

NEGATIVE BEWERTUNGEN

die **5** größten Fehler und
die **5** besten Reaktionsmöglichkeiten





DIE 5 GRÖSSTEN FEHLER, DIE MAN BEI ERHALT EINER NEGATIVEN BEWERTUNG MACHEN KANN – UND GLEICHZEITIG DIE 5 BESTEN REAKTIONSMÖGLICHKEITEN

Egal, ob Sie Online-Händler, Arzt oder Anwalt sind oder sich anderweitig unternehmerisch betätigen: Ihre Kunden, Patienten, Mandanten, Arbeitnehmer und auch die Konkurrenten reden über Sie!

Die gängigsten Plattformen dafür sind

- **Jameda** für Ärzte
- **anwalt.de** für Anwälte
- **ebay, Amazon und Trusted Shops** für Online-Händler und
- **kununu** für Arbeitgeber.

Aber auch **Yelp, Facebook, Twitter, Google** und **Blogs** werden immer häufiger für Online-Bewertungen genutzt.

Hoffentlich finden Sie dort nur Gutes über Ihr Unternehmen. Dann gibt es dagegen auch sicherlich nichts einzuwenden.

Aber was, wenn Sie auf Bewertungen stoßen, die nicht positiv oder kritisch-konstruktiv berichten, sondern Ihr Unternehmen negativ darstellen? Negative Bewertungen und Kritik sind grundsätzlich schlecht fürs Geschäft, zusätzlich fühlt man sich persönlich angegriffen, so dass Sie wahrscheinlich gerne schnell handeln wollen.

Fest steht, dass sich Unternehmen nicht alles gefallen lassen müssen und jeder Kritik schutzlos ausgeliefert sind. Der Bewertende muss sich vielmehr an gewisse Regeln halten. Eine Bewertung darf keine **unwahren Tatsachenbehauptungen** enthalten. Eine Meinungsäußerung/Wertung darf nicht beleidigen. Unternehmer müssen jedoch – auch überspitzte – **Meinungsäußerungen** und wahre Tatsachen, auch wenn diese rufschädigend sein mögen, hinnehmen.

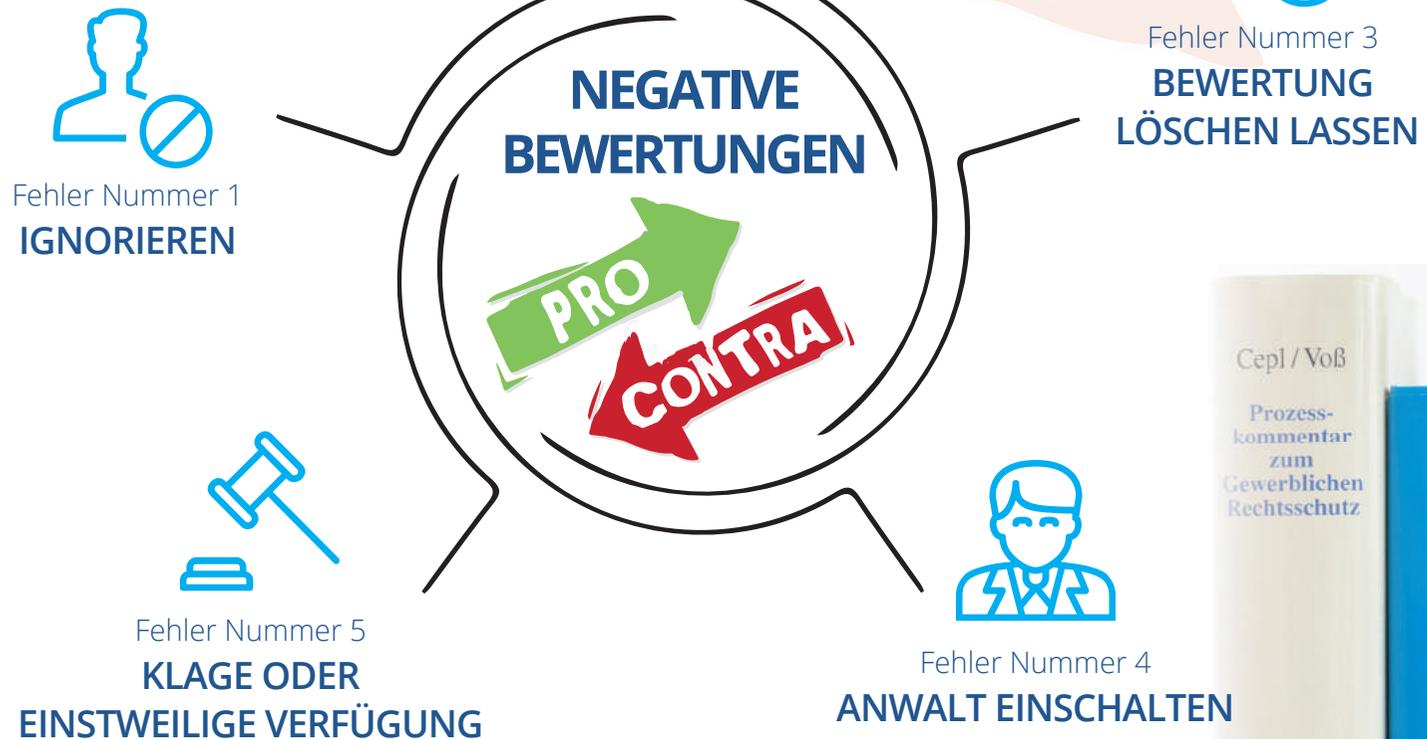
Aber welche Reaktion ist richtig?

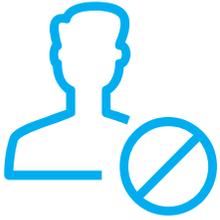
Juristenantwort: “Es kommt drauf an!”

Im Ernst: Es gibt leider tatsächlich wie so oft keine allgemeingültige, richtige Antwort. Jede der fünf Reaktionsmöglichkeiten kann – je nach dem – ein **großer Fehler** oder sogar die **optimale Antwort** auf eine negative Bewertung sein. Im Folgenden erläutern wir Ihnen stichpunktartig Ihre Handlungsmöglichkeiten.

Sie können das negative Feedback **ignorieren, sich rechtfertigen**, Sie können die **Bewertung löschen lassen**, Sie können sogar mit dem **Anwalt bzw. mit gerichtlichen Schritten drohen** oder sogar direkt gerichtliche Schritte in Form einer **Klage** oder einer **einstweiligen Verfügung** einleiten.

Egal, wofür Sie sich entscheiden: Treffen Sie Ihre Entscheidung nicht überstürzt und behalten Sie einen kühlen Kopf!





Fehler Nummer 1 IGNORIEREN

Negatives Feedback im Internet kann man ignorieren. Dies kann jedoch ein großer Fehler sein.



• **Unwahre Behauptungen bleiben unwidersprochen.** Wenn Feedback auch für potentielle Neukunden sichtbar ist, ist es ratsam, klarzustellen, dass die geäußerten Vorwürfe unfair bzw. sogar unwahr sind. Dabei ist jedoch Vorsicht geboten: Kritisieren oder belehren Sie Ihre Kunden nicht; diese fühlen sich dann nicht ernst genommen.

• **Der Kunde verbreitet seinen Unmut an anderen Stellen.** Ein Kunde oder Patient, der auf seine Kritik nicht die seiner Meinung nach gebührende Aufmerksamkeit erhält, kann sich motiviert fühlen, die Kritik an anderer Stelle zu wiederholen oder sich regelrecht auf das Unternehmen "einzuschießen".

• **Schlechter Eindruck bei Neukunden/-patienten.** Die Nichtbeachtung berechtigter öffentlicher Kritik kann bei potentiellen Neukunden einen schlechten Eindruck hinterlassen.



• **Umgekehrt** kann es richtig sein, auf negative Bewertungen zu schweigen.

• **Die Zeit arbeitet für Sie.** Reagieren Sie auf keinen Fall vorschnell. In den meisten Bewertungsportalen "rutscht" negatives Feedback mit der Zeit nach unten. Insbesondere auf Facebook schalten sich zudem manchmal sogar andere Nutzer in die Diskussion ein, die offensichtlich unbegründete Kritik zu Ihren Gunsten zurückweisen.

• **"Trolle" werden nicht gefüttert.** Insbesondere auf Facebook und Google, treiben "Trolle", sprich, Menschen ihr Unwesen, deren Kommentare ausschließlich dazu dienen sollen, andere zu provozieren und Aufmerksamkeit zu erregen. Ihre Antwort darauf bringt meist in der Sache nichts und motiviert den "Troll" nur, weiterzumachen.

• **Kundenmeinung wird nicht aufgewertet.** Ihre Antwort wertet eine ansonsten bedeutungslose und grundlose Kritik manchmal unnötig auf. Sie erhält damit eine Aufmerksamkeit, die man durch Ignorieren vielleicht vermieden hätte. Wenn ein Kommentar sich aufgrund von Inhalt (offensichtlich haltlose Vorwürfe) oder Form (unverschämter Ton) selbst disqualifiziert, brauchen Sie das nicht zu übernehmen.

• **Kein Aufwand, keine Kosten.** Die Nichtbeachtung eines Kommentars spart unnötige Zeit und Kosten, insbesondere dann, wenn es sich um Meinungsäußerungen handelt, denen Sie rechtlich ohnehin nicht beikommen.

"Nicht einmal ignorieren!"



Fehler Nummer 2

RECHTFERTIGEN



Schlechter Service kommt vor. Irren ist menschlich. Manchmal wirkt eine Stellungnahme oder gar Entschuldigung beim Kunden daher Wunder und macht auch bei potentiellen Neukunden einen guten Eindruck. Manchmal bewirkt eine Entschuldigung aber das Gegenteil und trifft den falschen Ton oder wertet eine unberechtigte Kritik nur unnötig auf.

- **Erklärungsversuche sind kontraproduktiv.** Rechtfertigungsversuche gehen oft schief. Wenn Sie zum Beispiel langsame Bearbeitung mit zu vielen Aufträgen erklären, wirkt das schnell unprofessionell. Den Kunden interessiert es grundsätzlich nicht, wie Sie Ihr Geschäft organisieren. Er erwartet perfekten Service, egal wie. Nichts sagen ist daher manchmal besser.
- **Gegenangriffe machen unsympathisch.** Angriffe auf den Kritiker können nach hinten losgehen. Insbesondere Kommentare auf Kritiken, die zuweilen Schreibfehler enthalten mit dem Hinweis, dass man doch zuerst einmal die deutsche Rechtschreibung lernen möge, sind nicht zielführend.
- **Sie füttern den "Troll".** Die oben bereits erwähnten "Trolle" wollen keine aufrichtige Kritik üben, sondern nur Unfrieden stiften. Eine Entschuldigung offenbart eventuelle weitere "Schwachpunkte", die zu zusätzlichem "Trollen" missbraucht werden können.
- **Sie heizen die Diskussion an.** Fragen oder die Animation zu einer erneuten Antwort können Kunden zu weiteren Kommentaren verleiten und schlimmstenfalls zum "Shitstorm" führen.
- **Ihre "Fans" können das viel besser als Sie.** Sie haben zahlreiche treue und zufriedene Kunden, auch wenn diese nicht immer von sich hören lassen. Viele lesen aber (zB auf Facebook) mit und springen Ihnen zur Seite, wenn Bewertungen zu unverschämt und abwegig sind.



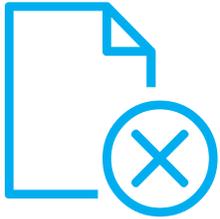
In manchen Situationen ist es **demgegenüber besser**, sich umgehend mit dem Gegner in Verbindung zu setzen.

- **Sie zeigen Empathie.** Enthalten negative Bewertungen schlechte Erfahrungsberichte zum Produkt oder zum Service, sollte man versuchen, sich in die Lage des Kunden hinein zu versetzen und eigene Fehler einzugestehen.
- **Sie zeigen Größe.** Wenn Sie auf eine Kritik eingehen, dann sollten Sie das vorbehaltlos, aufrichtig und ohne Erklärungsversuche tun. Wenn Ihnen das gelingt, ist Ihr Kommentar die beste Werbung.
- **Sie zeigen Hilfsbereitschaft.** Wenn Sie einem Kunden bei einem von Ihnen verursachten Problem helfen wollen, sollten sie den Kontakt möglichst per E-Mail, Telefon oder anderen privaten

Kanälen suchen. Je mehr öffentlich wird, desto mehr Anhaltspunkte finden sich für "Trolle" und andere kritische Kunden.



"Wer sich verteidigt, klagt sich an."



Fehler Nummer 3

BEWERTUNG LÖSCHEN LASSEN

Eine Beseitigung der Bewertung kann klug sein, wenn die Bewertung eindeutig geschäftsschädigend ist und auch eine Stellungnahme nicht helfen würde. Dann muss sie schlicht weg. Aber das ist auch bei negativen Kommentaren nicht zwingend.

Umgekehrt ist ein Gegenangriff jedoch manchmal der bessere Rat.

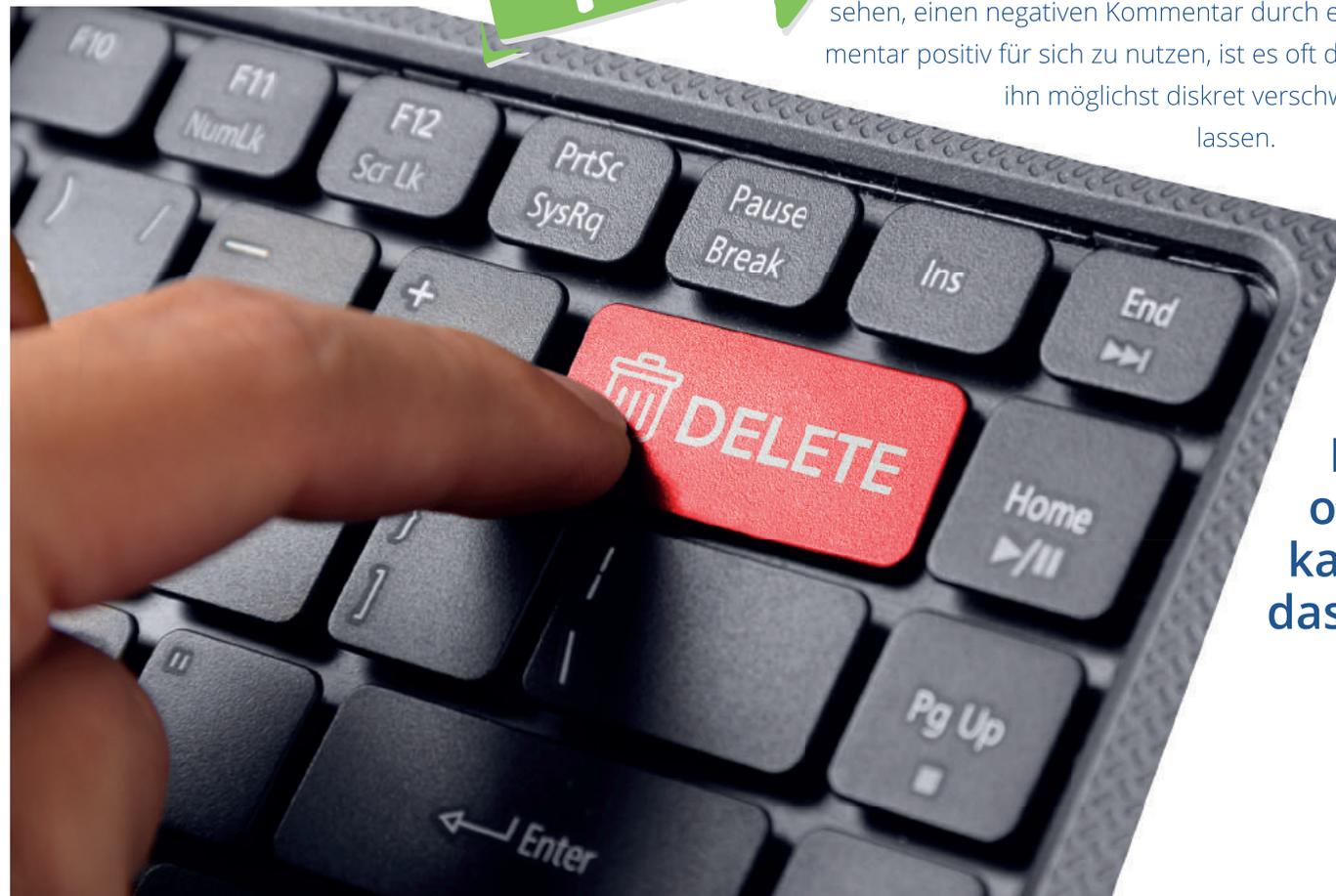
PRO

• **Was weg ist, ist weg.** Wenn Sie keine Möglichkeit sehen, einen negativen Kommentar durch einen Kommentar positiv für sich zu nutzen, ist es oft das beste, ihn möglichst diskret verschwinden zu lassen.

CONTRA

• **Negative Bewertungen machen vertrauenswürdig.** Auch wenn es paradox klingt: Negatives Feedback macht glaubwürdig. Der Leser geht dann davon aus, dass die Bewertungen von "echten" Menschen und mit einer ehrlichen persönlichen Meinung abgegeben werden und misst damit auch den positiven Bewertungen mehr Gewicht bei.

• **Entfernung von Bewertungen macht verdächtig.** Manchmal dokumentieren User ihre Bewertung mit einem Screenshot. Wenn Sie die Bewertung dann löschen, kann es vorkommen, dass der Screenshot an anderer Stelle veröffentlicht und als vermeintlicher „Beweis“ für Manipulationsvorwürfe gegen Sie verwendet wird.



“Ist das Kunst, oder kann das weg?”



Fehler Nummer 4

ANWALT EINSCHALTEN

Als Reaktion auf eine negative Bewertung können Sie einen Anwalt beauftragen, der Ihre Interessen professionell und mit Nachdruck vertritt. Nicht immer ist das die richtige Antwort.



• **Kostenrisiko.**

Die Beauftragung eines Rechtsanwalts kostet erst einmal Geld, das man nicht immer vom Gegner erstattet bekommt. Nämlich zum Beispiel dann nicht, wenn die Rechtsverfolgung nicht erfolgreich ist oder der Gegner kein Geld hat.

• **Trotzreaktion.** Ein Anwaltsbrief verfehlt seine Wirkung meistens nicht. Es kann nach unserer Erfahrung aber vorkommen, dass eine anwaltliche Aufforderung, die Bewertung zu entfernen, eine Trotzreaktion auslöst und der Gegner sich nun "aus Prinzip" weigert, die Bewertung zu entfernen. Dies auch dann, wenn der Hostprovider angeschrieben wird, der den Brief in der Regel zur Stellungnahme weiterleitet.

Die Einschaltung eines Anwalts empfiehlt sich in den folgenden Fällen:



• **Emotionslose Einschätzung.** Die Einschaltung eines Anwalts hat den Vorteil, dass sich damit ein neutraler Dritter den Sachverhalt anschauen und ihn objektiv und professionell beurteilen kann. Die Erfahrung

zeigt, dass der Betroffene meist nicht sicher beurteilen kann, ob Bestandteile einer Bewertung zulässige Meinungsäußerungen oder unzulässige Tatsachenbehauptungen sind.

• **Druckvolles Vorgehen.** Manche Kunden oder Patienten können nur mit anwaltlichem Druck überzeugt werden, ihre Bewertung zu beseitigen.

• **Vorausschauendes Handeln.** Insbesondere dann, wenn Plattformbetreiber oder Hostprovider in Anspruch genommen werden sollen,

ist eine sorgfältige Bearbeitung von Anfang an sehr wichtig. Spätere Gerichtsverfahren scheitern häufig an einer mangelhaften Inkenntnissetzung im außergerichtlichen Verfahren.



“Manchmal ist man sich selbst der beste Anwalt.”



Fehler Nummer 5

EINSTWEILIGE VERFÜGUNG

Gerichtliche Schritte sollten grundsätzlich nur das letzte Mittel (ultima ratio) sein, einen Streit mit einem Kunden beizulegen. Eine schnelle einstweilige Verfügung kann allerdings auch Wunder wirken. **Wichtig zu wissen: Rechtliche Schritte haben nur bei unwahren Tatsachenbehauptungen oder Schmähkritik Aussicht auf Erfolg!**

CONTRA

- **Kostenrisiko.** Mehr noch als bei der Einschaltung eines Anwalts entstehen durch Gerichtsverfahren Kosten, die nicht immer vom Gegner erstattet werden.

- **Dauer.** Eine Hauptsacheklage kann – insbesondere durch alle Instanzen – mehrere Jahre in Anspruch nehmen. Währenddessen sind Sie weiteren Angriffen schutzlos ausgeliefert. Ein Eilverfahren ist daher immer vorzugswürdig, falls der Anspruch noch dringlich ist (Regelfrist ca. 1 Monat).

- **Fehlerquelle.** Prozessuales Vorgehen insbesondere im Wege einer einstweiligen Verfügung ist schwierig und sollte nur von einem spezialisierten Anwalt angegangen werden.

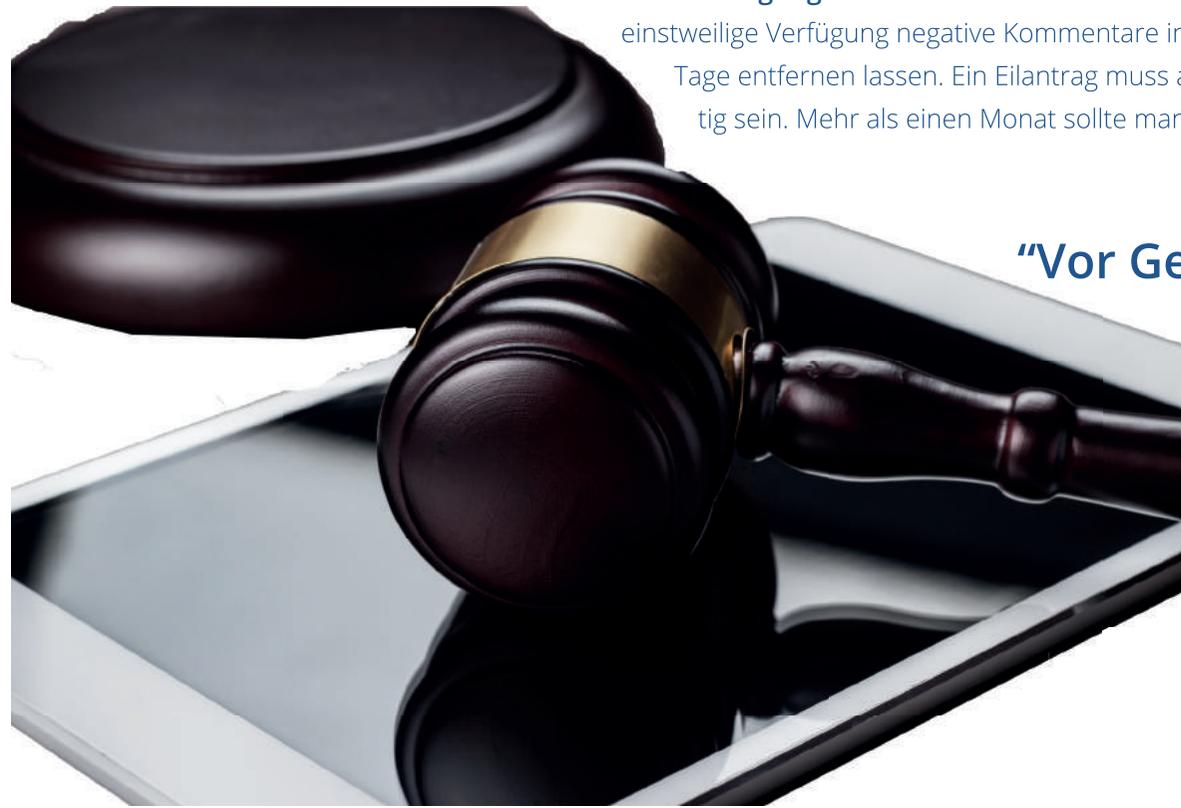
- **Gesichtsverlust.** Wenn eine gerichtliche Maßnahme gegen den Bewertenden schiefeht, bleiben Sie nicht nur auf den Kosten sitzen. Der Kunde erhält sogar noch gewissermaßen eine Bestätigung vom Gericht, dass das, was er über Sie gesagt hat, zulässig war. Denn auch, wenn der Äußernde oft anonym bleibt, leiten Plattformbetreiber oder Hostprovider die Beschwerde in der Regel zur Stellungnahme an den Kunden weiter.

In manchen Fällen

ist die sofortige gerichtliche Inanspruchnahme des "Gegners" das Mittel der Wahl.

PRO

- **Klare Verhältnisse.** Ein Gerichtsverfahren zeigt dem Bewertenden, dass Sie es Ernst meinen. Eine mündliche Verhandlung bietet zudem Gelegenheit zu richterlich moderierten Vergleichsverhandlungen.
- **Endgültige Klärung.** Eine gerichtlicher Titel gilt für 30 Jahre und regelt den Fall damit nachhaltig. Wenn Sie gewinnen trägt der Gegner alle Kosten, auch die Ihres Anwalts.
- **Schnelle Beseitigung.** Sie können insbesondere mit einem Antrag auf einstweilige Verfügung negative Kommentare innerhalb weniger Tage entfernen lassen. Ein Eilantrag muss aber auch eilbedürftig sein. Mehr als einen Monat sollte man damit nie warten.



“Vor Gericht und auf hoher See ist man in Gottes Hand.”



Wie reagieren Sie denn nun richtig auf eine negative Bewertung?

“Es kommt darauf an!”

Wie unsere Aufstellung zeigt, sind die Reaktionsmöglichkeiten auf negatives Feedback vielfältig. Was in einer bestimmten Situation richtig ist, ist in einer anderen Situation das völlig Falsche.

Auch wenn unsere Stichpunkte eine eingehende Rechtsberatung nicht ersetzen, hoffen wir, dass wir Ihnen einen hilfreichen ersten Einblick in die möglichen Reaktionsmöglichkeiten verschaffen konnten. Holen Sie sich in jedem Fall die Hilfe eines Experten. Das muss nicht unbedingt ein Anwalt, sondern kann auch ein erfahrener PR-Berater sein.

Was die rechtlichen Schritte angeht: Wir gehören zu den deutschlandweit führenden Kanzleien, die zum Schutz einer Marke, eines Unternehmens, eines Produktes oder einer Idee aufgerufen werden können.

Negative Bewertungen beseitigen?

Wir helfen Ihnen.



LHR

TOP

WIRTSCHAFTS-
KANZLEI

2017

**MARKEN-
RECHT**

FOCUS

DEUTSCHLANDS
GROSSE
KANZLEIENLISTE

IN KOOPERATION MIT

statista 

TOP

WIRTSCHAFTS-
KANZLEI

2017

**MEDIEN UND
PRESSE**

FOCUS

DEUTSCHLANDS
GROSSE
KANZLEIENLISTE

IN KOOPERATION MIT

statista 

Impressum

Rechtsanwälte Lampmann,
Haberkamp & Rosenbaum
Partnerschaft

Partnerschaftsregister Amtsgericht
Essen, Nr. PR 1861

USt-IDNr.: DE237233654

vertreten durch die Gesellschafter:

Arno Lampmann, Niklas Haberkamm
und Birgit Rosenbaum

Stadtwaldgürtel 81-83
50935 Köln

Kontakt

Telefon: 0221 / 2716733-0
Telefax: 0221 / 2716733-33
E-Mail: info@lhr-law.de
Internet: www.lhr-law.de

LHR – Zweifach ausgezeichnet als
Top-Wirtschaftskanzlei 2017.
FOCUS-SPEZIAL Deutschlands
Top-Anwälte.