



Information-Value

Besucher-Kommentare als Unterstützung des Information-Values



Andreas Behringer ist
Diplomierter
Wirtschaftsinformatiker und
Geschäftsführer der CONVATION
Webdesign GbR.

CONVATION GbR
Andreas Behringer, Markus Pesch
Plattenstraße 69
D-41189 Mönchengladbach

FON: 02166/93 60-84
FAX: 02166/93 60-85

E-Mail: behringer@convation.de
URL: www.convation.de

Information-Value bezeichnet den Wert einer Information im Hinblick auf *Richtigkeit, Aktualität* und *Nutzwert* für den Leser. Auf bekannten Internetseiten, beispielsweise von Nachrichtenagenturen oder Medienkonzernen ist dieser Wert für den Leser klar erkennbar. Dies gilt leider nicht für kleinere und weniger bekannte Websites und typische Unternehmens-Websites.

Kommentarfunktionen

Kommentarfunktionen haben im Zuge der *Web 2.0* Diskussion an Popularität gewonnen. Üblich sind sie besonders bei Weblogs (Blogs). Sie bieten Lesern die Möglichkeit die Artikel einer Website zu kommentieren und in einigen Fällen im Hinblick auf ihren Nutzwert mit einem Punktesystem zu bewerten.

Die einzelnen Artikel werden öffentlich diskutiert und bewertet. Der Betreiber der Seite stellt sich der Meinung seiner Leser und

veröffentlicht diese Leser-Meinungen zusätzlich zum Artikel.

Für wen eignet sich das

Ratsam ist dieses Vorgehen natürlich nur bei Websites die bereits über eine ausreichend hohe Besucherzahl verfügen. Bei Web-Startups ist dieses Vorgehen bei immer leeren Kommentarfeldern eher kontraproduktiv einzuschätzen.

Eine Kommentarfunktion eignet sich für verschiedene Content-Arten wie Branchen-Nachrichten, redaktionelle Artikel, Firmen-News, Release Informationen und Presse-Informationen. Selbst in Online-Bedienungsanleitungen können solche Funktionen einen hohen Mehrwert darstellen indem Leser ihre eigenen Benutzer Erfahrungen schildern können.

Nutzen

Leser können anhand der zu dem



Artikel veröffentlichten Kommentare und der Punktvergabe auf einen Blick erkennen ob dieser Artikel nützliche Informationen enthält und inhaltlich korrekt ist. Dies hebt die Glaubwürdigkeit der Internetseite.

Darüber hinaus können sich Leser die auf unrichtige oder triviale Informationen treffen dazu äussern. Anstatt also die Seite verärgert zu verlassen, lädt man den Leser dazu ein, seinem Ärger Luft zu machen, seine Bedenken zu äussern. Der Leser wird vom Konsument zum Teilnehmer.

So kann ein "Spass am Mitmachen" geweckt werden der für mehr Feedback sorgt als eine E-Mail Adresse oder ein Feedback-Formular. Der Leser kommuniziert schließlich auf der Seite nicht nur mit einem Unternehmen sondern auch mit anderen Lesern.

Risiken

In Deutschland kann der Betreiber einer Website für die dort veröffentlichten Inhalte haftbar gemacht werden (mehr dazu). Hier muß der Seitenbetreiber häufig und sorgfältig auch die mithilfe der Kommentarfunktion veröffentlichten Inhalte kontrollieren und gegebenenfalls löschen bzw. sperren.

Selbst wenn die Inhalte nicht rechtlich relevant sind können sie geschäftsschädigend sein, wenn sie beispielsweise falsche Aussagen oder Werbung von Konkurrenten beinhalten.

Kritische Beiträge erhöhen zwar die Glaubwürdigkeit der

Kommentare, können aber den Werbeeffect der Internetpräsenz und ihrer Inhalte schädigen.

Hier muß ein gesundes Maß an Kontrolle und eventuell Zensur gefunden werden. Unter Umständen sollten die Leser auf diesen Umstand hingewiesen werden.

Andreas Behringer - CONVATION GbR

