

# **Verbraucherkommunikation via Internet: Chancen und Möglichkeiten am Beispiel von [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de)**

Margareta Büning-Fesel, Wiltrud Groß,

aid infodienst , Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V.  
Friedrich-Ebert-Straße 3  
53177 Bonn

**Abstract:** Seit Eröffnung des Internetportals [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) im Januar 2002 findet die derzeitige Verbraucherkommunikation des aid infodienst verstärkt auch über das Internet statt. Damit ist es möglich, sehr kurzfristig, aktuell und interaktiv auf Lebensmittelkrisen und aktuelle Verbraucherfragen zu reagieren. Auf diesem Wege können bei aktuellen Risikothemen erste Einschätzungen der Risikowahrnehmung vorgenommen sowie noch offene Fragen gesammelt werden.

## **1 Forentechnik**

Der Bereich Diskussions- und Expertenforen auf [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) beruht auf der Forensoftware Fusetalk. Diese Software bietet unter anderem neben Foren-Anwendungen viele Verwaltungsmöglichkeiten, eine integrierte Volltextsuche sowie ein Chat-Modul.

Da der Internet-Auftritt [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) zunächst mit der Scriptsprache Cold Fusion umgesetzt wurde, ist eine entsprechende Forensoftware auf gleicher Basis ausgewählt worden. Auf Grund einiger Sonderfälle bei den Foren auf [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) wurde die Quelltext-Lizenz erworben, so dass eine Abänderung der Standard-Anwendung bzw. Anpassungen des Source Codes möglich wurden. Auf [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) existieren zwei verschiedene Foren-Formen, das Diskussionsforum sowie die Expertenforen.

## **2 Diskussionsforum**

Das Diskussionsforum funktioniert wie herkömmliche Foren; es zeigt die ursprüngliche Software am ehesten. Ein Beitrag wird erstellt, erscheint im Forum und kann von anderen Besuchern beantwortet werden. Das Erstellen von Beiträgen ist auch als anonymer Gast ohne eine Anmeldung möglich.

### **3 Expertenforen**

Die Expertenforen sind speziell auf den Internetauftritt [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) zugeschnitten. Sie wurden für diesen Internet-Auftritt geschaffen, um Themenforen so zu gestalten, dass die Beiträge erst nach Beantwortung online gestellt werden. Weitere Diskussionen, die ansonsten kennzeichnend für Foren sind, sind hier nicht möglich.

Um eine Frage zu stellen, meldet sich der Besucher zunächst an. Das Anmeldeformular erscheint automatisch bei der Intention, eine neue Frage zu stellen. Bei der Anmeldung werden verschiedene Daten zu statistischen Zwecken abgefragt. Wichtig ist die Angabe einer E-Mail-Adresse. Nach Registrierung beziehungsweise Anmeldung kann der Besucher eine Frage stellen. Diese wird per E-Mail an die Experten weitergeleitet, die das jeweilige Forum betreuen.

Die Experten können nun für die Beantwortung der Frage recherchieren. Bei der Beantwortung wird automatisch eine E-Mail generiert, die den Fragesteller auf die fertig gestellte Antwort hinweist. Eine weitere Beantwortung oder Eintragung zur Antwort ist nun nicht mehr möglich. In den Expertenforen erscheinen Themen also immer als Frage/Antwort-Paare. In der Regel erhält der Fragesteller innerhalb von 48 Stunden eine Antwort auf seine Frage.

Angemeldete Benutzer des Forums haben die Möglichkeit, einzelne Themen zu abonnieren, das heißt sich über zusätzliche Beiträge oder Antworten zu ihrem Thema per Mail informieren zu lassen.

### **4 Integration in den Internet-Auftritt**

Die Forenanwendung ist so in das Content-Management-System RedDot integriert, dass die Hauptnavigation oben und rechts entsprechend der Änderungen in RedDot angepasst wird. So sind zum Beispiel Hinweise zu aktuellen Themen, die immer links unterhalb der Navigation erscheinen, auch im Forum aktuell.

In der Forensoftware ist bereits die Verity-Volltextsuche integriert, die ein Durchsuchen aller Beiträge ermöglicht.

Zusätzliche statistische Auswertungen vermitteln einen Überblick über die Aufrufe einzelner Themen und Themengruppen.

### **5 Themenspektrum**

Die Foren, die direkt über die Navigationsleiste erreichbar sind, bieten dem Verbraucher die Möglichkeit, zu speziellen Themen Fragen an die Experten des aid zu richten oder aber in dem allgemeinen Diskussionsforum mit anderen Verbrauchern zu diskutieren.

Das Forenangebot im Internetportal [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) ist inzwischen mit 7 speziellen Themenforen („Acrylamid“, „Gentechnik“, „Gesund essen ab 50“, „Getränke“, „Kinder-Ernährung“, „Lebensmittel-Allergien“, „Rund ums Gewicht“), einem allgemeinen Expertenforum („Sie fragen – aid antwortet“) und dem Diskussionsforum („Gesund essen“) sehr umfangreich. Die Menge der Beiträge zeigt eine gute Akzeptanz dieses Angebots von Seiten der Verbraucher. Die Lesehäufigkeit der einzelnen Beiträge gibt den Multiplikationseffekt wieder, weil – oft ausgelöst durch aktuelle Ereignisse – viele Verbraucher Antworten auf gleiche oder ähnliche Fragen suchen.

Die Nachfrage der einzelnen Foren ist sehr unterschiedlich. Je nach Aktualität werden bestimmte Themen besonders nachgefragt, wie zum Beispiel das Forum zum Thema „Acrylamid in Lebensmitteln“. Mit Eröffnung dieses Forums im Oktober 2002 konnte eine breit angelegte Verbraucheraufklärung gestartet werden. Immer nachgefragt sind Themen wie „Rund ums Gewicht“, wobei die Frage nach dem Zunehmen ebenso häufig gestellt wird wie die Frage nach dem Abnehmen. Besonders häufig werden Fragen zur gesunden Ernährung in der Schwangerschaft gestellt, und das Thema „Erfahrungen mit der LOGI-Methode (einer besonderen Ernährungsform bzw. Diät)“ wird im Diskussionsforum mit enormer Beteiligung diskutiert.

## **6 Statistiken**

Die Statistiken über die Beitragshöhe und die Lesehäufigkeit der Foren zeigen, dass sowohl das Angebot solcher Foren als auch das Themenspektrum von den Verbrauchern gut angenommen und genutzt wird. Im allgemeinen Expertenforum „Sie fragen – aid antwortet“, in dem der Verbraucher eigene ihn interessierende Themen ansprechen kann, wurden inzwischen über 1700 Beiträge fast 500.000-mal gelesen.

Die einzelnen Expertenforen zu den speziellen Themen werden je nach Aktualität oder auch Brisanz des Themas sehr gut nachgefragt. Beispielhaft sei hier das im Oktober 2002 eröffnete Forum zum Thema „Acrylamid“ genannt, das mit inzwischen über 550 Beiträgen mehr als 420.000-mal gelesen wurde.

## **7 Acrylamid-Forum**

Als Beispiel für die gut funktionierende Verbraucherkommunikation über das Internet ist hier das Forum zum Thema „Acrylamid“ zu nennen. Das Risikothema „Acrylamid in Lebensmitteln“ verunsicherte im Sommer 2002 die Verbraucher sehr, da es aufgrund noch fehlender wissenschaftlicher Erkenntnisse zu wenige Informationen für die breite Öffentlichkeit gab. Der Verbraucher war verunsichert, wie er sich verhalten sollte und wusste nicht, an wen er sich mit seinen Fragen zu diesem Thema wenden sollte.

Mit dem Acrylamid-Forum bot der aid der breiten Öffentlichkeit sachliche, wissenschaftlich fundierte Informationen zu diesem sehr aktuell diskutierten Thema. Die Experten des aid standen und stehen in enger Absprache mit dem Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL), dem Bundesamt für

Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), dem Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) sowie den beteiligten Bundesforschungsanstalten. Somit wurde und wird gewährleistet, dass die Verbraucher bestmöglich und aktuell informiert werden. Gerade bei einem Risikothema wie „Acrylamid“ ist es wichtig, die Verbraucher nicht noch mehr zu verunsichern, sondern ihnen durch die Glaubwürdigkeit und Neutralität sowohl der Institution als auch der angebotenen Informationen Sicherheit zu geben.

## **8 Verbraucherkommunikation via Internet**

Die Kommunikation mit dem Verbraucher über die Internetforen auf [www.was-wir-essen.de](http://www.was-wir-essen.de) ist für den aid eine wichtige Form der Kontaktaufnahme mit der Öffentlichkeit geworden. Durch die Beobachtung der Verbraucherfragen wird das Interesse der Öffentlichkeit für bestimmte Aspekte eines Themenkomplexes oder auch für neue Themenbereiche wahrgenommen. Im Falle von Acrylamid führte diese Wahrnehmung dazu, dass ein spezieller Acrylamid-Flyer gedruckt und breitflächig verteilt wurde, so dass die gesammelten Informationen der Öffentlichkeit damit auch in Papierform zur Verfügung standen.

Für den aid bedeutet die Wahrnehmung des Verbraucherinteresses mit Hilfe der aufkommenden Fragen in den Internetforen zusätzlich, dass interessante Themen auch Eingang in die übrigen Medien des aid finden. Dies geschieht über eine Berücksichtigung dieser Themen z. B. als Schwerpunkt im Internet, als Beitrag in einer unserer beiden Fachzeitschriften, oder das Thema findet Eingang in einem der Print- oder sonstigen aid-Medien.