

★ Trustpilot

# Transparenzbericht



2022



# Inhalt

## **03 Einführung**

Peter Holten Mühlmann, Gründer und Geschäftsführer

## **04 Das Vertrauen im Internet wahren und fördern**

Carolyn Jameson, Chief Trust Officer

## **07 Wie wir arbeiten**

- Unser Freemium-Geschäftsmodell
- Trustpilot-Richtlinien
- Unser TrustScore – keine Hexerei
- Wie wir Bewertungen anzeigen
- Kategorien
- Wenn jemand eine Bewertung schreibt

## **12 Bewertungen in Zahlen**

## **15 Wie wir unser Portal schützen**

- Gefälschte Bewertungen und wie wir sie bekämpfen
- Was ist eine gefälschte Bewertung?
- Einsatz von Hightech
- Meldungen aus der Community und Hinweise von Whistleblowern
- Unser Content-Integrity-Team und unsere Betrugsanalysten und -ermittler

## **23 Welche Maßnahmen wir ergreifen**

## **28 Bewertungen über Trustpilot**

# Einführung

## Peter Holten Mühlmann, Gründer und Geschäftsführer



Letztes Jahr haben wir unseren allerersten Transparenzbericht veröffentlicht, um einen besseren Einblick in das Innenleben von Trustpilot zu geben – ein Resultat unseres kontinuierlichen Bestrebens, das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmen weltweit zu gewinnen, als das Portal, das das Band des Vertrauens zwischen den beiden knüpft.

Als jemand, der in Dänemark geboren und aufgewachsen ist – einem der vertrauenswürdigsten Orte der Welt –, weiß ich aus eigener Erfahrung, dass das Vertrauen, das wir ineinander haben, kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen für alle bringen kann.

**Die Internetnutzung nimmt weltweit immer stärker zu, über alle Grenzen hinweg und in allen Kulturen. Die Online-Welt hat die immanente Fähigkeit, uns alle miteinander zu verbinden. Aber damit wir Vertrauen in unsere Online-Interaktionen sowie untereinander aufbauen können, brauchen wir die richtigen Tools und Informationen, und genau da kommt Trustpilot ins Spiel.**

Auf Trustpilot werden jeden Monat mehr als 4 Millionen Bewertungen geschrieben, und Millionen von Menschen auf der ganzen Welt sehen sich in unserem Portal an, welche Erfahrungen ihre Mitmenschen mit Unternehmen gemacht haben. Wir alle brauchen solche Erfahrungsberichte – sie leiten und helfen uns dabei, das nötige

Vertrauen für den Kauf von Produkten oder Dienstleistungen zu entwickeln.

Und ihre Bedeutung nimmt kontinuierlich zu – ein Beleg dafür, dass immer mehr von uns ihre Einkäufe aufgrund der Pandemie online tätigen. Dieser Verhaltenstrend ist nicht wieder auf das vorpandemische Niveau zurückgekehrt – stattdessen wurden im vergangenen Jahr 2021 mehr Bewertungen auf Trustpilot geschrieben als je zuvor: über 46,7 Millionen.

Authentische, ehrliche und echte Erfahrungen, die online geteilt werden, sind von unschätzbarem Wert, sowohl für die Menschen, die sie schreiben und lesen, als auch für Unternehmen, die sie nutzen können, um ihre Kunden besser kennenzulernen und ihr Geschäft zu optimieren. Ich glaube von ganzem Herzen daran, dass eine bessere Zukunft auf Vertrauen fußt – und dass unser Portal, das die Welt wie ein unaufhörlich rotierendes Schwungrad durch immer neue Erfahrungsberichte bereichert, der Ort ist, an dem etwas Magisches geschieht – an dem Vertrauen entsteht.

Das Vertrauen zwischen Verbrauchern und Unternehmen zu stärken, noch dazu online, ist keine leichte Aufgabe. Doch bei Trustpilot arbeiten wir standhaft an unserer Mission, ein universelles Symbol für Vertrauenswürdigkeit zu sein, das es Verbrauchern, Unternehmen – allen – ermöglicht, einander zu vertrauen.

**Tusind tak / Vielen Dank  
Peter**

# Das Vertrauen im Internet wahren und fördern

Carolyn Jameson,  
Chief Trust Officer

## Die Kraft des Vertrauens und die Power unserer Community

Um Verbraucher und Unternehmen dazu zu bringen, sich gegenseitig zu vertrauen und zu unterstützen, braucht es einen Ort, an dem ein Gemeinschaftsgefühl existiert. Trustpilot sorgt dafür, dass wir unser Vertrauen nicht allein auf unsere Familie und unsere Freunde beschränken müssen, sondern dass wir von den Erfahrungen einer globalen Community profitieren können, die Verbrauchern hilft, die richtigen Unternehmen für den Kauf von Produkten und Dienstleistungen zu finden, und die Unternehmen die Möglichkeit gibt, mit ihren Kunden zu interagieren und von ihnen zu lernen. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist von jeher das Herzstück unseres Portals, und wir arbeiten mit unerschütterlichem Engagement daran, unsere Gemeinschaft zu schützen.

Die Bedeutung von Online-Bewertungen offenbart sich, wenn wir uns den anhaltenden und zunehmenden Trend hinsichtlich der Zahl der geschriebenen Bewertungen und der Zahl der Menschen ansehen, die auf die Inhalte unseres Portals zugreifen. Ein weiteres Indiz ist die Tatsache, dass weltweit inzwischen intensiv daran gearbeitet wird, die Verbraucher mithilfe neuer Gesetze vor gefälschten Bewertungen zu schützen – was mit unserer Mission, die Vertrauenswürdigkeit im Internet zu stärken, in perfektem Einklang steht. Entsprechend ist es heute wichtiger denn je, die Integrität unseres Portals sowie der Millionen von Bewertungen, die dort jeden Monat geteilt werden, sicherzustellen.

Es gibt kein Patentrezept, um die Integrität des Trustpilot-Portals zu bewahren. Aus diesem Grund bewerten wir unseren Ansatz



+21 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

**46,7 Millionen**  
Bewertungen 2021 abgegeben

+7 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

**580 Millionen**  
Unternehmensprofilbesuche 2021

immer wieder neu und entwickeln ihn kontinuierlich weiter, um der Minderheit, die unsere Community untergraben möchte, immer einen Schritt voraus zu sein. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Bewertungen auch in Zukunft ein wertvolles



Hilfsmittel bleiben, das Verbrauchern hilft, bessere Entscheidungen zu treffen, und das Unternehmen in die Lage versetzt, dazuzulernen und sich zu verbessern.

In unserem neuen Transparenzbericht möchten wir einige der Bereiche hervorheben, die wir 2021 zur Wahrung und Förderung des Vertrauens im Internet weiter optimiert haben, und die Betriebsabläufe des Trustpilot-Portals veranschaulichen.

Mit Blick auf die Fortschritte, die unser Team in diesem Jahr gemacht hat, springen ein paar Highlights besonders ins Auge:

### **Das „Trust & Transparency“-Komitee**

Parallel zu unserem Gang an die Londoner Börse im März 2021 haben wir bei Trustpilot ein neues „Trust & Transparency“-Komitee ins Leben gerufen, um Vertrauen und Transparenz bei Trustpilot auch in Zukunft als Grundfesten unserer Arbeit zu verankern. Dieser Ausschuss, dem neben mir als Vorsitzender vier weitere nicht geschäftsführende Vorstandsmitglieder angehören, wird bei diesem Unterfangen von weiteren Führungskräften und leitenden Mitarbeitern unterstützt, die regelmäßig eingeladen werden, um uns auf ihren Fachgebieten zu beraten. Die Aufgabe dieses Komitees besteht in der Überwachung unserer Richtlinien und Verfahren, durch die wir die Integrität der Produkte und Dienstleistungen von Trustpilot aufrechterhalten.



### **Vertrauenssignale – Verifizierung von Verbrauchern und Unternehmen**

Wir behalten kontinuierlich im Auge, was unsere Community über die Herausforderungen der Online-Welt berichtet. Auf diese Weise konnten wir im vergangenen Jahr lernen, dass Verbraucher nähere Erkenntnisse über die Unternehmen erhalten möchten, deren Bewertungen sie lesen. Darüber hinaus sind viele von ihnen zudem bereit, sich für ihre Mitmenschen einzusetzen – insbesondere dann, wenn es darum geht, die Verbreitung falscher Informationen zu unterbinden.

# 85 %

**der Menschen in Großbritannien und den USA sagen, dass sie bereit wären, ihre Identität nachzuweisen, um andere vor Falschinformationen im Internet zu schützen**

Sowohl der Wunsch nach mehr Kontext wie auch die Bereitschaft, sich gegenseitig zu helfen – der spürbare Altruismus unserer Community –, waren positive Erkenntnisse, die uns dazu veranlasst haben, Verbrauchern und Unternehmen in Zukunft die Möglichkeit zu geben, ihre Identität zu verifizieren.

Dieser Prozess erfordert, dass beide Parteien sicher und vertraulich eine Kopie ihres amtlichen Lichtbildausweises übermitteln und ein Selfie machen. Dabei setzen wir dieselbe Technologie ein, von der auch Banken, Gesundheitsdienstleister und Bildungseinrichtungen Gebrauch machen. Die Teilnahme an diesem Verfahren ist freiwillig und ermöglicht es allen Nutzern unseres Portals, einen Beitrag zum Aufbau einer noch vertrauenswürdigeren Trustpilot-Community zu leisten, in der wir ab sofort alle Unternehmen und Verbraucher, die diesen Schritt vollzogen haben, mit einem „Vertrauenssignal“ kennzeichnen, das allen



Informationssuchenden angezeigt wird. Seit der weltweiten Einführung dieser Technologie Anfang 2022 haben bereits mehr als 49.000 Bewerter erfolgreich ihre Identität nachgewiesen und unsere Community damit noch vertrauenswürdiger gemacht.

### **Bewertungsverkäufer**

„Bewertungsverkäufer“ sind Unternehmen und Einzelpersonen, die gefälschte Bewertungen online zum Verkauf anbieten. Durch den Kauf gefälschter Bewertungen können Unternehmen versuchen, ihre Online-Reputation künstlich zu verbessern, den Ruf von Mitbewerbern zu schädigen und Verbraucher auf diese Weise zu täuschen. Viele Bewertungsverkäufer richten unabhängige Websites ein oder nutzen andere Social-Media-Plattformen oder Online-Marktplätze, um für ihre Dienste zu werben.

Dank der kontinuierlichen Verbesserung unserer Methoden zur Betrugserkennung sind wir zunehmend imstande, selbst raffinierteste Muster potenzieller Täuschungsversuche nicht nur zu erkennen, sondern bis an ihre Ursprünge zurückzuverfolgen. Dadurch sind wir in der Lage, den Quellen des Betrugs, den Bewertungsverkäufern selbst, das Handwerk zu legen und zu verhindern, dass sie gefälschte Bewertungen schreiben, die möglicherweise im Trustpilot-Portal erscheinen könnten. Mit dieser Zielsetzung haben wir im vergangenen Jahr direkt mit anderen Marktplätzen und Social-Media-Plattformen zusammengearbeitet, eine äußerst große Anzahl von Konten betrügerischer Bewertungsverkäufer gelöscht und, wo nötig, Unterlassungsaufforderungen und Abmahnungen an andere Social-Media-Plattformen und Webseitenbetreiber verschickt.

### **Automatisierte Maßnahmen und verbesserte Durchsetzung**

Neben unserer automatisierten Software zur Betrugserkennung, die unser gesamtes Portal überwacht, um missbräuchliche Nutzungsmuster zu identifizieren, haben wir in diesem Jahr außerdem damit begonnen, auch unsere Handlungsprozesse auf diesem Gebiet weiter zu automatisieren. Wie Sie den Zahlen

unseres Berichts entnehmen können, konnten wir die Arbeitsleistung unseres Content-Integrity-Teams auf diese Weise noch weiter steigern. Der Einsatz automatisierter Prozesse hilft uns, unsere Bemühungen zum Schutz unseres Portals effektiv zu skalieren und unsere erfahrenen Juristen auf diese Weise dabei zu unterstützen, bei Bedarf Rechtsansprüche geltend zu machen, wenn wir wiederholte und ernsthafte Täuschungsversuche feststellen.

## **Wir tun jetzt und in Zukunft alles, um das Vertrauen im Internet zu wahren und zu fördern.**

Ich bin überzeugt, dass wir über den richtigen Mix aus Technologie und Fachwissen verfügen, um bestmöglich für die Sicherheit unserer großartigen Community aus Verbrauchern und Unternehmen zu sorgen, die so enorm von ihrem Austausch auf Trustpilot profitieren.

**Carolyn Jameson**  
**Chief Trust Officer**





# Wie wir arbeiten

Es gibt vier Prinzipien, die das Fundament von Trustpilot bilden.

## Neutralität

Wir sind ein Portal, das Verbraucher und Unternehmen in die Lage versetzt, sich gegenseitig zu helfen – aber wir sind von beiden unabhängig.

## Grundsätzliche Gleichbehandlung

Wir behandeln alle Bewertungen gleich, und alle Verbraucher und Unternehmen, die unser Portal nutzen, müssen unsere Richtlinien befolgen.

## Offenheit

Wir bieten Verbrauchern einen Ort, um ihre authentischen Erfahrungen mit anderen zu teilen – kostenlos und wann immer sie möchten.

Unternehmen können Verbraucher um Feedback bitten und jederzeit auf das erhaltene Feedback antworten – kostenfrei.

## Transparenz

Wir kommunizieren klar und verlässlich, was wir tun und warum wir es tun.

Zu allen Unternehmen gibt es separate Seiten, auf denen wir unserer Community transparent und präzise vermitteln, wie das jeweilige Unternehmen mit Bewertungen auf Trustpilot umgeht.

**Die Integrität von Bewertungen und der Umgang mit ihnen wird im Internet sehr unterschiedlich gehandhabt. Deshalb ist es wichtig, dass sich die Menschen die Zeit nehmen und sich damit auseinandersetzen, was mit ihrem Feedback geschieht. Dieser Transparenzbericht vermittelt allen Interessenten ein besseres Verständnis dafür, wie Trustpilot funktioniert und welche Beweggründe unser Handeln steuern.**

**Carolyn Jameson**  
Chief Trust Officer

## Unser Freemium-Geschäftsmodell

Unser Geschäftsmodell heißt „Freemium“. Verbraucher können Trustpilot jederzeit und völlig kostenfrei nutzen. Auch Unternehmen stehen unsere Standardfunktionen, um Kunden zur Abgabe von Bewertungen einzuladen, Bewertungen zu beantworten und sie zu melden, kostenfrei zur Verfügung. In dieser Manier haben 2021 rund 93 % der im Portal vertretenen Unternehmen unseren kostenfreien Service genutzt.

Unseren Umsatz erzielen wir mit Unternehmen, die sich dafür entscheiden, unsere weiterführenden Software-Services zu abonnieren: Unsere Erkenntnisse aus Bewertungsinhalten z. B. helfen Unternehmen,



ihr Kundenfeedback besser zu verstehen, indem sie durch Sentimentanalysen Stimmungstrends abbilden und Einblicke in bestimmte Interessensbereiche bieten. Unsere Standortbewertungen erleichtern Unternehmen die Verwaltung von Bewertungen unterschiedlicher Filialen und Niederlassungen. Außerdem stellen wir zusätzliche Tools wie z. B. TrustBox-Widgets zur Verfügung, mit denen Unternehmen ihre Bewertungen einfach und mühelos auf ihrer eigenen Website präsentieren können. Und das ist nur eine kleine Auswahl unseres vielfältigen Angebots.

Als umsatzgenerierendes Unternehmen wird uns manchmal unterstellt, dass wir Unternehmen, die unsere zahlungspflichtigen Funktionen abonnieren, anders behandeln als diejenigen, die unser kostenfreies Angebot nutzen. Das ist nicht der Fall. Wir behandeln alle Bewertungen auf unserem Portal gleich, unabhängig davon, wer sie geschrieben hat oder an welches Unternehmen sie sich richten. Und auch alle Unternehmen erfahren die gleiche Behandlung.

Die Analyse der auf unserem Portal bewerteten Unternehmen belegt, dass der Status als zahlender Kunde keinen nennenswerten Einfluss auf den TrustScore und die Sternebewertung hat. 2021 hatten zahlende Unternehmen, die ihre Kunden aktiv zur Bewertungsabgabe einluden, im Durchschnitt einen TrustScore von 4,33, während Unternehmen, die unseren kostenfreien Service nutzten und ihre Kunden aktiv einluden, einen durchschnittlichen TrustScore von 4,35 verzeichneten.

Was wir feststellen, ist, dass Unternehmen, die in der Trustpilot-Community eine aktive Rolle einnehmen, tendenziell eine höhere durchschnittliche Sternebewertung haben als Unternehmen, die dies nicht tun. Das liegt daran, dass ihre Bewertungen ein breiteres Erfahrungsspektrum widerspiegeln, da Unternehmen, die ihre Kunden regelmäßig zur Abgabe von Bewertungen einladen, auch von Kunden bewertet werden, die andernfalls womöglich keine Bewertung geschrieben hätten. Außerdem erhalten aktive Unternehmen regelmäßig aktuelles Feedback,

das sie anschließend nutzen können, um ihre Betriebsabläufe und ihren Service zu verbessern.

Des Weiteren wird manchmal ebenfalls behauptet, Trustpilot würde Unternehmen und Verbraucher unterschiedlich behandeln. Doch auch dies ist falsch. Egal ob Verbraucher oder Unternehmen – alle, die unser Portal nutzen, müssen sich in gleicher Weise an unsere Richtlinien halten.

### Trustpilot-Richtlinien

Damit Verbraucher und Unternehmen einander vertrauen können und die Trustpilot-Community wachsen und gedeihen kann, müssen alle Akteure unseres Portals unsere Richtlinien befolgen. Diese enthalten wichtige Prinzipien, durch die das Trustpilot-Portal jetzt und in Zukunft den Nutzen entfalten kann, den wir uns wünschen. Die vollständigen Richtlinien von Trustpilot finden Sie [hier](#).

### Unser TrustScore - keine Hexerei

Jedes Unternehmen im Trustpilot-Portal verfügt über eine Gesamtbewertung, die die Zufriedenheit seiner Kunden ausdrückt (wir bezeichnen sie als TrustScore) sowie eine Sternebewertung als Visualisierung dieses Werts. Jedes Mal, wenn ein Unternehmen eine neue Bewertung erhält, wird seine Gesamtbewertung in Form des TrustScores neu berechnet. Die Berechnungsformel berücksichtigt drei Faktoren: die Zeitspanne seit der Abgabe der jeweiligen Bewertung – aktuellere Bewertungen werden stärker gewichtet –, die Häufigkeit der Bewertungen und einen Bayes'schen Durchschnitt.



Durch die Berücksichtigung eines Bayes'schen Durchschnitts stellen wir sicher, dass der Anfangswert des TrustScores eines Unternehmen mit erst

wenigen Bewertungen ausgeglichen ist – sodass ein Unternehmen mit z. B. nur zwei Bewertungen weder übermäßig positiv noch ungerechtfertigt negativ dargestellt wird. Konkret bedeutet das, dass wir in die Berechnung aller TrustScores automatisch den Wert von 7 Bewertungen mit jeweils 3,5 Sternen miteinrechnen. Wenn das jeweilige Unternehmen mit der Zeit mehr Bewertungen sammelt, wird dies zu einem immer geringeren Faktor in der Berechnung, weil der TrustScore aktuellere Bewertungen stärker gewichtet.

### Wie wir Bewertungen anzeigen

Bewertungen werden nach dem Datum ihrer Veröffentlichung in chronologischer Reihenfolge angezeigt – sodass die neuesten Bewertungen ganz oben stehen. Sie können nach der Sprache, enthaltenen Wörtern und dem Bewertungslevel gefiltert werden, um unseren Nutzern die Möglichkeit zu geben, flexibel und ihren Bedürfnissen entsprechend nach den passenden Informationen zu suchen.

### Kategorien

Sobald ein Unternehmen mindestens eine Bewertung erhalten und mindestens eine Kategorie ausgewählt hat (was nach Beanspruchung eines kostenfreien Unternehmensprofils erfolgen kann), wird es auf der entsprechenden Kategorienseite in dem Land angezeigt, in dem seine Domain registriert ist. Alle Unternehmen im Trustpilot-Portal können im Ranking einer Kategorie als „die besten“ gelistet werden, sofern sie zwei Bedingungen erfüllen: Sie müssen in den letzten 12 Monaten mindestens 25 Bewertungen gesammelt haben, und sie müssen den Status „Bittet um Bewertungen“ aufweisen, was belegt, dass sie ihre Kunden aktiv dazu einladen, Feedback zu geben. Unternehmen, die diese beiden Voraussetzungen erfüllen, werden dann nach dem TrustScore und der Anzahl der Bewertungen in der jeweiligen Kategorie gelistet.

Verbraucher können verschiedene Filter anwenden, um die in einer Kategorie gelisteten Unternehmen miteinander zu

vergleichen. Sie können nach der Anzahl der Bewertungen, die das Unternehmen erhalten hat, nach dem Zeitraum, in dem die Bewertungen gesammelt wurden, und nach dem Status des Unternehmens filtern.



### Wenn jemand eine Bewertung schreibt

Trustpilot-Bewertungen können auf drei Arten erstellt werden:

### Organische Bewertungen



Max Mustermann

2 Bewertungen DE



Vor 2 Stunden

#### Super Service

Wirklich ein tolles Erlebnis und der Service war einfach super!

### Organisch

Ohne vorherige Einladung, aus eigener Initiative des Bewerter abgegeben.

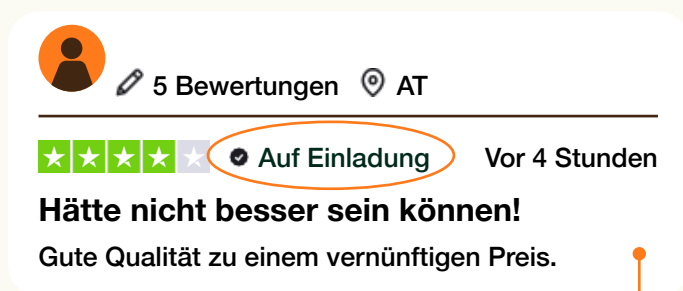
Verbraucher benötigen keine Einladung vonseiten eines Unternehmens, sondern es steht allen frei, bei uns ihre echten Erfahrungen zu teilen, wann immer sie möchten, solange sie einen Trustpilot-Account erstellen und unsere Richtlinien befolgen. 2021 wurden 11.850.440 organische Bewertungen geschrieben (eine Steigerung um 17 % gegenüber 2020). Diese Bewertungen, die nicht auf Einladung geschrieben wurden, bezeichnen wir als **organische Bewertungen**.

**11,8 Mio.**  
organische Bewertungen 2021 abgegeben

+17 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr



## Bewertungen auf Einladung & verifizierte Bewertungen



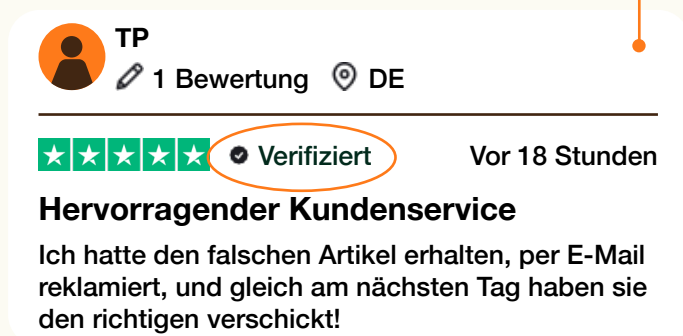
5 Bewertungen AT

★★★★☆ **Auf Einladung** Vor 4 Stunden

**Hätte nicht besser sein können!**  
Gute Qualität zu einem vernünftigen Preis.

### Auf Einladung/Verifiziert

Das Unternehmen hat den Nutzer gebeten, eine Bewertung abzugeben.



TP 1 Bewertung DE

★★★★★ **Verifiziert** Vor 18 Stunden

**Hervorragender Kundenservice**  
Ich hatte den falschen Artikel erhalten, per E-Mail reklamiert, und gleich am nächsten Tag haben sie den richtigen verschickt!

Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre Kunden zur Bewertungsabgabe auf Trustpilot einzuladen.

Wenn Unternehmen Trustpilot-Systeme nutzen, um ihre Kunden automatisch zur Abgabe von Bewertungen einzuladen („automatische Bewertungseinladungen“), werden auf diese Weise gesammelte Bewertungen mit dem Hinweis „verifiziert“ versehen, da die vorangegangene Bewertungseinladung automatisch nach einer Kauf- oder Serviceerfahrung mit einem Unternehmen ausgelöst wurde.

Auch im vergangenen Jahr haben wir Unternehmen in gewohnter Weise dazu ermutigt, automatische Bewertungseinladungen zu versenden.

**34,5 Mio.**  
Bewertungen als Reaktion auf eine Einladung 2021 abgegeben

Automatische Einladungen liefern genauere Informationen darüber, wie und wann Unternehmen zur Bewertungsabgabe einladen, was zu einem ganzheitlicheren und umfassenderen Prozess führt und das Vertrauen der Community stärkt. Infolgedessen konnten wir allein im vergangenen Jahr beobachten, dass die Zahl der Unternehmen, die automatische Einladungen für das Sammeln von Bewertungen nutzen, um 52 % zugenommen hat.

Dabei konnten wir in diesem Zeitraum auch einen direkten Zusammenhang zwischen der Nutzung automatischer Bewertungseinladungen und dem Vertrauen feststellen, das Unternehmen in die daraus resultierenden Bewertungen setzen: Die Echtheit von organischen Bewertungen wurde häufiger angezweifelt, weil den Unternehmen weniger Information über ihre Verfasser vorlagen. Dies hatte einen Anstieg der Zahl der Bewertungen zur Folge, die mit der Begründung „basiert nicht auf einer wirklichen Erfahrung“ gemeldet wurden. In den kommenden 12 Monaten werden wir uns genauer ansehen, mit welchen neuen Möglichkeiten wir Verbrauchern helfen können, zur Identifizierung ihrer Erfahrungen beizutragen.

Alternativ haben Unternehmen außerdem die Möglichkeit, Einladungen zu versenden, indem sie ihre eigenen Systeme verwenden, Daten in die Systeme von Trustpilot hochladen oder einen in ihrem Business-Account generierten Link nutzen („manuelle Einladungen“). Wir schränken die Verwendung

**19,8 Mio.**

von 34,5 Mio. Bewertungen mit dem Hinweis „verifiziert“

+29 %  
im Vergleich zum Vorjahr

**14,7 Mio.**

von 34,5 Mio. Bewertungen mit dem Hinweis „auf Einladung“

+12 %  
im Vergleich zum Vorjahr

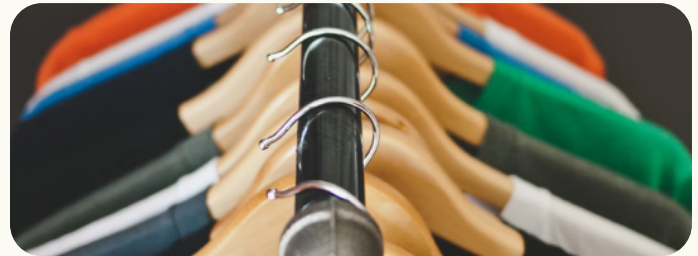
von manuellen Einladungen, die über unsere Systeme gesendet werden, jedoch stark ein und gestatten diese Form des Einladungsversands nur in den ersten 90 Tagen, nachdem ein Unternehmen begonnen hat, unser Portal zu nutzen. Nur sehr wenige Unternehmen dürfen auch über diesen Zeitraum hinaus weiterhin manuelle Einladungen verwenden – entweder aus Gründen der Sensibilität oder wenn sie unsere Integrationen für den automatischen Einladungsversand nicht verwenden können. Zu diesen Ausnahmen zählen beispielsweise:

- Tierärzte oder Bestattungsinstitute – wo es nicht angemessen ist, alle Kunden zur Abgabe von Bewertungen einzuladen
- Unternehmen, die eine Customer-Relationship-Management-Software („CRM“) verwenden, welche aktuell nicht von unseren automatischen Methoden für das Sammeln von Bewertungen unterstützt wird
- kleinere Unternehmen, die keine CRM-Software besitzen
- Unternehmen aus sensiblen Branchen, wie z. B. dem Finanz- oder Gesundheitssektor, die gesetzlichen Beschränkungen für die Weitergabe von Kundendaten unterliegen

In jedem Fall gilt: Der Einladungsprozess muss fair, neutral und unvoreingenommen sein. In Fällen, in denen wir begründete Zweifel an der Integrität der verwendeten Einladungsmethode haben, analysieren unsere Betrugsanalysten und -ermittler, nach welchem Muster Bewertungen gesammelt werden, und kontaktieren Bewerber direkt, um den Einladungsprozess des jeweiligen Unternehmens besser nachvollziehen zu können. Bewertungen, die auf diese Weise gesammelt werden, versehen wir mit dem Hinweis „auf Einladung“ anstelle von „verifiziert“. Das liegt daran, dass wir keinen präzisen Einblick in die vorangegangenen Interaktionen nehmen konnten.

34.505.763 Bewertungen wurden 2021 als Reaktion auf eine Einladung geschrieben. Das entspricht einer Steigerung von 21 % gegenüber 2020. Davon wurden 19.817.882 als „verifizierte“ Bewertungen gekennzeichnet – eine Steigerung von 29 % gegenüber dem

Vorjahr –, und 14.687.881 wurden mit dem Hinweis „auf Einladung“ versehen – was einer Steigerung von 12 % entspricht.



## Weitergeleitete Bewertungen



Max Mustermann

✎ 13 Bewertungen 📍 DE



↪ Weitergeleitet

Vor 1 Tag

### Verspätet, aber geklärt

Die Lieferung war verspätet. Nach 2 Wochen kam sie endlich, aber mehrere E-Mails waren nötig, bis alles geklärt war.

### Weitergeleitet

Der Bewerber ist über die Website des Unternehmens zur Bewertungsabgabe gelangt.

Wenn wir feststellen, dass ein Bewerber auf der Website eines Unternehmens auf einen Link zum Trustpilot-Profil des Unternehmens geklickt und dort anschließend eine Bewertung geschrieben hat, kennzeichnen wir diese Bewertung mit dem Hinweis „weitergeleitet“. 2021 wurden 377.072 Bewertungen mit dem Hinweis „weitergeleitet“ versehen. Nachdem diese Neuerung am 1. September 2020 eingeführt worden war, wurden bis Ende desselben Jahres 134.652 weitergeleitete Bewertungen veröffentlicht.

+180 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 377.072

„weitergeleitete“ Bewertungen 2021



# Bewertungen in Zahlen

\* alle abgegebenen  
Bewertungen, einschl.  
im Nachhinein entfernter  
Bewertungen (Daten vom  
31. Dezember 2021)

# 167,5 Millionen

abgegebene Bewertungen auf Trustpilot (seit 2007)\*

# 46,7 Millionen

Bewertungen weltweit wurden allein  
2021 abgegeben\*

+21 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 21 Millionen

Verbraucher haben 2021 ihre erste  
Bewertung auf Trustpilot abgegeben

+34 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 714.000

Unternehmenswebsites verfügen  
inzwischen über Bewertungen

+9 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 185.000

Unternehmen haben 2021 ihre erste  
Bewertung erhalten

+21 %  
im Vergleich  
zum Vorjahr








Im Jahr 2021 wurden insgesamt 46.733.230 Bewertungen aus aller Welt im Trustpilot-Portal geschrieben. Das entspricht einer Steigerung von 21 % im Vergleich zum Vorjahr.

Ende 2021 zählten wir 714.301 Unternehmenswebsites mit Bewertungen auf Trustpilot, und 414.015 dieser Unternehmen haben 2021 auch Bewertungen von Verbrauchern erhalten. 2020 waren es noch 529.219 Unternehmenswebsites mit Bewertungen auf Trustpilot, von denen 314.275 im selben Jahr Bewertungen erhalten hatten.

Auch die Zahl der Unternehmen, die zum ersten Mal bewertet wurden, stieg im Vergleich zum Vorjahr um 21 % – insgesamt 184.809 Unternehmen fielen in diese Kategorie. Mit Blick auf die Verbraucher konnten wir wiederum feststellen, dass 21.080.989 im Jahr 2021 ihre erste Bewertung geschrieben haben – eine Steigerung von 9 % gegenüber 2020.

Jedes Unternehmen auf Trustpilot hat eine Unternehmensprofilseite. Diese Seiten werden erstellt, wenn ein Verbraucher nach einem Unternehmen sucht, und bleiben bestehen, sobald die erste Bewertung über das jeweilige Unternehmen abgegeben wurde. Anschließend können die Profile dann kostenfrei von den jeweiligen Unternehmen beansprucht werden. Im vergangenen Jahr verzeichneten wir 580.046.611 Aufrufe von Unternehmensprofilen, was einer Steigerung von 7 % gegenüber dem Vorjahr entspricht – ein klares Indiz für den Mehrwert, den Menschen aus der Lektüre des Feedbacks und den Erfahrungen anderer Menschen ziehen.

## Abgegebene Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Anzahl der Sterne

<b>5 Sterne</b>		<b>72,51 %</b>
<b>4 Sterne</b>		<b>8,22 %</b>
<b>3 Sterne</b>		<b>3,11 %</b>
<b>2 Sterne</b>		<b>2,52 %</b>
<b>1 Stern</b>		<b>13,56 %</b>

Die Verteilung der Bewertungen nach der Anzahl der erhaltenen Sterne ist 2021 sehr ähnlich ausgefallen wie 2020 – 73 % waren 5-Sterne-Bewertungen und 14 % der Verbraucher vergaben 1 Stern.





Auch negative Bewertungen halten für Unternehmen großartige Möglichkeiten bereit: Aus ihnen können sie lernen, wie sie sich verbessern können, und sie bieten ihnen die Chance, mit ihren Kunden in Kontakt zu treten. Kein Unternehmen macht immer alles richtig, doch Verbraucher schätzen Unternehmen, die sich um ihre Kunden kümmern, vor allem dann, wenn etwas anders läuft als geplant. Entsprechend kaufen 64 % der Verbraucher weltweit lieber bei einem Unternehmen ein, das auf sie eingeht, als bei einem perfekt wirkenden Unternehmen.

## Die 10 Länder mit den meisten abgegebenen Bewertungen

Tag für Tag veröffentlichen Verbraucher aus der ganzen Welt ihre Bewertungen auf Trustpilot.

🇬🇧 **Vereinigtes Königreich 16,9 Mio.**

🇺🇸 **Vereinigte Staaten 6,1 Mio.**

🇫🇷 **Frankreich 3,2 Mio.**

🇩🇰 **Dänemark 2,8 Mio.**

🇩🇪 **Deutschland 2,5 Mio.**

🇳🇱 **Niederlande 2,1 Mio.**

🇮🇹 **Italien 1,9 Mio.**

🇸🇪 **Schweden 1 Mio.**

🇪🇸 **Spanien 1 Mio.**

🇦🇺 **Australien 795 Tsd.**



# Wie wir unser Portal schützen

# 100 %

der Bewertungen auf Trustpilot werden von unserer automatisierten Software zur Betrugserkennung überprüft

**5,8 %**  
aller  
Bewertungen  
2021

**2,7 Millionen**  
gefälschte Bewertungen wurden  
im Jahr 2021 entfernt

Jeden Tag analysiert unsere  
automatisierte Software

**128.000**  
Bewertungen

1,1 % aller  
Bewertungen  
2021

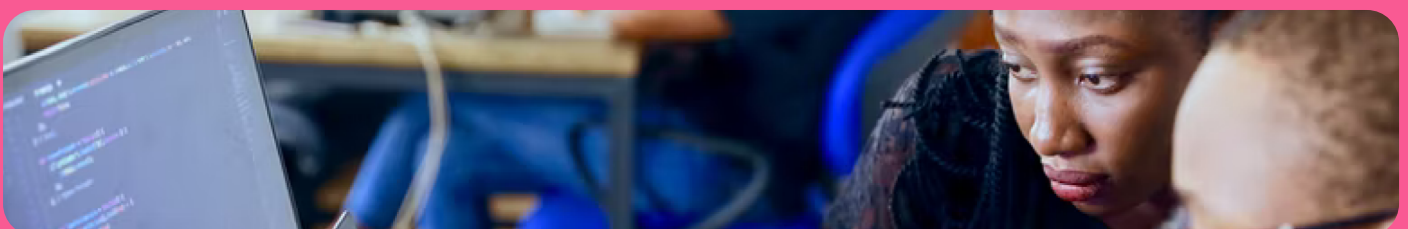
**532.853**  
Bewertungen wurden von  
Unternehmen gemeldet

**+19 %**  
im Vergleich  
zum Vorjahr

**1,8 Millionen**  
Bewertungen wurden von unserer  
automatisierten Software zur  
Betrugserkennung entfernt

0,2 % aller  
Bewertungen  
2021

**110.663**  
Bewertungen wurden von  
Verbrauchern gemeldet





Die Mehrheit der Unternehmen und Verbraucher nutzt das Trustpilot-Portal konstruktiv und wie vorgesehen. Leider gibt es jedoch eine kleine Gruppe von Menschen, die das Portal auf eine Weise nutzt, die nicht unseren Richtlinien entspricht. Die Art des Missbrauchs und die dafür verwendete Technologie entwickelt sich ständig weiter – und wir halten Schritt, indem auch wir uns kontinuierlich weiterentwickeln, um neuen Herausforderungen gut gewappnet entgegenzutreten. Wir werden niemals perfekt sein, weil das schlicht nicht möglich ist – dies zu erwarten wäre so, als würde man erwarten, dass z. B. jeglicher Kreditkartenbetrug unterbunden wird – aber wir werden auf jeden Fall immer unser Bestes geben.

### **Gefälschte Bewertungen und wie wir sie bekämpfen**

Im Jahr 2021 haben wir 2.722.255 gefälschte Bewertungen entfernt – 5,8 % aller Bewertungen, die in diesem Jahr geschrieben wurden. Schon 2020 war der Prozentsatz der entfernten Bewertungen mit 5,7 % nahezu gleich. Das zeigt, dass wir immer effektiver werden und unsere Arbeit effizient skalieren.

### **Was ist eine gefälschte Bewertung?**

Unsere Definition von gefälschten Bewertungen umfasst einerseits alle Bewertungen, die auf keiner wirklichen Kauf- oder Serviceerfahrung bei einem Unternehmen basieren, und andererseits alle Bewertungen, die geschrieben wurden, um die Wahrnehmung der Verbraucher zu manipulieren, oder die ein bestimmtes Unternehmen negativ ins Visier nehmen.

### **Wussten Sie das?**

Bewertungen, die auf einer wirklichen Erfahrung basieren, gelten auch dann nicht als gefälschte Bewertungen, wenn bestimmte Facetten ihres Inhaltes von dem bewerteten Unternehmen als unfair empfunden werden.

Zu den „gefälschten Bewertungen“ zählen demnach:

- Bewertungen, die Unternehmen auf ihrem eigenen Trustpilot-Profil abgeben,
- gekaufte Bewertungen, mit denen die Gesamtbewertung eines Unternehmens auf Trustpilot manipuliert werden soll,
- Bewertungen, die gezielt auf den Trustpilot-Profilen von Mitbewerbern veröffentlicht werden, um deren Trustpilot-Rating zu senken,
- werbende oder verkaufsfördernde Botschaften jeglicher Art, die als Bewertungen getarnt sind,
- Bewertungen, die aufgrund schädlicher oder rechtswidriger Inhalte aus dem Portal entfernt wurden,
- Bewertungen, die keine wirkliche Erfahrung widerspiegeln oder die sich nicht auf das bewertete Unternehmen beziehen

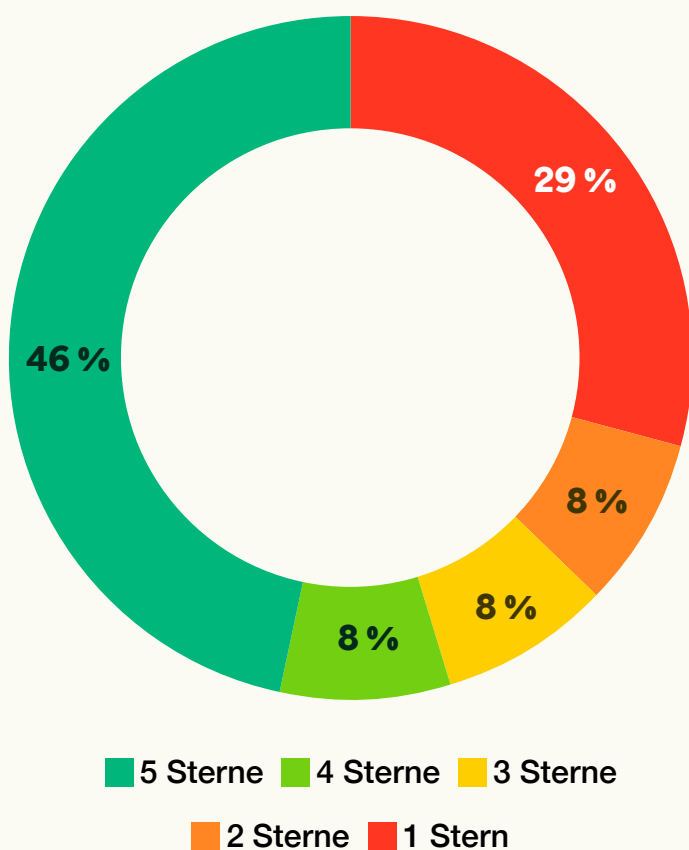
Im Jahr 2021 wurden 1.846.564 gefälschte Bewertungen von unserer automatisierten Software entfernt – eine Steigerung von 19 % gegenüber dem Vorjahr und ein eindeutiger Beleg, dass unsere automatisierten Systeme immer effektiver werden. Insgesamt 875.691 Bewertungen wurden 2021 von unserem Content-Integrity-Team entfernt.

Der Anteil gefälschter 5-Sterne-Bewertungen, die entdeckt und aus dem Portal entfernt wurden, stieg im Vergleich zum Vorjahr um 4 %. Ein Teil dieses Erfolgs ist auf unseren verstärkten Einsatz im Kampf gegen Bewertungsverkäufer zurückzuführen. Die Technologie, die wir inzwischen verwenden, ermöglicht es uns nicht nur, missbräuchliche Nutzungsmuster auf unserem Portal präzise zu identifizieren, sondern liefert uns außerdem genügend Beweise, anhand derer wir eindeutig ermitteln können, welche Bewertungen und Konten Bewertungsverkäufern zuzuordnen sind. Dies liefert uns wiederum noch mehr Beweismaterial, um gegen diese Bewertungsverkäufer vorzugehen.

Der Anteil gefälschter 1-Stern-Bewertungen an den entfernten Bewertungen stieg ebenfalls um 6 % auf 29 %, und immer mehr Unternehmen, die eine automatische Einladungsmethode nutzen, melden uns

organische Bewertungen, weil sie dahinter keine „wirkliche Erfahrung“ vermuten. Weil das Volumen organischer Bewertungen im Vergleich zu 2020 um 17 % zugenommen hat, werden wir uns in den kommenden 12 Monaten deshalb verstärkt darauf konzentrieren, Unternehmen dabei zu helfen, organische Bewertungen leichter als echte Kauf- oder Serviceerfahrungen zu identifizieren: indem wir bereits im Vorfeld mehr Informationen über Bewerber einholen und indem mehr Verbraucher Nachweise für ihre Erfahrung erbringen. Die in diesem Jahr eingeführte Verifizierung von Verbrauchern ist dabei ein erster Schritt, um das Vertrauen in organische Bewertungen in Zukunft zu stärken.

### Gefälschte und daher entfernte Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Anzahl der Sterne



Da es für den Schutz unseres Portals kein Patentrezept gibt, setzen wir auf drei schlagkräftige Elemente: den Einsatz von Hightech, Hinweise aus der Community und unser erfahrenes Team.

# Einsatz von Hightech

## Jeden Tag analysiert unsere automatisierte Software im Durchschnitt

# 128.000

## Bewertungen

Um gefälschte Bewertungen zu identifizieren und zu entfernen, haben wir unsere maßgeschneiderte, automatisierte Software zur Betrugserkennung über viele Jahre hinweg weiterentwickelt.

Jede einzelne Bewertung wird von dieser automatisierten Technologie überprüft, mit der wir ungewöhnliche Muster auf der Grundlage mehrerer Datenpunkte wie IP-Adressen, Nutzer-IDs, Gerätemerkmale, Standortdaten und Zeitstempel identifizieren können. Auf diese Weise analysiert unsere Software Tag für Tag im Durchschnitt mehr als 128.000 Bewertungen. Indem wir im Laufe der Zeit immer mehr Informationen über gefälschte Bewertungen und die damit verbundenen Verhaltensmuster sammeln, verbessert sich auch die Fähigkeit unserer Systeme immer weiter, sodass wir solche Bewertungen und die dafür verantwortlichen Personen immer besser bekämpfen können.

Sobald unsere Software eine gefälschte Bewertung erkennt, nehmen wir diese Bewertung offline und benachrichtigen den jeweiligen Bewerber per E-Mail (es sei denn, es handelt sich eindeutig um werbliche oder verkaufsfördernde Inhalte). Diese Vorgehensweise sorgt für noch mehr Transparenz und ermöglicht es uns, zusammen mit dem Bewerber irrtümlicherweise als gefälscht eingestufte Bewertungen zu identifizieren (echte Bewertungen, die von unseren Systemen fälschlicherweise entfernt und nach Rücksprache mit dem betroffenen Bewerber wieder online gestellt werden) und unsere Technologie kontinuierlich zu verfeinern. 2021 handelte es sich bei 11,8 % der Bewertungen,

die offline genommen wurden, um irrtümlicherweise als gefälscht eingestufte Bewertungen – nachdem es 2020 noch 14,7 % waren, konnten wir unseren Genauigkeitsgrad also weiter verbessern.

Vor Kurzem haben wir eine kurze Verzögerung von maximal 2 Stunden zwischen der Abgabe einer Bewertung und ihrer Veröffentlichung auf unserem Portal eingeführt. Durch diese Verzögerung können wir unsere automatisierte Software in einem anderen und gestaffelten Zeitrahmen einsetzen und dadurch mit noch größerer Wahrscheinlichkeit verhindern, dass gefälschte Inhalte jemals an die Öffentlichkeit gelangen. Wir nehmen jedoch keinerlei Änderungen an Bewertungen vor und bearbeiten sie auch nicht nach. Niemand außer dem jeweiligen Bewerter selbst hat die Möglichkeit, den Inhalt einer Bewertung zu ändern oder zu bearbeiten. Sobald unsere automatisierte Technologie die Bewertung analysiert hat, wird sie auf dem Portal veröffentlicht und ist für alle sichtbar.

### **Spezielle Technologien zur Bekämpfung missbräuchlicher Nutzung**

Neben unseren automatisierten Systemen, die jede Bewertung überprüfen, setzen wir zusätzliche Systeme ein, um bestimmte Formen missbräuchlicher Nutzung zu erkennen, und verfolgen auf diese Weise einen mehrschichtigen Ansatz zur Identifizierung und Bekämpfung gefälschter Bewertungen.

So verwenden wir eine spezielle Technologie, um Verhaltensmuster und Beziehungen zwischen Gruppen von Bewertern sowie Aktivitätscluster über alle Bewertungen auf dem Portal hinweg und im Internet ganz allgemein zu identifizieren. Auf diese Weise können wir bestimmte Arten des Missbrauchs von Bewertungen genauer untersuchen und z. B. Profile von Bewertungsverkäufern und Unternehmen, die in den Erwerb gefälschter Bewertungen involviert sind, ermitteln (siehe [Bewertungsverkäufer auf Seite 6](#)).

Unser System zur Erkennung von Anomalien filtert ungewöhnliche Muster in Bewertungen heraus, die von einer deutlich vermehrten

Anzahl neuer Bewertungen für ein bestimmtes Unternehmen bis hin zu einer ungewöhnlich hohen Antwortrate auf Bewertungseinladungen reichen können. Außerdem ermittelt die Technologie automatisch Trustpilot-Unternehmensprofile, die aus verschiedenen Gründen einer näheren Prüfung durch unsere Betrugsanalysten und -ermittler oder unser Content-Integrity-Team unterzogen werden müssen: So nutzen wir sie beispielsweise, um festzustellen, ob ein Unternehmen Bewertungen auf unfaire oder voreingenommene Weise sammelt oder Belohnungsanreize für die Abgabe von Bewertungen anbietet, was gegen unsere Richtlinien verstößt. Ein weiteres Einsatzgebiet dieses Tools ist die Erkennung von Entrüstungstürmen, d. h. von Situationen, in denen Unternehmen eine erhebliche Anzahl von Bewertungen erhalten, die keine wirklichen Erfahrungen widerspiegeln, sondern in der Regel Reaktionen auf intensive Medienberichterstattung oder einen Handlungsaufruf auf anderen Social-Media-Plattformen sind.

## **Meldungen aus der Community und Hinweise von Whistleblowern**

### **Wussten Sie das?**



Verbraucher können Bewertungen melden, indem sie auf das Fähnchen klicken, das unter jeder Bewertung auf Trustpilot angezeigt wird.

Auch die Trustpilot-Community trägt dazu bei, das Vertrauen auf unserem Portal zu fördern und zu schützen.

Bewerter und Unternehmen, die unser Portal nutzen, können uns jederzeit eine Bewertung melden, wenn sie der Meinung sind, dass sie gegen unsere Richtlinien verstößt. Diese Bewertungen bezeichnen wir als gemeldete Bewertungen. Außerdem haben wir eine

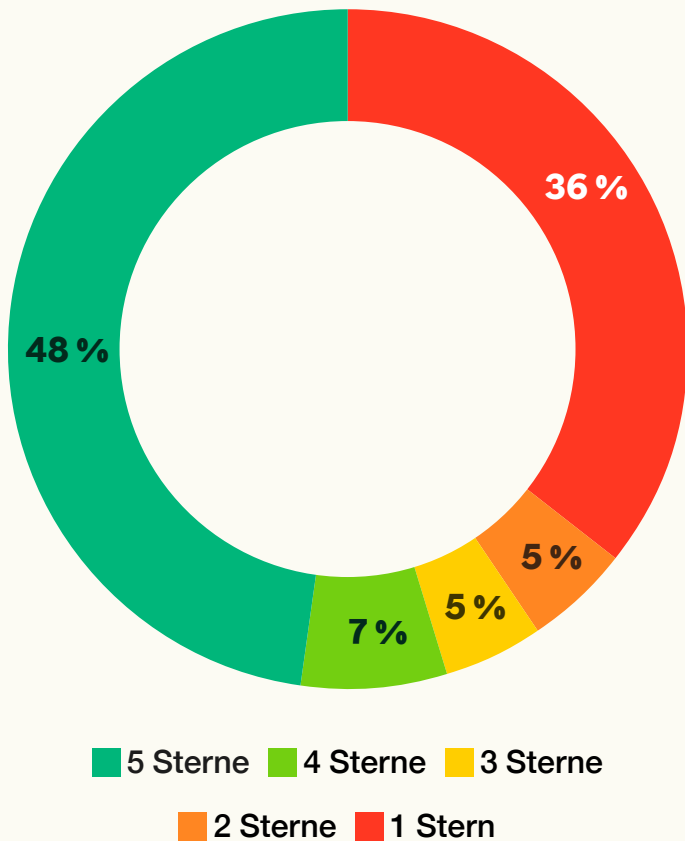


Whistleblower-Funktion, die von allen genutzt werden kann, um uns vertraulich über Probleme zu informieren. Alle gemeldeten Bewertungen werden von unserem erfahrenen Content-Integrity-Team überprüft.

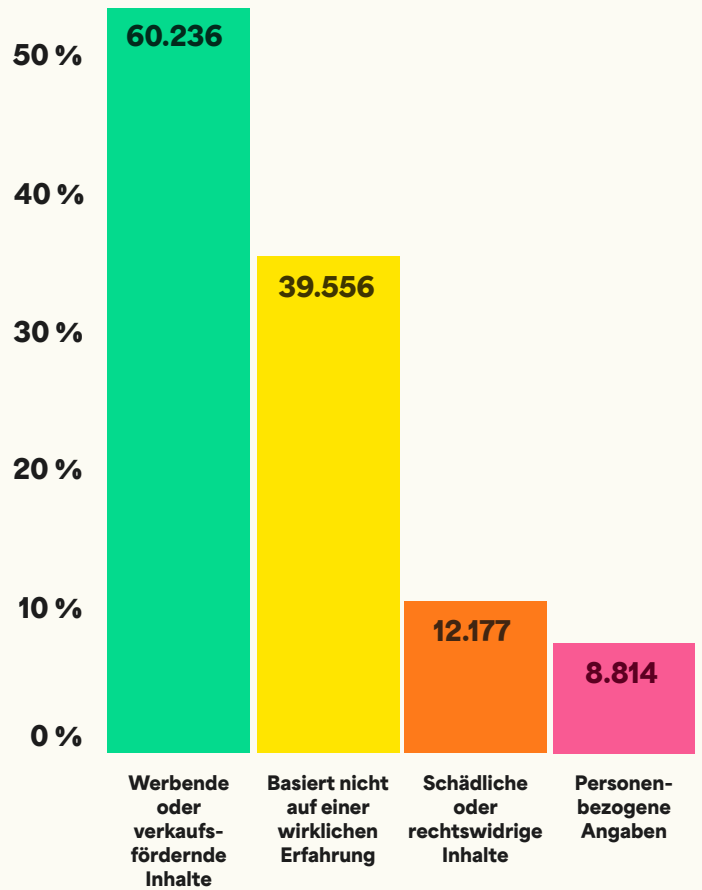
### Von Verbrauchern gemeldete Bewertungen

Die Zahl der von Verbrauchern gemeldeten Bewertungen ist von 88.412 im Jahr 2020 auf 110.663 Bewertungen im Jahr 2021 gestiegen. Bezogen auf die Gesamtzahl entspricht dies einem Prozentsatz von 0,2 % aller eingegangenen Bewertungen, die 2020 bzw. 2021 von Verbrauchern gemeldet wurden. 18.065 dieser Meldungen wurden von unserem Content-Integrity-Team als gerechtfertigt eingestuft, was bedeutet, dass der Genauigkeitsgrad der Verbraucher von 12,4 % im Jahr 2020 auf 16 % gestiegen ist. Diese Steigerung ist der Präzisierung unserer Meldegründe und der Optimierung unseres Meldeverfahrens zu verdanken – zwei entscheidende Maßnahmen, die wir 2020 umgesetzt haben.

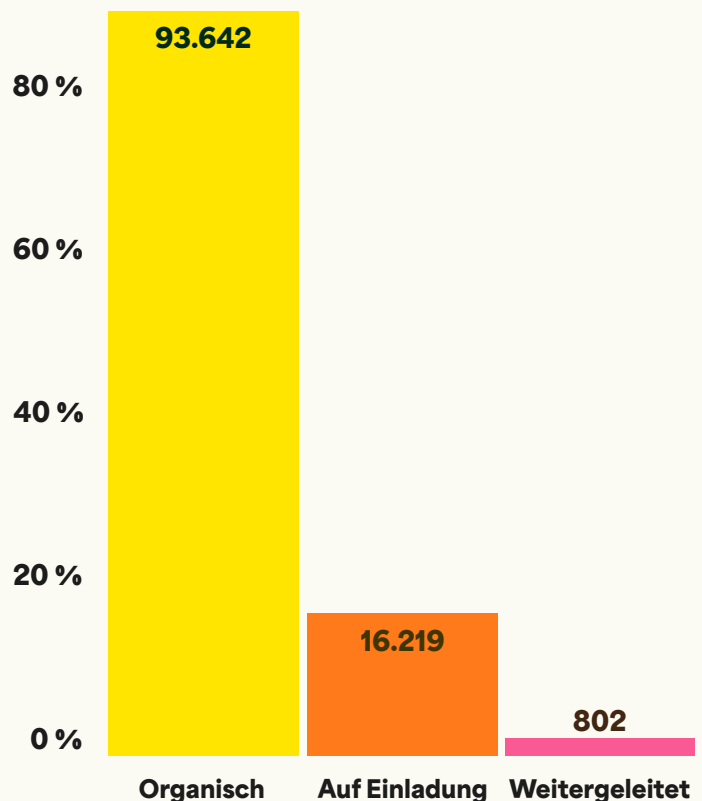
### Von Verbrauchern gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Anzahl der Sterne



### Von Verbrauchern gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach dem Meldegrund



### Von Verbrauchern gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Bewertungsquelle

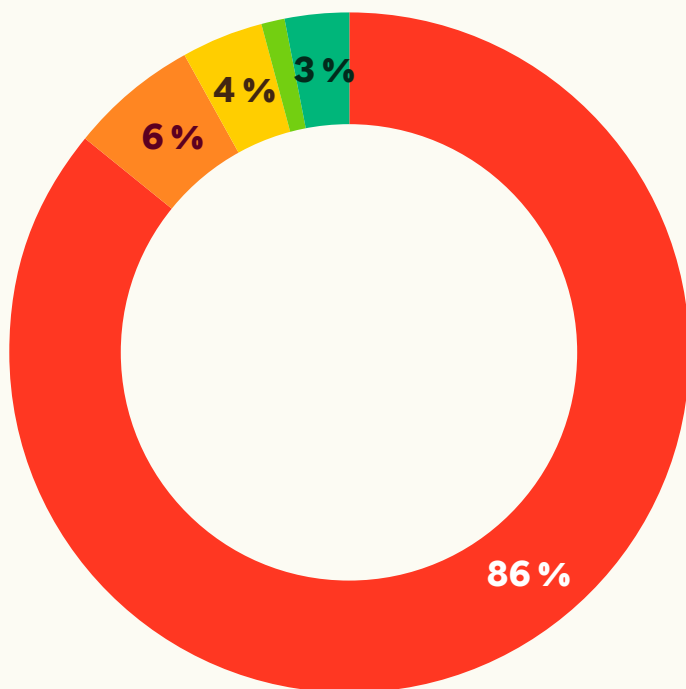


## Von Unternehmen gemeldete Bewertungen

Unternehmen können Bewertungen zum einen über ihren Trustpilot-Business-Account melden oder sich, sofern sie keinen Business-Account besitzen, entweder an unser Content-Integrity-Team wenden oder unsere Whistleblower-Funktion nutzen.

2021 wurden insgesamt 532.853 Bewertungen von Unternehmen gemeldet. Bezogen auf die Gesamtzahl aller eingegangenen Bewertungen stellt dies einen Rückgang des Prozentsatzes der von Unternehmen gemeldeten Bewertungen dar – während 2020 noch 1,2 % aller Bewertungen gemeldet wurden, waren es 2021 nur noch 1,1 %. 411.093 dieser Meldungen wurden von unserem Content-Integrity-Team als gerechtfertigt eingestuft, was bedeutet, dass Unternehmen 2021 einen Genauigkeitsgrad von 77,2 % erreichten, während er 2020 noch bei 62,8 % gelegen hatte. Diese Steigerung ist zum einen der Präzisierung unserer Meldegründe und der Optimierung unseres Meldeverfahrens zu verdanken, die wir 2020 umgesetzt haben, und beruht zum anderen auf der verstärkten Nutzung automatischer Bewertungseinladungen, die Unternehmen mehr Aufschluss über die Quellen ihrer Bewertungen geben.

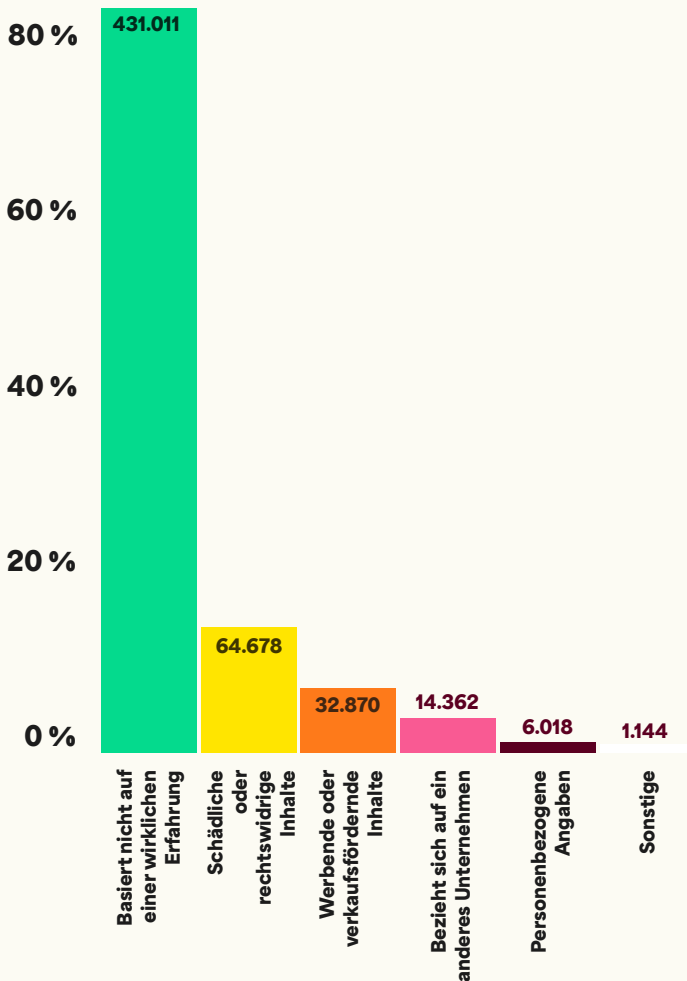
## Von Unternehmen gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Anzahl der Sterne



■ 5 Sterne ■ 4 Sterne ■ 3 Sterne  
■ 2 Sterne ■ 1 Stern



## Von Unternehmen gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach dem Meldegrund



## Genauigkeitsgrade bei gemeldeten Bewertungen

Die Genauigkeitsgrade von Verbrauchern und Unternehmen, die Bewertungen melden, weichen stark voneinander ab. Das liegt u. a. daran, dass Unternehmen in der Regel mehr Zeit haben, um sich mit den über sie geschriebenen Bewertungen zu befassen, und dass sie zudem auf mehr Informationen, z. B. auf Aufzeichnungen zu Kundengeschäften, zurückgreifen können.

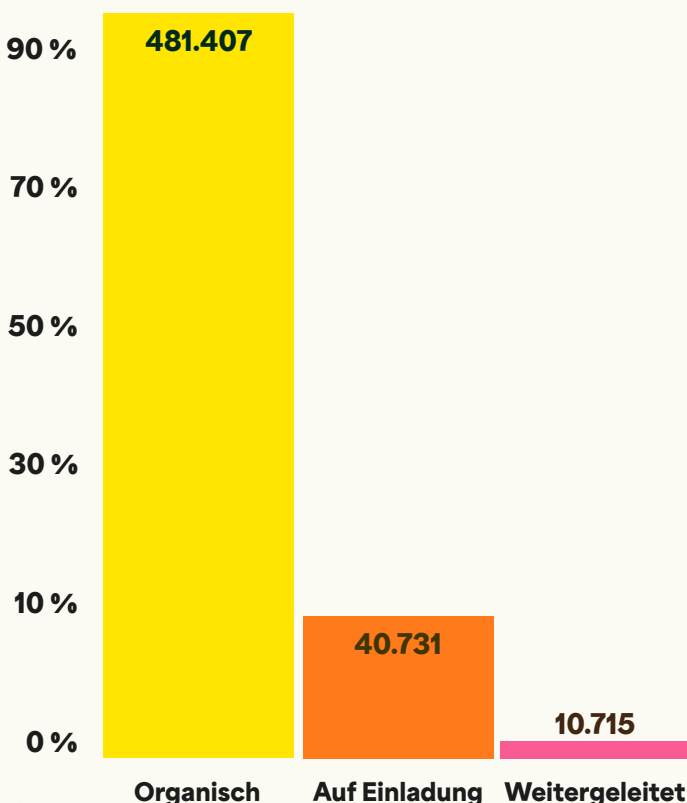
Verbraucher können sich hingegen nur anhand der Informationen, die in den Bewertungstexten enthalten sind, ein Urteil bilden. Überdies konnten wir beobachten, dass Verbraucher, die negative Erfahrungen mit einem Unternehmen gemacht haben, mitunter versuchen, alle positiven Bewertungen auf dessen Unternehmensprofil zu melden. Im Zuge unserer Überprüfung stellen wir deshalb oft fest, dass diese Meldungen unberechtigt waren.

Bewertungen können sowohl von Verbrauchern als auch von Unternehmen gemeldet werden, wenn sie:

- schädliche oder rechtswidrige Inhalte aufweisen,
- personenbezogene Angaben enthalten,
- werbende oder verkaufsfördernde Inhalte bergen,
- nicht auf einer wirklichen Erfahrung basieren,
- sich auf ein anderes Unternehmen beziehen (nur Unternehmen können Bewertungen mit dieser Begründung melden).

Wir informieren Verbraucher nicht jedes Mal, wenn ihre Bewertungen gemeldet

## Von Unternehmen gemeldete Bewertungen aufgeschlüsselt nach der Bewertungsquelle





werden, sondern benachrichtigen Bewerber nur dann per E-Mail, wenn wir feststellen, dass ihre Bewertungen tatsächlich aus dem angegebenen Meldegrund gegen unsere Richtlinien verstoßen. Daraufhin teilen wir ihnen mit, was sie tun können, um das Problem zu lösen.

## Unser Content-Integrity-Team und unsere Betrugsanalysten und -ermittler

Alle gemeldeten Bewertungen werden von unserem erfahrenen Content-Integrity-Team überprüft. Diese Überprüfung erfolgt bei allen gemeldeten Bewertungen in sämtlichen Märkten weltweit derzeit innerhalb von 48 Stunden. Außerdem beschäftigen wir ein Team aus Betrugsanalysten und -ermittlern, das alle besonders komplexen Situationen prüft und ggf. erforderliche Maßnahmen einleitet. Beide Teams haben Zugriff auf leistungsstarke Tools, mit denen sie Bewertungsmuster auf weitere Anomalien hin untersuchen können.

In diesem Bereich beschäftigte Trustpilot Ende Dezember 2021 rund 88 Mitarbeiter, darunter Agenten, Ermittler, Juristen sowie Technologie-, Kommunikations- und Schulungsexperten, mit deren Hilfe der Fokus kontinuierlich auf Vertrauen und Transparenz gelegt werden konnte. Darüber hinaus legt Trustpilot verschiedene Content-Integrity-Aufgaben zusätzlich in die Hände externer Spezialisten, um auch auf ein höheres Bewertungsaufkommen flexibel reagieren zu können.

### Wie wir zuhören und uns weiter verbessern

Unser Content-Integrity-Team arbeitet unermüdlich daran, sicherzustellen, dass wir sowohl Verbraucher als auch Unternehmen fair behandeln. Doch wir sind alle nur Menschen, denen auch einmal

Fehler unterlaufen können, und es ist uns bewusst, dass es für Menschen, die sich die Mühe gemacht haben, eine Bewertung zu schreiben oder uns zusätzliche Informationen zukommen zu lassen, frustrierend sein kann, wenn sie das Gefühl bekommen, dass wir etwas aus irgendeinem Grund übersehen haben. Wir nehmen alle Anliegen ernst und haben erste Schritte zur Einführung eines neuen Einspruchsverfahrens in die Wege geleitet. Dieses Verfahren gibt Verbrauchern und Unternehmen die Möglichkeit, Einspruch zu erheben, wenn sie das Gefühl haben, dass wir bei einer Entscheidung, die wir getroffen haben, etwas übersehen haben, und es gibt uns selbst die Chance, aus diesen Einwänden zu lernen und uns weiter zu verbessern.



# Welche Maßnahmen wir ergreifen

**+210 %**  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 121.048

Verwarnungen 2021 erteilt

**+405 %**  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 2.637 136

Verbraucherwarnungen auf Trustpilot veröffentlicht

Verträge 2021 aufgelöst

**+1236 %**  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 2.098

Verbraucherhinweise auf Trustpilot veröffentlicht

**+38 %**  
im Vergleich  
zum Vorjahr

# 1.425

Unterlassungsaufforderungen ausgestellt



Leider wird es immer eine kleine Minderheit geben, die versucht, die Integrität unseres Portals zu untergraben, um Einfluss auf die Meinungen der Verbraucher zu nehmen. Aus diesem Grund arbeiten unser Content-Integrity-Team, unsere Betrugsanalysten und -ermittler und unsere Rechtsabteilung gemeinsam als „Trust & Transparency“-Einheit beständig daran, gegen diese Problemfälle vorzugehen.

2021 konnten wir dank der verbesserten Genauigkeitsgrade bei der Erkennung gefälschter Bewertungen die Maßnahmen, die wir im Fall einer missbräuchlichen Nutzung unseres Portals ergreifen, zunehmend automatisieren.

Unser Maßnahmenpaket enthält eine Vielzahl von Optionen. Nähere Details finden Sie in [unserer Richtlinie](#).

### **Verwarnungen**

Wir senden Verwarnungen an Unternehmen, wenn wir einen Missbrauch unseres Portals feststellen, z. B. wenn uns potenziell gefälschte Bewertungen auffallen oder wenn wir feststellen, dass ein Unternehmen unsere Meldefunktion missbraucht. Abhängig von der Schwere des Missbrauchs können wir auch direkt eine Abmahnung versenden.

Im Jahr 2021 haben wir 121.048 Verwarnungen erteilt. Dies bedeutet eine erhebliche Steigerung gegenüber den 38.957 Verwarnungen, die wir 2020 versendet haben. Die Mehrheit dieser Verwarnungen (99 %) wurde über unsere automatisierten Systeme verschickt, wohingegen nur 1 % nach Prüfung des jeweiligen Sachverhalts durch unsere spezialisierten Teams manuell versendet wurde.

Selbstverständlich hegen nicht alle Unternehmen, die wir warnen, tatsächlich die Absicht, gegen unsere Richtlinien zu verstoßen – viele Verwarnungen sind vielmehr das Ergebnis von Anwenderfehlern oder Missverständnissen. Verwarnungen können daher ein weiterer Anlass sein, um Unternehmen im richtigen Umgang mit unserem Portal zu schulen und auf

diese Weise Wiederholungen bestimmter missbräuchlicher Verhaltensweisen in Zukunft vorzubeugen.

### **Unterlassungsaufforderungen**

Wenn ein Unternehmen unser Portal auch nach Erhalt einer Verwarnung weiterhin missbraucht, senden wir ihm eine Abmahnung zu und fordern es auf, dieses Verhalten unverzüglich einzustellen. 2021 haben wir 1.425 solcher Unterlassungsaufforderungen verschickt. Auch ihre Anzahl hat im Vergleich zu 2020, als wir 1.030 Unterlassungsaufforderungen ausstellen mussten, zugenommen.

Wenn ein Unternehmen wegen eines Verstoßes gegen unsere Richtlinien eine Unterlassungsaufforderung erhalten hat, erfassen wir dies in unseren internen Systemen und stellen sicher, dass es sich nicht für ein kostenpflichtiges Leistungspaket bei Trustpilot anmelden kann, bis das Verhalten, das den Verstoß verursacht hat, eingestellt wurde. Richtlinienverstöße durch Unternehmen, die bereits ein kostenpflichtiges Paket nutzen, sanktionieren wir durch die Einschränkung ihres Accounts, sodass sie nicht mehr auf andere Pakete wechseln, keine Upgrades durchführen und ihr Abonnement nicht mehr verlängern können, bis sie die Verstöße gegen unsere Richtlinien eingestellt haben.

### **Beendigung der Geschäftsbeziehung**

Wenn ein Unternehmen ein kostenpflichtiges Trustpilot-Paket nutzt und weiterhin gegen unsere Richtlinien verstößt, nachdem wir ihm eine Unterlassungsaufforderung gesendet haben, kündigen wir sein Abonnement. Dass ein Verstoß auch nach einer Unterlassungsaufforderung fortgesetzt wird, ist äußerst ungewöhnlich. Trotzdem mussten wir 2021 aus diesem Grund 136 Verträge kündigen.

Gleichzeitig beschränken wir die Account-Funktionen des jeweiligen Unternehmens auf das absolute Minimum, was bedeutet, dass es ab diesem Zeitpunkt nur noch auf Bewertungen antworten und diese melden kann. Diese Funktionen müssen weiterhin zur Verfügung stehen, weil



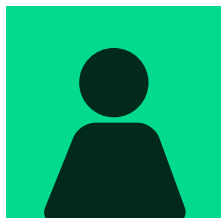
unsere Community, einschließlich der Unternehmen, uns Bewertungen melden können muss, die gegen unsere Richtlinien verstoßen. Diese Vorgehensweise gilt für alle Unternehmen, unabhängig davon, ob sie ein kostenpflichtiges Leistungspaket nutzen oder nicht. Im Umkehrschluss ist es dem jeweiligen Unternehmen daraufhin also nicht mehr möglich, Bewertungseinladungen über unser Portal zu versenden, und es ist ihm zudem untersagt, das Trustpilot-Logo, unser Branding, den TrustScore, die Sternebewertung oder Bewertungsinhalte auf seiner Website oder in seinen Verkaufs- und Marketingmaterialien zu präsentieren.



### Warnung – wir haben eine missbräuchliche Nutzung festgestellt

Wir haben festgestellt, dass dieses Unternehmen gefälschte Bewertungen erhalten hat, und haben sie entfernt.

Falls weitere verdächtige Bewertungen auf diesem Profil identifiziert werden, werden wir diese ebenfalls entfernen. Wenn Sie glauben, dass eine Bewertung gefälscht ist, können Sie uns über die Meldefunktion informieren.



#### Unternehmen

Bewertungen 169 • Mangelhaft



## Öffentliche Verbraucherwarnung

### Verbraucherwarnungen

Als Teil unserer Verpflichtung gegenüber allen Verbrauchern, die unser Portal nutzen, platzieren wir eine rote, öffentlich sichtbare Verbraucherwarnung auf dem Trustpilot-Profil jedes Unternehmens, das gegen unsere Richtlinien verstößt und sein Verhalten, das den Verstoß verursacht hat, nicht einstellt, sondern auch weiterhin die Integrität unseres Portals untergräbt.

Bis Ende 2021 haben wir in dieser Manier 2.637 Verbraucherwarnungen auf Trustpilot veröffentlicht. Dies ist ein erheblicher Anstieg gegenüber den 522 Verbraucherwarnungen, die wir 2020 auf Unternehmensprofilen platzieren mussten, und ein Ergebnis unserer verbesserten Fähigkeit, Betrugsversuche zu erkennen und automatisch zu sanktionieren.

Wir belassen Verbraucherwarnungen für einen festgelegten Zeitraum auf dem jeweiligen Profil und überprüfen regelmäßig, ob das Unternehmen sein Verhalten inzwischen geändert hat oder den Missbrauch unseres Portals fortsetzt. Wir entfernen diese Warnungen erst dann, wenn jeglicher Missbrauch eingestellt wurde und eine angemessene Zeit vergangen ist. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass wir die Nutzer unseres Portals in ausreichendem Umfang auf die Täuschungsversuche bzw. ein anderweitig missbräuchliches Verhalten des jeweiligen Unternehmens aufmerksam machen konnten.

### Verbraucherhinweise

Wenn keine missbräuchliche Nutzung unseres Portals erfolgt ist, uns jedoch andere wichtige Informationen über ein Unternehmen vorliegen, von denen unsere Nutzer nach unserer Ansicht Kenntnis erhalten sollten, um informierte Entscheidungen treffen zu können, weisen wir in Form von Verbraucherhinweisen auf derartige Sachverhalte hin – z. B. wenn ein Unternehmen Gegenstand intensiver Medienberichterstattung ist oder unter behördlicher Beobachtung steht.

Diese Verbraucherhinweise blenden wir so lange wie nötig auf der Profilseite des betreffenden Unternehmens ein, um unsere Nutzer auf die jeweilige Situation aufmerksam zu machen. 2020 haben wir 157 Verbraucherhinweise veröffentlicht, und 2021 waren es 2.098 Verbraucherhinweise. 25 % dieser Hinweise bezogen sich auf das Coronavirus und enthielten Ratschläge für die sichere Inanspruchnahme der Dienstleistungen von Testanbietern und anderen in dieser Branche tätigen Unternehmen.

## Unsere Verwendung von Verbraucherhinweisen bei Entrüstungstürmen

Immer häufiger kommen unsere Verbraucherhinweise auch im Falle von Entrüstungstürmen zum Einsatz – z. B. wenn ein Unternehmensprofil plötzlich aufgrund medialer Berichterstattung verstärkt neue Bewertungen erhält, von denen unter Umständen nicht alle auf einer wirklichen Erfahrung basieren. In den meisten Fällen sperren wir daraufhin das betroffene Profil und blenden zudem einen Verbraucherhinweis ein, um den Besuchern die Situation zu erklären. 2021 konnten wir eine steigende Anzahl von Entrüstungstürmen als Reaktion auf das Weltgeschehen beobachten. So kam es u. a. beispielsweise vor, dass Fußballfans eines hochkarätigen Vereins dessen Hauptsponsoren negativ bewerteten, Unternehmen als Reaktion auf öffentliche Äußerungen von deren Mitarbeitern in den sozialen Medien massenhaft schlechte Bewertungen erhielten oder dass die pandemiebedingten Lieferprobleme eines Spielkonsolenherstellers für Unmut sorgten und eine Welle negativer Bewertungen nach sich zogen.

## Unsere Verwendung von Verbraucherhinweisen bei behördlichen Untersuchungen

Wir sind ebenfalls im Begriff, unsere automatisierten Prozesse weiterzuentwickeln, um Verbraucher in Zukunft noch proaktiver vor Unternehmen zu warnen, die einer behördlichen Überprüfung unterzogen werden, und ihnen zu empfehlen, bei Transaktionen Vorsicht walten zu lassen. Dabei konzentrieren wir uns zunächst auf den Finanzsektor, der große Auswirkungen auf die Verbraucher hat und in dem Vertrauenswürdigkeit an erster Stelle steht. Das bedeutet, dass wir regelmäßig und automatisch die Websites von Regulierungsbehörden überprüfen, um sämtliche Hinweise, Warnungen, Untersuchungen und Maßnahmen zu berücksichtigen, welche Unternehmen betreffen, die im Trustpilot-Portal gelistet sind. Wenn wir eine Übereinstimmung finden, platzieren wir auf der Profilseite des jeweiligen Unternehmens automatisch einen entsprechenden Verbraucherhinweis.

Zu diesem Zweck überwachen wir derzeit alle Hinweise und Warnungen, die von der Internationalen Vereinigung der Wertpapieraufsichtsbehörden (IOSCO) und von der britischen Finanzmarktaufsichtsbehörde (FCA) veröffentlicht werden, und arbeiten daran, in Zukunft noch weitere Regulierungsbehörden in aller Welt, z. B. die US-Börsenaufsichtsbehörde (SEC) sowie die dänische Finanzaufsichtsbehörde (FSA), miteinzubeziehen.

## Sperrung von Bewerter-Accounts

Wenn ein Verbraucher wiederholt gegen unsere Richtlinien für Bewerter verstößt, indem er z. B. gefälschte Bewertungen veröffentlicht oder Unternehmen auf irgendeine Weise bedroht, sperren wir seinen Zugang zu seinem Trustpilot-Nutzer-Account.



## **Aussetzen der Datenübermittlung an Suchmaschinen**

Wenn wir eine Verbraucherwarnung auf dem Trustpilot-Profil eines Unternehmens einblenden, stellen wir parallel dazu auch die Weitergabe von Informationen über dieses Unternehmen an Suchmaschinen ein. Das bedeutet, dass wir die Übermittlung von Daten wie TrustScore, Sternebewertung und weiterer Bewertungsdaten aussetzen, die Suchmaschinen in ihren Suchergebnissen anzeigen oder anderweitig verwenden können, um Unternehmen zu indexieren und in ihr Suchranking einzustufen.

## **Weitere Maßnahmen**

Je nach Art und Schwere des Missbrauchs bzw. des Verhaltens, das uns veranlasst, bestimmte Maßnahmen zu ergreifen, und abhängig von dem Risiko, das durch die missbräuchliche Nutzung unseres Portals für unsere Community entsteht, können wir auch die folgende(n) Maßnahme(n) ergreifen, um Schaden von Verbrauchern abzuwenden und das Vertrauen in unser Portal sicherzustellen: Einleitung formeller rechtlicher Schritte, einschließlich potenzieller Gerichtsverfahren; Weitergabe von Informationen an Strafverfolgungsbehörden, Aufsichtsbehörden oder die Medien, um die Öffentlichkeit zu warnen; Weitergabe von Informationen an Dritte, sofern dies angemessen und verhältnismäßig ist.

## **Rechtliche Schritte**

Wenn wir alle anderen Methoden zur Unterbindung des wiederholten Missbrauchs unseres Portals ausgeschöpft haben, sind wir gewillt, rechtliche Schritte einzuleiten. Anfang 2022 haben wir dies bereits in einer Reihe von Fällen getan, um einstweilige Verfügungen zu erwirken und den weiteren Verstoß gegen unsere Trustpilot-Richtlinien sowie die Veröffentlichung gefälschter Bewertungen zu verhindern. Es ist wichtig, dass wir alles in unserer Macht Stehende tun, um sowohl die Verbraucher als auch alle ehrlichen und anständigen Unternehmen, die sich an die Regeln halten, vor Täuschungsversuchen zu schützen. Den Versuch, Bewertungen zu missbrauchen, können und werden wir nicht tolerieren.

Wir werden oft gefragt, warum wir Wiederholungstäter nicht aus unserem Portal entfernen. Die Antwort ist ganz einfach: Würden wir ein betrügerisches Unternehmen aus unserem Portal verbannen, erhielten die Verbraucher keinerlei Informationen über dieses Unternehmen und seine Methoden. Für sie ist es jedoch wesentlich vorteilhafter, wenn solche Informationen öffentlich einsehbar sind. Würden wir die Machenschaften betrügerischer Unternehmen hingegen verbergen, würden wir sie bei ihren Täuschungsversuchen eher noch unterstützen.

Durch unsere Investition in Technologien zur Identifizierung von Clustern mutmaßlich gefälschter Bewertungen auf der Basis von Verhaltensdaten im Internet können wir zudem inzwischen noch entschlossener gegen Bewertungsverkäufer vorgehen. So konnten wir bereits rechtliche Schritte gegen 12 Websites einleiten, die gefälschte Bewertungen verkaufen, und darüber hinaus 26 Trustpilot-Gruppen und -Accounts aus unserem Portal entfernen, die ebenfalls gefälscht waren oder gefälschte Bewertungen zum Kauf anboten. Außerdem haben wir Zivilverfahren gegen zwei separate Entwickler gefälschter Bewertungs-Widgets eingeleitet, die Unternehmen aktiv angeboten werden, um Trustpilot-Bewertungen und -Inhalte online zu präsentieren – was Verbraucher in die Irre führt und ebenfalls gegen unsere Richtlinien verstößt.



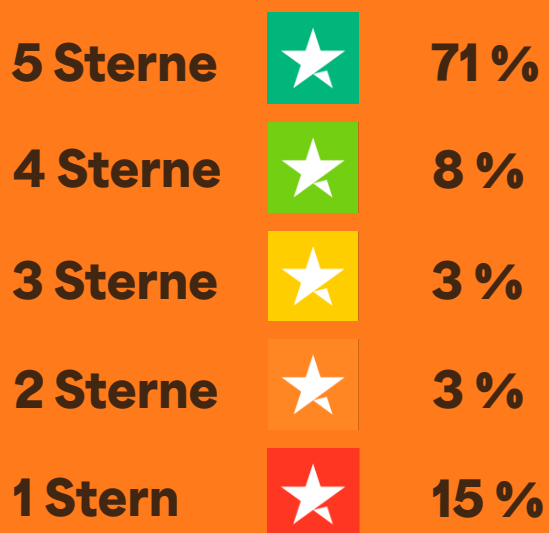


# Bewertungen über Trustpilot

Alle Verbraucher und alle Unternehmen, die unser Portal nutzen, haben die Möglichkeit, eine Bewertung über ihre Erfahrungen mit Trustpilot zu schreiben. Alle Bewertungen, die wir erhalten, können auf unserem Unternehmensprofil eingesehen werden, und die meisten der nachstehenden Informationen sind für alle Interessierten öffentlich auf der Seite über unsere Unternehmensaktivitäten hinterlegt. Als Bewertungsportal ist es uns wichtig, dass wir an Trustpilot denselben Maßstab anlegen wie an alle anderen Unternehmen, die unser Portal nutzen.

## Allgemeine Übersicht über die Bewertungen, die Trustpilot 2021 erhalten hat

Im Jahr 2021 haben wir 38.541 Bewertungen erhalten, die Mehrheit davon (79 %) waren 4- und 5-Sterne-Bewertungen. 15 % unserer Bewertungen waren 1-Stern-Bewertungen.



## Wie wir unsere Bewertungen 2021 gesammelt und erhalten haben

Jeder kann auf unserem Profil eine Bewertung über Trustpilot schreiben. Außerdem laden wir alle Unternehmen, die ihr kostenfreies Trustpilot-Profil beansprucht haben, alle, die unsere kostenpflichtigen Leistungen abonnieren, nach jeweils zwei Wochen sowie alle Verbraucher, die eine Bewertung über ein Unternehmen auf dem Trustpilot-Portal

abgegeben haben, automatisch dazu ein, Trustpilot zu bewerten.

## Unsere Antwortrate auf Bewertungen im Jahr 2021

2021 haben wir 75 % unserer erhaltenen Bewertungen beantwortet.

## Unser Meldeverhalten

2021 haben wir insgesamt 6 Bewertungen gemeldet. 5 davon haben wir gemeldet, weil sie personenbezogene Daten enthielten. Von diesen 5 Bewertungen wurden 2 wieder online gestellt, nachdem die Bewerter ihre Bewertungstexte unseren Richtlinien entsprechend geändert hatten.

## Positives Feedback



### Ich liebe Trustpilot

Ich finde Trustpilot super nützlich. Ich kaufe nichts mehr online, ohne erst nachzuschauen, wie das Unternehmen auf Trustpilot bewertet wird – super hilfreich!

Unsere 5-Sterne-Bewertungen zeigen, dass die Mehrheit der Verbraucher, die Trustpilot nutzen, uns für ein äußerst nützliches Portal halten. Verbraucher heben positiv hervor, dass wir Unternehmen dazu bringen, ihren Kunden zuzuhören, und dass wir ihnen helfen, bessere Entscheidungen zu treffen. Unternehmen wiederum schätzen an Trustpilot, dass sie die Beziehung zu ihren Kunden mit unserer Hilfe vertiefen und ihr Vertrauen gewinnen und stärken können.

## Negatives Feedback



### **Hören Sie auf, schlechte Bewertungen zu löschen!**

Warum haben Sie meine Bewertung über eine betrügerische Website entfernt? Alles, was ich geschrieben habe, ist wahr, und ich habe stichhaltige Beweise dafür, dass es sich wirklich um einen Betrug handelt. Wenn Sie betrügerische Websites unterstützen, indem Sie Bewertungen löschen, weil sie die Wahrheit sagen, dann ist Ihre Bewertungsseite nicht vertrauenswürdig.

