



Fälschungen bei Bewertungen – Bekämpfen Online-Portale sie wirksam?



Verbraucher nutzen im Internet eine Vielzahl von Bewertungsportalen zu Produkten, Hotels, Handwerkern oder Ärzten. Die Portale sind bei Verbrauchern beliebt und rund zwei Drittel der Online-Shopper beziehen laut einer Bitkom-Studie Bewertungen bei ihren Kaufentscheidungen mit ein. Eine Untersuchung der Marktwächter zeigt, mit welchem unterschiedlichem Einsatz verschiedene Portale vorgehen, um authentische Bewertungen sicherzustellen.

Die Verbraucherzentrale Bayern erstellte im Rahmen des Projekts Marktwächter Digitale Welt eine Untersuchung zum Umgang von Bewertungsportalen mit Bewertungen. Dazu wurden neun leitfadengestützte Experteninterviews mit Vertretern unterschiedlicher Bewertungsportale geführt.

...❖ GESCHÄFTSMODELLE

Die eigene Positionierung als neutrale Instanz ist notwendig für den Unternehmenserfolg. Zahlende Kunden der Portale sind allerdings die Händler und Geschäftsinhaber. Sie entrichten pro Klick oder Kauf Provisionen und bezahlen für Werbeflächen und kostenpflichtige Zusatzleistungen der Portale. Verbraucher, die Bewertungen schreiben, machen das Portal attraktiv und erhöhen somit dessen Reichweite.

...❖ MOTIVATION ZUR ABGABE VON BEWERTUNGEN

Die Auszeichnung engagierter Nutzer, die Direktansprache der Bewerter oder das Verteilen von Gutscheinen sind beispielhafte Maßnahmen, mit denen Portalbetreiber Verbraucher zur Abgabe von Bewertungen motivieren. Ziel der Portalbetreiber ist die Erhöhung der Reichweite, was wiederum der Kundengewinnung/-bindung für Werbung oder Dienstleistungsmarketing dient.

...❖ UMGANG MIT BEWERTUNGEN UND PERSONAL

Ein internes Qualitätsmanagement mit oft wenigen Mitarbeitern kümmert sich bei den meisten Portalen um den Schutz vor manipulierten Bewertungen. Wie komplex die Aufgaben des Qualitätsmanagements sind, hängt mit den eingesetzten Prüfverfahren zusammen.

...❖ PRÜFVERFAHREN

Die Portale setzen manuelle, automatisierte und/oder nutzerbezogene Prüfverfahren ein, letztere nur bei einem Teil der Befragten. Kern sind in der Regel die manuellen Verfahren, bei denen Mitarbeiter die in anderen Prüfverfahren auffällig gewordenen Bewertungen prüfen. Nicht alle Portale setzen mehrere Prüfverfahren ein.

...❖ DREI TYPEN BEI DER BEKÄMPFUNG GEFÄLSCHTER BEWERTUNGEN

Die Intensität der Prüfung von Bewertungen variiert zwischen den Portalen stark. Aus den Experteninterviews wurden drei Typen abgeleitet:

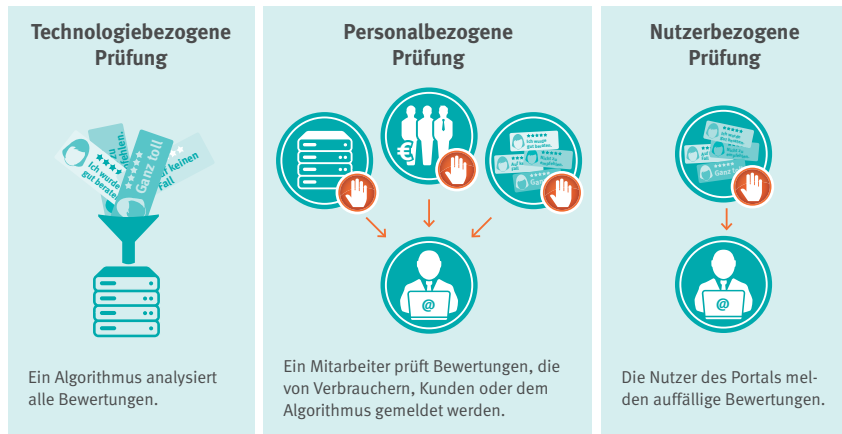
- **Die Gewissenhaften** setzen drei Prüfverfahren ein und bieten damit die zuverlässigsten Bewertungen.
- **Die Ambitionierten** haben zwei Prüfverfahren im Einsatz. Ihr Herzstück ist die manuelle Prüfung. Eine Prüfung erfolgt oftmals auf Initiative des zahlenden Kunden.
- **Die Zurückhaltenden** betreiben ein eher unspezifisches Qualitätsmanagement. Die Portale zielen darauf ab, möglichst viele Bewertungen zu erhalten.

Die Studie zeigt, dass es durchaus Portale gibt, die differenziert mit Bewertungen umgehen und Manipulationen effektiv verhindern. Andere Portale haben massive Defizite beim Einsatz geeigneter Prüfverfahren und stellen die Anzahl der Bewertungen über deren Qualität.

Für Verbraucher ist in der Regel nicht erkennbar, zu welchem der drei Typen ein Portal gehört.

Fälschungen bei Bewertungen – Bekämpfen Online-Portale sie wirksam?

PRÜFVERFAHREN FÜR ONLINE-BEWERTUNGEN



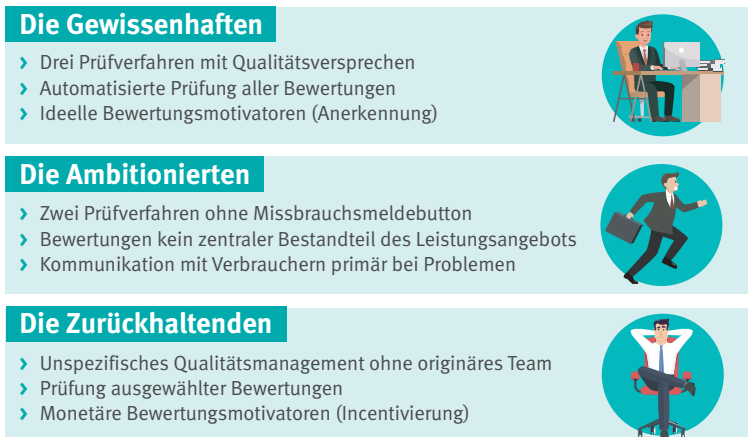
verbraucherzentrale

Methodik: Es wurden neun Experteninterviews mit systematisch ausgewählten Vertretern von Bewertungsportalen zum Umgang mit Bewertungen und zu Methoden zur Erkennung von Manipulation geführt.

Interview wurden je ein shop-integrated und ein regionales Bewertungsportal, je zwei Vertreter von Bewertungsportal-Communities und shopbezogenen Bewertungsportalen sowie drei Bestprice-Bewertungsportale.

Ausführliche Informationen im Bericht „Fälschungen bei Bewertungen – Bekämpfen Online-Portale sie wirksam?“ unter www.marktwaechter.de.

PRÜFGENAUIGKEIT – DREI TYPEN VON BEWERTUNGSPORTALEN



verbraucherzentrale

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Stand: April 2018

verbraucherzentrale

IMPRESSUM:
Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Vorstand Marion Zinkeler
Mozartstr. 9
80336 München

Quelle:
„Fälschungen bei Bewertungen – Bekämpfen Online-Portale sie wirksam?“
Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen im Rahmen des Projekts Marktwächter Digitale Welt, gefördert durch das BMJV