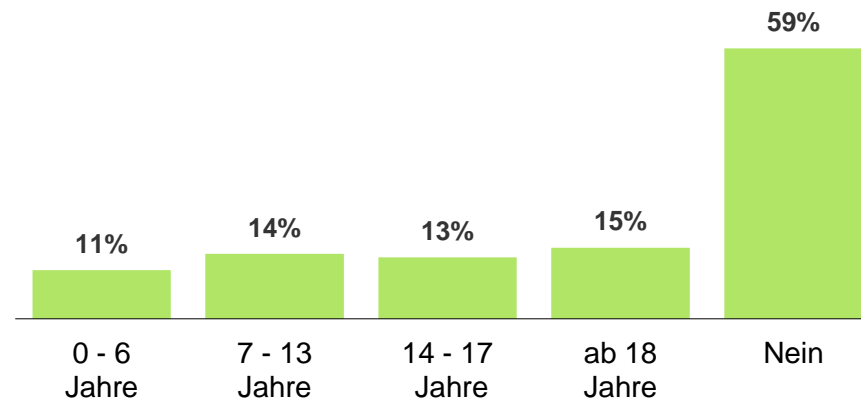
Region



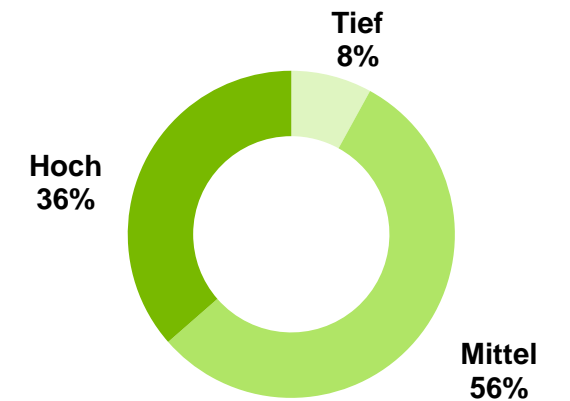
Haushaltsgrösse



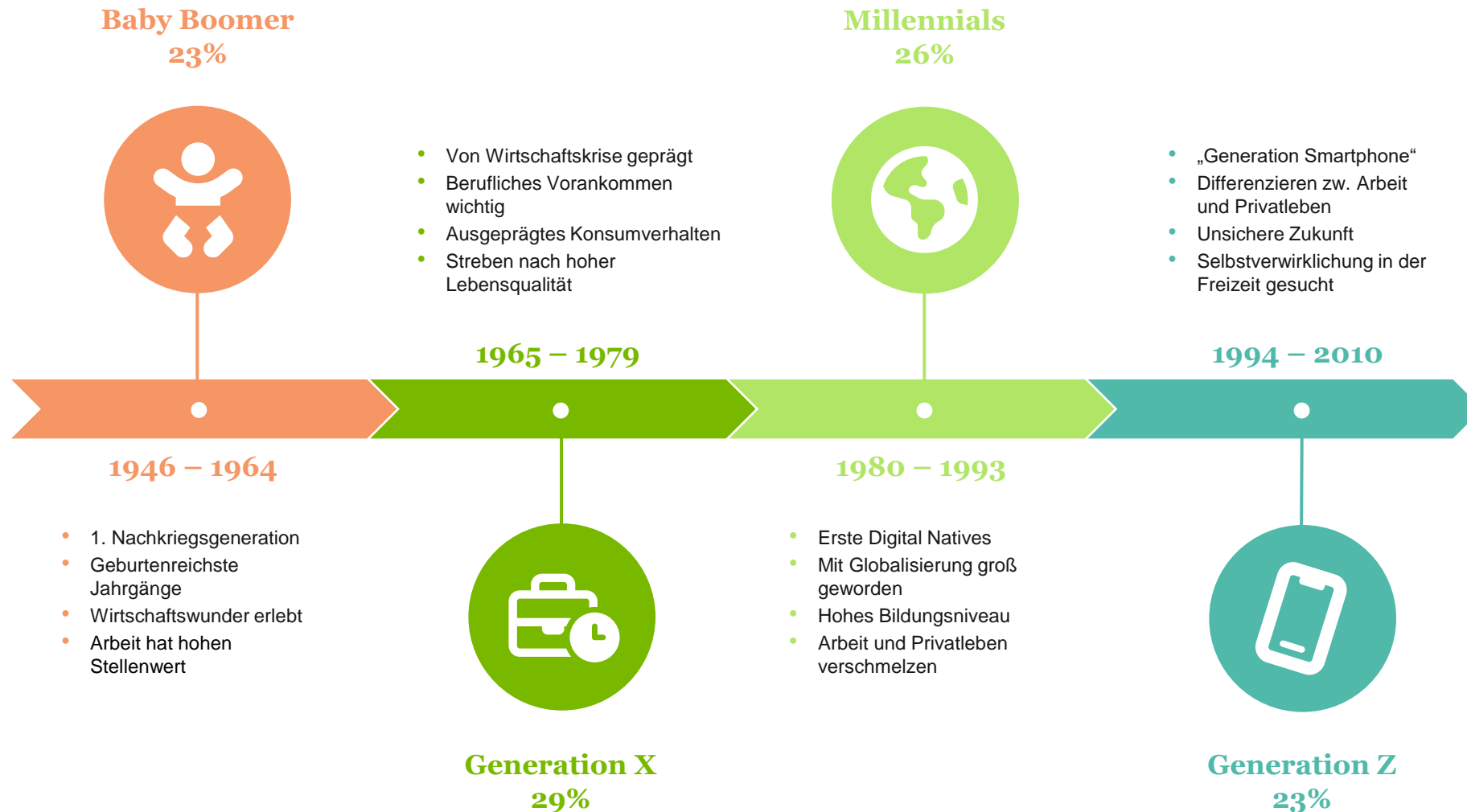
Kinder im Haushalt



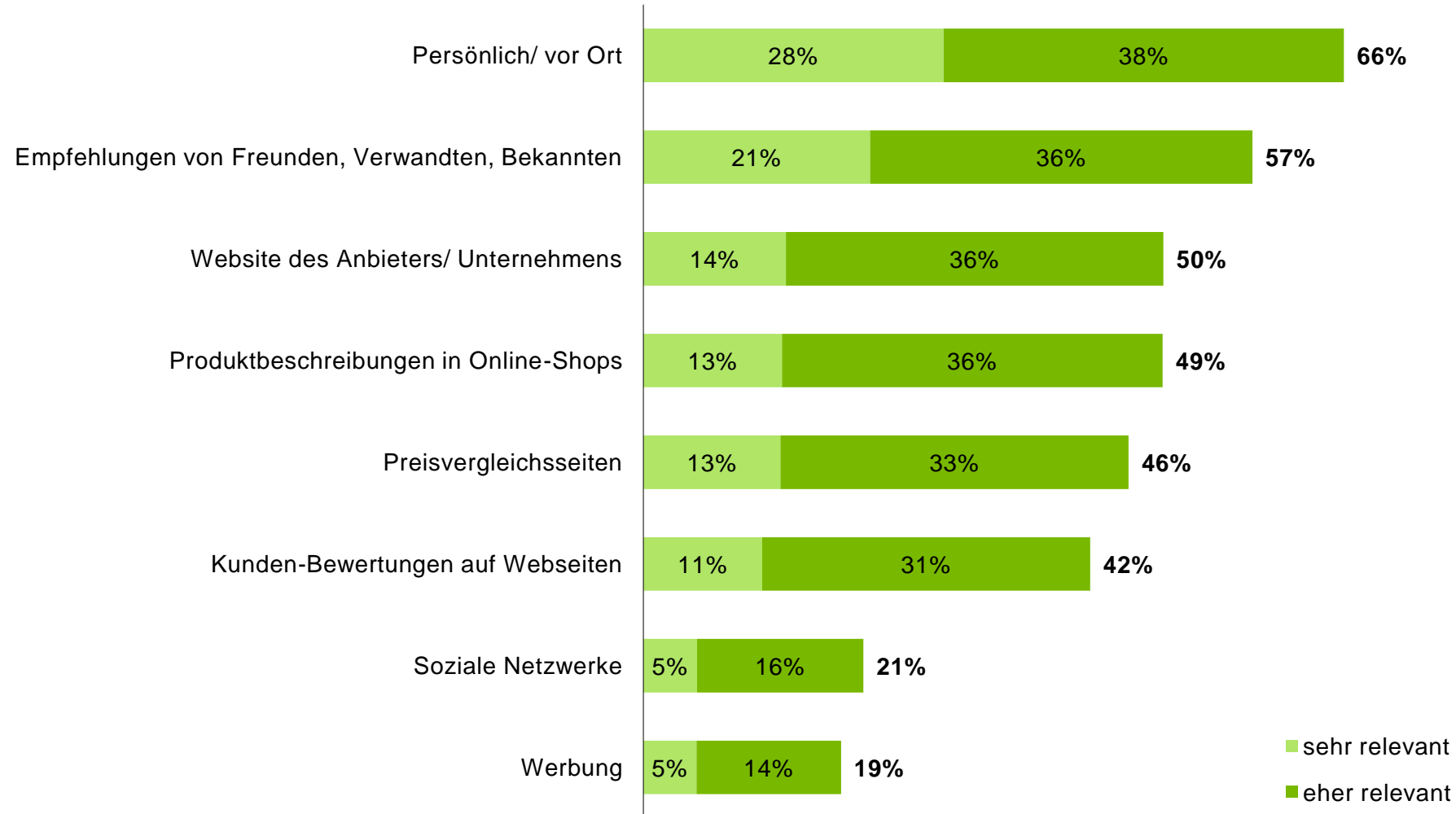
Bildungsniveau



Generationen im Überblick | n = 1.019



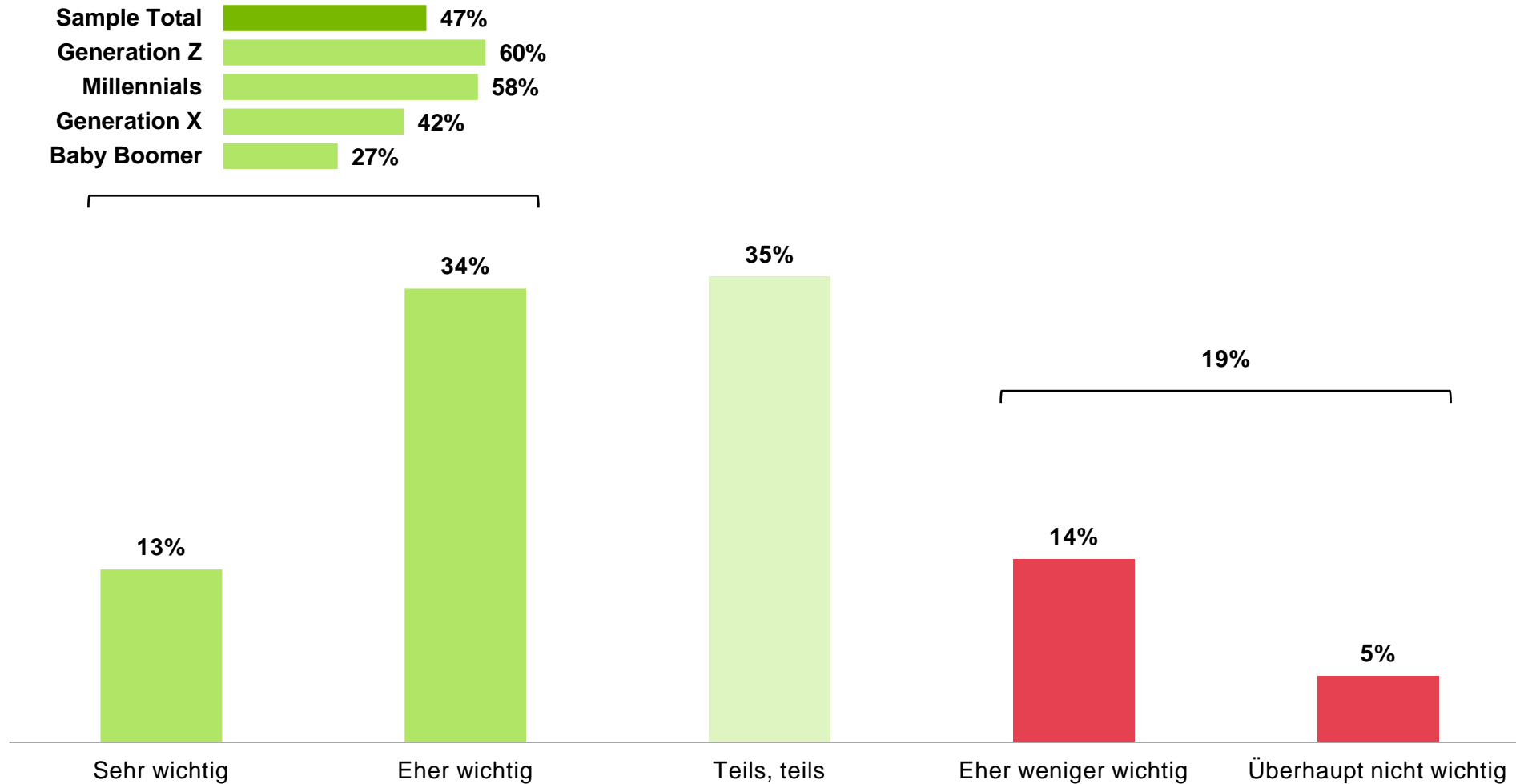
Informationsquellen hinsichtlich Produkten/ Unternehmen



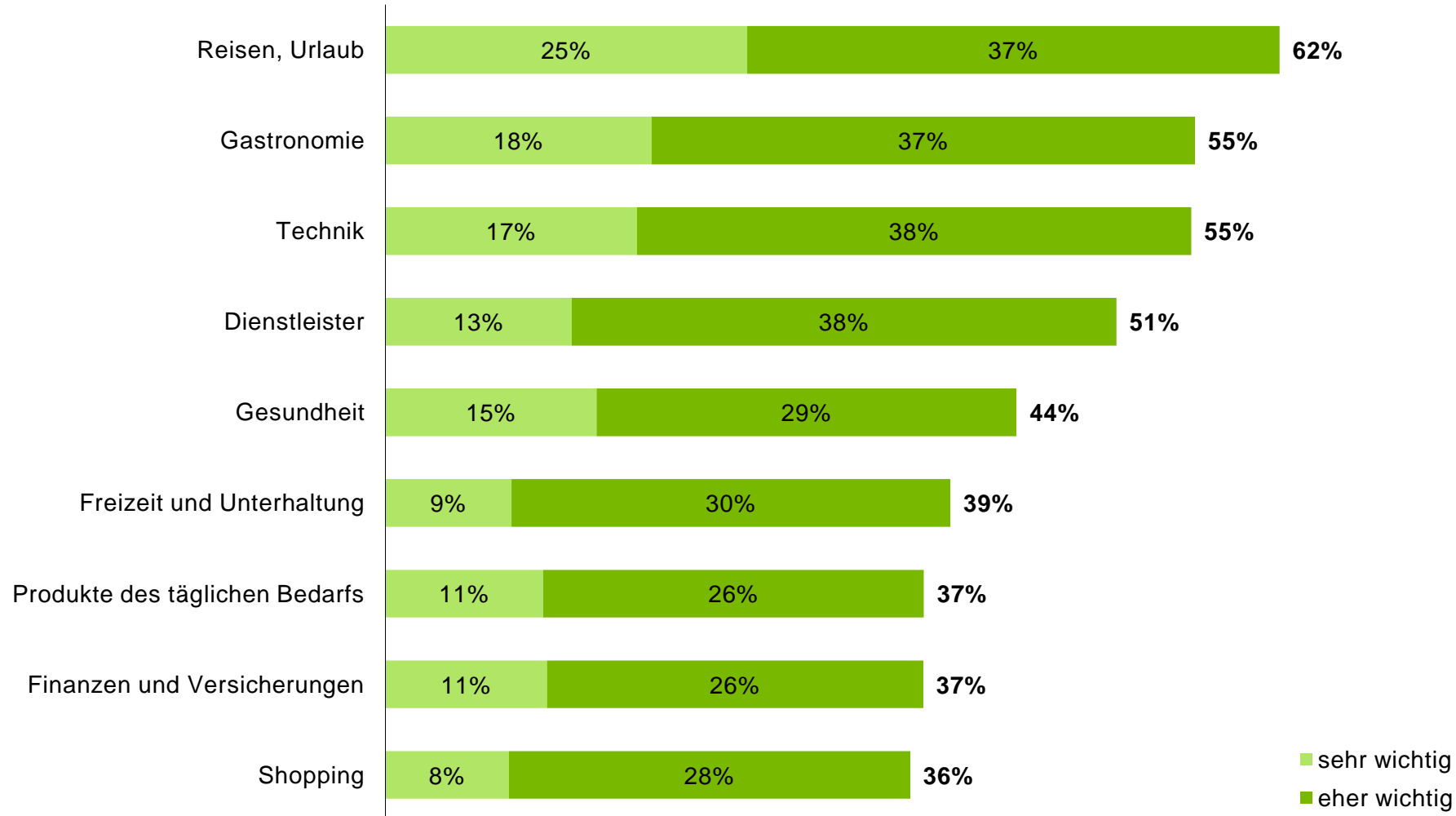
[...] Wie relevant sind die folgenden Quellen für Sie, wenn Sie sich über Produkte, Unternehmen etc. informieren möchten? || n=1.019 ||

Top-2-Box: sehr relevant / eher relevant

Wichtigkeit von Online-Rezensionen allgemein

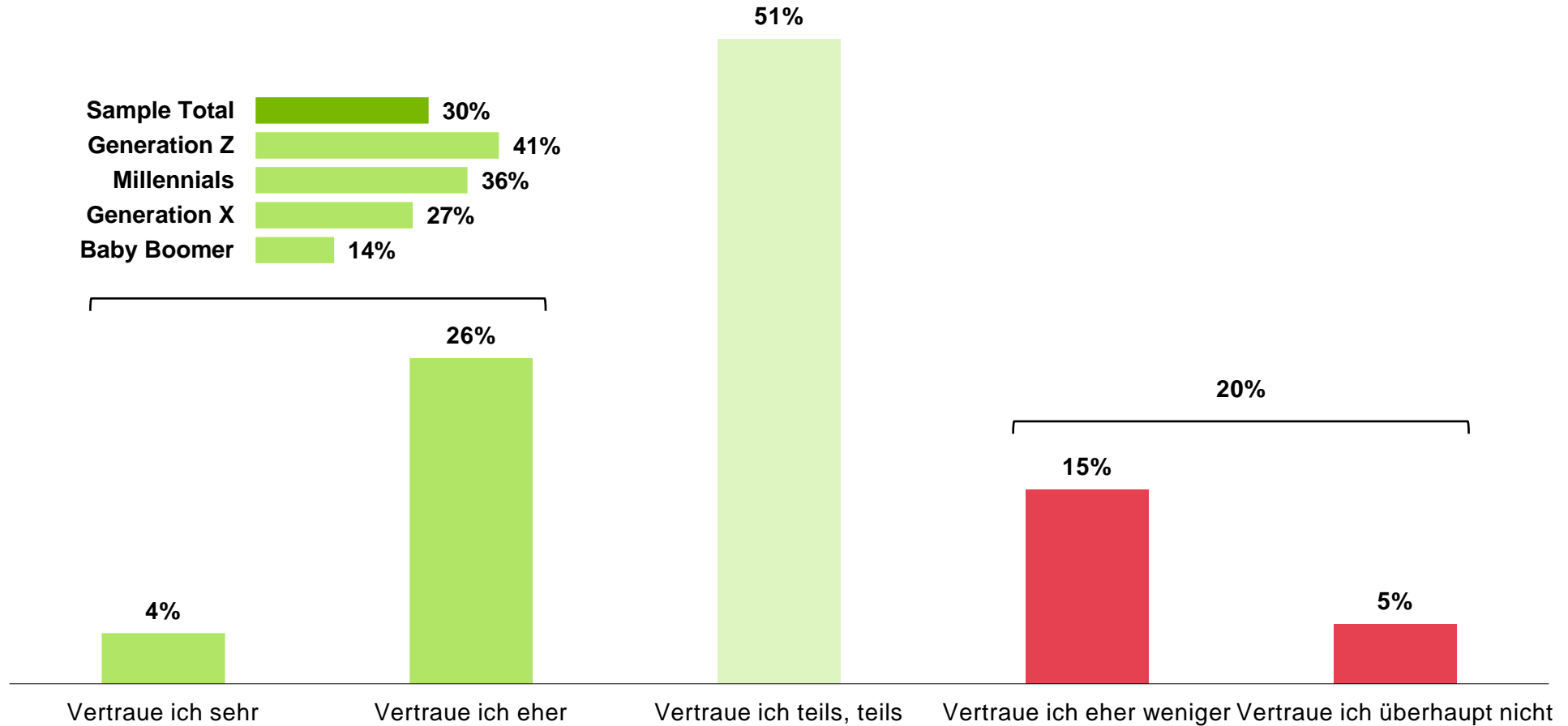


Wichtigkeit von Online-Rezensionen nach Branche

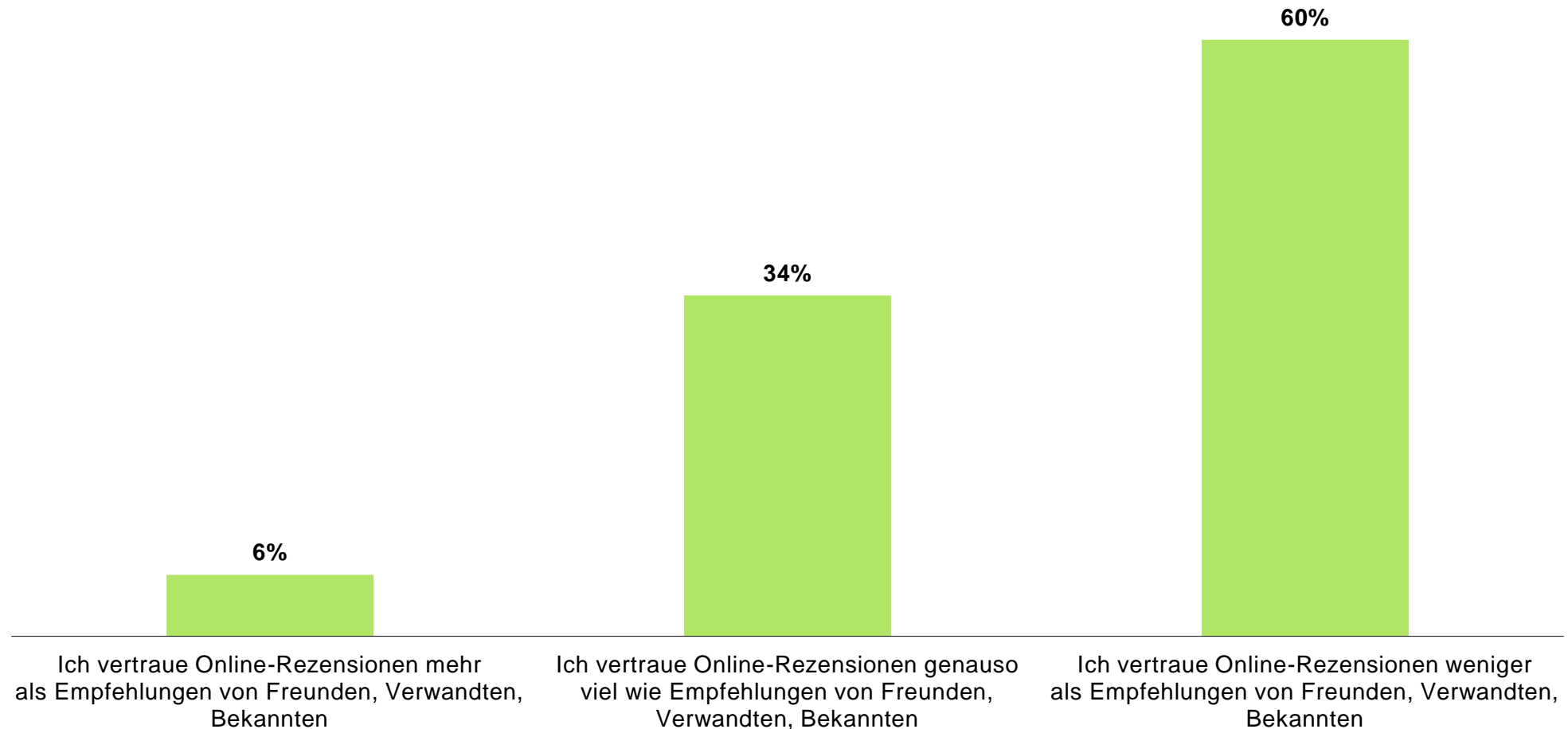


Wie wichtig sind Rezensionen/ Bewertungen im Internet für Sie bei den folgenden Produkten bzw. Services? || n=1.019 ||
Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig

Vertrauen in Online-Rezensionen

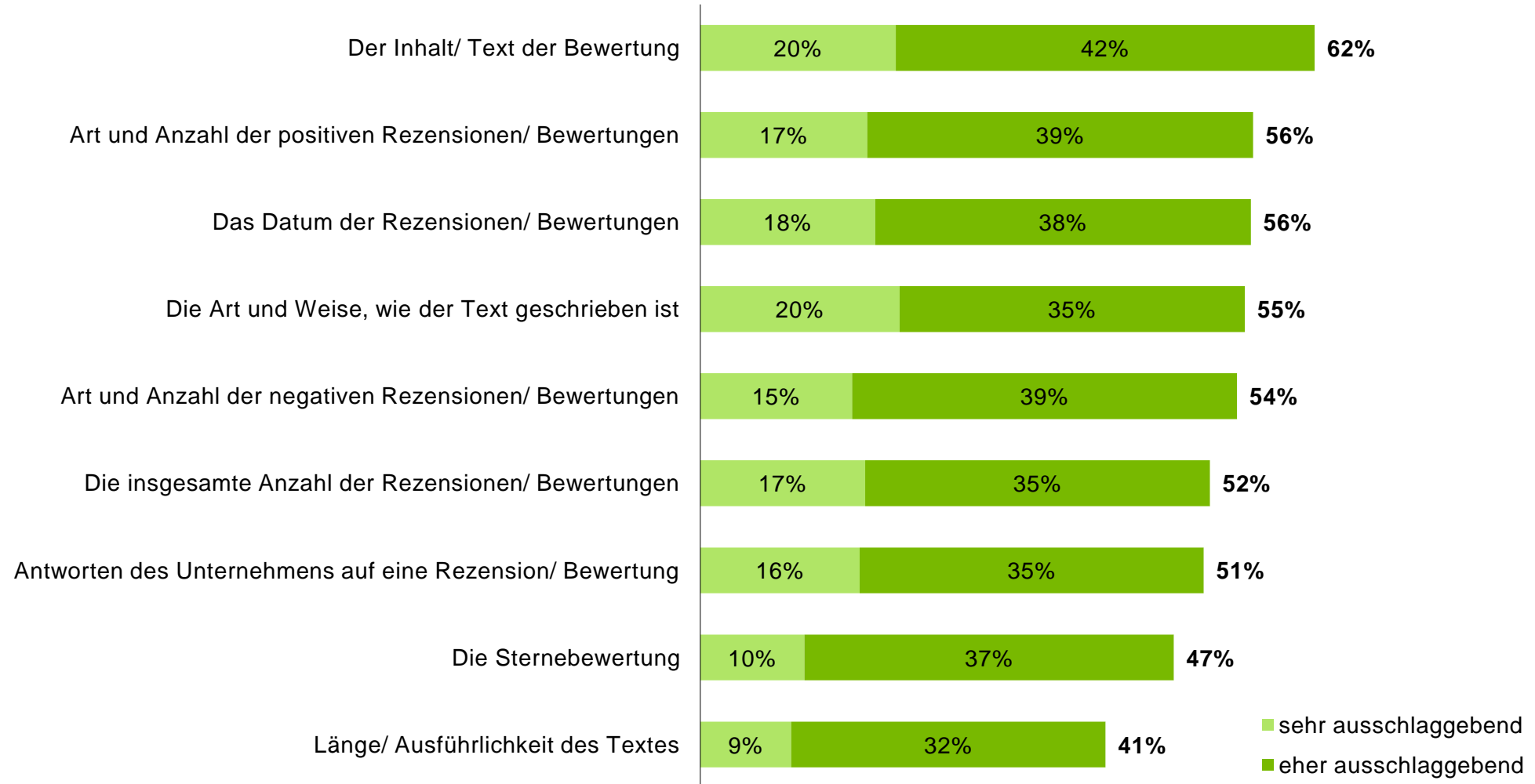


Vertrauen in Online-Rezensionen vs. persönliche Empfehlungen



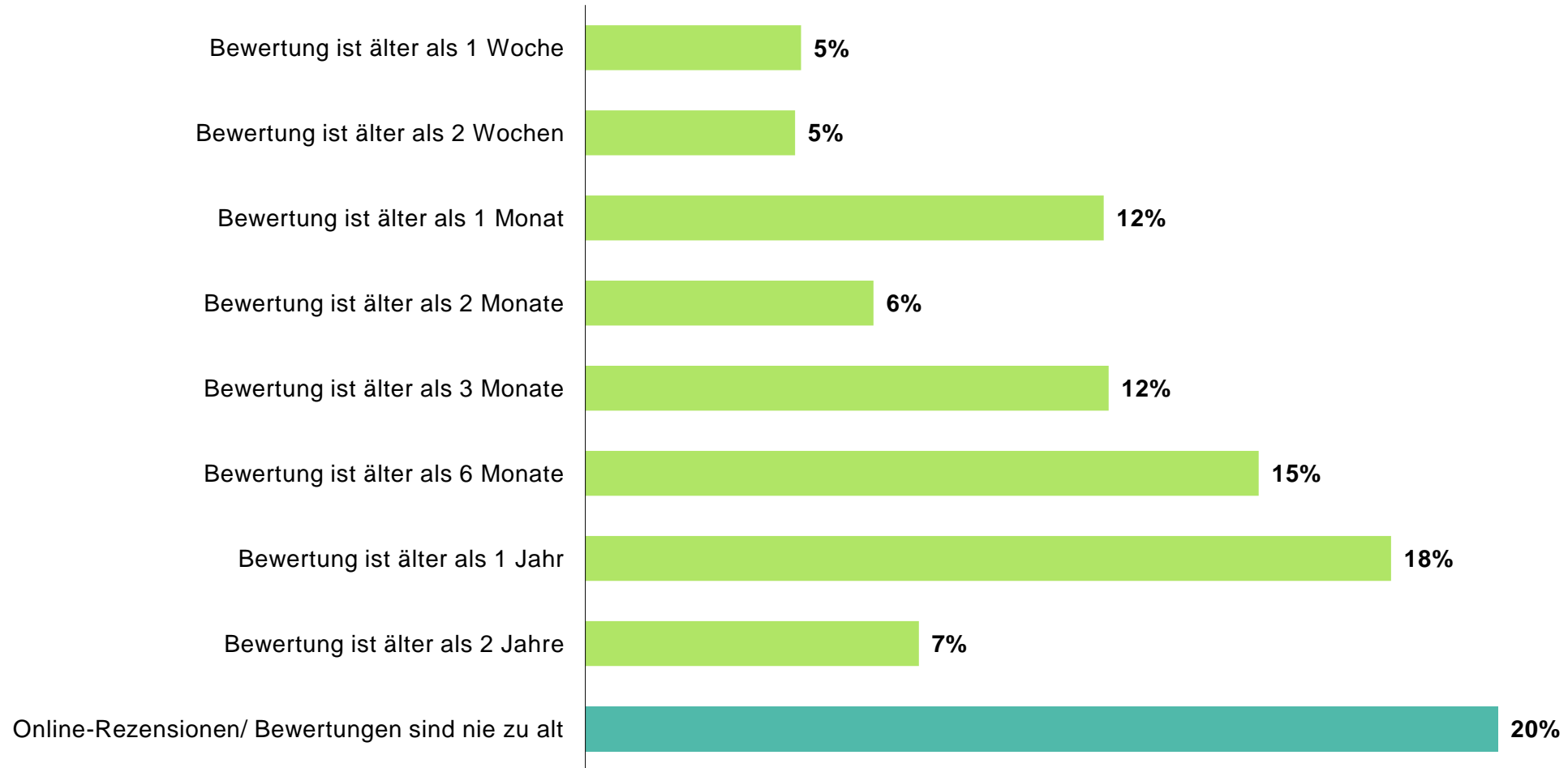
Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie am ehesten zu? || n=1.019

Ausschlaggebende Aspekte bei Online-Rezensionen

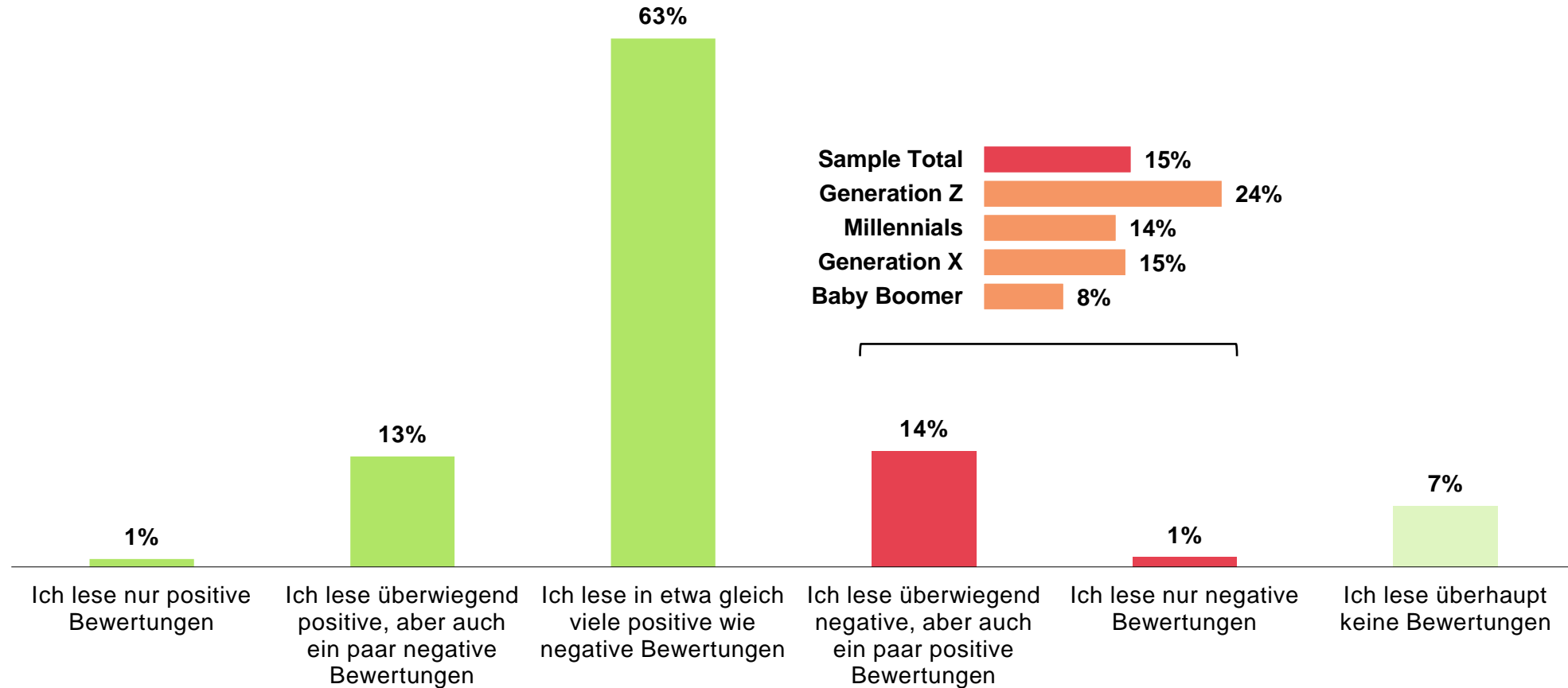


26. Wie ausschlaggebend sind für Sie die folgenden Aspekte bei Online-Rezensionen/ Bewertungen? || n=1.019

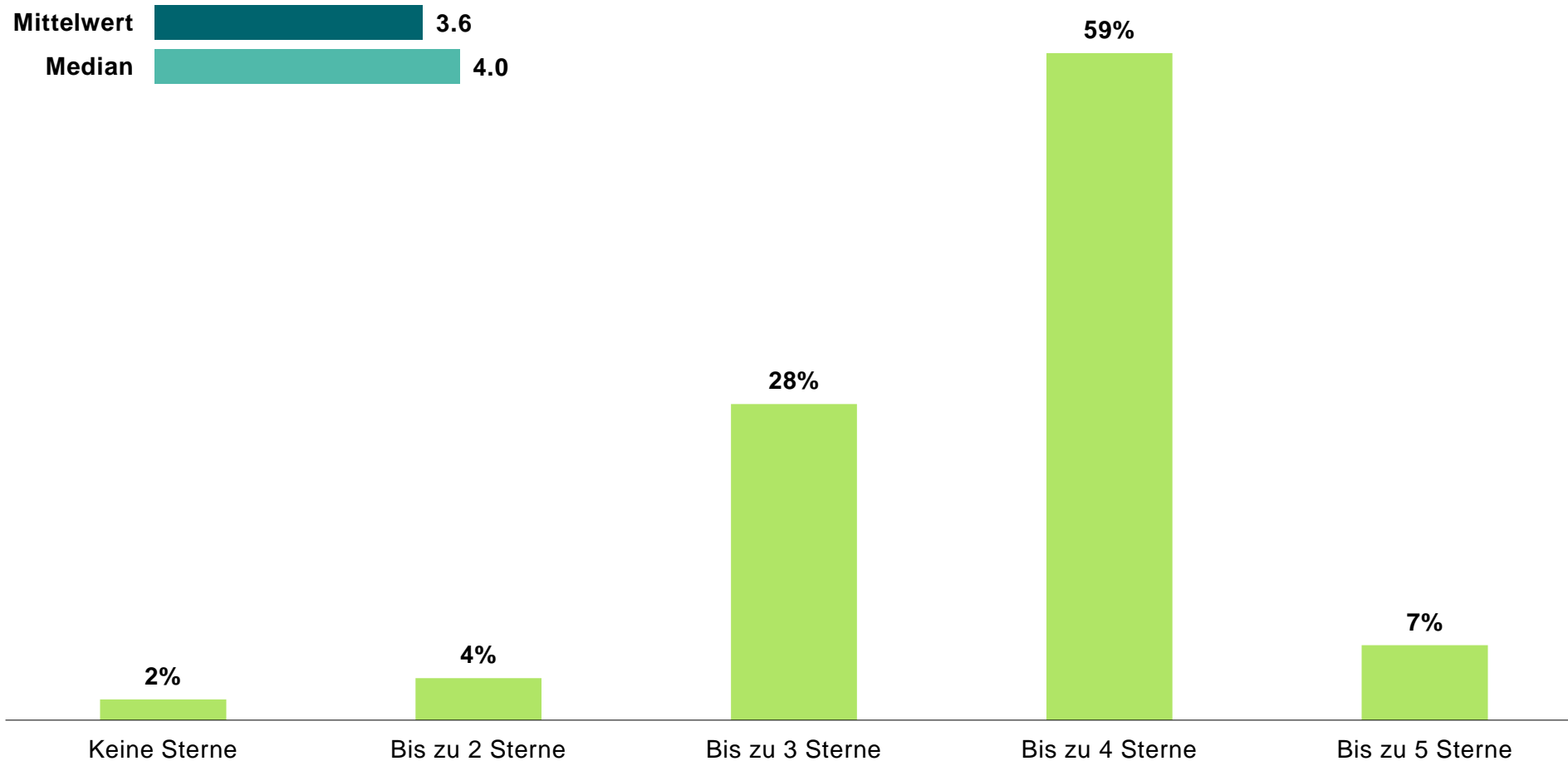
Zeitraum, in dem Online-Rezensionen relevant sind



Leseverhalten: positive vs. negative Bewertungen

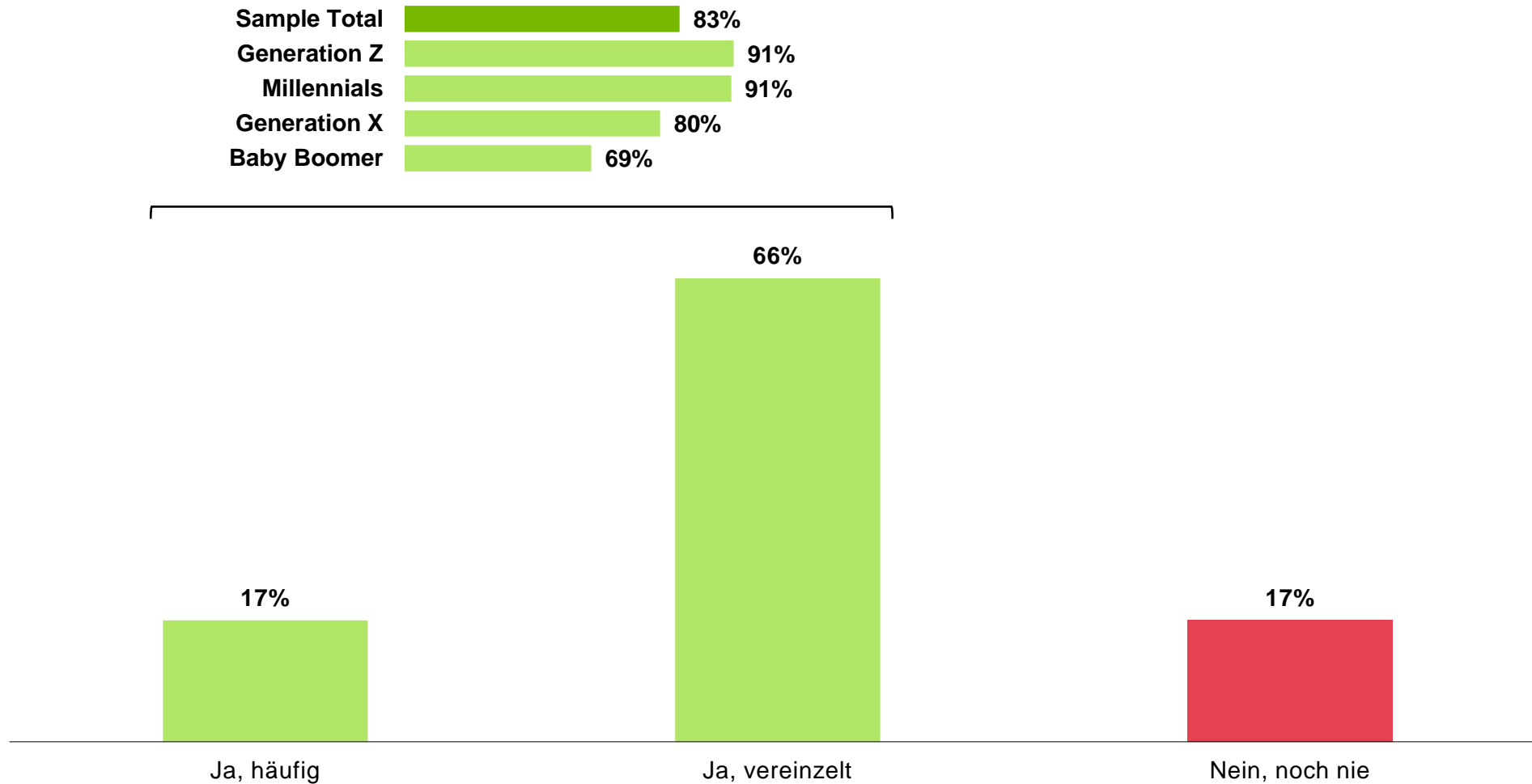


Mindestanforderung an Sternebewertung

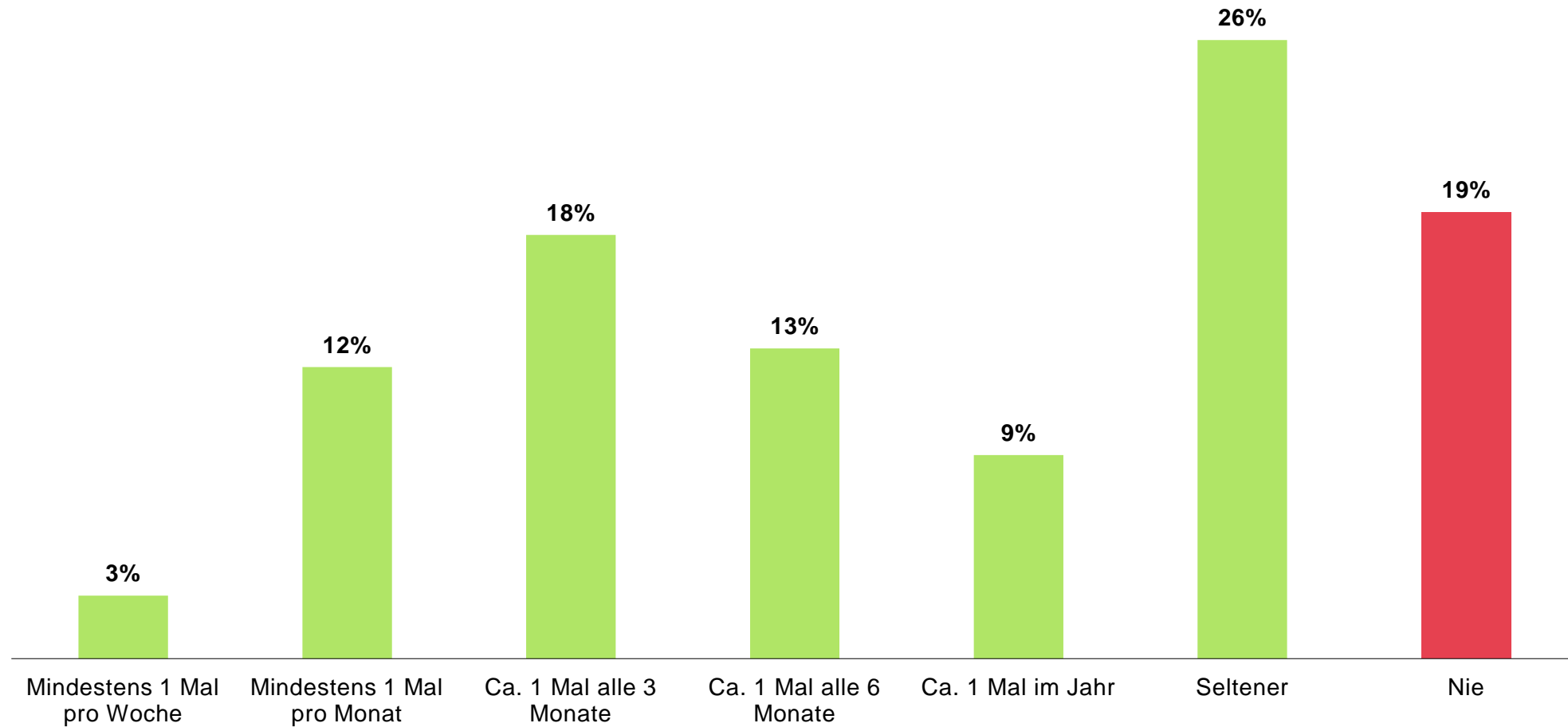


Angenommen, ein Unternehmen/ Produkt kann 0 bis 5 Sterne als Bewertung erhalten. Welche Sternebewertung muss ein Unternehmen/ Produkt mindestens haben, damit Sie es in Betracht ziehen? || n=1.019

Kein Kauf aufgrund schlechter Online-Rezensionen



Häufigkeit, mit der man online Erfahrungen teilt

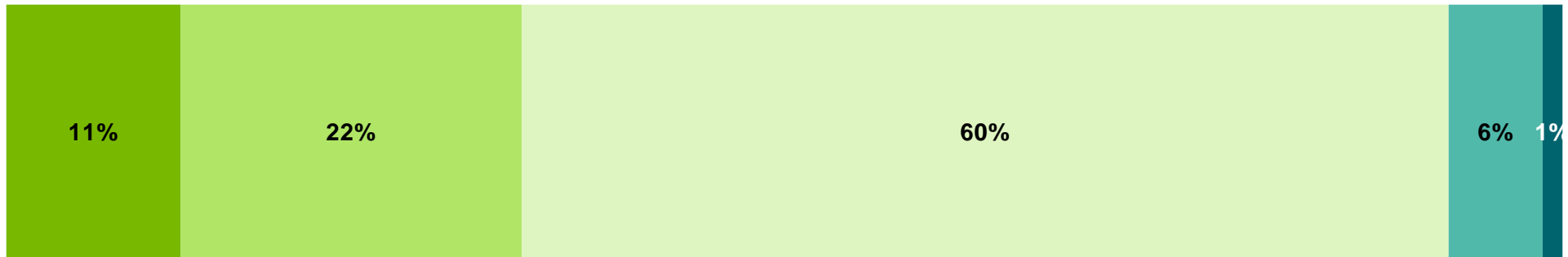


Wie häufig teilen Sie selbst Ihre Erfahrungen online – geben also Rezensionen, Bewertungen, Erfahrungsberichte etc. online ab? || n=1.019

Arten von Erfahrungen, die man online teilt

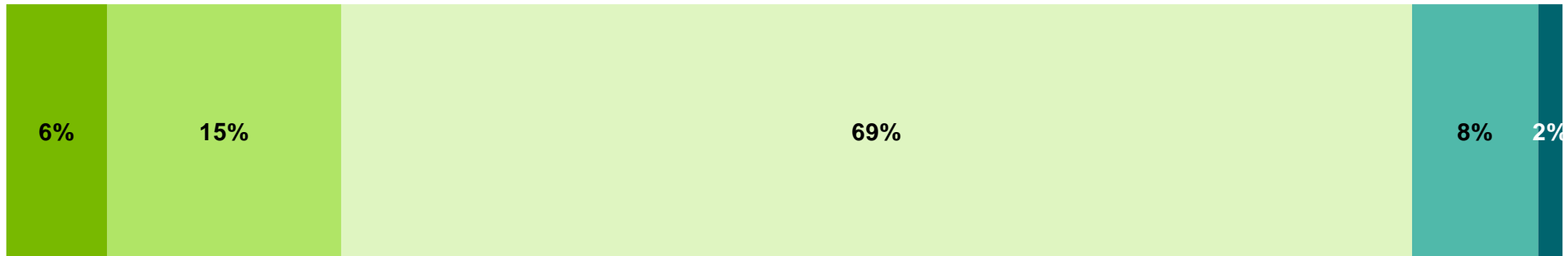
1 = Ich teile nur aussergewöhnliche Erfahrungen
(egal ob besonders positiv oder besonders negativ)

5 = Ich teile nur alltägliche/ durchschnittliche
Erfahrungen



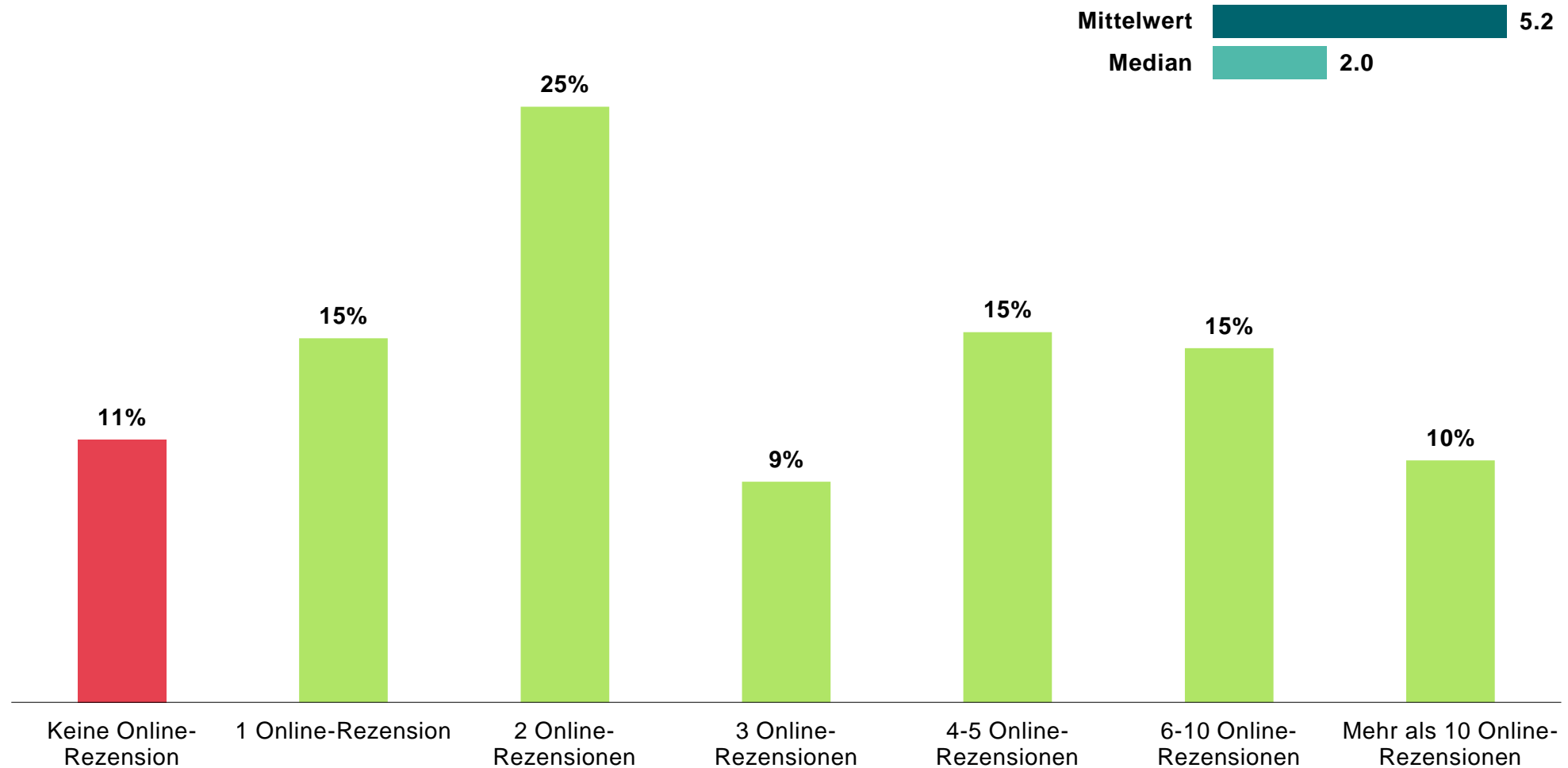
1 = Ich teile ausschliesslich positive Erfahrungen

5 = Ich teile ausschliesslich negative
Erfahrungen



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

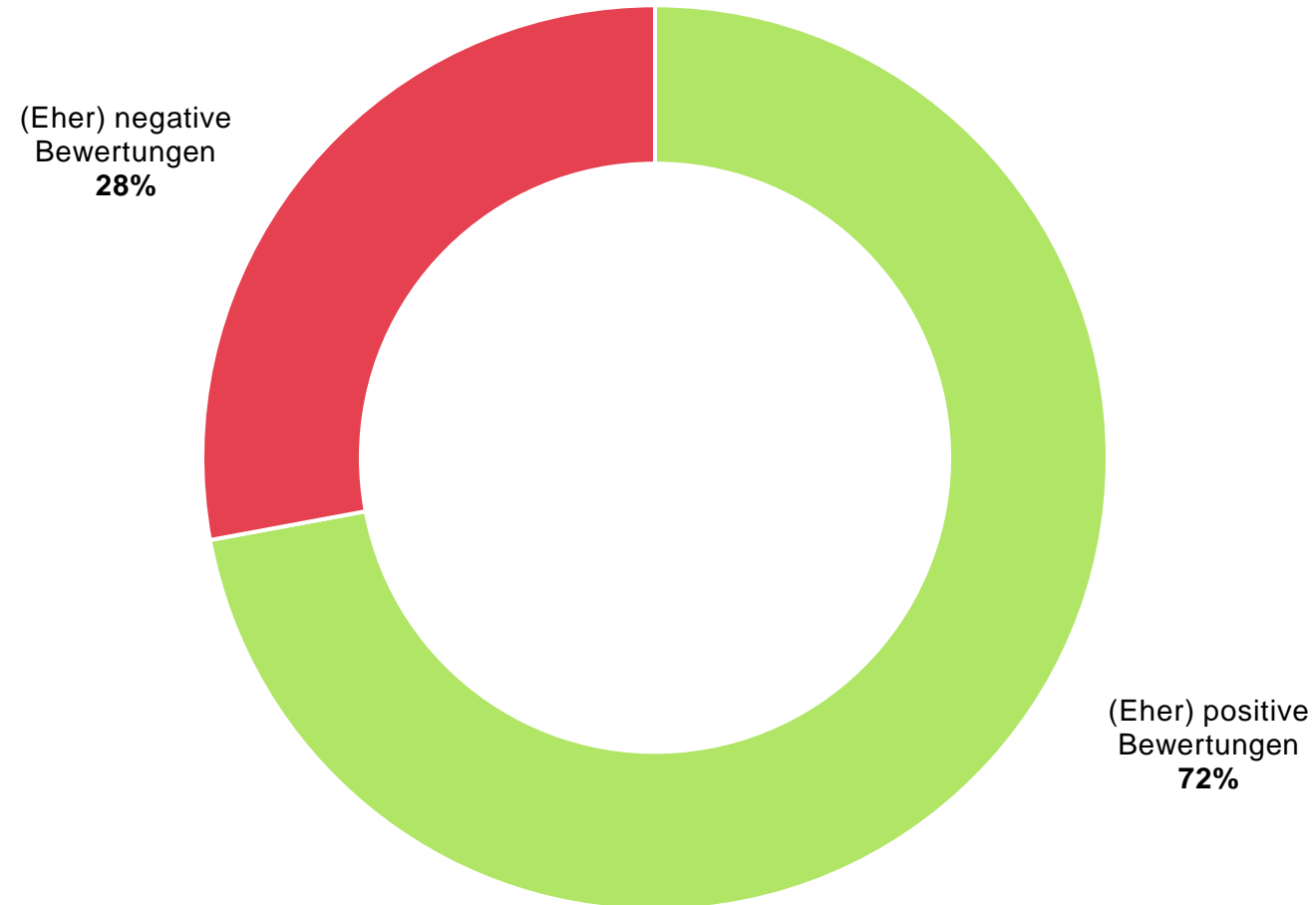
Abgegebene Online-Rezensionen in den letzten 12 Monaten



Wie viele Online-Rezensionen/ Bewertungen haben Sie selbst in den letzten 12 Monaten für ein Unternehmen, Produkt etc. abgegeben? ||

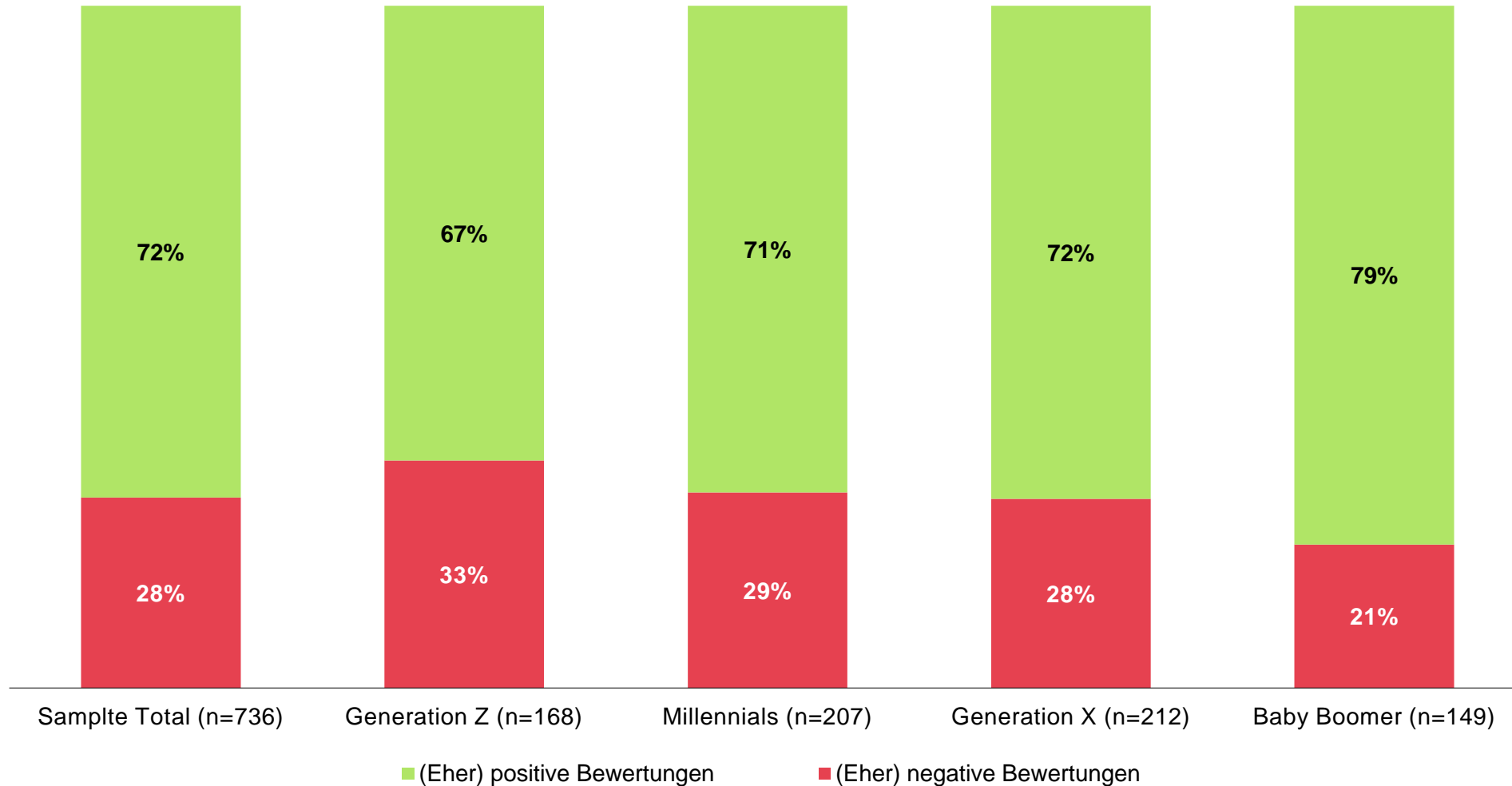
Basis: Teilen Erfahrungen online || n=826

Tonalität der eigenen Online-Rezensionen der letzten 12 Monate



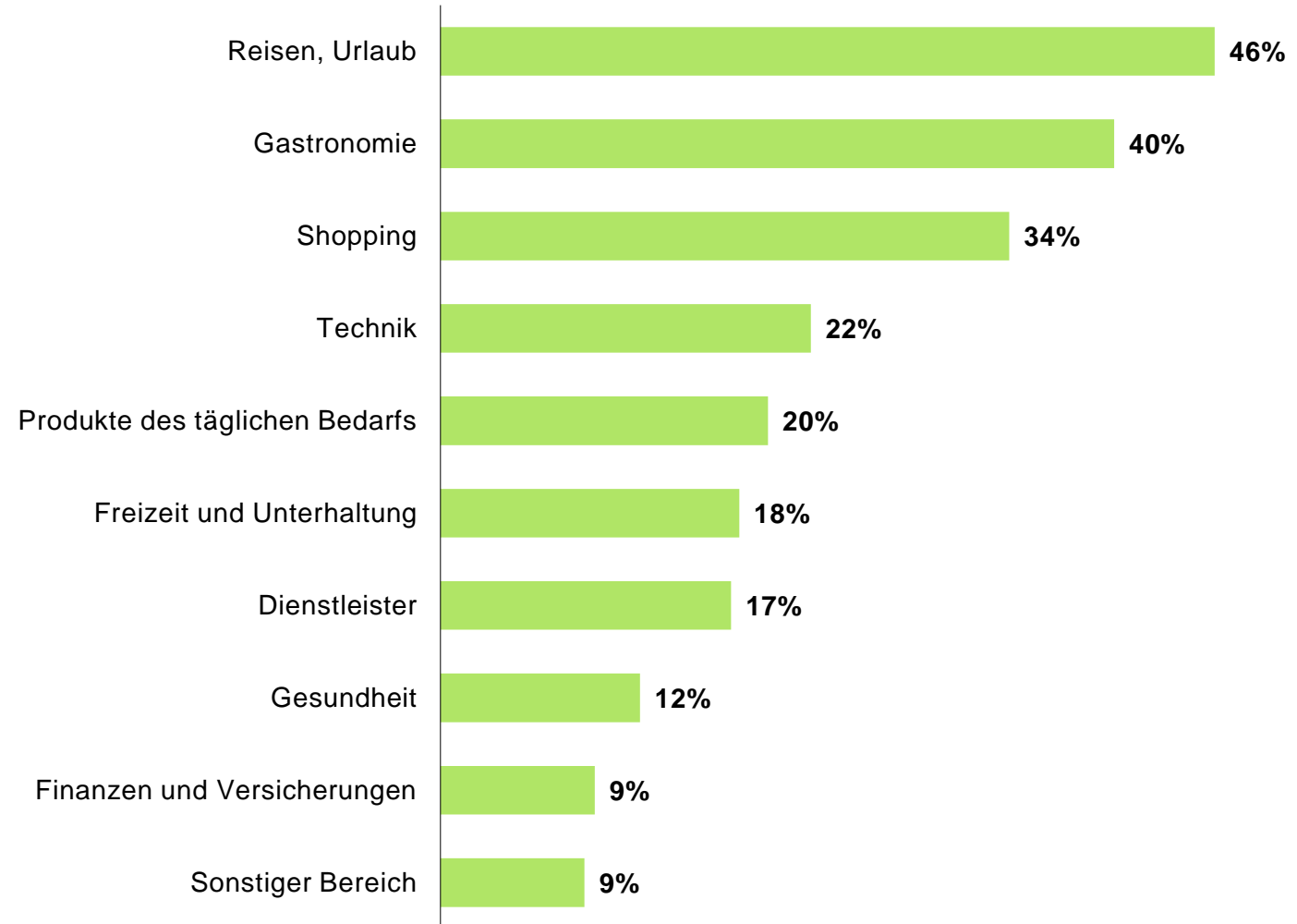
Wie viele der Online-Bewertungen, die Sie in den letzten 12 Monaten abgegeben haben, waren (tendenziell) positiv und wie viele (tendenziell) negativ?
[...] || Basis: Haben in den letzten 12 Monaten Erfahrungen online geteilt || n=736

Tonalität der eigenen Online-Rezensionen der letzten 12 Monate



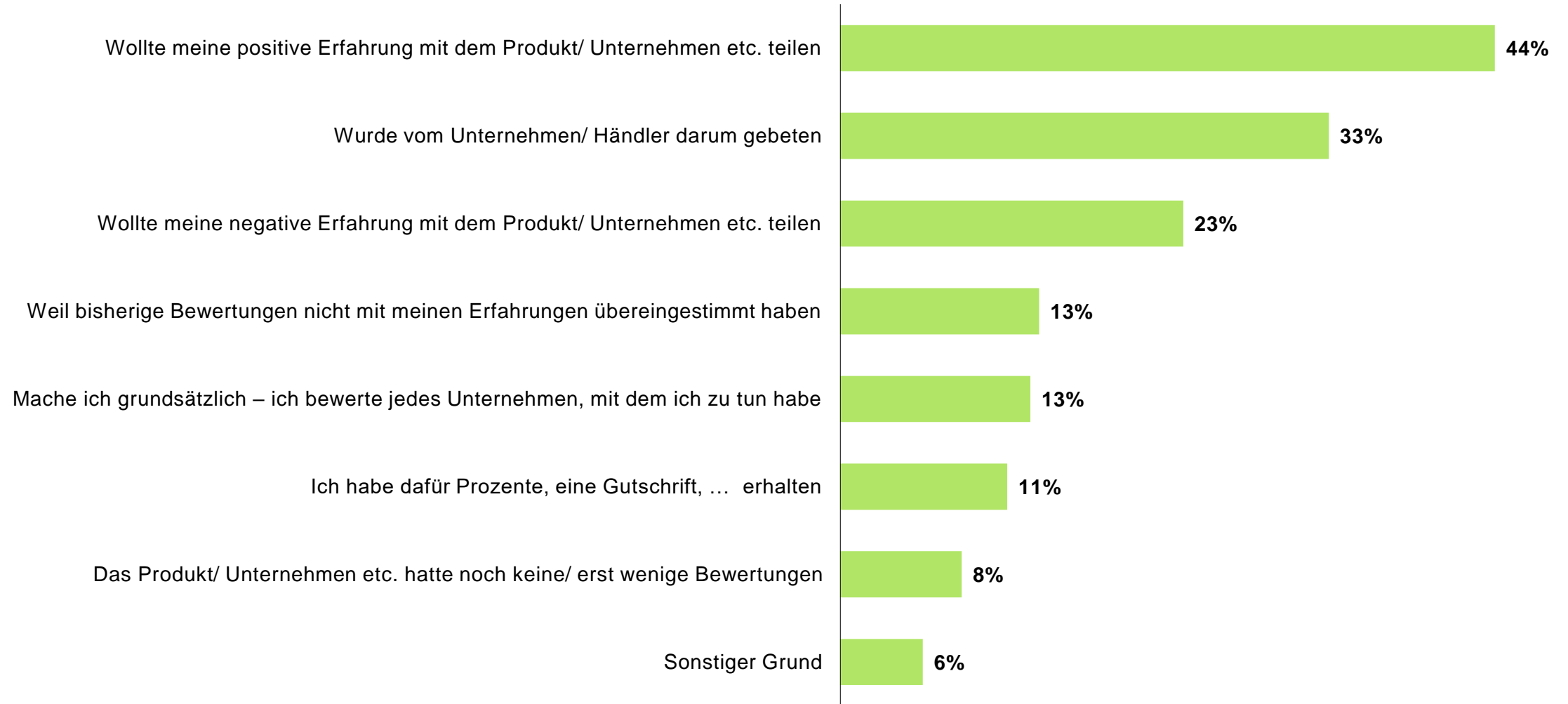
Wie viele der Online-Bewertungen, die Sie in den letzten 12 Monaten abgegeben haben, waren (tendenziell) positiv und wie viele (tendenziell) negativ? [...] ||
Basis: Haben in den letzten 12 Monaten Erfahrungen online geteilt || Mittelwerte

In den letzten 12 Monaten bewertete Branchen

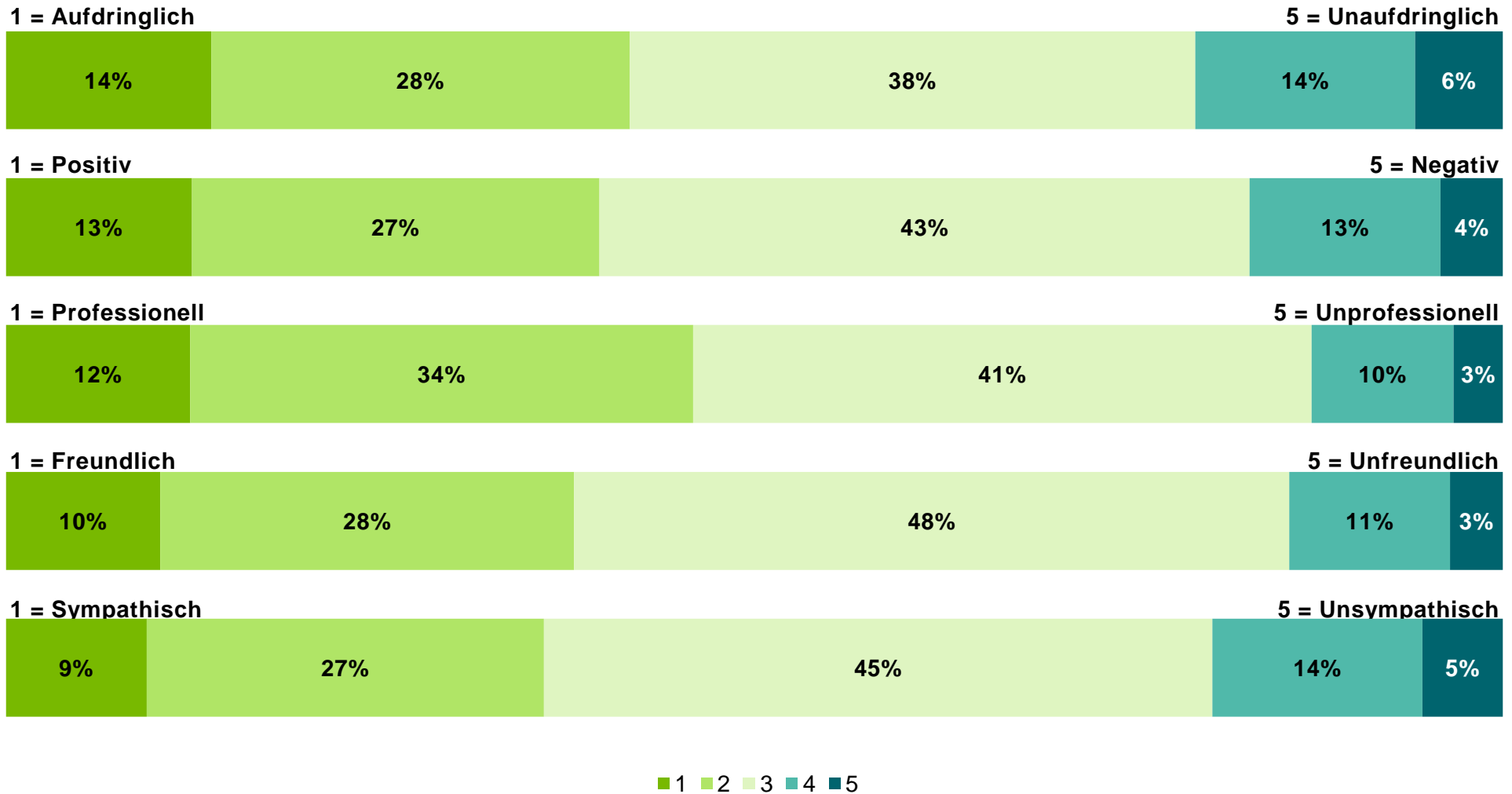


In welchem/n der folgenden Bereiche haben Sie in den letzten 12 Monaten eine Online-Rezension/ Bewertung abgegeben? ||
Basis: Haben in den letzten 12 Monaten Erfahrungen online geteilt || n=736 || Mehrfach-Nennung möglich

Grund für die letzte Online-Rezension

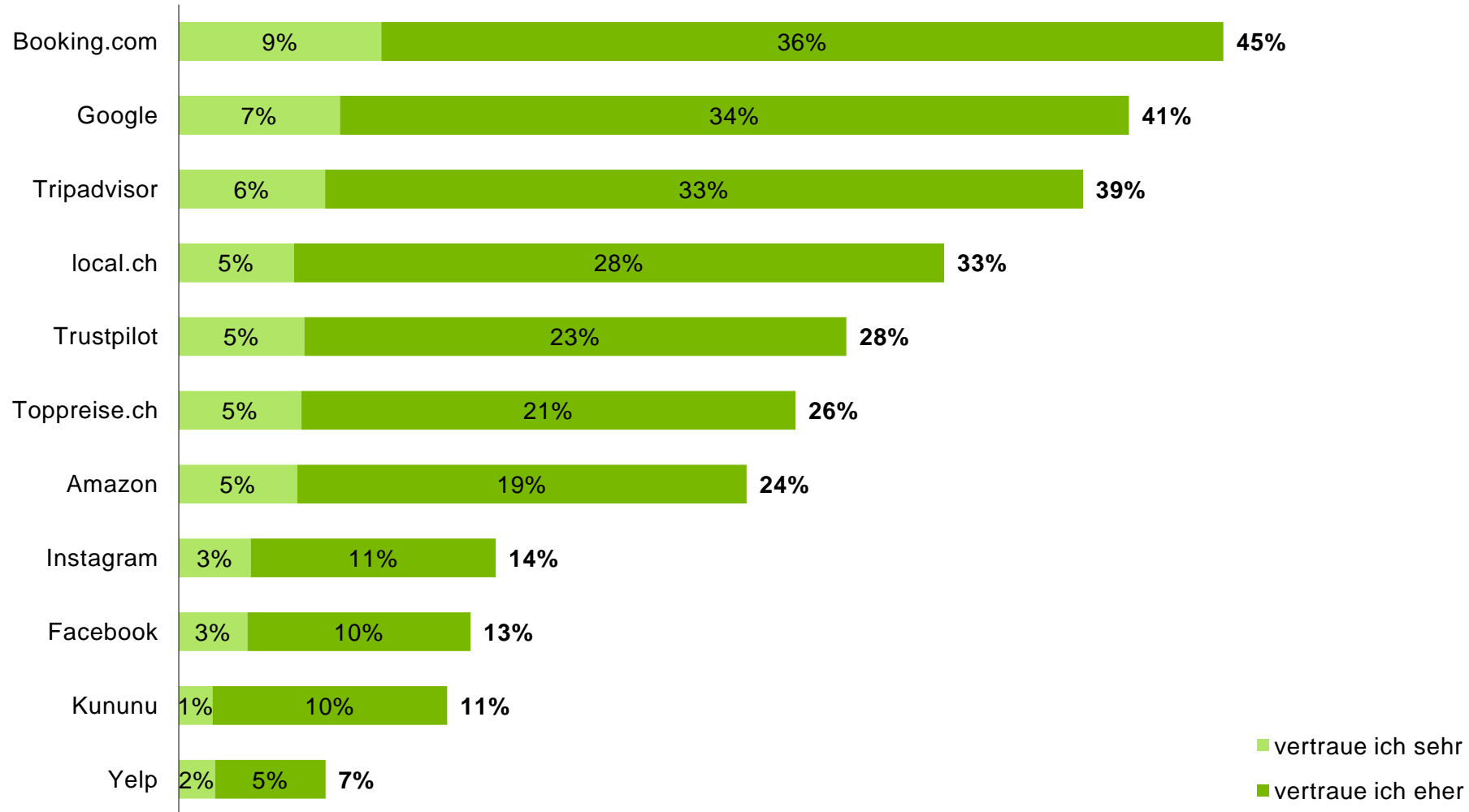


Aufforderung zur Online-Rezension durch ein Unternehmen



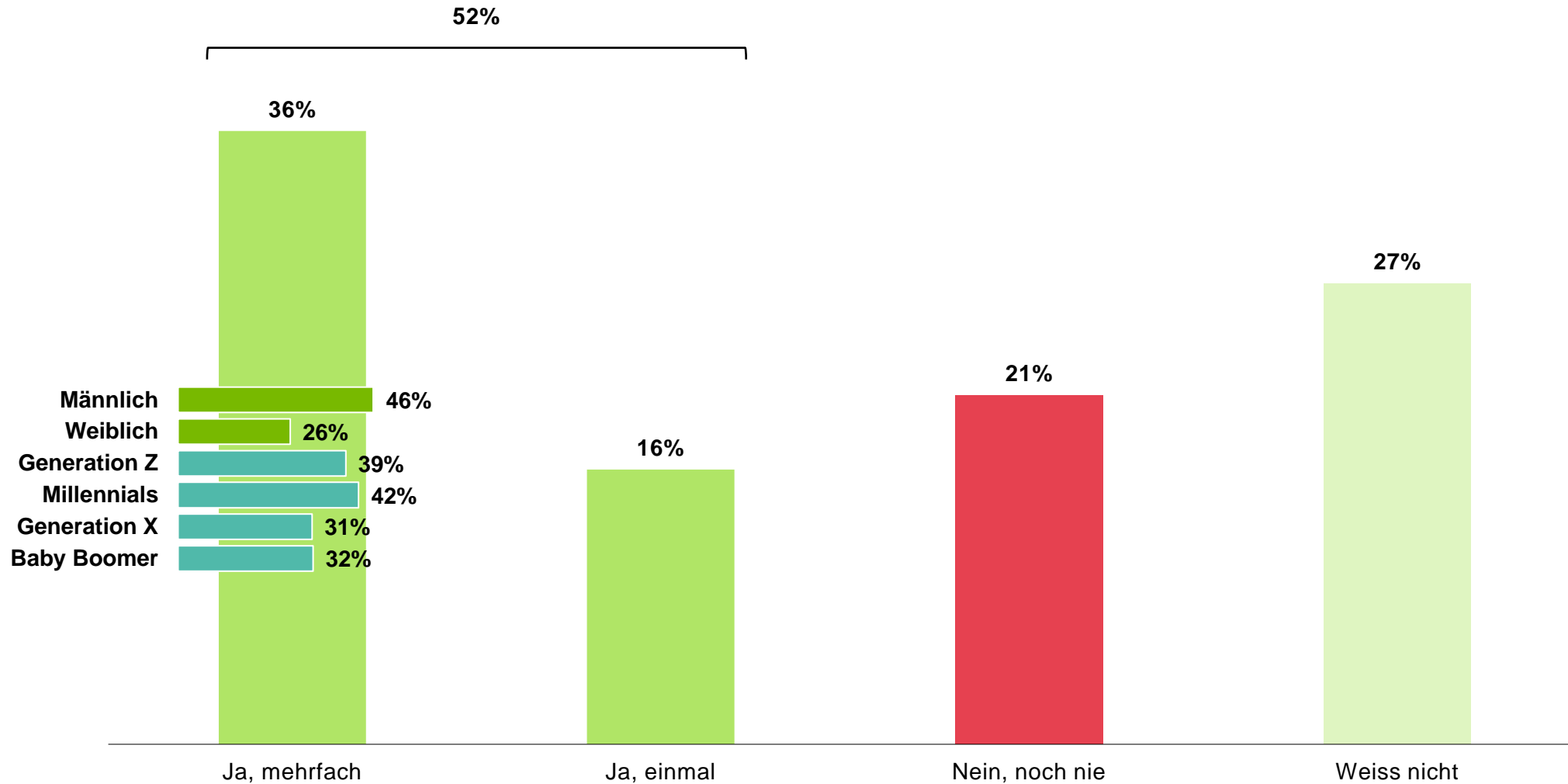
Wie empfinden Sie es, wenn Sie von einem Unternehmen zu einer Bewertung aufgefordert werden [...] ? || n=1.019

Vertrauen in Rezensionen auf folgenden Websites



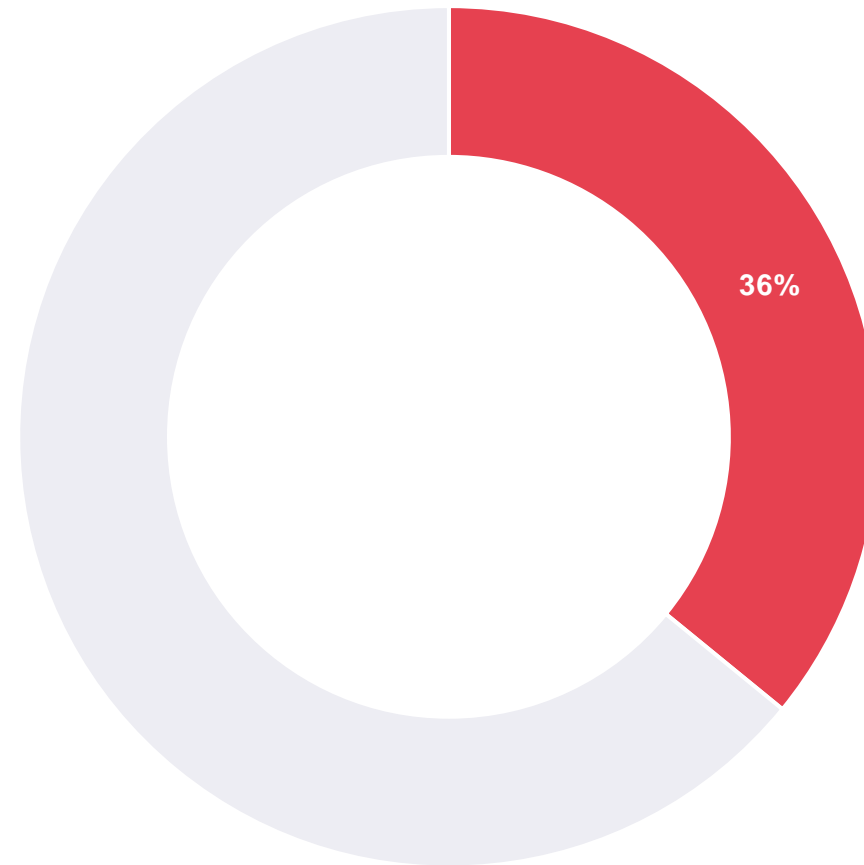
Inwieweit vertrauen Sie den Rezensionen/ Bewertungen auf den folgenden Websites? || n=1.019 || Top-2-Box: vertraue ich sehr / vertraue ich eher

Wahrnehmung von Fake-Bewertungen

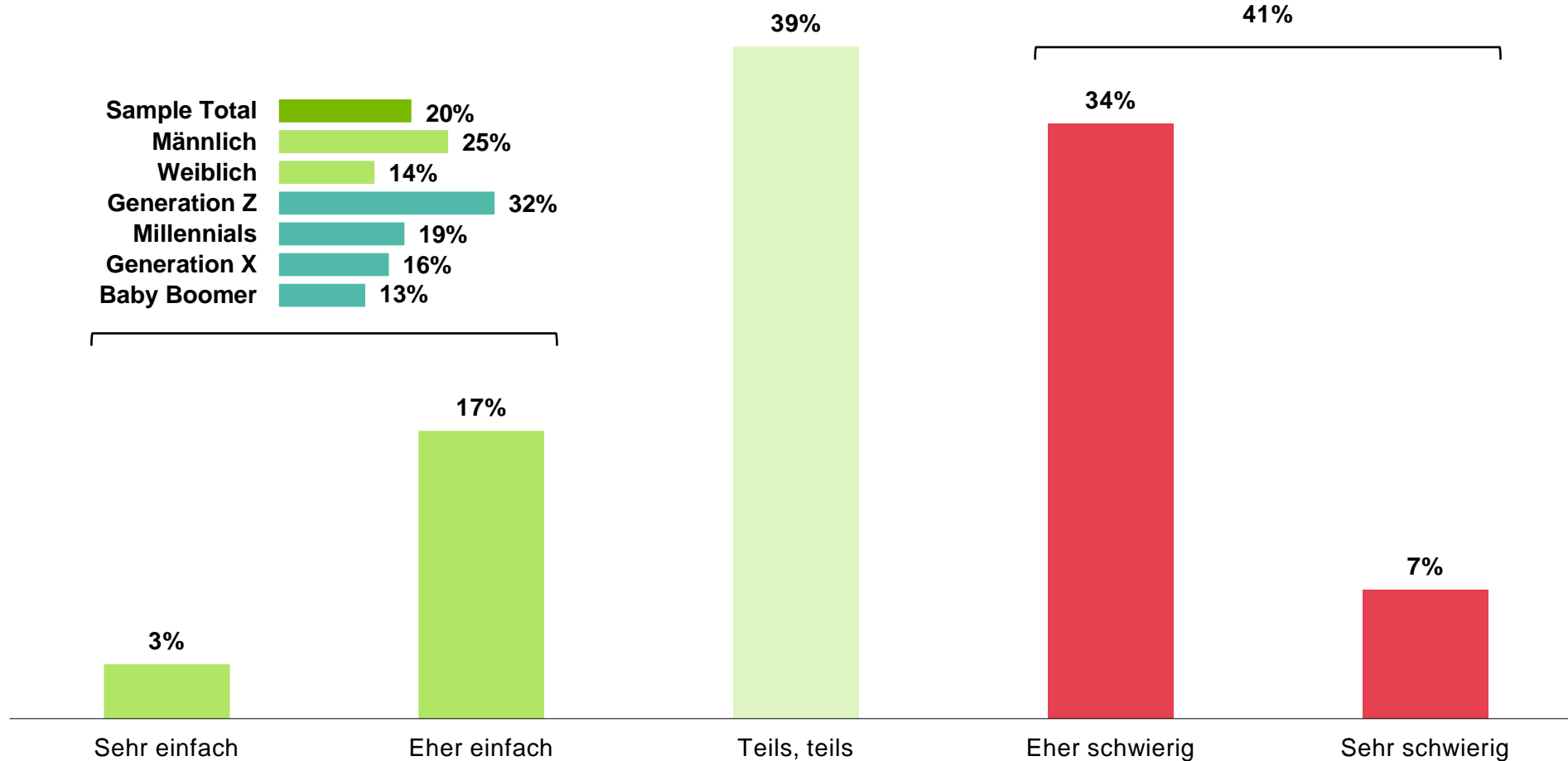


Sind Ihnen im Internet schon einmal falsche Rezensionen/ Fake-Bewertungen aufgefallen? [...] || n=1.019

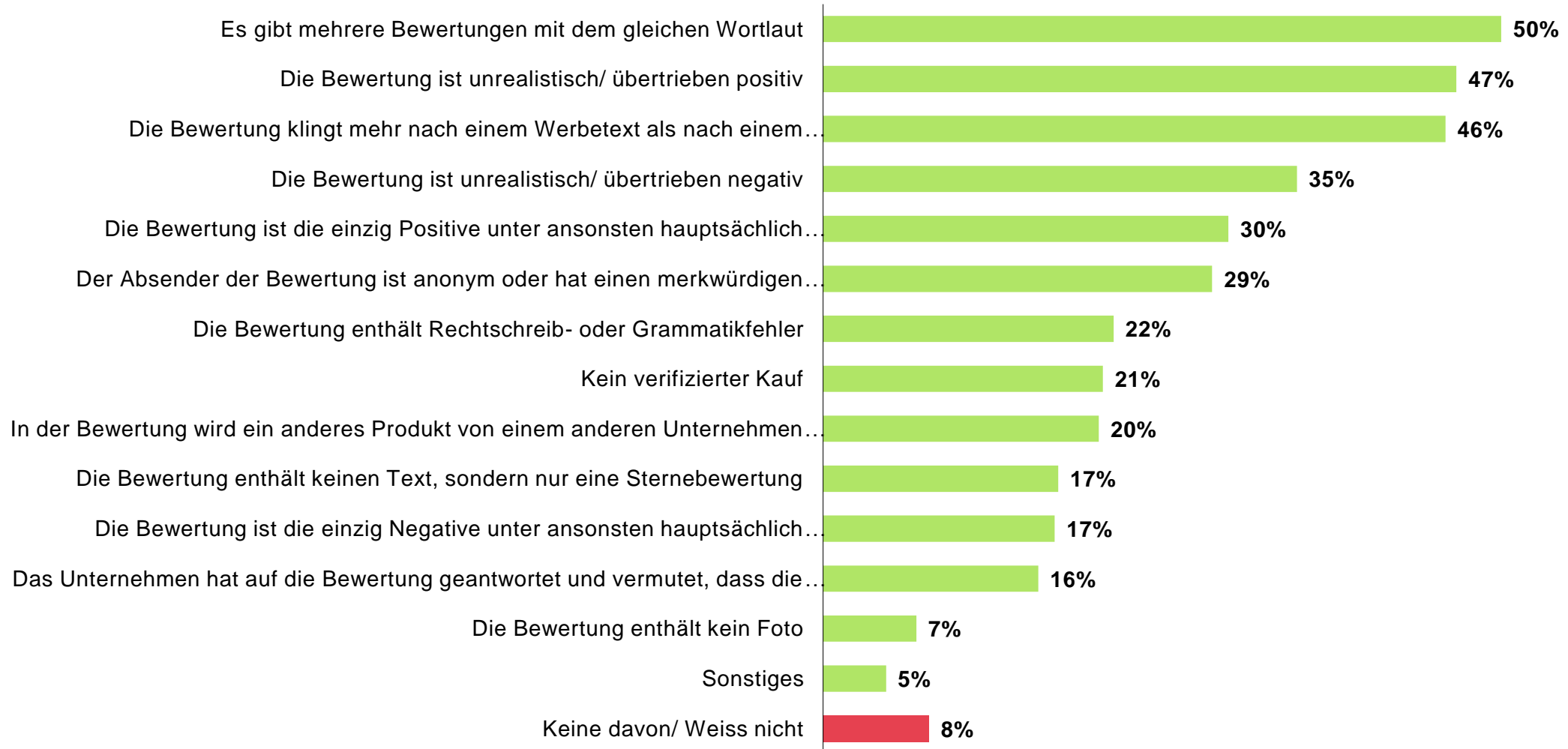
Geschätzter Anteil an Fake-Bewertungen



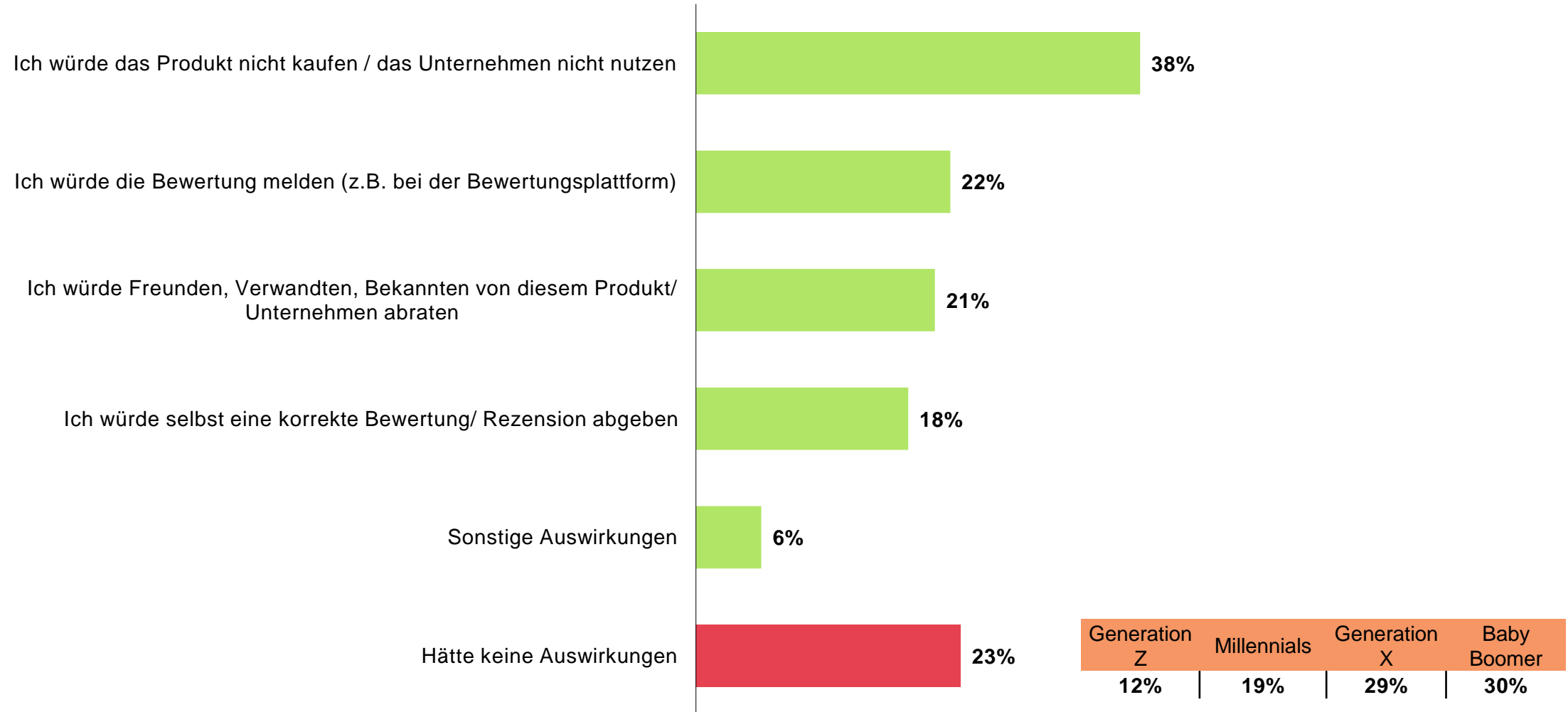
Erkennbarkeit von Fake-Bewertungen



Aspekte, die auf eine Fake-Bewertung hindeuten

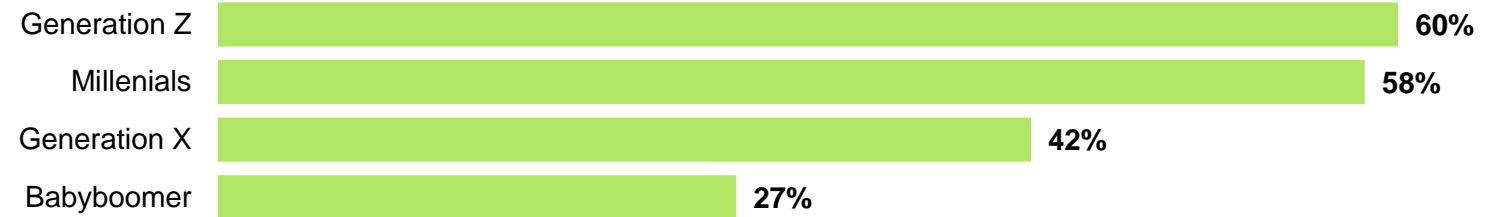


Auswirkungen von Fake-Bewertungen

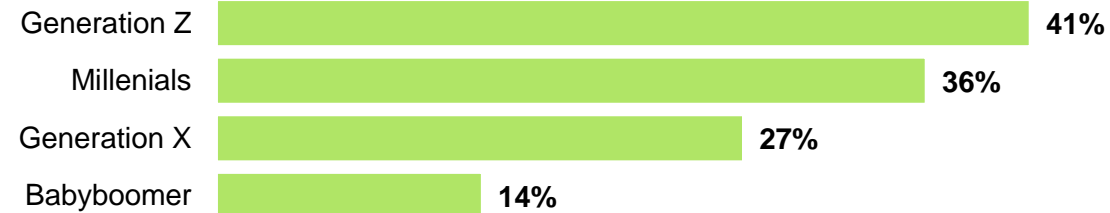


Shift happens

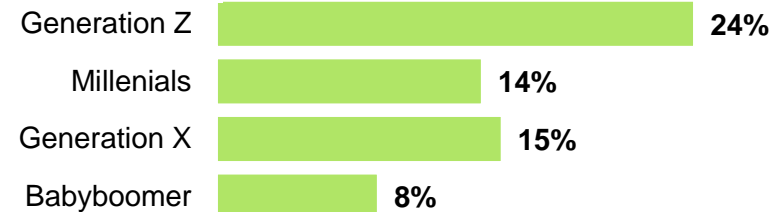
Finden online Rezensionen (eher) wichtig



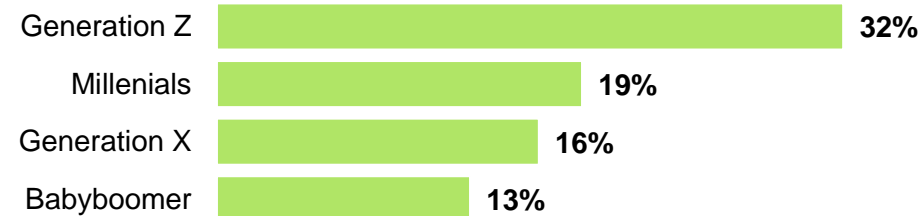
Vertrauen (eher) online Rezensionen



Lesen (überwiegend) negative Bewertungen



Erkennen Fake-Bewertungen (eher) einfach



**professionell
schnell
individuell**

Dr. Cornelia Eck
Geschäftsführerin

c.eck@marketagent.com
+41 43 818 52 14

Seefeldstrasse 19
8008 Zürich

www.marketagent-schweiz.ch