

Kritische Arbeitgeberbewertungen auf Internetplattformen

Dargestellt am Beispiel Kununu

CLEMENS BERNSTEINER UND THOMAS WALA*)



Arbeitgeberbewertungen auf Internetplattformen bieten für Unternehmen einerseits neue Chancen des *employer branding*, bergen andererseits aber auch Gefahren in sich. Wie seitens der Unternehmen mit kritischen Bewertungen am besten umzugehen ist, zeigt der folgende Beitrag.

1. Kununu

Kununu ist eigenen Angaben zufolge derzeit mit rund 1,5 Mio Bewertungen zu 300.000 Unternehmen die größte Arbeitgeberbewertungsplattform in Europa. Aktuelle und ehemalige Mitarbeiter können auf Kununu Unternehmen unter anderem in den Kategorien „Arbeitsbedingungen“, „Karrierechancen“ und „Gehalt“ bewerten.¹⁾



Gleichzeitig haben Unternehmen die Möglichkeit, die Erfahrungsberichte und Bewertungen der User mit eigenen Firmeninformationen zu ergänzen. Dafür bietet Kununu ein kostenpflichtiges *Employer-branding*-Profil an. Darüber hinaus können Unternehmen einzelne Bewertungen kostenlos kommentieren und Stellung beziehen. Die Bewertungen sollen nach Auffassung des Plattformbetreibers Unternehmen als Indikator für die Mitarbeiterzufriedenheit dienen und anzeigen, wie erfolgreich ein Arbeitgeber im Bereich Mitarbeiterbindung ist.²⁾

Kununu wurde 2007 in Wien gegründet und ist seit 2013 ein Tochterunternehmen von Xing. Aktuell beschäftigt Kununu rund 70 Mitarbeiter in Wien. Seit Kurzem gibt es Kununu auch in den USA.³⁾

2. Nutzen von Arbeitgeberbewertungen

Es ist naheliegend, dass sich Menschen möglichst umfassend informieren wollen, bevor sie sich entscheiden, den Arbeitgeber zu wechseln. Immerhin verbringen wir im Schnitt ein Drittel unserer Lebenszeit im Job. Anhand von Erfahrungsberichten auf Kununu können sich Jobinteressenten einen ersten Eindruck darüber verschaffen, wie es tatsächlich ist, bei einem bestimmten Unternehmen zu arbeiten. Die Berichte sind von ehemaligen und aktuellen Mitarbeitern geschrieben und thematisieren genau jene Punkte, die Bewerber interessieren: Welcher Führungsstil erwartet mich? Wie ist der Stimmung unter den Mitarbeitern? Gibt es Weiterbildungsangebote? Kann man auch von zu Hause aus arbeiten? Gibt es einen Dresscode?⁴⁾

Die zahlreichen Berichte und Bewertungen von Usern in Verbindung mit Firmeninformationen sollen Jobsuchende dabei unterstützen, genau den Arbeitgeber zu finden, der am besten zu ihnen passt. Eine repräsentative Studie aus 2015 des Digitalverbands Bitkom zeigt, dass sich bereits drei von 10 Internetnutzern (29 %) auf Arbeitgeberbewertungsplattformen wie Kununu, meinChef, Jobvoting etc darüber informieren, wie aktuel-

*) MMag. Clemens Bernsteiner, LL.M. ist Universitätslektor am Institut für Recht der Wirtschaft, Ordinariat für Privat- und Wirtschaftsrecht der Universität Wien. FH-Prof. Mag. Dr. Thomas Wala, MBA ist Institutsleiter an der FH Technikum Wien.

¹⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

²⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

³⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

⁴⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

le und ehemalige Mitarbeiter ein Unternehmen bewerten. Mehr als drei Viertel (76 %) der wechselwilligen Interessenten wurden dieser Studie zufolge durch die Berichte und Noten in ihrer Arbeitgeberwahl beeinflusst.⁵⁾

3. Employer Branding

Employer branding dient der Entwicklung und wirksamen Positionierung eines Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber durch Aufbau einer Arbeitgebermarke. Diese Strategie zielt darauf ab, die Mitarbeitergewinnung, -bindung, -motivation sowie die Unternehmenskultur und das Image als Arbeitgeber zu optimieren und nachhaltig zu verbessern. Auf diese Weise kann sich das Unternehmen gegenüber Wettbewerbern einen Vorteil am Arbeitsmarkt verschaffen. Man unterscheidet zwischen externem und internem *employer branding*. Das externe *employer branding* richtet sich an den externen Arbeitsmarkt und damit an potenzielle Bewerber. Der Arbeitgeber wird über klassische und moderne Kommunikationskanäle und Medien positiv nach außen dargestellt, um eine Arbeitgebermarke aufzubauen oder zu stärken. Auf diese Weise sollen neue Mitarbeiter gewonnen werden. Mit dem internen *employer branding* wird die Arbeitgebermarke im Unternehmen erlebbar gemacht, die das Versprechen gegenüber den vorhandenen Mitarbeitern enthält, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Die Botschaft sollte authentisch und glaubwürdig sein, um nachhaltig zu wirken. Bei der praktischen Umsetzung und Implementierung helfen primär Instrumente der internen Kommunikation, der Personalentwicklung, der Organisationsentwicklung und der Personalführung. Der Fokus liegt auf der Mitarbeiterbindung bzw dem Retention-Management.⁶⁾

Wie die Praxis zeigt, wird das *employer branding* von Unternehmen vielfach missverstanden; zudem werden die Prioritäten oft falsch gesetzt. So wird häufig das externe *employer branding* betont, wofür größere Teile des zur Verfügung stehenden Budgets eingesetzt werden. Wer als attraktiver Arbeitgeber überzeugen möchte, sollte jedoch zuerst bei den bereits vorhandenen Mitarbeitern beginnen. Im Idealfall sind diese so begeistert von ihrem Arbeitgeber, dass sie selbst zu Markenbotschaftern werden. Zudem ist die Glaubwürdigkeit der Ausführungen von Mitarbeitern in der Regel größer als die Selbstdarstellung des Unternehmens in Anzeigen, auf den eigenen Websites und in sozialen Medien wie Facebook, Instagram, Twitter oder Kununu.⁷⁾

Unternehmen würden es sich zu leicht machen, wenn sie beispielsweise einfach nach außen kommunizierten, man hätte bei ihnen in einem unterstützenden und kompetenten Team viel Freude an anspruchsvollen Aufgaben. Kommt es nämlich zu einem Arbeitsvertrag, können unzutreffende Aussagen gravierende Folgen haben. Dabei spielt der psychologische Vertrag zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer eine wesentliche Rolle. Er bezieht sich auf die gegenseitigen Erwartungen, die potenzielle Mitarbeiter und Unternehmen im Hinblick auf ihre Zusammenarbeit haben. Er umfasst die im formalen Arbeitsvertrag nicht enthaltenden Versprechungen des Arbeitgebers gegenüber dem Arbeitnehmer (Arbeitsplatzsicherheit, Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten, Handlungsspielraum, kooperativer Führungsstil, positive Gehaltsentwicklung etc) sowie die Erwartungen des Unternehmens gegenüber dem Arbeitnehmer (zB Loyalität und besonderes Engagement).⁸⁾

Werden nur empfundene und deshalb nicht einklagbare Verpflichtungen von der jeweiligen Gegenseite nicht erfüllt, wird dies dennoch als Verlust oder Einbuße erlebt und

⁵⁾ Vgl. Petrich/Streim, Meinung der Mitarbeiter im Netz beeinflusst Bewerber (2015), online abrufbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Meinung-der-Mitarbeiter-im-Netz-beeinflusst-Bewerber.html>.

⁶⁾ Vgl. N. Richter, Internes Employer Branding und Führungskräfte, WISU 2016, 1236.

⁷⁾ Vgl. N. Richter, WISU 2016, 1236 ff.

⁸⁾ Vgl. Rietz/Lohaus, Employer Branding, WISU 2013, 1418.

zieht entsprechende negative Reaktionen nach sich. So wurden in verschiedenen Studien bei Nichteinhaltung eines psychologischen Vertrages durch den Arbeitgeber unter anderem ein Rückgang der Leistung, eine geringere Innovationsbereitschaft, Kündigungsabsichten, eine nachlassende Loyalität sowie häufigeres Fehlverhalten festgestellt. Folglich sollten Unternehmen über die verschiedenen Kanäle des internen und externen *employer brandings* nur solche Erwartungen wecken, die sie in der Folge auch erfüllen können.⁹⁾

4. Motive für kritische Arbeitgeberbewertungen

Aus dem Geschäftserfolg von Kununu lässt sich ableiten, dass ganz offensichtlich ein Bedarf an anonymen Bewertungen von aktuellen oder früheren Arbeitgebern besteht. In diesem Zusammenhang stellt sich insbesondere die Frage, was aktuelle oder ehemalige Mitarbeiter bewegen kann, eine kritische bzw. negative Bewertung über Kununu zu veröffentlichen. Man stelle sich beispielhaft folgende zwei (fiktive) Situationen vor:

• Beispiel 1

Mitarbeiter haben den Arbeitgeber bzw. Vorgesetzten bereits mehrfach und über einen längeren Zeitraum hinweg auf eine für sie nicht tragbare Entwicklung (zB zu hohe Arbeitsbelastung) hingewiesen. Der Arbeitgeber bzw. Vorgesetzte hat den Mitarbeitern in entsprechenden Gesprächen immer wieder baldige Besserung zugesichert und sie so vertröstet. *De facto* hat er aber auch nach langem Zuwarten keinerlei konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Situation in die Wege geleitet.

• Beispiel 2

Mitarbeiter fühlen sich schlecht behandelt (zB jahrelang keine Gehaltserhöhung), sie scheuen jedoch ein Gespräch mit dem Arbeitgeber bzw. Vorgesetzten, weil dieser bekanntlich nicht kritikfähig ist und schon mehrere „Nörgler“ von heute auf morgen gekündigt hat.

In beiden Situationen könnte man die Ansicht vertreten, die betreffenden Mitarbeiter sollen eben den Job wechseln, um anderorts bessere Rahmenbedingungen vorzufinden. Viele werden das auch tun, haben aber dennoch ein Bedürfnis, in anonymer Weise künftigen und verbleibenden Mitarbeitern dieses Unternehmens gegenüber eine auf ihren wenig erfreulichen Erfahrungen basierende Warnung auszusprechen. Dieses Bedürfnis wird umso größer sein, je mehr die vom Unternehmen nach außen hin kommunizierten Inhalte der Arbeitgebermarke im Widerspruch zur betrieblichen Realität stehen.

Andere frustrierte Mitarbeiter finden aber womöglich aufgrund ihres fortgeschrittenen Alters oder ihres sehr spezifischen Kompetenzprofils anderweitig keinen annähernd gleichwertigen Job und müssen sich daher weiterhin den aus ihrer Sicht widrigen Umständen im Unternehmen aussetzen. Sie fühlen sich ausgenutzt und suchen nach einem geeigneten Ventil, um Dampf abzulassen, ohne dadurch gleichzeitig ihre Einkunftsquelle aufs Spiel zu setzen. Auch zu diesem Zweck könnte sich eine anonyme Arbeitgeberbewertung auf Kununu eignen, insbesondere dann, wenn andere Ventile (anonyme Mitarbeiterbefragungen, Mitarbeitergespräche etc.) ignoriert werden und deshalb nicht die gewünschte Wirkung erzielen.

Sofern eine kritische Arbeitgeberbewertung die ehrliche Meinung des aktuellen oder ehemaligen Mitarbeiters widerspiegelt und professionell vorgetragen wird, kann diese Jobinteressenten helfen, bestehende Informationsasymmetrien zugunsten des Arbeitgebers abzubauen, und so einen Beitrag zur verbesserten Transparenz und damit auch zu besseren Entscheidungen am Arbeitsmarkt leisten. Um die Seriosität von Arbeitgeberbewertungen sicherzustellen, stellt Kununu acht Regeln (zB keine namentliche Erwähnung von Personen, keine beleidigenden Aussagen, keine Links) auf, deren Einhal-

⁹⁾ Vgl. Rietz/Lohaus, WISU 2013, 1418 ff.

tung vor Veröffentlichung des Beitrags durch digitale Filter sowie ein Quality-Team geprüft wird. Um die Authentizität von Bewertungen sicherzustellen, steht darüber hinaus ein Support-Team zur Verfügung, welches auf Anfrage des Unternehmens nochmals manuell nachprüft, ob eine Bewertung auch tatsächlich von einem aktuellen oder ehemaligen Mitarbeiter stammt.¹⁰⁾

5. Mögliche Reaktionen des Arbeitgebers auf kritische Bewertungen

Die von Kununu präferierte und auch nach Ansicht der Autoren sinnvollste Reaktion eines Arbeitgebers auf eine kritische Bewertung wäre die Abgabe einer Stellungnahme zu dieser. Die Möglichkeit einer Stellungnahme steht kostenfrei zur Verfügung und bildet auch die finale Reaktion auf Kununu. Bewerber können auf die veröffentlichte Stellungnahme nicht mehr reagieren. Auch eine Kommentierung vonseiten anderer User ist nicht möglich. Durch eine rasche, offene und sachliche Stellungnahme vermittelt man nicht nur Wertschätzung für aktuelle und ehemalige Mitarbeiter, sondern nimmt den negativen Bewertungen gleichzeitig auch viel an Schlagkraft.¹¹⁾ Kritische Arbeitgeberbewertungen sollten als wertvolles Feedback identifiziert werden, welches der Geschäftsleitung Hinweise zur weiteren Optimierung personalwirtschaftlicher Gestaltungsparameter ermöglicht. Die Leiterin der Personalabteilung der Bosch-Gruppe Österreich *Johanna Hummelbrunner* formuliert das so: „Wir nehmen jede Bewertung sehr ernst. Wir freuen uns über positives Feedback und sind traurig über negatives. Jede negative Beurteilung zeigt uns jedoch, was wir noch besser machen können.“¹²⁾

In der Praxis herrscht in manchen Unternehmen jedoch ein weit weniger konstruktiver Umgang mit kritischen Arbeitgeberbewertungen vor. Negative Bewertungen werden von einigen Arbeitgebern als Fremdbild wahrgenommen, welches im krassen Gegensatz zu dem in der *Employer-branding*-Strategie festgehaltenen Selbstbild steht. Die entstandene Dissonanz kann zunächst mit dem Hinweis darauf abgebaut werden, dass es immer einige notorische Nörgler geben werde und man es daher niemals allen recht machen könne. Diese Methode des Dissonanzabbaus funktioniert allerdings nur so lange, als einer kleinen Anzahl negativer Bewertungen eine viel größere Anzahl positiver Rückmeldungen gegenübersteht. Wenn dies nicht der Fall ist und möglicherweise sogar die Anzahl der negativen Rückmeldungen überwiegt, bedarf es anderer Strategien zur Dissonanzreduktion. Um die Arbeitgebermarke und das aufgrund des kritischen Feedbacks ohnehin bereits leicht angeknackste Ego der Geschäftsleitung nicht noch weiter zu belasten, wird zunächst die Authentizität der Verfasser angezweifelt; denn schließlich könnte es sich ja um Bewertungen aus dem Umfeld eines unmittelbaren Konkurrenten handeln, der sich auf diese unlautere Weise Wettbewerbsvorteile am Arbeitsmarkt erhofft. Wenn der Verfasser gegenüber Kununu seine Authentizität nachweisen kann (zB durch Übermittlung einer Kopie des Dienstvertrages), kann der Arbeitgeber kritische und aus seiner Sicht schlicht unzutreffende Bewertungen in einem nächsten Schritt mit rechtlichen Mitteln bekämpfen, um auf diese Weise deren Entfernung von der Plattform zu erreichen.

6. Grenzen der Meinungsfreiheit

Bei Bewertungsportalen – ganz gleich, ob Kununu oder andere Websites – ist immer auch die Meinungsfreiheit des Einzelnen betroffen. Die verfassungsrechtliche verankerte Freiheit der Meinungsäußerung (Art 10 EMRK und Art 13 StGG) gestattet grundsätzlich jedem, rechtlich unbekümmert seine Meinung unter anderem auch über ein Unter-

¹⁰⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

¹¹⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

¹²⁾ *Magazin TRAINING*, Von Talenten finden lassen (2017), online abrufbar unter <https://www.magazintraining.com/von-talenten-finden-lassen>.

nehmen kundzutun. Weil neben Werturteilen auch Tatsachenmitteilungen grundrechtlich geschützt sind, ist es für den bewerteten Arbeitgeber nicht so einfach, eine Bewertung entfernen zu lassen, nur weil sie nicht mit seinem Selbstbild übereinstimmt.¹³⁾

Ein Arbeitgeber, der eine schlechte Bewertung bei Kununu erhalten hat und diese entfernen lassen möchte, muss dazu den Rechtsweg antreten oder diesen zumindest androhen. Eine solche Entfernung setzt grundsätzlich voraus, dass entweder ein entsprechender Straftatbestand erfüllt wird (zB üble Nachrede gemäß § 111 StGB) oder im Sinne des § 1330 ABGB falsche (rufschädigende) Tatsachen behauptet werden bzw ein überschießendes Werturteil als exzessiv und somit als Ehrenbeleidigung im Sinne von § 1330 Abs 1 ABGB bzw § 115 StGB einzustufen ist. Eine falsche Tatsachenbehauptung ist jede Verbreitung einer rufschädigenden Lüge, eine Ehrenbeleidigung (und unter Umständen auch eine strafrechtlich sanktionierte üble Nachrede) ist jede Verbreitung eines Werturteils, welches nicht mehr der sachlichen Auseinandersetzung dient, sondern vor allem auf eine Diffamierung des Betroffenen abzielt. Beide Arten von Aussagen sind von der verfassungsrechtlich zugesicherten Meinungsfreiheit nicht (mehr) gedeckt.¹⁴⁾ Auf IT-Recht spezialisierte Rechtsanwälte wittern in diesem Zusammenhang jedenfalls attraktive Geschäftsmöglichkeiten und bieten Unternehmen bereitwillig Unterstützung bei der Entfernung kritischer Arbeitgeberbewertungen auf Kununu und anderen Plattformen an.

Die Entfernung einer auf Kununu geposteten kritischen Bewertung ist somit nur dann möglich, wenn diese Bewertung beleidigend ist oder falsche und rufschädigende Äußerungen enthält. Auch Informationen, an denen ein berechtigtes Geheimhaltungsinteresse des Arbeitgebers besteht, dürfen nicht gepostet werden. Allerdings verlaufen die Grenzen in den aufgezeigten Fällen fließend und es bedarf einer Interessensabwägung bzw gerichtlichen Entscheidung im Einzelfall, ob eine kritische Bewertung rechtlich zulässig ist oder nicht. Mitunter kann in diesem Zusammenhang auch die Wortwahl entscheidend sein, da stets der Gesamteindruck maßgeblich ist.¹⁵⁾

Kununu möchte offensichtlich auf jeden Fall verhindern, bei Nichtentfernung einer kritischen Bewertung später vom betroffenen Arbeitgeber rechtlich in Anspruch genommen zu werden, wenngleich in diesem Zusammenhang eine entsprechende Grundwertung besteht (besonders eindrücklich gelangt diese in § 16 E-Commerce-Gesetz [ECG] zum Ausdruck), die eine Verantwortlichkeit und Löschungsverpflichtung des „neutralen Verbreiters“ bzw Hosting Providers in Bezug auf rechtswidrige Beiträge nur dann vorsieht, wenn deren Rechtswidrigkeit offenkundig zu Tage tritt. Ein sich in seinem Ruf beeinträchtigt fühlendes Unternehmen hätte den Rechtsstreit vielmehr unmittelbar mit dem Verfasser des Beitrags auszutragen, was freilich eine Bekanntgabe der Identität des Verfassers durch Kununu voraussetzt.¹⁶⁾ Nun schreibt zwar Kununu auf seiner Homepage: *„Hinweise wie ‚Die Bewertung ist insgesamt unwahr‘ können wir aufgrund von fehlender Konkretisierung nicht akzeptieren. Unternehmen müssen uns mit einer Stellungnahme nachweisen können, welche Textpassagen betroffen sind und warum die beanstandete Passage unwahr ist.“*¹⁷⁾ In der Praxis entfernt Kununu allerdings bei Erhalt einer mehr oder weniger begründeten Beanstandung eines Arbeitgebers relativ rasch das betreffende Posting und fordert nun umgekehrt den Verfasser des Postings auf, den Nachweis über dessen Wahrheitsgehalt zu erbringen. Da ein solcher Nachweis aber in vielen Fällen nur sehr schwer oder sogar unmöglich sein wird, werden nur die

¹³⁾ Vgl T. Feil, Kununu.com Bewertung löschen lassen (2017), online abrufbar unter <https://www.recht-freundlich.de/kununu-bewertung/negative-bewertung-kununu-loeschen>.

¹⁴⁾ Vgl Lienhardt, Österreich: Meinungsfreiheit und Soziale Medien (2016), online abrufbar unter <http://www.npo-consulting.net/blogs/notepad.php/meinungsfreiheit-und-soziale-medien-oesterreich>.

¹⁵⁾ Vgl T. Feil, Kununu.com Bewertung löschen lassen.

¹⁶⁾ Vgl § 18 Abs 4 ECG.

¹⁷⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.

wenigsten User dazu in der Lage bzw bereit sein; die meisten werden wohl die Entfernung des Postings frustriert zur Kenntnis nehmen. Die nachfolgenden (realen) Beispiele sollen der Verdeutlichung dienen:

• **Beispiel 3**

Der Arbeitgeber beantragt bei Kununu die Entfernung eines kritischen Postings, weil der Verfasser (ein Mitarbeiter des Unternehmens) darin schreibt: *„Die Leistungen der Mitarbeiter werden von der Geschäftsleitung kaum wertgeschätzt. ... Die Stimmung unter den Mitarbeitern ist schlecht.“* Nach Ansicht des Arbeitgebers handelt es sich dabei um eine pauschalisierte Verunglimpfung, da sich der Verfasser anmaßt, im Namen der gesamten Belegschaft zu sprechen. Kununu entfernt daraufhin sofort das Posting und schlägt dem Verfasser vor, seine Bewertung inhaltlich in einer Weise abzuändern, dass nur die eigene Betroffenheit zum Ausdruck kommt (zB: *„Meine Arbeit wurde von der Geschäftsleitung nicht wertgeschätzt. Meine Stimmung war schlecht.“*).

Der Mitarbeiter könnte das Zutreffen seiner Aussagen anhand der katastrophalen Ergebnisse bei der letzten Mitarbeiterbefragung nachweisen. Allerdings werden diese Ergebnisse von der Geschäftsleitung aus guten Gründen weitestgehend unter Verschluss gehalten. Da der Verfasser somit keinen Wahrheitsbeweis seiner Aussagen vorlegen kann (und wohl aus Geheimhaltungsgründen auch gar nicht dürfte), bleibt das Posting offline.

Fazit: Der Arbeitgeber hat sein Ziel erreicht und auch Kununu ist froh darüber, die Gefahr eines Rechtsstreits mit dem Arbeitgeber gebannt zu haben.

• **Beispiel 4**

Ein ehemaliger Mitarbeiter zeigt in der Bewertung seines früheren Arbeitgebers die *„sehr hohe Fluktuation“* sowie die *„Bekämpfung kritischer Arbeitgeberbewertungen“* auf. Kununu entfernt daraufhin reflexartig das Posting und schreibt dem ehemaligen Mitarbeiter: *„Wir mussten Deine Bewertung für ... auf inaktiv setzen, da folgende Textpassagen vom Unternehmen als unwahre Tatsachenbehauptungen gemeldet worden sind: 1.) sehr hohe Fluktuation, 2.) Bekämpfung kritischer Arbeitgeberbewertungen. ... Wenn Du Behauptungen aufstellst, musst Du diese ... auch schriftlich nachweisen können.“* Im betreffenden Fall hatten innerhalb von sechs Monaten rund 40 von insgesamt rund 160 Arbeitnehmern das Unternehmen verlassen. Außerdem wurden in diesem Zeitraum zahlreiche kritische Bewertungen vom Arbeitgeber beanstandet und in der Folge von der Plattform entfernt. Der ehemalige Mitarbeiter könnte für einen Nachweis der wohl unbestritten sehr hohen Fluktuation zB eine beglaubigte Unterschriftenliste aller in diesem Zeitraum abgewanderten Mitarbeiter erstellen und an Kununu übermitteln. Da er sich diesen Aufwand ersparen möchte, bleibt das Posting offline. In Bezug auf seinen zweiten Kritikpunkt (*„Bekämpfung kritischer Arbeitgeberbewertungen“*) vertritt der ehemalige Mitarbeiter die Ansicht, dass Kununu in der Lage sein müsste, deren Wahrheitsgehalt selbst zu überprüfen. Kununu sieht das offensichtlich anders.

Wenn nur negativen Postings entfernt werden, kommt es gerade bei solchen Arbeitgebern, die durch hartnäckiges Bekämpfen kritischer Online-Bewertungen geradezu den Nachweis einer überholten Kommunikations- und Führungskultur erbringen, zu einer stark verzerrten Darstellung der tatsächlichen Situation im Unternehmen auf Kununu.

7. Positive Arbeitgeberbewertungen

Uneinsichtige Arbeitgeber mit schlechten Online-Bewertungen zweifeln – wie beschrieben – in einem ersten Schritt häufig die Authentizität der Verfasser solcher Postings an. Sie argumentieren, dass es sich bei solchen Postings vielfach um *Fake*-Bewertungen handelt, die in Wirklichkeit von Personen stammen, die nie Arbeitnehmer des Unternehmens waren, oder gar von Mitbewerbern verfasst wurden.

Was wäre aber, wenn nicht die kritischen Postings *Fake*-Bewertungen sind, sondern die positiven? Möglicherweise wurden ja diese von Dritten im Auftrag der Geschäftsleitung verfasst oder aber die Geschäftsleitung hat einige Mitarbeiter intensiv dazu „eingeladen“, ihre doch zweifellos sehr positiven Erfahrungen auf Kununu zu kommunizieren. Kununu-Vertreter räumen diesbezüglich auch offen ein, dass sie nicht ausschließen können, dass Unternehmen sich selbst bewerten.¹⁸⁾ Da ein Arbeitgeber kaum positive Bewertungen beanstanden wird, bleiben diese *de facto* ungeprüft. Damit verstärkt sich

¹⁸⁾ Vgl. G. Winter, Gut bewertet zu neuen Bewerbern? (2017), online abrufbar unter <https://www.magazin.training.com/gut-bewertet-zu-neuen-bewerbern>.

Topthema: Kritische Arbeitgeberbewertungen auf Internetplattformen

aber das Problem einer verzerrten Informationsdarstellung auf Kununu weiter und die Plattform kann sich dem Vorwurf nicht entziehen, aus geschäftlichen Interessen im Zweifel eher arbeitgeberfreundlich zu agieren.

Mehrere frustrierte User haben dies schon vor längerer Zeit beanstandet, wie die beiden in Abbildung 1 wiedergegebenen Online-Kommentare auf der Internetseite der Tageszeitung „Die Presse“ exemplarisch aufzeigen¹⁹⁾ (zahlreiche weitere Beispiele ließen sich anführen).

06.04.2012 10:17

1 *

Interessenskonflikt!

da kununu von den bewerteten firmen lebt wird man sich natürlich in erster linie um deren bedürfnisse und interessen kümmern.

als chef reicht es zu behaupten dass poster etwas unwahres behaupten und schon werden die inhalte gelöscht. man erhält somit genau das was man eigentlich nicht wollte:

einheitlich weichgewaschene karriereseiten der arbeitgeber

fazit: gleicher fazit wie porridge. absolut unglaubwürdig und damit nutzlos.

MELDEN TEILEN

ANTWORTEN

09.09.2011 14:38

2 *

unglaubwürdig

ein näheres betrachten dieser seite ergab folgendes:

- arbeitgeberfreundliche plattform, keinesfalls neutral

- überwiegend positive bewertungen, selbst von unternehmen die nicht einmal mehr von jobvermittlern bedient werden - zumeist von deren personalabteilungen verfasst

- negative bewertungen immer ohne kommentare, deuter daraufhin, dass diese gelöscht werden

- insgesamt: eigentlich eine gute idee wenn die umsetzung nicht politisch gefärbt wäre

fazit: absolut unglaubwürdig und damit nutzlos

MELDEN TEILEN

ANTWORTEN

Abbildung 1: Online-Kommentare auf der Internetseite der Tageszeitung „Die Presse“ zu Kununu

i Auf den Punkt gebracht

Auf der Internetseite von Kununu findet sich unter der Rubrik „Welchen Vorteil haben Arbeitnehmer von Kununu?“ Folgendes: „Der größte Vorteil für Arbeitnehmer ist, dass sie ‚nicht mehr die Katze im Sack kaufen müssen‘, wenn sie einen neuen Job antreten. Sie bekommen bereits im Vorfeld einen Einblick auf die Arbeitsverhältnisse beim neuen Arbeitgeber und erleben keine großen Überraschungen. Für Jobsuchende, Jobwechselnde oder Arbeitnehmer, die ihren Arbeitgeber mit anderen Unternehmen vergleichen wollen, bietet Kununu die Möglichkeit, auf die gewünschten Insider-Informationen zurückzugreifen.“²⁰⁾

Der von Kununu aktuell praktizierte Umgang mit Beanstandungen kritischer Postings durch Arbeitgeber kann – wie beschrieben – zu einer stark verzerrten Darstellung der tatsächlichen Arbeitsbedingungen im betreffenden Unternehmen führen. Kununu kann somit in solchen Fällen nicht den angestrebten positiven Beitrag zu einer verbesserten Transparenz am Arbeitsmarkt leisten.

Kununu täte daher nach Ansicht der Autoren gut daran, seine diesbezüglichen Praktiken kritisch zu hinterfragen, wenn die Plattform von Arbeitnehmern als objektives und nützliches Informationsinstrument angesehen werden soll.

¹⁹⁾ Vgl. Gross, Chefs bewerten auf Kununu: 8.000 Bewertungen gesperrt, Die Presse vom 22. 2. 2010, online abrufbar unter http://diepresse.com/home/techscience/internet/541550/Chefs-bewerten-auf-Kununu_8000-Bewertungen-gesperrt.

²⁰⁾ Siehe <https://www.kununu.com/at/kununu>.