

DIN ISO 20488

ICS 03.080.30; 35.240.95

Einsprüche bis 2018-10-17

Entwurf

**Onlinekundenbewertungen –
Grundsätze und Anforderungen für die Erhebung, Moderation und
Veröffentlichung (ISO/DIS 20488:2018);
Text Deutsch und Englisch**

Online consumer reviews –

Principles and requirements for their collection, moderation and publication
(ISO/DIS 20488:2018);

Text in German and English

Avis en ligne de consommateurs –

Principes et exigences portant sur les processus de collecte, modération et publication des
avis (ISO/DIS 20488:2018);

Texte en allemand et anglais

Anwendungswarnvermerk

Dieser Norm-Entwurf mit Erscheinungsdatum 2018-08-17 wird der Öffentlichkeit zur Prüfung und
Stellungnahme vorgelegt.

Weil die beabsichtigte Norm von der vorliegenden Fassung abweichen kann, ist die Anwendung dieses Entwurfs
besonders zu vereinbaren.

Stellungnahmen werden erbeten

- vorzugsweise online im Norm-Entwurfs-Portal von DIN unter www.din.de/go/entwuerfe bzw. für Norm-Entwürfe der DKE auch im Norm-Entwurfs-Portal der DKE unter www.entwuerfe.normenbibliothek.de, sofern dort wiedergegeben;
- oder als Datei per E-Mail an nadl@din.de möglichst in Form einer Tabelle. Die Vorlage dieser Tabelle kann im Internet unter www.din.de/go/stellungnahmen-norm-entwuerfe oder für Stellungnahmen zu Norm-Entwürfen der DKE unter www.dke.de/stellungnahme abgerufen werden;
- oder in Papierform an den DIN-Normenausschuss Dienstleistungen (NADL), 10772 Berlin, Burggrafenstr. 6, 10787 Berlin.

Die Empfänger dieses Norm-Entwurfs werden gebeten, mit ihren Kommentaren jegliche relevanten
Patentrechte, die sie kennen, mitzuteilen und unterstützende Dokumentationen zur Verfügung zu stellen.

Gesamtumfang 59 Seiten

DIN-Normenausschuss Dienstleistungen (NADL)

Inhalt

	Seite
Nationales Vorwort.....	4
Nationaler Anhang NA (informativ) Literaturhinweise	5
Vorwort	6
Einleitung	7
1 Anwendungsbereich.....	9
2 Normative Verweisungen	9
3 Begriffe	9
4 Leitprinzipien und Verpflichtung der Organisation	11
4.1 Leitprinzipien	11
4.2 Verpflichtung der Organisation	12
4.2.1 Kultur	12
4.2.2 Regelwerke	12
4.2.3 Bestimmungen und Bedingungen	12
4.3 Fortlaufende Verbesserung	13
4.4 Kommunikationskanäle	14
4.4.1 Allgemeines	14
4.4.2 Spezifischer Kontaktkanal für Anbieter.....	14
4.4.3 Bereitstellen von Rückmeldungen für Anbieter	14
4.5 Ressourcenkapazität.....	14
5 Der Erfassungsprozess	15
5.1 Allgemeines	15
5.2 Verantwortlichkeiten der Beteiligten.....	15
5.2.1 Bewertungsverfasser	15
5.2.2 Bewertungsadministrator.....	15
5.3 Verbraucherbewertungselemente.....	16
5.4 Angeforderte Verbraucherbewertungen.....	17
5.4.1 Allgemeines	17
5.4.2 Aufforderung.....	17
5.4.3 Datum der Aufforderung zur Bewertung.....	17
5.4.4 Mehrere Verbraucher	18
5.4.5 Verwendung der Verbraucherdatenbank	18
5.4.6 Ende der Aufforderung zur Bewertung.....	18
5.5 Nicht angeforderte Verbraucherbewertungen.....	18
5.5.1 Kontrolle der Identität des Bewertungsverfassers.....	18
5.5.2 Verifizierung der Verbrauchererfahrung.....	19
5.6 Minimierung von voreingenommenen und wissentlich falschen Bewertungen.....	19
5.6.1 Kauf von Bewertungen	19
5.6.2 Bewertungen, die im Gegenzug für eine Belohnung angefordert werden	19
5.6.3 Zuverlässigkeit des Erfassungsprozesses.....	20
5.7 Bewertungsfragebogen/-erfassungsformular	20
5.7.1 Allgemeines	20
5.7.2 Struktur des Fragebogens/Erfassungsformulars	20
5.7.3 Endwertung für das Produkt oder die Dienstleistung	20
6 Moderationsprozess	21

6.1	Allgemeines	21
6.2	Bedingungen	21
6.3	Mitarbeiter, die Verbraucherbewertung moderieren	22
6.3.1	Rolle der Mitarbeiter	22
6.3.2	Kompetenzen und Ressourcen der Mitarbeiter	22
6.4	Moderationseigenschaften	22
6.5	Analyse von Bewertungsinhalten	23
6.5.1	Durchführen der Analyse	23
6.5.2	Ergebnisse der Analyse	23
6.5.3	Automatisierte Moderation	23
6.5.4	Manuelle Moderation	24
6.5.5	Zeitbeschränkung für die Moderation von Verbraucherbewertungen	24
6.6	Ablehnung einer Verbraucherbewertung	24
6.7	Entfernung von Bewertungen	24
6.7.1	Durch den Bewertungsverfasser	24
6.7.2	Durch den Bewertungsadministrator	25
6.7.3	Informieren des Bewertungsverfassers	25
6.8	Bearbeitung der Bewertungsinhalte	25
6.9	Bewertung des Moderationsprozesses	26
6.9.1	Fortlaufende Verbesserung des Moderationsprozesses	26
6.9.2	Stichprobennahme	26
6.9.3	Testbewertungen	26
6.9.4	Befragung von Bewertungsverfassern	26
6.9.5	Entfernung von nicht konformen Bewertungen	26
7	Veröffentlichungsprozess	27
7.1	Allgemeines	27
7.1.1	Erwägungen für den Bewertungsadministrator	27
7.1.2	Genauigkeit der Bewertung	27
7.1.3	Standarddarstellung	27
7.1.4	Datum der Bewertungsabgabe und Verbrauchererfahrung	28
7.1.5	Profilinformationen	28
7.2	Gesamtwertungen	28
7.3	Zeitbeschränkungen für Wertungen	29
7.4	Sicherstellung der Transparenz des Veröffentlichungsprozesses für Bewertungen	29
7.5	Bedingungen und Verfahren	29
7.6	Veröffentlichungszeit	29
7.7	Kennzeichnung einer Bewertung mit unerlaubten oder unangemessenen Inhalten	29
7.7.1	Zugriff auf die Kennzeichnungsfunktion	29
7.7.2	Manuelle Moderation einer gekennzeichneten Bewertung	30
7.8	Recht der bewerteten Anbieter auf eine Antwort	30
7.8.1	Allgemeines	30
7.8.2	Moderation der Antwort des Anbieters	30
7.8.3	Veröffentlichung der Antwort des Anbieters	30
7.9	Kriterien für die Entfernung von Bewertungen nach der Veröffentlichung	31
7.9.1	Allgemeines	31
7.9.2	Aufforderung zur Entfernung vom Bewertungsverfasser	31
7.9.3	Zeitbeschränkungen in Bezug auf die Entfernung	31
7.9.4	Aufbewahrung von Aufzeichnungen	31
7.10	Verlust des Rechts der Abgabe von Bewertungen	31
7.11	Wissentlich falsche Bewertungen	32
7.12	Veröffentlichung von Bewertungen von anderen Bewertungsportalen	32
	Literaturhinweise	33

Nationales Vorwort

Dieses Dokument (ISO/DIS 20488:2018) wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 290 „Online reputation“ erarbeitet, dessen Sekretariat von AFNOR (Frankreich) gehalten wird.

Das zuständige deutsche Normungsgremium ist der Arbeitsausschuss NA 159-01-24 AA „Online reputation“ im DIN-Normenausschuss Dienstleistungen (NADL).

Um Zweifelsfälle in der Übersetzung auszuschließen, ist die englische Originalfassung beigelegt. Die Nutzungsbedingungen für den deutschen Text des Norm-Entwurfes gelten gleichermaßen auch für den englischen Text.

Für die in diesem Dokument zitierten internationalen Dokumente wird im Folgenden auf die entsprechenden deutschen Dokumente hingewiesen:

ISO/IEC 27001 siehe DIN EN ISO/IEC 27001

Nationaler Anhang NA
(informativ)

Literaturhinweise

DIN EN ISO/IEC 27001, *Informationstechnik — Sicherheitsverfahren — Informationssicherheitsmanagementsysteme — Anforderungen (ISO/IEC 27001:2013 einschließlich Cor 1:2014 und Cor 2:2015)*

Vorwort

ISO (die Internationale Organisation für Normung) ist eine weltweite Vereinigung nationaler Normungsorganisationen (ISO-Mitgliedsorganisationen). Die Erstellung von Internationalen Normen wird üblicherweise von Technischen Komitees von ISO durchgeführt. Jede Mitgliedsorganisation, die Interesse an einem Thema hat, für welches ein Technisches Komitee gegründet wurde, hat das Recht, in diesem Komitee vertreten zu sein. Internationale staatliche und nichtstaatliche Organisationen, die in engem Kontakt mit ISO stehen, nehmen ebenfalls an der Arbeit teil. ISO arbeitet bei allen elektrotechnischen Themen eng mit der Internationalen Elektrotechnischen Kommission (IEC) zusammen.

Die Verfahren, die bei der Entwicklung dieses Dokuments angewendet wurden und die für die weitere Pflege vorgesehen sind, werden in den ISO/IEC-Direktiven, Teil 1 beschrieben. Es sollten insbesondere die unterschiedlichen Annahmekriterien für die verschiedenen ISO-Dokumentenarten beachtet werden. Dieses Dokument wurde in Übereinstimmung mit den Gestaltungsregeln der ISO/IEC-Direktiven, Teil 2 erarbeitet (siehe www.iso.org/directives).

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Elemente dieses Dokuments Patentrechte berühren können. ISO und IEC sind nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren. Details zu allen während der Entwicklung des Dokuments identifizierten Patentrechten finden sich in der Einleitung und/oder in der ISO-Liste der erhaltenen Patenterklärungen (siehe www.iso.org/patents).

Jeder in diesem Dokument verwendete Handelsname dient nur zur Unterrichtung der Anwender und bedeutet keine Anerkennung.

Eine Erläuterung zum freiwilligen Charakter von Normen, der Bedeutung ISO-spezifischer Begriffe und Ausdrücke in Bezug auf Konformitätsbewertungen sowie Informationen darüber, wie ISO die Grundsätze der Welthandelsorganisation (WTO) hinsichtlich technischer Handelshemmnisse (TBT) berücksichtigt, enthält der folgende Link: www.iso.org/iso/foreword.html.

Dieses Dokument wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 290, *Online reputation* erarbeitet.

Einleitung

Online-Bewertungsportale bieten Verbrauchern die Möglichkeit, über ihre Erfahrungen bei der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu berichten und so anderen Verbrauchern, die in Betracht ziehen könnten, diese zu erwerben oder zu nutzen, Empfehlungen zu bieten und den Anbietern, die die Produkte und Dienstleistungen bereitstellen, nützliche Informationen bereitzustellen.

Eine erhebliche Anzahl an Verbrauchergeschäften und -interaktionen findet heutzutage über das Internet statt und Millionen von Verbrauchern lesen und schreiben jährlich Online-Bewertungen. Das schnelle Wachstum von Verbraucherbewertungsportalen, auf denen unzählige Produkte (z. B. Bekleidung, Elektrogeräte, Spielzeuge, Autos) und Dienstleistungen (z. B. Restaurants, Hotels, Handwerker, Klempner, Elektriker, Anwälte) abgedeckt werden, hat das Potenzial, den Verbrauchern eine gewisse Macht zu geben und Verbesserungen in der Industrie voranzutreiben, indem ein dynamischere Möglichkeit zum Austausch von Informationen geboten wird. Anbieter haben nicht nur Bedarf an Verbraucherbewertungen, sondern die Verbraucher geben ihnen auch direkte Rückmeldungen und sprechen miteinander.

Bewertungsportale können Vorteile für die Verbraucher bringen, da sie die Recherche nach Produkten und Dienstleistungen vereinfachen und solche identifizieren, die in Bezug auf Funktion, Preis, Qualität und Preis-Leistungsverhältnis für den Verbraucher am geeignetsten sind. Sie ermöglichen den Verbrauchern das Austauschen von Informationen über ihre Erfahrungen und bieten Empfehlungen und Meinungen von Tausenden anderer Nutzer. Online-Bewertungen können zudem eine wertvolle Ressource für die Anbieter darstellen, die ihnen dabei hilft, die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden besser zu erfüllen. Verbraucher mit persönlichen Erfahrungen bei der Verwendung ihres Produkts oder ihrer Dienstleistung können ihnen dabei helfen, Bereiche zu identifizieren, in denen Verbesserungen nötig sind, die zu qualitativ hochwertigeren Produkten, besseren Systemen, Verfahren und Kundendiensten führen. Intelligente Anbieter verstehen, dass eine proaktive Ermutigung von Nutzerbewertungen und eine schnelle und positive Antwort auf Bewertungen dabei helfen können, die Kunden zu binden und neue dazuzugewinnen.

Da Online-Bewertungen immer mehr Einfluss auf die Kaufentscheidungen von Verbrauchern haben, ist es sowohl für Verbraucher als auch Anbieter entscheidend, dass die Websites effektiv verwaltet werden, um die Qualität, Integrität, Genauigkeit und Transparenz der Bewertungen sicherzustellen. Sowohl von Seiten der Verbraucher als auch Anbieter gibt es Berichte über gewisse Probleme mit Online-Bewertungen. Diese Probleme können beabsichtigt oder unbeabsichtigt sein, können aber in jedem Fall zu einem Verlust des Vertrauens in den Online-Bewertungsprozess führen. Zu diesen Problemen gehören unter anderem:

- falsche positive Bewertungen, die vom Anbieter selbst verfasst wurden und die Verbraucher in die Irre führen sollen;
- falsche negative Bewertungen, die von einem Konkurrenten des Anbieters verfasst wurden und Verbraucher von einem Unternehmen abschrecken sollen;
- Tätigkeiten von Unternehmen, die sich auf „Online Reputation Management“ spezialisieren und E-Commerce-Unternehmen Dienstleistungen zur Verbesserungen ihrer Online-Bewertungen anbieten;
- Verbraucher, die ihre neue Position als öffentliche Kritiker ausnutzen und sich so bessere Bedingungen oder andere Vorteile von einem von ihnen bewerteten Anbieter verschaffen;
- Mangel an Vertrauen in den Wahrheitsgehalt von Verbraucherbewertungen und Glaube, dass Unternehmen die besseren Bewertungen auswählen und negative entfernen;

- Anbieter, die Verbraucher animieren, positive Bewertungen zu schreiben oder sie für das Verfassen von negativen Bewertungen bestrafen oder in manchen Fällen vertraglich festlegen, dass die Verbraucher keine negativen Bewertungen schreiben dürfen.

Diese Probleme bilden die Grundlage für die Prinzipien in diesem Dokument, welche dafür vorgesehen sind, diese Probleme zu lösen.

Dieses Dokument enthält Anforderungen für Unternehmen, die Verbraucherbewertungsportale verwalten und zeigen empfohlene Praktiken für den gesamten Prozess auf, angefangen beim Erfassen über die Moderation und hin zur Veröffentlichung. Es bietet Empfehlungen, um das Vertrauen der Verbraucher in Online-Verbraucherbewertungen zu erhöhen, den Schutz von Anbietern vor Ausnutzung und Schäden zu steigern sowie die Kaufentscheidungen von Verbrauchern und die Qualität von Produkten und Dienstleistungen, die von Unternehmen angeboten werden, zu optimieren.

Es kann angenommen werden, dass Unternehmen, die sich dazu entscheiden, dieses Dokument zu berücksichtigen, damit zeigen, dass sie ihre Kunden schätzen und danach streben, Bewertungen bereitzustellen, denen die Verbraucher vertrauen können.

1 Anwendungsbereich

Dieses Dokument legt Anforderungen und Empfehlungen für die Grundsätze und Methoden fest, die Administratoren bei der Erhebung, Moderation und Veröffentlichung von Onlinekundenbewertungen anwenden können.

Dieses Dokument gilt für jede Organisation, die Kundenbewertungen online veröffentlicht, einschließlich Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, die Bewertungen von ihren eigenen Kunden, von dem Anbieter beauftragte Drittunternehmen oder von unabhängigen Dritten erfassen. Es wird dabei berücksichtigt, dass die unterschiedlichen Prozesse in Verbindung mit der Erhebung, Moderation und Veröffentlichung zu unterschiedlichen Zeiten von verschiedenen Organisationen durchgeführt werden können. Dieses Dokument gilt für online veröffentlichte Bewertungen, die nach beliebigen Methoden erhoben wurden.

2 Normative Verweisungen

Es gibt keine normativen Verweisungen in diesem Dokument.

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokuments gelten die folgenden Begriffe.

ISO und IEC stellen terminologische Datenbanken für die Verwendung in der Normung unter den folgenden Adressen bereit:

— ISO Online Browsing Platform: unter <https://www.iso.org/obp>

— IEC Electropedia: unter <http://www.electropedia.org/>

3.1

Verbraucherbewertung

dokumentierte Informationen, die von einem Verbraucher [der als *Bewertungsverfasser* (3.8) gilt] über ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung veröffentlicht werden, das/die von einem *Anbieter* (3.6) verkauft bzw. bereitgestellt werden

3.2

Verbraucher

Mitglied der allgemeinen Öffentlichkeit, das Produkte oder Dienstleistungen eines Anbieters erwirbt bzw. verwendet

3.3

Verbrauchererfahrungsdaten

Kalenderdatum und -zeit an/zum dem der Verbraucher das Produkt bzw. die Dienstleistung verwendet hat

3.4

Identifizierung

Prozess zum Erfassen von Informationen, die erforderlich sind, um zu bestätigen, dass der Bewertungsverfasser eine echte Person ist

3.5

Geolokalisierung

Prozess, bei dem die geografischen Daten (Breiten- und Längengrad) eines Bewertungsverfassers automatisch zur Identifizierung seines Standorts erfasst werden können

3.6

Anbieter

Unternehmen oder Individuum, das ein Produkt oder eine Dienstleistung bereitstellt, das/die von einem Verbraucher auf dem Online-Bewertungsportal bewertet wird

3.7

Sammlung

Mittel zum Erfassen einer Bewertung bezüglich einer Verbrauchererfahrung

3.8

Bewertungsverfasser

Verbraucher (3.2), der eine Bewertung zur Veröffentlichung auf dem Bewertungsportal verfasst

3.9

Bestimmungen und Bedingungen

Reihe an Kriterien, die auf dem Bewertungsportal veröffentlicht werden und die Richtlinien festlegen, denen Bewertungsverfasser und Anbieter nachkommen, wenn sie Informationen zur Veröffentlichung auf dem Bewertungsportal übermitteln wollen

3.10

nicht angeforderte Bewertung

Verbraucherbeurteilung eines Produkts oder einer Dienstleistung, die bereitgestellt wird, ohne durch den Anbieter oder Bewertungsverfasser angefordert worden zu sein

3.11

angeforderte Bewertung

Verbraucherbeurteilung eines Produkts oder einer Dienstleistung, die vom Anbieter oder Bewertungsverfasser angefordert wurde

3.12

Endwertung

Punktzahl, die von einem Bewertungsverfasser vergeben wird, um ein Fazit seiner Beurteilung eines Produkts bzw. einer Dienstleistung bereitzustellen

3.13

Wertung

vom Verbraucher bereitgestellte(r) Wert, Klassifizierung oder Punktzahl für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung

Anmerkung 1 zum Begriff: bei der Vergabe einer Wertung kann der Verbraucher seine Meinung anhand einer Wertungsskala abgeben (0 bis 5, 1 bis 5, 1 bis 10, 1 bis 100, A bis D usw.).

Anmerkung 2 zum Begriff: Diese Skala kann durch Symbole dargestellt werden (Smileys, Sterne, farbige Punkte, Symbole usw.); diese Symbole sollten jedoch nicht zu Verwechslungen mit anderen Wertungen führen, die anderweitig verwendet werden.

3.14

Übermittlungsdatum

Zeitpunkt, zu dem die Bewertung vom Verbraucher an den Bewertungsadministrator übermittelt wurde

3.15

Interessenkonflikt

Situation, in der der Bewertungsverfasser Interessen in Zusammenhang mit dem Anbieter, Produkt oder der Dienstleistung verfolgt, die die Unabhängigkeit der Bewertung beeinträchtigen könnten

3.16

spezifische Markierung

eindeutiges Zeichen, das auf ein eindeutiges Merkmal einer Verbraucherbewertung hinweist

3.17

Moderation

Filtervorgänge, Analysen oder Prozesse, die automatisch oder von Personen durchgeführt werden und durch die eine Verbraucherbewertung angenommen oder abgelehnt wird

3.18

Bewertungsadministrator

Organisation oder Person, die für die Verwaltung der Verbraucherbewertungsinhalte verantwortlich ist; hierbei darf es sich um den Anbieter der bewerteten Produkte und Dienstleistungen handeln

Anmerkung 1 zum Begriff: Dabei kann es sich um ein vom Anbieter beauftragtes Drittunternehmen oder eine unabhängige Drittpartei handeln.

Anmerkung 2 zum Begriff: Die unterschiedlichen Prozesse in Verbindung mit der Sammlung, Moderation und Veröffentlichung dürfen zu unterschiedlichen Zeiten von verschiedenen Unternehmen ausgeführt werden.

3.19

Gesamtwertung

Punktzahl für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung, die vom Bewertungsadministrator berechnet wird und in die alle individuellen Wertungen des Bewertungsverfassers für das Produkt oder die Dienstleistung einfließen

3.20

Testbewertungen

Verfahren zur Prüfung, ob die Zuverlässigkeit der Prozesse des Bewertungsadministrators gegeben ist

3.21

Kennzeichnung

Funktion, mit der Verbrauchern oder Anbietern die Möglichkeit gegeben wird, den Bewertungsadministrator auf ungewöhnliche oder verdächtige Inhalte aufmerksam zu machen

3.22

Prozess

zusammenhängende oder sich gegenseitig beeinflussende Tätigkeiten, der Eingaben in Ergebnisse umwandeln

3.23

Single-Sign-On SSO

Funktion, über die sich ein Benutzer mit einer einzigen Benutzer-ID und einem Passwort auf mehreren Websites oder in verschiedenen Anwendungen anmelden kann

4 Leitprinzipien und Verpflichtung der Organisation

4.1 Leitprinzipien

Die Organisation, ihre Bewertungsadministratoren sowie ihre Mitarbeiter müssen einen Dienst bereitstellen, bei dem in allen Phasen der Planung, Entwicklung und Lieferung die nachfolgenden Leitprinzipien berücksichtigt werden.

- a) **Integrität:** Beweist Integrität, indem sichergestellt wird, dass das Bewertungsportal die Meinungen von legitimen Bewertungsverfassern wiedergibt, die ein Produkt oder eine Dienstleistung erworben und Bewertungen übermittelt haben.
- b) **Genauigkeit:** Stellt sicher, dass die Prozesse zur Sammlung, Moderation und Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen zu Beurteilungen führen, die soweit wie praktisch möglich präzise sind, d. h., angemessen, aktuell und nicht irreführend.
- c) **Datenschutz:** Stellt den Schutz der persönlichen Informationen des Bewertungsverfassers sicher.
- d) **Sicherheit:** Stellt sicher, dass alle Systeme über Betrugsbekämpfungsmechanismen verfügen, mit denen persönliche Daten vor internem und externem Betrug geschützt werden.
- e) **Transparenz:** Stellt sicher, dass die Verfahrensweisen der Organisation bezüglich der Veröffentlichung von Informationen an Verbraucher, Anbieter, Mitarbeiter und andere Interessierte in Zusammenhang mit Online-Verbraucherbewertungen bei allen Tätigkeiten, Entscheidungen und Richtlinien erkennbar sind. Die Organisation sollte bei allen Methodiken und bezüglich Eigentumsverhältnissen transparent sein, welche die Verwendung des Bewertungsportals durch den Verbraucher beeinträchtigen oder beeinflussen können.
- f) **Zugänglichkeit:** Stellt sicher, dass die Informationen auf dem Bewertungsportal leicht zu finden und in einem klaren und übersichtlichen Format dargestellt werden, sodass diese von Verbrauchern und Anbietern gelesen und verstanden werden können.
- g) **Reaktionsfähigkeit:** Stellt sicher, dass auf Mitteilungen von Verbrauchern, Anbietern und anderen interessierten Parteien bezüglich des Online-Verbraucherbewertungsportals reagiert wird und erforderliche Maßnahmen ohne unnötige Verzögerung eingeleitet werden.

4.2 Verpflichtung der Organisation

4.2.1 Kultur

Die Organisation sollte eine Kultur fördern, durch die eine Verpflichtung zum Einhalten der in 4.1 festgelegten Leitprinzipien demonstriert wird. Diese Verpflichtung sollte von der obersten Leitung unterstützt werden.

4.2.2 Regelwerke

Die Organisation muss ein schriftliches Regelwerk entwickeln, das an alle Führungskräfte und Mitarbeiter übermittelt und ihnen zur Verfügung gestellt wird. In diesem Regelwerk wird erläutert, wie dieses Dokument und die in 4.1 aufgeführten Leitprinzipien eingehalten und aufrechterhalten werden.

4.2.3 Bestimmungen und Bedingungen

4.2.3.1 Allgemeines

Die Organisation muss schriftliche Bestimmungen und Bedingungen entwickeln, in denen Regeln und Kriterien aufgeführt sind, die von jedem eingehalten werden müssen, der eine Bewertung übermitteln möchte.

4.2.3.2 Zugänglichkeit

Diese Bestimmungen und Bedingungen müssen

- für alle Bewertungsverfasser und Anbieter leicht zugänglich sein, und
- von dem Bewertungsverfasser vor der Übermittlung einer Bewertung akzeptiert worden sein.

4.2.3.3 Nichterfüllung

Es muss deutlich gemacht werden, dass eine Nichterfüllung dieser Bestimmungen und Bedingungen zur Ablehnung oder Entfernung von Bewertungen führen kann.

4.2.3.4 Kriterien

Die Bestimmungen und Bedingungen müssen die nachfolgenden Kriterien umfassen.

- Der Inhalt beschreibt eine persönliche Verbrauchererfahrung mit dem bewerteten Produkt bzw. der bewerteten Dienstleistung.
- Alle Informationen sind faktisch korrekt und wurden nach bestem Wissen vom Bewertungsverfasser bereitgestellt.
- Der Inhalt enthält keine diffamierende Sprache.

Die Bestimmungen und Bedingungen sollten darüber hinaus die folgenden Kriterien umfassen.

- Der Inhalt ist für die Leser verständlich (z. B. ohne ungewöhnliche Zeichen und ohne Verwendung von Wortfolgen ohne Bedeutung).
- Jegliche Interessenskonflikte werden in der Bewertung klar angegeben.
- Der Inhalt enthält keine persönlichen Informationen, über die es Mitglieder der allgemeinen Öffentlichkeit möglich sein könnte, Privatpersonen zu identifizieren oder kontaktieren (z. B. Telefonnummern, exakte Anschriften oder E-Mail-Adressen).
- Der Inhalt enthält keine Finanzinformationen (z. B. Kreditkartennummer, Sozialversicherungsnummer, Kontonummer), mit denen ein Identitätsdiebstahl ermöglicht werden könnte.
- Der Inhalt enthält keine Marketing-Materialien.

Der Bewertungsadministrator kann diese Liste erweitern. Jedoch können keine zusätzlichen Kriterien hinzugefügt werden, die zu Voreingenommenheit bei der Beurteilung der Produkte oder Dienstleistungen führen könnten.

4.3 Fortlaufende Verbesserung

Die Organisation muss den von ihr angebotenen Dienst fortlaufend aktualisieren und verbessern. Dies lässt sich folgendermaßen erreichen:

- Überwachung der Rückmeldungen von Verbrauchern und Anbietern und Reaktion auf diese Rückmeldungen;
- fortlaufende Optimierung der Wirksamkeit und Effizienz der Prozesse;
- Überprüfen, Identifizieren, in Betracht ziehen und Anwenden von neuen Konzepten und Praktiken in Zusammenhang mit den Prozessen der Organisation;
- Fördern von Innovationen bei der Entwicklung von Diensten und Verfahren;
- Bereitstellen von relevanten Mitarbeiterschulungen und Personalförderungsmöglichkeiten; und
- Anerkennen von herausragender Leistung und Anwendung bezogen auf den Prozess.

4.4 Kommunikationskanäle

4.4.1 Allgemeines

Die Organisation muss effektive Kanäle zur Kommunikation mit den Anbietern von Produkten und Dienstleistungen, die auf ihrer Website bewertet werden, entwickeln, um relevante und wertvolle Rückmeldungen von Bewertungsverfassern weiterleiten zu können.

4.4.2 Spezifischer Kontaktkanal für Anbieter

Der Bewertungsadministrator muss einen spezifischen, klar kommunizierten Kontaktkanal bereitstellen, um eine Kontaktmöglichkeit für Anbieter von bewerteten Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen.

ANMERKUNG Bei einem Kontaktkanal kann es sich um eine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse handeln, die spezifisch zum Zwecke von Anfragen von Anbietern vorgesehen ist.

4.4.3 Bereitstellen von Rückmeldungen für Anbieter

Der Bewertungsadministrator sollte Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Falle von schwerwiegenden Sicherheitsproblemen oder potenziellen Risiken in Zusammenhang mit Verbraucherbewertung kontaktieren und alarmieren.

4.4.3.1 Anbieter-Registrierung

Der Bewertungsadministrator sollte den Anbietern, die auf seiner Website bewertet werden, eine Möglichkeit bieten, ein Geschäftsprofil auf seinem Portal zu registrieren, damit die Anbieter Benachrichtigungen erhalten können, wenn neue Verbraucherbewertung veröffentlicht wurden.

4.4.3.2 Verwaltung von Bewertungen durch Drittunternehmen

Wenn die Bewertungen von einem Drittunternehmen im Namen eines Anbieters verwaltet werden, sollte sich der Bewertungsadministrator mit den Anbietern absprechen, um die beste Möglichkeit festzulegen, wie relevante und wertvolle Rückmeldungen von Bewertungsverfassern geteilt werden können, welche bei der Optimierung von Produkten und Dienstleistungen hilfreich sein können.

4.5 Ressourcenkapazität

Die Organisation sollte sicherstellen, dass sie über ausreichende Ressourcen für die Prozessplanung, Entwicklung, Überprüfung, Identifizierung, die Berücksichtigung und Anwendung von neuen Konzepten und Praktiken für fortlaufende Verbesserung verfügt.

ANMERKUNG Ressourcen können unter anderem IT-Systeme sowie Kenntnisse, Schulungen und Erfahrungen umfassen, die für die Mitarbeiter erforderlich sind, die den Prozess verwalten und ausführen.

5 Der Erfassungsprozess

5.1 Allgemeines

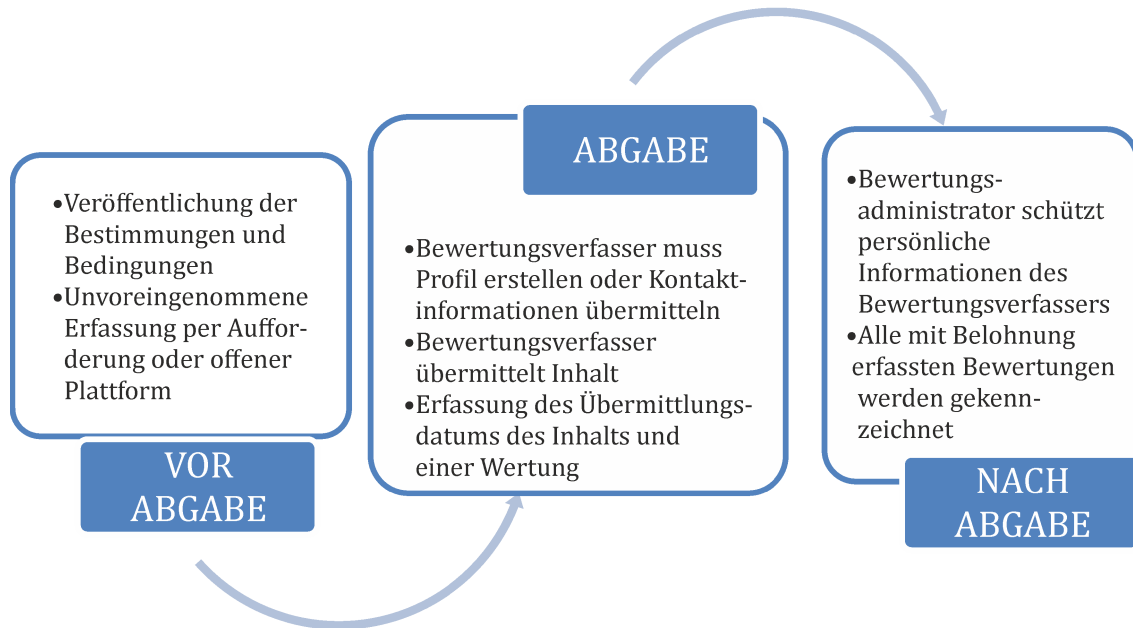


Bild 1 — Erfassungsprozess

Verbraucherbewertung müssen unter Verwendung eines objektiven und nachweisbaren Prozesses (siehe Bild 1) erfasst werden, mit dem Voreingenommenheit und Vorurteile minimiert werden.

Der Erfassungsprozess der Organisation ermöglicht jedem Verbraucher, der die (unter 4.2.3 beschriebenen) Bestimmungen und Bedingungen erfüllt, eine Bewertung zu übermitteln.

5.2 Verantwortlichkeiten der Beteiligten

5.2.1 Bewertungsverfasser

Alle Bewertungsverfasser müssen entweder zum Zeitpunkt ihrer Registrierung oder vor dem Übermitteln einer Bewertung aufgefordert werden:

- a) zu bestätigen, dass sie die Bestimmungen und Bedingungen des Bewertungsportals gelesen und akzeptiert haben; und
- b) eine E-Mail-Adresse oder Kontakttelefonnummer anzugeben, um dem Bewertungsadministrator zu ermöglichen, sie zu kontaktieren.

Alle Bewertungsverfasser, die die oben genannten Punkte a) und b) nicht einhalten, dürfen keine Bewertung übermitteln.

5.2.2 Bewertungsadministrator

5.2.2.1 Erfassen von persönlichen Informationen für Profil oder Kurzname

Der Bewertungsverfasser muss über die Möglichkeit verfügen, ein Online-Profil oder Kurznamen zu erstellen, das/der öffentlich angezeigt wird.

Der Bewertungsadministrator darf weitere persönliche Informationen des Bewertungsverfassers erfassen; der Bewertungsverfasser kann sich jedoch dazu entscheiden, auf dem Portal anonym zu bleiben.

5.2.2.2 Schutz von persönlichen Informationen

Der Bewertungsadministrator muss sicherstellen, dass

- a) alle von Verbrauchern erfassten persönlichen Informationen sicher und vertraulich gespeichert und verwaltet werden, um unautorisierten Zugriff oder nicht zulässige Verwendung zu verhindern;
- b) Sicherheitseinstellungen vorgenommen werden, um die persönlichen Informationen von Verbrauchern zu schützen;
- c) persönliche Informationen nur zum Zwecke der Moderation von Bewertungen verwendet werden und nicht an Marketing-Unternehmen, Händler oder jegliche andere Drittparteien weitergegeben werden, es sei denn, der Bewertungsverfasser hat seine ausdrückliche Genehmigung für eine solche Übermittlung erteilt.

ANMERKUNG Zu persönlichen Informationen gehören Daten wie der Name, die Adresse oder E-Mail-Adresse einer Person, d. h., alle Informationen, die mit einer bestimmten Person in Verbindung gebracht werden können.

5.2.2.3 Mitarbeiterschulungen

Der Bewertungsadministrator muss sicherstellen, dass alle Mitarbeiter, die persönliche Informationen verwalten, eine Schulung unter Berücksichtigung der Leitprinzipien (4.1) abschließen.

ANMERKUNG Es wird auf die geltende nationale Gesetzgebung bezüglich des Datenschutzes und ISO/IEC 27001 für weitere Informationen hingewiesen.

5.3 Verbraucherbewertungselemente

Der Bewertungsadministrator muss sicherstellen, dass die Verbraucherbewertungen die folgenden Elemente enthalten:

- a) Datum, an dem die Bewertung übermittelt wurde;
- b) eine Endwertung.

Der Bewertungsadministrator sollte den Bewertungsverfassern zudem eine Möglichkeit geben, folgende Elemente hinzuzufügen:

- a) eine Beschreibung der Verbrauchererfahrung als freier Text oder im Format eines Fragebogens;
- b) Datum oder Zeitraum der Verbrauchererfahrung;
- c) zusätzliche Inhalte in Zusammenhang mit der Verbrauchererfahrung.

ANMERKUNG 1 Der Bewertungsadministrator kann Benutzern routinemäßig die Möglichkeit bieten, Bewertungen auf Basis darauf zu sortieren, ob die Elemente in Zusammenhang mit der Verbrauchererfahrung vorhanden sind.

ANMERKUNG 2 Zusätzliche Inhalte können in Form von Fotos, Videos oder Audiokommentaren bereitgestellt werden. Für diese gelten dieselben Moderationsregeln wie für den Bewertungstext.

5.4 Angeforderte Verbraucherbewertungen

5.4.1 Allgemeines

Bewertungsadministratoren, die Verbraucher auffordern, Online-Bewertungen abzugeben, sollten diese Aufforderungen an alle Personen senden, die das Produkt oder die Dienstleistung nachweislich erworben haben.

Wenn die Aufforderungen nicht an alle Personen gesendet werden, die das Produkt oder die Dienstleistung erworben haben, müssen die Bewertungen mit Hilfe eines objektiven und nachweisbaren Prozesses erfasst werden, mit dem Voreingenommenheit und Vorurteile minimiert werden.

5.4.2 Aufforderung

Jegliche Bitte um Übermittlung einer Bewertung für ein Produkt oder eine Dienstleistung durch den Bewertungsadministrator oder Anbieter sollte zu einem Zeitpunkt übermittelt werden, der für den Verbraucher zum Verfassen einer Bewertung angemessen ist.

ANMERKUNG Beispielsweise könnte in den Bestimmungen und Bedingungen ein spezifischer Zeitrahmen genannt sein, innerhalb dessen die Aufforderung zur Bewertung nach einer Verbrauchererfahrung übermittelt werden könnte.

In der Aufforderung zur Bewertung müssen die folgenden Informationen klar angegeben sein bzw. Zugriff auf diese Informationen möglich sein.

a) Von wem die Aufforderung zur Bewertung stammt:

- der Bewertungsadministrator oder ein im Namen des Bewertungsadministrators oder Anbieters handelndes Drittunternehmen; und
- ob der Bewertungsadministrator der eigentliche Anbieter ist, was auch in der Aufforderung zur Bewertung deutlich gemacht werden sollte.

b) Einzelheiten zu Produkt oder Dienstleistung, für das/die eine Bewertung erbeten wird.

Darüber hinaus sollten in der Aufforderung zur Bewertung die folgenden zusätzlichen Informationen klar angegeben sein bzw. sollte der Zugriff auf diese Informationen möglich sein:

- 1) wie die Bewertung verwendet werden wird (insbesondere, ob sie veröffentlicht werden soll und wenn ja, wo);
- 2) welche Inhalte und Identifizierungsinformationen des Bewertungsverfassers veröffentlicht werden; und
- 3) wie der Zugriff auf die Bestimmungen und Bedingungen des Portals des Bewertungsadministrators möglich ist.

5.4.3 Datum der Aufforderung zur Bewertung

Der Bewertungsadministrator muss sicherstellen, dass die Bewertung nicht erfasst wird, bevor die Verbrauchererfahrung in Zusammenhang mit dem Produkt oder der Dienstleistung stattgefunden hat.

5.4.4 Mehrere Verbraucher

Wenn mehr als eine Person (z. B. eine Familie) eine Verbrauchererfahrung in Zusammenhang mit einem einzelnen Kauf eines Produkts bzw. einer Dienstleistung gemacht hat, behält sich der Bewertungsadministrator das Recht vor, die Bewertung entweder vom Käufer des Produkts oder der Dienstleistung oder von einem der Verbraucher des Produkts bzw. der Dienstleistung anzufordern.

5.4.5 Verwendung der Verbraucherdatenbank

Eine Verifizierung, dass der Bewertungsverfasser eine echte Person ist und die Bestätigung, dass die Verbrauchererfahrung stattgefunden hat, darf aus einer Datenbank des Bewertungsadministrators, Anbieters oder Vertreibers abgerufen werden.

ANMERKUNG Falls nicht bestätigt werden kann, dass die Verbrauchererfahrung stattgefunden hat, können die Informationen mit Hilfe eines Formulars, per E-Mail oder über einen anderen Mechanismus erfasst werden.

5.4.6 Ende der Aufforderung zur Bewertung

Der Bewertungsadministrator sollte keine weiteren Aufforderungen zur Bewertung senden, sobald er erfährt, dass das beurteilte Produkt bzw. die Dienstleistung vom Markt genommen wurde oder vom Anbieter nicht mehr verkauft wird.

5.5 Nicht angeforderte Verbraucherbewertungen

Jeder Verbraucher muss eine Bewertung auf dem Portal abgeben können, vorausgesetzt, er:

- a) stellt persönliche Informationen zur Verfügung, indem er sich entweder auf der Website registriert oder ein Profil erstellt; und
- b) akzeptiert die Bestimmungen und Bedingungen.

5.5.1 Kontrolle der Identität des Bewertungsverfassers

Der Bewertungsadministrator muss über einen Prozess verfügen, mit dem er verifizieren kann, dass der Bewertungsverfasser eine echte Person ist und bestätigen kann, dass die bereitgestellten Kontaktdetails korrekt sind und zu einer echten Person gehören.

- a) Dies kann an einer zufälligen Stichprobe verschiedener Bewertungsverfasser oder für auf Basis jener Benutzer durchgeführt werden, bei denen der Verdacht besteht, dass die Bestimmungen und Bedingungen nicht eingehalten werden oder die zur weitergehenden Klärung gekennzeichnet sind.
- b) Es sollte allen Bewertungsverfassern deutlich gemacht werden, dass beim Abgeben einer Bewertung diese Verifizierung stattfinden kann und unter Verwendung welcher Bedingungen dies geschieht.

Die Identität des Bewertungsverfassers kann mit Hilfe einer oder mehrerer der nachfolgenden Verfahren bestätigt werden:

- 1) Verifizierung der E-Mail-Adresse durch Senden von ein oder mehr E-Mails und Abwarten einer Antwort;
- 2) Verifizierung des Domännennamens und der E-Mail-Adressen-Erweiterung des Bewertungsverfassers durch Vergleich mit dem Betreff und/oder dem Namen des beurteilten Produkts bzw. der bewerteten Dienstleistung in der Online-Bewertung;
- 3) Übermitteln einer E-Mail, in der der Bewertungsverfasser dazu aufgefordert wird, seine Registrierung durch Anklicken eines Links zu bestätigen;