



Ob Hotel, Restaurant, oder Bar – Onlinebewertungen sind mit Vorsicht zu genießen. © Rosa Drieschner für DIE ZEIT (verw. Foto: Getty Images)

Post vom "Bewertungsbeseitiger"

Vor dem Kauf kurz die negativen Kommentare checken?
Das lohnt sich kaum noch. Was vor allem daran liegt,
dass "Löschkönig" & Co sie massenweise beseitigen.

Von Christoph Koch

Aus der ZEIT Nr. 53/2025 10. Dezember 2025 ⓘ

▶ 12 Min.



Zusammenfassen



Inhalt ▼

Auf einer Seite lesen

Eine Weile klang alles sehr gut: Onlinebewertungen versprachen die tausend kleinen und großen Entscheidungen des Lebens einfacher zu machen. Was taugt dieses Hotel, jener Arbeitgeber? Lohnt sich ein Besuch im Restaurant am Urlaubsort? Die Lektüre des neuen Bestsellers?

Bewertungen von einem bis fünf Sternen plus ein paar erklärende Sätze halfen oft. Die Weisheit der Masse.

Doch je mehr Business sich ins Netz verlagerte, desto größer wurde der Einfluss von digitalen Bewertungen auf ganz reale Umsätze. Sterne sind eben Geld. Bei Restaurants kann beispielsweise ein zusätzlicher Stern bei der Bewertungsplattform Yelp den Umsatz um fünf bis neun Prozent steigen lassen, zeigte eine Studie der Harvard Business School. Und schon der britische Ökonom Charles Goodheart wusste: Sobald eine Messgröße zu einem Ziel wird, ist sie als Maßstab untauglich.

Genau das könnte nun auch den Bewertungen drohen. Je relevanter sie finanziell werden, desto weniger sagen sie aus.

In der Frühphase der Bewertungsökonomie ging es Unternehmen vor allem darum, möglichst positive Bewertungen zu bekommen. Lob musste her: Freunde und Familie gaben gefällige Bewertungen ab. Halbseidene Firmen boten 5-Sterne-Rezensionen gegen Geld. Das verstieß zwar fast immer gegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen der jeweiligen Plattform, flog aber so gut wie nie auf. Es gibt mehrere wissenschaftliche Schätzungen dazu, wie groß der Anteil gefälschter Onlinebewertungen

heute ist. Demzufolge erreicht er bis zu 25 Prozent.

Neuerdings setzen Unternehmen auch am unteren Ende der Sterne-Skala an: "Wenn sich ein Restaurant, ein Arzt oder ein Fitnessstudio zu Unrecht kritisiert sieht, kann es bei der jeweiligen Plattform fordern, dass diese die Rezension löscht", sagt Björn Steinrötter, Professor für IT- und Medienrecht an der Universität Potsdam. "Die Plattform ist dann verpflichtet, dem nachzugehen und die Beanstandung an die bewertende Person zur Stellungnahme weiterzuleiten. Meldet diese sich nicht oder kann nicht gut dagegenhalten, verschwindet die Rezension." Wer im Netz gut dastehen will, muss also nur gegen alle Bewertungen von weniger als vier Sternen vorgehen – schon steigt der Durchschnittswert.



Dieser Artikel stammt aus der ZEIT Nr. 53/2025.
Hier können Sie die gesamte Ausgabe lesen.

[Ausgabe entdecken >](#)

Beanstandet werden kann vieles: Wer seine 1-Stern-Bewertung mit Beleidigungen garniert, Namen des Personals nennt oder falsche

Tatsachenbehauptungen aufstellt ("Der Laden gehört der Mafia"), muss sich nicht wundern, wenn sie verschwindet. "Es wird nicht immer fair und angemessen kritisiert", sagt Steinrötter. "Manche Bewertenden sind so wütend, dass sie es übertreiben. In solchen Fällen ist es gut, Mechanismen zu haben, die das korrigieren können."

Oft sind es aber auch die bewerteten Firmen, die es übertreiben. Ein beliebter Trick: Sie behaupten, der Bewertende sei nie Kunde gewesen. In solchen Fällen fordert die Plattform in der Regel einen Nachweis – aber wer hat Wochen oder Monate später noch die Quittung vom Café oder Nagelstudio parat?

Newsletter

Endlich Montag

Wie wollen wir arbeiten? Was tun, wenn demnächst Millionen Fachkräfte fehlen? Und sind jüngere Menschen wirklich so faul, wie manche ältere behaupten? Wir beantworten in unserem Newsletter wichtige Fragen zur Arbeitswelt.



Ein anderer beliebter Weg: zu behaupten, eine schlechte Bewertung stelle eine "Verleumdung" dar. Gerade in Deutschland ist diese Masche beliebt.

Eine Transparenzdatenbank der EU zeigt, dass allein bei Google Maps in den vergangenen sechs Monaten 1.378.518 Löschanträge wegen "Verleumdung" gestellt wurden. Aus Deutschland stammten 1.378.120 davon – also 99,97 Prozent. "Eine Bewertung zu löschen, ist am Ende immer ein Abwägen zwischen der Meinungsfreiheit des Bewertenden und dem Persönlichkeitsrecht des bewerteten Menschen, beispielsweise eines Arztes, oder dem Recht der freien Berufsausübung des bewerteten Unternehmens", sagt Steinrötter. "Deutschland gewichtet das Persönlichkeitsrecht sehr hoch. Es gibt sogar ein Unternehmenspersönlichkeitsrecht. In vielen anderen Ländern wird oft der Meinungsfreiheit der Vorzug gegeben."

Für Anwaltskanzleien hat sich das Löschenlassen zu einem einträglichen Geschäft entwickelt. Das merkt man auch daran, dass sich einige schon danach benannt haben. Da gibt es den "Löschkönig" und den

"Bewertungsbeseitiger". Eine Kanzlei agiert unter dein-ruf.de, eine andere unter bewertungs-abwehr.de. Eine Kanzlei mit dem Namen SterneAdvo wirbt gar mit einem "Rufmord-Schutzbrief".

Onlinebewertungen

Mehr zum Thema

Z+ Restaurants

Nach den Sternen greifen

Z+ Google-Rezensionen

Die am schlechtesten bewerteten Läden Deutschlands

Die Firma Goldstar Marketing mit Sitz in Zypern bietet sogar gleich beides an: Lobhudeleien bestellen, Kritik löschen lassen. Deren Gründer Norbert Weber sieht darin auch gar kein Problem. Zufriedene Kunden würden nichts posten, unzufriedene dagegen in ihrer Kritik übertreiben, sagt er auf Nachfrage: "Da muss sich was ändern, und da muss jemand

sein, der auf der Seite der Unternehmer steht, um das Ganze wieder geradezurücken."

Besonders lukrativ für die Bewertungsfeuerwehr: Firmen können bei einigen Plattformen mehrfach gegen dieselbe Bewertung vorgehen, auch wenn diese in einem ersten Verfahren für zulässig erklärt wurde. Eine Betroffene berichtete gegenüber dem Fernsehsender SWR, ihre Kritik an einem Handwerkerbetrieb sei zuerst gelöscht worden. Da sie Google eine Quittung vorlegen konnte, wurde ihre Bewertung zwar wieder online gestellt. Mittlerweile sei diese aber bereits über zehnmal beanstandet worden. Ein möglicher Grund: Oft übernehmen Rechtsschutzversicherungen die Rechnung fürs Löschenlassen.

Seite 1/2

[Auf einer Seite lesen](#)

Nächste Seite

 Kommentieren  Teilen  Link kopieren

Google

Filesharing

Internet

Online-Dienst

Unternehmen

Restaurant

Kommentare



Was denken Sie?