

Im Internet gibt es keine dummen Fragen

Zahlreiche Online-Portale haben sich auf die Hilfe bei Alltagsproblemen spezialisiert. Gute Antworten finden Nutzer aber auch in Foren

■ VON ANDREAS THIEME

DÜSSELDORF – „Wer nicht fragt, bleibt dumm“, lernen Kinder schon bei der „Samstraße“. Geht es um Alltagsfragen, ist der Fernseher aber nicht mehr unbedingt nötig – Antworten finden Verbraucher mittlerweile kinderleicht auch im Internet. Denn wer sein Problem in eine Suchmaschine eintippt, findet zahlreiche Lösungsvorschläge und Tipps in Online-Ratgeberportalen. Gut gemeinter Rat ist dort zwar kostenlos, nicht in jedem Fall sollte man sich aber darauf verlassen.

„Das Profitieren von Erfahrungen und Spezialwissen anderer Nutzer ist einer der Hauptgründe, im Internet nach Antworten auf eigene Fragen zu suchen“, sagt Georg Tryba von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf. Wie beliebt der schnelle Rat aus dem Netz ist, zeigen Zahlen der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) in Frankfurt/Main: Allein www.gutefrage.net verzeichnet jeden Monat durchschnittlich mehr als 58 Millionen Kontakte. Zwei Drittel der unter 30-Jährigen vertrauen laut AGOF mittlerweile auf virtuelle Ratgeber wie www.werweisswas.de oder Yahoo Clever.

Ist jemandem unklar, wie er zum Beispiel eine Dolby-Surround-Anlage mit dem Fernseher verbindet oder welche Zutaten ein Pfannkuchen braucht, genügen wenige Klicks zur Lösung. Und ist das Anliegen noch so unbeholfen oder abwegig: „Dumme Fragen gibt es im Internet nicht“, sagt Mike Schnoor, Mitglied der Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft. Dazu trage vor allem die Anonymität der Suchenden bei.

Anzapfen kollektiver Intelligenz

Neben der Einfachheit der Suche punkten die Portale vor allem durch die Menge der Nutzer, hat der Trendforscher Peter Kruse aus Bremen beobachtet. Wer auf www.helpster.de oder www.frag-mutti.de zum Beispiel herauszufinden versucht, wie sich Fenster streifenfrei putzen lassen, habe allein aufgrund der großen Menge anderer Nutzer sehr hohe Chancen, auf passende Antworten zu stoßen. Auch auf Videoportalen oder Herstellerseiten finden sich viele Clips von der wackeligen Do-it-yourself-Anleitung bis zum professionell produzierten Video-Tutorial.

„Anzapfen kollektiver Intelligenz“ nennt Kruse die Strategie der Gratis-Anbieter, die den Fragenden Zugriff auf die verteilten Wissensstrukturen im Internet ermöglichen soll. Ist die Antwort im Netz schnell auffindbar, kann sich der Nutzer eventuell den teuren Anruf bei der Hotline sparen, wenn es nur darum geht, die richtigen Kabel anzuschließen. Auch die Herstellerseite mit den Frequently Asked Questions (FAQ) muss dann nicht unbedingt durchforstet werden.

Das Netz als Berater

- **Recherche** Wenn Verbraucher entscheiden, ob sie ein Produkt kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch nehmen, sind Suchmaschinen das wichtigste Medium. Beim Kauf eines Elektrogeräts oder der Auswahl einer Krankenversicherung kommen Google & Co. bei über 70 Prozent der deutschen Onliner zum Einsatz.
- **Vergleich** Auf Produktvergleichsseiten informieren sich zwei Drittel der Internetnutzer. Zunehmend werden soziale Medien wie z. B. Blogs und Netzwerke wie Facebook einbezogen. Dies ergibt der Digital Influence Index von Fleishman-Hillard und Harris Interactive. Die globale Studie misst Aspekte der Internetnutzung und indiziert den Einfluss von Medien auf die Entscheidung der Verbraucher.

Beim Durchsehen möglicher Antworten der Portale sollten sich Nutzer aber nicht gleich mit der erstbesten Lösung zufriedengeben, rät Mike Schnoor. Wichtiger sei, dass die Antwort nicht zu alt ist und andere Nutzer in der Sache zustimmen. Ob der Ratschlag des virtuellen Gegenübers vertrauenswürdig ist, lasse sich mitunter auch am optischen Gesamtbild der Webseite festmachen: Ist diese mit Werbung überladen, könne das ein Indiz für kommerzielle Anbieter sein.

Vorsicht gilt diesbezüglich vor allem bei Elektronikartikeln. Wer mit seiner Frage zu bestimmten Portalen navigiert wird, findet dort zwar mitunter nützliche Bewertungen und Praxistipps. „Teilweise sind diese aber mit einem Bestellhinweis versehen und werden vor dem Hintergrund von Geld- oder Sachanreizen verfasst“, gibt Verbraucherschützer Tryba zu bedenken. Wer branchenspezifische oder exotische Fragen hat, sei ohnehin besser in Spezialforen aufgehoben, auf die man leicht über Suchmaschinen stößt.

Als Problem sieht Tryba grundsätzlich das Prinzip, dass Laien andere Laien beraten. Zum Teil kann das zwar nützlich sein, um sich in einer Frage erste Orientierung zu verschaffen. Ein Restrisiko bleibt Tryba zufolge aber, dass die Antwort wenig sinnvoll sei, zumal nicht jede Webseite die Kommentare überprüft, die zum Thema verfasst werden.

Geht es um Gesundheit, Finanzen oder Rechtliches, holen sich Nutzer besser professionellen Rat statt Internettipps, empfiehlt Tryba. Oft fehle anderen Nutzern die Kompetenz für die Bewertung solcher wichtiger Sachfragen. Sinnvoll könne es aber sein, die Ratgeberportale bei der Suche nach Fachleuten zu nutzen.