

# Umfrage „Shopbewertungen im Internet“



**Thema der Umfrage:** Welche Bedeutung haben Shopbewertungen im Onlineshopping aus Sicht des Verbrauchers, und wo möchte er diese vorfinden?

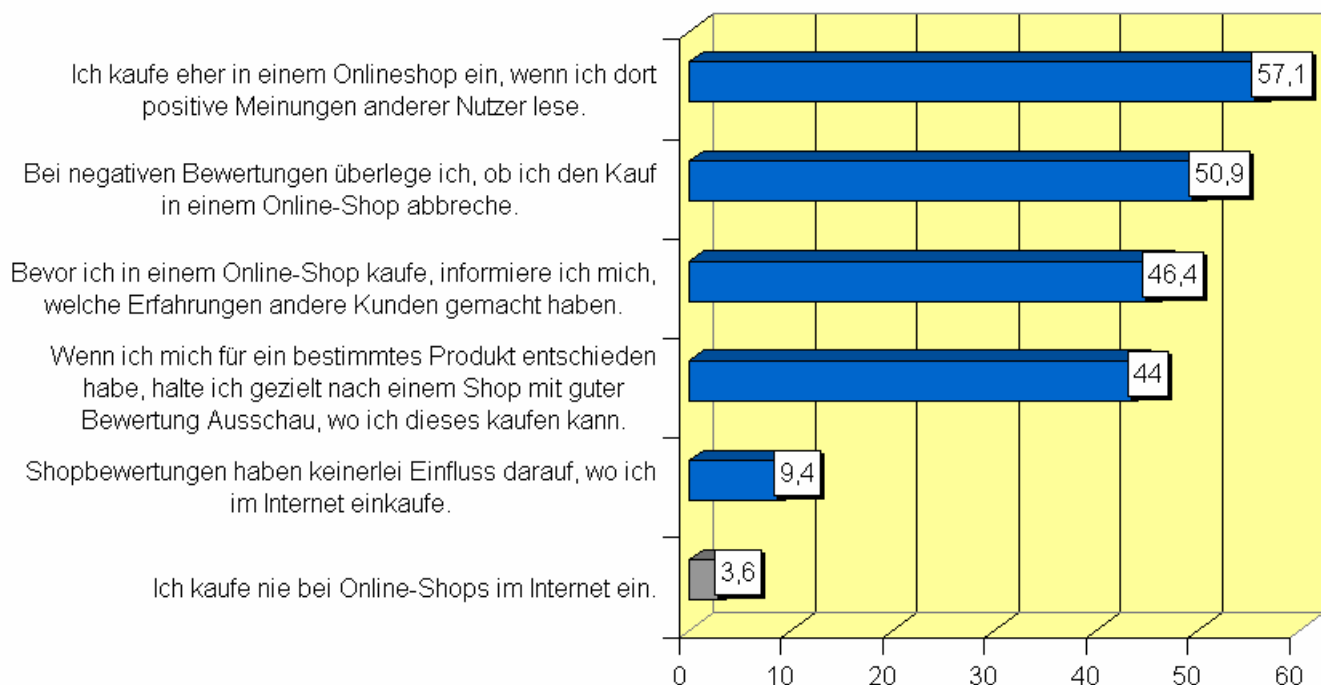
**Repräsentative Stichprobe:** 1.102 Internetnutzer im Alter ab 14 Jahren

**Erhebungsmethode:** Online-Interviews per CAWI (Computer Web Assisted Interview)

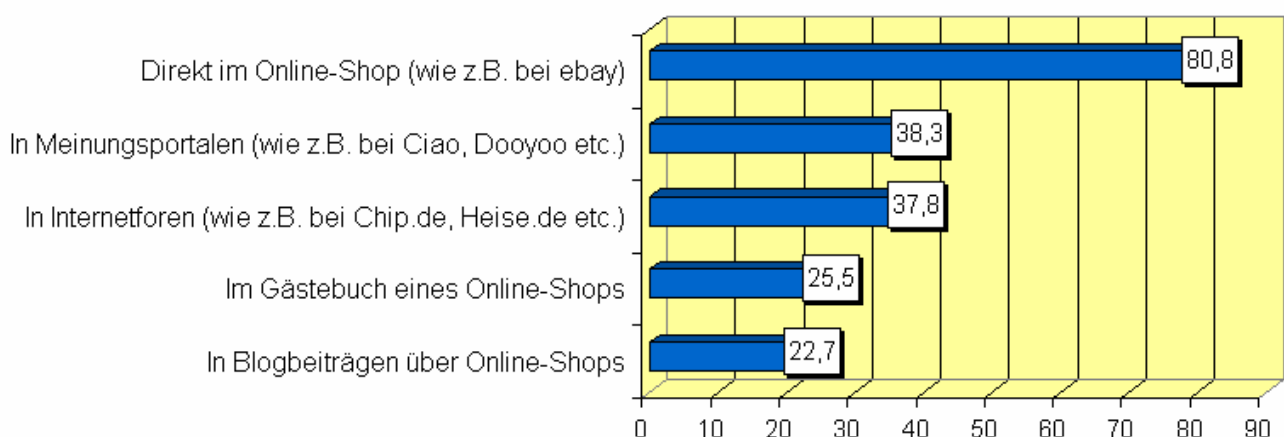
**Befragungszeitraum:** 2. bis 6. September 2009

*Durchgeführt von GfK Marktforschung im Auftrag der Trusted Shops GmbH.*

## Welchen Einfluss haben Bewertungen anderer Kunden auf Ihr Kaufverhalten im Internet? (Angaben in Prozent)



## Wo sind Bewertungen von anderen Verbrauchern besonders wichtig für Sie? (Angaben in Prozent)



## Wann sind Kundenbewertungen im Onlineshopping für Sie persönlich besonders wichtig? (Angaben in Prozent)

