

1. Verbraucherinformationen als Btx-Angebot

Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleituntersuchung des Btx-Feldversuchs Düsseldorf haben gezeigt, daß neben aktuellen Nachrichten Service- und Beratungsinformationen am häufigsten über Btx von den Verbrauchern abgerufen wurden. Fachinformationen wurden dagegen (bislang) seltener btx-mäßig genutzt.

Für den Bereich 'Ernährung, Landwirtschaft und Forsten' sind demnach auf der ersten bundeseinheitlichen Suchbauebene die beiden Zielgruppen "Ernährung, Verbraucher" sowie "Haushalt, Familie, Freizeit" einbezogen worden. In diesem Zusammenhang kommt daher dem verbraucherorientierten Btx-Angebot eine besondere Bedeutung zu.

Wichtig erscheint mir, daß hierbei Bildschirmtext als Medium der Verbraucherinformation nicht parallel bzw. in Konkurrenz zur bestehenden Medienpalette (wie z.B. Faltblätter, Broschüren, Fachbücher, Videostreifen usw.) zu sehen ist. Aufgrund der btx-spezifischen Gegebenheiten sollte es mehr eine ergänzende Funktion ausüben:

- o als kaltes Medium (stehende Bilder, kein Ton) spricht es weniger die Gefühlsebene an; die kurzgefaßte Sachaussage bzw. das Schlagwort steht mehr im Vordergrund (Btx = "Litfaßsäule im Wohnzimmer");
- o als Abrufmedium ermöglicht es rund um die Uhr die gezielte Abfrage von Problemlösungen zu bestimmten persönlichen Alltagsproblemen, wie z.B. 'Was koche ich heute' bzw. 'Welches Gemüse ist in dieser Woche besonders preisgünstig' oder 'Wie kann ich einen Obstfleck entfernen' usw. (= Zusammenstellung eines persönlichen "Informations-Menues a la carte"). Dies erfordert jedoch vom Btx-Nutzer eine gewisse Eigenaktivität sowie auch ein kurzfristiges Planungsverhalten. Dadurch dürfte der Unterhaltungsaspekt von Btx - abgesehen vom anfänglichen "Spielbetrieb" - mittel- und langfristig immer mehr in den Hintergrund treten;
- o als verbrachnahes Medium ermöglicht es die
 - Aktualisierung
 - Regionalisierung sowie die
 - Dialogisierung (Einbau von Interaktionsmöglichkeiten) von Informationen;
- o als beinahe ubiquitäres Medium (Kombination Telefon, TV) können Zielgruppen erreicht werden, die bislang von der Verbraucherberatung nicht erfaßt werden konnten (z.B. durch Wegfall von Schwellenängsten);

nicht zuletzt vermag Bildschirmtext als "Nachschlag-Instrument" für Beratungskräfte die Auskunftskapazität der bisherigen Verbraucherberatungsstellen wesentlich erhöhen.

2. Bildschirmtext im Verbraucher-Alltag: allgemeines Abfrageverhalten

Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleituntersuchung sowie der Erfahrungsberichte verschiedener Btx-Anbieter (z.B. Fa. Nestle - s. NESTLE-Forum in: Marketing, Heft 4, 1982) zeigten, daß sich das Zugriffsverhalten auf Verbraucherinformationen nicht zufällig, sondern sehr gezielt gestaltet. Die Gewöhnung an ein gezieltes Informieren erfolgt dabei sehr schnell. Dies drückt sich auch in der alsbaldigen Entwicklung eines "Nummern"- bzw. "Btx-Seitenzahlgedächtnisses" aus.

Bei aktuellen Informationen greifen die Btx-Nutzer immer wieder auf schon früher angewählte, bekannte Anbieter zurück, was auf die Ausbildung einer "Anbieter-Nutzer-Bindung" hinweist.

Btx-Seiten mit reinen Informationen, die der Verbraucher auch über andere Medien erhalten kann, stoßen auf ein geringes Abfrageinteresse. Die Nutzung von Btx-Informationen für die eigene berufliche Fort- und Weiterbildung war demnach relativ gering. Gefragt sind dagegen Informationen, die für den Nachfrager einen hohen persönlichen Nutzen bringen, wie z.B. Einkaufshilfen, Tips, Waren-testvergleiche, Preisvergleiche, praktische Ratschläge, Hinweise usw. (d.h. Entscheidungshilfen zur Bewältigung von Alltagsproblemen).

Das Interesse, mit Bildschirmtext interaktiv tätig zu werden, ist sehr groß. Dies gilt jedoch nur - wie der NESTLE-Erfahrungsbericht zeigte - solange der Abrufer anonym bleiben kann.

Nutzungsschwerpunkte innerhalb eines Wochen- bzw. Tagesablaufs lassen sich nicht eindeutig erkennen. Arbeitsfreie Zeit scheint auf die Btx-Nutzungshäufigkeit nur einen sehr geringen Einfluß auszuüben (Bildschirmtext ist kein eigentliches Freizeitmedium). Die gegenwärtige Gesamtnutzungsdauer von Btx beträgt im Schnitt eine halbe Stunde pro Woche (bezogen auf die Feldversuchsteilnehmer Düsseldorf).

3. Abfrageverhalten hinsichtlich bestimmter Themen

Nach den Erfahrungen der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle, Bonn werden warenkundliche Informationen (wie z.B. Preise, Einkaufstips, Rezepte - alles bezogen auf ein bestimmtes Lebensmittel bzw. eine Lebensmittelgruppe) über Produkte, deren Marktdaten sich sehr schnell ändern, am häufigsten über Btx "nachgefragt". Folgende Rangfolge konnte hierbei beobachtet werden:

1. Obst
2. Gemüse
3. Kartoffeln
4. Schweinefleisch
5. Geflügel
6. Eier

und etwas weiter abgeschlagen Kalbfleisch und Milchprodukte.

Hinsichtlich einzelner Themenstellungen - wie z.B. aus dem Bereich Ernährung - war das Interesse an Btx-Informationen zum Thema 'Abnehmen' besonders groß (Tabelle 1 auf Seite 194). Vorratshaltung, Haltbarkeit sowie Rezepte erfreuten sich ebenfalls großer "Btx-Beliebtheit". Nicht an Alltagsproblemen der Verbraucher orientierte Btx-Angebote (wie z.B. Hunger in der 3. Welt, industrielle Herstellung) fanden dagegen nur ein sehr geringes Interesse.

4. Akzeptanzkriterien für Btx-Verbraucherinformationen

Nach dem bisher Gesagten lassen sich folgende Akzeptanzkriterien für Btx-Verbraucherinformationen ableiten:

- o kurze, knappe und übersichtliche Darstellung (Btx sollte kein "Lesemedium", sondern eine Art "Schlagzeilen-Medium" sein:
- o hoher Anwendungskomfort durch:
 - leichtes und schnelles Auffinden
 - Verwendung von Symbolen (hoher Wiedererkennungswert)
 - Vermeidung von Sackgassen im Suchbaum
 - konsequente Nutzerführung
- o Informationsangebote mit hohem persönlichen Verwendungsnutzen für den Verbraucher
- o ständige Aktualisierung der Inhalte (fördern Glaubwürdigkeit und Vertrauen in das neue Medium)
- o Bereitstellung einfacher, dialogfähiger Btx-Programme (Befriedigung von "Interaktionsbedürfnissen")
- o Regionalisierung des Informationsangebotes (Erzielung von Verbrauchernähe)

5. Das Angebot von Verbraucherinformationen im Rahmen von BALIS-Btx

BALIS = Bayerisches Landwirtschaftliches Informationssystem

Innerhalb einer kleinen Projektgruppe (siehe Referat Dr. Dörfler), die sich aus erfahrenen Beratungskräften zusammensetzte, wurde nach den in Abbildung 2 auf Seite 195 aufgestellten Kriterien ein verbraucherorientiertes Suchbaumkonzept erarbeitet.

Dabei ging man weniger von einem der Sachlogik verpflichteten Fachinformationsangebot aus. Im Vordergrund standen vielmehr häufige und aktuelle Beratungsthemen, wie z.B.

- o Abnehmen, aber wie?
- o Vorratshaltung
- o Brotbacken - neu entdeckt
- o Schimmel auf Brot - was tun? oder
- o Tips für die Auswahl von Heizungssystemen im Haus
- o Wäschetrockner: Vor- und Nachteile
- o Neuheiten zur Wäschepflege
- o Was tun bei Wäscheschäden? usw.

Als besondere Service-Information für die Btx-Nutzer ist der Programmpunkt "Urlaub auf dem Bauernhof" vorgesehen. Für Btx-Teilnehmer, die z.B. ihren persönlichen Energiebedarf, ihr Sollgewicht oder ihr persönliches Rezept berechnen haben möchten, stehen einfache Dialogprogramme zur Verfügung. Zur Konkretisierung von Buchungswünschen bezüglich "Urlaub auf dem Bauernhof" ist ebenfalls ein leistungsfähiges Interaktionsprogramm in Planung.

Btx-Thema	Abrufhäufigkeit *) in %		
	1981	1982 1.Hj.	1982 2.Hj.
Abnehmen	16,5	16,9	15,5
Rezepte	14,2	13,8	11,5
Haltbarkeit	13,4	10,8	14,2
Schadstoffe	11,3	8,3	12,2
Kennzeichnung	9,9	8,0	7,4
Einkauf	10,1	6,0	6,1
Diät	6,4	5,3	7,4
Lebensmittelrecht	6,8	3,2	4,7
Betriebsverpflegung	5,0	-	-
Hunger 3. Welt	4,3	-	-
Konservierung	0,7	-	-
industrielle Herstellung	0,2	-	-
Neuheiten	-	18,6	11,5
Vorratshaltung	-	9,1	9,5
insgesamt %	100,0	100,0	100,0
absolut (n)	2098	564	148

*) Berlin und Düsseldorf zusammen

Tabelle 1: Abrufhäufigkeit verschiedener Ernährungsthemen (nach NESTLE-Forum)

Besonderes Gewicht wird auch auf das regionale Btx-Angebot gelegt. In Abstimmung mit den beteiligten Feldversuchssämtern (siehe Referat Dr. Streitwieser) sollen hierbei erste Erfahrungen über Auswahl, Angebot und Akzeptanz von entsprechenden Btx-Verbraucherinformationen gesammelt werden. Neben dem Veranstaltungskalender der örtlichen Beratungsstellen ist z.B. das Angebot von Sonderthemen mit jahreszeitlichem und lokalspezifischem Bezug vorgesehen:

- o Gartentips
- o Informationen zur regionalen Wasserhärte
- o Rezepte und Einkaufstips zum aktuellen Marktangebot von Obst und Gemüse
- o praktische Tips zur Vorbereitung größerer Familienfeste usw.

Die Gestaltung der Suchbaum- und Textseiten erfolgte in Anlehnung an den BALIS-Btx-Standard (siehe Referat Dr. Dörfler). Nach unseren bisherigen Beobachtungen und Erfahrungen kann sie auch im Rahmen der Btx-Verbraucherinformation als besonders benutzerfreundlich angesehen werden. Btx-Seitenbeispiele sind in Abbildung 3 auf Seite 196 und Abbildung 4 auf Seite 197 wiedergegeben.

Das BALIS-Btx-Angebot im Fachgebiet Ernährung, Verbraucher, Haushalt ist zunächst vom ersten Suchbaumkonzept her sehr breit angelegt. Die vorgesehene Themenpalette soll uns in der ersten Erarbeitungsphase vor allem Hinweise

- Stellen Inhalte Entscheidungshilfen für den Verbraucheralltag dar?
- Können für die vorgesehenen Themenbereiche einfache Inhalte beschafft werden?
- Sind die Inhalte zugriffsbequem zu erhalten?
- Bestehen Möglichkeiten zur Aktualisierung und Regionalisierung?
- Wo sind Dialogprogramme sowie Querverbindungen (zum bestehenden BALIS-Btx-Angebot) sinnvoll?
- Wo stellen Btx-Informationen sinnvolle Ergänzungen zu bereits bestehenden Verbrauchermedien dar?

Abbildung 2: Kriterien für ein verbraucherorientiertes Suchbaumkonzept

darüber geben, welche Inhalte sich anbietermäßig als besonders "Btx-geeignet" und nutzerseitig sich als besonders "abrufhäufig" erweisen.

Erst in weiteren Entwicklungsabschnitten wird es möglich sein, in Ergänzung zum bereits bestehendem Verbraucherinformationsangebot einen praktikablen und sinnvollen Btx-Verbraucher-Service für die Themenbereiche Ernährung, Verbraucher, Haushalt zur Verfügung zu stellen.

BALIS-FüAK München 1453 A 0,0P

Kalorienfahrplan: 1170 Kcal

1. Frühstück (275 Kcal) Müsli

20 g Haferflocken
1 Banane
1/4 l Milch (1,5 %)

2. Frühstück (85 Kcal)

1 Scheibe Knäckebrot (= 8 g)
20 g magere Leberwurst

übersicht mit 0<< >>weiter

BALIS-FüAK München 1453 B 0,0P

Kalorienfahrplan: 1170 Kcal

Mittagessen (395 Kcal) Minestrone

100 g Karotten
50 g Blumenkohl
50 g Lauch
50 g Sellerie
30 g magerer roher Schinken
25 g Reis
Salz, Kräuter
10 g Parmesan
1 Grapefruit

ht mit 0<< >>weiter mit #

BALIS-FüAK München 1453 C 0,0P

Kalorienfahrplan: 1170 Kcal

Nachmittag (85 Kcal) Milchmix

0,1 l Buttermilch
0,1 l Orangensaft

Abendessen (330 Kcal) Fischsalat

125 g Fischfilet (z.B. Scholle)
2 Tomaten
3 Gewürzgurken
1/2 Apfel
1 Zwiebel
2 TL Öl (= 10 g) Zitronensaft,
Gewürze, Kräuter

1 Scheibe Toastbrot (= 20 g)

übersicht mit 0<< >>weiter mit #

Abbildung 3: Beispiel einer Btx-Seite zum Thema "Abnehmen - aber wie?"
(Zielgruppe 1: Ernährung, Verbraucher - BALIS)

Wäschetrockner (Forts.)

Tips zur Bedienung

- Trockner nicht überladen
- richtigen Trocknungsgrad bzw. richtige Trocknungszeit wählen, nicht über trocknen (Knitter, Schrumpfung)
- Wäsche nach Trocknung entnehmen
- Flusensieb reinigen

0 <<

Übersicht mit 9

Abbildung 4: Beispiel einer Btx-Seite zum Thema "Wäschetrockner" (Zielgruppe 2: Haushalt, Familie, Freizeit - BALIS)