

Ente - frisch aus der Gerüchte-Küche

79 Prozent der Amerikaner glauben an die Existenz weltkriegsauslösender Computerviren, aber nur 20 Prozent der weltkriegsauslösenden Viren glauben an die Existenz von Amerikanern. 95 Prozent der Internet-Gemeinde lächeln beim Surfen, und 60 Prozent putzen sich unmittelbar nach dem Wellenreiten die Zähne. Besonders der Besuch von E-Commerce-Sites schürt das Bedürfnis nach Mundhygiene. Weitere Untersuchungen zu Reinlichkeit und Internet stehen noch aus, doch schon jetzt hat die Zahnpflege-Industrie eine Zusammenarbeit mit den wichtigsten Shopping-Diensten angekündigt und namhafte Forscher arbeiten am Projekt "Mauskabel-Zahnseide".

Unklar ist derzeit noch, ob das Internet ein Nährboden für Zahnbelag ist. Umstritten ist auch, ob Anwender zwanghaft Zähne putzen, weil sie beim Surfen so viele hanebüchene Studien schlucken. Klar aber ist: Gerüchte-Gerichte kommen gut an im Web. Kein Wunder, wo hier ständig "Meinung erhoben" und in Sekundenschnelle verbreitet wird, so schnell, dass dem Surfer keine Zeit bleibt, sich zu fragen, ob es denn stimmt, was da behauptet wird.

Mitgemacht und frisch gekocht ist halb gewonnen, sagt sich da so mancher und wird Gerüchte-Koch. Und in der Tat - mit simplen Textbausteinen wie "im Netz", "immer mehr" sowie "Menschen, Frauen, Männer" oder "Hunde" kann jeder selbst gemachte Studien zubereiten: Einfach per Web-Umfrage Prozentzahlen ermitteln und diese dann mit einem Internet-Hype zur Statistik vermengen, glattrühren - fertig. Schon schmeckts dem Surfer.

Inzwischen ist das Verbreiten von Internet-Umfragen nach dem Verschicken von Pornoinhalten zum beliebtesten Volkssport im Web geworden. Fast jeder hat sein eigenes Marktforschungsinstitut, allerdings ist die Rivalität der Aussagen mitunter heftig. Auch in der Gerüchte-Küche können zu viele Köche den Brei verderben. Liegen vergleichbare Studien zu weit auseinander, wird selbst der gerüchtehungrigste Surfer misstrauisch. Wer hier wahllos drauflos formuliert, arbeitet dem Bedürfnis des Surfers nach Falschmeldungen und Märchen entgegen, weckt Skepsis und gräbt den eigenen Enten das Wasser ab.

Der besonnene Gerüchte-Koch sollte daher Studien nicht wahllos zusammenschütten, sondern sein Ziel im Auge behalten. Und das heißt, per Erhebung eine Norm

diktieren. Wer glaubhaft machen kann, die meisten Menschen fänden Nadeldrucker-Tattoos attraktiv, fördert den Absatz von alten Druckern. Auch die Goldgräberstimmung beim Online-Handel wird angeheizt, indem E-Commerce-Muffel zu Außenseitern abgestempelt werden. Unaufhaltsam steigt die Anzahl der Studien mit der Aussage "E-Commerce macht alle reich" (1999 von 59 auf 65 Prozent). Entsprechend wächst die Anzahl der Surfer, die denken: "Alle werden reich, nur ich nicht" (1999 von 49 auf 55 Prozent).

So belegt jeder das von ihm gewünschte Verhalten mit Zahlen, um den Anpassungsdruck zu erhöhen. Dabei kommt es mehr und mehr zu fragwürdigen Aussagen. Immer mehr Experten raten daher zur Vorsicht, wenn Wörter wie "Studie" und "Internet" im gleichen Satz auftauchen. Doch wir haben keine Zeit für Skepsis, denn hier kommen schon die nächsten Umfragen aus dem Web geschwappt: 91 Prozent der Leser finden dieses Editorial gut, 19 sogar sehr gut, die übrigen 45 Prozent haben es noch nicht gelesen. Nur 37 Prozent lesen überhaupt nie ein Editorial.

Maria Benning
Maria Benning

