

Das Online-Gemecker

Händler sollen auf schlechte Bewertung antworten

Google als Scharfrichter: Dass der Internet-Dienstleister eine Plattform bietet, um anonym über Händler herzuziehen, schmeckt Bäckermeister Gustav Eisinger gar nicht. Der Vorsitzende der Biberacher Werbegemeinschaft rät den Gewerbetreibenden, auf unfaire Online-Bewertungen zu reagieren.



VON ULI LANDTHALER
redaktion.bc@wbrv.de

BIBERACH – Bei der Stichprobe herrscht Frieden auf der Bewertungsseite. Die „tollen Backwaren“ und „netten Verkäuferinnen“ werden gelobt, die letzten 10 Teilnehmer der Google-Bewertung von Eisingers Bäckerei haben im Schnitt 3,9 von 5 möglichen Sternen vergeben.

Es war aber auch schon anders.



Gustav Eisinger (Mitte) und seine Vorstandskollegen von der Biberacher Werbegemeinschaft Friedrich Kolesch (links) und Günter Warth beraten die Händler auch in Sachen Internet-Auftritt und Online-Handel. FOTO: ULI LANDTHALER

Bei der Mitgliederversammlung der Biberacher Werbegemeinschaft zitierte deren Vorsitzender Gustav Eisinger aus dem Giftschränk seiner Google-Bewertungen. „Nicht zu empfehlen“ und „Frechheit, dass sich so etwas überhaupt Bäckerei nennen darf“, ätzten anony-

me Bewerter, die sich hinter Pseudonymen wie „King Käse“ oder Ch W“ versteckten. Dazu die Beschreibungen „Igit“ und „Sauladen“. Als Begründung gab es den Hinweis, dass „die Produkte alle schmecken wie vom Vorvortag“.

Fortsetzung auf Seite 2

Mehr Parkplätze

Fortsetzung von Seite 1

Eisinger rät den Händlern, ihre Google-Bewertungen zu lesen und darauf zu reagieren. „Machen kann man nichts dagegen“. Aber sich zur Wehr setzen. Man darf als Inhaber immerhin die Bewertungen beantworten. Und das sollte man tun – und zwar sachlich und höflich. Eisinger fragt immer zurück, was den Leuten genau nicht gefallen habe und nennt seine Mailadresse. „Es kam aber noch nie eine Antwort“.

Aber die anderen Besucher der Bewertungsseite wissen so, dass er die Bewertungen ernst nimmt. Und für Lob bedankt er sich auch („Wir freuen uns, dass Sie ihren Aufenthalt genossen haben“). Interessant: Wer positive oder konstruktive Bewertungen abgibt, schreibt auch seinen Namen dazu. Nur die Meckerer bleiben oft anonym.

Wenn es zu drastisch wird und Beleidigungen verwendet werde, beantragt Eisinger bei Google das Löschen des Eintrags. Das kann man als Inhaber machen. „Nach drei Monaten“ würden dann die beleidigenden Beiträge von Google entfernt. Oder auch nicht. „Das entscheidet Google selber. Eine Begründung gibt es keine“.

Thema Online-Handel

Weil das Thema Online-Handel alle bewegt, macht die Werbegemeinschaft am 20. März ein Seminar für interessierte Händler. Ansonsten gab es auch viel Positives bei der Versammlung.

In Biberach gibt es kaum Laden-Leerstände und durch die Vergrößerung des Parkhauses Ulmer Tor in absehbarer Zeit 200 Parkplätze mehr.

Die Samstags-Öffnung der Geschäfte bis 18 Uhr bringe den Händlern was, und die Kunden und Mitarbeiter kommen jetzt besser mit dem Bus voran: Die Stadtwerke haben ihr Angebot ausgeweitet, der Bus fährt jetzt auch am Samstag Nachmittag – zumindest in der Stadt, leider nicht im Umland. Nicht nur dort sei das Auto weiterhin das Verkehrsmittel Nr. 1. Die Parkplatzsituation am Bahnhof müsse besser werden, forderte Friedrich Kolesch vom Vorstand der Werbegemeinschaft. „Wir brauchen aber auch mehr Fahrrad-Abstellplätze.“

Lange Einkaufsnacht

Das Jahresprogramm der Werbegemeinschaft bietet die bewährten Attraktionen. Am 16. März ist wieder Biberacher Musiknacht, vom 17. bis 24. März die Frühlingsblumenaktion auf dem Wochenmarkt und am 5. Mai der Musikfrühling.

Und bereits am 23. März steht die Lange Einkaufsnacht an. Die Geschäfte haben bis 23 Uhr geöffnet, die Fassaden der Geschäfte werden mit Lichtprojektionen illuminiert. Vorstandsmitglied Günter Warth riet den Händlern, mitzumachen. Die Kosten für die Lichtprojektionen seien gering, „und die anderen Städte beneiden uns darum und versuchen, es uns nachzumachen“.