

## Trusted Shops Pressemeldung

21.03.17

### Verbraucherrezensionen beim Onlinekauf: So lassen sich vertrauenswürdige Meinungen im Internet erkennen

Köln, 21. März 2017 – Kundenbewertungen sind aus Sicht des Verbrauchers eine wichtige Orientierungshilfe – gerade im E-Commerce. Eine aktuelle Umfrage von Hubert Burda Media ergab, dass rund 82 Prozent der Verbraucher schon mal eine Bewertung im Internet zu ihrem Kauf abgegeben haben. Bei der Kaufentscheidung für ein Produkt spielen Kundenbewertungen eine wichtige Rolle. Ein valides Meinungsbild zur Leistung einzelner Online-Händler erhalten Verbraucher beispielsweise über die Trusted Shops Kundenbewertungen. Sie werden auf der Website zertifizierter Händler angezeigt. Doch wie können Verbraucher erkennen, dass hinter einer Bewertung auch eine echte Meinung steckt oder ob es bloß eine Fake-Bewertung ist? Das erläutert Dr. Carsten Föhlisch, Rechtsexperte bei Trusted Shops.



**Dr. Carsten Föhlisch**, Leiter der Rechtsabteilung von Trusted Shops und Experte für Verbraucherrecht beim Online-Shopping, beantwortet gerne Ihre Fragen und steht Ihnen für ein Interview zur Verfügung.

**Druckfähiges Bildmaterial zum Download:**

[http://www.pressebereich20.de/download/Trusted\\_Shops/Bildmaterial/2016/Potrait\\_TS\\_Dr\\_Carsten\\_Foehlich.jpg](http://www.pressebereich20.de/download/Trusted_Shops/Bildmaterial/2016/Potrait_TS_Dr_Carsten_Foehlich.jpg)

#### 1. Wie erkenne ich, dass Kundenbewertungen echt sind?

**Dr. Carsten Föhlisch:** Es gibt eine Reihe von einfachen Indizien, die schon beim bloßen Betrachten eines Bewertungsprofils auffallen. So ist zum Beispiel ein differenziertes Bewertungsbild glaubwürdiger als makellose Lobeshymnen. Irgendwer hat immer etwas auszusetzen. Deshalb finden sich insbesondere bei einer sehr hohen Anzahl an Bewertungen immer auch kritische Stimmen. Gibt es Antworten des bewerteten Unternehmens zu den Rezensionen, spricht dies ebenfalls für die Echtheit. Es zeigt, dass der Adressat der Bewertungen sich aktiv mit den Anliegen seiner Kunden auseinandersetzt. Und bestenfalls gibt es zu einer Bewertung ein öffentliches Autorenprofil – idealerweise sogar mit Name und Profilbild. Dies erhöht grundsätzlich die Wahrscheinlichkeit, dass sich hinter der Bewertung ein echter Kunde verbirgt.

#### 2. Welche Folgen drohen einem Händler, der Kundenbewertungen manipuliert?

**Dr. Carsten Föhlisch:** Kundenbewertungen zu fälschen oder zu manipulieren verstößt gegen geltendes Recht. Händlern, die Kundenbewertungen manipulieren, können Strafen von mehreren tausend Euro drohen – im Wiederholungsfall sogar im sechsstelligen Bereich. Sollte man als Verbraucher den Eindruck

von Manipulation haben, bieten viele Portale die Möglichkeit, auffällige Kommentare oder Bewertungen zu melden. Denn sowohl Shop- als auch Portalbetreiber sollten ein Interesse an der Bekämpfung gefälschter Bewertungen haben – auch weil sie die Seriosität der eigenen Marke untergraben.

**3. Sind negative Bewertungen zu einem Produkt grundsätzlich ein Signal dafür, dass man es nicht kaufen sollte?**

**Dr. Carsten Föhlisch:** Schlechte Bewertungen eines Produktes bedeuten nicht zwangsläufig, dass ein Produkt nicht in Frage kommt. Zwei negative Bewertungen zum Beispiel, die 100 positiven gegenüber stehen, haben nur wenig Aussagekraft. Darüber hinaus kann es helfen, sich auch die Inhalte genau anzuschauen. Negative Bewertungen sind häufig ausführlicher geschrieben als positive. Und vielleicht gibt es sogar eine Reaktion des Händlers, die eine plausible Erklärung für die schlechte Bewertung aufzeigt.

**4. Was muss man beim Schreiben einer Bewertung beachten?**

**Dr. Carsten Föhlisch:** Eine gute Bewertung sollte alle relevanten Informationen enthalten: Lieferdauer, Qualität der Ware, Kundenservice, auch Reaktionsgeschwindigkeit und Verhalten bei Fragen. Aber auch, wenn eine Bestellung nicht zur Zufriedenheit verlaufen ist, sollten Kunden dies ruhig offen in der Bewertung ansprechen. Jedoch ist die Kritik nur dann für andere Kunden hilfreich, wenn sie sachlich geschrieben ist und konkret begründet wird.

**5. Bewertungen werden ja immer individuell geschrieben oder gibt es ein Muster, nach dem Kunden online bewerten?**

**Dr. Carsten Föhlisch:** Wir haben bei Trusted Shops auf der Basis von Kundenbewertungen eine Hitliste der häufigsten Bewertungstypen erstellt: Der **Anti-Bewerter** beispielsweise steht der Welt eher skeptisch gegenüber und möchte auch andere Nutzer davon überzeugen, dass eine gewisse Portion Skepsis beim Einkauf im Internet angebracht ist. Der **Pragmatische** hingegen vertritt in seinem Leben eine realistische Einstellung und benennt die Sachen so, wie sie sind. Der **Unentschlossene** findet beispielsweise die Produktauswahl klasse, beschwert sich aber gleichzeitig, dass der Shop die bevorzugte Zahlungsart nicht anbietet. Der **Liebevolle** will niemanden beleidigen. Weitere Bewertungstypen unter [www.trustedshops.de](http://www.trustedshops.de).

## Über Trusted Shops

Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce. Das Kölner Unternehmen stellt mit dem Gütesiegel inklusive Käuferschutz, dem Kundenbewertungssystem und dem Abmahnschutz ein „Rundumsicher-Paket“ bereit: Anhand von strengen Einzelkriterien wie Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz überprüft Trusted Shops seine Mitglieder und vergibt sein begehrtes Gütesiegel. Mit dem Käuferschutz, den jeder zertifizierte Online-Shop bietet, sind Verbraucher etwa bei Nichtlieferung von Waren abgesichert. Darüber hinaus sorgt das Kundenbewertungssystem für nachhaltiges Vertrauen bei Händlern und bei Käufern. Das Trusted Shops Projekt „Locatrust“ verhilft lokalen Händlern zu echten Bewertungen ihrer Kunden. Damit bietet Trusted Shops lokalen Händlern die Möglichkeit, mehr Sichtbarkeit für ihr Geschäft und ihr Sortiment im Netz zu schaffen, um den Local Commerce zu stärken. Das Projekt wird im Rahmen des Strukturfonds EFRE (Europäische Fonds für Regionale Entwicklung) von der Europäischen Union gefördert. Weitere Informationen: <http://www.trustedshops.de>

**Pressekontakt:**

**Trusted Shops GmbH**

Mustafa Uçar

Colonus Carré

Subbelrather Str. 15c

50823 Köln

0049 221 – 775 367 531

[mustafa.ucar@trustedshops.de](mailto:mustafa.ucar@trustedshops.de)

**achtung! GmbH**

René Weber

Straßenbahnring 3

20251 Hamburg

0049 40 – 450 210 614

[rene.weber@achtung.de](mailto:rene.weber@achtung.de)