

# GOOD CHOICE

Online-Produktbewertungen spielen eine bedeutende Rolle bei Kaufentscheidungen. Doch im Internet wird es immer schwieriger zwischen „echten“ und „falschen“ Freunden zu unterscheiden. Die Shopper suchen nach neuen Optionen für kuratierte Empfehlungen von Personen, denen sie vertrauen können.

## WAS IHN ANTREIBT

- Kaufempfehlungen von Freunden bieten Orientierung und verringern das Risiko von Fehlkäufen. Die Zahl derer, die wir um Rat fragen können, hat sich durch das Internet vervielfacht.
- 77 % der Deutschen haben schon einmal ein Produkt aufgrund der Empfehlung eines Freundes gekauft ([Splendid Research, 2019](#)).
- 65 % der Konsumenten nutzen Online-Produktbewertungen als Entscheidungshilfe vor dem Kauf ([Bitkom, 2017](#)).
- Am liebsten suchen Shopper den Rat von Gleichgesinnten, sogenannten Peers, mit denen sie auf einer sozialen Stufe stehen oder die gleichen Ansichten und Interessen teilen. Ihre Ähnlichkeit vermittelt Vertrauen.

## WARUM ER RELEVANT IST

- Produktempfehlungen im Web haben eine Schattenseite. Die Zahl der korrumpierten Rewards steigt immer dramatischer an.
- 2017 waren bereits 20 % von rund sieben Millionen analysierten Bewertungen auf Amazon gefälscht ([ReviewMeta](#)).
- Die große Mehrheit der Bewertungen auf Amazon stammt heute von nicht verifizierten Käufern ([Which, 2019](#)).
- Aus Angst vor Fake-Rewards suchen Shopper nach kuratierten und vertrauenswürdigen Empfehlungen von Personen, die sie kennen oder mit denen sie sich verbundenen fühlen und die nicht anonym bleiben.