

Den guten Ruf wahren

Gezielt gegen negative Online-Bewertungen vorgehen

Negative Online-Bewertungen schaden dem eigenen Betriebsimage und vergraulen Kunden. Doch ein einfaches Löschen ist bei vielen Portalen nicht möglich. Trotzdem sollten SHK-Handwerker gezielt gegen schlechte Bewertungen vorgehen.

Online-Bewertungen sind heute entscheidend für den eigenen Betriebserfolg: Laut einer Umfrage des Marketingsoftware-Spezialisten Brightlocal von Februar 2023 lesen 98 Prozent aller Kunden Online-Bewertungen zu lokalen Unternehmen. Eine andere Studie von Reviewtrackers aus dem Jahr 2022 zeigt darüber hinaus: Für 94 Prozent der Interessenten waren negative Kritiken bereits der Hauptgrund, ein Unternehmen zu meiden.

Damit ist die Macht von Online-Bewertungen aber noch nicht erschöpft: Auch in Jobbörsen und auf Arbeitgeberbewertungsportalen haben Beurteilungen einen großen Einfluss auf die Arbeitgeberattraktivität. So ergab eine Studie des Trendence-Instituts Anfang 2022, dass Interessenten im Durchschnitt auf eine Bewerbung verzichten, wenn Unternehmen weniger als 2,6 von fünf Bewertungssternen erreichen.

KRITIK ERNST NEHMEN

Die Zahlen zeigen, dass es sich für SHK-Handwerker auszahlt, den eigenen guten Ruf im Internet zu wahren. Ansonsten besteht die Gefahr, dass Kunden, Fachkräfte und Auszubildende langfristig vom eigenen Betrieb abgeschreckt werden. Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist bei Online-Bewertungen natürlich durch das Grundgesetz geschützt – selbst, wenn Betriebsinhaber die Sache ganz anders sehen. Hier ist es empfehlenswert, den Dialog mit kritischen Kunden zu suchen, um gemeinsam eine Lösung zu finden.

Trotzdem gibt es Grenzen, die SHK-Handwerker wahren sollten: Bei Fake-Bewertungen, Drohungen, Beleidigungen oder übler Nachrede sind die Grenzen der freien Meinungsäußerung nicht nur überschritten, diese können sogar strafbar sein. Wenn eine Bewertung gegen Geset-



Bild: Canva

ze oder die Richtlinien des Anbieters verstößt, sollten Betriebe sofort den Plattformbetreiber informieren – zum Beispiel bei Diskriminierung, falschen Tatsachenbehauptungen oder der Veröffentlichung persönlicher Daten. Viele Bewertungsportale haben zu diesem Zweck direkt neben den Kommentaren einen Button zum Melden von unsachgemäßen Bewertungen.

FAKTEN UND BELEGE SAMMELN

Wenn dieser Button fehlt, kann der Betreiber per Mail informiert werden. Dabei sollten Betriebe direkt eine gute Begründung zur geforderten Löschung mitliefern – zum Beispiel, dass Inhalte nachweisbar falsch sind, gar keine Verbindung zu dem Kunden besteht oder dass ein Verstoß gegen geltende Gesetze vorliegt. Überprüfbare Fakten und mitgesendete Belege erhöhen dabei die Chance auf eine Löschung. Anschließend heißt es warten – bis sich der Betreiber mit einer kurzen Stellungnahme meldet. Nicht selten dauert dies mehrere Tage und Wochen. In der Zwischenzeit kann man versuchen, selbst Kontakt zu Negativ-Bewertern aufzunehmen, um eine Änderung oder Löschung der Kritik zu erreichen.

RECHTLICHE SCHRITTE PRÜFEN

Wenn sowohl Plattformbetreiber als auch Bewerter die Löschung einer Rezension ablehnen, weil diese aus ihrer Sicht nicht gegen Richtlinien oder geltendes Recht verstößt, müssen Betriebe abwägen, wie sie weiter vorgehen. Wenn das Ziel die Löschung einer Bewertung ist, gibt es spezialisierte Dienstleister, die den Fall mit anwaltlicher Hilfe prüfen und – sofern Erfolgsaussichten bestehen – gezielte Schritte zur Entfernung der Bewertung

einleiten. Bei einigen Dienstleistern fallen Honorare nur dann an, wenn die Löschung erfolgreich war.

KOSTEN UND RISIKEN BERÜCKSICHTIGEN

Unabhängig davon gibt es für Unternehmen die Möglichkeit, den Autor der negativen Bewertung oder den Betreiber der Plattform zu verklagen, um eine Unterlassungserklärung oder Schadenersatz zu fordern. Dies ist allerdings mit entsprechenden Kosten und Risiken verbunden. Deshalb sollten sich der Handwerksbetrieb vorab von erfahrenen Rechtsspezialisten beraten lassen, um die Erfolgchancen realistisch einzuschätzen.

Dabei gilt es auch zu bedenken, dass einzelne negative Bewertungen nicht unbedingt schlecht sind: Wenn Rezensionen sowohl positive als auch negative Aspekte hervorheben, wirken diese zum Beispiel sehr viel glaubwürdiger als kritiklose Lobhudeleien. Außerdem macht es auf Interessenten Eindruck, wenn Betriebe auf schlechte Kritiken reagieren, eventuelle Fehler eingestehen und Probleme unbürokratisch lösen. Denn genau das zeichnet einen guten Kundenservice aus.

Autor: Thomas Busch