



Der Einfluss des Bestätigungsfehlers auf Onlinebewertungen von Dienstleistungen

Management Summary

Für den Erfolg von Unternehmen spielen Meinungen und Beurteilungen von Dienstleistungen eine entscheidende Rolle. Kundinnen und Kunden verlassen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf Online-Bewertungen. Bisherige Untersuchungen haben den Bestätigungsfehler in verschiedenen Kontexten beleuchtet, doch wenig ist bisher darüber bekannt, wie er sich speziell auf Entscheidungsprozesse in Zusammenhang mit der Beurteilung von Dienstleistungen auswirkt.

Ziel dieser Arbeit war der Einfluss des Bestätigungsfehlers in Zusammenhang auf Onlinebewertungen von Dienstleistungen zu untersuchen. Durch ein Vignettenexperiment wurden 96 Personen befragt und den Einfluss des Bestätigungsfehlers untersucht. Das Resultat des Experiments verdeutlicht, dass positive Bewertungen zu einer signifikanten Anhebung der Dienstleistungsbewertung führen, während negative Bewertungen den konträren Einfluss hat.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung unterstreichen die Wichtigkeit dieser Thematik für Dienstleistungsunternehmen und weisen darauf hin, dass das Pflegen von positiven Onlinereputationen einen Einfluss auf die Zufriedenheit von zukünftigen Kunden haben kann.

Autor: Giuseppe Vaiana

Referent: Dr. Christian Müller

