

# Kommunikation zwischen Experten und Laien. Am Beispiel des Internetforums Conrad

---

Milan Pišl

## Annotation

In der heutigen Zeit haben digitale internetbasierte Kommunikationskanäle den Zugang zu Informationen und Fachinhalten stark vereinfacht. Das Fachwissen wird größtenteils demokratisch durch neue Technologien erreichbar. Diese Veränderung steht im Zentrum der sprachwissenschaftlichen Untersuchung. Mit diesem Zustand eröffnen sich neue Möglichkeiten für die gegenseitige Kommunikation zwischen Experten und Laien in unterschiedlichsten Fachbereichen. Im Rahmen dieses Artikels wird ein fachorientiertes Internetforum untersucht, das zu einer etablierten Kommunikationsplattform wurde. Es stellt einen neuen Kanal für die Vermittlung von Fachwissen bzw. für professionelle Beratung mit einer Reihe von unterschiedlichen Optionen dar. Die Merkmale der Experten-Laien-Kommunikation werden am Beispiel des Internetforums des Computer- und Elektrohändlers Conrad erläutert.

## Schlüsselwörter

Internetforum, Experten-Laien-Kommunikation, Beratung, Computertechnik, Elektronik

## 1. Einleitung

Die wissenschaftliche Literatur und viele Forschungsstudien<sup>1</sup> belegen, dass das Thema Fachsprachen und Fachsprachenforschung zwar in vielerlei Hinsicht ausführlich behandelt wurde, und dass es jedoch neue Aspekte gibt, die Aufmerksamkeit verdienen. In diese Kategorie gehört die Kommunikation mittels fachbezogener Internetforen, die heutzutage mehr und mehr an Bedeutung gewinnt. Sie hat sich als eine neue effektive Möglichkeit erwiesen, durch neue interaktive Kanäle die Kommunikationsbarrieren zwischen Fachleuten und Laien zu überwinden (vgl. Satzger, 2013, S. 44). Da die Reichweite und Laientauglichkeit von internetbasierten Werkzeugen ständig zunehmen, verbreitet sich sowohl die gesellschaftliche als auch die akademische Nutzung von Informationen. Die Bemühung um eine

---

<sup>1</sup> Unter anderem Vaňková/Satzger/Wolf (2015). Siehe auch die Aktivitäten des Zentrums für Fachsprachenforschung an der Philosophischen Fakultät der Universität Ostrava unter URL 1.

populärwissenschaftliche Wissensvermittlung geht Hand in Hand mit der Digitalisierung, Vernetzung und Globalisierung der Gesellschaft (vgl. Vaňková/Satzger, 2015, S. 10). Damit verändert sich auch die Perspektive, in der Laien wahrgenommen werden können. Es handelt sich um eine heterogene Gruppe von Personen, „die zwar von den Problemen betroffen sind, für die die Experten zuständig sind, und die insofern auch über Alltagswissen und Einstellungen zu diesem Problem verfügen, denen aber die Ausbildung und die Rahmenbedingungen für eine eigenständige Problemlösung fehlen“ (Bromme/Jucks/Rambow, 2004, S. 116). Die Laien vertreten also nicht die Rolle von Neulingen bzw. Anfängern, sondern die der (potentiellen) Kunden, Klienten und Ratsuchenden. Diese Personen treten in Kontakt mit einem Experten, um von ihm sein Wissen, öfter jedoch seine Ansichten zu einem Problem, praxisorientierten Kenntnisse und heutzutage vor allem den neuesten (technologischen) Stand des jeweiligen Fachgebiets zu erfahren. Mit der Verbreitung des Internets der Dinge kommen neue Problemstellungen auf: die gegenseitige Kooperation von Geräten, ihre korrekte drahtlose Verbindung und optimale Arbeitsweise usw. Der technische Fortschritt spiegelt sich auch in internetbasierten Kommunikationswerkzeugen wider. Sie nehmen Einfluss auf den Wissenstransfer zwischen Experten und Laien und liefern neue Aspekte in dieser Kommunikationssituation.

## **2. Kommunikationsplattform: Internetforum**

Als Untersuchungsmedium für diese Studie gelten die Fachforen im Internet, die von vielen Elektrohändlern, Onlineshops und spezialisierten Internetportalen betrieben werden. Beginnt man mit einer begrifflichen Abgrenzung und sucht man nach Definitionen des Begriffs Internetforum, bekommt man folgende Definition: Internetforum, bezeichnet auch als Webforum, Diskussionsforum, Computerforum, Online-Forum oder Bulletin Board, stellt einen virtuellen Ort zum Austausch und zur Archivierung von Gedanken, Meinungen und Erfahrungen dar (vgl. Ebner, 2008, S. 11). Man kann also beobachten, dass die Merkmale eines Internetforums auf Diskussion, Virtualität und Austausch von Inhalten im Rahmen eines bekannt gegebenen Themenbereichs basieren. Wichtig und neu – vor allem aus der Laienperspektive – ist die Eigenschaft der Archivierbarkeit. Die gesammelten und geteilten Erfahrungen, Meinungen und Ratschläge können jederzeit wieder abgerufen werden. Da es sich um eine zeitlich asynchron entstandene Kommunikation aus einzelnen Beiträgen handelt, entsteht somit eine Art Archiv. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass die Internetforen über Suchfunktionen verfügen, über die nach konkreten Begriffen gesucht werden kann. Aufgrund der gegebenen Strukturierung kann man auch in einzelnen threads („Kommunikationsfäden“) und Themen (topics) suchen und blättern. Die Diskussionsbeiträge können von mehreren Diskutierenden beantwortet werden, und so entstehen – je nach Attraktivität des Themas – ständig neue threads und Diskussionen.

Internetforen werden zu einem Themenbereich errichtet und umfassen sowohl alltägliche Probleme als auch aktuelle Themen wie Politik, Sport oder Modetrends. Es gibt fachbezogene Internetforen für die unterschiedlichsten Aspekte des menschlichen Lebens – vor allem Hilfe-Foren für Medizin, Jura, Technik, IT, Bauwesen usw. (vgl. Ebner, 2008, S. 12). Mittels Internet wird eine Hilfestellung angeboten, die bei speziellen Schwierigkeiten und fehlenden Informationsquellen die einzige Hilfe darstellen kann. Dieses Verfahren hat sich als effektiv erwiesen und gewährleistet einerseits die Distribution von Informationen und ermöglicht andererseits eine schnelle Reaktion darauf.

Das Internet ist ein wichtiges Instrument des modernen Marketings geworden. Aus diesem Grund haben viele fachbezogene Internetforen auch den wirtschaftlichen Profit zum Ziel. So haben zahlreiche Onlineshops wie Ikea, Saturn, MediaMarkt und viele andere ihr Verkaufsangebot mit einem Beratungsforum verbunden. Es gibt Unternehmen, die seriös auftreten möchten und gleichzeitig die wirtschaftliche, an möglichst hohen Umsätzen orientierte Perspektive nicht vernachlässigen möchten. Sie verbinden also die informierende, beratende und wissensvermittelnde Funktion zusammen mit dem ökonomischen Profit. Diese Strategie kann als sehr gelungen bezeichnet werden<sup>2</sup>, und innerhalb des Computer- und Elektrotechnik-Fachhandels gehört Conrad zu den Spitzenreitern. Hier wird das Konzept eines Internetforums noch weiter entwickelt und um viele Komponenten erweitert. Diese Dienstleistung wird bei Conrad nicht als bloßes Fachforum, sondern als eine „Community“ definiert (vgl. URL 2). Die Funktionalitäten wurden somit erweitert, und die positive Wahrnehmung und ein hohes Maß an Vertrauen gegenüber einer Gruppe, die sich als Nutzer- oder Usergemeinde definiert, können dadurch gestärkt werden. Das Fachforum soll als eine Schnittstelle für diejenigen verstanden werden, die eine professionelle Beratung im Bereich „Technik und technische Innovationen“ (vgl. URL 3) suchen. Dem entspricht auch die Grafik auf der Homepage, die einen jungen seriös aussehenden Mann abbildet und mit dem Slogan „*Kommen Sie mit einem Problem, gehen Sie mit einer Lösung*“ versehen ist (vgl. Abb. 1).

Das Conrad-Community-Team verfasste Richtlinien für die Diskutierenden (vgl. URL 3), in der die Experten als „Professionals & Brain“ kategorisiert werden, und in denen das Ziel formuliert ist, fundierte Ratschläge zu geben, von denen alle Mitglieder der Community kostenlos profitieren können. Zu den grundlegenden Faustregeln gehört die Aufforderung zur korrekten Kommunikation, wobei unerwünschte oder illegale Inhalte zum Sperren des Zugangs in die Community führen können. Des Weiteren wird auch eine sorgfältige Kommunikation verlangt, und es wird betont, dass es sich in erster Linie um Austausch von Fachwissen handelt. Für die Mitglieder bedeutet das, dass diese es kenntlich machen sollen,

---

<sup>2</sup> Eine ausführliche Liste der Internetforen mit der höchsten Anzahl der Nutzer und Diskussionsbeiträge ist unter URL 4 zugänglich. Wenn man die Größe der Nutzergemeinde(n) und z.B. den Profit durch Werbung in Betracht zieht, sieht man, dass es sich um erfolgreiche Unternehmenskonzepte handelt.

wenn sie sich mit dem Lösungsweg nicht ganz sicher sind und diesen als eine Userempfehlung formulieren. Die Anforderung an die sachliche und technikrelevante Kommunikation steht im Zusammenhang damit, dass es hier oft zum Austausch von unterschiedlichen Meinungen kommt, und in persönlichen Äußerungen müssen andere (auch kritische) Ansichten zugelassen und toleriert werden. Der letztere Hinweis bezieht sich darauf, dass die Mitglieder fair kommunizieren sollen und dass Verstöße gegen Urheberrechte, das Kopieren von fremden Inhalten oder unnötige Werbung und Spam untersagt sind. Es wird hinzugefügt, dass stimmige Formulierungen eine Voraussetzung sind, um klar und kompetent Themen und Informationen in der Community auszutauschen (vgl. URL 3). Eine Hemmschwelle für unerwünschte Inhalte (z.B. durch Trolling in den Diskussionen) stellt jedoch eine Registrierung entweder mit einer E-Mail-Adresse und einem Benutzernamen oder mit einem Facebook-Profil dar. Es ist also keine totale Anonymität vorhanden, und dies ermöglicht es, auf fehlerhafte Informationen zu reagieren, bzw. diese können von den Verwaltern des Internetforums gelöscht werden.

Die Beiträge werden sowohl chronologisch als auch nach der Länge des threads sortiert. Auf der Übersichtsseite werden jeweils nur der Titel des ersten Postings einer Diskussion und die Anzahl an Diskussionsbeiträgen angezeigt, während der komplette thread angeklickt werden muss. Die viel beachteten und viel diskutierten Themen werden auf eine attraktive Stelle platziert, meistens ganz oben. Somit werden die Benutzer auf die Postings mit höchster Aktivität aufmerksam gemacht.

### **3. Ausgewählte Besonderheiten der Experten-Laien-Kommunikation**

Diese Studie reflektiert eine Veränderung von Kommunikationsplattformen für Menschen, die Fachinformationen über Technik, insbesondere über Computer- und Elektrotechnik suchen. Noch vor wenigen Jahren gab es unterschiedliche Kanäle für die relevante Vermittlung von Fachwissen: entweder Fachliteratur in Form von Zeitschriften und Handbüchern oder persönliche Gespräche mit den Händlern oder Verkäufern. Beides käme auch heute in Frage, aber die Bedingungen und vor allem die Effektivität dieser Kommunikationssituation haben sich deutlich verändert. Die elektrotechnische Fachliteratur wird aufgrund der raschen Entwicklung in der Branche immer öfter digitalisiert, wobei gedruckte Medien überwiegend hoch spezialisierte Inhalte für Fachleute liefern (z.B. Computer- und Wirtschaftsperiodika), und ihre Auflage stagniert bzw. sinkt.<sup>3</sup> Der zweite Kanal, die persönliche Beratung direkt bei den Computer- und Elektrohändlern, kann zwar auch nützlich sein, die Umfragen<sup>4</sup> bei den Kunden der größten Elektroketten und Computeranbieter zeigen aber überwiegend eine

---

<sup>3</sup> Zum Beispiel die Fachzeitschrift für Elektronik *elektro.net*, die in ein Internetportal umgewandelt wurde.

<sup>4</sup> Vgl. die Umfragen, Kundenrezensionen und Erfahrungen mit Computer- und Elektrohändlern im Portal *trusted.shops.de*.

negative Einstellung zu persönlichen Interaktionen. Nach einer Recherche in den oben angeführten Diskussionsforen wurden folgende Gründe genannt, warum die Kunden die professionelle Fachberatung in den Computer- und Elektrogeschäften nicht mehr aufsuchen:

- konkrete Fragen bezüglich Eigenschaften, Kompatibilität und Installation konnte das Personal nicht beantworten, und die genaue Antwort wusste nicht einmal die zuständige Kundenbetreuung;
- das Fachpersonal benimmt sich überheblich, reagiert unhöflich, man wird sogar ausgelacht;
- die Händler bevorzugen gewisse Marken und Produkte und sind dazu bereit, Kunden zu belügen vor allem deswegen, weil sie für den Verkauf bestimmte Provisionen bekommen;
- Kunden sind mit Fachinformationen ausgerüstet und wissen mehr als das Fachpersonal;
- professionelle, fachliche Kundenbetreuung wird durch das chaotische Suchen in Gebrauchsanweisungen ersetzt.

Aus den erwähnten Gründen suchen heutzutage Laien – hier in der Rolle der (potentiellen) Kunden – Fachinformationen vornehmlich im Internet. Hier können Menschen mit heterogenen Vorkenntnissen interagieren. Die Computer- und Elektrohändler sind sich dieser Tatsache bewusst und betreiben ein Fachforum, anstatt ausgebildetes Fachpersonal einzustellen. Es liegt auf der Hand, dass diese Lösung von wirtschaftlichen Aspekten motiviert wird, denn oft werden die Beratungsforen mit einer kommerziellen Webpräsentation und einem Online-shop verbunden. Man kann beobachten, dass sich die Kommunikation von Fachinhalten über Computer, Elektronik und Elektrotechnik im Laufe der Zeit von einer Face-To-Face-Kommunikation zur Plattform eines Internetforums verschoben hat. Die Impulse für diesen Wandel sind jedoch unterschiedlich und reflektieren nicht nur die neuen Kommunikationsmedien, sondern auch die ökonomischen Ziele.

Im Endeffekt geht es aber immer darum, dass der Kunde eine informierte Entscheidung treffen muss. Er beabsichtigt (potentiell) Geld auszugeben, wobei logischerweise seine Entscheidung sich am Preis-Leistungs-Verhältnis orientiert. Es handelt sich um seine eigene Verantwortung, und dafür muss er alle Konsequenzen tragen. Die Verständigung spielt immer eine wichtige Rolle, in diesem Fall lässt sie sich bestätigen – durch den realisierten Einkauf. Heterogene Vorkenntnisse und Wahrnehmungsperspektiven zwischen Experten- und Laienwissen erschweren jedoch die wechselseitige Verständigung. Die unterschiedlichen Wissenssysteme erfordern einen gemeinsamen Bezugsrahmen

und Voraussetzungen für die gelungene Kommunikation – dazu gehören eine gemeinsame Sprache, die vermutete Perspektive des Kommunikationspartners, der Wortschatz, die Antizipation des Wissens sowie Adaptionsprozesse und gemeinsame Rahmenbedingungen. Dabei ist das Kommunikationsmedium eine der wichtigsten Rahmenbedingungen. Hinzu kommt außerdem eine realistische Einschätzung der Laienwahrnehmung. Probleme gibt es vor allem dann, wenn das Fachwissen an der Grenze zwischen Fach- und Alltagswissen angesiedelt ist. Dies kommt in der Elektro- und Computerbranche häufig vor, und die Bemühung um alltagssprachliche Formulierungen kann irreführend sein (vgl. Bromme/Jucks, 2003, S. 23). Diese Aspekte werden im analytischen Kapitel näher untersucht.

#### 4. Analyse

Das Ziel der folgenden Analyse ist es, anhand einer Teiluntersuchung etwas zum Thema der aktuellen Kommunikation zwischen Experten und Laien beizutragen. Als Untersuchungsmaterial wurde das etablierte Internetforum im spezialisierten Webportal des Computer- und Elektrohändlers Conrad ausgewählt, das seit 2009 in Betrieb ist.

Die Darstellung der Homepage (URL 2) deutet an, dass es sich um eine Webpräsentation mit vielen Merkmalen einer ausgeprägten Corporate Identity handelt. Die blaue Firmenanschrift zusammen mit dem Logo sind immer am Kopf der Seite präsent, das Layout der Webseite ist in den Firmenfarben blau, schwarz und weiß ausgeführt, und die visuelle Markenführung tritt einheitlich in Erscheinung.

Von Anfang an wird eine Absicht formuliert; Conrad möchte die interessierte Öffentlichkeit dazu bewegen, sich mit Fragen, Problemen und Schwierigkeiten bezüglich Technik, Elektrotechnik bzw. Elektronik, IT oder Computern und deren Eigenschaften, Auswahl, Einkauf, Installation usw. an das Internetforum zu wenden. Es präsentiert sich also als eine fachliche, beratende Instanz für die interessierte Öffentlichkeit auf einer eigenen Seite bzw. über die Community hinaus, wovon auch diese Grafik zeugt:



Abb. 1, Quelle: URL 2

In der Rolle eines Blickfangs erscheint hier eine schematische Abbildung eines jungen Mannes. Die genaue Wirkung dieses beinahe piktografischen Symbols kann in zwei Richtungen gedeutet werden: Einerseits geht es um die Mühe, einen seriösen Eindruck zu evozieren (z.B. durch eine Brille). Andererseits kann der abgebildete Mann mit seinem Bart und den halb geöffneten Augen ein bisschen suspekt wirken. Es handelt sich um einen jungen Mann, und diese Grafik dient der Identifikation mit dem Zielpublikum. Man kann es nur schwer überprüfen, weil die Nutzer ihr Geschlecht nicht angeben müssen, und die Benutzernamen verraten es auch nicht immer, aber Conrad zielt in erster Linie auf eine jüngere Generation von Männern.

Der Slogan „*Kommen Sie mit einem Problem, gehen Sie mit einer Lösung*“ weist einen stark persuasiven Charakter auf, wobei diese Intention noch durch die Hervorhebung der Wörter „*Problem*“ und „*Lösung*“ verstärkt wird. Es ist eine Aufforderung an die Ratsuchenden, die Schwierigkeiten technischer Art haben, sich mit ihrer Suche an dieses Internetforum zu wenden. Zugleich kann man den Slogan auch als eine Deklaration von Selbstbewusstsein wahrnehmen: Der Computer- und Elektrohändler Conrad sieht sich in einer starken Marktposition und geht davon aus, dass er bei jedem Problem helfen und kompetente Lösungen anbieten kann. Die blaue Farbe hebt den unteren Teil des Slogans hervor und weist darauf hin, dass die Firmenfarbe mit der Lösung und nicht mit dem Problem verbunden werden soll. Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie visuelle und sprachliche Mittel kooperieren und zusammenwirken können, und dient dem Aufbau von Vertrauen. Dazu trägt auch die Strukturierung der Inhalte auf der Startseite in Kategorien wie Feedback und Support, Community-Informationen, Datenschutz, Nutzungsbedingungen usw. bei, die auch rechtliche Grundlagen der Internetkommunikation reflektieren und heutzutage für ein seriöses und vertrauenswürdiges Internetforum unabdingbar sind.

Die komplette Kommunikation der Conrad Community beinhaltet mehr als 57.000 Diskussionsbeiträge<sup>5</sup>, und dies bedeutet, dass es sich um eines von den meist besuchten und aktivsten Foren im deutschsprachigen Internet überhaupt handelt<sup>6</sup>. Der Zuwachs beträgt ca. 100 Beiträge pro Tag. Da dies eine unübersichtliche Menge von threads und Themenbereichen darstellen würde, werden die Diskussionsbeiträge in Kategorien geordnet und weisen folgende Struktur auf:

---

<sup>5</sup> Stand vom 01.10.2016.

<sup>6</sup> Eine ausführliche Liste der Internetforen mit der höchsten Anzahl der Nutzer und Diskussionsbeiträge ist unter URL 4 zugänglich. Es werden hier aber auch Allgemeinformen einbezogen. Wenn man den Filter auf die deutsche Sprache, Themenbereiche Computer und Elektronik (und verwandte) einstellt, kommt man zu der Feststellung, dass Conrad eindeutig zu den drei am meisten besuchten und aktivsten deutschen Fachforen gehört.



Abb. 2: Quelle: URL 2

Die Bausteine und die Organisation des Forums unterliegen der Optimierung für übliche Internetbrowser und ermöglichen auch eine korrekte Abbildung durch mobile Endgeräte (Tablets, Smartphones usw.). Die Inspiration zur kachelartigen modularen Gestaltung z.B. durch die Benutzeroberfläche von Windows bzw. von heutigen Smartphones ist offensichtlich. Der Slogan „*technology powered by people*“ ist eine Lizenz des Unternehmens Conrad, und obwohl es sich um ein deutsches Internetforum mit ausschließlich deutschen Diskussionsbeiträgen handelt, wird sie hier auf Englisch angeführt. Dies kann als ein Zeichen der zunehmenden Internationalisierung wahrgenommen werden.

Es ist erkennbar, dass die Architektur des Fachportals eine ausgeprägte und logische Gliederung aufweist. Das Navigationsmenü ist übersichtlich in drei Sektionen gegliedert – Start, Inhalte und Erstellen. Durch diese lineare, aktivitätenorientierte Darstellung stehen in komprimierter Form alle Grundfunktionen des Internetforums zur Verfügung. Aufgrund der Tatsache, dass die kommunizierten Fachinhalte im Bereich der Elektronik, Computer- und Elektrotechnik sehr dispers sein können, wurde die Kategorisierung der Beiträge durch ein Cluster-Verfahren veranschaulicht (vgl. Pišl, 2015, S. 149-151). Das bedeutet, dass die zusammenhängenden Beiträge in Kategorien unterteilt und einzelnen Themenbereichen zugeordnet werden. Sowohl die Diskussionsbeiträge als auch verwandte threads werden verlinkt bzw. durch kurze Hypertexthinweise verbunden und dementsprechend graphisch markiert.

Des Weiteren besteht die Menüleiste aus sechs Themenbereichen, die durch Piktogramme ergänzt sind. Diese von Conrad verwendeten Symbole (icons) dienen der visuellen Veranschaulichung (vgl. Emrich, 2013, S. 52). Wir können bei der Benennung der Themenbereiche beobachten, dass in den Fällen, in denen die englische Variante kürzer, verständlicher und gebräuchlicher ist, diese englischen Bezeichnungen auch ausgewählt wurden. In diesem Fall können die Ausdrücke HowTos, Startup und Contests als Beispiele gelten. Dies ist ein weiterer Beleg dafür, wie häufig Anglizismen (nicht nur) in der Elektronik und IT-Branche ihre Anwendung finden.

Wenn ein Mensch zum Internetforum beitragen möchte, erfordert dies eine Registrierung und Anmeldung. Nach dem Einloggen kann man entweder zu einer



schon existierenden Diskussion beitragen oder eine Frage stellen und damit einen neuen thread bzw. eine neue Diskussion begründen. Die Fragen werden mittels separaten Fenstern formuliert, es gilt jedoch die Begrenzung, dass der Text 100 Zeichen nicht überschreiten darf. Optional kann man zur Frage einen längeren Kommentar hinzufügen, der jedoch einem anderen Darstellungsmodus unterliegt. Die Inspiration durch Twitter und soziale Netzwerke ist hier offensichtlich (vgl. URL 2). Dieser Modus des Fragenstellens läuft unter der Voraussetzung, dass die Nutzer fähig sind, ihre Frage in den vorgeschriebenen 100 Zeichen zu formulieren. Diese Bedingung kann hinterfragt werden – vor allem bei komplexen Problemen, die im Bereich der Computer- und Elektrotechnik zu erwarten sind. Jedoch bringt sie einen enormen Vorteil mit sich: Die Fragen und Themenbereiche sind übersichtlich und verständlich. Es folgen einige Beispiele, die direkt von URL 1 entnommen wurden:

- *Wie kann ich alle Daten restlos von Laptop löschen?*
- *Externes CD/DVD Laufwerk – Worauf sollte man beim Einkauf achten?*
- *Gibt's es eine Möglichkeit unter WIN7 einen 3. Monitor mit nur einer Grafikkarte anzuschließen???*
- *iPhone 5 Akku selbst austauschen?*
- *Welche Auflösung sollte ein guter Monitor haben?*
- *Was brauche ich um vom iPhone aus zu drucken?*

Es kann als überraschend bezeichnet werden, dass die Nutzer eine breite Palette von Sprachinstrumenten auswählen, um ihre Frage richtig und sinngemäß zu formulieren: Es sind vollständige Ergänzungsfragen, die aus einer individuellen, persönlichen Perspektive formuliert werden. Viele Fragen beziehen sich auf ein konkretes Gerät, meistens Hardware (Laptop, Laufwerk, Monitor, Grafikkarte, Akku etc.). Des Weiteren werden Produktnamen genannt (*Windows 7, iPhone*) und diesbezüglich eine Frage gestellt. Da die Fragetexte möglichst ökonomisch und genau formuliert werden müssen, tauchen auch Kurzwörter auf (*WIN7*); über die Verkürzung des Akkumulators auf Akku wundert sich heutzutage niemand mehr. Bei der Formulierung der Frage muss entschieden werden, in welche der Themenbereiche bzw. Unterkategorien sie gehören wird. Sowohl für die Nutzer als auch für die Diskutierenden erwies sich die Gliederung der Themen in vorbereitete Kategorien als hilfreich. Die Kategorien sind verständlich und sehr detailliert vorstrukturiert (*Laptop – Verkaufen; Laufwerk – externes Laufwerk*), und wenn es sich um konkrete Produkte handelt, ist die Kategorisierung noch detaillierter nach Produktreihen und Modellen (*Computertechnik – Software – Windows 7; Smartphone – iPhone – iPhone5*) unterteilt. Der vorgeschriebene Umfang der Fragetexte eliminiert Fachtermini, die keine Geräte- oder Produktbenennungen sind. Es steht nur wenig Platz zur Verfügung. Um trotzdem die Frage grammatikalisch vollständig formulieren zu können, werden Verben verwendet, die mit dem Bereich der Elektro- und Computertechnik verbunden sind (*löschen, anschließen, austauschen, drucken*).

Die Analyse zeigt, dass die Rolle der Diskutierenden in keinem Falle die Rolle von absoluten Laien ist. Es sind also keine Laien im echten Sinne (vgl. Jucks, 2001, S. 19-21). Es handelt sich eher um Menschen, die vor einem Problem stehen, das für sie neu ist, oder für das sie zwar eine mögliche Lösung hätten, da sie die Methoden der Informationsgewinnung aus anderen vertrauenswürdigen Quellen beherrschen, die diese Lösung jedoch innerhalb der Community bestätigen oder ergänzen lassen möchten. Die Mitglieder, also vor allem (potentielle) Kunden, eine interessierte Öffentlichkeit bzw. Ratsuchende teilen somit ihr Fachwissen und profitieren davon. Sie verfügen oft über breites Vorwissen und langjährige Erfahrungen.



Abb. 3.: Quelle: URL 2

Es folgt eine Analyse einer ausgewählten Frage-Antwort-Relation im Diskussionsforum aus dem Themenbereich Computertechnik – Haustechnik: Wie der Screenshot zeigt, wird jede Frage als Blickfang mit blauer Markierung einheitlich im oberen Teil des Bildschirms abgebildet. Dazu kann fakultativ ein ergänzender Kommentar formuliert werden, welcher unter dem Fragetext unmarkiert positioniert wird. Hier gibt es die Möglichkeit, die Frage zu präzisieren bzw. wichtige Einzelheiten zu ergänzen. In diesem Fall geht es um eine Konkretisierung von räumlichen Verhältnissen (Entfernung von Gebäuden), technischen Details (Kabelanschluss) und der erwünschten Funktionalitäten (Ziel ist die hohe Geschwindigkeit des Internetanschlusses) von einem Netzwerkrouter. Man kann sehen, dass der Fragetext einige Abweichungen von den orthographischen Normen aufweist, die jedoch mit der exponentiellen Verbreitung von digitalen Online-Kommunikationsmöglichkeiten als nicht mehr so streng wahrgenommen werden. Wenn sie die Verständlichkeit der Frage nicht erschweren, werden sie akzeptiert (keine Großschreibung bei Substantiven oder am Satzanfang, Kommasetzung, Leerzeichen).

Conrad bietet bei jeder Frage eine direkte Verlinkung zu den sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter, Google+, Pinterest, LinkedIn, Xing) via die dazugehörigen Icons

an. Zusätzlich gibt es ein gebräuchliches Symbol für die E-Mail-Kommunikation nicht nur unter den Mitgliedern, sondern auch mit der Firma Conrad. Es gibt also die Möglichkeit, die Frage bzw. den ganzen thread elektronisch an jede beliebige E-Mailadresse abzusenden. Dies ermöglicht eine schnelle Verbreitung des besprochenen Fachinhaltes. Die sozialen Netzwerke machen die jeweilige Kommunikation zugänglich für eine breite Masse von Prosumenten (vgl. URL 5). So werden die Nutzer bezeichnet, die die Inhalte nicht nur konsumieren, d.h. suchen und durchlesen, sondern auch selbst produzieren, indem sie beispielsweise neue Diskussionen öffnen, Fragen stellen und reagieren. Diese Eigenschaft ist für das Internetforum bei Conrad signifikant: Es handelt sich um eine interaktive Dienstleistung, die sich an eine Zielgruppe richtet, die zwischen den einfachen Konsumenten und den professionellen Anwendern steht. Charakteristisch dafür sind die Leistungen, die über die Bedürfnisse des Gelegenheitsnutzers hinausgehen und oft eine erweiterte Sachkenntnis zur Benutzung erfordern (vgl. URL 5). Dies ist ein weiterer Beleg dafür, dass die Kommunikation zwischen Experten und Laien heutzutage eine neue Perspektive gewinnt.

Die Frage ist zwar von einem Laien geschrieben, aber die verwendete Fachterminologie deutet auf einen eher erfahrenen Nutzer hin (Router, Kabelanschluss, überbrücken). Diese hochspezialisierten Fachtermini werden nicht weiter erklärt. Es kann daraus geschlossen werden, dass die Frage von einem geübten und sachkundigen Menschen gestellt wird. Hier bestätigt sich die Prämisse der Einleitung: Die Nutzer möchten Probleme diskutieren, mit denen sich die Experten auskennen. Sie suchen nach einer Lösung, aber es fehlen die Ausbildung und vor allem Erfahrungen für eine eigenständige Problemlösung und Einblick in den aktuellen Wissensstand.

Ein anderer Aspekt dieser Kommunikationssituation ist die Einbeziehung von Experten. Diese kann bei Conrad auf zwei Wegen eintreten. Entweder arbeitet das Internetforum mit den registrierten Fachleuten zusammen, wobei die Auswahlkriterien intern bleiben und die Legitimation dieser Menschen sich nur dadurch bestätigen lässt, dass sie bei Conrad den Registrierungsprozess erfolgreich absolviert haben. Oder es können auch registrierte Nutzer zur Diskussion beitragen, ihre Ratschläge sind jedoch anders markiert, der Status eines Nicht-Experten kann erkannt werden. In der Abbildung gibt es eine Antwort auf die vorherige Frage von einem registrierten und von Conrad geprüften Experten. Die Gestaltung des Expertenprofils wurde offensichtlich durch Twitter inspiriert – man wählt einen Profilnamen sowie ein Profilfoto aus. Diesem Profil kann man „folgen“, und es wird die Anzahl an „Followern“ gezeigt. Des Weiteren wird über die Anzahl der geführten Diskussionen und begonnenen threads informiert. Es folgt zudem eine Übersicht von gegebenen Antworten zusammen mit der Bewertung anderer Diskutierender, die durch die Vergabe von Sternen die Nützlichkeit des erteilten Ratschlages bewerten. Von dem sozialen Netzwerk Facebook angeregt erscheint eine vertikale Leiste mit Zeitangaben und Informationen über Aktivitäten auf dem Profil.

Diese detaillierten Auskünfte haben die Steigerung der Glaubwürdigkeit bzw. auch die Bestätigung, dass sich der registrierte Experte tatsächlich im jeweiligen Themenbereich auskennt, zum Ziel.

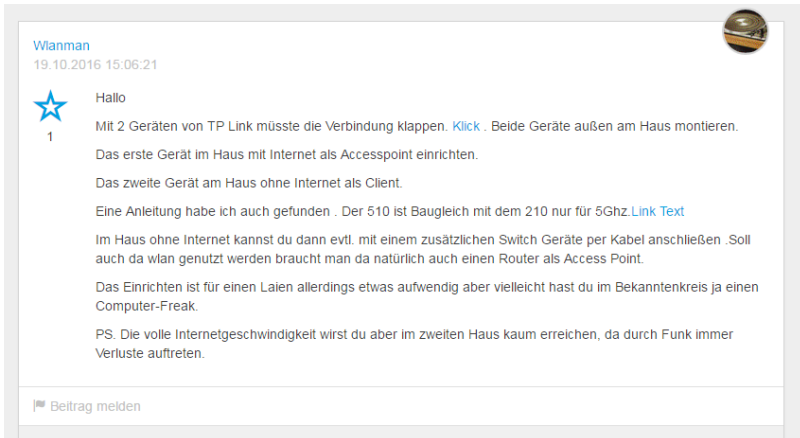


Abb. 4: Quelle: URL 2

Die Antwort aus dem Expertenprofil „Wlanman“ ist breit angelegt und beinhaltet sieben Textaussagen und zwei Hypertexthinweise. Diskussionsbeiträge in dieser Länge stellen jedoch bei Conrad keine Ausnahme dar. Das deutet darauf hin, dass die Experten viele Aspekte der Frage in Betracht ziehen möchten. Die Formulierungen verzichten oft auf eine einleitende und abschließende Passage, oder sie versuchen diese Phase zu minimieren, was die verwendete Grußformel im Beispiel oben (*Hallo*) belegt. Die Antwort bietet eine Lösungsmöglichkeit des Problems bezüglich eines Hardwareproduktes (*Router*) und äußert einen hohen Grad der Überzeugung (*müsste klappen*) hinsichtlich der angebotenen Hilfe. Diese Perspektive wird durch einen Hypertexthinweis zum Installationsschema und durch die Kenntnis derselben Installation bei zwei unterschiedlichen Produktmodellen verstärkt. Des Weiteren kommen Informationen zur optimalen Positionierung des Gerätes sowie Hinweise zur Grundeinstellung vor. Sprachlich handelt es sich um eine Handlungsanweisung mit appellativ-informierender Funktion, in der die Sprechhandlung einer Instruktion bzw. Aufforderung übermittelt wird. (vgl. Werbová, 2015, S. 170). Die Antwort berücksichtigt viele Aspekte der gestellten Frage und sieht außerdem mögliche Schwierigkeiten voraus: Es wird die Grundeinstellung präzisiert, eine Anleitung wird gefunden und wieder durch einen Hypertexthinweis effektiv vermittelt. Es wird darüber hinaus die Eventualität erwähnt, dass weitere technische Geräte oder drahtlose Internetverbindungen möglicherweise angewendet werden sollen, sowie eine Lösung, wie dies realisiert

werden kann. Es folgt noch die Einschätzung des beschriebenen Vorgangs für einen Laien, wobei dieser tatsächlich so benannt wird. Als eine nur eingeschränkt brauchbare Empfehlung kann man den Vorschlag empfinden, sich an einen Computer-Freak zu wenden. Es wird damit gerechnet, dass jeder Mensch in seinem Bekanntenkreis einen Computer-Fan finden kann. Es wird zudem vorausgesetzt, dass dieser sich mit drahtlosen Internetverbindungen auskennt, was nicht zwangsläufig der Fall sein muss. Da in der gestellten Frage die erwünschte hohe Geschwindigkeit des Internetanschlusses erwähnt wurde, fügte der Experte eine Bemerkung an, dass dieser Wunsch aus technischen Gründen nicht realisiert werden kann. Die Anredeform änderte sich im Verlauf der Antwort von der unpersönlichen Ausdrucksweise zum Duzen. Dies kann man als Bemühung um eine Verstärkung des Gefühls der Gruppenzugehörigkeit interpretieren. Der Experte zeigt dadurch außerdem eine engere Beziehung zum Hilfesuchenden, und das kann als ein Signal für erhöhte Empathie verstanden werden. Man kann also Merkmale einer Emotionalisierung ausmachen, die heutzutage im Bereich der Fachsprache eine signifikante Rolle spielen (vgl. Vaňková / Satzger, 2015, S. 10).

Die Strukturierung und die Vermittlung des Fachinhalts im Rahmen der Antwort zeigen, dass sich der Experte der heterogenen Vorkenntnisse des Fragenden und seiner Wahrnehmungsperspektive bewusst ist. Er nutzt die Rahmenbedingungen des Internetforums und der interaktiven Relation einer Frage mit mehreren Antworten aus, um das Wissen effektiv zu distribuieren. Er bringt eine realistische Einschätzung der Laienperspektive zum Ausdruck und antizipiert die möglichen Schwierigkeiten im Voraus. Das Kommunikationsmedium eines internetbasierten Fachforums erleichtert die Vermittlung von visualisierten Inhalten durch Hypertexthinweise („*Link Text*“) bzw. direkte Verlinkung von Fachinhalten („*Klick*“). Der Nutzer bekommt somit auf eine verständliche Weise ausführliche Informationen, Zugang zu relevanten Abbildungen und Einstellungen und kann von weiteren relevanten Zusammenhängen profitieren. Von Vorteil ist auch die Möglichkeit, jederzeit mittels direkten Durchklickens zum Onlineshop zu kommen. Conrad bietet außerdem eine neue Modalität in der Experten-Laien-Kommunikation: Der Nutzer kann sich dazu äußern, ob ihm die vermittelten Informationen geholfen haben und diese Antwort als „Beste Lösung“ und mit einem blauen Stern bewerten. Dieser Vorgang stellt eine Art von Feedback dar, das im System angezeigt wird, und weitere Nutzer können diese Lösung kommentieren. In dem untersuchten Fall beschreibt der Experte verständlich und hilfreich einen Vorgang, vermittelt eine Methode und formuliert nützliche Informationen mit vielen Aspekten, die kaum bzw. nur angedeutet in dem Fragetext ausgedrückt wurden. Seine Bemühung um Verständlichkeit, um Einbeziehung von unterschiedlichen Wahrnehmungsperspektiven, um einen eindeutigen Sprachausdruck, um Antizipation des heterogenen Vorwissens oder um Veranschaulichung mittels interaktiver Funktionalitäten des Internetforums wurden positiv bewertet.

## 5. Fazit

Anhand dieser Untersuchung kann man zu den nachfolgenden Schlussfolgerungen kommen, die im Zentrum der sprachwissenschaftlichen Beschäftigung mit diesem Thema stehen. Die bisherigen Strategien bei der Vermittlung und Verbreitung von Fachwissen haben sich aufgrund der interaktiven technischen Rahmenbedingungen verändert. Die Kommunikation zwischen Experten und Laien wird zunehmend über Computer (d.h. internetbasiert, digital und online) realisiert. Die Struktur und Verwaltung des untersuchten Internetforums ermöglichen es, aktiv, über eine einfache Registrierung, in den direkten Dialog mit der Community, in der Experten, Halb-Experten und Ratsuchende tätig sind, zu treten. Dies stellt jedoch eine wesentliche Veränderung des Kommunikationsparadigmas in dieser Branche dar: Auf einer öffentlichen Kommunikationsplattform treffen die interessierte Öffentlichkeit, registrierte Experten, (potentielle) Kunden, Menschen mit konkreten Produkterfahrungen oder mit Erfahrungen bei dessen Installation bzw. korrekter Verwendung zusammen. Es wird ein direkter Austausch von Tipps, Ratschlägen, Erfahrungen, Anweisungen und visuellen Unterlagen auf einer interaktiven Plattform ermöglicht. Eine grundlegende Eigenschaft eines Internetforums ist es, Abbildungen, Schemen und komplexe visualisierte Vorgänge technisch leicht einbeziehen und jederzeit abrufen zu können.

Es hat sich gezeigt, dass für die wechselseitige Verständigung zwischen Experten und Laien gewisse Anforderungen erfüllt werden müssen. Aufgrund des heterogenen Vorwissens findet man auf der Expertenseite Antizipationen des Fachwissens aus der Laienperspektive und die darauf basierenden Adaptionen. Der sprachliche Ausdruck und die konkrete Formulierung einzelner Kommunikationsbeiträge auf die (vermutete) Perspektive des Gesprächspartners hin haben sich als notwendig und hilfreich erwiesen. Aus den untersuchten Belegen geht hervor, dass durch Selektion und Umstrukturierung der Fachinhalte die Verständlichkeit bzw. Gebrauchstauglichkeit der geleisteten Hilfe wesentlich erhöht werden können.

Die Untersuchung der Fachkommunikation zwischen Experten und Laien bestätigt, dass zu den wichtigsten Rahmenbedingungen für die Vermittlung von Fachinhalten das Kommunikationsmedium gehört. Des Weiteren ist es eine realistische Einschätzung der Laienwahrnehmungen, zusammen mit Hinweisen auf mögliche zusätzliche Schwierigkeiten, die man in den Formulierungen der geleisteten Hilfestellungen beobachten kann. Aus der Analyse dieses Themas geht hervor, dass der Bereich der Computer- und Elektrotechnik heutzutage viel mehr an der Grenze zwischen Fach- und Alltagswissen liegt. Viele Menschen, die als interessierte Öffentlichkeit, Hobby-Techniker oder Handwerker bezeichnet werden können, bewegen sich in diesem Bereich. Die Gruppe der Nutzer (also die Community) des untersuchten Internetforums ist heterogen.

Zu den weiteren grundlegenden Aspekten gehört, dass die Kommunikation in Internetforen zeitlich asynchron ist. Das stellt einen weiteren Unterschied zur Face-To-Face-Kommunikation dar: Informationen werden nicht nur auf Anfrage mitgeteilt, man wird zum Austausch von Fachwissen herausgefordert, und alle Diskussionsbeiträge werden archiviert. Die Erstellung eines Profils bzw. die Registrierung bietet die Möglichkeit, innerhalb der Community zudem dafür zu sorgen, dass die Nutzer sofort wissen, dass die Informationen direkt von dem konkreten Menschen (je nach dem zugeteilten Status kann man ihn als einen Experten bezeichnen) kommen. Damit scheint die Problematik der Qualitätssicherung von erteilten Informationen und der fachlichen Qualität der Inhalte geklärt zu sein.

Die fachliche Beratung über das Internet und ähnliche Beratungsformen gewinnen zunehmend an Bedeutung und dienen als Ergänzung bzw. als Ersatz für die persönliche Fachberatung von Experten im Rahmen der Face-To-Face-Kommunikation. Es ist gelungen, eine realitätsnahe Beratungssituation durch das Medium Internet zu schaffen. Es ist jedoch notwendig, sich auf diese besondere Kommunikationssituation umzustellen. Das Potenzial der fachlichen Beratung über das Internet ist enorm, und es kann davon ausgegangen werden, dass diese Beratungsformen zunehmend an Bedeutung gewinnen werden, da sie die schnelle und umfassende Versorgung breiter Bevölkerungsschichten mit Fachinformationen ermöglichen.

## **Abstract**

This article deals with new platforms of communication between professionals and laymen – with internet forums. The analyzed internet forum is provided by the German computer and electronics company Conrad. The aim was to show, how the communication between professionals and laymen was changed in that case, it was relocated to an interactive digital setting. After a necessarily theoretical basis follows an analysis of chosen communication situations and as well a presentation of achieved conclusions.

## **Keywords**

Internet forum, professionals-laymen-communication, consulting, computer technology, electronics

## **Literaturverzeichnis**

Bromme, Rainer / Jucks, Regina (2003). Wenn Experten und Laien sich nicht verstehen. In: *Forschungsjournal der WWU* 3. Münster: Universität Münster, S. 20-25.

Bromme, Rainer / Jucks, Regina / Rambow, Riklef (2004). Experten-Laien-Kommunikation im Wissensmanagement. In: Reinmann, Gabi / Mandl, Heinz (Hg.).

*Der Mensch im Wissensmanagement: Psychologische Konzepte zum besseren Verständnis und Umgang mit Wissen.* Göttingen: Hogrefe, S. 114-126.

Ebner, Michael (2008). *Internetforen. Verwenden – einrichten – betreiben.* Norderstedt: Books on Demand.

Emrich, Thomas (2013). Der Weg zum Piktogramm. In: *Technische Kommunikation*, Nr. 03. Stuttgart, S. 51-53. Online verfügbar unter [http://www.itl.eu/fileadmin/media/docs/infopool\\_veroeffentlichungen/2013/technische-kommunikation\\_03-2013\\_Piktogramm-Artikel\\_Emrich.pdf](http://www.itl.eu/fileadmin/media/docs/infopool_veroeffentlichungen/2013/technische-kommunikation_03-2013_Piktogramm-Artikel_Emrich.pdf) [04.10.2016]

Jucks, Regina (2001). *Was verstehen Laien? Die Verständlichkeit von Fachtexten aus der Sicht von Computer-Experten.* Münster: Waxmann.

Pišl, Milan (2015). Möglichkeiten und Grenzen der Wissensvermittlung in Männerzeitschriften. In: Satzger, Axel / Vaňková, Lenka / Wolf, Norbert R. (Hg.). *Fachkommunikation im Wandel – The Changing Landscape of Professional Discourse.* Ostrava: Ostravská univerzita, S. 147-160.

Satzger, Axel (2013). Und wieder Fachsprachen. In: *Acta Studia Facultatis Philosophicae Universitatis Ostraviensis. Studia Germanistica*, 12, Ostrava: Ostravská univerzita, S. 41-52.

Vaňková, Lenka / Satzger, Axel (2015). Fachsprachen als Katalysator für die Annäherung von akademischer Ausbildung und gesellschaftlichen Bedürfnissen. In: Satzger, Axel / Vaňková, Lenka / Wolf, Norbert R. (Hg.). *Fachkommunikation im Wandel – The Changing Landscape of Professional Discourse.* Ostrava: Ostravská univerzita, S. 9-12.

Werbová, Marie (2015). Sprachliche und nichtsprachliche Mittel im fachinternen Wissenstransfer. Eine Untersuchung am Beispiel der Fachtextsorte Technische Anleitung. In: Satzger, Axel / Vaňková, Lenka / Wolf, Norbert R. (Hg.). *Fachkommunikation im Wandel – The Changing Landscape of Professional Discourse.* Ostrava: Ostravská univerzita, S. 161-174.

## **Internetquellen**

URL 1: <http://ff.osu.cz/cvoj/index.php?id=9536> [27.09.2016]

URL 2: <https://community.conrad.de/> [12.10.2016]

URL 3: <https://community.conrad.de/community-richtlinien> [12.10.2016]

URL 4: <http://trendspektor.de/2000/lifestyle/rangliste-der-zwanzig-grosten-deutschen-foren/> [11.10.2016]

URL 5: <http://www-05.ibm.com/de/media/news/medienstudie-28-04-08.html> [26.09.2016]



Dieser Text entstand im Rahmen des SGS-Projektes „Prezentace odborných informací v odborném i neoborném kontextu“ (SGS21/FF/2016-2017), das am Lehrstuhl für Germanistik der Philosophischen Fakultät der Universität Ostrava realisiert wurde.