

## Pressemitteilung

### **Capterra-Studie zeigt, wie KMU in Deutschland Online-Bewertungen verwalten**

**München 07.07.2022** – Neue Untersuchungen von Capterra zeigen, dass Konsumenten vermehrt auf die Antworten auf Nutzerbewertungen seitens der Unternehmen achten.

Die wichtigsten Erkenntnisse der Capterra-Studie im Überblick:

- 85 % der Konsumenten lesen Unternehmens-Antworten auf Bewertungen, davon achten 19 % hauptsächlich auf die Negativen und 53 % auf beide (negativ und positiv).
- 40 % geben an, noch nie eine Antwort auf ihre Online-Bewertungen bekommen zu haben.
- 28 % würden gern eine Antwort auf Reviews erhalten.

Die Daten stammen aus einer aktuellen Studie der Software-Vergleichsplattform Capterra, die den Umgang mit Reviews in deutschen KMU untersuchte.

Besonders Onlineshops und Dienstleister kommen nicht mehr am Thema Reviews vorbei: 63 % der Deutschen lesen immer oder häufig Online-Bewertungen, bevor sie ein Produkt oder eine Dienstleistung kaufen. Capterra untersuchte, wie KMU in Deutschland Reviews sammeln, welche Strategie sie dabei verfolgen und ob sie dafür Software benutzen.

Mehr als die Hälfte der befragten KMU nutzen Internet-Bewertungen, um ihre Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Außerdem geben 65 % an, dass Reviews zur Verbesserung des Kundendienstes beitragen und 38 % nutzen sie, um ihr Markenimage (38 %) zu stärken.

#### **Neukundengewinnung durch Reviews**

Ein effektives Mittel zur Neukundengewinnung ist das Empfehlungsmarketing. Dies geschieht im Internet durch Online-Bewertungen, da ein zufriedener Kunde mit seiner positiven Meinung zu einem Produkt potenzielle Neukunden ansprechen kann. Dies geschieht jedoch nicht immer von allein: Unternehmen müssen an einer Review-Strategie für das aktive Sammeln und Verwerten von Online-Bewertungen arbeiten, um das Potenzial, das Reviews haben, auch auszuschöpfen.

Knapp die Hälfte der KMU (46 %), die für diese Umfrage kontaktiert wurden, geben an, Online-Reviews zu erhalten. Von den KMU, die angeben, Reviews zu erhalten, verwalten und nutzen 74 % Online-Bewertungen für ihre Produkte oder Dienstleistungen.

### Reviews dienen zur Produkt-Verbesserung und Bewerbung des Unternehmens



„Die Analyse von Online-Bewertungen hilft bei der Ermittlung von Bereichen, in denen Produkte oder Dienstleistungen verbessert werden können, einschließlich des Kundendienstes, der für eine zufriedenstellende Nutzererfahrung unerlässlich ist. So geben 65 % der Unternehmen an, dass Reviews dabei helfen, ihren Kundenservice zu verbessern. Was das Branding betrifft, so können die Bewertungen genutzt werden, um das Unternehmen zu bewerben und so zum Aufbau und zur Verbesserung des Rufs einer Marke beizutragen“, kommentiert Ines Bahr, Senior Analyst bei Capterra.

### Antworten auf Reviews sind entscheidend

Die Unternehmensseite wird gehört: 85 % der Verbraucher lesen Unternehmens-Antworten auf Bewertungen, davon 19 % hauptsächlich die negativen und 53 % negative wie positive gleichermaßen. Es ist daher wichtig, auf Reviews zu antworten.

80 % der Unternehmen antworten innerhalb weniger Tage auf Reviews und 56 % nutzen hauptsächlich personalisierte Antworten. 39 % der befragten KMU antworten oft und 20 % immer auf Bewertungen.

### **Welche Strategie verfolgen KMU beim Sammeln von Bewertungen?**

40 % fordern Kunden am Ende eines Anrufs, Chats oder einer Mail auf, eine Bewertung zu hinterlassen, 37 % senden Kunden per E-Mail eine Bitte zur Bewertung zu, nachdem sie ein Produkt/eine Dienstleistung erworben haben.

36 % nutzen soziale Medien, um die Bewertungen zu erfassen und zu verwalten, 32 % eine Software mit Funktionen zum Erfassen von Bewertungen (z. B. CRM oder Helpdesk) und 28 % haben eine bestimmte Software für Bewertungen (Bewertungs- oder Online-Reputationsmanagement).

---

#### *Methodik:*

*Die Umfrage wurde an 1.858 Teilnehmer versandt, von denen 410 für die Teilnahme ausgewählt wurden. Die Auswahlkriterien für die Teilnehmer lauten wie folgt:*

- *Wohnsitz in Deutschland*
- *Zwischen 18 und 65 Jahre alt*
- *Arbeiten in einem Unternehmen mit 1-250 Mitarbeitern*
- *Das Unternehmen, in dem sie tätig sind, erhält Online-Bewertungen für seine Produkte/Dienstleistungen und verwaltet und nutzt diese auch*
- *Teilnehmer sind am Prozess der Verwaltung und Überwachung von Kundenbewertungen in ihrem Unternehmen beteiligt oder dafür verantwortlich (57 % der Teilnehmer)*
- *Wenn sie nicht an dem Prozess beteiligt oder dafür verantwortlich sind, ist ihnen der Prozess der Verwaltung und Überwachung bekannt (43 % der Teilnehmer).*



Capterra hilft Unternehmen weltweit, die richtige Software für ihre Anforderungen zu finden. 1999 gegründet, bietet Capterra mit seiner globalen Produktpräsenz, verifizierten Nutzerbewertungen, unabhängigen Testberichten und maßgeschneiderten Vergleichstools jeden Monat mehr als fünf Millionen Käufern Zuversicht bei der Softwareauswahl. Weitere Informationen unter <http://www.capterra.com.de>.