

Amazon zieht gegen gefälschte Produktbewertungen ins Feld

✘ Leider sind professionelle Verkäufer positiver Produktbewertungen immer noch ein Ärgernis und Schaden der ganzen Branche. Amazon möchte diesem Treiben endlich einen Riegel vorschieben und geht nun gerichtlich gegen Anbieter vor.

Durch gefälschte Produktbewertungen kann man immer noch gutes Geld verdienen. Es hat sich sogar seit einigen Jahren eine kleine Agenturszene entwickelt, die gegen gutes Geld Produkte in Online-Shops und auf Marktplätzen positiv bewerten, ohne diese Produkte jemals in den Händen gehabt zu haben. Amazon ist für gefälschte Produktbewertungen anfällig, da in dem shop-eigenen Bewertungssystem auch Produkte beurteilt werden können, ohne sie vorab gekauft zu haben.

Aus diesem Grund knüpfen sowohl Online-Shops als auch einige Anbieter von Bewertungssystemen die Abgabe einer Produktbewertung auch an eine Bestellung. Beim Musikhaus Thomann.de kann der Nutzer nur solche Produkte bewerten, die in seiner Kaufhistorie auftauchen. Diese kann er über den Login-Bereich des Shops einsehen.



Auch Trusted Shops setzt auf die Kombination Bestellung/Bewertung. In Kürze stellt das Unternehmen ein eigenes Produktbewertungsmodul zur Verfügung. Interessenten können sich noch für den Beta-Test anmelden. Einfach eine formlose Mail an productfeedback@trustedshops.de.

Auftraggeber solcher gekauften Produkturteile sind sehr oft Marktplatzhändler und Hersteller, die sich dadurch einen Vorteil erhoffen. Amazon hat nun in den USA den Anbieter solcher Fake-Bewertungen, Jay Gentile, vor dem King County Superior Court im Bundesstaat Washington verklagt. Gentile betreibt Webseiten wie BuyAmazonReviews.com, BayReviews.Net und BuyReviewsnow.Com.

Kommentar: Auf ein Wort...



Ein Schaden für die ganze Branche

Es ist ja gut und richtig, dass Amazon sich entschließt gegen Anbieter von Fake-Bewertungen vorzugehen. Die selbst ernannten Marketing-Spezialisten, schaden der Branche und tragen durch ihr Produktportfolio dazu bei, dass in den Medien immer wieder vor falschen Produktbewertungen gewarnt wird.

Aber die Frage muss erlaubt sein: Warum erst jetzt? Die Problematik ist doch seit einigen Jahren in der Branche allgemein bekannt. Und bedeutet dies im Umkehrschluss nicht auch: Amazon hat Betrug am Kunden über Jahre hinweg geduldet.

Und genau darum geht es: Um die Duldung. Es ja nicht nur Amazon, auch wenn das Unternehmen als Marktführer im Online-Handel eine Leuchtturm-Stellung einnimmt. Dass auch innerhalb des E-Commerce in Deutschland eine öffentliche Achtung solcher Methoden bislang eher verhalten als offensiv erfolgt, wundert nicht, wenn Fachmedien den Betrug am Kunden als „Unsitte“ verharmlosen.