

Kundenbewertungen – eine scharfe Waffe

08.10.2018, 15:04 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Content-Werkstatt*

Presseagentur: *Content-Werkstatt*



Kaum ein Tag vergeht, ohne dass in den Medien die Themen Kundenbewertungen, Rezensionen Onlinebewertungen oder gar Fake-Bewertungen aufgegriffen werden.

Um was geht es für den Käufer?

Der Trend geht weg vom stationären Angebot – ob Dienstleister wie Reisebüros oder Immobilienmakler, ob Elektronikhandel oder schicke Klamotte.

Die Mutter der Bewertungskriege war vermutlich das Unternehmen Ebay, welches den Streit um Bewertungen kultiviert und für ihre Zwecke ausgenutzt hat.

Im Zeitalter der Globalisierung kann jedes Produkt von jedem Ort aus angeboten werden. Der Kunde kann oft aus Bequemlichkeit, manchmal aus Unwissenheit gar nicht mehr nachvollziehen, woher sein Produkt überhaupt stammt.

Daher scheinen Bewertungen anderer User oder Konsumenten so wunderbar einfach. Sie befriedigen nicht nur den Herdentrieb, sondern ersparen das lästige eigene Denken. "Wow – dort waren schon 100 zufriedene Verbraucher vor mir? Dieses Angebot kann nur seriös sein."

Leider ist nichts weiter entfernt von der Wahrheit, aber die Lösung der Vertrauensfrage scheint so nahe zu liegen.

Doch wer im Glashaus sitzt, sollte nicht mit Steinen werfen! Wir alle, auch die Informiertesten unter uns, lassen uns von

diesem Sog mitreißen. Kennen wir nicht alle die einfache Formel: Keine Bewertungen – kein Vertrauen – keine Käufer – keine Bewertungen?

Schnell ziehen wir zum nächsten Anbieter – gerade auf Verkaufsplattformen wie Amazon wird es uns schließlich unerhört einfach gemacht.

Um so größer ist natürlich die Empörung und die Aufregung der Öffentlichkeit, wenn wieder einmal vermutet oder sogar bewiesen wird, dass die scheinbaren Kundenbewertungen einfach eine Fälschung sind. Da investiert man tausende von Euros in eine scheinbar luxuriöse Destination und soll selbst auch noch mitdenken? Unzumutbar!

Um was geht es für den Händler oder Dienstleister?

Ohne diese in Schutz nehmen zu wollen, stehen sie heutzutage nahezu auf verlorenem Posten, wenn sie keine Kundenrezensionen vorweisen können.

Ein Circulus Vitiosus beginnt: keine Bewertungen – keine Verkäufe – folglich keine Bewertungen. Gerade für Anfänger und Start-ups kann dieser Teufelskreis existenziell bedrohliche Formen annehmen, genauso wie der break even, der erst einmal erreicht sein will.

Aber damit nicht genug: Die Gesetze des Internets und großer Plattformen erfordern auch ein gewisses Ranking durch möglichst viele Bewertungen. Und wieder beginnt ein erbarmungsloser Kreislauf: keine Bewertung – keine Sichtbarkeit in den Suchergebnissen – keine Sichtbarkeit – keine Verkäufe – keine Bewertungen.

Natürlich gibt es auch Firmen, die diese Anschubinvestition von initiierten oder Gefälligkeitsbewertungen nicht benötigen. Niemand ist gezwungen hier mitzumachen. Andererseits darf man auch nicht vergessen, dass es Kunden und Mitbewerber gibt, die sich die Macht der Bewertungen zunutze machen.

Hier wird nicht wirklich ethisch vorgegangen und auch kriminelle Machenschaften kommen vom Gegenüber: Der Kunde erpresst den Händler oder Dienstleister und droht mit der Abgabe eines negativen Urteils. Der Mitbewerber tätigt einige Käufe bei der Konkurrenz, nur um den Ruf durch die Abgabe anschließender Negativ-Bewertungen zu beschädigen oder gar zu zerstören.

Fazit:

Online-Bewertungen sind ein scharfes Schwert und – wie immer und überall – gibt es zwei Seiten der Medaille. Letztendlich kann man auf beiden Seiten immer nur an den gesunden Menschenverstand plädieren. Verbraucher haben schließlich Rechte – auch außerhalb des ganzen Bewertungszirkusses.

Und Unternehmen sollten sich überlegen, ob sie es sich leisten können und möchten, mit oder ohne initiierte Bewertungen zu arbeiten. Sollten Sie sich in dieser Entscheidungsphase befinden, können Sie gerne unsere Unternehmensberatung in Anspruch nehmen. https://www.content-werkstatt.com/leistungen__trashed/unternehmensberatung/

Portrait

Wir beraten seit Jahren Unternehmen hinsichtlich der Themen Bewertungs- und Reputationsmanagement, organisieren

Testkäufe auf hohem Niveau und sorgen dafür, dass man über Firmen spricht. Wer nicht wirbt, der stirbt - dieses alte Sprichwort hat gerade in Zeiten des Internethandels mehr Aktualität denn je.

News-ID: 1021471 • Views: 492 (Stand: 28.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1021471/Kundenbewertungen-eine-scharfe-Waffe.html>