



## Hochschule Wolfenbüttel: 85% aller Internetnutzer achten auf Bewertungen

*In Form einer Bachelorarbeit haben die Fachhochschule Wolfenbüttel gemeinsam mit der Unternehmensberatung Wengenroth und Partner analysiert, dass 85% aller Verbraucher Wert auf die Online-Bewertungen legen.*

### Die neue Art der Mundpropaganda

Früher wurde durch Mundpropaganda Empfehlung von Dienstleistern, Händlern oder Produkten weitergegeben. Heute erfolgt die Bewertung im Internet auf den verschiedensten Bewertungsportalen. Die moderne Art der Mundpropaganda wird auch in Zukunft immer mehr Gewichtung von der Gesellschaft bekommen.

### Bewertungen können entscheidend sein

Das Unternehmen, dass im Jahre 2014 noch nicht im Internet präsent ist und sich nicht über die Meinungen der Internetnutzer informiert, der wird schneller seine Geschäftstüren schließen müssen, als man denkt. Noch viel zu wenige Unternehmen achten auf Ihre Bewertungen im Internet, während die Internetnutzer aktiver werden und sich immer mehr darüber informieren, was sie interessiert, was sie sich kaufen möchten oder über die unterschiedlichen Behandlungsmethoden von Krankheiten.

### Das richtige Bewertungsportal positiv für das Unternehmen nutzen

Bei der Wahl eines Bewertungsportals sollte man auf die Richtlinien und der Nachweisbarkeit von echten Bewertungen achten. Die Glaubwürdigkeit muss sichergestellt werden. Dennoch sollte der Datenschutz der Bewertenden gewahrt werden. Durch einen positiven Anstoß in Form eines Rabattes auf den nächsten Einkauf oder einer Honorierung bei der Bezahlung können die Kunden motiviert werden eine Bewertung abzugeben. Gerade das Bewertungsportal kundentests.com bietet gute Aspekte für das Image des Unternehmens. So vergibt kundentests.com ab einer gewissen Anzahl von Bewertungen ein Gütesiegel.

### Vorstellung des Unternehmens kundentests.com

kundentests.com bietet Unternehmen die Möglichkeit zu zeigen wie zufrieden Ihre Kunden sind. Das seriöse Bewertungsportal sammelt von anderen Bewertungsportalen die schon vorhandenen Erfahrungsberichte. Zudem kann der Kunde seine Bewertung online oder offline abgeben. Ab einer gewissen Anzahl von Bewertung wird dem Unternehmen ein Gütesiegel verliehen, um dem potenziellen Kunden auf der Webseite zu zeigen, wie zufrieden andere Kunden mit dem Unternehmen sind. Die positive Mundpropaganda bewirkt dank des Bewertungsportals kundentests.com Vertrauen bei den Besuchern der Webseite und sorgt so für Neukundengewinnung.

### Interview mit dem Betreiber von kundentests.com, Winfried Wengenroth

WUP: Wie ist die Fachhochschule Wolfenbüttel auf die Idee gekommen die Beachtung der Bewertungen durch die Internetnutzer zu untersuchen?

Herr Wengenroth: Das ist mehr eine Joint Venture, bedingt durch die Tatsache, dass wir ein sehr erfolgreiches und bekanntes Online-Marketing Unternehmen sind erhalten wir sehr viele Bewerbungen, eben auch von Studenten, die entweder ein obligatorisches Praktikum durchzuführen haben oder auch eine Bachelorarbeit durchzuführen haben. Eine Bachelorarbeit kann man in den meisten Fällen bei uns nicht von vornherein schreiben, wir müssen die Person erst kennen lernen, ob wir dieser Person auch zu trauen mit uns eine Bachelorarbeit zu schreiben. So kam ein Student der Hochschule Wolfenbüttel zu uns und hat ein halbjähriges Praktikum gemacht und dabei deutlich gemacht, dass er in der Lage ist eine Bachelorarbeit zu schreiben. Im Anschluss wurde das Bachelorthema definiert, in Form der Gestaltung, der Planung und der Integration eines Bewertungsportals im Jahre 2014. Dieses Thema wurde mit der Hochschule Wolfenbüttel kommuniziert, der Professor der Hochschule Wolfenbüttel kam zu uns in die Agentur und hat ganz genau gesagt, wie man vorgehen muss. Seitdem wurde in einer dreier Kombination, der Professor der Hochschule Wolfenbüttel, der Student sowie Wengenroth und Partner, intensiv an dieser Bachelorarbeit geschrieben.

WUP: Wie ist man auf das Ergebnis gekommen?

Herr Wengenroth: Wir haben eine sehr moderne Online-Umfrage gestartet, wo wir über 50.000 Unternehmen kontaktiert haben, mit der Bitte sich an der Umfrage der Hochschule Wolfenbüttel zu beteiligen. Wir hatten eine riesen Resonanz. Den Unternehmen wurden viele Fragen gestellt, unter anderem, wie groß ist das Unternehmen, wie viel Umsatz macht das Unternehmen, haben sie eine Webseite, wie wichtig ist die Webseite zur Neukundengewinnung, was zeichnet die Webseite aus, haben Sie zum Beispiel ein Gütesiegel? Ferner wurde die Frage gestellt, wie ist die Webseite auf verschiedenen Portalen verlinkt. Dabei ist das unglaubliche Ergebnis, so empfinden wir das, das nur 20% aller befragten Unternehmen Wert darauf legen bzw. aktuell ein Bewusstsein dafür haben, aktiv eine Online-PR für sich zu nutzen. Entweder durch ein Gütesiegel, Qualitätsnachweise oder eben durch Online-Bewertungen. Hier muss man aber auch differenzieren, dass wir alle Unternehmen befragt haben, auch konservativere Institute, wie Rechtsanwälte, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer. Hätten wir ausschließlich nur Online-Shops befragt, wäre hier natürlich eine viel größere Resonanz gewesen, aber wir wollten eine Hauptzahl haben. Deswegen haben wir alle Unternehmen befragt mit einer wirtschaftsähnlichen Struktur, dadurch war das Ergebnis schon ziemlich realistisch. Wir haben sehr viele Ergebnisse zu unternehmerischen Fragen und sehr viele Ergebnisse zu Fragen an Privatpersonen erhalten. Wenn man diese jetzt interdisziplinär miteinander verknüpft, ergeben sich noch Folgeergebnisse. Während Unternehmen A sagt, sagen aber Privatpersonen B und somit kommen Ergebnisse wie C heraus. Das sind sensationelle Ergebnisse, ich möchte noch nicht zu viel verraten, aber die Hauptaussage bei den Privatpersonen ist, dass 85% aller Privatpersonen einen ausgeprägten Wert auf eine Online-Bewertung von befriedigend bis sehr gut, auf Gütesiegel und auf Online-Reputationsmaßnahmen legen. Es werden keine Kaufentscheidung gefällt, ohne dass sich der potenzielle Kunde im Vorfeld über diese Bewertungen Gedanken gemacht hat, der hat sich diese also durchgelesen. Diese Bewertungen tragen dazu bei, ob es zu einem Kauf kommt oder nicht. Unternehmen, die es nicht machen und derzeit sind es rund 80% aller Unternehmen, verzichten auf den Internetumsatz. Das ist ein gravierendes Potenzial für alle Beteiligten und deswegen legen wir auch Wert darauf, dass viele und wir werden selbst für kundentests.com, eine PR-Kampagne starten. Wir haben einfach festgestellt, dass viele Unternehmen noch nicht das Bewusstsein erlangt haben. Deswegen wollen wir ein Informationsportal erschaffen, wir wollen die Leute dazu animieren, macht euch Gedanken, wir sind im Jahre 2014, wie könnt ihr wachsen, wie können wir was dazu beitragen, dass die Volkswirtschaft von Deutschland überproportional wächst. Es gibt ein riesen Potenzial, warum sollen das nur amerikanische Online-Shops generieren, wir deutschen können das auch. Wir haben super gute Dienstleister, super gute Produkte, zeigt das ihr zufriedene Kunden habt, nutzt Bewertungsportale, nutzt Gütesiegel und am besten mit kundentests.com.

WUP: Welchen Bewertungen wird mehr Aufmerksamkeit geschenkt, den positiven oder den negativen Bewertungen?

Herr Wengenroth: Wir haben unglaublich viele Bewertungen festgestellt und analysiert, aber woran kann man feststellen, dass eine Bewertung ein Fake oder eine Echte ist. Wir sind zu dem Ergebnis gekommen, dass eine Bewertung tendenziell unglaubwürdig ist, wenn sie von einem Bewerter abgegeben worden ist, deren Bewertungsprofil sehr gering ist, meist nur eine Bewertung vergeben hat. Heißt also er hat nur eine Bewertung abgegeben, ob sie inkarnat negativ oder überproportional positiv ist, hat diese eine geringere Gewichtung, einen geringeren Wahrheitswert, als eine Bewertung von einem Bewerter, der schon über 100 Bewertungen beispielsweise abgegeben hat. Da hat man ein viel ausgeprägteres Bewertungsprofil und deswegen ist es eben sinnvoll und viele springen da inzwischen mit aufs Boot, dass man nicht nur noch Bewertungen lesen kann, sondern sich auch einen Überblick darüber machen kann, wie das Bewertungsprofil des Bewerter aussieht, indem man sich den Bewerter anschauen kann. Demzufolge kann man sehen,

dass diese Person schon da und da bewertet hat und ob sie es gut oder schlecht fand. Dadurch wird es authentischer, transparenter und dementsprechend glaubwürdiger. Wir haben sehr viele negative Bewertungen wahrgenommen, wo es eben nur ein Bewertungsprofil gab, mit nur einer Bewertung. Auf der anderen Seite haben wir aber auch sehr viele Bewertungen wahrgenommen, wo die sehr gut waren und nur eine Bewertung abgegeben haben. Sehr wenige Bewertungen kamen von Bewerter mit einem ausgeprägten Bewertungsprofil. Wir haben deswegen die Vermutung, dass insbesondere hier noch eine große Entwicklung entsteht. Nicht nur Unternehmen werden im Internet transparenter, sondern eben auch User. Das ist die riesen Chance für alle Unternehmen, wenn sie die Bewerter motivieren und mobilisieren sich bewerten zu lassen. Derjenige, der wirklich einen guten Job macht, der eine gute Dienstleistung hat, der ein guter Händler ist oder ein guter Produzent ist, der soll das auch zeigen. Er sollte seine Kunden motivieren und vielleicht auch deren Zeitaufwand honorieren, durch einen Dankesrabatt für den zukünftigen Einkauf oder sonstiges für eine gute Bewertung. Tue Gutes und zeige es auch.

WUP: Wie wird eine Bewertung dargestellt?

Herr Wengenroth: kundentests.com hat sich darauf verständigt zwei Bewertungssysteme zu offerieren. Zum Einen ein Offline-Bewertungsformular, welches genau die gleichen Inhalte beinhaltet, wie das Online-Bewertungsportal, Name, E-Mail-Adresse, Datum der in Anspruch genommenen Dienstleistung oder der Kauf des Produktes. Zum Schluss erfolgt die Auswahl der Sterne. Wir haben uns für fünf Sterne entschieden, denn das ist eine ungerade Zahl, befriedigend wären dann drei Sterne, nicht zufrieden wäre nur ein Stern, keine Sterne kann man nicht vergeben und total zufrieden wären fünf Sterne. Das errechnet sich im 20% Rhythmus. Das Tolle ist die aggregierte Darstellung, das heißt ein Kunde, der kundentests.com in Anspruch nimmt, hat 100 Bewertungen, diese 100 Erfahrungsberichte kann man aggregiert betrachten, das heißt er hat dann im Durchschnitt zum Beispiel 4,1 Bewertungen. Diese Bewertungen kann man mit in die Google-Adwords-Kampagne integrieren. kundentests.com ist von Google autorisiert worden als Google-Bewertungslieferant. Somit werden die Anzahl der Bewertungen durch kundentests.com bei Google Places mit angezeigt. Aber auch in den Google-Adwords-Anzeigen kann man ab 30 Bewertungen diese Erfahrungsberichte mit in die Google-Adwords-Kampagne integrieren. Bei kundentests.com braucht man mehr als 20 Bewertungen bis man das Gütesiegel bekommt. Durch kundentests.com werden bei den organischen Ergebnissen, wo der Titel, die Domain und die Description der Webseite zusätzlich die gelben Sterne angezeigt, zum Beispiel 4,1 Bewertungen von 100 Erfahrungsberichten. In diesen Erfahrungsberichten hat man ein Textfeld von bis zu 500 Zeichen zur Verfügung.

WUP: Kann man eine Bewertung auch Anonym abgeben?

Herr Wengenroth: Wir als Institut sehen den Namen, um zu überprüfen, ob die Bewertung echt ist. Danach werden aber nur noch die Initialen angezeigt, weil insbesondere wir sehr viele medizinische Dienstleister haben, wo das Datenschutzgesetz wichtig ist, dass dort die Patientendaten nicht veröffentlicht werden. Somit wird aus einer Martina Mustermann, eine M. M. aus Darmstadt. Aber wir sind das Institut, welches von Google und der Hochschule Wolfenbüttel geprüft worden ist, dass die Richtlinien erfüllt und ehrliche, seriöse Bewertungen veröffentlicht.

WUP: Wie bringen Unternehmen ihre Kunden dazu eine Bewertung zu schreiben?

Herr Wengenroth: Eine negative Bewertung zu bekommen ist ganz einfach, man muss einfach einen schlechten Job machen. Umgedreht, wenn man einen guten Job macht, ist es trotzdem sehr schwer eine positive Bewertung zu bekommen. Aber wir behaupten, nein es ist nicht schwer, nur der Dienstleister, der Händler, der muss seinen Bewerter auch die Chance geben, dass er sich bei ihm bedanken kann. Wir sagen immer, lass dich bewerten, honoriere aber auch den Zeit- und Leistungsaufwand deines Bewerter, indem du ihm einen zukünftigen Rabatt beim zukünftigen Shop anbietest. Oder man sagt, Mensch lieber Kunde, für uns ist es wichtig einen guten Job zu machen, aber damit wir auch ihre Meinung haben, bewerten sie uns bitte. Es kommt halt darauf an, ob ich einen Online-Shop habe oder ob ich ein Zahnarzt bin und in welcher Situation ich das anspreche. Bei den ganzen Dienstleistern, Zahnärzten, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer haben wir die Offline-Bewertungsformulare, wir haben auch sehr viele Handwerker, die legen das Formular mit in die Rechnung bei und honorieren das gegebenenfalls mit einem Rabatt in Kombination, bewerte uns und bezahle rechtzeitig, dann bekommst du anstatt 1% Skonto sogar 3% Skonto. Es ist eine Win-Win-Situation, der Unternehmer profitiert durch die Bewertungen, dann kann er sich ja auch bedanken und einen Preisnachlass beim zukünftigen Kauf anbieten.

WUP: Vielen Dank!

Kontakt  
Bewertungsportale.net  
Königstraße 7  
30175 Hannover  
Tel: 0511 450 137 38  
Mail: [info@bewertungsportale.net](mailto:info@bewertungsportale.net)  
Web: [www.bewertungsportale.net](http://www.bewertungsportale.net)

## Pressekontakt

WUP [bewertungsportale.net](http://bewertungsportale.net)

Herr Winfried Wengenroth  
Königstraße 7  
30175 Hannover

[bewertungsportale.net](http://bewertungsportale.net)  
[info@bewertungsportale.net](mailto:info@bewertungsportale.net)

## Firmenkontakt

WUP [bewertungsportale.net](http://bewertungsportale.net)

Herr Winfried Wengenroth  
Königstraße 7  
30175 Hannover

[bewertungsportale.net](http://bewertungsportale.net)  
[info@bewertungsportale.net](mailto:info@bewertungsportale.net)

Bewertungsportale.net ist eine unabhängige Plattform für Bewertungsportale. Es werden alle seriösen Bewertungsportale übersichtlich aufgelistet und beschrieben. Hier finden sie unter anderem die besten Bewertungsportale im Bereich Bildung, Dienstleistungen oder Gesundheit.

Home Werbung Kontakt Impressum

# Bewertungsportale.net

Alle Bewertungsportale im Überblick

Branchen & Produkte Bildung Dienstleistung Firmen Gesundheit Internet Tourismus Sonstiges

Bewertungsportal aus 'Ärzte' Kategorie Folgen auf

8 AUG  **topmedic.de**  
Bei TopMedic sind alle Ärzte, Zahnärzte, Apotheken und andere medizinische Leistungserbringer gelistet.  
[mehr lesen](#)

---

8 AUG  **medführer.de**  
Zuverlässiger Partner für Patienten, Ärzte und Kliniken  
[mehr lesen](#)

---

8 AUG  **jameda.de**  
jameda.de ist Deutschlands größte Arztempfehlung\*. Sie unterstützt Patienten, genau den richtigen Arzt für sich zu finden. Empfehlungen anderer Patienten helfen bei der Suche nach dem passenden Mediziner.  
[mehr lesen](#)



125 Ad 125 Ad

Werbung

Arztbewertung - sanego.de