

User-Befragung auf Shopping-Community ciao.de belegt wachsende Bedeutung von Verbrauchermeinungen

Über 80 Prozent wägen Kaufentscheidung aufgrund von persönlichen Empfehlungen Anderer ab / Überdurchschnittliche Affinität zu Werbung im Shopping-Umfeld

München, 22. September 2009 – Die europaweit durchgeführte User-Befragung^[1] von Ciao, dem führenden Shopping- und Verbraucherportal*, untersucht das Kauf- und Nutzungsverhalten seiner Nutzer. Als Kernergebnis belegt die Untersuchung in Deutschland die wachsende Bedeutung von Konsumenten-Empfehlungen: knapp 50 Prozent der deutschen Teilnehmer setzen auf persönliche Erfahrungsberichte oder Weiterempfehlungen von Bekannten. 82 Prozent der Befragten haben bereits einmal eine Kaufentscheidung aufgrund eines persönlichen Erfahrungsberichtes geändert. Damit dienen Verbraucher-Empfehlungen im Netz mittlerweile als ideale Ergänzung zu redaktionellen Testberichten oder -Artikeln, die von 45 Prozent für die Recherche herangezogen werden.

Die Studie zeigt auch, dass die Ciao-Online-Shopper insgesamt eine hohe Affinität zu Werbung haben: Denn jeder Zweite der Befragten ist offen für Werbebotschaften im Netz, die nützliche und aktuelle Informationen für ihre Kaufentscheidung liefern.

„Die Umfrage bestätigt, wie sich das Beratungsszenario im Netz vom „Experte empfiehlt“ hin zum „Verbraucher-berät-Verbraucher“-Modell entwickelt hat.“, sagt Stephan Musikant. „Unabhängige Verbraucherforen spielen also für Online-Shopper eine immer größere Rolle.“

Zu den wichtigsten Ergebnissen zum Kaufverhalten in den unterschiedlichen Produktkategorien in Deutschland zählen:

- 65 Prozent der User bevorzugen in der Kategorie Haus und Familie umweltbewusste Produkte
- 62 Prozent der Ciao-User verreisen mindestens zweimal im Jahr
- Im Entertainment-Bereich gaben 59 Prozent der User an, von Werbung in ihrer Kauf- und Markenentscheidung beeinflusst zu werden
- 55 Prozent der User informieren sich online über den Kauf von Sportartikeln
- 51 Prozent der User kaufen ihre Elektronikartikel bevorzugt im Online-Shop
- Für 51 Prozent der User sind Markenartikel bei Haushaltsgeräten sehr wichtig

[1] Die Ergebnisse wurden in einer öffentlichen Umfrage in den europäischen Shopping Communities von Ciao, in Deutschland auf ciao.de erhoben. Insgesamt nahmen 1400 User an der Befragung teil.
*comScore Media Metrix, Juli 2009 gemessen in Unique Visitors in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Schweden und den Niederlanden

Deike Haase

Hotwire PR

Tel +49 69 25 66 93-31

deike.haase@hotmail.com

Ulrike Piesch

PR Manager

Tel +49 89 25551 796

Fax +49 89 25551 700

ulrikep@microsoft.com

Sonja Mohr

PR & Marketing Manager

Tel +49 89 25551 626

Fax +49 89 25551 700

somohr@microsoft.com

www.ciao-group.com

www.ciao.de

www.socialmedia.ciao.de

www.twitter.com/ciaode

Microsoft Deutschland GmbH
Ciao Commerce Division
Leopoldstr. 236
80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:

Achim Berg (Vorsitzender), Marcel Schneider, Benjamin O. Orndorff, Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438

- 51 Prozent der User planen innerhalb von 12 Monaten den Kauf eines neuen Handys
- 46 Prozent der Ciao-User informieren sich vor dem Autokauf im Internet
- 46 Prozent der User geben im Monat mehr als €100 für Versicherungen aus
- 41 Prozent der User geben mindestens €500 pro Jahr für Computer und Zubehör aus
- 36 Prozent der User geben monatlich mehr als €300 für Lebensmittel aus
- 29 Prozent der User kaufen ihre Kleidung überwiegend in Online-Shops ein
- 28 Prozent der User entwickeln ihre Fotos über Online-Anbieter

Die vollständigen Ergebnisse stehen [online](#) zum Abruf bereit.

Ciao ist auf der Digital Marketing Exhibition and Conference (dmexco) am 23. und 24. September in Köln auf dem Stand: Halle 8, Stand A-069/ B-068 mit Microsoft Advertising.

Über Ciao

Ciao ist Europas führendes Shopping- und Verbraucherportal* und stellt Konsumenten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, den Niederlanden und Schweden in der jeweiligen Landessprache eine der umfangreichsten Einkaufsberatungen im Internet zur Verfügung. Internetsurfer finden zu rund über sieben Millionen Produkte mehr als fünf Millionen unabhängige Produktbewertungen und Erfahrungsberichte in über 20 Top-Kategorien.

Die sieben Ciao-Portale (www.ciao.de, www.ciao.co.uk, www.ciao.fr, www.ciao.it, www.ciao.es, www.ciao-shopping.nl, www.ciao.se) werden von der 1999 gegründeten Ciao GmbH mit Hauptsitz in München betrieben. Weitere regionale Ciao-Standorte befinden sich in London, Timișoara (Rumänien) und Wrocław (Polen). Seit 15. Oktober 2008 ist Ciao ein Microsoft-Unternehmen. Nach der Übernahme durch die Microsoft Corporation im Oktober 2008 verstärkt Ciao als Commerce Division das europäische E-Commerce-Geschäft von Microsoft. Die 1975 gegründete Microsoft Corporation (Nasdaq „MSFT“) ist der weltweit führende Hersteller von Standardsoftware, Services und Lösungen, die Menschen und Unternehmen aller Branchen und Größen helfen, ihr Potenzial voll zu entfalten.

Weitere Informationen sowie digitales Bildmaterial finden Sie im Ciao-Pressebereich unter: <http://www.ciao-group.com> oder <http://socialmedia.ciao.de>

* comScore Media Metrix, Juli 2009 gemessen in Unique Visitors in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Schweden