

Kundenbewertungen

Wie Meinungsmogler Kaufentscheidungen beeinflussen

Ob im Kleidergeschäft, Elektronikfachhandel oder Möbelhaus – überall gibt es Ansprechpartnerinnen oder Ansprechpartner, die auf Wunsch tatkräftig bei der Auswahl des richtigen Produkts helfen. Andere überzeugen sich gerne selbst von der Ware, nehmen sie in die Hand und testen das Produkt vor Ort. Im Internet ist das nicht möglich. Beratender Service ist dort Mangelware, also müssen sich Kundinnen und Kunden in Onlineshops auf die Kaufempfehlung anderer Nutzerinnen und Nutzer verlassen. Das magische Stichwort lautet „Kundenbewertungen“. Doch Vorsicht, auch hier wird getrickt und gemogelt. Die Silver-Tipps-Redaktion liefert Antworten zu den Fragen, was hinter den Bewertungssystemen steckt und wie sich gefälschte Bewertungen souverän entlar-

ven lassen.

Weißt du, wie viel Sternlein stehen?

Die meisten Onlineshops haben auf ihrer Website ein Bewertungssystem, um Kundinnen und Kunden den Kauf zu erleichtern. Ähnlich wie bei Hotels oder Restaurants hat sich auch im Internet die Bewertung in Form von Sternen durchgesetzt. Käuferinnen und Käufer können zwischen einem und fünf Sternen vergeben – je mehr Sterne, desto empfehlenswerter ein Produkt. Wer seine Erfahrungen bzw. Zufriedenheit oder Unzufriedenheit im Detail schildern möchte, kann zusätzlich einen öffentlich einsehbaren Kommentar schreiben.

Onlineshops zeigen bei einer Suchanfrage zunächst die Produkte mit hoher Sternen



2 aktiv dabei

anzahl an. Zwar gibt es auch die Möglichkeit, Suchergebnisse nach anderen Kriterien zu sortieren, wie beispielsweise günstiger Preis oder Erscheinungsdatum, doch

standardmäßig ist der Filter „Beste Bewertung“ aktiviert. Kundinnen und Kunden sehen also mit hoher Wahrscheinlichkeit gut bewertete Produkte zuerst, wodurch die Kaufentscheidung indirekt beeinflusst wird. Außerdem verlocken häufig gut bewertete Artikel zum Kauf, denn was kann man bei solch guten Bewertungen schon falsch machen?

Vorsicht, Fälschung!

Genau das ist das Problem, denn Verkäuferinnen und Verkäufer sind sich dieses Sachverhalts durchaus bewusst. Nicht selten kommt es vor, dass sie Bewertungen fälschen, um bei Suchanfragen möglichst weit oben auf der Website zu landen und das Vertrauen der Käuferinnen und Käufer zu gewinnen. Es hat sich regelrecht ein neuer Markt um das Phänomen entwickelt. Sogenannte „Click-Worker“ werden dafür bezahlt, dass sie sich im Onlineshop mehrere falsche Profile anlegen, um die Produkte des Auftraggebers bzw. der Auftraggeberin gut dastehen zu lassen. Unter verschiedenen Namen bewerten sie immer wieder das gleiche Produkt und vergeben viele Sterne.

Die eigentlich sehr sinnvolle Funktion von Bewertungen wird also bewusst missbraucht, um daraus Profit zu schlagen.

Gewusst wie!

Mit ein paar kleinen Tricks lassen sich die Betrügerinnen und Betrüger aber entlarven und das echte Stimmungsbild kommt doch noch ans Licht. Folgende Punkte können auf eine falsche Bewertung hinweisen:

Ausdrucksweise:

Manche gefälschte Texte lassen sich an bestimmten Wörtern identifizieren, die aus der Werbung stammen oder sogar in der Beschreibung des Produkts vorkommen und nicht selten überschwänglich daherkommen: „wunderbar“, „Spitzenpreis“, „einzigartig“ oder „weltbewegend“ sind nur ein paar Beispiele für das Repertoire eines Click-Workers.

Häufigkeit:

Ist das Misstrauen geweckt, kann sich ein Blick auf das Nutzerprofil der Person lohnen. Wie häufig schreibt die Person Bewertungen? Wenn sie in kurz aufeinanderfolgenden Zeiträumen sehr viele Bewertungen abgibt, könnte eine Betrügerin oder ein Betrüger dahinter stecken.

Marken und Produkte:

Neben der Häufigkeit sind auch die bewerteten Produkte bzw. Marken und Händler von Interesse. Schreibt die Kundin oder der Kunde jede Woche eine Bewertung zu Smartphones von ein und derselben Marke? Auch eine Spezialisierung auf eine bestimmte Produktrichtung sollte mit Skepsis bedacht werden.

Kopieren und Einfügen:

Ein schneller Trick, um einen gefälschten Text aufzudecken, ist diesen zu kopieren und in eine Suchmaschine wieder einzufügen. Betrügerinnen und Betrüger wollen schnellstmöglich viele Kommentare zu unterschiedlichen Produkten abgeben. Deshalb werden große, neutrale Textteile einfach kopiert und in einer anderen Anordnung wiederverwertet. Durch die Suche werden auf einen Schlag alle ähnlichen Inhalte angezeigt.

Taktik der Onlineshops

Den Onlineshops geht die Betrugsmasche gegen den Strich. Mit jeder unzufriedenen Kundenreaktion sinkt das Ansehen von Amazon, Ebay und Co. Deshalb ist es

auch für die Anbieter ein wichtiges Anliegen, falsche Bewertungen zu enttarnen und die seriösen als solche zu kennzeichnen. Amazon hat hierfür beispielsweise das Gütesiegel „von Amazon bestätigter Kauf“ eingeführt. Dieses erhalten nur Kommentare und Bewertungen, deren Autorin oder Autor den besagten Artikel auch wirklich gekauft hat.

Doch dies allein ist kein Garant für eine seriöse Rezension. Click-Worker können die Artikel kaufen, eine Bewertung abgeben und das Produkt anschließend wieder stornieren.

Fünf gewinnt!

Der Kampf um gute Bewertungen betrifft inzwischen schon lange nicht mehr ausschließlich Onlineshops. Auch Dienstleister wie Ärzte und Ärztinnen, Hotels oder Restaurants werden fleißig im Internet bewertet. Diese Bewertungen können durchaus Einfluss auf den Erfolg eines Dienstleisters haben, denn je mehr Sterne dieser hat, desto höher ist seine Chance, auf einer der ersten Seiten in der Suchmaschine angezeigt zu werden. Diese Platzierung nennt man auch Ranking. Umgekehrt bedeutet das natürlich auch, dass schlechte Bewertungen zu weniger Aufmerksamkeit führen oder sogar abschrecken können.

Vor allem im Dienstleistungssektor finden sich online vermehrt negative Erfahrungsberichte. Menschen neigen eher dazu, ihre persönliche Meinung zu äußern, wenn sie unzufrieden oder wütend sind, da schlechte Erfahrungen oft haften bleiben. Zufriedene Kundinnen und Kunden sehen dagegen oft keinen Anlass, die Dienstleistung zu bewerten. Außerdem ist nicht auszuschließen, dass auch hier versucht wird, die Konkurrenz schlecht zu reden.

Bei aufmerksamen Lesen können Kundenbewertungen im Internet aber durchaus die Kaufentscheidung erleichtern. Sie zeigen jedoch lediglich Tendenzen auf

und sollten nicht als absolut zuverlässige und repräsentative Meinungen missverstanden werden. Schließlich sind Geschmäcker oftmals verschieden.

Hannah Ballmann



Vita der Autorin:

Hannah Ballmann studierte an der Katholischen Hochschule Mainz Soziale Arbeit und Sozialpädagogik mit dem Schwerpunkt Medienpädagogik. Sie verstärkt das Team des MedienKompetenzNetzwerks Mainz-Rheinhessen und arbeitet als Referentin an verschiedenen medienpädagogischen Projekten mit. Ein Schwerpunkt ihrer Tätigkeit liegt auf den Projekten „Silver Tipps“ und „Silver Surfer“.