



## Whitepaper

# Content leicht gemacht: Warum Sie auf nutzergenerierte Inhalte setzen sollten!

Regelmäßig Content zu produzieren stellt für viele Unternehmen - vom Konzern bis hin zum Einzelhändler - oftmals eine Mammutaufgabe dar, die einen hohen Kosten- und Zeitaufwand verursacht. In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Sie **mit Kundenbewertungen einfach und kostenlos Content erstellen**, warum nutzergenerierte Inhalte **Ihren Umsatz maßgeblich steigern** können und wie Sie **Kundenbewertungen möglichst effektiv nutzen** können.

AUSGEZEICHNET.org ist seit über 10 Jahren das unabhängige Bewertungsportal für Dienstleister und Händler jeder Branche. Vom neu gegründeten Unternehmen bis zum Weltmarktführer bieten wir unseren Kunden professionelles Bewertungsmanagement, das Vertrauen schafft. Als einer von nur 30 offiziellen Anbietern weltweit verfügen wir über eine direkte Schnittstelle zu Google, um die Anzeige von Ads-relevanten Verkäuferbewertungen zu ermöglichen.

## Mit von Kunden erstellten Inhalten zu hochwertigem Content

Content is King? Diese Frage lässt sich mit einem klaren Ja beantworten.

Der Großteil der Interessenten ist heutzutage online unterwegs und das gleich für mehrere Stunden am Tag. Das ist die Zeit, die Sie als Unternehmen nutzen können, um potentielle Kunden zu überzeugen. Doch um sich von der Konkurrenz abzuheben, ist es entscheidend, regelmäßig hochwertigen Content zu liefern, um inmitten der Fülle an Beiträgen wahrgenommen zu werden. So einfach wie das Ganze klingt, ist es jedoch nicht. Wer regelmäßig Content produziert, kennt die Schwierigkeiten - Kreativitätsblockaden, fehlende Ressourcen oder Zeitmangel.

Eine geniale Lösung bietet user-generated Content (UGC) - Content, der Ihnen direkt vor die Füße gelegt wird. Die Idee dahinter ist recht einfach: Nutzer erstellen Inhalte zu einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung selbst und verbreiten diese im Netz. Das Ergebnis: wenig Aufwand, **mehr Reichweite und eine Menge Authentizität.**



Der auf den Erfahrungen der Kunden basierende Content ist der vertrauenswürdigste Inhalt, den eine Marke erhalten kann. Eine Studie von searchlogistics hat gezeigt, dass UGC für 79 % der Befragten einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidung hat. Kundenbewertungen als nutzergenerierte Inhalte sind der ideale Schlüssel, um das Vertrauen Ihrer potenziellen Kunden zu gewinnen und Ihre Kunden zu Markenbotschaftern zu machen – und das ohne großen Aufwand.

Haben Sie jetzt gerade keine Zeit den Artikel zu Ende zu lesen oder möchten Sie lieber persönlich die Technik zu UGC erklärt bekommen? Kein Problem: [Buchen Sie hier mit uns ein kostenloses Expertengespräch](#) und lassen Sie uns gemeinsam Ihren Content auf das nächste Level bringen.

## Welche Arten von UGC gibt es?

Der Kreativität von user-generated Content sind keine Grenzen gesetzt. Sie existieren in zahlreichen Formaten:

- Texte
- Bilder
- Videos
- Audios

Aber nicht alle diese Formate auf den verschiedenen Plattformen sind einfach für Unternehmen zugänglich und nutzbar. Eventuell macht es Sinn, einzelne Kunden, die z.B. Ihr Produkt getestet haben und Video-Formate erstellen, als Testimonial anzusprechen. Jedoch ist der Zeitaufwand hier relativ hoch. Es gibt ein Format, welches die meisten Unternehmen tagtäglich erhalten, ohne es als möglichen Content wahrzunehmen oder zu nutzen: Kundenbewertungen! Denken Sie mal darüber nach, auf welchen Kanälen Ihr Unternehmen bereits Kundenbewertungen erhält. Es sind vermutlich mehrere.

Das große Potenzial hinter Kundenbewertungen ist die **Repräsentation des Kundenvertrauens** in die gesamte Leistungsbandbreite, anstatt den Fokus auf das einzelne Produkt zu legen, wie bei Bildern oder Videos. Mit den richtigen Tools ist das Sammeln von Bewertungen kinderleicht. Mit unserem Mailing Tool kann man beispielsweise mehrere Kunden gleichzeitig um eine Bewertung bitten. Die Bewertungen werden dann automatisch im Ausgezeichnet-Siegel auf der eigenen Website präsentiert.



## Kundenbewertungen als Content nutzen

Aufgrund gesteigener Verfügbarkeit von Informationen selektieren Konsumenten in ihrer Kaufentscheidung stärker denn je. Kundenbewertungen leisten dabei eine optimale Hilfestellung, indem sie das Produkt bzw. die Dienstleistung erklären, Fragen ausräumen und dadurch die finale Kaufentscheidung beeinflussen. Sie reichen von einer kurzen Rezension bis hin zu langen Erfahrungsberichten. Solch eine Feedback-Kultur schafft nicht nur ein offenes Sprachrohr für Kunden, sondern liefert Unternehmen spannenden Content.

Kundenbewertungen ersetzen teure Interviews und liefern Unternehmen automatisch Informationen von Kunden. Das bietet die Chance, Feedback zu Produkten und Services für die kontinuierliche Optimierung des Unternehmens zu nutzen. Kurz gesagt: eine zeit- und kostensparende Alternative für Feedback.

**Dabei gilt:** Je mehr Feedback ein Unternehmen erhält, desto mehr UGC kann aufbereitet werden.

### UGC auf Website präsentieren

Wussten Sie, dass Kundenbewertungen als vertrauenswürdiger gelten als die Empfehlungen von Freunden und Bekannten?<sup>1</sup> Dies zeigt, wie bedeutsam ein aktives Bewertungsmanagement für Ihr Unternehmen ist.

Kundenmeinungen auf der eigenen Website zu präsentieren schafft Transparenz und vermittelt Besuchern einen vertrauenswürdigen Eindruck. Unternehmen, die im Wettbewerb mit Vertrauen hervorstechen, profitieren von der Neukundengewinnung und somit auch von steigenden Umsätzen. UGC kann die Conversion Rate um bis zu 144 % steigern und zu einem Umsatzplus von 162 % pro Website-Besucher führen.<sup>2</sup>

UGC in Form von Kundenbewertungen eignet sich hervorragend, um das gesamte Unternehmensportfolio inkl. den dazugehörigen Services auf der eigenen Website zu präsentieren. Dabei steht nicht nur das Produkt im Fokus, sondern vor allem die Kundenzufriedenheit, die es Verbrauchern ermöglicht, die angebotenen Produkte und das Serviceversprechen direkt auf einen Blick einzuordnen. Zur Repräsentation des Kundenvertrauens bieten sich Bewertungssiegel ideal an. Dank des

---

<sup>1</sup> Vgl. Bahr 2022

<sup>2</sup> Vgl. Bridge 2022



Bewertungsdurchschnitts können Verbraucher in Sekundenschnelle das Vertrauen in den Shop einschätzen.

Neben einem Siegel mit der Gesamtzahl der Bewertungen und dem Sternedurchschnitt bietet AUSGEZEICHNET.org auch einen "Review-Slider". Dieser zeigt nacheinander die **zehn letzten Kundenbewertungen auf der Website** im dynamischen Bildlauf an, was den Grad an Authentizität der Bewertungen noch um ein Vielfaches steigert.

## Social Media mit UGC

Positive Kundenbewertungen bieten eine perfekte Gelegenheit, diese publik zu machen. Ihre zufriedenen Kundenstimmen sollen gesehen werden und wo eignet sich das besser als auf den eigenen Social-Media-Kanälen? UGC in Form von positiven Kundenbewertungen ist eine hervorragende Möglichkeit, Social-Media-Kanäle mit authentischen Inhalten zu bespielen und gleichzeitig das Vertrauen der Nutzer zu gewinnen.

Dabei können Sie zufriedene Erfahrungsberichte in vielfältigen Formaten verarbeiten, wie z.B. Feed-Posts, spannenden Videos oder auch ausführlichen Artikeln mit echten Kundenerfahrungen. Solche Arten von Inhalten ermöglichen Ihnen, Ihre Social-Media-Präsenz lebendiger zu gestalten, Neukunden zu überzeugen und die Kundenbindung langfristig zu stärken. Gleichzeitig fördert der Kundenaustausch unter Beiträgen das Gemeinschaftsgefühl und erhöht die Verweildauer auf Ihrem Kanal.

**Praxistipp:** Nutzen Sie Vorlagen für Ihre Social Media Posts, in die Sie die Bewertungstexte nur noch einfügen müssen. So gelingt mit etwas Übung die Erstellung von Beiträgen in nur einer Stunde pro Monat.

## SEO-Boost mit UGC

Auch in puncto SEO (Search Engine Optimization) hat UGC einen maßgeblichen Einfluss auf die Performance. Kundenbewertungen liefern Ihnen regelmäßig einzigartigen Content, was positive Impulse sendet. Suchmaschinen stufen diesen UGC als Nutzer-relevant ein, was Ihnen **Rankingvorteile** verschaffen kann.

**Einfach gesagt:** Die eigene Website wird von Google & Co. als "wichtig" bewertet. Ein toller Nebeneffekt ist, dass Text-Content automatisch neue Keywords generiert.



Wichtig für den gewünschten SEO-Boost ist, regelmäßig und aktiv die Meinung von Kunden einzuholen. Dafür unterstützen wir Sie beim Sammeln guter Bewertungen und bieten Ihnen verschiedene Möglichkeiten, um ohne großen Aufwand Bewertungen zu erhalten.

## Werbekampagnen mit UGC

Werbekampagnen sind in Marketingstrategien fest verankerte Bestandteile, gelten jedoch als unglaubwürdiger als nutzergenerierte Inhalte, denn Kunden vertrauen oft den Erfahrungen anderer Kunden mehr als den traditionellen Werbeversprechungen. Unabhängige Käufermeinungen werden von Verbrauchern als authentischer wahrgenommen, da kommerzielle Interessen hier nicht im Vordergrund stehen. So vertrauen 84 % der Verbraucher einer Marketingkampagne eher, wenn sie UGC enthält.<sup>3</sup>

Die Bandbreite von Werbekampagnen mit UGC ist äußerst vielfältig und reicht von einfachen Textausschnitten, in denen Unternehmen kurze, positive Zitate von Kunden einbinden, bis hin zu aufwendigen Testimonial-Videos. Hierbei teilen Kunden ihre eigenen Fotos oder Videos, in denen sie das Produkt nutzen oder ihre Erfahrungen damit zeigen.

Diese Art von Inhalten, die echte Erfahrungen und Geschichten widerspiegeln, fesseln andere Nutzer. Das können Sie zu Ihrem Vorteil nutzen, indem Sie **positive Rezensionen in Ihre Werbekampagnen einbeziehen**. Die Kombination aus beiden Ansätzen kann sich äußerst lukrativ auf die Performance auswirken, das Vertrauen in die Marke stärken und den Umsatz steigern.

Bei Google Ads kann man die eigenen Bewertungen nutzen, um Google Sterne in den Anzeigen zu präsentieren. Wie das geht und welche Vorteile das hat, können Sie im folgendem Whitepaper lesen: [Aus Google Ads Umsatz machen? Dieses Google Asset ist unverzichtbar für Sie!](#)

**Praxistipp:** Sammeln Sie ab heute Bewertungen und integrieren Sie diese z.B. in Ihre nächste E-Mail-Newsletter-Kampagne.

---

<sup>3</sup> Vgl. Bridge 2022



## Kunden gewinnen, kennenlernen und verstehen mit UGC

Sie können Kundenbewertungen nutzen, um Kunden zu gewinnen, diese kennen- und vor allem verstehen zu lernen. Die Kundenmeinung verrät, was gut oder schlecht gelaufen ist, was Kunden vom Unternehmen erwarten oder wie sie zum Produkt stehen. Wenn Sie im Unternehmen eine aktive Feedbackkultur pflegen, können Sie stetig innerbetriebliche Verbesserung bewirken. Dies stärkt die Innovationskraft Ihres Unternehmens, fördert die Effizienz und hebt Sie im Wettbewerb ab.

**Toller Nebeneffekt:** Eine aktive Community ermutigt andere Kunden, sich ebenfalls einzubringen und ihre Erfahrungen zu teilen.

## Content leicht gemacht? Wir unterstützen Sie aktiv dabei!

Abschließend lässt sich sagen, dass user-generated Content einen sehr wertvollen Beitrag für Ihr Unternehmen leisten kann. UGC verleiht Marken Authentizität und Glaubwürdigkeit und sorgt bei aktiver Nutzung für eine enorme Zeitersparnis im Unternehmen. Zeit, in der Sie sich wesentlichen Dingen widmen können, anstatt Content-Suche zu betreiben. Echte Kundenerfahrungen sind eine wertvolle Ressource, die Sie effektiv in Ihre Marketingaktivitäten integrieren können. Voraussetzung dafür ist, dass Sie Ihre Kunden zur Erstellung von Inhalten ermutigen. Mit Hilfe des richtigen Partners an Ihrer Seite ist dies keine Mammutaufgabe - versprochen!

AUSGEZEICHNET.org steht Ihnen als unabhängige Bewertungsplattform zur Seite und hilft Ihnen,

- ... **schnell und unkompliziert** Bewertungen **von echten Kunden** einzuholen
- ... **Zeit und Kosten zu sparen**, um den Fokus auf die wirklich wichtigen Dinge legen zu können
- ... **Authentizität** Ihrer Marke zu kommunizieren
- ... **Kundenbewertungen auf Ihrer Website** zu platzieren, um das Vertrauen in Ihr Unternehmen zu stärken
- ... UGC zu generieren, den Sie effektiv **für Marketingzwecke** nutzen können

Vereinbaren Sie [mit einem Klick Ihr kostenloses Beratungsgespräch](#) und machen Sie Kundenbewertungen zu Ihrem neuen Marketing-Werkzeug.



## Quellenverzeichnis

1. Bahr, Ines (2022): Die Bedeutung von Online-Bewertungen in der Customer Journey. In: Capterra Blog.  
<https://www.capterra.com.de/blog/2728/online-bewertungen-customer-journey>
2. Bridge, Kerry (2022): What is UGC? The complete guide to user-generated content. In: Bazaarvoice Blog.  
<https://www.bazaarvoice.com/blog/the-complete-guide-to-ugc/#h-how-user-generated-content-transforms-your-brand>