



Internet Consulting & Research Services

## **Nutzermeinungen im Internet Die neue Macht der Konsumenten**

Auszug der Chartsammlung

Kostenfrei für Leser der INTERNET WORLD Business

29. WWW-Benutzer-Analyse W3B

Erhebung Oktober/November 2009

126.686 befragte Internet-Nutzer

<http://www.fittkaumaass.de>

1

**Fittkau & Maaß Consulting**

## **Nutzermeinungen im Internet beeinflussen Kaufverhalten erheblich W3B-Report untersucht Auswirkungen nutzergenerierter Rezensionen**



Für kaufinteressierte Online-Nutzer gibt es immer mehr Möglichkeiten und Orte im Internet, Rezensionen anderer Nutzer über konkrete Marken, Produkte und Services abzurufen.

**Die Auswirkungen solcher Nutzermeinungen auf Markenwahrnehmung und Kaufentscheidungen sind nicht zu unterschätzen.**

Der W3B-Report »Nutzermeinungen im Internet: Die neue Macht der Konsumenten« analysiert diesen Trend im Detail.

Die vorliegende Chartsammlung ist ein Auszug dieser W3B-Studie.

Als Leser der INTERNET WORLD Business erhalten Sie den kompletten W3B-Report zu Sonderkonditionen:

**Listenpreis der Studie: Euro 900,- zzgl. MwSt.**

**Sonderpreis für Leser der Internet World Business: Euro 750,- zzgl. MwSt.**

Bitte bestellen Sie per Telefax unter 040-30 100 777

oder per E-Mail an [infos@fittkaumaass.de](mailto:infos@fittkaumaass.de)

und geben Sie bei Ihrer Bestellung als Stichwort »INTERNET WORLD Business« an!

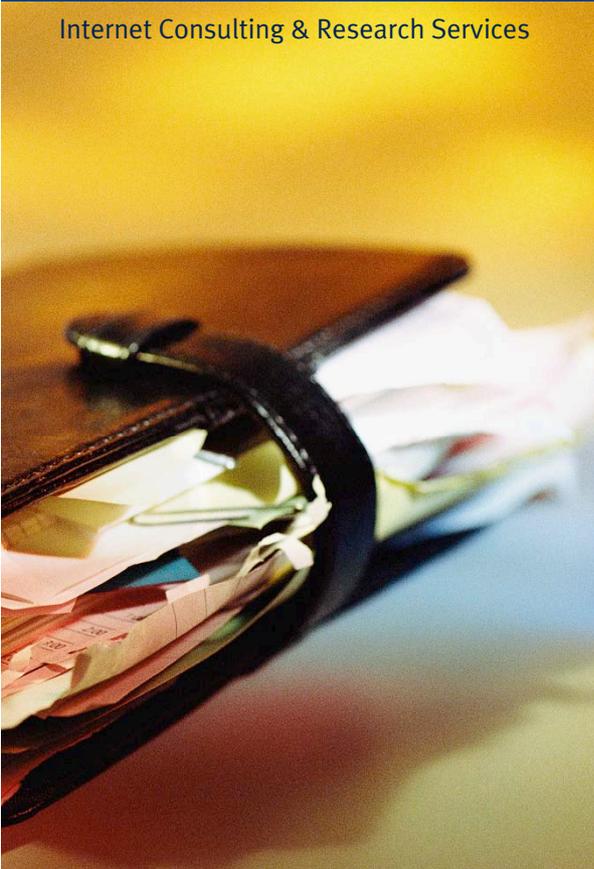
Mehr Informationen zum W3B-Report »Nutzermeinungen im Internet:

Die neue Macht der Konsumenten« im Internet unter

[www.fittkaumaass.de/reports](http://www.fittkaumaass.de/reports)

<http://www.fittkaumaass.de>

2



## **Inhaltsverzeichnis des Report**

### **Bedeutung von Nutzermeinungen im Internet**

Foren und Portale  
für Nutzermeinungen im Internet

Profil: Die Bewertungs-Leser

Profil: Die Bewertungs-Schreiber

Affinitätsanalyse  
verschiedener Nutzergruppen

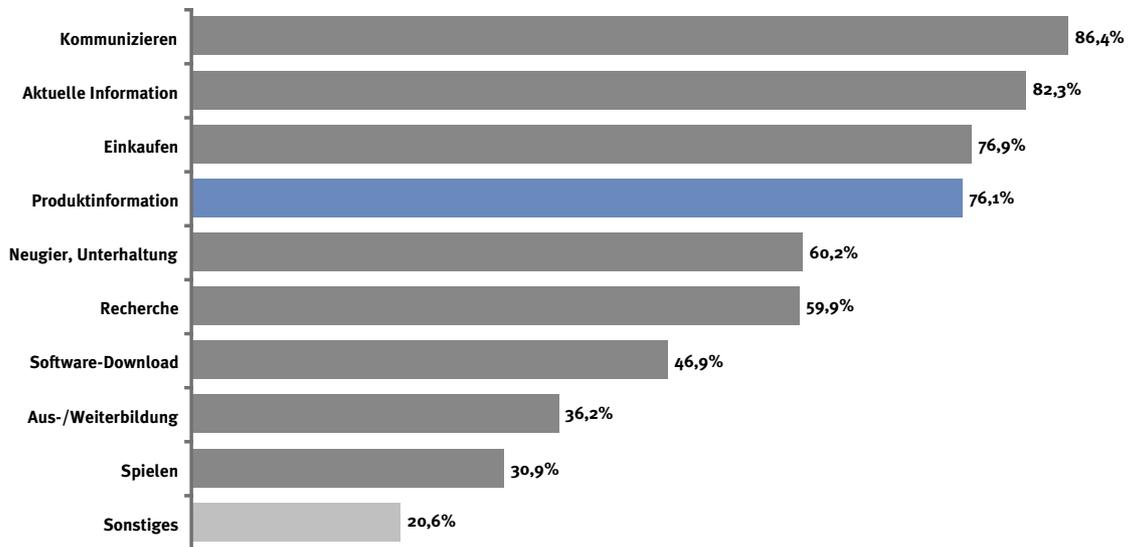
**Informationen zu Studiendesign  
und Fittkau & Maaß Consulting**

3



## **Bedeutung von Nutzermeinungen im Internet**

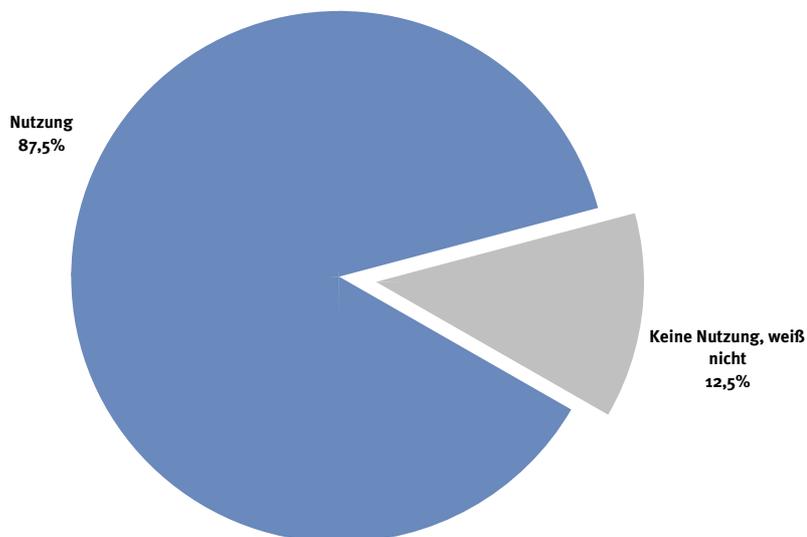
## Die Kaufentscheidung fällt im Netz Abruf von Produktinformationen ist wichtiges Internet-Nutzungsmotiv



Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft  
Mehrfachnennungen möglich 5

<http://www.fittkaumaass.de>

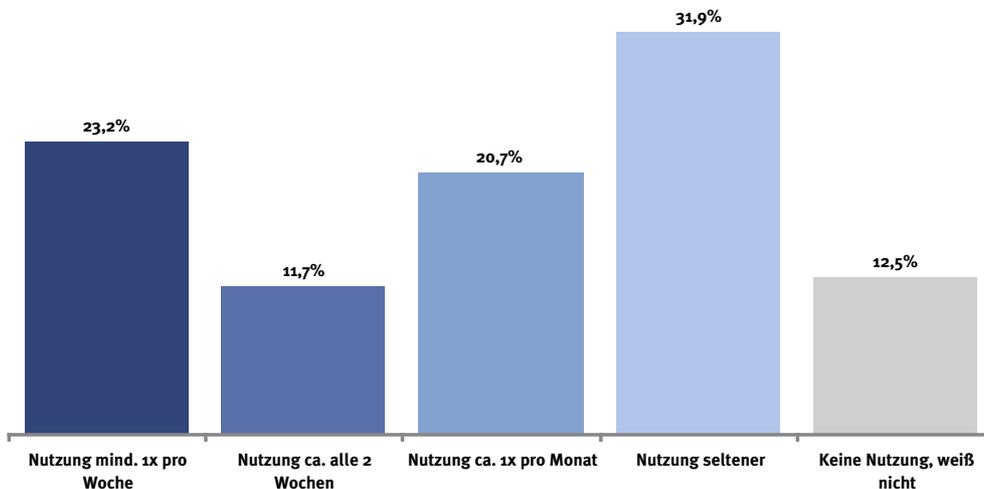
## Fast jeder liest Produktbewertungen anderer Internet-Nutzer Nutzung von Nutzermeinungen/Produktbewertungen im Internet



Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft 6

<http://www.fittkaumaass.de>

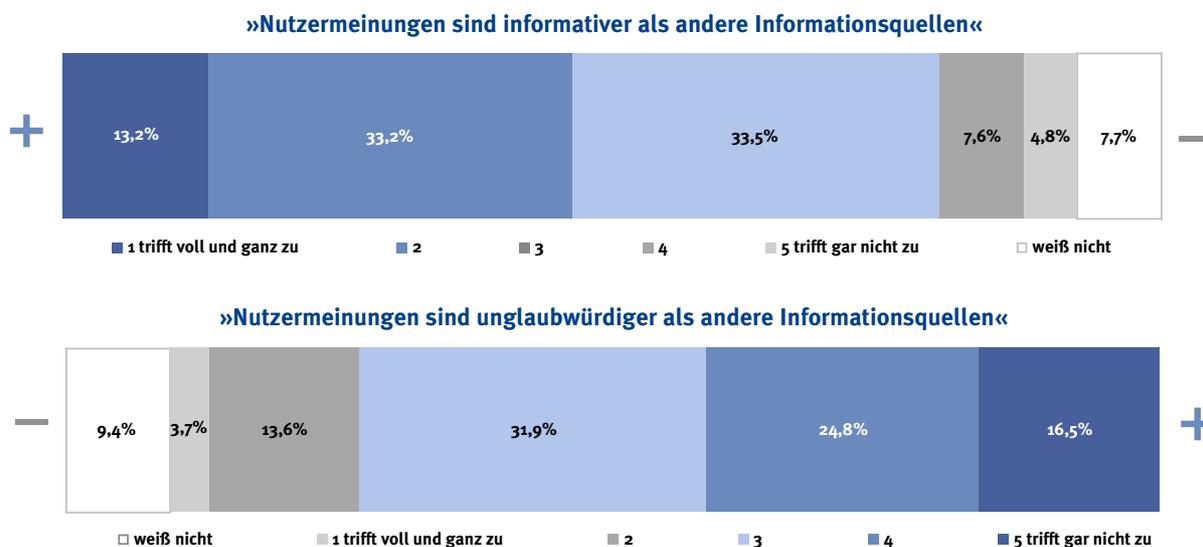
## Jeder Vierte ruft mindestens einmal pro Woche Nutzermeinungen ab Nutzungshäufigkeit von Nutzermeinungen/Produktbewertungen



<http://www.fittkaumaass.de>

Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft 7

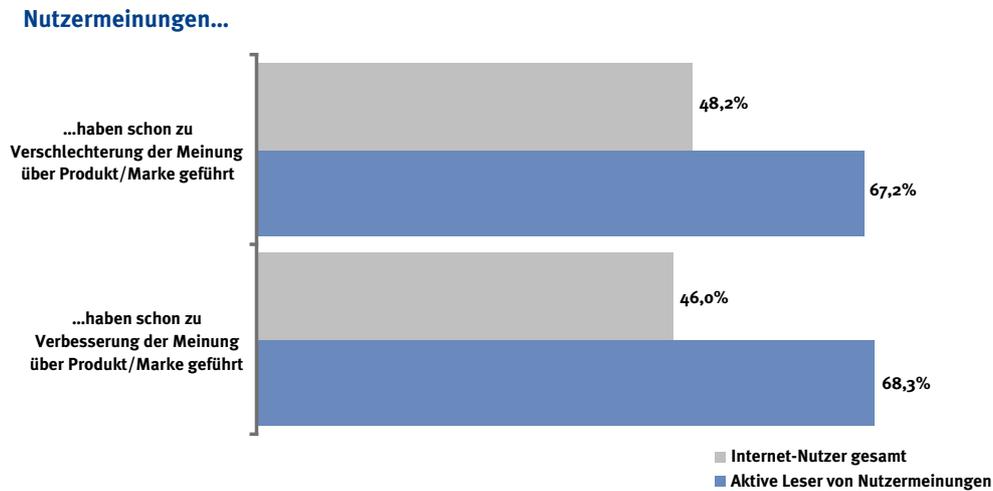
## Produktbewertungen mit positivem Image: informativ & glaubwürdig Qualitätsbeurteilung von Nutzermeinungen/Produktbewertungen



<http://www.fittkaumaass.de>

Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft 8

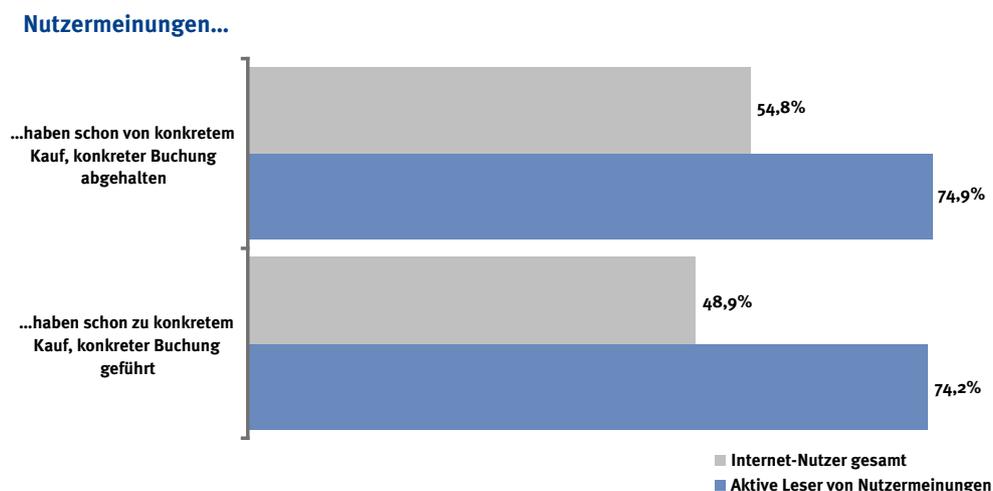
## Nutzermeinungen beeinflussen Markenbilder Einfluß von Nutzermeinungen auf Markenbilder



Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft  
Nennungen: trifft voll und ganz zu, trifft zu 9

<http://www.fittkaumaass.de>

## Nutzermeinungen beeinflussen Kaufentscheidungen Einfluß von Nutzermeinungen auf Kaufentscheidungen

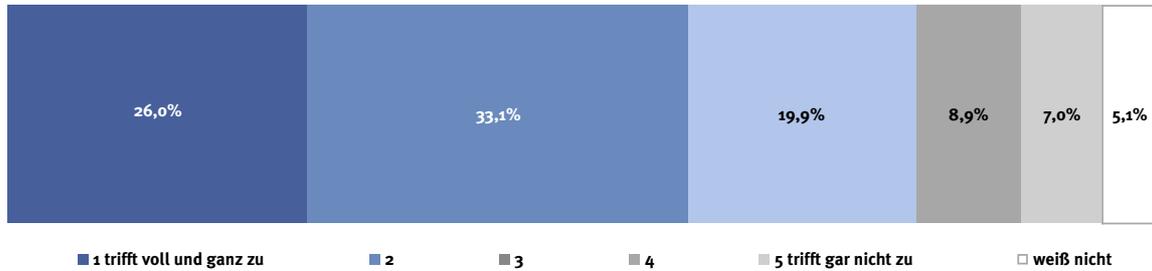


Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft  
Nennungen: trifft voll und ganz zu, trifft zu 10

<http://www.fittkaumaass.de>

## Nutzermeinungen werden vor Kaufentscheidungen aktiv genutzt Lesen von Nutzermeinungen/Produktbewertungen vor geplantem Kauf

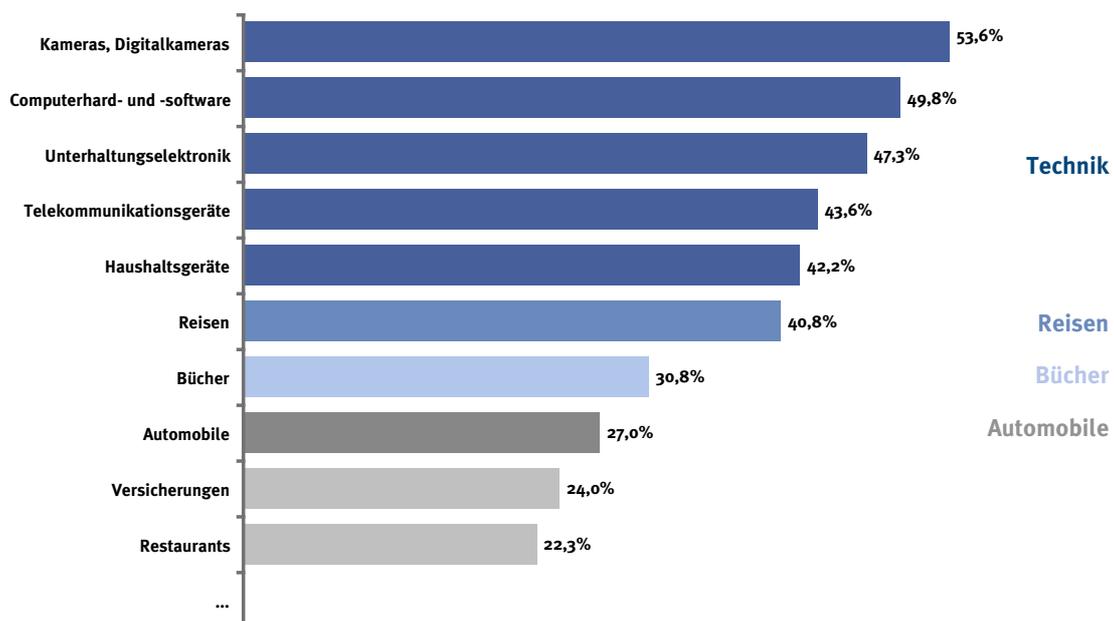
»Nutzermeinungen lese ich oft, um mich vor einem geplanten Kauf zu informieren«



<http://www.fittkaumaass.de>

Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft 11

## Nutzermeinungen sind besonders bei Technikprodukten gefragt Wichtigkeit von Nutzermeinungen bei verschiedenen Produkten



<http://www.fittkaumaass.de>

Quelle: 29. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Herbst 2009  
Basis: Internet-Gesamtnutzerschaft, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl 12



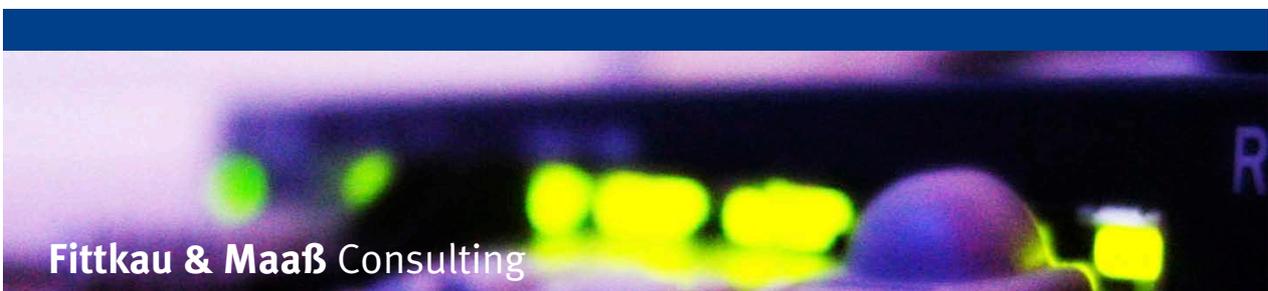
Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

## **Foren und Portale für Nutzermeinungen im Internet**

<http://www.fittkaumaass.de>

13



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

## **Bewertungsleser im Profil**

<http://www.fittkaumaass.de>

14



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

## **Bewertungsschreiber im Profil**

<http://www.fittkaumaass.de>

15



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

## **Affinitätsanalyse verschiedener Nutzergruppen**

<http://www.fittkaumaass.de>

16

## **Informationen zum Studiendesign Informationen zu Fittkau & Maaß Consulting**

<http://www.fittkaumaass.de>

17

### **Fittkau & Maaß Consulting**

#### **Nutzermeinungen im Internet: Die neue Macht der Konsumenten Studiensteckbrief zum W3B-Report**

<b>Basis des Report</b>	<b>29. WWW-Benutzer-Analyse W3B</b> Oktober/November 2009
<b>Herausgeber</b>	Fittkau & Maaß Consulting GmbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Nutzer des Internet
<b>Stichprobe</b>	126.686 befragte deutschsprachige Internet-Nutzer
<b>Methode</b>	Schriftliche Online-Befragung auf ca. 200 Web Sites Sampling mittels ActiveSampling, Zufallsziehung des x-ten Besuchers
<b>Erhebungszeitraum</b>	1. Oktober bis 10. November 2009
<b>Preis</b>	Listenpreis der Studie: Euro 900,- zzgl. MwSt. Sonderpreis für Leser der Internet World: Euro 750,- zzgl. MwSt.
<b>Studien-Infos im Internet</b>	<a href="http://www.fittkaumaass.de/reports">http://www.fittkaumaass.de/reports</a>

<http://www.fittkaumaass.de>

18

## Fittkau & Maaß Consulting

### Spezialist für interaktive Medien

#### Das Unternehmen

- ▶ Unternehmensgründung: 1995
- ▶ Spezialisierung auf interaktive Medien
- ▶ Marktforschung zur Steuerung, Kontrolle und Optimierung von Internet-Aktivitäten
- ▶ Beratungsdienstleistungen zum strategischen Internet-Marketing

#### Unsere Kunden

- ▶ Bedeutende Unternehmen und Marktführer aus zahlreichen Branchen
- ▶ Deutschlandweit, europaweit sowie global operierende Unternehmen



<http://www.fittkaumaass.de>

19

## Marktforschung und Beratung

Unsere Dienstleistungen für erfolgreiche Web Sites

Für Marktüberblick und Trends:  
WWW-Benutzer-Analyse W3B

- ▶ Markt-, Branchen-, Benchmarking- und Zielgruppenstudie
- ▶ Breites, aktuelles Themenspektrum, hoher Stichprobenumfang

Für Web Sites:

SiteCaptain Surveys

- ▶ Individuelle Forschung zu Strategien, Web Sites, Online-Shops
- ▶ Referenzen: Arte, Die Bahn, Musicload, T-Online, XING etc.

Für Online-Werbekampagnen:

AdScout Surveys

- ▶ Qualitative Werbewirkungsforschung im Internet
- ▶ Referenzen: Heise, Microsoft, T-Online, Handelsblatt etc.

<http://www.fittkaumaass.de>



## WWW-Benutzer-Analyse W3B Internet-Markt-Studie

### Anlage der WWW-Benutzer-Analyse W3B

- ▶ Start 1995 durch Fittkau & Maaß
- ▶ Jährlich zwei Erhebungswellen (April und Oktober)
- ▶ Seit 2003 je W3B-Erhebungswelle
  - ▶ über 80 beteiligte Kunden
  - ▶ über 200 teilnehmende Web Sites
  - ▶ über 100.000 befragte Internet-Nutzer
- ▶ 29. W3B-Studie: 126.686 befragte Internet-Nutzer

### Ziele

- ▶ Trends und Potentiale für Gesamtmarkt und Branchen
- ▶ Web Site-Benchmarking, Positionierungs-, Zielgruppenanalysen
- ▶ Profilierung, Bewertung und Optimierung von Web Sites

<http://www.fittkaumaass.de>

#### Referenzen

ADAC  
Arcor  
Baur  
Casio  
Condé Nast  
Deutsche Bahn  
Deutsche Telekom  
F.A.Z.  
heise online  
HypoVereinsbank  
IDG Magazine  
Neckermann  
Nestlé  
Panasonic  
Telefónica O2  
Scout24  
TC Touristik  
TUI

## SiteCaptain Surveys Individuelle Forschung für Ihre Web Site

### SiteCaptain-Lösungen

- ▶ SiteCaptain Nutzer und Kunden: Online-Dialog mit dem Nutzer
- ▶ SiteCaptain E-Commerce: Befragung auf Transaktions-Sites
- ▶ SiteCaptain UsabilityLab: Nutzern über die Schulter schauen
- ▶ SiteCaptain Monitoring: Kontinuierliches Web Site-Controlling
- ▶ LoyaltyCaptain: Zufriedenheitsanalyse und -optimierung

### Ziele

- ▶ Optimierung von Web Site-Usability, Nutzerzufriedenheit
- ▶ Begleitung von Relaunches
- ▶ Aufdecken von Registrations- und Nutzungsbarrieren
- ▶ Optimierung von Online-Transaktionsabläufen
- ▶ Web Site-Monitoring mit Hilfe integrierter Kennzahlensysteme

<http://www.fittkaumaass.de>

#### Referenzen

AMD  
Beiersdorf  
brands4friends  
Continental  
Deutsche Bahn  
Deutsche Telekom  
ElitePartner  
Libri.de  
Microsoft  
Nestlé  
studivZ  
Sony  
Tchibo  
Ticket Online  
Volkswagen Bank  
wunderloop  
XING

## AdScout Surveys

### Werbewirkungsforschung im Internet

#### Ziele

- ▶ Controlling der werblichen Kommunikationsmaßnahmen
- ▶ Untersuchung alternativer Werbeformen:  
Banner, Layer, Streaming, Content Integrationen, etc.
- ▶ Lösungen: AdScout PreTest, CopyTest, CrossMedia

#### Inhalte

- ▶ Profile der Rezipienten
- ▶ Gestützte/ungestützte Werbe- und Markenbekanntheit
- ▶ Markenimage
- ▶ Wiedererkennung von Werbemitteln
- ▶ Erinnernte Kampagneninhalte und -botschaften
- ▶ Beurteilung verschiedener Dimensionen des Werbemittels

<http://www.fittkaumaass.de>

#### Referenzen

American Express  
Axa  
Deutsche Bank  
Beiersdorf  
Casio  
FedEx  
Ford  
Intel  
Kraft Foods  
LBS  
L'Oréal  
Microsoft  
mobile.de  
Nokia  
Panasonic  
Procter & Gamble  
Samsung  
Symantec

## Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Fittkau & Maaß Consulting GmbH  
Internet Consulting & Research Services

Gänsemarkt 31  
20354 Hamburg

Telefon 040-30100770  
Telefax 040-30100777  
infos@fittkaumaass.de  
<http://www.fittkaumaass.de>

