

Bewertungsmanagement Checkliste 2026

Der praktische Leitfaden für Google, Trustpilot, TrustedShops & mehr

Stand: August 2026 · audienca.com

So arbeiten Sie mit dieser Checkliste: Drucken Sie sie aus oder halten Sie sie digital bereit und gehen Sie die Punkte monatlich einmal komplett durch. Jede Position, die Sie mit „Ja“ beantworten können, ist ein gesetztes Häkchen — offene Punkte nehmen Sie in Ihre nächsten zwei Wochen auf.

1. Bewertungen sammeln

- ☐ Wir fragen im **richtigen Moment** nach: direkt nach Lieferung, Serviceabschluss oder erfolgreicher Transaktion — nicht Wochen später.
- ☐ Ein **QR-Code** für die Google-Bewertungsseite liegt auf Kassenzettel, Visitenkarte, Tischaufsteller und Verpackung aus.
- ☐ Unsere **E-Mail-Vorlage** für Bewertungsanfragen ist kurz, persönlich und enthält einen direkten Link zur Bewertungsseite.
- ☐ Das **Google Business Profile** ist verifiziert und wir nutzen die Kurz-URL (g.page) in Mails und Kampagnen.
- ☐ **Trustpilot- und TrustedShops-Einladungen** sind aktiviert und in den Bestellprozess integriert.
- ☐ Wir sprechen Kunden auch **offline** an: im Geschäft, bei Events und nach Beratungen auf ein Feedback hin.
- ☐ Alle relevanten Plattformen sind abgedeckt: **Google, Meta, Trustpilot, TrustedShops, Branchenportale** und die eigene Website.
- ☐ Beschwerden klären wir **erst intern**, bevor sie öffentlich werden — unzufriedene Kunden landen nicht automatisch auf der Bewertungsseite.
- ☐ Alle Mitarbeitenden wissen, **wann und wie** sie um Bewertungen bitten dürfen (kurzes Training, einheitliche Formulierung).
- ☐ Die Anfrage ist **automatisiert** (CRM, Audienca oder Plattform-Tool), damit keine Bewertungsanfrage vergessen wird.
- ☐ Wir kaufen keine Bewertungen und bieten keine Rabatte gegen Sterne — **im Einklang mit den Google-Richtlinien**.

2. Bewertungen überwachen

- ☐ Wir sichten **täglich** neue Bewertungen auf Google, Trustpilot und TrustedShops — fester Termin jeden Morgen.
- ☐ Für alle Plattformen inkl. **Meta** gilt ein wöchentlicher Check-Rhythmus (z. B. Montag, 9 Uhr).
- ☐ **Alerts sind aktiviert:** Benachrichtigung per E-Mail oder Push bei jeder neuen Bewertung auf jeder Plattform.
- ☐ Das **Google-Benachrichtigungs-Abo** für neue Bewertungen im Business Profile ist eingerichtet.

- ☐ **Wettbewerbs-Watch:** Monatlich prüfen wir die Bewertungen unserer drei wichtigsten Wettbewerber auf Google.
- ☐ Wir dokumentieren **Rating-Trends:** Durchschnittsnote und Bewertungsanzahl laufen monatlich in einer Tabelle auf.
- ☐ Die **Plattform-Abdeckung** stimmt: Google, Meta, Trustpilot, TrustedShops und E-Mail-Umfragen sind besetzt.
- ☐ **Schwellenwerte definiert:** Sinkt der Sterne-Durchschnitt oder das Bewertungsvolumen unerwartet, schlägt unser Frühwarnsystem an.
- ☐ Eine **verantwortliche Person** ist benannt, inklusive Vertretung für Urlaub und Krankheit.

3. Antworten (schnell + gut)

- ☐ Wir halten den **Antwort-SLA ein: 24 Stunden** — bei 1-Stern-Bewertungen schneller, wenn möglich.
- ☐ Wir spiegeln den **Ton der Bewertung:** freundlich und sachlich, auch wenn der Kunde emotional schreibt.
- ☐ Wir **argumentieren nie öffentlich** — die Lösung wird angekündigt, Details besprechen wir offline.
- ☐ Wir bieten eine **konkrete Lösung** an („Wir melden uns heute per E-Mail“) statt leerer Versprechen.
- ☐ Wir **danken zuerst** für das Feedback und die investierte Zeit — bevor wir inhaltlich antworten.
- ☐ Öffentliche Antworten enthalten **keine Bestellnummern, keine vollen Mitarbeiternamen** und keine internen Daten.
- ☐ Wir antworten **in der Sprache des Kunden** — deutsch bei deutschen, englisch bei englischen Bewertungen.
- ☐ Die **Markenstimme** bleibt konsistent: Begrüßung, Ton und Formulierungen passen zu Website und CI.
- ☐ Antworten sind **individuell** statt Copy-Paste — kein identischer Baustein für jede Bewertung.
- ☐ Für die Erstellung nutzen wir **zentrale Vorlagen und KI-Unterstützung** (z. B. Audienca) in konsistenter Markenstimme.

4. Negative Bewertungen

- ☐ Wir **deeskalieren statt kontern** — auch bei ungerechtfertigter Kritik bleiben wir sachlich und respektvoll.
- ☐ **Öffentlich kurz lösen, privat ausführlich:** Problem in der Antwort anerkennen, Lösung per E-Mail oder Telefon anbieten.
- ☐ Unsere Entschuldigung ist **ohne Schuldanerkennnis:** „Es tut uns leid, dass Ihre Erfahrung nicht Ihren Erwartungen entsprach.“
- ☐ Ein klarer **Eskalationspfad** existiert: 1-Stern-Bewertungen gehen an den Teamleiter, schwere Fälle an die Geschäftsführung.
- ☐ **Fake-Bewertungen melden statt löschen:** über die Meldefunktion der Plattform (z. B. Google), Belege und Screenshots dokumentieren.
- ☐ Wir löschen **nie selbst** Bewertungen und lassen nichts ohne Prüfung löschen — entscheiden tut die Plattform.
- ☐ Aus Kritik **lernen:** Wiederkehrende Themen werden ans Team gegeben und fließen in Prozessverbesserungen ein.
- ☐ Wir **fassen nach:** Nach erfolgreicher Lösung fragen wir, ob der Kunde die Bewertung anpassen möchte — wir fordern es nie ein.

- ☐ Alle Eskalationen werden **dokumentiert** (Verlauf, Ergebnis) — als Grundlage für Trends und Nachweise.

5. DSGVO-konform antworten

- ☐ Öffentliche Antworten enthalten **keine personenbezogenen Daten** — Namen nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Kunden.
- ☐ Wir erwähnen **keine Gesundheitsdaten** — auch nicht indirekt (Diagnosen, Symptome, Medikamente).
- ☐ **Bestell-, Rechnungs- und Vertragsnummern** erscheinen nie in öffentlichen Antworten.
- ☐ Keine **vollen Mitarbeiternamen** — nur Vorname oder Rolle (z. B. „unser Serviceteam“).
- ☐ **Datenminimierung**: Wir verarbeiten nur die Daten, die zur Bearbeitung der Bewertung wirklich nötig sind.
- ☐ Mit allen Dienstleistern, die personenbezogene Daten verarbeiten (Bewertungs-Tools, KI-Assistenten), besteht ein **AV-Vertrag nach Art. 28 DSGVO**.
- ☐ Daten werden in **Deutschland / Frankfurt (EU)** gehostet; Übermittlungen in Drittländer nur mit Standardvertragsklauseln.
- ☐ Ein interner Prozess für **Löschungsanträge** ist definiert: Kunden können die Löschung ihrer Bewertung verlangen, wir setzen sie um.
- ☐ Interne Kopien von Bewertungsdaten haben **Löschfristen** und werden regelmäßig bereinigt.
- ☐ Ein **DSGVO-Ansprechpartner** für Bewertungsthemen ist benannt — bei Bedarf unterstützt ein externer Datenschutzbeauftragter.

6. Auswertung & Verbesserung

- ☐ Wir werten **monatlich die Themen** aller Bewertungen aus: Top-5-Positiv- und Top-5-Negativ-Cluster.
- ☐ Der KPI **Antwortquote** wird gemessen: Ziel sind mindestens 90 % aller Bewertungen, beantwortet innerhalb von 24 Stunden.
- ☐ Der **Rating-Trend** (Durchschnittsnote und Bewertungsvolumen) läuft monatlich in unser Dashboard.
- ☐ Wir erkennen **Kundentypen-Muster**: Eine Persönlichkeitsanalyse (z. B. TwentyFive) zeigt, welche Kundentypen wie bewerten.
- ☐ Erkenntnisse gehen **ans Team und den Service**: Meetings, Onboarding und Schulungen greifen die Themen auf.
- ☐ Wir leiten **Prozessverbesserungen** ab: Wiederkehrende Kritik bedeutet Ursache beheben — nicht nur antworten.
- ☐ Ein monatliches **Review-Protokoll** dokumentiert Learnings, Maßnahmen und verantwortliche Personen.
- ☐ Unsere **Stärken verstärken wir**: Am besten bewertete Themen werden als Argumente in Marketing, Website und Vertrieb genutzt.
- ☐ Quartalsweise berichten wir der Geschäftsführung einen **Bewertungs-Score** statt einzelner Noten.