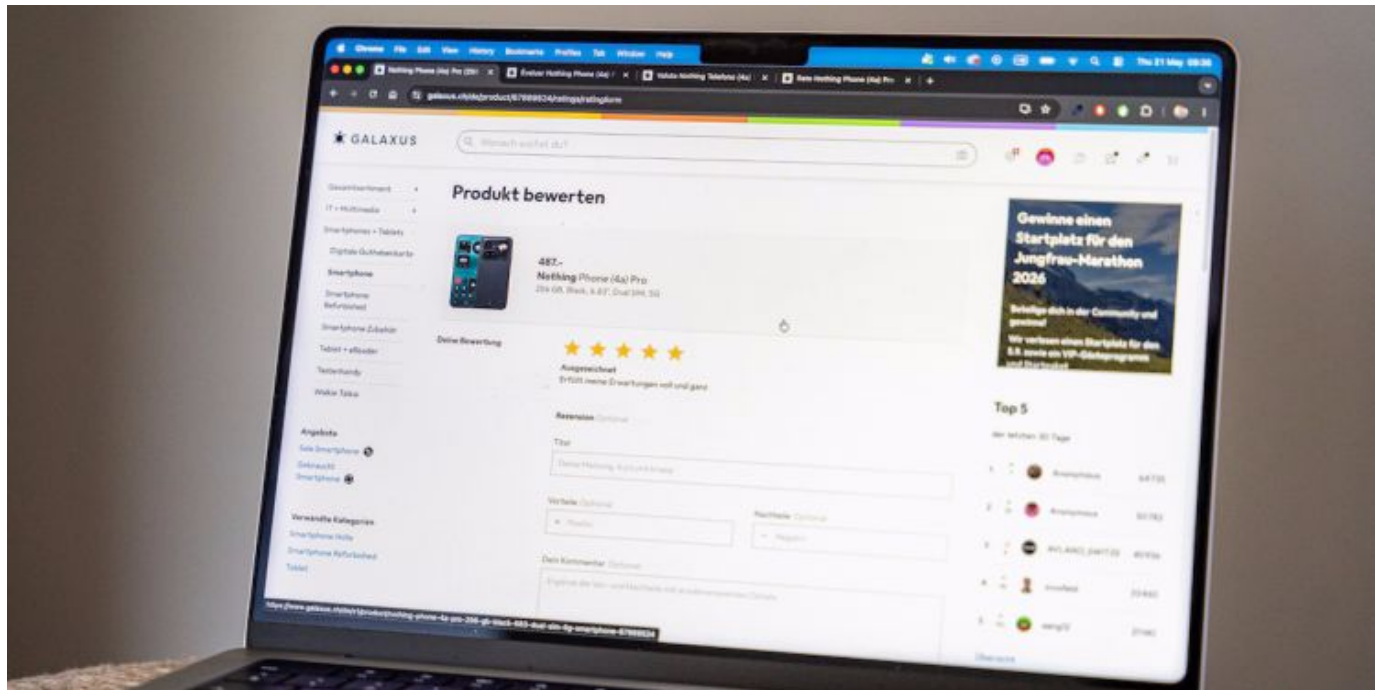


Digitec Galaxus löscht 380'000 Produktbewertungen



9. Juni 2026 - Digitec Galaxus will verhindern, dass Marken und Hersteller Ratings beeinflussen. Damit verschwinden auch 380'000 alte Reviews aus den Shops.

Ab sofort können bei Galaxus und Digitec nur noch tatsächliche Käuferinnen und Käufer Produkte bewerten. So will der Onlinehändler verhindern, dass Marken und Hersteller Ratings beeinflussen. In diesem Zuge löscht Digitec Galaxus zudem rund 380'000 alte Reviews, was vier Prozent aller Bewertungen entspricht. Punkte, Levels und Achievements im Rahmen der Gamification bleiben hingegen erhalten.

Finaler Auslöser der Massnahme waren laut Digitec Galaxus Bewertungen zum Einbrecherschutz "Kevin". Mitarbeitende des Herstellers und Personen aus deren Umfeld hätten das Produkt überschwänglich beurteilt, ohne es gekauft zu haben. "Der Fall war der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen brachte", so das Unternehmen. Ab sofort lassen Galaxus und Digitec daher nur noch Bewertungen von Kundinnen und Kunden zu, die ein Produkt beim Onlinehändler bestellt und bereits erhalten haben. Bisher konnten Personen mit einem Nutzerkonto hingegen uneingeschränkt Sterne vergeben und Rezensionen schreiben. Bei der Rezension stand zwar, ob ein User ein Produkt gekauft hatte oder nicht. Aber das sei leicht zu übersehen gewesen – und ins durchschnittliche Sterne-Rating flossen auch sämtliche Bewertungen mit ein, wie der Händler mitteilt.

"Wer ein Produkt woanders kaufte oder geschenkt bekam, sollte trotzdem seine Erfahrung bei uns teilen können", sagt Community-Leiterin Eveline Jordi zur bisherigen Philosophie. Das hatte aber zur Folge, dass gewisse Marken und Hersteller die Bewertungen ihrer Produkte manipulierten – und womöglich auch Produkte von Konkurrenten böswillig schlecht bewerteten. Wobei dies laut Digitec Galaxus gegen die

Community-Richtlinien verstieess. "Besonders bei Nischen-Produkten und solchen, die frisch auf den Markt kamen, hatte das potenziell einen grossen Einfluss auf den Kaufentscheid sowie aufs Vertrauen ins Rating", ergänzt Thimo Schuster, der die Änderung im Shop verantwortet.

Mit der Umstellung will der Händler auch dem sogenannten Backlashing entgegenwirken. Dabei handelt es sich um schlechte Bewertungen, wenn es beispielsweise zu Lieferverzögerungen seitens des Herstellers kommt. Das Rating spiegele dann aber nicht die Produktqualität wider, sondern den Frust aufgrund der Verzögerung, so Schuster.