

Online-Geschäft ist laut Ciao-Umfrage der große Hoffnungsträger für das Weihnachtsgeschäft 2009

Medium Internet wird für Meinungsbildung immer relevanter / Internationaler Branchenvergleich belegt: Unternehmen in Deutschland reagieren wesentlich stärker auf Kundenfeedback im Internet als in Großbritannien

München, 9. November 2009 – Mehr Online-Absatz im Weihnachtsgeschäft 2009 – das erwarten laut einer Umfrage des Shopping- und Verbraucherportals **Ciao** auf der dmexco 2009 mehr als die Hälfte (55 Prozent) der befragten Marketingspezialisten. Entsprechend skeptisch sind die Erwartungen für das Offline-Geschäft: Lediglich sechs Prozent glauben, dass dort in diesem Jahr mit mehr Umsatz zu rechnen ist. Einig ist sich die Branche bezüglich der wachsenden Bedeutung des Online-Mediums für die Meinungsbildung. Gerade im internationalen Vergleich mit Großbritannien belegt die Befragung zudem die Vorreiterrolle der deutschen Unternehmen: Hierzulande wird das direkte Verbraucherfeedback im Internet zunehmend ernst genommen, während die Wahrnehmung im britischen Markt noch deutlich geringer ist. 60 Prozent der befragten Entscheider nutzen inzwischen die Kommunikationskanäle ihrer Zielgruppe und reagieren bewusst auf Kritik.

Mit der Umfrage unter mehr als 100 Entscheidern in Medien, Agenturen und Handel untersuchte **Ciao** zudem die generelle Einstellung zu „User Generated Content“ und dem Einfluss von Verbrauchermeinungen.

Ein Überblick der Kern-Ergebnisse im internationalen Vergleich mit dem britischen Markt**:

- **Steigende Relevanz von „User Generated Content“:** Knapp drei Viertel aller Online-Experten sind davon überzeugt, dass UGC den wirtschaftlichen Absatz ihres Unternehmens unterstützt – und sind entsprechend aktiv.
- **Kundenfeedback vorwiegend in den gleichen Kanälen:** Acht von zehn Befragten, die selbst Kundenfeedback zu ihrem Unternehmen und Produkten einholen, nutzen hierfür konsequenterweise das Internet und bestätigen bereits die positiven Auswirkungen auf den Umsatz. Während mehr als ein Drittel der britischen Branchenexperten Kritiker offline adressieren, wählen diesen Weg in Deutschland nur noch 12 Prozent. 60 Prozent der deutschen Unternehmen antworten bevorzugt direkt im selben Kommunikationskanal.
- **Zunehmend positive Bewertung von Verbraucherberichten im Internet:** Eine klare Mehrheit bewertet die wachsende Beliebtheit von Erfahrungsberichten positiv. Sieben von zehn Umfrageteilnehmern sehen darin einen Mehrwert für die eigene Marke. 88 Prozent sind überzeugt, dass

Deike Haase
Hotwire PR
Tel +49 69 25 66 93-31
deike.haase@hotwirepr.com

Ulrike Piesch
PR Manager
Tel +49 89 25551 796
Fax +49 89 25551 700
ulrikep@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

** Die Umfrage wurde analog im Oktober 2009 auf der E-Commerce Expo in London durchgeführt

auch andere Konsumenten von Verbraucherbewertungen im Internet profitieren.

- **Umgang mit Feedback im Internet in Deutschland offener als in Großbritannien:** Der internationale Vergleich zeigt, dass in Deutschland bereits jedes dritte Unternehmen auf Verbraucherberichte im Netz reagiert, während nur jedes zehnte britische Unternehmen Feedback entsprechend moderiert.

„Die hohen Erwartungen an den Online-Anteil der diesjährigen Weihnachtsumsätze zeigen, wie das Medium Internet weiter an Bedeutung gewinnt. Uns freut natürlich besonders die Tatsache, dass persönliche Empfehlungen unter Konsumenten im Netz immer relevanter werden. Interessant finden wir vor allem, dass der Verbraucher und dessen ehrliches Feedback deutschen Unternehmen deutlich stärker am Herzen zu liegen scheint als britischen“, sagt Stephan Musikant, General Manager Ciao Commerce Division bei Microsoft.

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. Internetautoren finden zu über sieben Millionen Produkten 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). 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>