

## **Online-Dienstleistung als Herausforderung für AnbieterInnen unter besonderer Berücksichtigung der Situation in Österreich**

*Birgit Kollek*

### **Zusammenfassung**

Online-Beratung findet zunehmend auch im Dienstleistungssektor statt und damit nicht mehr nur im psychosozialen Beratungskontext. Gerade die Interaktivität des Mediums Internet macht dabei den Reiz für AnbieterInnen aus, die Dienstleistungsangebote auch im virtuellen Raum den KundInnen anzubieten. Der Artikel beleuchtet die notwendigen Schritte und Sichtweisen für eine professionelle Projektplanung solcher Angebote im Internet unter besonderer Berücksichtigung der Situation in Österreich.

### **Keywords**

Online-Beratung, Dienstleistung, Planung und Konzeption, Österreich

### **Autorin**

- **Birgit Kollek**
- Mitarbeiterin wienXtra-kinderinfo mit Schwerpunkt Freizeit- und Kulturberatung für Kinder und Familien
- Absolventin des ARGE Lehrgangs für Jugendinformation
- Zertifizierte Online-Beraterin Lehrgang [online.beratung] 2005
- **Kontakt:** wienXtra-kinderinfo  
Museumsplatz 1 / Hof 2  
A - 1070 Wien  
<http://www.kinderinfowien.at>  
eMail: [birgit.kollek@wienXtra.at](mailto:birgit.kollek@wienXtra.at)

### **1. Einleitung: Wovon ist hier die Rede?**

Mein erster Kontakt mit dem Internet – ein zunächst vergeblicher Versuch, in einem Browserfenster nach dem Eintippen der Internet-Adresse mittels Mausclick eine Homepage zu öffnen, anstatt die Enter-Taste zu drücken – liegt nun schon beinahe zehn Jahre zurück. Die Fähigkeiten, das Internet im Allgemeinen und diverse Online-Kommunikations-Möglichkeiten im Speziellen zu nützen, erlangte ich sukzessive und erst ab meinem 19. Lebensjahr, d. h. als Erwachsene, und zunächst vor allem aus persönlichem Interesse. Erst mit meiner Anstellung beim Verein „wienXtra – ein junges Stadtprogramm“ begann meine Auseinandersetzung mit der Nutzung und Handhabung von Online-Präsentations- und Kommunikationsmöglichkeiten aus AnbieterInnen-Perspektive. Zum damaligen Zeitpunkt war ich als Mitarbeiterin des Teams Kind und Familie für die Daten-Pflege einer Website [1] mitverantwortlich.

Von Anfang an war ich von der Komplexität und Vielfalt der Möglichkeiten, die die Nutzung Neuer Medien [2] eröffnet, fasziniert. Und immer noch sehe ich mich laufend – besonders im Arbeitsalltag – mit Veränderungen und Neuerungen konfrontiert, die mich einerseits aufs

Neue in Erstaunen versetzen und aufgrund derer ich mich andererseits kontinuierlich gefordert fühle, mir weitere Kompetenzen anzueignen.

Sprösslinge der „@-Generation“ (vgl. Eidenbenz 2004) hingegen, also Menschen, die mit der alltäglichen Nutzung von neuen Medien aufgewachsen sind, sowie in bestimmten Berufsfeldern tätige ZeitgenossInnen erleben diesen raschen Wandel vermutlich als selbstverständlich und nicht weiter bemerkenswert. Die Voraussetzungen für den Umgang mit und die Bereitschaft zur Nutzung von Online-Angeboten können daher von Mensch zu Mensch sehr unterschiedlich und von verschiedenen individuellen Faktoren abhängig sein, wie z. B. Alter, (Berufs-) Ausbildung, finanzielle Ressourcen. Dieser Tatsache muss bei der Planung eines Online-Dienstleistungsservice-Angebotes unter vielerlei Aspekten Rechnung getragen werden.

Davon ausgehend, bieten die folgenden Seiten eine Art Orientierungsrahmen für DienstleisterInnen: Ich formuliere einige zentrale Fragen, die bei der Planung und Umsetzung eines Online-Angebotes von Interesse sein könnten. Meine Ausführungen basieren im Wesentlichen auf den Kenntnissen, die ich im Laufe des Lehrgangs [online.beratung] erlangt habe, ergänzt durch meine persönlichen Erfahrungen als Mitarbeiterin von wienXtra.

## **2. Wir gehen auch online! Aber wie und womit?**

### ***Ein interdisziplinäres Projekt***

Eine große Herausforderung, die es bei Projektarbeiten grundsätzlich und auf dem Weg zur erfolgreichen Umsetzung eines neuen Online-Dienstleistungsservices im Besonderen zu bewältigen gilt, stellt die dafür erforderliche Interdisziplinarität dar. Von der Konzeption über die Durchführung bis zu den Auswirkungen eines solchen Projektes sind Menschen in den verschiedensten Arbeitsfeldern und Positionen betroffen:

Angefangen bei der Analyse und anschließenden Berücksichtigung der Bedürfnisse und Möglichkeiten der Zielgruppen, die das Angebot nutzen sollen, über die Motivation und Befähigung der einzelnen MitarbeiterInnen, die für die Betreuung verantwortlich sein werden, bis hin zur Auswahl der passenden technischen Lösung. Für letztere sind sowohl ihre spezifischen Eigenschaften („was kann dieses Tool?“) als auch konzeptiv-inhaltliche Gesichtspunkte („wen und was wollen wir mit unserem Angebot erreichen?“) gleichermaßen ausschlaggebend.

Gleichzeitig sind alle beteiligten Disziplinen auch in die unerlässliche Frage nach den zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen involviert. Daraus folgt zunächst, dass von Seiten der GeldgeberInnen bereits im Laufe der Konzeption konkrete Konzessionen gefordert sind, die die Entscheidung für eine bestimmte oder mehrere Varianten eines Online-Angebotes stark beeinflussen werden. Unter vorgegebenen Rahmenbedingungen kann schließlich ein detailliertes Konzept erstellt werden und zwar von den Personen, die dann mit der gewählten Lösung arbeiten werden.

Zur Erstellung eines vorläufigen Rohkonzeptes als Diskussionsbasis, ist die Anstellung einiger grundsätzlicher Überlegungen zweckmäßig, die hier für die Umsetzung eines Online-(Beratungs)-Forums formuliert und gleichermaßen für die Konzeption anderer Arten von Online-Präsenz anwendbar sind:

- Was sind die Ziele des Forums? (konkret und realistisch)
- Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? (Was ist, wenn ich sie verfehle?)
- Wie sehen meine technischen Ressourcen aus?
- Welche personellen Ressourcen habe ich?
- Was tue ich, wenn die Resonanz auf das Forum zu groß ist, meine personellen Ressourcen aber nicht mitwachsen? (vgl. Kühne, Mattern, 78f.)

### ***Welche Online-Dienstleistungsangebote gibt es überhaupt?***

Neben Einzel-Beratungs- oder Gruppen-Chats, E-Mail-Beratung und Diskussionsforen sind folgende Wege einen Online-Service anzubieten, zu erwähnen: Weblogs, Bots, Instant-Messaging, Mailinglisten, Newsgroups, Pinnwand, SMS, WIKI.

Um die jeweils passende Variante, die sowohl auf die Bedürfnisse und die Voraussetzungen der AnbieterInnen als auch die der NutzerInnen gleichermaßen abgestimmt werden muss, finden zu können, kann eine Diskussion der jeweiligen Vor- und Nachteile beispielsweise unter dem Aspekt der Kalkulierbarkeit der Nutzung sinnvoll sein.

### ***Ressourcen oder: Die (Un-)Kalkulierbarkeit von Nutzungsfrequenzen***

Der Arbeitsaufwand für AnbieterInnen von Online-Services, die ausreichend betreut werden sollen, ist insofern schwierig zu kalkulieren, als dass die Nutzungsfrequenz im Voraus niemals absehbar und weniger leicht steuerbar ist als z. B. die Nutzung einer an einen bestimmten Ort und gewisse Öffnungszeiten gebundenen Einrichtung.

Während AnbieterInnen von Einzel-Chats nach Voranmeldung zumindest die Maximal-Auslastung sehr gut steuern können, muss bei offenen Angeboten wie z. B. Foren oder E-Mail die Möglichkeit einer mitunter signifikanten Frequenzsteigerung mit einberechnet werden: Egal, ob an einem Arbeitstag drei oder dreißig E-Mails zu beantworten sind: seriösen AnbieterInnen wird daran gelegen sein, unabhängig von der Frequenz jede einzelne Kundin und jeden einzelnen Klienten in derselben fest gelegten Qualität zu betreuen.

Welche Herausforderungen eine unvorhersehbare Steigerung der NutzerInnen-Zahlen mit sich bringen kann, stellt Dr. Alexander Brunner, Leiter der wienXtra-jugendinfo, am Beispiel des seit Juli 2001 von der wienXtra-jugendinfo betreuten und moderierten rat&hilfe-Forums [3] folgendermaßen dar:

*„Im Jahr 2005 liegen wir derzeit bei durchschnittlich 300 beantworteten Postings pro Monat, was auf eine Verdoppelung zum Jahr 2004 im Gesamtjahresschnitt hinausläuft.“ (Brunner 2005, Kap. 4.2)*

*„Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, war es immer wieder notwendig in Arbeitsgruppen, Teamsitzungen, Intervisionen und vielen Gesprächen zwischendurch die Arbeit zu reflektieren und Konzepte und Qualitätsstandards zu entwickeln. [...] Das Forum hat sich von einer zusätzlichen Angebotsschiene zu einem Hauptarbeitsfeld der jugendinfo entwickelt, ohne dass zusätzliche Ressourcen dazu in irgendeiner Weise mitgewachsen sind.“ (Brunner 2005, Kap. 4.9)*

Die hier dargestellten Problemlagen zeigen sich vor allem aufgrund der spezifischen Eigenschaften von Online-Kommunikation, welche – von der anderen Seite gesehen – gleichzeitig viele ihrer besonderen Vorteile für UserInnen ausmachen:

Nutzungsmöglichkeit zu jeder Zeit und von jedem Ort aus, weitgehende Anonymität und vergleichsweise geringerer persönlicher Aufwand, um nur einige anzuführen.

### **3. Zielgruppen-Definition: Wer soll das Angebot nützen?**

Menschen unterschiedlichster Altersstufen (Kinder, Jugendliche, Erwachsene, SeniorInnen), manche technisch versiert und/oder besonders interessiert, andere mit technischen Berührungängsten, Menschen mit Behinderung, Web-EinsteigerInnen, Web-Profis, online via Telefonstecker oder mittels eigener Standleitung, ... Beispiele für die individuell unterschiedlichen Voraussetzungen, mit denen Menschen die unendlichen Weiten des Internet nützen, gibt es ebenso viele wie Anforderungsprofile für eine optimal umgesetzte Online-Präsenz.

Klarerweise können nicht sämtliche Bedürfnisse aller potentiellen UserInnen gleichermaßen berücksichtigt werden. Grundsätzliche Gestaltungselemente wie Zugänglichkeit (Registrierung verpflichtend oder optional, zeitliche Begrenzung, technische Voraussetzungen, Nutzungskosten usw.) und Aufbau (Layout, Navigation, Suchmöglichkeit, ...) eines Online-Auftritts könnten jedoch idealerweise im Vorfeld unter Beteiligung der Zielgruppen(n) erarbeitet werden.

Eine besonders große Bedeutung kommt dabei dem Begriff der Usability [4] zu: Die BenutzerInnen-Freundlichkeit muss auf die Bedürfnisse der Zielgruppe(n) abgestimmt werden und genauso den Anforderungen der befassten MitarbeiterInnen genügen. Die Gewährleistung einer möglichst barrierefreien [5] Nutzungsmöglichkeit ist für viele AnbieterInnen mittlerweile ohnehin obligat [6] und sollte unabhängig davon selbstverständlich sein, und sei es nur aus dem pragmatischen Grund, potentielle NutzerInnen-Gruppen nicht von vornherein auszuschließen.

### **4. Welche zusätzlichen Kompetenzen benötigen die MitarbeiterInnen?**

Wie verschiedene „Theorien der Online Kommunikation“ nahe legen, unterscheidet sich schriftliche Online-Kommunikation sowohl in ihren Möglichkeiten als auch in ihren Risiken von denen des mündlichen Austauschs (persönlich oder telefonisch):

„Filter-Modelle“ z. B. thematisieren

*„die Verringerung der Kommunikationskanäle [... und] fokussieren auf die veränderte Wahrnehmung des Gegenübers: Durch Ent-Kontextualisierung werden soziale Hinweisreize herausgefiltert, die im Face-to-Face-Alltag entscheidend zur Einschätzung einer Person beitragen und der Entscheidung, ob und wie wir überhaupt mit ihr in Kontakt treten wollen. Anonymität und Pseudonymität tragen ebenso zu einem Nivellierungseffekt bei. Dadurch werden Hemmungen, Privilegien und Kontrollen abgebaut, der enthemmende Effekt begünstigt. Es folgen verstärkte Offenheit[,] Ehrlichkeit[,] Freundlichkeit[,] Partizipation[,] Egalität auf der einen und verstärkte Feindlichkeit[,] Anomie[,] normverletzendes und antisoziales Verhalten auf der anderen Seite.“ (Gerö 2006, 6)*

Dagegen besagt die „Theorie der Sozialen Informationsverarbeitung“,

*„dass es gar nicht zu medienbedingter Kommunikationsverarmung kommen muss: Die KommunikationspartnerInnen stimmen ihr Kommunikationsverhalten so auf die technischen Systemeigenschaften ab, dass Einschränkungen kompensiert werden; sie konzentrieren sich auf die vorhandenen sozialen Hinweise, sodass Beziehungsebene, Emotionalität und sozialer Hintergrund auf andere Weise – textvermittelt – ausgedrückt werden.“ (Gerö 2006, 7)*

Gleich welcher Theorie man folgen möchte zeigt sich, dass Online-Kommunikation zusätzliche Kompetenzen erfordert. Welche das im Einzelfall konkret sind, ist natürlich nicht nur von den einzelnen handelnden Personen sondern auch von der Art des angebotenen Online-Services abhängig: Chat-ModeratorInnen beispielsweise benötigen mitunter andere Fertigkeiten als Menschen, die per E-Mail beraten (vgl. Andermatt 2003).

Einige wichtige Grundkompetenzen für MitarbeiterInnen in der professionellen Online-Kommunikation sind z. B.:

- Kommunikationsfähigkeit,
- Lese-, Schreib- und Kontext-Kompetenz,
- Ziel- und Zeit-management,
- Medienkompetenz,
- Bewusstsein für die Chancen und Grenzen von Online-Kommunikation,
- Steuerungsfähigkeit von Online-Gruppendynamiken.

Da in Österreich bis dato noch [7] keine Dachorganisation oder ein anderer Verband der Online-Beratungs-AnbieterInnen existiert, wurden bisher keine allgemein gültigen Qualitätsstandards für Online-Beratung definiert. Die BetreiberInnen legen zur Zeit individuell auf ihre Ziele und Ressourcen abgestimmte Qualitätsstandards fest, die sowohl inhaltliche als auch organisatorische Aspekte (wie z. B. spezifische Qualifikation der MitarbeiterInnen, Intervention, Supervision, Festlegungen bezüglich Beantwortungszeitraum und -zeitpunkt, Qualitätssicherung, etc..) abdecken.

## **5. Technische Voraussetzungen**

Neben der Wahl einer passenden Lösung aus den weiter oben bereits besprochenen technischen Umsetzungsmöglichkeiten für Online-Angebote sind noch weitere Fragen den laufenden Betrieb betreffend zu klären:

- Gibt es in der Organisation eigene für die Technik zuständige MitarbeiterInnen oder wird ein externer Anbieter/eine externe Anbieterin beauftragt?
- In welchem Rahmen und mit welchem Aufwand erfolgt die Einschulung der MitarbeiterInnen?
- Zu welchen Bedingungen kann die Organisation bei Bedarf technischen Support in Anspruch nehmen?
- Welche Sicherheitsvorkehrungen sind in Bezug auf Datenschutz, Viren & Co erforderlich?
- Welche statistischen Auswertungsmöglichkeiten, Archivierungs- und sonstigen Funktionen werden benötigt, die gleich mit implementiert werden könnten?

## 6. Rechtliche Aspekte

Bei der Umsetzung eines Online-Angebotes gilt es, auch eine Reihe von rechtlichen Aspekten zu beachten. Der Novelle des Mediengesetzes in Österreich zufolge besteht nun beispielsweise Impressums- und Offenlegungspflicht für jedes wiederkehrende elektronische Medium – und als solche sind „Website“ und „Newsletter“ nun definiert.

Spezifische rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung sind in Österreich bis dato nur in der „Internetrichtlinie“ für PsychotherapeutInnen“ festgelegt. Psychotherapeutische Beratung via Internet darf grundsätzlich nur mittels synchroner Dienste erfolgen (also z.B. Chat), da die Unmittelbarkeit der Berufsausübung im Psychotherapiegesetz festgelegt ist:

*„ Die Verwendung der E-Mail für psychotherapeutische Beratung via Internet wird daher regelmäßig nur zum Zwecke der Erst- und Allgemeininformation sowie zur Terminvereinbarung zulässig sein. E-Mail-Kontakte zwischen Psychotherapeut und Patient als unterstützende Begleitmaßnahmen im Rahmen einer Face-to-Face-Psychotherapie können dann ausnahmsweise als zulässig anzusehen sein, wenn im Sinne eines Rechtfertigungsgrundes hinreichend begründbare psychotherapeutische Erwägungen für die Notwendigkeit eines solchen Vorgehens bestehen und ein fehlender E-Mail-Kontakt insgesamt von Nachteil für den Patienten wäre („Rechtsgüterabwägung“).( Bundesministerium für Gesundheit und Frauen, 2005)*

Für die Online-Beratungs-Angebote anderer Berufsgruppen gelten im Wesentlichen dieselben gesetzlichen Regelungen wie für ihre Offline-Tätigkeit.

## 7. Zusammenfassung

Online-Sein ist sowohl für Dienstleistungs-AnbieterInnen als auch für NutzerInnen zumindest in den westlichen Industrieländern mittlerweile Standard geworden (vgl. Eidenbenz 2004).

Während *das* Neue Medium des vergangenen Jahrhunderts – das Fernsehen –ausschließlich die Möglichkeit zur Konsumation bietet, eröffnet die je nach Angebot mehr oder weniger unkontrollierbare Chance auf Interaktion völlig neue Perspektiven für beide Seiten. Die Nutzung der Neuen Medien kann eine Vielfalt von Vorteilen mit sich bringen und gleichzeitig laufend mit neuen Anforderungen konfrontieren. Die neuen Möglichkeiten zur Partizipation aller UserInnen an Wissensproduktion und -austausch ebnet die Hierarchien der zurzeit immer noch bestehenden Wissensgesellschaft ein: Mehr frei zugängliche Information bietet mehr Möglichkeiten zur Beteiligung. Gleichzeitig sind neue Kompetenzen und vor allem Verantwortungsbewusstsein im Umgang mit den nun offen stehenden Möglichkeiten gefordert, wiederum von allen Beteiligten.

Die künftige Entwicklung Neuer Medien ist mitten im derzeitigen Wandel zur Informationsgesellschaft noch nicht restlos einschätzbar.

Daher sind die detaillierte Planung und intensive Auseinandersetzung mit Wünschen, Möglichkeiten und „Worst-case“-Szenarien für die gelungene Umsetzung eines Online-Dienstleistungs-Services unerlässlich.

## Anmerkungen

[1] <http://www.ferienspiel.at/>

[2] „Als Neue Medien im weiteren Sinne werden heute meist Medien bezeichnet, die auf Daten in digitaler Form zugreifen, also z. B. E-Mail, World Wide Web, [...]. Im engeren Sinne sind Dienste gemeint, die über das Internet möglich sind.“

Aus: [http://de.wikipedia.org/wiki/Neue\\_Medien](http://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Medien), 12.01.06

[3] <http://www.jugendinfowien.at/>, 12.01.2006

[4] „Gebrauchstauglichkeit oder Usability bezeichnet den Eignungsgrad [...] eines Systems in Bezug auf seinen Verwendungszweck in einem bestimmten Benutzungskontext [...] und] beruht unter anderem auf Gebrauchseigenschaften und den Bedürfnissen des Nutzers; somit gibt es neben einer objektiven Beurteilung auch eine subjektive Beurteilung, die von Individuum zu Individuum sehr unterschiedlich ausfallen kann.“

Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Usability>, 12.01.06

[5] Richtlinien: <http://www.w3.org/WAI>, 12.01.06

[6] „Seit dem 1.3.2004 ist das E-Government-Gesetz in Kraft. Mit dem Gesetz werden geeignete rechtliche, technische und organisatorische Rahmenbedingungen für die elektronische Kommunikation zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Behörden geschaffen. Zu einer dieser Rahmenbedingungen zählt der barrierefreie Zugang behinderter Menschen zu Webinhalten der öffentlichen Verwaltung. §1 (3) die Web-Zugänglichkeit von behördlichen Internetauftritten bis 1.1.2008 nach internationalen Standards der Webzugänglichkeit umzusetzen.“

Aus: [http://www.web-barrierefrei.at/files/Pressemitteilung\\_040715.doc](http://www.web-barrierefrei.at/files/Pressemitteilung_040715.doc), 12.01.06

[7] Die Mailingliste e-beratung dient dem Meinungs- und Informationsaustausch von ExpertInnen der Online-Beratung, die einander regelmäßig zu Intervisionsrunden treffen.

<http://mail.netbridge.at/cgi-bin/mailman/listinfo/e-beratung>, 13.01.06.

Die Österreichische Gesellschaft für Onlineberatung befindet sich in der Gründungsphase:

<http://www.oegob.net/>

## Literatur

Andermatt Olivier, Flury Anna, Eidenbenz Franz, Lang Josef, Theunert Markus (2003): Kompetenzprofil der Psychologischen Online-BeraterInnen. Erstellt durch die FSP Kommission Fortbildung Online-Beratung (KFOB).

<http://www.offenetuer-zh.ch/Kompetenzprofil-KFOB.htm>, 12.01.06

Brunner Alexander (2005): WienXtra-jugendinfo rat&hilfe Forum. Erfahrungen aus vier Jahren mit einem moderierten Jugendforum. In: e-beratungsjournal.net, Heft 1, Artikel 3, September, Kapitel 4.2.

Bundesministerium für Gesundheit und Frauen (2005): Internetrichtlinie für Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten - Kriterien zur Ausgestaltung der psychotherapeutischen Beratung via Internet.

[http://www.bmgf.gv.at/cms/site/attachments/8/6/7/CH0026/CMS1127481148056/internet-rl-homepage\\_29.3.2005\\_pdf-format\\_neu.pdf](http://www.bmgf.gv.at/cms/site/attachments/8/6/7/CH0026/CMS1127481148056/internet-rl-homepage_29.3.2005_pdf-format_neu.pdf) (02.03.2006)

Eidenbenz Franz (2004): Online zwischen Faszination und Sucht. In: SuchtMagazin 1/04,

<http://www.suchtmagazin.ch/text1-04.html>, 12.01.06

Gerö Sandra (2006): Online Kommunikation vs. Face-to-Face-Kommunikation. In: Unterlagen zu Modul 2 des Lehrgangs [online.beratung], 07./08.05.2006, Online-Kommunikation, S. 6

Kühne, Stefan, Mattern, Klaudia (2002): e-Moderation: Rollen zwischen Beratung und Community. In: F1 Tagungsbericht, S. 78.

<http://www.netbridge.at/downloads/f1bericht2002.pdf>, 12.01.2006