

Das QWEB-Tool: Bewertungsbogen für die Qualität von Ernährungs-Beiträgen im World Wide Web

Marianne Kriz, Jutta M. Möseneder, Gabriele Leitner

Webseite:

Datum:

Gesamtbewertung: Empfehlenswert Bedingt empfehlenswert Nicht empfehlenswert

Pro Frage ist nur EINE Antwort zulässig!

A) UNABHÄNGIGKEIT (gesamt 15)

1. Ist die Finanzierungsquelle der Webseite offengelegt? [1–5]

JA (3 P.) NEIN (0 P.)

Diese Information sollte im Impressum zu finden sein. Bei Nichtangabe ist NEIN anzukreuzen. Die Frage wertet nicht, ob eine Webseite mit Werbung unabhängig ist oder primär kommerzielle Zwecke verfolgt.

2. Wird im Impressum ein nicht-kommerzielles Ziel deklariert? [4–7]

JA (3 P.) NEIN (0 P.)

Falls dem so ist, findet man diese Information ebenso im Impressum, Wortlaut in etwa „dient der Weitergabe unabhängiger medizinischer Informationen“. Diese explizite Angabe gilt als ein hohes Gütekriterium.

3. Verweist die Webseite auf ihren eigenen Webshop bzw. findet man *Affiliate Links* zu anderen Webshops oder Plattformen? [1, 5]

NEIN (3 P.) JA (0 P.)

Sogenannte *Affiliate Links* sind Hyperlinks, durch deren Anklicken vom Produkthersteller eine Provision gezahlt wird [8]. Inhaltlicher Bias ist sehr wahrscheinlich, wenn eine Webseite einen Beitrag verfasst und darin ein Produkt aus dem eigenen Webshop explizit erwähnt wird oder sogar einen Hyperlink gesetzt wurde, der direkt zum Produkt im Webshop führt.

4. Werden Werbebeiträge für den Webshop klar und deutlich abgegrenzt vom Text beworben? [4, 7]

KEINE WERBUNG (3 P.)
 JA (1,5 P.) NEIN (0 P.)

Besonders *Affiliate Links* werden häufig nicht auf den ersten Blick als solche erkennbar im Text eingebaut =

versteckte Werbung. Wenn Werbung z. B. am Webseitenrand in einem eingerahmten Kasten mit dem Begriff Werbung versehen zu finden ist, gilt diese als ausreichend gut gekennzeichnet und daher ist JA anzukreuzen (grafische Abtrennung, z. B. „Werbung“, „Werbeeinschaltung“).

5. Wird das beworbene Produkt besonders positiv dargestellt? [2, 5, 7]

KEINE WERBUNG (3 P.)
 NEIN = AUSGEWOGEN (1,5 P.)
 JA (0 P.)

Das Nichterwähnen von Nachteilen und Nebenwirkungen oder Informationen über alternative, gleichwertige Produkte, Methoden etc. sowie das massive Hervorheben von positiven Attributen spricht für eine fehlende Seriosität einer Webseite.

Punkte UNABHÄNGIGKEIT:

Wert in %:

B) TRANSPARENZ (gesamt 15)

a) Autorenschaft (gesamt 5)

6. Werden AutorInnen angegeben? [1, 2, 4, 5, 7, 9]

JA (1 P.) NEIN (0 P.)

→ wenn NEIN, weiter bei Frage 11

7. Werden deren Qualifikationsnachweise/Berufsbezeichnungen angegeben? [2, 4, 9]

JA (1 P.) NEIN = TEILWEISE (0,5 P.)

NEIN (0 P.)

→ wenn NEIN, weiter bei Frage 10

8. Sind diese Qualifikationsnachweise belegbar und recherchierbar? [2, 6]

JA (1 P.) NEIN = TEILWEISE (0,5 P.)

NEIN (0 P.)

Mittels Eingabe in die Suchmaschine Google recherchieren, ob z. B. ein Lebenslauf oder eine persönliche Webseite der Person existiert, wo dies belegt wird.

9. Sind die AutorInnen in einem Beruf mit einem ernährungswissenschaftlichen/diätologischen oder medizinischen (u. a.) Hintergrund tätig? [2, 4]

JA (1 P.) NEIN = TEILWEISE (0,5 P.)

NEIN (0 P.)

Hiermit soll die Abgrenzung von Nicht-Ernährungsfachleuten (JournalistInnen, Privatpersonen, KöchInnen, ErnährungstrainerInnen etc.) erfolgen, da nur Personen mit fachlicher Qualifikation und ausreichendem Hintergrundwissen über ernährungsmedizinische Themen kompetent informieren können. Beispielsweise soll auch bei Beiträgen auf einem persönlichen Blog von einer erkrankten Person NEIN angekreuzt werden, da eine Erkrankung niemals Garant für medizinisch korrektes, umfassendes Wissen sein kann.

10. Sind Kontaktdaten (E-Mail-Adresse, Angabe des Institutes etc.) der AutorInnen vorhanden? [1]

JA (1 P.) NEIN = TEILWEISE (0,5 P.)

NEIN (0 P.)

b) Hintergrund (gesamt 5)

11. Ist der Ursprung von Informationen ersichtlich? [1, 4, 5, 7]

JA (1 P.) NEIN (0 P.)

→ wenn NEIN, weiter bei Frage 15

Hier steht die Kennzeichnung vom Ursprung von Informationen im Vordergrund, es wird noch nicht näher betrachtet, ob eine Quelle wissenschaftlich hochwertig ist (es sollen mehr als zwei Quellenangaben vorhanden sein, sowohl wissenschaftliche als auch populärwissen-

schaftliche sind zulässig). Bei keiner, einer oder zwei Quellenangaben ist NEIN anzukreuzen, erst ab drei Quellen JA.

12. Ist mehr als die Hälfte der angegebenen Quellen aktuell?

JA (1 P.) NEIN (0,5 P.)

Aktuell wurde mit „nicht älter als 10 Jahre“ definiert. Hier ist zu bedenken, dass es besonders bei „allgemein bekanntem Wissen“ häufig keine aktuelleren Quellen gibt, wenn sich der Stand der Wissenschaft nicht geändert hat, z. B. Definitionen von Grundumsatz oder Angaben von Energiegehalt (in kcal) von einzelnen Makronährstoffen. In solch einem Fall sind die angegebenen, älteren Quellen zu den aktuellen hinzuzurechnen und es ist JA anzukreuzen.

13. Führen mehr als die Hälfte der Literaturhinweise zu kostenlosen Volltexten? [7]

JA (1 P.) NEIN (0,5 P.)

Wenn überwiegend populärwissenschaftliche Quellen (Blogs, Zeitungartikel, unwissenschaftliche Journale und Verlage) etc. angegeben sind, ist NEIN anzukreuzen, da diese Frage auf rein wissenschaftliche Studien abzielt. Wenn zwar nur wissenschaftliche Publikationen als Literaturhinweis angegeben wurden, überwiegend aber die Volltexte nicht kostenlos abrufbar sind, ist dies auch ungünstig, daher ist ebenso NEIN anzukreuzen.

14. Werden mehr als die Hälfte der angeführten Studien bzw. Informationen mit rein wissenschaftlichen Quellen belegt? [7, 9]

JA (1 P.) NEIN (0 P.)

Hier wird noch nicht bewertet, ob eine angegebene Studie eine hohe Evidenzklasse aufweist. „Rein wissenschaftlich“ wurde von „populärwissenschaftlich/unwissenschaftlich“ abgegrenzt festgelegt: Der Beitrag, die Studie etc. muss in einem Fachjournal, auf der Webseite einer Fachgesellschaft etc. zu finden und in Google Scholar, PubMed u. ä. auffindbar und publiziert sein.

15. Ist klar zu erkennen, welche Aussagen der subjektiven Meinung der AutorInnen entsprechen und somit nicht belegt und zitiert wurden? [6]

JA (1 P.) NEIN = TEILWEISE (0,5 P.)

NEIN (0 P.)

Unbelegte Aussagen sind entweder nicht zitiert worden oder spiegeln die subjektive Meinung des Autors/der Autorin wider. Da dies in vielen Fällen nicht ersichtlich ist, sollen Aussagen im Zweifel als nicht zitiert gezählt werden, daher ist NEIN anzukreuzen.

c) Aktualität (gesamt 3)

16. Wurde die gesamte Webseite innerhalb der letzten 4 Monate aktualisiert? [2, 9]

- JA (1 P.) NEIN/INFORMATION NICHT VORHANDEN (0 P.)

17. Ist das Erstellungsdatum des Einzelbeitrags angegeben? [1, 4, 5, 7, 9]

- JA (1 P.) NEIN (0 P.)

18. Ist das Datum der letzten Aktualisierung des Beitrags ersichtlich? [1, 4, 5, 7]

- JA/BEITRAG AKTUELL (1 P.) NEIN (0 P.)

Falls ein Beitrag erst vor kurzem erstellt und daher noch nicht aktualisiert wurde, ist JA anzukreuzen.

d) Qualitätssiegel (gesamt 2)

19. Trägt die Webseite ein Qualitätssiegel? (HON, Stiftung-Gesundheit, AFGIS etc.) [5, 6]

- JA (1 P.) NEIN (0 P.)

→ wenn NEIN, weiter bei Frage 21

20. Ist das Siegel (gemäß den jeweiligen Siegelrichtlinien) aktuell? [5]

- JA (1 P.) NEIN (0 P.)

Punkte TRANSPARENZ:

Wert in %:

C) Inhalt (gesamt 30)

a) Evidenz (gesamt 10)

21. Sind mehr als die Hälfte der angegebenen Studien oder Informationen aussagekräftig? [2], [5], [7]

- JA (2 P.) NEIN/NICHT VORHANDEN (0 P.)

Diese Frage dient zur Abgrenzung von Nr. 14. Nun wird abgeklärt, ob zitierte Studien bei ihrem Studiendesign wissenschaftlich vorgegangen sind und ob Rahmenbedingungen eingehalten wurden (Validität, *In vivo*- vs. *In vitro*-Studie, Verblindung, Probandenzahlen, Studiendauer etc.). AnwenderInnen des Tools müssen Wissen über Studienqualität mitbringen. Bei fachlichen Aussagen sollen AnwenderInnen in der Lage sein, die Inhalte mit z. B. Leitlinien oder Fachbüchern abzugleichen.

22. Sind Angaben zum Evidenzgrad der verwendeten Quellen im Beitrag zu finden? [7]

- JA (2 P.) NEIN = TEILWEISE (1 P.)
 NEIN (0 P.)

→ wenn NEIN, weiter bei Frage 24

23. Werden Evidenz und Inhalt im Beitrag verzerrt zum Originaltext dargestellt?

- NEIN (2 P.)
 POSITIVERE DARSTELLUNG (0 P.)

Dass Studien zitiert werden, deren Ergebnisse im Beitrag dann aber verfälscht wiedergegeben werden, ist häufig zu beobachten. Daher ist es wichtig, zumindest das Abstract, besser aber auch die Methodik und die Diskussion der Ergebnisse zumindest querzulesen.

24. Entsprechen die im Beitrag abgegebenen Ernährungsempfehlungen den zugrundeliegenden bekannten Leitlinien der Indikation? [7]

- JA (2 P.) NEIN = TEILWEISE (1 P.)
 NEIN/NICHT VORHANDEN (0 P.)

AnwenderInnen sollten in den jeweiligen Leitlinien nachlesen, wenn ihnen die Inhalte nicht bekannt sind.

25. Werden Fachgesellschaften oder Leitlinien als Referenz für Ernährungsempfehlungen genannt bzw. zitiert?

- JA (2 P.) TEILWEISE (1 P.)
 NEIN (0 P.)

b) Ausgewogenheit (gesamt 10)

26. Beleuchtet der Beitrag sowohl Vor- als auch Nachteile des Themas? [5, 7]

- JA (2 P.) NEIN (0 P.)

27. Werden im Beitrag Inhalte als Tatsachen dargestellt, obwohl bekannte Studien darüber maximal eine mögliche Evidenz beschreiben? [5, 9]

- NEIN (2 P.) TEILWEISE (1 P.)
 JA (0 P.)

Leider wird häufig besonders auf Webseiten mit kommerziellen Absichten die Wahrheit soweit verzerrt, dass sich Aussagen über das beworbene Produkt für Werbezwecke eignen, z. B. die antibiotische Wirkung von Kokosöl: Es gibt aber keine Studie die zeigt, dass laurinsäurereiches Kokosöl antibiotisch wirksam ist!

28. Wird das Produkt (oder die Therapieempfehlung/die Verhaltensintervention etc.) im Beitrag als „Allheilmittel/ultimative Lösung“ etc. positioniert? [5, 9]

- NEIN/KEIN Produkt/Intervention etc. vorhanden (2 P.) JA (0 P.)

Wenn in Beiträgen ein Produkt etc. „hochgelobt“ und als alternativlos dargestellt wird oder aber nur Vorteile hervorgehoben werden o. ä., ist von einer niedrigen Glaubwürdigkeit der Webseite auszugehen.

29. Klingt der Beitrag reißerisch formuliert bzw. hat man den Eindruck, dass „Verschwörungstheorien“ gebildet wurden? [2, 5]

NEIN (2 P.) TEILWEISE (1 P.) JA (0 P.)

Wenn in Beiträgen Angst geschürt werden oder Theorien aufgestellt werden, wieso z. B. Produkte von der Lebensmittelindustrie unterdrückt wurden, ist die Glaubwürdigkeit der Webseite gering.

30. Ist im Beitrag der Hinweis auf eine ausgewogene (oder für die Indikation adäquate) Ernährung bzw. auf das Aufsuchen von Ernährungsfachkräften bzw. MedizinerInnen zu finden? [4, 7]

JA (2 P.) TEILWEISE (1 P.) NEIN (0 P.)

Wenn nur einer von beiden Hinweisen vorhanden ist, ist TEILWEISE anzukreuzen.

c) Verständlichkeit und Prägnanz (gesamt 10)

31. Werden verwendete Fachbegriffe ausreichend erklärt? [7]

JA (2 P.) TEILWEISE (1 P.)
 NICHT ERKLÄRT/VORHANDEN (0 P.)

Die Verwendung von Fachbegriffen ist prinzipiell sinnvoll, diese müssen aber für Laien erklärt werden. Wenn keine verwendet oder vorhandene nicht erklärt wurden, werden keine Punkte vergeben.

32. Werden komplexere Themen (z. B. Stoffwechselfvorgänge) hinreichend erklärt bzw. Verlinkungen zu anderen erklärenden Beiträgen angegeben? [3, 5, 7]

JA (2 P.) TEILWEISE (1 P.)
 NEIN/NICHT VORHANDEN (0 P.)

33. Ist der Beitrag gut strukturiert gegliedert und falls vorhanden, sind Überschriften sinnvoll und selbsterklärend gewählt? [7]

JA (2 P.) TEILWEISE (1 P.) NEIN (0 P.)

34. Kann man wichtige Informationen schnell erfassen und gibt es ein Fazit?

JA (2 P.) KEIN FAZIT (1 P.) NEIN (0 P.)

35. Finden sich im Beitrag Rechtschreib- und/oder Grammatikfehler?

NEIN (2 P.) JA (0 P.)

Punkte INHALT:

Wert in %:

Punkte GESAMT:

Literatur

Das Konzept des QWEB-Tools ist modifiziert nach England und Nicholls (2004) [6] und Central Krankenversicherung (2015) [7], weiter wurden Kriterien Silberg et al. (1997) [1], Vozenilek (1998) [2] und Williams et al. (2002) [3] berücksichtigt.

1. Silberg WM, Lundberg GD, Musacchio RA (1977) Assessing, controlling, and assuring the quality of medical information on the Internet: caveat lector et viewer—let the reader and viewer beware. *JAMA* 277: 1244–1245
2. Vozenilek G (1998) The wheat from the chaff: sorting out nutrition information on the internet. *J Am Diet Assoc* 98: 1270–1272
3. Williams P, Nicholas D, Huntington P, McLean F (2002) Surfing for health: user evaluation of a health information website. Part one: background and literature review. *Health Inf Libr J* 19: 98–108
4. Health On the Net Foundation. Health On the Net Code of Conduct (HONcode). (2017) URL: www.hon.ch/HONcode Zugriff 11.11.17
5. Patienten-Information.de. Qualität von Gesundheitsinformationen im Internet. (2017) URL: www.patienten-information.de/checklisten/qualitaet-von-gesundheitsinformationen/ Zugriff 11.11.17
6. England CY, Nicholls AM (2004) Advice available on the Internet for people with coeliac disease: an evaluation of the quality of websites. *J Hum Nutr Diet Off J Br Diet Assoc* 17: 547–59
7. Central Krankenversicherung. Praxis Dr. Internet- Studie zum Krankheitssuchverhalten in Deutschland sowie zur Qualität von Gesundheitsinformationen im Internet. (2015) URL: www.central.de/Praxis-Dr-Internet/ Zugriff 11.11.17
8. Blogaufbau.de. Was ist ein Affiliate Link. (2018) URL: www.blogaufbau.de/was-ist-ein-affiliate-link/ Zugriff 01.08.18
9. Kerschner B. Wissen was wirkt. Qualität bei Gesundheitsinformationen ist möglich. (2017) URL: www.wissenwaswirkt.org/qualitaet-bei-gesundheitsinformationen-ist-moeglich/ Zugriff 11.11.17