



Surfer im Internet-Café: „Die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen“

M. MATZEL / DAS FOTOARCHIV

INTERNET

Jahrmarkt der Meinungsfreude

Die Verbraucher ergreifen die Macht: Im Internet sitzen sie zu Gericht über Gefrierschränke, Sex-Dienste und Fruchtsäfte. Der Erfolg der Konsumentendemokratie beruht auf trickreicher Computertechnik – nur die besten Warenprüfer setzen sich durch.

Sannilein fährt nachts Taxi in Hannover, hasst ihren Job und gehört zu den fleißigsten Autoren der Gegenwart. Anfang März erst hat sie das Schreiben entdeckt; heute gehen schon mehr als 1300 Artikel auf ihr Konto – alle zu lesen im Internet und von den Lesern geliebt.

Die Texte handeln von Aldi-Eis, Autofit-Werkstätten und einer Online-Zentrale für Sado-Maso-Sex, die Sannilein nur empfehlen kann: „Alles, was man so wissen sollte.“ Außerdem schrieb sie einen Leitartikel über Frauen in Männerberufen, ein Lob der Hildesheimer Rosentherme und einen Verriss des Gefrierschranks ihrer Mutter. Kurze Urteile sind ihre Sache, Daumen rauf, Daumen runter, dazu ein paar Ratschläge für den Hausgebrauch – fertig.

Nicht, dass ihr sonst langweilig wäre. Sannilein, bürgerlich Martina Gaßmann-Steinbring, hat drei Kinder und bläst die



Internet-Testportal von Epinions
Mehr als eine Million Verbraucherberichte

Fanfare im Fanfaren- & Majorettenchor Stadt Ronnenberg e. V. Aber wenn die Große morgens zum Schulbus eilt und die Zwillinge noch schlafen, genügt ein halbes Stündchen, und schon sind wieder drei, vier Artikel getippt und abgeschickt.

Diese Leidenschaft hat auch andere Leute zu Zehntausenden erfasst. Überall im Land setzen sie sich hin und schreiben Kritiken über Produkte, die ihnen Freude oder Ärger gemacht haben. Sie bewerten Autos, Aktien und den Service von Fluggesellschaften; sie sitzen zu Gericht über den Geschmack von Storck Riesen und die Fahrgeschäfte der örtlichen Kirmes.

All diese Urteile finden sich nun zum Nachlesen im Internet, wohlversteht und nach Produktgruppen sortiert. Zwei deutsche Firmen versprechen sich davon glänzende Geschäfte: Ciao (www.ciao.de) in München und Dooyoo (www.dooyoo.de) in Berlin. Wer etwa einen guten Kinderhochstuhl sucht, stößt unter diesen Adressen auf Berichte von Eltern, die auf jahrelange Erfahrungen mit dem Modell Tripp Trapp zurückblicken. Nebenbei sieht er Inserate der Möbelindustrie, und den Stuhl seiner Wahl kann er gleich bestellen. Für die



Warenkritiker Gaßmann-Steinbring (mit Tochter, Testgeräten), Wessels: Stets aufgelegt zu bejubeln und zu verdammen

Internet-Firma fällt eine Provision ab. Und weil das Geschäftsmodell so verführerisch klingt, versuchen die Konkurrenten, einander mit immer neuen Rekorden einzuschüchtern: 900 000 „Meinungen“ meldet Dooyoo, mehr als eine Million Ciao – und dabei sind beide Dienste noch kein Jahr alt.

Das Besprechen von Waren hat etwas Unwiderstehliches: Alle sind hier aufgerufen als Experten des Alltags. Jeder hat ein Fach, in dem er sich auskennt. Es gibt Windelsachverständige und Baumarktkapazitäten, und Thomas Hoops (alias Schlumpf-Box) aus Stade, seit jeher ein großer Computerspieler, spielt jetzt für Dooyoo nächtelang zu Testzwecken.

Das Aufkommen an Texten ist enorm. Allein für den SPIEGEL liegen bei Ciao schon mehr als 150 Rezensionen vor („eines der besten deutschen Nachrichtenmagazine“), und das ist im Vergleich noch wenig. Ein geiles Handy-Modell kommt auf tausend Beiträge und mehr.

Das ist die Konsumentendemokratie: Alles, was auf dem Markt ist, steht hier zur Volksabstimmung. Und die Bürger drän-

gen an die Urnen, stets aufgelegt zu bejubeln und zu verdammen: Die Pizza auf amerikanische Art von Dr. Oetker ist bei Dooyoo, je nachdem, „eine Frechheit“ oder eine „Supersache“. Aber auch Produkte wie die „Tagesschau“, von denen fast jeder dasselbe denkt („Sehr glaubwürdig“, „Weiter so!“), werden hundertfach mit Gutachten bedacht.

Hier hat endlich der Verbraucher das Wort, und er gibt es nicht mehr her. Was einst gedacht war als Einkaufsberatung auf Gegenseitigkeit, ist zu einem Freizeitvergnügen geworden, einem Jahrmarkt der Meinungsfreude.

Bei Martina Gaßmann-Steinbring entstehen tagein, tagaus die Meinungen wie von selbst. Morgens ein Anruf bei der saumseligen Opel-Werkstatt, mittags ein Bissen vom schlappen Hamburger für die Mikrowelle – macht schon wieder zwei Verrisse. Die Welt ist, zum Glück für Sannilein, voller Mängel. Ihr Refrain: „Da könnt ich ein Lied drüber singen!“

Viele Freizeitkritiker verbringen, wie die Fanfarenbläserin aus Ronnenberg, fast täg-

lich Stunden mit Schreiben. Und was ist der Dank? Noten wie in der Schule.

Die Leser können jeden Beitrag sofort nach seiner Qualität bewerten, indem sie auf eine Skala klicken, die von „sehr nützlich“ bis „nutzlos“ reicht. Die Meinungen über Waren sind hier selbst nur Waren und müssen vor dem Verbraucher bestehen. Die hilfreichsten Kritiker rücken in den Hitlisten nach oben.

Für die Autoren ist die Metakritik ein mächtiger Ansporn. Sie haben, wenn sie am Bildschirm ihre Texte aufrufen, ein Erfolgsregister vor Augen, in dem alles erfasst ist: jeder Leser, jede Note, jeder Kommentar.

Sannilein hat bei Ciao inzwischen mehr als 30 000 Lesevorgänge verbucht und tausendfach gute Noten kassiert. Das bringt ihr nebenbei auch Geld. Die Firma Ciao zahlt für jeden Leser 10 Pfennig – außer, er hat auf „nutzlos“ geklickt. Bei Dooyoo gibt es Punkte, die sich in Sachprämien umtauschen lassen.

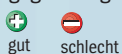
Aber das Geld ist es nicht. Es sind die Noten. Die ersten kommen oft schon nach

Meinungsbörsen im Internet

1 Die Mitglieder schreiben Kritiken über Produkte und Dienstleistungen...



...sie bewerten aber auch gegenseitig ihre Texte.

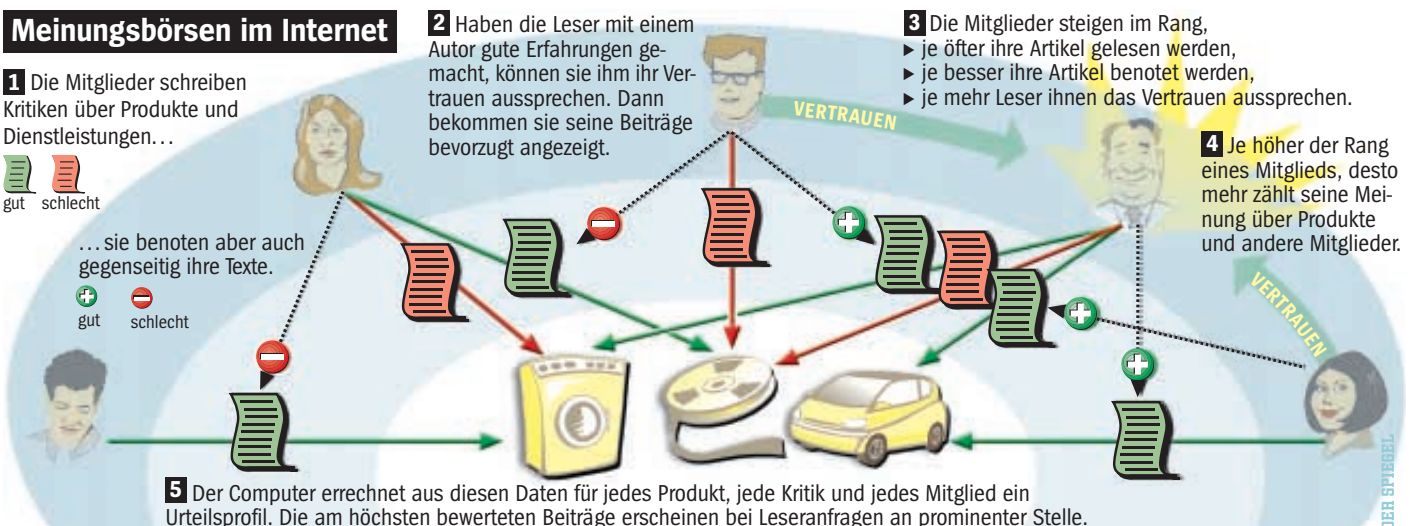


2 Haben die Leser mit einem Autor gute Erfahrungen gemacht, können sie ihm ihr Vertrauen aussprechen. Dann bekommen sie seine Beiträge bevorzugt angezeigt.

3 Die Mitglieder steigen im Rang, je öfter ihre Artikel gelesen werden, je besser ihre Artikel benotet werden, je mehr Leser ihnen das Vertrauen aussprechen.

4 Je höher der Rang eines Mitglieds, desto mehr zählt seine Meinung über Produkte und andere Mitglieder.

5 Der Computer errechnet aus diesen Daten für jedes Produkt, jede Kritik und jedes Mitglied ein Urteilsprofil. Die am höchsten bewerteten Beiträge erscheinen bei Leseranfragen an prominenter Stelle.



wenigen Minuten. Das ist ein Erlebnis, nach dem sich selbst abgebrühte Vielschreiber noch verzehren. Es sei eine Sucht, sagen sie. In den Mitgliederforen klagen sie genüsslich über die Symptome: Wer abends noch ein paar Artikel absetzt, bleibt oft genug die halbe Nacht mit Herzklopfen vor dem Rechner sitzen, nur um den Weg seiner Geisteskinder in die Welt hinaus zu verfolgen. Wie schneiden sie ab bei den Lesern? Wann kommen die ersten Wertungen? Wer findet sie gut?

„Die Aufmerksamkeit anderer Menschen“, weiß der Wiener Philosoph Georg Franck, „ist die unwiderstehlichste aller Drogen. Ihr Bezug sticht jedes andere Einkommen aus.“

Auch die Warenprüfer sind der Sehnsucht verfallen, bemerkt zu werden. In den Produktforen tauschen sie gemeinnützige Arbeit gegen das süße Gift der Aufmerksamkeit. Der Gegenwert ist messbar: in

en mehr als 700 Mitglieder, die das durch Mausclick bekundet haben. Das reicht allerdings nicht für den Spitzenplatz. Dort residierte lange Zeit der deutsche Pharma-Manager Jens Thieme, der seit zwei Jahren in den USA arbeitet.

Thieme hat, sagt er, „viel getan, um ganz nach vorn zu kommen“. In der Welt der Produktforen ist ein mittlerer Platz auch nicht sehr gemütlich. Hier wissen alle von allen, was sie einander wert sind. Es ist, als liefen die Leute mit Zahlenschildern herum, die ihren Status anzeigen.

Weil Thieme in letzter Zeit beruflich abgelenkt war, musste er die Führung abgeben an einen anderen Deutschen im US-Einsatz, den Programmierer Peter Tiemann. Der ist bei Epinions so was wie ein Bestsellerautor geworden. Seine Beiträge wurden bis jetzt fast 100 000-mal abgerufen. Dieser Zuspruch bringt ihm nebenbei mehr als tausend Dollar im Monat ein.



Freizeitkritiker Hoops: Nächtelang zu Testzwecken am Computer daddeln

Noten, Punkten, Leserzahlen. Und ausbezahlt wird bar auf die Hand.

Das ist der Unterschied zum alten Ehrenamt, das nach 25 Jahren einen Geschenkkorb abwirft. Dem modernen Ego ist es lieber, wenn die Gratifikation sofort eintrifft. Danach will es immer mehr. Hundert Leser für einen Beitrag sind wunderbar, aber weniger als die tausend, die der Nachbar schon beisammen hat.

Die US-Firma Epinions, Pionier der neuen Produktforen, hat vielerlei Ranglisten aufgestellt, damit die Mitglieder heiß bleiben. In jeder Warengruppe gibt es eine Art Ehrenloge für die meistgelesenen Gutachter. „Anfangs hüpfte ich vor Freude, wenn ich auf einer dieser Listen erschien“, sagt Beth Margarida aus Washington, die unter dem Alias Forkids die Sparte Kinderbedarf betreut. „Das ist, wie wenn der Lehrer dich auffordert, deinen Aufsatz vorzulesen, und danach stehen alle auf und klatschen.“

In der ruhmreichsten Liste sind die Rezensenten nach Vertrauenswürdigkeit sortiert. Der Gutachterin Margarida vertrau-

Tiemanns Karriere beruht auf den gut 2000 Leuten, die ihm inzwischen vertrauen. Sie bekommen seine Artikel bevorzugt zugespielt. Das sichert dem Autor eine prominente Position in dem Gewimmel, in dem er sonst verloren wäre. Wo alle schreiben dürfen, tummeln sich auch Langweiler und Zwangsoriginelle. „Aber das Faszinierende ist“, sagt Tiemann, „dass die Qualität sich hier automatisch durchsetzt.“

Die Technik, die nutzlose Kritiken von den Lesern fern hält, arbeitet im Hintergrund. Ein Autofreund, der bei Epinions die Berichte über den neuen Jeep aufruft, bemerkt davon nichts. Aber in der Zentrale der Firma macht sich sogleich ein Computer ans Werk: Wem vertraut dieser Leser? Und wem vertrauen wiederum seine Gewährsleute? Und so immer weiter. Im Nu frisst der Rechner sich durch das ganze so genannte „Web of Trust“, das Netz des Vertrauens. Dann sortiert er die Meinungen nach den Vorlieben des Ratsuchenden.

So ist dafür gesorgt, dass mit der Zeit die nützlichen Beiträge emporsteigen, wäh-

„Haben Affen Weisheitszähne?“

Im Internet blühen die Expertenbörsen: Klempner, Eheberater und pensionierte Lehrer geben Auskunft in allen Lebensfragen.

Die US-Firma AskMe betreibt im Internet eine gewaltige Auskunft: 120 000 Fachleute für alle Wissensgebiete sind dort inzwischen versammelt. Unter der Adresse www.askme.com warten sie auf Fragen – vom Klempner im Ruhestand bis zum Fachmann für finnougrische Dialekte.

Jedermann kann eintippen, was er wissen möchte. Und wahrlich, es bleibt nichts unbeantwortet: Kann man das Alter von Spinnweben ermitteln, und wenn ja, wie? Haben Affen Weisheitszähne? Kennt jemand einen guten Scheidungsanwalt in Virginia? Und eine Frau will übersetzt haben, was „tum bohot khoop surat hai“ bedeutet; ein Inder habe ihr das per E-Mail geschrieben. (Es heißt: „Du bist sehr schön.“)

Die Antworten sind alle gratis, und dennoch tippen manche Feierabendexperten wie im Akkord. Die Wonne, gefragt zu sein, treibt sie zu Höchstleistungen. Von den Top Ten bei AskMe hat ein jeder schon mehrere tausend Fragen bewältigt. Die Firma prämiert die Antworten nach einem ausgeklügelten System mit Punkten, die aber nach einem Monat wieder verfallen. Wer sich also in den Tabellen der Spitzenexperten halten will, muss stets gute Leistungen zeigen.

Michelle Hardenbrook aus Seattle zum Beispiel wirbt mit der Auskunft, sie sei viermal geschieden, habe 400 Rendezvous bestanden und mehr als 50 Trennungen hinter sich. Die Vielerfahrene hilft nun in Sachen Beziehungen, Sex und Scheidung. Bislang hat sie noch keine einzige Frage ausgelassen, nicht nur weil das den Punkteschnitt verdürbe. Schließlich handle es sich um Menschen, sagt sie, die Hilfe brauchen. „Dann beißt man eben die Zähne zusammen.“

An der Tabellenspitze aber liegt uneinholbar der pensionierte Biologielehrer Kent Wagner aus Florida. Wagner, ein Schwerathlet der Hilfsbereitschaft, hat unter dem Pseudonym



Antwortzentrale AskMe

Nachbarschaftshilfe im Weltmaßstab

„physicskw“ schon mehr als 12 000 Antworten verfasst. An die 60 macht er an guten Tagen.

Der behinderte Pensionär hängt seit acht Jahren an einem Sauerstoffgerät. Bei AskMe kann er sich, sagt er, noch als nützliches Wesen erleben: „Das hält die Depression in Schach.“

Deshalb leistet Wagner nun Nachbarschaftshilfe im Weltmaßstab. Seine Fächer sind, neben der Biologie, vor allem Physik und Chemie. Aber auch in englischer Grammatik und als Briefkastenonkel für Teenager hat er bereits vielhundertfach Auskunft gegeben.



Feierabendexperte Wagner
60 Antworten pro Tag

Neben AskMe gibt es noch Dutzende anderer Wissensbörsen, darunter AllExperts.com und einen kleinen deutschen Antwortdienst, der unter der Adresse wer-weiss-was.de mit 40 000 eingetragenen Fachleuten aufwartet. Dort darf nur Fragen stellen, wer sich im Gegenzug selber für Auskünfte zur Verfügung stellt.

Solche Expertenbörsen saugen aus allen Richtungen das Wissen an, das zuvor im Streubesitz über den Erdball verteilt war. Das muss nicht nur dem Privatvergnügen dienen: Die Firma AskMe will die Technik jetzt an große Unternehmen verkaufen. Auch in einem Chemiekonzern ist es manchmal nicht leicht, den Menschen zu finden, der sich mit Rührwerksfiltern aus Korea auskennt.

rend die wertlosen mitsamt ihren Autoren im Nichts des Vergessens versinken.

Diese Maschinerie, eine Art Klärwerk der kollektiven Vernunft, arbeitet gnadenlos und unbeirrbar. Aber die Menschen sind auch nicht dumm: Es sind bereits Seilschaften von Autoren entstanden, die einander als Leser beistehen. Manche klicken sich täglich durch die Beiträge ihrer Kumppane, nur damit deren Leserzähler auschlägt. Sie spenden ihre Aufmerksamkeit nicht ohne Eigennutz. Die erste Regel der Feierabendstreiber lautet: Lies, und du wirst gelesen.

Manipuliert wird mit allen Mitteln. Es gibt Streber, die sich der Reihe nach unter 20 falschen Namen anmelden, um dann ihre eigenen Texte zu loben. Das sei aber ein minderes Problem, meint die Firma Epinions. Sobald eine kritische Masse von Lesern erreicht sei, könnten selbst Hundertschaften von Verschwörern das Ergebnis kaum mehr verfälschen.

Das Gute setzt sich in der Statistik durch, weil es lebensstüchtiger ist als der Schwachsinn: Dieser Glaube hat schon viele Gemeinschaften im Internet hervorgebracht. Neben den Produktforen wie Ciao, Dooyoo und Epinions gedeihen neuerdings auch Expertenbörsen (siehe Kasten). Dort schreiben die Autoren nicht einfach drauflos; sie setzen sich erst in Gang, wenn jemand eine Frage stellt.

Die Expertenbörsen leben von der Gewissheit, dass die Fragen auf Erden niemals ausgehen. Dagegen sind die Produktportale stets von Stoffknappheit bedroht. Die Zahl der Dinge, die ein Mensch testen kann, ist endlich.

„Nach 60 bis 80 Beiträgen gehen einem einfach die Ideen aus“, erzählt Jens Thieme, der Vizemeister auf der Vertrauensliste bei Epinions. Was dann? Thieme fing an, in Läden zu stöbern, kaufte sich Software, nur um sie zu besprechen. Andere kommen an keinem Restaurant mehr vorbei, ohne an ein Testessen zu denken.

Gründliche Naturen gehen methodisch vor: Der Schüler Sebastian Wessels, 19, aus Kleve hatte Glück und fand einen Job in einem Getränkemarkt. Dort kann er sich nun für Dooyoo durchs Sortiment bechern, vom Eistee bis zum Billigwodka.

Andere Warenprüfer weichen aus in die Welt der Städte, Länder und Ausflugsziele. Aber auch dort gibt es immer weniger weiße Flecken zu erobern. Selbst der Baggersee von Kirchentellinsfurt ist bereits bei Ciao bewertet mitsamt Parkplatz („gebührenpflichtig, aber bezahlbar“).

Nur Sannilein aus Ronnenberg, so scheint es, gebietet auch nach 1300 Meinungen noch über unerschöpfliche Ressourcen. Sie hat jetzt vorsorglich TV-Spots in ihr Sortiment aufgenommen; da kommt immer was nach. Und wenn es doch mal knapp wird? „Knapp? Haha! Bei mir warten noch 300 CDs im Schrank!“

MANFRED DWORSCHAK