



Nepreview gekregen? Zo pak je het aan

Van screenshot tot melding bij Google: dit kunnen hoveniers doen tegen valse recensies

De melding verscheen gewoon tussen het werk door op zijn telefoon. Eén ster. Een onbekende naam. Marcel van Oorschot van Hoveniersbedrijf Van Oorschot had nog nooit van de afzender gehoord. Toch stond er ineens een negatieve review online. 'Dan ga je meteen nadenken: waar komt dit vandaan? Je probeert te zoeken of je iemand kent, maar soms heb je echt geen idee.' Uiteindelijk besloot hij onder de review te reageren dat de persoon waarschijnlijk geen klant was geweest. Meer kon hij eigenlijk niet doen. 'Je kunt bezwaar maken bij Google, maar dat heeft bij ons eigenlijk weinig zin gehad.'

Auteur: Frank van de Ven

Steeds meer hoveniers krijgen met nepreviews te maken. Ook TuinKeur merkt dat onbekende accounts steeds vaker tussen reviews verschijnen. Voor sommige ondernemers blijft het bij irritatie. Anderen zien hun totaalscore dalen of maken zich zorgen over hun reputatie. Van Oorschot merkte dat negatieve reviews direct invloed hebben op het totaalbeeld van zijn bedrijf. 'Als je dertig reviews hebt en er staan drie slechte tussen, dan trekt dat het totaalplaatje wel naar beneden.'

Reviews bepalen steeds vaker het eerste beeld

Waar mond-tot-mondreclame vroeger leidend was, kijken veel klanten nu eerst online. Een paar sterren op Google kunnen bepalend zijn voor de eerste indruk van een hoveniersbedrijf. Juist daarom komen nepreviews hard binnen. Volgens jurist voor de creatieve sector Chiara de Jong van Simply Legal wordt het probleem groter: 'We leven steeds meer in een review-maatschappij,' zegt De Jong. 'Mensen kijken eerst naar beoordelingen voordat ze contact opnemen. Reviews geven voor veel consumenten een soort bevestiging.'

Tegelijkertijd wordt het eenvoudiger om nepaccounts aan te maken of automatisch reviews

te plaatsen. 'Door AI en bots wordt het makkelijker om snel veel reacties te plaatsen,' zegt De Jong. 'Daardoor zie je dat het probleem groeit.' Volgens advocaat Nienke de Bruijn van Aligame Advocaten hebben reviews directe invloed op de reputatie van bedrijven. 'Mensen vormen snel een beeld op basis van sterren en ervaringen. Zeker online.'

Wat is een nepreview eigenlijk?

Niet iedere negatieve review is automatisch nep. Dat onderscheid vinden juristen belangrijk. Volgens AI- en marketingjurist Charlotte Meindersma van Charlotte's Law & Fine Prints gaat het vaak al mis bij de interpretatie. 'Ondernemers zien iedere negatieve review meteen als nep. Maar iemand mag ook kritisch zijn.' Volgens Meindersma zit daar een belangrijk verschil. 'Een echte nepreview komt van iemand die helemaal geen klant is geweest. Of iemand schrijft dingen die feitelijk niet kloppen.' De Jong noemt ook betaalde reviews en reacties van nepaccounts. 'Dat wekt een verkeerde indruk en kan daardoor onrechtmatig zijn.' Volgens De Bruijn draait het juridisch vaak om feitelijke onjuistheden. 'Een rechter kijkt uiteindelijk of iemand bewust onjuiste informatie heeft geplaatst om reputatieschade te veroorzaken.'



Chiara de Jong

‘Potentiële klanten lezen ook mee’

Eerst screenshots maken

Volgens de juristen begint alles met bewijs verzamelen. Dat klinkt simpel, maar gebeurt volgens hen lang niet altijd. ‘Maak screenshots van alles’, zegt De Bruijn. ‘Van de review, het account, mails, appjes en meldingen. Bouw echt een dossier op.’ Vooral bij dreigementen en mogelijke afpersing is dat belangrijk. ‘Je hoopt dan eigenlijk dat iemand een appje of mailtje stuurt in plaats van belt’, zegt Meindersma.



Charlotte Meindersma

‘Dan kun je het vastleggen.’ Volgens haar reageren ondernemers vaak te snel vanuit emotie. ‘De grootste fout is dat ondernemers boos terug gaan reageren.’ Dat werkt volgens haar meestal averechts. ‘Potentiële klanten lezen ook mee. Mensen kijken niet alleen naar die review, maar ook naar hoe jij reageert.’

Volgens De Jong straalt een rustige reactie veel beter af op toekomstige klanten. ‘Je kunt bijvoorbeeld rustig aangeven dat je de persoon niet kunt koppelen aan een opdracht. Daarmee laat je zien dat je professioneel blijft.’

Meindersma ziet ondernemers regelmatig online in discussie gaan. ‘Dan krijg je een soort openbare ruzie onder een review. Dat wil je eigenlijk voorkomen.’

Google eerst, rechter pas later

Bij Google, Trustpilot en andere platforms kunnen ondernemers reviews melden. Volgens De Jong zijn platforms verplicht om zulke meldingen serieus te bekijken. ‘Daar zijn Europese regels voor.’ Daarmee verwijst ze naar de *Digital Services Act*. Dat is Europese wetgeving die online platforms verplicht om meldingen van mogelijk neppe of schadelijke inhoud te beoordelen. Gebruikers moeten reviews en accounts ook kunnen melden.

In de praktijk blijkt dat volgens hoveniers vaak lastig. Barry Veentjer van Hoveniersbedrijf Acer probeerde contact te krijgen met Google nadat hij onbekende reviews ontving. ‘Dat liep eigenlijk elke keer op niks uit.’ Veentjer ontdekte dat één negatieve review afkomstig was van iemand waarmee eerder contact was geweest.

Wat doe je als een nepreview online staat?

1. Maak direct screenshots van reviews en accounts
2. Controleer of iemand echt klant is geweest
3. Meld de review bij Google of het platform
4. Bewaar mails, appjes en meldingen
5. Reageer rustig en professioneel
6. Ga niet publiekelijk in discussie
7. Vraag tevreden klanten om eerlijke reviews
8. Overweeg pas daarna juridische stappen

Twee andere recensies kon hij totaal niet plaatsen. ‘Die namen kende ik helemaal niet.’ Toch besloot hij er weinig energie in te steken. ‘Ik trek me er weinig van aan’, zegt Veentjer. ‘Kijk, als je een restaurant hebt, ligt dat misschien anders. Maar wij hebben werk zat. Bij bestaande klanten is niemand weggegaan vanwege één slechte Google-review.’

Volgens De Bruijn blijft een rechtszaak meestal het laatste redmiddel. ‘Dat kost veel geld en energie, maar geeft bij neppe reviews vaak wel resultaat.’ Meindersma noemt dat een belangrijke afweging. ‘Er is een groot verschil tussen recht hebben en recht krijgen.’

Eén slechte review tussen tientallen goede beoordelingen

Voor Van Oorschot draait het niet alleen om irritatie. Hij ziet ook hoe klanten online beoordelingen gebruiken bij het kiezen van een hoveniersbedrijf. ‘Er is toch een groep mensen die alleen kijkt naar die score van bijvoorbeeld 4,3 sterren’, zegt hij. ‘Die lezen helemaal niet

‘De grootste fout is boos reageren’



Nienke de Bruijn

‘Sommige klanten kijken alleen naar sterren’

verder.’ Juist daarom vindt hij het frustrerend dat nepreviews moeilijk te verwijderen zijn. ‘Soms staat er alleen maar één ster met een korte opmerking erbij. Bijvoorbeeld dat we alleen maar bezig zijn om geld te verdienen. Dan denk je: wat moet je hier nou mee?’ Wat hem extra verbaasde: zelfs positieve reviews werden soms geweigerd. ‘Een klant schreef echt een geweldige review en die werd afgekeurd. Daarna schreef diezelfde klant opnieuw een review en toen kwam hij ineens wel online.’ Volgens Van Oorschot voelt dat willekeurig. ‘Dan denk je toch: hoe werkt dat systeem eigenlijk?’

TuinKeur als alternatief

Van Oorschot werkt daarom ook met reviews via TuinKeur. Volgens hem geeft dat meer grip



Boy de Rooij

dan volledig openbare reviewsystemen. ‘Daar kun je tenminste nog met iemand in overleg.’ Volgens Van Oorschot zoeken meer hoveniers naar manieren om beoordelingen beter controleerbaar te maken. Bij reviewsystemen waarbij klanten gekoppeld zijn aan een opdracht is sneller duidelijk waar een beoordeling vandaan komt. Dat maakt het makkelijker om onterechte recensies bespreekbaar te maken. Toch blijven Google-reviews volgens hem belangrijk. ‘Je kunt Google eigenlijk niet negeren.’

‘Tuurlijk heeft dat impact’

Boy de Rooij van Hoveniersbedrijf Het Gooi kreeg eveneens meerdere negatieve reviews van mensen die volgens hem nooit klant zijn geweest. ‘Als het geen betalende klant is, dan ga ik ook geen discussie voeren.’ Volgens De Rooij onderschatten ondernemers soms wat online beoordelingen doen. ‘Tuurlijk heeft dat impact.’ Zelf probeert hij zichtbaar te blijven via social media en echte klantreacties. Daarnaast wees hij op bedrijven die helpen bij het opbouwen van dossiers richting Google. ‘Een goed opgebouwd dossier helpt bij meldingen richting Google.’ Toch merkt ook hij dat veel hoveniers niet goed weten wat ze moeten doen zodra een nepreview online verschijnt.

Review bombing en afpersing

Soms blijft het niet bij één negatieve review. Volgens De Bruijn komt ook *review bombing*



Barry Veentjer

voor: tientallen negatieve recensies tegelijk plaatsen om druk uit te oefenen. ‘Dat kan zelfs een vorm van afpersing zijn.’ In zulke gevallen kan aangifte doen verstandig zijn. ‘Zeker als iemand geld vraagt om reviews weg te halen.’

Meindersma ziet dat soort situaties ook voorkomen. ‘Dan proberen mensen druk uit te oefenen met reviews of dreigementen.’ Volgens haar blijft het belangrijk om pragmatisch te denken. ‘Je moet jezelf afvragen: wat levert mij uiteindelijk het meeste op?’ Daarbij spelen emotie en principes vaak een grote rol. ‘Soms heb je juridisch gelijk, maar kost het zoveel tijd en energie dat je je moet afvragen of het dat waard is.’

‘Er is een groot verschil tussen recht hebben en recht krijgen’



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!