

Eigenlob stinkt

Wie realistisch sind Kundenbewertungen im Web?

Kundenkommentare im Internet sind hilfreich - aber auch anfällig für Manipulationen. Zu wissen, was andere über ein Produkt, eine Dienstleistung und oder einen Arbeitgeber denken, kann bei Kauf- oder Bewerbungsentscheidungen den Ausschlag geben. Von positiven Erfahrungen kann man profitieren, negative können zur Suche nach Alternativen motivieren, ebenso wie fehlende Feedbacks. Dabei ist nicht nur der Inhalt der sogenannten Kundenrezensionen im Internet aussagekräftig, manchmal geben einem die Feedbacker an sich die nötige Sicherheit. Schließlich kann man über viele dieser registrierten User eine Menge erfahren. Und wer andere schlecht macht, um sich oder seine Produkte zu loben, dessen Feedback scheint nicht viel wert.

Wenn Microsoft-Chef Steve Ballmer im Zuge einer D8-Konferenz¹ schreibt, dass jemand versucht habe auf dem Apple iPad Notizen zu machen, dann war das bestenfalls lustig. „Das Meeting kam nicht wirklich schnell voran“. Diese Kritik könnte durchaus nützlich sein, denn sie ermöglicht eine Bewertung ex negativo², d.h. wenn jemand, den ich nicht mag, etwas nicht gut findet, könnte ich es gut finden.

Das Online-Kommentare mit Vorsicht zu genießen sind, ist bekannt. In welchem Ausmaß dieses System beeinflusst werden kann, allerdings weniger. Im Internet-Shoppingportal der Deutschen Telekom hat das Unternehmen hunderte fingierte Bewertungen einstellen lassen, berichtete der Spiegel. Die Telekom sprach von einem übereifrigen



Dienstleister -man habe die Kommentare umgehend gelöscht.

Die Agentur Textprovider hatte ihre Autoren instruiert, daß realistische und auch negative Kritiken gewünscht seien. Es sollte eine lebhaftere und realistische Diskussion vortäuschen. Das der Entwickler des Berliner Tablet-Computers WebTab sein eigenes Produkt unter falschem Namen in Kundenrezensionen gelobt hat, mutet dagegen fast harmlos an. Dabei hatte der verantwortliche WebTab-Geschäftsführer mit nur zwei sehr guten Bewertungen das Ziel erreicht, wofür die Agentur Textprovider hunderte benötigte. Seit dem Bekanntwerden des Eigenlobs von WebTab gibt es eine lebhaftere und „echte“ Diskussion im Web zwischen Befürwortern und enttäuschten Frühkäufern. Konfuzius pflegte zu sagen: „Wenn Du weißt, dass Du einen Fehler begangen hast und ihn nicht verbesserst, dann war dies wirklich ein Fehler“. Fraglich ist, ob er damit auch die heutigen Debatten im Internet gemeint hatte.

Trotz allem sind sich die Fachleute sicher: Der Markt, also in den hier angesprochenen Fällen, die Stimme des Konsumenten wird alles regulieren und den Konfidenzintervall³ klein halten. Die Guten werden besser und die Schlechten werden verschwinden. Hoch lebe das Web 2.0!

1: Jährlich stattfindende Konferenz des Wall Street Journals

2: Die Phrase ex negativo (von lat. ex = aus, heraus und negatum = das Verneinte) wird gewöhnlich zur Kennzeichnung einer bestimmten Art von Definition verwendet. Bei einer Definition ex negativo wird angegeben, was ein Begriff nicht ist oder was er ausschließt.

3: Das Konfidenzintervall (auch Vertrauensbereich oder Mutungsintervall genannt) ist ein Begriff aus der mathematischen Statistik.

Anzeige

TENOVIS
Direct

Ihr Spezialist für Bürotechnik

Alles aus einer Hand

- Headsets & Zubehör
- Konferenzsysteme
- Telefone & Zubehör
- Bürobedarf von A-Z

NEUER Testgeräte-Shop

KOSTENLOS anfordern
und ausgiebig
TESTEN!

**14 Tage
kostenlos**

www.direct.de | Beratung unter: 0800 - 34 73 287