

Nicht nur am Weltverbrauchertag 15. März: Wie Käufer sich im Internet organisieren

Verbraucherportale im Web schützen vor Fehlkauf

Berlin, 09.03.2009 – Verbraucher haben Rechte, die sie vor Betrug und Abzocke schützen sollen. Daran erinnert am 15. März der Weltverbrauchertag.

Bewertungsportale wie dooyoo ermöglichen Kaufberatung von Verbrauchern für Verbraucher. Sie stärken die Position der Konsumenten und sind, wie Umfragen belegen, eine der wichtigsten Informationsquellen vor dem Kauf.

Wer vor einer Anschaffung steht, der verlässt sich zum einen auf Testberichte renommierter Institutionen und Medien, zum anderen auf Ratschläge anderer Käufer. Freunde und Bekannte genießen besondere Glaubwürdigkeit – doch oft gehen die Meinungen auseinander. Findet Markus die Marke A hervorragend, Claudia aber die Marke B, ist die Ratlosigkeit programmiert. Den Ausschlag bei einer Kaufentscheidung geben immer häufiger Verbraucherportale wie dooyoo: Bei 800.000 dooyoo-Mitgliedern in ganz Europa stehen ausreichend Erfahrungswerte zu fast jedem denkbaren Produkt und sogar zu Dienstleistern, Onlineshops, Urlaubsorten, Freizeitparks und vielen weiteren Dingen des täglichen Lebens zur Verfügung. Verbraucher können sich auf www.dooyoo.de rasch und ohne Kosten oder Verpflichtungen ein Bild machen und ihre Kauf- oder Buchungsentscheidung auf ein solides Fundament stellen.

Zwar ist Web 2.0, das Internet zum Mitmachen, erst in den vergangenen zwei bis drei Jahren überall ins Gespräch gekommen. Doch neu ist es in Wirklichkeit nicht: Bei der Kaufberatung von Verbraucher zu Verbraucher existiert dieser Trend schon seit Jahren. dooyoo ist das beste Beispiel, denn bereits seit 1999 bewerten dort Käufer von Produkten und Kunden von Dienstleistern deren Qualität und bewahren so andere Verbraucher vor bösen Überraschungen. Für viele Menschen ist das Web eine entscheidende Informationsquelle vor Kaufentscheidungen: Laut der jüngsten Allensbacher Computer- und Technikanalyse (ACTA 2008) informieren sich 98 Prozent der rund 40 Millionen Internetnutzer in Deutschland vor einem Kauf über Produkte im Internet. Die Markt-Media-Studie internet facts 2008-III der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) belegt: 84,9 Prozent der aktiven Internetnutzer, das sind 35,47 Millionen Menschen, haben in den vergangenen

Presseinformation

12 Monaten Produkte online gekauft. Eine aktuelle Untersuchung des Münchner Marktforschungsinstituts Conslin AG unter rund 1.000 repräsentativ ausgewählten Verbrauchern belegt zudem, dass Produktbewertungsportale für viele Nutzer sehr wichtig sind und nur 1,5 Prozent bei ihren Kaufentscheidungen ganz auf die Bewertungen durch andere Verbraucher verzichten möchten. Mehr als drei Viertel der Befragten gaben an, sich von online geäußelter Kritik oder negativen Bewertungen vom Kauf bestimmter Produkte oder Marken abbringen zu lassen.

Für die im Web organisierten Verbraucher ist somit jeder Tag im Jahr Weltverbrauchertag. Wenn Produkte Mängel aufweisen, der Onlineshop schneller abbucht, als er liefert, und nicht auf E-Mails reagiert oder der Urlaubsort sich vor allem durch Baulärm und Beton auszeichnet, dann bieten Verbraucherportale jedem Kunden eine Plattform zur Meinungsäußerung. Im Gegenzug motiviert dooyoo seine Mitglieder, auch positive Erfahrungen mit der Community zu teilen: Für jeden geschriebenen Testbericht erhalten Mitglieder dooyooMeilen, für die sie Sachprämien erhalten können – je häufiger der Testbericht gelesen wird und je hilfreicher er für andere Mitglieder ist, desto größer die Meilengutschrift.

Über dooyoo (www.dooyoo.de)

Online-Kaufberatung von Verbrauchern für Verbraucher – dafür steht dooyoo. Die 1999 gegründete dooyoo AG mit Sitz in Berlin ist mit Verbraucherportalen in Deutschland (www.dooyoo.de), Großbritannien (www.dooyoo.co.uk), Italien (www.dooyoo.it), Spanien (www.dooyoo.es) und Frankreich (www.dooyoo.fr) vertreten. Bei dooyoo handelt es sich um eine Social-Shopping-Plattform, die es Konsumenten ermöglicht, Produkte zu bewerten und die Meinungen anderer Verbraucher abzurufen. Bei über zwei Millionen Einträgen zu rund 1,5 Millionen Produkten findet fast jedes Themenfeld Beachtung. Verbraucher berichten aus eigener Erfahrung und gehen ausführlich auf die Vor- und Nachteile der Produkte ein. Zudem stehen den dooyoo-Besuchern mehr als 2000 Partnershops zum Preisvergleich und Einkauf zur Verfügung. Beratung, Service und Shopvermittlung – das ist maximaler Shopping-Komfort – das ist dooyoo. dooyoo ist seit 2008 Teil der französischen LeGuide.Com Group.

Weitere Informationen und Bildmaterial: www.dooyoo.de/presse/

Deborah Abeßer
dooyoo AG

Tel.: 0 30/2 93 95-121
Fax: 0 30/2 93 95-599

presse@dooyoo.com
<http://twitter.com/dooyoo>

Bernhard Jodeleit / Martin Kurth
Sympra GmbH (GPRA)

Tel.: 07 11/9 47 67-0
Fax: 07 11/9 47 67-87

dooyoo@sympra.de
<http://twitter.com/sympra>