Ombudsstelle SRG.D
Dr. Esther Girsberger, Co-Leitung
Dr. Urs Hofmann, Co-Leitung
c/o SRG Deutschschweiz
Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

Zürich, 12. November 2026

Dossier Nr. 12782, «Espresso» vom 29. September 2026 – «Dubioses Geschäftsmodell? Nach der schlechten Bewertung auf Google kommt das Löschangebot»

Sehr geehrter Herr X

Besten Dank für Ihre Zuschrift vom 14. Oktober 2026 und ihr Mail vom 16. Oktober 2026, worin Sie namens der Traumgut Brands AG obigen Beitrag wie folgt beanstanden:

https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/espresso/dubioses-geschaeftsmodell-nach-der-schlechten-bewertung-auf-google-kommt-das-loeschangebot

«Hiermit beanstande ich namens und im Auftrag meiner Klientin, Traumgut Brands AG, Betreiberin der Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz, den Beitrag «Dubioses Geschäftsmodell? Nach der schlechten Bewertung auf Google kommt das Löschangebot» von «Espresso» wegen Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots und des Transparenzgebots gemäss Art. 4 RTVG.

Der Beitrag stellt einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen gefälschten Google-Bewertungen und anschliessenden Kontaktaufnahmen durch Löschdienstleister her und nennt dabei ausdrücklich die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz. Als zentraler Verdacht wird thematisiert, dass die Löschdienstleister die negativen Bewertungen selbst platziert haben könnten. Gleichzeitig räumt SRF ausdrücklich ein, dass sich dieser Verdacht nicht belegen lässt.

Nach Auffassung meiner Klientin vermittelt der Beitrag dennoch einen irreführenden Gesamteindruck hinsichtlich der Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz. Dies gilt

insbesondere vor dem Hintergrund der Informationen und Überprüfungsmöglichkeiten, die SRF bereits vor der Publikation zur Verfügung standen.

Mit beigelegter E-Mail vom 21. September 2026 wurden gegenüber Peter Fritsche von «Espresso» die Vorwürfe ausdrücklich bestritten und das Geschäftsmodell detailliert erläutert. Es wurde erklärt, dass öffentliche Bewertungsplattformen mittels technischer Hilfsmittel beobachtet werden und betroffene Unternehmen aufgrund bereits bestehender negativer Bewertungen kontaktiert werden. Weiter wurde darauf hingewiesen, dass für die relevanten Fälle Datensätze mit Zeitstempeln und Herkunftsnachweisen vorhanden sind.

Entscheidend ist, dass SRF ausdrücklich angeboten wurde, die tatsächlichen Geschäftsabläufe transparent offenzulegen. Konkret wurde angeboten, in meiner Anwesenheit aufzuzeigen, wie Online-Bewertungen identifiziert und analysiert werden, wie die Lead-Erfassung erfolgt und wie anhand von Datensätzen, Zeitstempeln und Herkunftsnachweisen nachvollzogen werden kann, dass die Kontaktaufnahme auf bereits bestehenden Bewertungen beruht.

Dieses Angebot wurde nicht aufgegriffen. Stattdessen wurden weitere Fragen zur Geschäftstätigkeit gestellt, welche ebenfalls beantwortet wurden. Gerade dies erscheint für die Beurteilung der Sachgerechtigkeit wesentlich. Der zentrale Verdacht des Beitrags beruht massgeblich auf der zeitlichen Nähe zwischen einer negativen Bewertung und der anschliessenden Kontaktaufnahme. SRF wurde jedoch vor der Publikation eine konkrete Erklärung für genau diesen zeitlichen Zusammenhang gegeben und gleichzeitig angeboten, die zugrunde liegenden Prozesse und vorhandenen Nachweise näher zu überprüfen. Im veröffentlichten Beitrag wird diese Erklärung zwar teilweise wiedergegeben, nicht jedoch erwähnt, dass SRF eine weitergehende Überprüfung anhand der vorhandenen Prozesse und Nachweise angeboten worden war.

Hinzu kommt, dass der Beitrag zwar ausdrücklich festhält, dass sich eine Verbindung zwischen den Fake-Bewertungen und den Löschdienstleistern nicht belegen lässt, die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz aber dennoch wiederholt in unmittelbaren Zusammenhang mit diesem Verdacht gebracht wird. Bereits die Überschrift stellt die Frage nach einem «dubiosen Geschäftsmodell», während der Beitrag die zeitliche Abfolge von negativer Bewertung und Löschangebot ins Zentrum stellt.

Aus Sicht meiner Klientin stellt sich deshalb auch die Frage nach der Einhaltung des Transparenzgebots. Dieses verlangt, dass Ansichten und Kommentare als solche erkennbar sind. Im Beitrag stehen feststehende Tatsachen, Verdachtsmomente und subjektive Einschätzungen Dritter eng nebeneinander. Einerseits hält SRF selbst fest, dass sich der zentrale Verdacht nicht belegen lässt. Andererseits werden Aussagen betroffener Unternehmen wiedergegeben, wonach es sich um ein «dubioses Geschäftsmodell » handeln müsse, und bereits die Überschrift greift diese Qualifikation auf.

Vor diesem Hintergrund ersuche ich namens und im Auftrag meiner Klientin die Ombudsstelle zu prüfen, ob für das Publikum hinreichend klar zwischen belegten Tatsachen, nicht

belegten Verdachtsmomenten und subjektiven Einschätzungen Dritter unterschieden wurde und ob der Beitrag in seiner Gesamtdarstellung dem Sachgerechtigkeits- und Transparenzgebot genügt sowie dem Publikum eine freie und sachgerechte Meinungsbildung über die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz ermöglicht hat.»

Die **Redaktion** nimmt wie folgt Stellung:

Gerne nehmen wir zu den Vorwürfen in der Beanstandung Stellung:

Vorwurf 1: *«Der Beitrag stellt einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen gefälschten Google-Bewertungen und anschliessenden Kontaktaufnahmen durch Löschdienstleister her und nennt dabei ausdrücklich die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz. Als zentraler Verdacht wird thematisiert, dass die Löschdienstleister die negativen Bewertungen selbst platziert haben könnten. Gleichzeitig räumt SRF ausdrücklich ein, dass sich dieser Verdacht nicht belegen lässt. Nach Auffassung meiner Klientin vermittelt der Beitrag dennoch einen irreführenden Gesamteindruck hinsichtlich der Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der Informationen und Überprüfungsmöglichkeiten, die SRF bereits vor der Publikation zur Verfügung standen.»*

In den vergangenen Monaten haben sich zahlreiche Inhaberinnen und Geschäftsführer von KMU aus unterschiedlichen Branchen (von der Garage über die Bäckerei, den Coiffeur bis zur Kinderarztpraxis) an uns gewandt. Sie alle haben schlechte Google-Bewertungen (meist nur einen Stern) von auffälligen Nutzerprofilen erhalten (Namen und Sachverhalte konnten keinem tatsächlichen Kundenkontakt zugeordnet werden, auffälliges Bewertungsmuster). Eine Ein-Stern-Bewertung kann die Gesamtbewertung eines KMU massiv nach unten drücken. Meist kurz nach Erhalt dieser Fake-Bewertungen wurden die Betroffenen von Anbietern kontaktiert, die sich im Rahmen einer kostenpflichten Dienstleistung (bis zu 300 Franken) um die Löschung kümmern wollten.

Die zeitliche Nähe zwischen Fake-Bewertung und Kontaktaufnahme führte zu Fragen nach einem möglichen Zusammenhang, was für uns nachvollziehbar ist.

Wir stellen einen «unmittelbaren Zusammenhang» nicht her. Wir gehen der berechtigten Frage von zahlreichen betroffenen KMU nach, ob ein solcher bestehen könnte.

Im Beitrag erzählt der Geschäftsführer einer Autogarage von der telefonischen Kontaktaufnahme durch die «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz». Ein Mitarbeiter dieses Anbieters teilte dem Geschäftsführer mit, man habe eine schlechte Google-Bewertung entdeckt, und bot ihm an, sich um die Löschung zu kümmern. Der Geschäftsführer schildert im Beitrag, dass der Mitarbeiter Druck gemacht habe: «Weil, die Frist laufe grad ab. Und wenn wir das jetzt aber gerade sofort in Auftrag geben würden, für einen kleinen Betrag von 290 Franken, würden sie sicherstellen, zu 98 %, dass die Google-Bewertung gelöscht werde. Aber wie gesagt, man müsse sich jetzt gerade sofort entscheiden, weil ‹das Gericht›, Zitat, habe ‹morgen keine Zeit mehr›.» Dem Garagenchef kam das komisch vor, er lehnte ab. Die Garage erhielt kurze Zeit später eine weitere schlechte Google-Bewertung. Die «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» meldete sich erneut. «Das wirft Fragen auf» beim Garagenchef, heisst es im Beitrag. Er räumt explizit ein, dass es ein Zufall sein kann, findet es aber eigenartig.

Aus Zeitgründen nicht erwähnt haben wir im Beitrag ein weiteres KMU, bei dem sich nach einer Fake-Bewertung ebenfalls die «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» gemeldet hat.
Im Radiobeitrag kommen drei weitere Personen zu Wort, die Inhaberinnen eines Coiffeursalons und einer Naturheilpraxis sowie der Geschäftsführer eines Malergeschäfts. Auch ihre KMU hatten schlechte Fake-Bewertungen erhalten, auch sie konnten weder die Namen noch die Sachverhalte einem tatsächlichen Kundenkontakt zuordnen. Bei ihnen haben sich zwei andere Anbieter von Löschdienstleistungen gemeldet.

Im Zuge unserer Recherchen haben wir alle drei Anbieter, die im Beitrag genannt wurden, mit unseren Fragen konfrontiert und ihnen die Möglichkeit für eine Stellungnahme gegeben.

Der Beanstander hat als Anwalt der Traumgut Brands AG, der Betreiberin der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz», vor Ausstrahlung des Beitrags ausführlich auf unsere Fragen reagiert. Seinen Argumenten haben wir im Gespräch zwischen der Moderatorin und dem für den Beitrag verantwortlichen Redaktor, welches im Radiobeitrag auf die Schilderungen von betroffenen KMU folgt, unserer Ansicht nach angemessen Rechnung getragen. So antwortet der Redaktor auf die Frage der Moderatorin, was der Anwalt der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» schreibe: «Also zuallererst bestreiten sie vollumfänglich, dass sie irgendetwas mit diesen negativen Bewertungen zu tun hätten. Es laufe so: Sie würden das Netz mit technischen Hilfsmitteln überwachen, auf neu publizierte Bewertungen, und das sei dann die Basis, um, Zitat, ‹betroffene Unternehmen auf mögliche Handlungsoptionen aufmerksam zu machen›. Darum gehe es auch so schnell, bis sie sich melden. Und je schneller man reagiere, desto besser gehe es, eine schlechte Bewertung zu löschen. Das sage man dann eben den Leuten auch. Man setze aber niemanden unter Druck.»

Der Anbieter «Review Eraser» hat auf unsere Anfrage nicht reagiert. Die Stellungnahme eines Verantwortlichen der «Swiss Media 360» wurde wie folgt zitiert: «Und auch er weist den Verdacht, dass seine Firma hinter diesen Fake-Bewertungen stecken könnte, entschieden zurück. Das sei falsch und entbehre ‹jeglicher Grundlage›.»

Auf die anschliessende Frage der Moderatorin, ob wir denn das Gegenteil beweisen können, antwortet der Redaktor: «Also, was wir sicher sagen können: Es sind Fake-Bewertungen. Aber wer die gemacht hat, also ob das diese Löschfirmen waren oder nicht, können wir leider nicht nachweisen.»

Wie der Beanstander selbst schreibt («gleichzeitig räumt SRF ausdrücklich ein (…)»), haben wir also klar gesagt, dass sich der Verdacht eines direkten Zusammenhangs zwischen den negativen Fake-Bewertungen und den Anbietern von Löschdienstleistungen nicht belegen lässt.

Auch die Spitzmarke «Dubioses Geschäftsmodell?» im Online-Artikel macht mit dem Fragezeichen deutlich, dass einer Frage nachgegangen und keine Tatsache behauptet wird. Ebenso die offene Frage im Lead: «KMU erhalten Ein-Stern-Google-Bewertungen. Darauf melden sich Firmen, sie könnten die Einträge kostenpflichtig löschen. Zufall oder Masche?» Und weiter unten im Online-Text folgt auf die Frage «Lässt sich der Verdacht belegen?» die deutliche Antwort «Nein.»

Wir haben unsere Recherche-Ergebnisse transparent gemacht. Den Vorwurf, unsere Berichterstattung sei irreführend gewesen, können wir deshalb nicht nachvollziehen. Nach unserer Auffassung wurden die unterschiedlichen Positionen ausgewogen und transparent dargelegt.

Der Hinweis des Beanstanders auf «Informationen und Überprüfungsmöglichkeiten, die SRF bereits vor der Publikation zur Verfügung standen» hängt eng mit dem nächsten Vorwurf zusammen, auf diesen Punkt gehen wir deshalb im folgenden Abschnitt ein.

Vorwurf 2: *«Mit beigelegter E-Mail vom 21. September 2026 wurden gegenüber Peter Fritsche von ‹Espresso› die Vorwürfe ausdrücklich bestritten und das Geschäftsmodell detailliert erläutert. Es wurde erklärt, dass öffentliche Bewertungsplattformen mittels technischer Hilfsmittel beobachtet werden und betroffene Unternehmen aufgrund bereits bestehender negativer Bewertungen kontaktiert werden. Weiter wurde darauf hingewiesen, dass für die relevanten Fälle Datensätze mit Zeitstempeln und Herkunftsnachweisen vorhanden sind. Entscheidend ist, dass SRF ausdrücklich angeboten wurde, die tatsächlichen Geschäftsabläufe transparent offenzulegen. Konkret wurde angeboten, in meiner Anwesenheit aufzuzeigen, wie Online-Bewertungen identifiziert und analysiert werden, wie die Lead-Erfassung erfolgt und wie anhand von Datensätzen, Zeitstempeln und Herkunftsnachweisen nachvollzogen werden kann, dass die Kontaktaufnahme auf bereits bestehenden Bewertungen beruht.*

Dieses Angebot wurde nicht aufgegriffen.

Stattdessen wurden weitere Fragen zur Geschäftstätigkeit gestellt, welche ebenfalls beantwortet wurden. Gerade dies erscheint für die Beurteilung der Sachgerechtigkeit wesentlich. Der zentrale Verdacht des Beitrags beruht massgeblich auf der zeitlichen Nähe zwischen einer negativen Bewertung und der anschliessenden Kontaktaufnahme. SRF wurde jedoch vor der Publikation eine konkrete Erklärung für genau diesen zeitlichen Zusammenhang gegeben und gleichzeitig angeboten, die zugrunde liegenden Prozesse und vorhandenen Nachweise näher zu überprüfen. Im veröffentlichten Beitrag wird diese Erklärung zwar teilweise wiedergegeben, nicht jedoch erwähnt, dass SRF eine weitergehende Überprüfung anhand der vorhandenen Prozesse und Nachweise angeboten worden war.»

Der Beanstander schreibt, «dass die Kontaktaufnahme auf bereits bestehenden Bewertungen» beruhe. Die zeitliche Präzedenz der negativen Bewertungen gegenüber der Kontaktaufnahme durch Anbieter von Löschdienstleistungen haben wir weder infrage gestellt noch bestritten. Die Chronologie «negative Bewertung» und «anschliessende Kontaktaufnahme durch einen Anbieter» wurde in allen vier porträtierten KMU-Beispielen klar.

Es trifft zu, dass der Beanstander in seiner Funktion als Anwalt der Betreiberin der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» dem Redaktor im Rahmen der Stellungnahme vor der Publikation mitgeteilt hat, seine «Klientschaft» sei bereit, in seiner Anwesenheit «die Prozesse zur Identifikation und Analyse von Online-Bewertungen näher zu erläutern, soweit dies unter Wahrung ihrer Geschäftsgeheimnisse möglich» sei.

Weiter schrieb er: «Meine Klientschaft überwacht öffentliche Bewertungsplattformen mittels technischer Hilfsmittel und erhält täglich Hinweise auf durchschnittlich 500 bis 600 neu publizierte negative Bewertungen. Gestützt auf diese Informationen werden betroffene Unternehmen auf mögliche Handlungsoptionen aufmerksam gemacht. Es liegt daher in der Natur der Sache, dass zwischen einer negativen Bewertung und der Kontaktaufnahme eine zeitliche Nähe besteht. Aus diesem Umstand lässt sich jedoch keinerlei Rückschluss auf die

Herkunft oder Verfasserschaft einer Bewertung ziehen.»

Wir zweifeln nicht an, dass es technische Hilfsmittel gibt, die neu publizierte Online-Bewertungen auf öffentlichen Plattformen zeitnah erkennen und analysieren können. Die vom Beanstander angebotene Demonstration dieser Prozesse hätte die (zentrale) Frage der betroffenen KMU nach der Urheberschaft der schlechten Google-Bewertungen jedoch nicht geklärt. Vor diesem Hintergrund war für uns nicht ersichtlich, welchen zusätzlichen Erkenntnisgewinn eine solche Demonstration hätte bringen können. Aufgrund dieses Sachverhalts war es aus unserer Sicht auch nicht notwendig, im Beitrag zu thematisieren, dass wir das Angebot für eine «weitergehende Überprüfung» nicht in Anspruch genommen haben.

Wir sind der Ansicht, dass wir der Argumentation des Beanstanders, die er uns als Anwalt der Betreiberin der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» im Vorfeld der Ausstrahlung hat zukommen lassen, im Radio-Beitrag angemessen Rechnung getragen haben. Wie bereits in der Antwort zu Vorwurf 1 dargelegt, wurde diese wie folgt wiedergegeben: «Also zuallererst bestreiten sie vollumfänglich, dass sie irgendetwas mit diesen negativen Bewertungen zu tun hätten. Es laufe so: Sie würden das Netz mit technischen Hilfsmitteln überwachen, auf neu publizierte Bewertungen, und das sei dann die Basis, um, Zitat, ‹betroffene Unternehmen auf mögliche Handlungsoptionen aufmerksam zu machen›. Darum gehe es auch so schnell, bis sie sich melden. Und je schneller man reagiere, desto besser gehe es, eine schlechte Bewertung zu löschen. Das sage man dann eben den Leuten auch. Man setze aber niemanden unter Druck.»

Auch im Online-Artikel haben wir diese Argumentation unserer Ansicht nach angemessen berücksichtigt. So heisst es im Abschnitt «So reagieren die Löschanbieter»: «Beide Firmen weisen den Verdacht entschieden zurück, dass sie hinter den Fake-Bewertungen stecken sollen. Man überwache ‹öffentliche Bewertungsplattformen mittels technischer Hilfsmittel› und erhalte täglich Hunderte Hinweise auf negative Bewertungen, schreibt der Anwalt der ‹Reputations-Fachstelle›: ‹Gestützt auf diese Information werden betroffene Unternehmen auf mögliche Handlungsoptionen aufmerksam gemacht.› Es liege daher in der Natur der Sache, dass zwischen einer negativen Bewertung und der Kontaktaufnahme eine zeitliche Nähe besteht.»

Vorwurf 3: *«Hinzu kommt, dass der Beitrag zwar ausdrücklich festhält, dass sich eine Verbindung zwischen den Fake-Bewertungen und den Löschdienstleistern nicht belegen lässt, die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz aber dennoch wiederholt in unmittelbaren Zusammenhang mit diesem Verdacht gebracht wird. Bereits die Überschrift stellt die Frage nach einem ‹dubiosen Geschäftsmodell›, während der Beitrag die zeitliche Abfolge von negativer Bewertung und Löschangebot ins Zentrum stellt.»*

Auch wenn sich die zeitliche Nähe zwischen neu publizierten Google-Bewertungen und deren Auffinden durch Anbieter von Löschdienstleistungen mittels technischer Hilfsmittel erklären lässt, ist für uns nachvollziehbar, dass sie bei betroffenen KMU Fragen aufwirft. Alle KMU, die sich bei uns gemeldet haben, haben Fake-Ein-Stern-Bewertungen mit unklarer Urheberschaft erhalten und wurden daraufhin von einem Anbieter von Löschdienstleistungen kontaktiert. Und sind mit der Frage an uns gelangt, ob das Zufall ist oder allenfalls ein neues Geschäftsmodell sein könnte. Dieser Frage sind wir nachgegangen. Wie der Beanstander selbst schreibt und wie wir auch bereits in unserer Antwort zu Vorwurf 1 ausgeführt haben, haben wir die zentrale Frage des Beitrags klar als solche deklariert – mit Fragezeichen im erwähnten Spitztitel («Dubioses Geschäftsmodell?») und auch im Lead («Zufall oder Masche?»).

Wie der Beanstander ebenfalls selbst bestätigt, haben wir als Ergebnis unserer Recherche «ausdrücklich» festgehalten, «dass sich eine Verbindung zwischen den Fake-Bewertungen und Löschdienstleisterin nicht belegen lässt». Das sowohl im Radio-Beitrag als auch im Online-Artikel.

Vorwurf 4: *«Aus Sicht meiner Klientin stellt sich deshalb auch die Frage nach der Einhaltung des Transparenzgebots. Dieses verlangt, dass Ansichten und Kommentare als solche erkennbar sind. Im Beitrag stehen feststehende Tatsachen, Verdachtsmomente und subjektive Einschätzungen Dritter eng nebeneinander. Einerseits hält SRF selbst fest, dass sich der zentrale Verdacht nicht belegen lässt. Andererseits werden Aussagen betroffener Unternehmen wiedergegeben, wonach es sich um ein ‹dubioses Geschäftsmodell› handeln müsse, und bereits die Überschrift greift diese Qualifikation auf. Vor diesem Hintergrund ersuche ich namens und im Auftrag meiner Klientin die Ombudsstelle zu prüfen, ob für das Publikum hinreichend klar zwischen belegten Tatsachen, nicht belegten Verdachtsmomenten und subjektiven Einschätzungen Dritter unterschieden wurde und ob der Beitrag in seiner Gesamtdarstellung dem Sachgerechtigkeits- und Transparenzgebot genügt sowie dem Publikum eine freie und sachgerechte Meinungsbildung über die Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz ermöglicht hat.»*

Ein «Espresso»-Beitrag ist nur wenige Minuten lang, Informationen folgen dicht aufeinander. Es ist tatsächlich wichtig, dass dabei Fakten und Meinungen für das Publikum klar unterscheidbar sind. Der vorliegende Beitrag wurde diesen zentralen publizistischen Anforderungen unserem Ermessen nach gerecht.

Die Frage nach einem möglichen Zusammenhang zwischen Google-Bewertungen und der Kontaktaufnahme durch Anbieter von Löschdienstleistungen bzw. der Verdacht, dass es einen solchen geben könnte, wurden klar als Frage/Verdacht deklariert. So führt der Redaktor den O-Ton eines betroffenen Geschäftsinhabers wie folgt ein: «Das wirft Fragen auf bei M. R.» Auch der O-Ton selbst macht deutlich, dass es sich um einen subjektiven Standpunkt und lediglich um eine Vermutung handelt: «Es wär natürlich gäbig, wenn man auf der einen Seite Bewertungen erstellt und auf der anderen dann anbietet, man lasse diese löschen für einen kleinen Betrag. Das kann jetzt ein Zufall sein, aber irgendwie ist es einfach ein bisschen eigenartig.» Auch im Fall des Malermeisters, der von einem anderen Anbieter von Löschdienstleistungen kontaktiert wurde, ist von «vermuten» und «Verdacht» die Rede.

Im auf die Wortmeldungen von betroffenen KMU folgenden Gespräch macht die Moderatorin auch transparent, dass die genannten Firmen vehement dementieren, dass sie hinter den Ein-Stern-Rezensionen stecken könnten.

Direkt darauf folgen die Stellungnahmen der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» und der «Swiss Media 360», wie sie bereits unter Vorwurf 1 zitiert wurden.

Die konkrete Frage der Moderatorin, ob wir das Gegenteil beweisen können, verneint der Redaktor (wie ebenfalls bereits unter Vorwurf 1 und 3 ausgeführt).

Dass wir klar festgehalten haben, dass sich der Verdacht nicht belegen lässt, räumt der Beanstander auch an dieser Stelle selbst nochmals ein.

Eine Verletzung des Transparenz- und Sachgerechtigkeitsgebots können wir in unserer Berichterstattung nicht erkennen. Unserer Ansicht nach waren Tatsachenfeststellungen, nicht abschliessend geklärte Fragen sowie Meinungen für das Publikum klar erkenn- und

unterscheidbar. Wir haben den im Beitrag erwähnten Anbietern von Löschdienstleistungen Gelegenheit für eine Stellungnahme gegeben und ihre Antworten und Einwände unserer Ansicht nach im Beitrag angemessen berücksichtigt.

Ergänzend möchten wir Folgendes anmerken:
In den Meldungen, die wir zum Thema Löschdienstleister erhalten haben, ist ein weiterer Aspekt aufgefallen, der im Radiobeitrag nicht thematisiert wird, für uns aber eine journalistische Aufarbeitung zusätzlich rechtfertigte. So meldete sich bei mehreren KMU nach dem Auftauchen einer Fake-Bewertung häufig nur ein Anbieter für Löschdienstleistungen, obwohl es unterdessen zahlreiche solche Löschdienstleister gibt. Nach Ausstrahlung des Beitrags haben sich diverse weitere Betroffene gemeldet. Eine Immobilienfirma hat uns das berichtet: Nach einem tatsächlichen Kundenkontakt hatte sie eine nachweislich echte Ein-Stern-Bewertung erhalten. Bei dieser Ein-Stern-Bewertung habe sich danach aber keine Löschfirma gemeldet. Kurz darauf sei eine Fake-Bewertung registriert worden, und nur wenig später habe sich jemand von der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz» telefonisch gemeldet.

Mit der fortschreitenden Digitalisierung sind Konsumentinnen und Unternehmen mit einer Vielzahl von Angeboten konfrontiert. In diesem Nebeneinander von seriösen Dienstleistungen, möglicherweise dubiosen Angeboten und auch Betrugsmaschen fällt die Orientierung nicht immer leicht. Als Konsumsendung verstehen wir es als unsere Aufgabe, auch digitale Entwicklungen zu beobachten und journalistisch aufzugreifen, insbesondere dann, wenn sich Hinweise und Anfragen zu einem Thema häufen. Wir sehen es positiv, wenn Konsumenten und Firmen Angebote kritisch hinterfragen und sich gut informiert für eine Handlungsoption entscheiden können.

Löschdienstleister bieten an, sich kostenpflichtig um die Löschung einer Google-Bewertung zu kümmern (z. B. CHF 290 für eine Einzellöschung bei der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz»). Betroffene KMU können die Meldung einer missbräuchlichen Rezension bei Google auch selbst machen, über ein einfaches Formular, das dafür von Google zur Verfügung gestellt wird. Die Entscheidung, ob eine Bewertung bzw. Rezension entfernt wird, wird von der Plattform getroffen.

Im Beitrag schildert der Geschäftsführer eines KMU, wie ein Mitarbeiter der «Schweizer Fachstelle für Reputationsschutz», der ihn kontaktiert hat, zeitlich Druck gemacht habe. Er müsse sich «sofort entscheiden, weil das Gericht «morgen keine Zeit» mehr habe. Auf der Webseite des Löschdienstleisters, unter dem Titel «Häufige Fragen | Klar beantwortet.» lautet die Antwort auf die Frage «Wie schnell muss ich handeln?»: «Handeln Sie möglichst sofort. Unser Angebot zur Einzellöschung gilt für Bewertungen, die nicht älter als vier Wochen sind. Ältere Bewertungen prüfen wir individuell.»

Uns ist nicht klar, warum diese Dringlichkeit vermittelt wird. In der Google-Hilfe mit Informationen dazu, wie eine Rezension gemeldet und deren Löschung beantragt werden kann, wird keine Frist genannt. Direkt von Google wissen wir ausserdem, dass Löschdienstleister keinen privilegierten Zugang haben.

Den Vorwurf des Beanstanders, wir hätten das Sachgerechtigkeits- und Transparentgebot verletzt, weisen wir zurück. Eine sachgerechte Berichterstattung setzt nicht voraus, dass sich alle Fragen beantworten lassen oder Vorwürfe abschliessend verifiziert bzw. entkräftet werden können. Entscheidend ist vielmehr, dass die relevanten Fakten sorgfältig

recherchiert und Rechercheergebnisse transparent gemacht werden, dass kritisierte Personen oder Unternehmen die Möglichkeit für eine Stellungnahme haben und dass alle Positionen angemessen berücksichtigt werden. Das war hier unserer Ansicht nach der Fall. Vor dem Hintergrund unserer Ausführungen bitten wir Sie, die Beanstandung zurückzuweisen.

Die **Ombudsstelle** hat den Beitrag angehört und hält abschliessend fest:

Der Beitrag in der Konsumentensendung «Espresso» nimmt die Meldung mehrerer KMU auf, wonach sich kurz nach Fake-Bewertungen via Google sog. Löschdienstleister bei ihnen gemeldet hätten, welche gegen Entgelt eine Löschung der schlechten Fake-Bewertungen anboten. Seitens dieser KMU ist die Frage aufgeworfen worden, ob diese Löschdienstleister allenfalls selbst für die Fake-Bewertungen verantwortlich zeichnen.

Entgegen den Darlegungen in der Beanstandung wurde der Sachverhalt im Beitrag korrekt wiedergegeben. Insbesondere war klar ersichtlich, dass es sich bei der Frage einer allfälligen Identität der Verfasser von Fake-Bewertungen und der Löschdienstleister um einen blossen Verdacht der betroffenen Geschäftsleute handelt. Dies ergibt sich auch aus dem in Frageform gesetzten Titel. Unbestrittenermassen hatten die im Beitrag erwähnten Löschdienstleister Gelegenheit zur Stellungnahme, und deren Kernaussagen, namentlich die Rückweisung des Vorwurfs, negative Bewertungen selbst platziert zu haben, wurden ausführlich und verständlich wiedergegeben. Sodann hat die Redaktion auch klar festgehalten, dass keinerlei Beweise für eine Identität der Verfasser von Fake-Bewertungen und der Löschdienstleister vorliegen.

Von einem Verstoss gegen das «Transparenzgebot» bzw. einer Vermischung von Tatsachen und Kommentaren bzw. Ansichten kann deshalb keine Rede sein. «Ansichten» oder «Kommentare» wurden keine wiedergegeben. Für die Zuhörerinnen und Zuhörer war stets klar ersichtlich, wo es sich um Vermutungen und wo um nachgewiesene Fakten handelt.

Im Beitrag wurde der von Geschäftsinhabern geäusserte Verdacht denn auch nicht einfach stehengelassen. Den erwähnten Löschdienstleistern wurde Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt. Sie konnten ihre Sicht der Dinge einbringen. Dass in Konsumentenschutzsendungen Meldungen aus dem Publikum und die damit verbundenen Einschätzungen präsentiert und die kritisierten Anbieter zur Stellungnahme eingeladen werden, ist nicht zu beanstanden. Im vorliegenden Fall wäre es denn auch journalistisch nicht korrekt gewesen, die von den KMU geäusserten Verdachtsmomente nicht vorzutragen, in der Folge auf diesbezügliche Stellungnahmen der Löschdienstleister zu verzichten und es dem Publikum zu überlassen, selbst Mutmassungen über einen allfälligen Zusammenhang zwischen den Fake-Bewertungen und der Kontaktnahme durch Löschdienstleister anzustellen.

Schliesslich war die Redaktion auch nicht gehalten, die von der Beanstanderin angebotenen weiteren Abklärungen zum zeitnahen Erkennen von Fake-Bewertungen vorzunehmen. Wie die Redaktion zu Recht ausführt, wurde im Beitrag nicht in Zweifel gezogen, dass es mittels geeigneter IT-Lösungen möglich ist, negative Bewertungen auf Websites zu erkennen. Auch

eine solche Möglichkeit schlösse jedoch objektiverweise nicht aus, dass ein Löschdienstleister Fake-Bewertungen platziert, um danach seine Dienstleistungen anbieten zu können. Insofern hätten weitere Abklärungen über die in der Sendung wiedergegebene Stellungnahme der Beanstanderin hinaus keine zusätzlichen Erkenntnisse gebracht.

Die Ombudsstelle hält fest, dass der Beitrag nicht gegen das Gebot der Sachgerechtigkeit (Art. 4 Abs. 2 RTVG) verstösst. Soweit die Beanstanderin geltend machen will, sie sei durch die Sendung in ihren Persönlichkeitsrechten verletzt worden, ist sie auf den zivil- oder strafrechtlichen Rechtsweg zu verweisen. Der individual-rechtliche Persönlichkeitsschutz fällt nicht in den Zuständigkeitsbereich der Ombudsstelle (vgl. dazu auch Bundesgerichtsentscheid 134 II 260 E. 6.3 f.).

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse am öffentlichen Sender und hoffen, dass Sie diesem trotz Ihrer Kritik treu bleiben.

Sollten Sie in Erwägung ziehen, den rechtlichen Weg zu beschreiten und an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) zu gelangen, lassen wir Ihnen im Anhang die Rechtsbelehrung zukommen.

Mit freundlichen Grüssen

Ombudsstelle SRG Deutschschweiz