

Bewertungen im Internet

Umgang mit schlechter Reputation

Das Internet hat zu einer neuen Kommunikationskultur geführt: Anbieter und Kunden kommunizieren öffentlich und auf Augenhöhe. Dies gilt vor allem für Soziale Medien aber auch für Plattformen, auf denen Produkte und Dienstleistungen angeboten werden. Bewertungen stellen für viele Kunden eine Möglichkeit dar, die Professionalität und die Arbeitsweise des Unternehmens für alle sichtbar zu machen.

Der Wert von Bewertungen

Bewertungen gab es schon immer (Mundpropaganda), nur wusste das bewertete Unternehmen nichts davon oder erfuhr es erst später. Durch den Onlinemarkt haben die Kundenbewertungen einen sehr hohen Stellenwert erhalten. Gute Kundenbewertungen können die Umsätze erhöhen und schlechte Bewertungen bremsen sie. In der Hotellerie und im Gastgewerbe haben Bewertungsplattformen ganze Geschäftsmodelle revolutioniert. Kaum jemand bucht heute noch eine Urlaubsreise ohne sich zuvor im Internet erkundigt über die Bewertungen zu haben. [Tripadvisor](#) ist die derzeit führende Plattform. Aber auch [Holidaycheck](#) oder die Buchungsplattformen wie [Trivago](#) oder [booking.com](#) nehmen dabei eine führende Rolle ein.

Motive und Hintergründe

Aus diesem Grund sollten Sie die Bewertungen der Kunden akzeptieren und sich ihnen stellen. Sie können dem Kunden unterschiedliche Möglichkeiten zur Bewertung anbieten und ihre Reputation online verfolgen:

- Meist handelt es sich um so genannte Impulsbewertungen, die den Kunden dazu bewegen, das Produkt oder die Dienstleistung wegen überdurchschnittlicher Zufriedenheit oder großer Enttäuschung zu bewerten.
- Durch eine freundliche E-Mail, mit der Aufforderung den Kauf zu bewerten, bauen Sie Vertrauen und einen persönlichen Kontakt zum Kunden auf und können bei einer negativen Bewertung dazu Stellung nehmen.
- Soziale Netzwerke wie Facebook verfügen über eine direkte Fanseite, bei der Sie die Möglichkeit haben, je nach Einstellung Kommentare oder auch quantitative Bewertungen zuzulassen (Sterncheneinstellungen). Dadurch wird allerdings auch eine große Resonanz erzeugt, die Sie mitbedenken müssen.
- Es existieren auch zahlreiche Blogs, die ihr Unternehmen unter die Lupe nehmen. Mit der Erlaubnis des Bloginhabers können sie bei negativer Reputation direkt dazu Stellung nehmen.
- Bei Bewertungsplattformen, welche meistens Testberichte über ein Produkt beinhalten, haben sie nur geringe Einflussmöglichkeiten zu reagieren. Trotzdem sollten sie diese im Auge behalten.
- Auf Online Marktplätzen wie Ebay oder Amazon wird nicht die Leistung des Shops bewertet, sondern bestimmte Leistungskriterien wie Versandzeit, Produktqualität, Kommunikation und viele mehr. Sie haben die Möglichkeit schlechte Kritiken zu kommentieren.
- Wenn sie ihr Unternehmen professionell jährlich prüfen lassen und ihre Qualitätskriterien diesen Standards anpassen, können sie das E-Commerce Gütezeichen erwerben. Dieses schafft Vertrauen und der Internetombudsmann, als neutrale Streitschlichtungsstelle, sorgt für Kundenzufriedenheit.

Der Kunde und sein Bedürfnis

Seien Sie sich bewusst, dass Kritiken und Fehler eine Chance darstellen, eventuelle Schwachstellen in ihrem Unternehmen oder in den laufenden Prozessen aufzudecken. Bewertungsplattformen übernehmen heute eine Marktforschungs-Funktion, die üblicherweise gegen viel Geld eingekauft werden müsste. Gutes Beschwerdemanagement kann dazu führen, neue Stammkunden zu gewinnen. Den Kunden als „König“ anzuerkennen hilft, Leistungen und Produkte besser zu machen und neue Lösungen herbeizuführen. Den meisten Kunden ist klar, dass Fehler zum Geschäft dazu gehören. Sie wollen oft nur ein klärendes Gespräch, eine kostenlose Rücknahme, oder einen Preisnachlass, um das Problem zu beheben. In vielen Fällen ersetzt die Online Bewertung die persönliche Prüfung und Beratung im Ladengeschäft.

Prüfen Sie, ob Sie etwas ändern können: Negativ bewertete Produkte kann man durch andere Produkte ersetzen und missglückte Dienstleistungen zum Beispiel in der Gastronomie oder Hotellerie wird man verbessern können. Kommunizieren Sie auch, dass Sie etwas an Ihrem Angebot geändert haben! Dem Kunden entgegen zu kommen schätzen andere potenzielle Kunden. Das ist die beste Werbung!

Schlechte Bewertung – was nun?

Wenn Sie zu Unrecht schlecht bewertet werden, bleiben sie immer sachlich und professionell. Für den Erfolg ihres Unternehmens ist es besonders wichtig, auf negative Äußerungen nicht mit Gegenanschuldigen oder dem Rechtsanwalt zu drohen. Dies führt zum Bruch der Kundenbeziehung. Bei extremen Bewertungen oder übler Nachrede kann man rechtlich dagegen vorgehen. Aber natürlich nur, wenn die Behauptung objektiv gesehen nicht den Tatsachen entspricht.

Auch die Konkurrenz weiß um die Macht von Bewertungen und kann versuchen durch schlechte Eintragungen ihre Reputation zu beschädigen. Allerdings werden Sie meistens nicht herausfinden, welcher Konkurrent schlecht bewertet hat. Wenn doch, handelt es sich um unlauteren Wettbewerb, der entsprechend verfolgt werden kann. Viele Plattformen bieten die Möglichkeit solche Einträge löschen zu lassen. Das Löschen von negativen Bewertungen sollte nur in diesem Fall veranlasst werden.

Da Erfahrungsberichte für die Kaufentscheidung sehr wichtig sind, kommt es immer öfter zu gekauften Kundenbewertungen. Auf einschlägigen Dienstleistungsplattformen werden positive Bewertungen schon zum Stückpreis angeboten. Bewertungen fälschen ist Unsinn, ist strafbar und wird schnell durchschaut. Vor allem hilft es nicht, die mangelnden Qualitätsstandards zu verbessern.

Stand: 20.04.2022