

Mit Foren und Chats auf Leserfang

Interaktivität im Online-Redaktionsalltag

Die Stärke des World Wide Web liegt in der Verbindung von Information und Kommunikation. Mit den Browsern wie Explorer, Netscape oder Opera kann man nicht nur Informationen abrufen, sondern auch die Kommunikationsdienste des Internets nutzen. Das Internet ist ein „Mitmachmedium“. Für Online-Redakteure eröffnen sich damit viele neue Möglichkeiten, mit den Nutzern der Seite zu kommunizieren und sie sogar in die Gestaltung der Inhalte mit einzubeziehen.

Denn Leser rezipieren im Web nicht nur, sondern kommentieren, verändern und erweitern die ihnen gebotenen Inhalte. Es gibt dabei verschiedene Formen der Leserbeteiligung, z.B. :

- Gästebücher,
- Den themengebundenen oder freien Live-Chat,
- die leser- oder redaktionsgesteuerten Diskussionsforen,
- Leserkommentare zu einzelnen Beiträgen,
- E-Mail-Kommunikation zwischen Nutzern und Autoren und
- Feedback-Aktionen wie Umfragen oder
- das nutzergesteuerte „Ranking“, bei dem die Leser die Online-Beiträge bewerten.

Nicht zu vergessen, dass „Interaktivität“ ja auch schon zwischen „Mensch und Maschine“ stattfindet: Der Nutzer klickt auf Schaltflächen, entscheidet sich für einen Download und stöbert über die Suchfunktion in der Webseite nach für ihn interessanten Materialien. Darüber hinaus

„Für Online-Redakteure eröffnen sich viele Möglichkeiten, mit den Nutzern der Seite zu kommunizieren und sie sogar in die Gestaltung der Inhalte mit einzubeziehen.“

haben sich die oben genannten Formen der aktiven Leserbeteiligung entwickelt. Diese interaktiven Elemente unterscheiden sich erheblich voneinander, auch im Betreuungsaufwand - und nicht alle müssen auf jeder Webseite geboten werden.

Unterschiede gibt es im Grad der Zugänglichkeit, dem Anonymitätsfaktor, der Qualität der Inhalte, dem Zeitfaktor (Echtzeit oder mit Zeitverzögerung), der Nachhaltigkeit (Speicherung Ja/Nein) und dem Grad der Interaktivität. Die gängigsten Formen, Forum und Chat, will ich Ihnen vorstellen.

Foren

Die meisten großen Nachrichtenseite, wie spiegel-online.de haben mittlerweile Foren als festen Bestandteil des Magazins: Hier können die Leser sofort ihren Kommentar zu einem Artikel oder einem Thema abgeben und untereinander diskutieren. Im Prinzip ist ein Forum ein schwarzes Brett, dem eine Ausgangsfrage vorangeht – und jeder kann weitere Zettel mit Kommentaren dranhängen. Ein Forum kann aus beliebig vielen Themenbrettern bestehen, in denen sich die Leser dann in mehreren Diskussionssträngen (Threads) untereinander austauschen. Was bringt Ihnen so ein Forum?

1. Natürlich Teilnehmer – und Sie erfahren so, was Ihre Leser bewegt und interessiert.
2. Ein spannender Diskussionsstoff sorgt für Leben in Ihrem Forum und damit auch für Traffic auf Ihrer Seite.
3. An Angebote im „Mitmach-Medium“ wird mittlerweile vom User eine gewisser Grad an „Mitmach-Möglichkeiten“ erwartet.
4. Die Leserbindung wird durch den Aufbau sozialer Netze unter den Lesern gesteigert.
5. Sie profitieren vom Wissen Ihrer Leser: Aktive Forums-Mitglieder beantworten Anfragen, geben Tipps und äußern sich auch kritisch.
6. Ein lebendiges Forum ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer Internet-Community.

Forenstruktur

Struktur und Ordnung ist in einem Forum besonders wichtig, egal, wie groß es angelegt ist. Die Nutzer sollten sich schnell zurecht finden und z.B. Diskussionssträngen gut folgen können. Wichtig ist auch, eine Grundstruktur aufzubauen, die sich jederzeit ohne großen Aufwand verändern

und erweitern lässt. Geben Sie diesen einzelnen Bretter eindeutige Namen. Wenn Sie ein größeres Forum planen, gehen Sie dabei vom Allgemeinen ins Besondere. Schauen Sie sich beispielsweise das nicht-kommerzielle Expertenforum werweisswas.de an. Hier gibt es Überthemen (z.B. Wirtschaft und Handel) und mehrere Unterkapi-

„Ein Forum kann aus beliebig vielen Themenbrettern bestehen, in denen sich die Leser dann in mehreren Diskussionssträngen untereinander austauschen.“

tel (Logistik, Handel, BWL etc.). Je nach Bedarf können weitere Unterkapitel hinzukommen, vor kurzem beispielsweise aufgrund der Nachfrage der werweisswas-Nutzer ein Brett, um über ebay und andere Online-Transaktionen zu diskutieren. Fangen Sie jedoch lieber erstmal „klein“ an - sonst haben sie nachher 10 leere oder kaum besuchten Bretter - und bauen Sie Ihr Forum nach Bedarf aus. Bewährt hat sich ein Brett für den allgemeinen Austausch. So haben die Nutzer immer die Möglichkeit, auch mal zu plaudern oder für sie interessante Aspekte zu diskutieren, die die virtuellen Pinnwände „verwässern“ würden. Und andere User, die gezielt eine Information nachlesen wollen, werden nicht durch Offtopic-Plauderei gestört.

Hausregeln im Forum: die Netiquette

Warum braucht ein Forum eine Netiquette? Es haben sich im Netz einige Verhaltensregeln herausgebildet, die beachtet werden sollten. GROßSCHREIBUNGEN gelten z.B. als Anschreien und sind daher unhöflich. Wer zum ersten Mal ein Forum betritt und hier etwas posten möchte, sollte sich zunächst mit den „Hausregeln“ des Forums vertraut machen. In dieser Netiquette können Sie als „Hausherr“ festlegen, was für Sie unerwünschtes Verhalten ist, z.B. kommerzielle Werbung posten, bzw. welcher „Web-Knigge“ in Ihrem Forum gilt.

Sanktionen?

Verstößt ein User extrem gegen diese Regeln, müssen Moderatoren eingreifen, abmahnen, gegebenenfalls ein Posting löschen. Gehen Sie aber sensibel mit dieser Möglichkeit um. Löschungen

von Postings werden oft als Zensur betrachtet und wecken fast immer den Zorn der Forumsteilnehmer. User wollen nicht bevormundet und zensiert werden und suchen sich dann einen anderen Platz zum Meinungsaustausch. Ein Forum zu moderieren kann deshalb eine heikle Sache sein. In großen Foren wie <http://www.werweisswas.de> werden regelmäßig hitzige Diskussionen über Macht und Ohnmacht der Moderatoren geführt. Verhalten Sie sich also eher zurückhaltend, auch wenn's manchmal weh tut. Faustregel: Grobe Beleidigungen anderer User, platte Werbung und strafrechtliche Aussagen (z.B. Volksverhetzung) müssen aus dem Forum verschwinden.

Völliges Laissez-faire führt aber auch zu Unzufriedenheit, denn es schadet fast immer dem Umgangston in einem Forum, das fällt dann nicht nur auf Sie als Betreiber zurück, sondern kann auch haftungsrelevante Konsequenzen haben.

Die wichtigsten Regeln für Ihre Foren-Betreuung:

- Seien Sie ehrlich: Sagen Sie nichts, was Sie nicht meinen.
- Nehmen Sie Ihre User ernst! Speisen Sie sie nicht mit Werbefloskeln ab.
- Wecken Sie Neugierde! Die User sollen wieder kommen und gespannt sein, was sich auf Ihrer Seite tut.
- Bleiben Sie am Ball! Schauen Sie mindestens einmal am Tag in Ihr Forum!
- Moderieren und lenken Sie, aber bevormunden Sie nicht.

Chatrooms

Chatrooms sind virtuelle Plauderplätze. Im Unterschied zu einem Forum wird hier direkt und in Echtzeit kommuniziert. Für einen Chatroom kann sich jeder nach einem Login und unter Verwendung eines Nicknames mit anderen „Chattern“ austauschen. Chats bieten große Anonymität (wie auch das Forum), geschrieben wird schnell, archiviert wird (fast) nie - die Kommunikation ist flüchtig und meist oberflächlich.

Jeder, der schon mal gechattet hat, weiß: Die sprachliche Qualität leidet entschieden. Der Zwang zur Schnelligkeit hat zu einer Vielzahl an Abkürzungen geführt, die sich für Nicht-Chatter sehr kryptisch anhören, wie z.B. „rotfl“ und „afk“. [= roll over the floor laughing, away from keyborad= bin mal kurz weg].

Gerade die Anonymität verleitet Störenfriede

immer wieder dazu, andere Chatter zu beleidigen. Wer einen festen Chat einrichten will, sollte deshalb auch hier vertrauenswürdige Moderatoren einzusetzen, die darauf achten, dass die "Netiquette" eingehalten wird. Diese Moderatoren benötigen dann auch technisch die Möglichkeit, pöbelnde User rauszuwerfen.

Ein Chat kann auch (mit Abstrichen allerdings) für den fachlichen Austausch genutzt werden, z.B. wenn Sie zu bestimmten Terminen Chats mit Experten organisieren. Ein Expertenchat ist meist eher ein "Interview-Live-Event". Ein Experte oder ein Prominenter beantwortet Fragen der anderen Chatter, die - vergleichbar mit einer Podiumsdiskussion - Publikumsfragen stellen. Das manager magazin z.B. veranstaltet regelmäßig Expertenchats, die älteren Chat-Protokolle werden archiviert und können später nachgelesen werden.

Strategien bei der Einführung von interaktiven Elementen

Bei der Einführung aufwändiger interaktiver Elemente, wie einen Chat oder ein Forum, muss an erster Stelle die Frage stehen, welches Ziel Sie mit Ihrem gesamten Webauftritt verfolgen: Wenn Ihr Ziel bezahlte Aufträge für Beratungen sind, bringt ein sehr belebtes Forum, in dem der Seitenbetreiber kostenlos Ratschläge gibt, vor allem zuviel Arbeit - die nicht bezahlt ist. Fragen Sie sich also zuerst, was z.B. ein Forum Ihnen und den aktiven Lesern für einen Nutzen bringen soll. Das können auf Leserseite der Wunsch nach Austausch mit Gleichgesinnten oder Beratung und Support sein. Überlegen Sie, was Ihre Ziele sind: Kundenkontakte intensivieren? Mehr Leser? Mehr Traffic? Führen Sie Ihre Ziele und die Ihrer Leser zusammen. Wichtig ist nach der Klärung der Ziele der Themenfokus des Forums. Der ist natürlich schon durch die Institution, die die Webseite betreibt, vorgezeichnet. Dennoch sollten sie ein

klares inhaltliches Konzept haben. Chats, Mailinglisten und Foren zu allen möglichen Themen gibt es nämlich wirklich wie den berühmten Sand am Meer. Finden Sie ein Thema, in dem Sie Kompetenz bewiesen haben.

Unterschätzen Sie nicht den Arbeitsaufwand!

Allein ein Forum oder einen Chat technisch einzurichten reicht natürlich nicht. Wo interaktive Elemente vorhanden sind, müssen sie belebt werden. Ein Forum, in dem sich seit 6 Monaten nichts getan hat, ist eher peinlich und schadet Ihrer Webseite sogar. Selbst eine sonst gut besuchte Seite erweckt so den Eindruck, nicht lebendig zu sein. Deshalb muss jedes interaktive Tool betreut werden - technisch und redaktionell.

Die Redakteure müssen ständig Impulse für Aktivitäten geben, Anfragen beantworten, Chats moderieren und manchmal Streit zwischen den Forumsnutzern schlichten. Überlegen Sie deshalb gut, ob dieser Aufwand im Hinblick auf Ihr Ziel gerechtfertigt ist und umgesetzt werden kann. Oft ist es sinnvoller, wenige interaktive Elemente einzuführen und diese intensiv zu betreuen. Eine Möglichkeit ist, einen Chat temporär anzubieten: z.B. einmal im Monat einen Expertenchat zu veranstalten. Und eine Webseite, die möchte, dass einmalige Besucher immer wieder kommen, braucht nicht unbedingt viele betreuungsaufwändige interaktive Elemente, sondern kann durch aktuelle Nachrichten und nützliche Informationen dasselbe erreichen. Überlegen Sie hier lieber, ob ein gut gestalteter Newsletter, der die Abonnenten regelmäßig zum Besuch auf der Webseite lockt, nicht mehr erreicht als ein Forum.

„Redakteure müssen ständig Impulse für Aktivitäten geben, Anfragen beantworten, Chats moderieren und manchmal Streit zwischen den Forumsnutzern schlichten.“

Autorin:
Barbara Brecht ist studierte Historikerin sowie Politologin und arbeitet heute als Texterin, Fachautorin und (Web-) Trainerin in Berlin. Sie moderiert im Internet viele offene Themenbretter und hat u.a. die Managementcommunity business-wissen.de mit aufgebaut. Seit 2001 unterrichtet sie via Web Online-Redakteure bei akademie.de. Kontakt: <http://contentundco.de>

