

‘Weinig misstanden bij online reviews’

11-05-2017 09:26



Drie op de vier consumenten maakt gebruik van online productbeoordelingen. Dat blijkt uit onderzoek van Motivaction in opdracht van de Autoriteit Consument & Markt.

De ACM heeft een onderzoek gedaan naar de betrouwbaarheid van online reviews. Daaruit blijkt dat op dit moment 'weinig zaken structureel mis gaan'. Wel pleit de toezichthouder voor meer transparantie bij alle partijen die betrokken zijn bij de totstandkoming van productreviews. Daarover is al met vier grote reviewwebsites gesproken.

Bedrijven hebben de verantwoordelijkheid om te zorgen voor een evenwichtige en eerlijke weergave van reviews, stelt de ACM. Zo moeten zij transparant zijn over de manier waarop recensie worden verzameld, moeten positieve en negatieve reviews zoveel mogelijk gelijk worden behandeld en moeten ze zo snel mogelijk worden geplaatst. De vier websites waarmee is gesproken hebben laten weten die regels voortaan toe te passen. Mocht dat niet gebeuren, dan zegt de ACM handhavend op te zullen treden. Nu is daar naar eigen zeggen geen aanleiding voor.

Een kwart van de onderzochte consumenten geeft aan weleens een nepreview te hebben gezien. Verder blijkt dat beoordelingen slechts voor veertien procent van doorslaggevend belang is bij een aankoop. Reviews worden het meest gebruikt voor de aankoop van consumentenelektronica.