



## **Einschätzung zur Bedeutung von Produktbewertungen**

### **Vom Fachhandel zur Produktbewertung - Die Abwärtsspirale der Beratungsqualität**

Erinnern Sie sich noch an Fachgeschäfte? Das waren Läden, speziell auf ein Produkt oder eine Produktgruppe ausgerichtet, in welchen eine kompetente Beratung vorgehalten worden ist. Je kompetenter die Beratung, umso weitreichender wurde die lokale Bedeutung. HiFi-Studios, Fotofachgeschäfte, Spielzeuggläden, ja zuletzt (Ende des 20ten Jahrhunderts) sogar Computerspiele wurden durch den Einzelhandel in dieser Form vertrieben. Entsprechendes Fachwissen, das muss man annehmen, ist nur nach entsprechender Aus- und Weiterbildung zu erlangen. Nur so kann eine Beratung qualitativ hochwertig erfolgen. Das hat seinen Preis gehabt, doch gerade den Preis wollten die Kunden immer niedriger halten. So entstanden nach und nach Ketten, welche zu bestimmten Produktgruppen Angebote deutschlandweit anboten. Diese Ketten konnten durch günstigere Einkaufskonditionen unschlagbare Angebote erstellen, zudem hatten sie viel bessere Möglichkeiten, Werbung zu betreiben. Prospekte und Beilagen in Tageszeitungen oder einfach nur im Treppenhaus und Werbespots taten ihr übriges. Die Kunden fühlten sich angesprochen durch Begriffe wie „Mega“, „Geiz ist geil“ oder ähnliche Slogans.

### **Welche Folge hatte der Rückgang der Fachgeschäfte für die Beratungsqualität?**

Die Großhändler setzten eher nicht auf Fachwissen, das konnten sie gar nicht, sondern auf Verkaufstalent. Denn ein Verkäufer für Fernsehgeräte musste auch Kaffeemaschinen vertreiben können, denn Urlaub und Krankheit machten Vertretungen erforderlich. Die Sortimente wuchsen überdies ins Gigantische, und zudem wechselten sie in immer höheren Intervallen aufgrund technischer Weiterentwicklungen. Die Folge war, dass Kunden sich oftmals in Fachgeschäften beraten ließen und die Produkte dann wesentlich günstiger in den großen Märkten erwarben.

Die Zeit schritt weiter, und das Internet begann, die großen Märkte zu verdrängen oder zu integrieren. Übrigens eine Chance, auch für kleine Fachgeschäfte, wieder Boden zu gewinnen, denn durch das Web konnte jedes Unternehmen seine Präsenz erhöhen. Man sieht der Website eines Unternehmens nicht an, wie klein oder groß es tatsächlich ist.

Doch dann kam die Zeit der Preisroboter, Suchmaschinen, welche darauf ausgerichtet sind, die günstigsten Preise zu ermitteln. Der Erwerb eines Produktes erfolgt nun in zwei Phasen: Der Informationsrecherche und der Preisrecherche.

Die Informationsrecherche zu einem Produkt kann immer noch in Fachgeschäften erfolgen, davon gibt es allerdings nicht mehr so viele, oder in den Veröffentlichungen von Websites, welche entsprechende Fachzeitschriften analog zu ihren Printmedien herausgeben. Die Stiftung Warentest sei hier genannt. Wenn hier entsprechende Bewertungen von Produkten zu erhalten sind, wird diesen ein hoher Stellenwert beigemessen. So hoch, dass manche Tests inzwischen nur noch kostenpflichtig als Download zu erwerben sind.

Telefon: +49 203 34601 27

E-Mail: [info@internetwacht.de](mailto:info@internetwacht.de)

Website: [www.internetwacht.de](http://www.internetwacht.de)



### **Verlagerung der Beratung ins Internet**

Doch es gibt noch eine andere Möglichkeit, Informationen einzuholen. So werden positiv bewertete Produkte durch die Suchmechanik der Produkshops weiter vorne platziert, die die Kaufwahrscheinlichkeit einfach höher ist, wenn man entsprechende Bewertungen sieht. Als positive Beispiel einer Produktbewertung mögen die Tests der Stiftung Warentests dienen, die es bereits vor dem Internet gab, und die jeweils einen hohen Stellenwert eingenommen hatten und haben. Fachleute analysieren Produkte und vergeben eine Gesamtnote. Diese Art der Bewertung vollziehen etwa Computerzeitschriften zu Programmen und Spielen ebenfalls seit geraumer Zeit, und auch hier sind Fachleute für das Wohl und Wehe der Programme zuständig.

Stellen Sie sich vor, Sie suchen ein Buch, das ein Geschenk sein soll. Sie möchten eine alte Schulfreundin besuchen und ihr beweisen, dass Sie Geschmack wie auch Intellekt besitzen, kurz, dass Sie sich weiterentwickelt haben. Sie betreten den Buchladen und fragen die Verkäuferin, die sich Ihnen als gelernte Bibliothekarin präsentiert, die sich zudem mit Fortbildungen auf dem jeweils neuesten Tand hält. Sie weiß also Literaturreichtungen zu unterscheiden, kennt Autoren bestimmter Epochen und den jeweiligen Zeitgeist. Zudem wird sie durch die Verlagsveröffentlichungen auf dem Laufenden gehalten. Sie sieht, welche Kunden welche Bücher kaufen, und spricht mit dem Einen oder der Anderen über die Inhalte. Sie lebt schließlich von ihrem Fachwissen.

Doch Sie möchten das gar nicht nutzen, Sie gehen lieber an ihr vorbei auf eine Bücherwand zu. Vor Ihnen steht eine knapp 18 Jahre junge Lady mit einem Nasenring und hält Ihnen ein Buch hin. „Das sollten Sie mal lesen, das ist total cool“, sagt die junge Dame und winkt mit dem Einband in Ihre Richtung. „Nicht doch“, tönt es aus der dunklen Ecke, und ein blasser, junger Mann mit schwarzer Kleidung und einem verkehrt herum aufgehängten Kreuz, welches er um den Hals trägt, geht auf Sie zu. „Lesen Sie doch lieber dieses Buch, es ist wie eine Offenbarung“, sagt er. Phantastisch, denken Sie. Nun erhalte ich meine Rezensionen von wirklichen Fachleuten. Sie haben es sicher längst erraten, es geht um die Produktbewertungen. Man findet sie fast jedem Online-Shop, und, geben wir es mal zu, sind die Bewertungen positiv, fühlt man sich einfach besser. So, einen Beamer benötige ich, am besten einen, der auch 3D-Bilder anzeigt. Eine Leinwand habe ich nicht, die Tapete soll ausreichen. Also sehe ich mir mal die Beamer in einem Online-Shop an, und gehe die Bewertungen durch.  
Was sich da wohl findet?

*Diesen Beamer habe ich gekauft, weil das Anschauen von DVDs auf meinem Notebook mit 12 Zoll Bilddiagonale und einem sehr begrenzten Blickwinkel, in dem das Bild OK aussah, immer weniger Spaß machte, vor allem mit drei und mehr Leuten.*

*Ein Bild in der Größe von 800 x 600 Pixel bei diesem Gerät ist für DVDs ausreichend. Wer  
Telefon: +49 203 34601 27  
E-Mail: [info@internetwacht.de](mailto:info@internetwacht.de)  
Website: [www.internetwacht.de](http://www.internetwacht.de)*



*Blueray sehen will, braucht möglicherweise ein teureres Gerät oder kann jedenfalls die hohe Auflösung nicht voll ausschöpfen, vermute ich...*

Tja, das fanden 22 von 22 Kunden hilfreich. Ehrlicherweise muss ich gestehen, dass dort noch mehr stand. Doch glauben Sie, ein Fachhändler hätte Ihnen eine solche Aussage mit auf den mitunter langen Weg zur Produktauswahl gegeben?

Ein weiteres Beispiel:

*Der Projektor ist kein HD- Beamer; man kann ihn mit einem solchen auch nicht vergleichen was Preis, Bild oder Helligkeit/Ausstattung betrifft.*

*Er ist leicht und hell ... und ich meine richtig hell !*

*er hat 2 Modi ... den ECO-Modus und den normalen Modus.*

*Im ECO-Modus ist er zwar etwas dunkler, aber immer noch heller als unser neuer LCD Fernseher (32" und überaus hell)*

*Pro und Contra*

- + *hell*
- + *wirklich hell*
- + *recht günstig*
- + *sehr leicht und kompakt...*

Das fanden dann zwei von drei Kunden hilfreich. Ja, der Beamer ist richtig hell. Oder das Bild, welches das Gerät erzeugt? Wie dem auch sei.

### **Kostenlose Werbung durch selbst erstellte Produktbewertungen?**

Das Ergebnis der Tendenz, immer günstigere Produkte erhalten zu wollen, ist die weitgehende Einsparung von Fachpersonal mit der Folge, dass die Funktion der Fachberatung immer häufiger durch die Kunden in Eigenregie, sprich: durch Bewertungen, übernommen wird. Dennoch sind solche Bewertungen oftmals für den Kauf entscheidend. Das Wissen auch die Hersteller und Vertreiber von Produkten. Was sollte diese daher abhalten, selbst Bewertungen zu verfassen, wie etwa im September den Reiseportalen vorgeworfen? Nicht viel. Bewertungen kosten den Ersteller nichts, außer ein wenig Zeit zum Tippen, und stellen sehr effektive Werbung dar.

Eine Anfrage bei verschiedenen Onlinehändlern durch Internetwacht.de im August 2011 anlässlich vorgefundener Doppelbewertungen (exakt fünf mal die selbe Bewertung eines Buches in verschiedenen Plattformen) zum Umgang mit solchen Bewertungen wurde in der Form beantwortet, falls überhaupt, dass Kunden ja in mehreren Portalen Bewertungen verfassen dürften. Also muss man sich damit befassen, richtige von falschen Bewertungen zu unterscheiden, wenn man diese als Kaufentscheidung verwerten möchte.

Telefon: +49 203 34601 27

E-Mail: [info@internetwacht.de](mailto:info@internetwacht.de)

Website: [www.internetwacht.de](http://www.internetwacht.de)



Indizien für falsche Bewertungen können sein:

- Bewertungen erfolgen alle etwa zur selben Zeit;
- Bewertungen durch Bewerter erfolgen immer für Produkte eines Unternehmens/Verlags etc.;
- Bewerter sind vorher nicht in Erscheinung getreten bzw. haben erst ein- oder zwei Produkte beurteilt;
- Text findet sich auf verschiedenen Plattformen, entweder gar nicht oder nur leicht geändert;
- Bewertungstexte gehen inhaltlich weit über das Ziel hinaus (Beispiel: Das Buch ist so wertvoll, man sollte es an Schulen verwenden...);
- Es finden sich jeweils die selben Schreibfehler.

Da die meisten Portale die sogenannte Freitextmethode zur Bewertung anbieten, finden sich in den Freitexten dann auch sogenannte Keywords, Schlüsselworte, um die Suchmaschinen zu beeinflussen. Die Texte sind dann eher darauf ausgerichtet, Google und Co zu überzeugen, entsprechend oft kommen bestimmte Keywords/Schlüsselworte im Text selbst vor.

### **Und sonst: Eliminierung der Konkurrenz**

Bewertungen können dank des Freitextes auch genutzt werden, gezielt Konkurrenzprodukte zu diffamieren. So können Begriffe wie „Betrug“ oder Reklamation“ im Text verwendet werden, und bei der Suche nach dem Unternehmen tauchen solche Ergebnisse mit hoher Wahrscheinlichkeit in den Suchergebnissen ziemlich oben auf. Das liegt am sogenannten PageRank der Bewertungsportale, der durch die vielen verschiedenen Inhalte, auch genannt unique content, meist relativ hoch ist (neben den Inhalten sind noch etwa 160 weitere Merkmale maßgebend, einen PageRank zu bilden, etwa Anzahl der Links, Qualität der Links, Schreibfehler u.ä., doch über die genaue Zusammensetzung der 160 Merkmale schweigen sich die Suchmaschinenbetreiber aus. Aus gutem Grunde.)

Noch weiter als die Möglichkeit der Produktbewertung gehen die Bewertungsmöglichkeiten zu Unternehmen, etwa in Firmendatenbanken oder Maps-Verzeichnissen. Nahezu jede Adressdatenbank verfügt zwischenzeitlich über die Möglichkeit einer Freitextbeurteilung, um durch die Beurteilungen Besucher zu erhalten (es wird „Traffic“ auf der Website erzeugt), die dann für Umsätze durch Klicks auf werbefinanzierte Angebote sorgen sollen. Grundlage des Datenangebots ist das Telekommunikationsgesetz, welches die Weitergabe solcher Daten an andere Portale nicht nur erlaubt, sondern verpflichtend anführt, wenn das Unternehmen oder die Praxis einen Telefonbucheintrag wünscht.



Sind es dann noch personenbezogene Unternehmen, etwa eine Arztpraxis oder eine Kanzlei, wird aus einer negativen Bewertung eines unzufriedenen Patienten oder Klienten schnell ein existenzgefährdender Rufmord.

Wer jedoch denkt, er sei geschützt und anonym, wenn er eine solche Bewertung erstellt, irrt. Denn die meisten Bewertungsplattformen in Deutscher Sprache unterliegen auch Deutschem Recht. Sonst hätten die Bewertungsportale, vor allem solche mit Produktvertrieb, keine der begehrten .de -Endungen im Domainnamen erhalten können. Eine solche Endung wirkt auf viele Besucher seriöser als etwa .com.

Wenig Spielraum für einen solchen Rufmord bieten die neueren Portale, etwa der AOK-Arztnavigator. Hier ist Freitext gar nicht erst möglich, es werden nur Punkte zu bestimmten Kriterien vergeben und erst veröffentlicht, wenn mindestens zehn verschiedene Bewertungen vorhanden sind.

### **Fazit:**

Produktbewertungen sollten niemals alleinige Grundlage für eine Entscheidung sein, es sei denn, sie sind von Institutionen oder Fachmagazinen verfasst. Ansonsten können sie noch hilfreich sein, wenn es tatsächlich so viele sind, dass ausgeschlossen scheint, sie wären selbst erstellt worden. Das das meist bei Produkten, die ohnehin sehr begehrt sind, der Fall sein dürfte, sind hier jedoch regelmäßig wieder Tests zu finden, die dann vorzuziehen wären.

Selbst sollte man Bewertungen so abfassen, dass man auch dazu stehen könnte, wenn der eigene Name bekannt würde. Man sollte jedoch trotzdem ein Synonym wählen, da sonst aufgrund der Produkte Rückschlüsse zur Person gezogen werden können. Diese können zu Werbezwecken missbraucht werden, oder die Nachbarn können sich ein besseres Bild über Sie machen. Was denkt der Arbeitgeber, wenn Sie gelegentlich Bücher über Diabetes bewerten?