

Die dooyooCommunity im Portrait

Gemeinsam einkaufen und engagieren

Berlin – Als Verbraucher ist man immer dankbar für Hinweise, Tipps und Erfahrungen. Das gilt für den täglichen Einkauf und umso mehr für größere Anschaffungen. Auf www.dooyoo.de erhalten Besucher und Mitglieder online alle wichtigen Infos für ihre Kaufentscheidungen. Denn das Verbraucherportal kombiniert Erfahrungsberichte von Anwendern und objektive Produktbeschreibungen mit der Vermittlung von günstigen Anbietern.

Das Konzept bewährt sich mittlerweile schon seit zehn Jahren – nicht nur in Deutschland: Mit seinen Ablegern in England, Spanien, Italien und Frankreich zählt dooyoo zu den erfolgreichsten sogenannten Social-Shopping-Seiten im Internet. Hinter „Social Shopping“ steht die Idee, die Möglichkeiten des Web 2.0 für den Handel im Netz zu nutzen. Weltweit zählt die dooyooCommunity über 800.000 Mitglieder und rund 10 Millionen Besucher jeden Monat. Allein in Deutschland werden jede Woche bis zu 250.000 Testberichte abgerufen. Noch stärker als die Zahl der Mitglieder wächst deren Aktivität: Innerhalb des letzten Jahres (2008) hat sich die Zahl der von Usern verfassten Produktbewertungen (Testberichte und Userkommentare) auf den dooyoo-Webseiten auf über 80.000 pro Monat versechsfacht.

Die Tester nehmen dabei (fast) alles in Augenschein: vom Autoradio über die Espressomaschine und den Kinderwagen bis hin zur Spielekonsole oder Zahnpasta. Daneben werden auch Dienstleistungen (Banken, Versicherungen), Hotels oder Freizeitparks unter die Lupe genommen.

Jede Woche kommen rund 10.000 neue Bewertungen hinzu

Jeder kann sich auf dooyoo kostenlos registrieren und Bewertungen schreiben. Jede Woche kommen so ca. 10.000 neue Bewertungen hinzu. Dabei investieren die Bewerter häufig eine Menge Zeit und Mühe in die Bewertungen. Als Belohnung für das Engagement gibt es dooyooMeilen, die sich in Produkte umtauschen lassen. dooyooMeilen können Mitglieder verdienen, indem sie Testberichte schreiben, Testberichte bewerten, Vorschläge für den Produktkatalog machen und auch dann, wenn

Presseinformation

die Testberichte gelesen werden. Doch für die Mehrzahl der Mitglieder steht die materielle Belohnung gar nicht im Vordergrund. Sie freuen sich über Anerkennung und Lob anderer Mitglieder. Für besonders gute Testberichte werden zusätzlich „Kronen“ vergeben.

Der Community-Gedanke: Verbraucher helfen Verbrauchern

Die Empfehlungen oder Ratschläge anderer Konsumenten sind nach verschiedenen Untersuchungen eine vertrauenswürdige Quelle beim Produktkauf. Sie sind wichtiger als die Website des Herstellers oder der Marke. Verbraucher werden so selbst zu Beratern und informieren mittels selbst verfasster Testberichte andere Interessenten über das Produkt oder die Dienstleistung. Sie berichten subjektiv aus eigener Erfahrung.

dooyoo trägt alle für den Kauf relevanten Kriterien zusammen: technische Informationen des Herstellers, Berichte von Testinstituten, Informationen und Bewertungen anderer Käufer sowie Hinweise von Freunden. Wer den Entscheidungsprozess abgeschlossen hat, kann auf der Plattform auch einen günstigen Anbieter finden. Aktionen zum Beispiel zum Thema Verbraucherschutz und Energiesparen bieten weitere nützliche Informationen.

dooyoo kurz gefasst:

Betreiber: dooyoo AG, Berlin

Gründungsjahr: 1999

Mitgliederzahl: ca. 800.000 in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien

Anzahl Testberichte: ca. 2.000.000

Anzahl Visits: rund 3,7 Mio Unique Visitors / Monat

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/

Presseinformation

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>