

## Verbraucher strafen fehlende Kompetenz ab

- Internet wird vor einem Kauf am häufigsten konsultiert
- Ratschläge aus dem Fernsehen sehen Verbraucher kritisch

*Verbraucher verlassen sich auf die vermittelte Kompetenz*

**Hamburg, den XX Monat 2009 – Bei Geldanlagen, Neuwagen und Versicherungen überlassen deutsche Verbraucher nichts dem Zufall: Rund drei von fünf Kunden kaufen nur dann, wenn sie von der Kompetenz des Anbieters überzeugt sind. Fehlende Kompetenz wird mit Kaufverweigerung abgestraft. Das ist das Ergebnis einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung der Kommunikationsagentur Faktenkontor in Kooperation mit Toluna unter 1.000 Bundesbürgern.**

*Internet wichtigste Informationsquelle*

Jeder dritte Befragte hat wegen mangelnden Vertrauens in die Kompetenz des Anbieters schon mal die Finger von einem Versicherungsangebot gelassen, jeder vierte von einer Geldanlage und jeder fünfte von einem Handyvertrag. Hauptinformationsquelle, um das Unternehmensangebot kritisch unter die Lupe zu nehmen, ist das Internet: 61 Prozent der Verbraucher recherchieren in Online-Produktbewertungen. 59 Prozent vertrauen auf Testberichte unabhängiger Institute und die Hälfte lässt sich von Empfehlungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis leiten. Auch Meinungsforen im Internet (41 Prozent) und Online-Empfehlungen (42 Prozent) spielen bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle. Unternehmen, die ihre Kommunikation gezielt auf diese Kanäle ausrichten und auf ihre Kunden eingehen, haben also die Nase vorn.

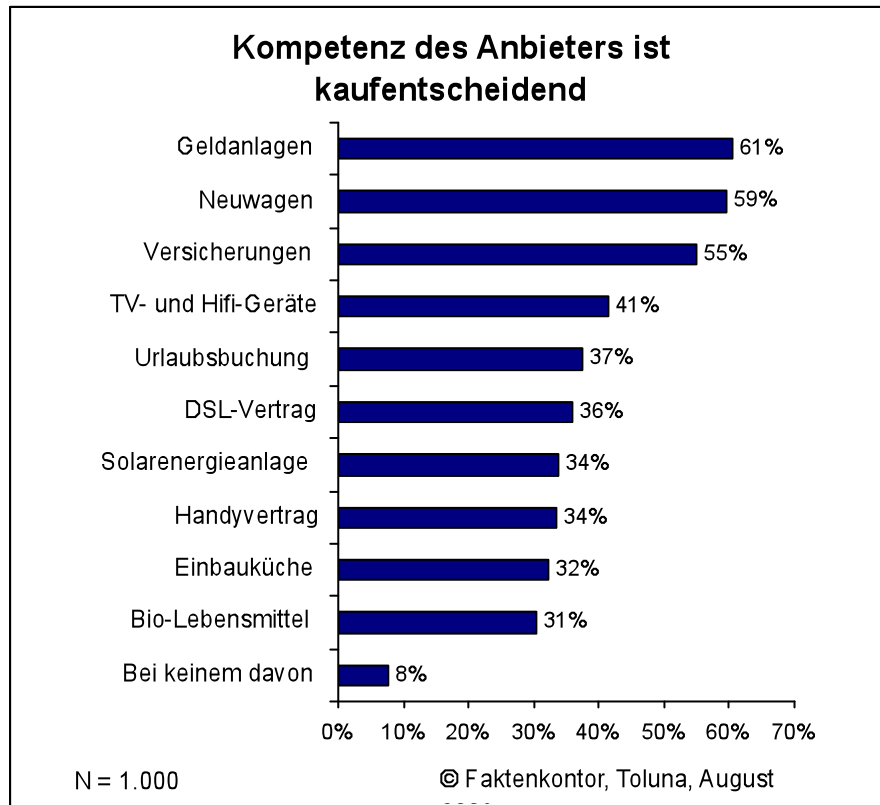
*Fernsehinformationen nicht immer zuverlässig*

In 44 Prozent der Fälle stimmten die gefundenen Informationen mit den Erfahrungen der Käufer überein. Am zuverlässigsten stufen die Befragten Beiträge aus Fachmagazinen und Testberichte unabhängiger Institute ein. Die meisten Fehlinformationen liefert nach den Erfahrungen der Verbraucher das Fernsehen. Gut jeder Zehnte hat bei seiner Kaufentscheidung bereits schlechte Erfahrungen gemacht, wenn er sich auf Informationen aus dem TV verließ.

*Banken und Versicherung haben Nachholbedarf*

Generell angeschlagen wird das Kompetenzansehen im Banken- und Versicherungsbereich bewertet. 46 Prozent der deutschen Verbraucher sehen in der Finanzberatung, 43 Prozent in der Versicherungsberatung Nachholbedarf für Fachwissen und Expertise. Knapp jeder Dritte verlangt in der Beratung von Handy-Verträgen mehr Sachkenntnis.

*Kompetenz-PR  
fruchtet bei  
Verbrauchern*



*Kompetenz besonders bei Investitionen, Autos und Versicherungen  
gefragt.*

*Faktenkontor:  
Spezialagentur für  
Research, Studien  
und Kompetenz-PR*

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird – soweit erforderlich – über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt. Derzeit betreut das Unternehmen mehr als 50 Kunden.

---

Pressekontakt

Faktenkontor GmbH  
Jörg Forthmann  
Tel.: +49 40 22703-7787  
Fax.: +49 40 22703-7961  
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de