



Markt der Bewertungsportale

Der Markt der Bewertungsportale wächst immer weiter. Viele Internetnutzer schauen nicht nur noch auf die Produktbeschreibung, sondern holen sich ihre Informationen aus den Bewertungsportalen. Das Feedback von anderen Verbrauchern spielt eine große Rolle

Vorteile eines Bewertungsportals

Auf den Bewertungsportalen werden Empfehlungen und Ablehnung über Produkte und Dienstleistungen unterschiedlichster Branchen und Unternehmen eingetragen. Wer einen schlechten Job macht, der wird schneller seine Türen schließen, als er es selbst gemerkt hat. Deswegen sollten die Unternehmen jetzt mehr auf ihre Bewertungen im Internet, in den Bewertungsportalen achten. Somit können Sie bei Problemen schneller gegenwirken.

Mehr Wert auf Bewertungsportale legen

Bewertungsportale entstanden mit der Jahrhundertwende. Aus einigen bekannten Portalen haben sich auch immer mehr kleine Portale entwickelt. Was im Gegenzug zu mehr Unübersichtlichkeit führte. kundentests.com bietet alles in Einem, es sammelt die Bewertungen von anderen Portalen ein und bietet einen ausreichenden Einblick in die Bewertungsprofile, um somit sich einen genauen Eindruck über das Produkt zu erschaffen. Zudem vergibt kundentests.com ab 20 positiven Bewertungen ein Gütesiegel, welches auf der Webseite des Unternehmens veröffentlicht wird. Dadurch zeigt das Unternehmen, wie zufrieden seine Kunden sind.

Vorstellung des Unternehmens kundentests.com

Das Kundenverhalten hat sich deutlich verändert. Durch die Entwicklung des Internets informieren sich die potenziellen Kunden erst im Internet über das Produkt oder der Dienstleistung. Danach lesen sie Erfahrungsberichte von anderen Kunden. Bei guten Bewertungen machen sie die Kunden auf dem Weg, um dieses Produkt in dem bestbewerteten Unternehmen zu kaufen. kundentests.com schenkt mit seiner Transparenz, Echtheit und doch mit den Datenschutzrichtlinien das Vertrauen zu den potenziellen Kunden und sorgt damit zur Neukundengewinnung bei.

Interview mit dem Betreiber von kundentests.com, Winfried Wengenroth

WUP: Wie viele Bewertungsportale gibt es?

Herr Wengenroth: Das Internet hat seine wesentliche Entwicklung seit 1995 Rechnung getragen und hat sich seitdem überdurchschnittlich entwickelt. Im Jahre 2000 entstanden die ersten Bewertungsportale. Es waren Namen wie Qype oder Yelp, später kamen aber auch deutsche Marken hinzu, wie kennst-du-einen oder point-to oder go-local. Dies sind Bewertungsportale von Großanbietern, wie zum Beispiel ist go-local von der Telekom. Bewertungsportale als solche haben wir in Kooperation mit der Hochschule Wolfenbüttel umfangreich analysiert und ungefähr 200 Bewertungsportale gefunden. Diese kann man auch kategorisieren in Arbeitgeber-Bewertungsportale, B2B-Bewertungsportale, B2C-Bewertungsportale, Reise- und Hotel-Bewertungsportale sowie Urlaubs Bewertungsportale.

WUP: Welchen Sinn hat ein Bewertungsportal? Welche Idee steht dahinter?

Herr Wengenroth: Durch die überproportionale Entwicklung und den neuentstehenden Möglichkeiten, im Zuge des Internets, ist erkannt worden, dass die positive Mundpropaganda der früheren Zeit durch Empfehlungen in das Internet übertragen werden kann. Bedeutet, wenn man auf ein Online-Shop geht, kann man sich nicht nur Produkte ansehen, sondern eben auch die Meinungen der schon Besitzer dieser Produkte, die dieses Produkt bewertet haben, ob es gut oder schlecht ist. Oder wenn ich ein Hotel besuche, kann ich in der heutigen Zeit schon auf 2.000 Meinungen vorheriger Gäste zurückgreifen, um mir ein Bild zu machen, geh ich dahin oder nicht. Bewertungsportale als solches bringen also die positive Mundpropaganda oder aber die Mundpropaganda der früheren Zeit, die durch Empfehlung oder Ablehnung entstanden sind, ins Internet.

WUP: Werden Bewertungsportale viel genutzt?

Herr Wengenroth: Im Zuge der Kooperation mit der Hochschule Wolfenbüttel haben wir mit dem IVW Institut alle Bewertungsportale analysiert. Das IVW Institut, Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., besitzt einen riesengroßen Pool verschiedenster Portale, um somit bei den Bewertungsportalen den Traffic und die Entwicklung des Traffics zu analysieren. Bis auf wenige Ausnahmen sind auch die Bewertungsportale ein super Trend Traffic, das bedeutet eine exponentielle Entwicklung beim Traffic im Vergleich der letzten 10 Jahre und im Vergleich zu Branchenportalen. Bei vielen Branchenportalen ist die Entwicklung rückgängig. Bewertungsportale sind im Trend. Ein gutes Bewertungsportal, wie Yelp hat pro Monat weltweit eine halbe Milliarde, Trivago sogar über eine Milliarde Besucher. Kleinere Bewertungsportale, wie go-local haben vielleicht fünf Millionen Besucher, dass kommt auf die strategische Positionierung der Marke des Bewertungsportals an. Viele Bewertungsportale, wie Trivago machen eben auch Offline-Kampagne, um die Marke zu stärken. Dadurch haben sie einen sehr ausgeprägten Traffic, sogar bis an die Milliarde.

WUP: Welchen Einfluss haben Bewertungsportale auf die Internetnutzer?

Herr Wengenroth: Die derzeitige Bachelorarbeit, die wir in Kooperation mit der Hochschule Wolfenbüttel schreiben ist noch nicht offiziell abgenommen, aber ich kann hier an dieser Stelle schon ein paar Eckdaten nennen. Wir haben 50.000 Unternehmen online befragt, 1.000 haben sich davon beteiligt und nur 20% aller befragten Probanden legen Wert auf eine Online-Reputationsmaßnahme durch Online-Bewertungen oder Gütesiegel. Das heißt bei den Unternehmen ist dieses Bewusstsein noch nicht so ausgeprägt. Auf der anderen Seite haben wir auch eine sehr repräsentative Umfrage bei Privatpersonen durchgeführt. Dabei ist herausgekommen, dass rund 85% aller privaten User, auf einer Skala von befriedigend bis sehr gut, auf die Meinungen der vorherigen Kunden oder Nutzer von Produkten oder Dienstleistungen, sprich den Online-Bewertungen vertrauen. Das heißt hier haben wir eine riesen Diskrepanz. Während die potenziellen Kunden, sich wirklich sehr ausgeprägt informieren bis nahezu gar keine Internet Kaufentscheidung ohne vorherige Einsicht in Bewertung vornehmen, ist das Bewusstsein bei vielen Unternehmen noch nicht da. Dadurch sehen wir einen riesengroßen Entwicklungsmarkt, sodass Unternehmen zukünftig einen sehr viel größeren Wert auf Online-Reputationsmaßnahmen durch attraktive Positionierung auf verschiedenen Bewertungsportalen legen. Am besten sollten sie ein Bewertungsportal verwenden, welches alle Bewertungen in allem umschließt, um die positive Mundpropaganda mit einem Gütesiegel, integriert auf der Webseite, zu honorieren.

WUP: Inwiefern kann man Bewertungsportale vertrauen?

Herr Wengenroth: Die Aufgabenstellung in der Bachelorarbeit in Kooperation mit der Hochschule Wolfenbüttel war, herauszufinden, wie müssen Maßnahmen definiert werden, wie müssen Parameter gesetzt werden, um ein Rahmengerüst für das seriöseste Bewertungsportal zu schaffen. Wir haben dies bezüglich verschiedene Bewertungsportale analysiert, was ist gut, was ist schlecht, was ist seriös, was ist nicht seriös. Dabei haben wir festgestellt, dass verärgerte Kunden sehr viel eher bereit sind negative Bewertungen zu formulieren, als dass sie positive Bewertungen schreiben. Gerade der User mit einer ausgeprägten Internetaffinität hat oftmals auch einen gewissen Schnäppchencharakter. Er möchte günstig Gutes kaufen, hat aber auch einen hohen Erwartungswert. Wenn man diesen nicht Rechnung tragen kann, schreibt er schneller eine negative Bewertung. Ferner haben wir aber auch von Seitens der Bewertungsportale festgestellt, dass es unklug ist, sich online einloggen zu können, weil bei allen Bewertungsportalen, die wir analysiert haben, fehlen die Richtlinien oder die Nachweisbarkeit das es sich um eine echte Person handelt. Denn eine E-Mail-Adresse kann ich mir schnell erstellen und wenn ich eine E-Mail-Adresse habe, kann ich auch 100 E-Mail-Adressen erstellen. Somit kann ich fiktive Personen schaffen, die dann online irgendwas bewerten. Es gibt inzwischen Algorithmen, die versuchen Bewerter, die bisher nur eine Bewertung geschrieben haben eine niedrigere Gewichtung zu zu zollen, als zum Beispiel Bewerter, die ein ausgeprägtes Bewertungsprofil mit ungefähr 120 Bewertungen haben, davon sind 30% positiv, 30% in der Mitte, aber auch 30% negativ. Diese haben ein ausgeprägtes Bewertungsprofil mit einer viel größeren Gewichtung auf deren

Aussagen. Wir haben es geschafft, ein seriöses Bewertungsportal zu schaffen, nämlich kundentests.com. kundentests.com kam man nicht faken, es muss sich um echte Bewertungen handeln. Der Kunden von kundentests.com muss versichern, dass die Person, die ein Bewertungsformular unterschreibt auch tatsächlich physisch vorhanden war. Ferner wird dann dieses Offline-Bewertungsformular ins Internet eingetragen und es muss nochmal mit einer E-Mail bestätigt werden. Des Weiteren kann man sich als Fremder nicht online anmelden, um dann eine negative Bewertung zu schreiben, so wird der Wettbewerb davor geschützt. Zudem haben wir auch ein Online-Bewertungsportal mit einem Link, das heißt, ein Dienstleister, Händler, Produzent kann sein ganzes Netzwerk an Kunden diesen Link schicken, aber der Bewertungslink ist pro IP-Adresse, pro Kunde nur einmal nutzbar. Bekommt der Kunde noch von einem anderen Unternehmen solch einen Bewertungslink, kann er dieses natürlich wieder bewerten, obwohl es die gleiche IP-Adresse ist. Somit haben wir die bestmöglichen Rahmenbedingungen für das seriöseste Bewertungsportal geschaffen. Vor allem haben wir auch es auch geschafft die Unternehmen dahin zu bringen, sich nicht nur bewerten zu lassen, sondern auch etwas Gutes zu tun. Tue nicht nur Gutes, sondern zeige es auch. Wir drehen den Spieß um, wir wollen sehr viele gute Bewertungen haben, wir befinden uns im Jahr 2014, wir haben sehr viele gute Dienstleister. Derjenige, der nicht in der Lage ist einen guten Dienst zu leisten, der wird nicht überleben, ob er nun gefakte Bewertungen hat oder nicht, dies spricht sich überproportional rum. Deswegen weisen wir auch immer die Nutzer darauf hin, sei kritisch mit Bewertungen, mach dir ein gesamtes Bild. kundentests.com hat in Einem alle Bewertungsportale zusammengefasst, der Nutzer muss nicht auf 100 Bewertungsportale gehen, um zu gucken, wie der Zahnarzt ist. Somit spart der Nutzer auch sehr viel Zeit. Eine Win-Win-Win-Situation für Unternehmen, Kunden und Nutzer.

WUP: Vielen Dank!

Kontakt
Bewertungsportale.Net
Königstraße 7
30175 Hannover
Tel: 0511 450 137 38
Mail: info@bewertungsportale.net
Web: www.bewertungsportale.net

Pressekontakt

WUP bewertungsportale.net

Herr Winfried Wengenroth
Königstraße 7
30175 Hannover

bewertungsportale.net
info@bewertungsportale.net

Firmenkontakt

WUP bewertungsportale.net

Herr Winfried Wengenroth
Königstraße 7
30175 Hannover

bewertungsportale.net
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**

topmedic.de

Bei TopMedic sind alle Ärzte, Zahnärzte, Apotheken und andere medizinische Leistungserbringer gelistet.

[mehr lesen](#)

8 AUG **medführer**

medfuehrer.de

Zuverlässiger Partner für Patienten, Ärzte und Kliniken

[mehr lesen](#)

8 AUG **jameda**
Gesundheit weiterempfehlen

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

