

Qualität von Onlineberatung

Eine erste Analyse verschiedener Anbieter

(Stand: 11.04.2003)

In den letzten Jahren hat sich im Internet ein Markt für Online-Beratungsanbieter etabliert. In unterschiedlicher Form wird Onlineberatung als Chat-, Foren- oder EMailkontakt angeboten und durch Einzelpersonen oder Institutionen vor allem aus dem psychologischen oder sozialpädagogischen Bereich durchgeführt. Diese Angebote beruhen auf unterschiedlichen pädagogischen und technischen Konzepten. Im Folgenden werden drei Anbieter von Onlineberatung für Jugendliche exemplarisch verglichen.

Onlineberatung ist ein relativ neues und noch wenig untersuchtes Feld im Beratungsbereich. Aus diesem Grunde gilt es, diesen Bereich analytisch unter Qualitätsgesichtspunkten zu prüfen.

Für diese Vorstudie wurden die Kategorien *Zielgruppe und Struktur*, *Kommunikation*, *Fachliche Begleitung und Beobachtung* sowie *Qualifizierung und Qualität* gewählt, um daran Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Online-Beratungsangeboten zu verdeutlichen.

Diese Kriterien sind auf den Ebenen von Usability, d.h. von inhaltlicher und formaler sowie designerischer Strukturierung des Angebots als auch insbesondere auf der Ebene der Interaktionen und Prozesse zwischen den beteiligten AkteurlInnen in den Beratungen sowie der dahinterstehenden Struktur zu untersuchen.

Alle drei Onlineberatungsanbieter repräsentieren Mischformen verschiedener Aspekte, lassen sich aber an relevanten Punkten differenzieren und werden in Form von Typen dargestellt.

Typ 1 hat als Zielgruppe alle Hilfesuchenden ohne weitere Differenzierung, allerdings gibt es in den Foren einen extra Bereich für Jugendliche. Die Beratung wird von Professionellen in Form von Chat, Email und Foren angeboten.

Typ 2 hat als Zielgruppe Eltern und Jugendliche und bietet ebenfalls durch Fachkräfte Chat, Email und Forenberatung an.

Typ 3 richtet sich ausschließlich an Jugendliche und ist in Form von Email- und Forenberatung durch Professionelle und PeerberaterInnen verfügbar.

Insgesamt finden sich bei den drei Typen grundsätzliche Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten. *Typ 1* macht auf seinen Sites die Möglichkeit einer face-to-face-Weitervermittlung als weiterführende Beratungsform deutlich. *Typ 2* geht laut der Beschreibung von „Grenzen“ und „Schwerpunkten“ von der prinzipiellen Möglichkeit der Beratung online aus, definiert aber auch Grenzen und Anschlussmöglichkeiten in Face-to-Face-Form. *Typ 3* überlässt die Wahl des Mediums den UserInnen, es gibt keine Begrenzung der Kontakte, auch nicht (bzw. zumindest nicht a priori) das Ziel einer face-to-face-Weitervermittlung. In Fällen, in denen dies erforderlich oder gewünscht ist, wird dies aber unterstützt.

Zielgruppe und Struktur

Die Form – Chat, Email oder Forum – hat jeweils unterschiedliche konzeptionelle Überlegungen als Basis und Konsequenzen für die zu erreichende Zielgruppe: *Typ 1* und *2* haben einen Schwerpunkt bei den Beratungschats. Diese Angebotsform ermöglicht eine kurzfristige Kontaktaufnahme und ist mit Sicherheit für Jugendliche attraktiv. Das Klientel von Beratungschats ist – wie vorliegende Studien zeigen – stark mittelstandsbasiert und bewegt sich auf vergleichsweise hohem Bildungsniveau. Unter soziodemographischen Gesichtspunkten benachteiligte Gruppen haben hier offensichtlich schwerer Zugang. Darüber hinaus richtet sich die Sprache, in der die Angebote auf den Sites von *Typ 1* beschrieben werden, an höhere Bildungsschichten und ein fachlich-intellektuell interessiertes Klientel. Dies ist einerseits sinnvoll, da sich auch in Beratungsangeboten bestimmte soziale Gruppen rekonstituieren und als Peer-Gemeinschaft ein Kriterium für die Verortung von

UserInnen in einem solchen Angebot darstellen. Von der Zielgruppe wird hier hohe Selbstreflexivität vorausgesetzt und die Fachlichkeit der Anbieter vergleichsweise komplex und „im Fachjargon“ dargestellt. Dies kann zu einem Ausschluß anderer Zielgruppen führen. Der Aufbau der Seite ist hier relativ unübersichtlich: sehr viel Text und komplexe Gliederung. Der User benötigt einige Zeit, um einen Überblick über die Struktur zu haben.

Typ 2 ist durch die verwendete Sprache niedrigschwellig angelegt und übersichtlich strukturiert (wenig Text auf der ersten Seite, klare Struktur der Bereiche, durch die man sich klicken kann). Allerdings finden sich weniger Erklärungen im Vergleich zu *Typ 3*. Beispielsweise wird nicht deutlich, welchen Sinn und Zweck eine Registrierung als UserIn hat (fehlende Transparenz). Der Übergang zum Elternberatungsbereich ist gut gelöst. Er ist deutlich gekennzeichnet und findet sich nicht im Zentrum auf der Jugendlichen-Seite, sondern mit einem Link zu einem ganz eigenen Bereich. Auf diese Weise bleibt der Fokus bei den Jugendlichen als primäre Zielgruppe.

Typ 3 richtet sich v.a. in der Ansprache eher an jüngere Jugendliche, wird aber auch von Älteren genutzt (Alter der Kerngruppe: 14-21 Jahre). Es finden sich einfache und kurze Erklärungen zu den einzelnen Sites sowie eine übersichtliche Struktur. Die Beratungsbereiche werden differenziert nach Mädchen und Jungen, es werden aber auch gemeinsame Bereiche angeboten. Die Erläuterungen über den Anbieter und die Angebotsstruktur sind in niedrigschwelliger Sprache verfasst. Fachlichkeit wird klar dargestellt, das Design ist übersichtlich. Ausführlicher als bei den anderen beiden Anbietern werden fachliche Grundsätze und Beratungsstruktur (Peer-Professionelle und ihre fachliche Qualifizierung und Begleitung) transparent dargestellt. Als Medium werden Forum oder Email verwendet. In diesem Kontext wird die Selbstreflexivität auch von Jugendlichen, die nicht unbedingt schnelles Schreiben und textbasierte Reflexion gewohnt sind, ermöglicht. Da der Zeitraum zwischen lesen und schreiben länger gewählt werden kann, können hier eigene Überlegungen und Problemdefinitions- und -lösungsprozesse gefördert werden. Darüber hinaus wird die Schwelle bezüglich sozioökonomischer Ressourcen gesenkt, d.h. die UserInnen

müssen nicht lange online bleiben und Verbindungsgebühren zahlen, wie beim Chatten erforderlich (vgl. Heller 2002).

Die Kommunikation mit Personen, die einen vergleichbaren Bildungsstand haben bzw. ähnliche Kommunikationsstile pflegen ist ein wichtiges Moment in einer auf Dauer angelegten Online-Kommunikation (vgl. exemplarisch Schönberger 1999 und Döring 2000a und 1999). Andererseits ist hier zu beachten, dass bestimmte Gruppen von diesem Angebot nicht angesprochen werden und somit dort keinen Ort für Rat und Hilfe finden. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, Onlineberatungsangebote so zu strukturieren, dass sie in unterschiedlicher Form und mit unterschiedlicher Zielgruppenausrichtung vorfindbar sind, wenn verschiedene, und insbesondere auch „bildungsferne“ oder anderweitig benachteiligte Zielgruppen erreicht werden sollen.

Kommunikation

Die zeitliche Erreichbarkeit und Antwortfrequenz ist bei den drei Anbietern unterschiedlich. Bei *Typ 1* beträgt die Antwortzeit auf Email-Anfragen mehrere Tage, bei einem Test wurden als Bearbeitungszeit 5 Tage angegeben. Grundsätzlich ist der Chatroom hier rund um die Uhr geöffnet, allerdings nur zu begrenzten Zeiten mit fachlicher Begleitung. Somit stellt er eine Möglichkeit dar, Kontakt mit anderen Personen aufzunehmen, bedeutet jedoch nicht unbedingt die Möglichkeit, rund um die Uhr auch Hilfe zu erhalten. Bei einem Testbesuch im Chatroom tauchten während der ca. 70 Minuten dauernden Stichprobe immer wieder Personen im Chatroom auf, äußerten Hilferufe und verschwanden wieder (teilweise unter Enttäuschung über keine Antworten auf ihr Anliegen), auch bei Äußerung suizidaler Absichten. Hier stellt sich die Frage nach der Reichweite solcher permanent zugänglicher Angebote, bei denen die Kontaktaufnahme zu Professionellen aber ins Leere läuft. Andererseits werden in dieser Form soziale Beziehungen zwischen Nichtprofessionellen aufgebaut, die privaten Charakter haben.

Der Chatroom bei *Typ 2* ist 3 mal wöchentlich für 3 Stunden geöffnet. Es findet sich keine Zeitangabe, wann bei einer Anfrage mit Antwort zu rechnen ist.

Typ 3 hat als prinzipielle Verpflichtung für die BeraterInnen eine Antwortfrist von maximal 24 Stunden festgelegt. Hierdurch wird eine zurechenbare und transparente Struktur für die UserInnen vorgehalten, die in verhältnismäßig kurzer Zeit (bei asynchroner Kommunikation) eine Antwort verfügbar macht.

Die drei Typen unterscheiden sich hier somit durch ihre Form – synchron bzw. asynchron – und durch die Fristen für die Beantwortung von Anfragen. Während *Typ 1* zwar in synchroner Form permanent zugänglich ist, befindet sich im Hintergrund jedoch nicht unbedingt eine zurechenbar kurzfristig erreichbare Hilfestruktur. Diese ist gegebenenfalls über andere Hilfesysteme, auf die verwiesen wird, durch den User selbst zu erschließen. Die Erreichbarkeit im asynchronen Bereich differiert je nach angesprochenem Anbieter und kann relativ lange dauern. Bei *Typ 2* ist der Rahmen der synchronen Erreichbarkeit enger gefasst und dann immer fachlich begleitet. Die asynchrone Angebotsstruktur hängt hier wiederum von den jeweiligen Institutionen ab. *Typ 3* ist ausschließlich in asynchroner Form erreichbar, hier aber mit verbindlicher und – im Vergleich zu den anderen asynchronen Angeboten – kurzer Antwortfrist. In allen drei Typen finden sich Stärken und weiterentwickelbare Ansätze, doch in Bezug auf Transparenz der Erreichbarkeit und der dahinterliegenden Strukturen sowie bezüglich struktureller gesicherter Assurance liegt *Typ 3* am nächsten am Idealtyp.

Die Registrierung bzw. die Frage, wer sich für welche Bereiche als UserIn anmelden muß, ist für die Angebotsstruktur und die Zugänglichkeit zur Zielgruppe sowie für die Kommunikationsstruktur von Bedeutung. Eine Nichtregistrierung bedeutet eine weniger starke Verbindlichkeit im Umgang mit dem Kommunikationspartner und verstärkt eine Tendenz, die in der computervermittelten Kommunikation angelegt ist: Da man den Kommunikationspartner im Kontext von Chat und Email nicht mehr als „ganze Person“ und damit auch als verletzbares, zu respektierendes Gegenüber wahrnimmt, sondern nur das textlich Vermittelte dieser Person, verändern sich die Umgangsformen dahingehend, dass einerseits durch die prinzipielle Anonymität leichter auch intime Informationen ausgetauscht werden, andererseits jedoch auch negative Bemerkungen leichter fallen (vgl. exemplarisch Döring 1999 und 2000b).

Bei *Typ 1* dürfen unregistrierte UserInnen Beratungsanfragen oder Forenbeiträge posten. Die Registrierung ermöglicht den Erhalt eines Newsletters sowie das Anlegen einer ID-Card beim Berater, was vermutlich die Dokumentation der Beratungsprozesse bedeutet.

Im Beratungsbereich von *Typ 2* ist es ebenfalls für unregistrierte UserInnen möglich, eigene Beiträge zu posten. Dies entspricht einem niedrighschwelligen Zugang, erzeugt aber auch wenig Identifikation und Kommunikationsverbindlichkeit. In diesem Zusammenhang stellt sich allerdings die Frage, weshalb sich überhaupt jemand registrieren lassen sollte, da damit keine ersichtliche Gratifikation für die User verbunden ist.

Im Angebot von *Typ 3* ist das Lesen der Forenbeiträge unregistriert möglich. Um selbst Beiträge zu posten, ist jedoch eine Registrierung erforderlich. Diese Unterscheidung hält einerseits niedrighschwellig Informationen verfügbar und ermöglicht andererseits eine höhere Kommunikationsverbindlichkeit.

Unter diesem Aspekt ist Registrierung als Abstufung einer Zugehörigkeit in der Beratungs-Community zu betrachten, aber auch als ein Mittel, um die durch die prinzipielle Anonymität bedingten „Kommunikationsfallen“ einzugrenzen und eine stärkere Assurance zu erzielen.

Fachliche Begleitung und Beobachtung

Unter diesem Aspekt wird die BeraterInnenstruktur betrachtet. In bezug auf die vorliegenden Anbieter differieren die Angebote hier zwischen reiner Fachberatung und Peerberatungskonzepten.

In der Untersuchung der Beratungskontakte im Forenbereich von *Typ 1* finden sich Kommunikationen über längere Zeiträume auch ohne Beiträge von professionellen BeraterInnen, auch bei existentiellen Themen. Es gibt einen offenen Chatroom, in dem sich jeder „rund um die Uhr“ äußern kann. Themen-, bzw. Beratungschattermine sind „in fachlicher Hand“. Außerhalb der festen Zeiten scheint keine fachliche Begleitung strukturell vorgesehen zu sein. Peers können als UserInnen in den Foren und Chats mitkommunizieren. Professionelle haben alleine die Rolle der Moderation

der Themenchats sowie als BeraterInnen bei Chat und Email und sind in den Foren nicht kontinuierlich präsent.

Die Foren bei *Typ 2* werden durch Professionelle moderiert. Es gibt eine Art „Peerberatung“ im Forum und im Gruppenchat (begleitet durch Moderation) durch andere Jugendliche. Die Struktur basiert hier auf einer gegenseitigen Beratung der UserInnen unter fachlicher Begleitung, beruht aber nicht auf einer Einbeziehung von UserInnen als „offizielle PeerberaterInnen“ wie in bei verschiedenen anderen Anbietern konzeptionell vorgesehenen Peerstrukturen. Darüber hinaus bieten die Fachleute Chat- und Email-Beratung an.

Bei *Typ 3* besteht durchgehend eine fachliche Begleitungsstruktur durch die Fachbereichs- und Forenleitung-Organisation, d.h. die Foren und Emailschwerpunkte sind nach Themenbereichen aufgeteilt, die je nach Bedarf ergänzt werden. Für jeden Bereich gibt es eine professionelle Forenleitung, die für die in dem betreffenden Fachbereich arbeitenden Professionellen und PeerberaterInnen zuständig ist. In den Foren beraten entsprechend dem Konzept der „peer-education“ sogenannte PeerberaterInnen, d.h. Jugendliche, die von den Professionellen begleitet und ausgebildet werden. Die Emailberatung und Forenbegleitung, sowie die Begleitung und Qualifizierung der Peers wird durch die professionellen BeraterInnen sichergestellt. Beiträge in den Foren, in denen massive Gewaltinhalte oder Suizidvorhaben thematisiert werden, werden durch die Professionellen „geschützt“, d.h. sie sind nicht mehr öffentlich zugänglich und werden aus dem öffentlichen in einen vertraulichen, quasi-Emailberatungsbereich verlagert, in dem eine direkte Ansprache durch Fachkräfte erfolgt.

Qualifizierung und Qualität

Unter Qualifizierung wird in diesem Kontext die fachliche Aus- bzw. Weiterbildung des Beratungspersonals für das spezielle Feld der Onlineberatung verstanden. Mit Qualität wird die Transparenz der vorgesehenen Qualitätsstrukturen für die UserInnen beschrieben. Hier wird bedeutsam, dass bei *Typ 1 und 2* eine große Bandbreite an unabhängig voneinander agierenden Institutionen im Onlineangebot

zusammengeschlossen ist und bei *Typ 3* zwar auch verschiedene, aber wenige Institutionen gemeinsam ein Leitbild und Qualitätskriterien in einer einheitlichen Form repräsentieren.

Die OnlineberaterInnen bei *Typ 1* erhalten zu Beginn eine Einführung in Technik und CvK¹. Für die eigene gegenseitige Beratung bestehen laut Nutzungsbedingungen Foren, Mailkontaktmöglichkeit zu MitarbeiterInnen anderer Einrichtungen sowie Links zu anderen Webadressen für weiteren Informationen. Die Verantwortung für die fachliche Qualifikation im Verlauf der Onlineberatung liegt bei den einzelnen Anbietern bzw. zeigt sich an ihrer Bereitschaft, sich über die Forenstruktur bzw. Mailkontakte mit anderen Anbieterinstitutionen auszutauschen. Auf der Basis einer rechtlich begründeten Absicherung der BeraterInnen wird den UserInnen deutlich gemacht, dass der Anbieter keine Verantwortung für die Beratungsleistung übernimmt.

Ähnlich liegt bei *Typ 2* die fachliche Qualifikation ebenfalls bei den einzelnen beteiligten Beratungsinstitutionen. Diese individualisierte Qualitätsstruktur (die auf die beteiligten Institutionen verweist) birgt möglicherweise differenzierte professionelle Qualitätskonzepte, doch bleiben sie für die NutzerInnen intransparent.

Typ 3 sieht die Fortbildung der OnlineberaterInnen vor. Für die gegenseitige Kontaktaufnahme zwischen den BeraterInnen ist eine ICQ-Struktur und Emailkontakt für Rücksprachen und kollegiale Beratung vorgesehen. Bei diesem Anbieter werden neben der Beratungsmaildokumentation auch IP-Adressen gespeichert, um gegebenenfalls bei Suizidandrohungen die Ermittlungsbehörden einschalten zu können. Darüber hinaus findet sich durch die Fachbereichs- und Forenstruktur - im Rahmen der zeitlichen Begrenzung asynchroner Kommunikation - ein durchgängiges „Aufmerksamkeitssystem“ in Form von „anwesenden“ BeraterInnen.

¹ CvK: Computervermittelte Kommunikation

Partizipation

Partizipation der NutzerInnen im Bereich Onlineberatung ist im Kontext dieser Untersuchung unter zwei verschiedenen Aspekten zu differenzieren: einerseits Partizipation im Sinne von aktiver Beteiligung als PeerberaterInnen und andererseits als „passive“ Partizipation dadurch, dass eigene Themen zu Forenthemen gemacht werden. Elemente zur Beteiligung von Jugendlichen finden sich bei den Anbietern in verschiedener Form und in unterschiedlichem Maß.

Bei *Typ 1 und 2* ist für Jugendliche Partizipation durch Beteiligung im offenen bzw. im moderierten Gruppen- oder Themenchat als UserInnen möglich. Weitere Beteiligungsmöglichkeiten sind nicht bekannt.

Typ 3 hat als zentralen Teil der Beratungsstruktur das System der PeerberaterInnen. Nach einem mehrstufigen Bewerbungsverfahren² und unter fachlicher Begleitung besteht die Möglichkeit, sich als Jugendliche/r als PeerberaterIn zu betätigen. Darüber hinaus werden Foren neu aufgemacht, wenn ein neues Thema von Jugendlichen eingebracht wird. Foren, in denen länger als 3 Monate kein Beitrag erscheint, werden geschlossen, sind jedoch durch das Archiv weiter öffentlich zugänglich³. Spezielle Themenforen wie z.B. zum Thema Weihnachten, Zeugnisse etc. werden je nach Bedarf aktiviert.

Fazit

Die verglichenen Typen weisen in einer ersten Analyse Ähnlichkeiten und Differenzen in verschiedener Hinsicht auf. Zunächst sind Vor- und Nachteile der synchronen bzw. asynchronen Kommunikationsstruktur festzuhalten. *Typ 1 und 2* ermöglichen durch die synchrone Struktur eine direkte und schnelle Kommunikation, die allerdings v.a. Zielgruppen entgegenkommt, die sprachlich „fit“ sind und über

² Das Bewerbungsverfahren für die PeerberaterInnen umfasst eine ausführliche Bewerbung mit kompletter Bewerbungsmappe, Angabe von Motivation für die Tätigkeit, Überprüfung der Eignung durch Testpostings in den Foren, die Zuordnung zu gewählten Fachbereichen und darin die kontinuierliche Begleitung und Fortbildung durch die Professionellen.

³ Das öffentlich verfügbare Archiv ist für alle UserInnen einsehbar und stellt auf diese Weise die Funktion der Informationsaneignung zu bestimmten Themenfeldern, dokumentiert auf transparente Weise Beratungsprozesse, stellt die Qualität und Form des Beratungsangebots dar und ermöglicht potentiellen UserInnen, sich mit dem Angebot vertraut zu machen und erleichtert den Einstieg als NutzerIn der Beratung.

materiellen Zugang in Form von finanziell möglichen und guten technischen Verbindungen verfügen. Einen Vorteil, aber auch ein potentielles Qualitätsdefizit stellt die Verfügbarkeit eines permanenten Zugangs zum Chatroom dar. Einerseits kann er als Treffpunkt für UserInnen dienen. Wenn er andererseits im Kontext von „Beratung“ angeboten wird, besteht die Gefahr, dass Hilfesuchende auch in Zeiten ohne fachliche Begleitung den Chatroom aufsuchen ohne dass ihre Anliegen beraten werden. Die Verbindlichkeit in der asynchronen Beratung ist bei *Typ 3* am höchsten, dies gilt auch für die Transparenz von Informationen über Grundsätze der Beratung und der BeraterInnenstruktur.

Als Fazit aus dieser Analyse kann festgehalten werden, daß in verschiedener Hinsicht Differenzen aber auch Übereinstimmungen zwischen den drei untersuchten Onlineberatungsanbietern bestehen. Noch stärker als in den drei Typen erkennbar, scheint eine *heterogene Angebotsstruktur*, mit der verschiedene Zielgruppen unter den Jugendlichen erreicht werden können, am besten geeignet zu sein. Dieses wird bislang von keinem der hier analysierten Anbieter realisiert. Zusätzlich sind Kriterien wie *Adressatenorientierung*⁴ und *Responsivität*⁵ sowie eine damit verbundene *Transparenz*⁶ über die Strukturen des Angebots und insbesondere *Assurance*⁷ im Sinne von Reliabilität, Erreichbarkeit und Verbindlichkeit des Angebots zentrale Kennzeichen für ein qualitativ hochwertiges Onlineberatungsangebot. Partizipative Strukturen unter Einbeziehung der jugendlichen Zielgruppe (ein besonderes Erfordernis angesichts heterogener Zielgruppenstrukturen) wie *Interaktivität* und *Diskursivität*⁸ sichern neben professioneller *Fachkompetenz*⁹ das Onlineangebot als adressatInnenorientierte Dienstleistung.

⁴ vgl. Tergan 2000, 150; Hansbauer/Kriener 2000a, 265f. und Hansbauer/Kriener 2000b, 228

⁵ vgl. Trede 1998, Piel 1997

⁶ vgl. Hansbauer/Kriener 2000b, 225ff.

⁷ vgl. Hansbauer/Kriener 2000b, 227

⁸ vgl. Flösser 1999, 11; Häußermann/Siebel 1995, 41; Hansbauer/Kriener 2000a, 268; Dahlberg u.a. 1999

⁹ vgl. Olk 1994, Dewe/Otto 2001, Schaarschuch 1999

Quellen:

- Culemann, A. (2002): Suizidgefährdung im Internet? – Neue Formen der psychosozialen Beratung. In: WzM (Wege zum Menschen) 54 (2002), Heft 1, S. 30ff.
- Dahlberg, G./Moss, P./Pence, A. (1999): Beyond Quality in Early Childhood Education and Care. Postmodern Perspectives. London
- Dewe, B./Otto, H.-U. (2001): Profession. In: Handbuch Soziale Arbeit, S. 1399ff.
- Döring, N. (2000a): Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. In: Batinic, B. (Hrsg.): Internet für Psychologen. Göttingen, S. 508 – 547
- Döring, N. (2000b): Identität + Internet = Virtuelle Identität? In: forum medienethik Nr. 2/2000, S. 65-75
- Döring, N. (1999): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen
- Flösser, G. (1999): Die Qualität sozialer Dienstleistungen. Modelle der Qualitätsbemessung und der Qualitätssicherung. Unveröffentlichtes Manuskript der Habilitationsschrift, Bielefeld
- Hansbauer, P./Kriener, M. (2000a): Soziale Aspekte der Dienstleistungsqualität in der Heimerziehung. In: Neue Praxis 3/2000, S. 254-270
- Hansbauer, P./Kriener, M. (2000b): Partizipation von Mädchen und Jungen als Instrument zur Qualitätsentwicklung in stationären Hilfen (§ 78 b SGB VIII). in: Merchel, J. (Hrsg.): Qualitätsentwicklung in Einrichtungen und Diensten der Erziehungshilfe. Frankfurt am Main, S. 219-246
- Heller, K. (2002): Psychosoziale Beratung im Internet - Spezifische Kommunikationsstrukturen, Emotionalität und Verbundenheit in einer Selbsthilfenewsgroup. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 3, 2002, Beitrag 1. Quelle: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2002_Heller.pdf
- Honig, M.-S. (2002): Pädagogische Qualität als erziehungswissenschaftliches Problem. In: Neue Praxis 3/2002, S. 216-230
- Olk, Th. (1994): Jugendhilfe als Dienstleistung - Vom öffentlichen Gewährleistungsauftrag zur Machtorientierung. In: Widersprüche 53, 4/1994, S. 11ff.
- Piel, K. (1997): Responsivität als zentrales Kriterium der Qualität sozialer Dienste. In: Heinelt (Hrsg.): Modernisierung der Kommunalpolitik. Neue Wege zur Ressourcenbildung. Opladen, S. 216-231
- Schaarschuch, A. (1999): Theoretische Grundelemente Sozialer Arbeit als Dienstleistung. In: Neue Praxis 6/1999, S. 543ff.
- Schönberger, K. (1999): Neue Online-KommunikationspartnerInnen? Qualitative und quantitative Annäherungen. In: U.-D. Reips, B. Batinic, W. Bandilla, M. Bosnjak, L. Gräf, K. Moser, & A. Werner (Eds./Hrsg.), Current Internet science - trends, techniques, results. Aktuelle Online Forschung - Trends, Techniken, Ergebnisse. Zürich Quelle: http://www.gor.de/tband99/pdfs/q_z/schoenberger.pdf
- Tergan, S.-O. (2000): Bildungssoftware im Urteil von Experten. 10-1 Leifragen zur Evaluation. In: Schenkel, P./Tergan, S.-O./Lottmann, A. (Hrsg.): Qualitätsbeurteilung multimedialer Lern- und Informationssysteme. Nürnberg, S. 137-163
- Thimm, C. (Hrsg.) (2000) : Soziales im Netz. Opladen/Wiesbaden
- Trede, W. (1998): Kindern und Jugendlichen eine Stimme geben! Partizipation – ein vernachlässigtes Steuerungsinstrument in den Erziehungshilfen. In: Jugendhilfe 36 (1998) 6, S. 324-333