

# Lebenshilfe im world wide web

*Ist kompetente Hilfe heute wirklich nur ein paar Mausklicks entfernt?*

**Eine deskriptive Analyse von psychosozialer Beratung im Internet**



**Inaugural-Dissertation**

zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie  
an der Ludwig-Maximilians-Universität  
München

vorgelegt von

*Stephanie Sasse M.A.*

aus

*Unterschleißheim*

Referent: Prof. Dr. Thomas Eckert

Korreferent: Prof. Dr. Hartmut Ditton

Tag der mündlichen Prüfung: 22.07.2011

**I. THEORETISCHER TEIL**

<b>1. EINLEITUNG.....</b>	<b>11</b>
<b>2. BERATUNG BEI PSYCHOSOZIALEN PROBLEMEN.....</b>	<b>16</b>
2.1 Was ist Beratung?.....	16
2.2 Beratungsformen herkömmlicher Art.....	21
2.3 Spezifische Beratungsstrategien .....	24
2.4 Relevanz von Beratungen in der psychosozialen Arbeit.....	28
2.5 Zusammenfassende Schlussfolgerungen .....	31
<b>3. DAS „WORLD WIDE WEB“ IM SYSTEM DER PSYCHOSOZIALEN VERSORGUNG.....</b>	<b>33</b>
3.1 Das Internet als Informationsmedium .....	35
3.2 Das Internet als Kommunikations- bzw. Beratungsmedium.....	36
3.3 Interventionen im und via Internet .....	39
3.4 Zusammenfassende Schlussfolgerungen .....	40
<b>4. BERATUNG IM INTERNET .....</b>	<b>43</b>
4.1 Was ist Online-Beratung? .....	43
4.2 Charakteristika und Basisprinzipien internetbasierter Beratungen.....	46
4.3 Online-Beratung ist nicht gleich Online-Beratung – die verschiedenen Wege sich Rat zu holen .....	50
4.3.1 Die Beratung per E-Mail.....	51
4.3.2 Die Foren-Beratung.....	54
4.3.3 Die Beratung im Chat.....	59
4.4 Die Akteure im Online-Beratungsprozess .....	62
4.4.1 Der Ratsuchende .....	63
4.4.2 Der Online-Berater .....	69
4.4.3 Die Beziehung zwischen den Akteuren .....	75

## Inhaltsverzeichnis

<b>4.5 Zusammenfassende Schlussfolgerungen .....</b>	<b>78</b>
<b>5. DIGITALE KOMMUNIKATION UND IHRE WIRKUNG IN DER ONLINE-BERATUNG.....</b>	<b>81</b>
<b>5.1 Charakteristika und Theorien der computervermittelten Kommunikation .....</b>	<b>81</b>
<b>5.2 Schreiben statt Sprechen – die Sprache in der Online-Beratung .....</b>	<b>86</b>
<b>5.3 Die Anatomie einer Nachricht .....</b>	<b>91</b>
<b>5.4 Die vielfältigen Prozesse beim Schreiben.....</b>	<b>94</b>
5.4.1 Schreiben als konstruktive Form des Problemumgangs .....	95
5.4.2 Die Wirksamkeit des kreativen Schreibens .....	96
5.4.3 Schreiben als selbstreflexiver Prozess.....	97
5.4.4 Schreiben als therapeutischer Prozess .....	98
5.4.5 Schreiben als selbstheilender Prozess .....	100
<b>5.5 Auswirkungen der digitalen Charakteristika auf den Beratungsprozess.....</b>	<b>101</b>
5.5.1 Nachteile, Gefahren und Grenzen .....	102
5.5.2 Vorteile, Möglichkeiten und Chancen.....	109
<b>5.6 Zusammenfassende Schlussfolgerungen .....</b>	<b>118</b>
<b>6. WIE FUNKTIONIERT DIE HILFE PER MAUSKLICK? .....</b>	<b>121</b>
<b>6.1 Methodische Vorgehensweise in virtuellen Beratungen.....</b>	<b>121</b>
6.1.1 Zwischen den Zeilen lesen und schreiben.....	126
6.1.2 Die systematische Metaphernanalyse .....	130
6.1.3 Das Vier-Folien-Konzept.....	133
<b>6.2 Zur Wirksamkeit von Online-Beratungen.....</b>	<b>135</b>
<b>6.3 Zusammenfassende Schlussfolgerungen .....</b>	<b>139</b>
<b>7. QUALITÄT IN DER VIRTUELLEN BERATUNGSARBEIT .....</b>	<b>141</b>
<b>7.1 Rechtliche und gesetzliche Rahmenbedingungen .....</b>	<b>142</b>
<b>7.2 Qualitätsmerkmale und -standards .....</b>	<b>147</b>
<b>7.3 Qualitätssicherung und -management.....</b>	<b>156</b>
<b>7.4 Zusammenfassende Schlussfolgerungen.....</b>	<b>159</b>

**II. EMPIRISCHER TEIL**

<b>8. FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN UND HYPOTHESEN .....</b>	<b>162</b>
<b>9. METHODISCHES DESIGN DER ERHEBUNG.....</b>	<b>168</b>
<b>9.1 Die qualitative Inhaltsanalyse.....</b>	<b>168</b>
9.1.1 Feldzugang: Die Auswahl der Online-Beratungen .....	168
9.1.2 Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse .....	169
<b>9.2 Die Online-Befragung .....</b>	<b>170</b>
9.2.1 Aufbau der Online-Fragebögen .....	171
9.2.2 Durchführung der Befragung.....	175
9.2.3 Auswertung und Analyse der Daten .....	175
<b>10. ERGEBNISSE DER STUDIE.....</b>	<b>177</b>
<b>10.1 Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse .....</b>	<b>177</b>
10.1.1 Vorstellung der Beratungseinrichtungen .....	177
10.1.2 Erfüllung qualitativer Merkmale der Beratungsstellen .....	182
<b>10.2 Ergebnisse der Online-Befragung.....</b>	<b>185</b>
10.2.1 Ergebnisse der Ratsuchenden .....	185
10.2.2 Ergebnisse der Online-Berater .....	213
<b>11. DISKUSSION DER ERKENNTNISSE.....</b>	<b>238</b>
<b>11.1 Welche Akteure tauschen sich in Online-Beratungen aus? .....</b>	<b>238</b>
11.1.1 Wer sucht im world wide web nach Rat?.....	238
11.1.2 Wer berät die Hilfesuchenden? .....	240
<b>11.2 Intensive oder beiläufige Nutzung bzw. Ausübung des Hilfsangebotes? .....</b>	<b>242</b>
<b>11.3 Sind die Problematiken der Nutzer speziell für das virtuelle Setting? .....</b>	<b>245</b>
11.3.1 Welche Sorgen und Probleme werden in virtuellen Beratungen behandelt? .....	245
11.3.2 Information? Krisenintervention? Oder doch nur Beratung?.....	247
11.3.3 Wieso online und nicht offline?.....	249
<b>11.4 Was lässt sich über die Online-Berater berichten?.....</b>	<b>252</b>
11.4.1 Inwiefern sind die virtuellen Berater motiviert? .....	252
11.4.2 Sind die Experten für die Tätigkeit qualifiziert?.....	255
11.4.3 Oberflächliche Beratung oder strategische Vorgehensweise? .....	259

## Inhaltsverzeichnis

11.4.4 Wie sehen die Ratsuchenden ihren Helfer? .....	262
<b>11.5 Welche Erfahrungen sammeln die Beteiligten und welche Eindrücke vermitteln sie ihrem Helfer? .....</b>	<b>265</b>
11.5.1 Sammeln Ratsuchende überwiegend positive und hilfreiche Erfahrungen?.....	265
11.5.2 Stimmen die Erfahrungen der User mit den Berichten der Experten überein?.....	269
11.5.3 Inwiefern gibt es in virtuellen Beratungen Schwierigkeiten?.....	273
<b>11.6 Sind Online-Beratungseinrichtungen aus objektiver Sicht qualitativ hochwertig? .....</b>	<b>275</b>
<b>11.7 Kann letztendlich von Effektivität in Online-Beratungen gesprochen werden?.....</b>	<b>282</b>
11.7.1 Wie wird die Wirksamkeit subjektiv empfunden?.....	282
11.7.2 Lassen sich „objektive“ Wirkungen festhalten oder hat die Beratung nicht geholfen?.....	284
<b>11.8 Wie bewerten die Hilfesuchenden ihre virtuelle Beratung abschließend? .....</b>	<b>286</b>
<b>11.9 Fazit der Autorin? – Online-Beratungen sind eine hilfreiche, gewinnbringende und erfolgsversprechende moderne Art der Beratung .....</b>	<b>289</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>295</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>314</b>
Anhang A: Beispiele von E-Mail-Anfragen .....	314
Anhang B: Beispiele von Chat-Beratungen .....	317
Anhang C: Beispiele für die Verschiedenheit von Beratungsanfragen.....	320
Anhang D: Beispiele von Foren-Beratungen .....	324
Anhang E: Instrumente des Integrativen Qualitätssicherungsmodells (IQSM) .....	328
Anhang F: Die Fokusformulierung als Orientierungshilfe.....	331
Anhang G: Beispiel einer systematischen Metaphernanalyse.....	333
Anhang H: Die 4 Folien des Vier-Folien-Konzepts .....	335
Anhang I: Wissenswerte Vorschriften bezüglich Datenschutz und Datensicherheit.....	337
Anhang J: Liste über Qualitätsmerkmale und –standards zur empirischen Prüfung.....	338
Anhang K: Fragebogen für die Nutzer von Online-Beratungen .....	340
Anhang L: Fragebogen für die Berater in Online-Beratungen .....	348

## Inhaltsverzeichnis

<b>Anhang M: Screenshots der virtuellen Beratungseinrichtungen .....</b>	<b>356</b>
<b>Anhang N: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse bezüglich qualitativer Merkmale .....</b>	<b>358</b>
<b>Anhang O: Anmerkungen der Ratsuchenden .....</b>	<b>361</b>
<b>Anhang P: Anmerkungen der Online-Berater .....</b>	<b>364</b>
<b>EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG .....</b>	<b>366</b>

# **I. Theoretischer Teil**

## 1. Einleitung

### 1. Einleitung

Neben dem Fernseher, dem Radio und der Zeitung gehört das Internet als viertes tagesaktuelles Medium zum Alltag der Menschen und hat somit nicht nur das Leben, sondern auch die menschlichen Gewohnheiten grundsätzlich verändert. Es entwickelte sich in den letzten 10 Jahren zu einem „weltumspannenden Netzwerk für den digitalen Daten- und Informationsaustausch“ (Knatz, 2005, S. 1), wodurch die Gesellschaft „innerhalb kurzer Zeit [...] online gegangen ist“ (Knatz, 2007, S. 3). Nachdem das world wide web inzwischen mehr als 63 Millionen Websites enthält und von mehr als 945 Millionen Menschen genutzt wird, gewinnt dieses weltweit größte Informations- und Kommunikationsnetz nicht nur immer mehr an Bedeutung, sondern wurde für viele Menschen ein „fester Bestandteil ihrer Lebenswelt“ (Weissenböck, Ivan & Lachout, 2006, S. 2). „Online zu sein, ist selbstverständlich geworden“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 23) – nach diesem Motto haben sich viele Dienste und Anbieter fest in das Alltagsgeschehen der Menschen integriert, zumal ein Zugang zum Internet heutzutage so selbstverständlich ist wie ein Telefonanschluss.

Was vor einigen Jahren noch ein „Medium für computerbegeisterte Informatiker, Physiker und andere technische Berufe“ (Ott & Eichenberg, 1999, S. 1) war, entwickelte sich zu einem Massenkommunikationsmedium. Egal ob aus beruflichen oder privaten Gründen: Rund 35 Millionen Deutsche nutzen das Internet regelmäßig und über die Hälfte der deutschen Bevölkerung verfügt über einen Internetzugang. Zum Hauptmotiv gehört für 86% das Senden und Empfangen von E-Mails; fast genauso wichtig ist, vor allem für Jugendliche, die Kommunikation im Netz (z.B. in Chats), da hier ein schneller und unmittelbarer Kontakt zu anderen Menschen ermöglicht wird (Risau, 2005; Knatz, 2005). Wenn sich die Menschen nicht per E-Mail, Chat, Videokonferenzen und/oder anderen Kommunikationsmitteln via Internet unterhalten (*Kommunikationsmedium*), informieren sie sich über bestimmte Themen (*Informationsmedium*) oder stellen sich auf eigenen Homepages oder Blogs selbst vor. Durch den immer selbstverständlicher werdenden Umgang mit dem Netz, werden auch zunehmend „Alltagsaufgaben „online“ erledigt“ (Gerö, 2005, S. 1) wie beispielsweise das Kaufen von Lebensmitteln und anderen Waren oder Dienstleistungen, das Er- und Versteigern von Dingen bei Online-Auktionen, das Lesen der neuesten Nachrichten im „web“ oder auch das Buchen von Urlaubsreisen (Sasse, 2009).

Aufgrund der Tatsache, dass sich in diesem weltweiten Netz so viele Menschen aufhalten, ist es nicht verwunderlich, dass hier „auch Probleme bzw. UserInnen mit unterschiedlichen Problematiken vorhanden“ sind (Sutterlütte, 2009, S. 5), zumal die neuen Möglichkeiten der

## 1. Einleitung

Kommunikation, der Information und des Konsums nicht automatisch zu mehr Zufriedenheit und Lebensglück der Menschen führen. Neben einer zunehmenden Orientierungslosigkeit in einer Welt, in der jeder Mensch sein Leben immer wieder neu „erfinden“ muss, ist die Menschheit nicht nur von Einsamkeit, Arbeitslosigkeit und Beziehungsproblemen geplagt, sondern wird auch durch körperliche und psychische Erkrankungen belastet (Knatz, 2005). Vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene ist ein umfassendes soziales Netz enorm wichtig, da besonders in der Pubertät und Adoleszenz „schwere und vermeintlich unüberwindbare Probleme“ (Brummel, 2008, S. 2) auftauchen, mit welchen sich diese oft alleine gelassen fühlen. Psychosoziale Probleme, also Phänomene, „die gleichzeitig psychischer und sozialer Natur sind bzw. die durch die Interdependenz psychischer und sozialer Prozesse gekennzeichnet sind“ (Klima, 1994, S. 526; zitiert nach Brummel, 2008, S. 1), sorgen trotz der neuen Kommunikationsmöglichkeiten bei den Menschen zu Einsamkeit, da sie sich „mit ihren Problemen, Belastungen, Sorgen und Unsicherheiten [niemandem] anvertrauen können“ (Knatz, 2005, S. 2). Da wir in einer globalisierten Welt von permanenten Erschütterungen, Umbrüchen, Irritationen und des zunehmenden Druckes, sowohl im privaten als auch im beruflichen Raum, leben, verwundert es nicht, dass wir „gesellschaftlich nicht mehr funktionieren“ (Fromm, 1991; zitiert nach Benke, 2009b, S. 3) und somit Unterstützung brauchen. Hierbei können den Menschen sowohl reine Informationen zu bestimmten Themen, ein pädagogischer Rat um Verunsicherungen zu eliminieren oder auch psychologisch-therapeutische Unterstützung behilflich sein (Benke, 2009b).

Heller (2002, S. 1) stellt richtig fest: „Moderne Gesellschaften [...] entwickeln sich zunehmend zu Beratungsgesellschaften“. Nicht nur aus diesem Grund, sondern auch, weil die Verwendung des Internets für den Großteil der Bevölkerung selbstverständlich geworden ist, wird im world wide web ebenso selbstverständlich Beratung gesucht und auch angeboten (Knatz, 2005). Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene bedienen sich diesem Medium, um Probleme zu lösen und/oder ihr Leben zu gestalten bzw. zu bewältigen. Vor allem bei Sorgen, Fragen oder Problemen, über die sie sich sonst nicht trauen zu sprechen, entdecken die Menschen die Vorteile des niederschweligen Zuganges zur Beratung (Risau, 2005; Knatz, 2005). Fakt ist, dass Hilfe - sowohl online als auch offline - immer stärker gefragt wird, wobei das Internet hierbei als „Andockstation für neue Zielgruppen“ (Benke, 2009b, S. 6) gesehen werden kann und durch seine interaktiven Möglichkeiten und seinen informativen Charakter ein „hilfreiches Beratungsinstrument“ (Risau, 2005, S. 2) bildet. Im Vergleich zur realen Beratung besitzt die virtuelle Beratungswelt nach Benke (2009b, S. 5) beinahe einen „Idealzustand: Sie beansprucht keinen Platz, ist öffentlich, hat Reichweiten, ist für viele [...]“

## 1. Einleitung

rund um die Uhr zugänglich; ist stets in jenem Moment greifbar [...]; hält sich nicht an Öffnungszeiten und zeigt sich [...] extrem niederschwellig“.

Online-Beratung, die Beratung im Internet, welche trotz gängiger Praxis vielen noch utopisch erscheint, besitzt eine Vielzahl spezifischer Eigenschaften und Wirkungen und kann somit nicht mit den konventionellen Medien und Beratungsformen verglichen werden (Knatz, 2005; Lang, 2005b). Die virtuelle Beratung, welche sowohl zur Prävention, Intervention, als auch zur Nachsorge oder Selbsthilfe eingesetzt und genutzt werden kann, ist weder ein „computerunterstütztes Verfahren zu spezifischen Therapieschritten“ (Lang, 2001a, S. 1), noch mit einem virtuellen Praxisschild zu vergleichen und wird in unterschiedlichen Formen als Chat-, Foren- oder Email-Beratung angeboten. Die Angebote können ebenso von Einzel- bzw. Privatpersonen, wie auch von Institutionen oder bereits existierenden Beratungs- und Servicestellen „vor allem aus dem psychologischen und sozialpädagogischen Bereich“ (KIB, 2003, S.1) stammen.

„Psychosoziale Online-Beratung ist groß im Kommen: der niederschwellige Zugang zu professioneller Beratung per eMail, Chat oder Forum ist dabei nicht nur für Jugendliche ganz selbstverständlich. Viele Zielgruppen nutzen das Medium Internet inzwischen als Kontakt- und Informationsstelle ebenso wie zur gezielten Beratung und Begleitung bei Krisen und Problemen“ (Presseaussendung, Wien 18. Mai 2006; zitiert nach Kühne, 2006, S.1).

Dieses noch relativ neue und wenig untersuchte Feld im Beratungsbereich hat sich in den letzten Jahren sowohl als Allein-, wie auch als Ergänzungsform etabliert (Benke, 2009b; KIB, 2003). Fachleute sprechen wegen der immer größer werdenden Anzahl der Angebote, ihrer Expansion, ihrer Vielfältigkeit und ihrer immer höher werdenden Nutzungsfrequenz von einem wahren Boom (Heller, 2002; Englmayer, 2005). Dass psychologische Beratung bzw. Behandlung im world wide web eine äußerst nachgefragte Interventionsform ist, ist Eichenberg (2003; zitiert nach Kral, 2005, S. 4) zufolge nicht verwunderlich, da „25% aller Internetnutzer [...] an möglichen klinisch-psychologischen Interventionsmaßnahmen via Internet interessiert“ sind. Ebenso können sich nach einer von Kral, Traunmüller und Kerndler durchgeführten Fragebogenerhebung 76,5% vorstellen, psychologische Beratung via Internet in Anspruch zu nehmen (Kral, 2005). Viele Selbsthilfeorganisationen und Beratungseinrichtungen sahen sich somit aufgefordert, auf diese starke Nachfrage und Entwicklung zu reagieren: Online-Beratung wurde als fester Bestandteil in reguläre Beratungsarbeit von vielen psychosozialen Anbietern integriert und erweiterte somit als Ergänzung die herkömmlichen Beratungsangebote (Klampfer, 2005; Risau, 2005; Weissenböck, Ivan & Lachout, 2006). Kühne (2009, S. 231) betont, dass sich diese

## 1. Einleitung

Beratungsart in den letzten zehn Jahren zu einem „eigenständigen Feld der Beratung“ entwickelt hat, wobei sie bereits bestehende Beratungsangebote ergänzte, anstatt sie verdrängt zu haben. Diese Art der digitalen Beratung, welche methodisch und inhaltlich immer vielfältiger und professioneller wurde, bietet nach Weissenböck et al. (2006, S. 2) eine „ideale Möglichkeit für den Erstkontakt“ und kann sowohl als „Überbrückungsmöglichkeit bzw. Vorbereitung auf ein persönliches Gespräch, als auch [als] eigenständiges Beratungsinstrument“ gesehen werden.

Ratsuchende haben in einer e-Beratung die Wahl, sich entweder anonym Informationen zu beschaffen und/oder differenzierte Sichtweisen für ein eigenes Problem zu bekommen. Die Themen sind hierbei so vielfältig wie in der herkömmlichen, nicht-virtuellen Beratung auch und gehen von Beratung bei psychischen oder körperlichen Störungen, über allgemeine Lebensberatung, Sexualberatung, Eheberatung, Erziehungsberatung hin bis zur Hilfe bei Stressbewältigung oder Lebenskrisen (Heller, 2002).

Obwohl Online-Beratung schon eine gewisse Zeit existiert, die Nutzungszahlen der e-Beratungsangebote ihre Notwendigkeit unterstreichen, es Qualitätsrichtlinien von Onlineberatungen gibt und diese in Deutschland laut Rott (o.J., S. 1) „allmählich in die Professionalisierungsphase“ tritt, zweifeln gerade Fachleute immer wieder an, ob diese mittlerweile weit verbreitete und ausdifferenzierte Beratungsform sinnvoll ist und fragen sich, welche Konsequenzen sich daraus für die soziale Arbeit ergeben. „Viele dieser Zweifel liegen in mangelnder Information begründet“ (Heider, 2007, S. 2). Trotz dass sich die Praxis intensiv mit der Thematik theoretisch auseinandersetzt, besteht nach Brunner (2009, S. 27) „weiterhin Nachhol- bzw. Reflexionsbedarf“. Die Angebote nehmen zwar zu, in der Literatur bzw. in der Hochschulausbildung hingegen hat das Thema bisher nur wenig Verankerung: Unterrichtsfächer wie OnlineBeratung gibt es meist nur als Wahlpflichtfach und Lehr- und Studienangebote sind zu dieser Thematik nur an wenigen Hochschulen zu finden. Gleichweise steckt die Forschung nach wie vor in den Startlöchern, wenngleich nach einer ersten Phase „ambitionierten Experimentierens“ erste Evaluationsstudien angelaufen bzw. schon ausgewertet worden sind und eine Fachzeitschrift für Online-Beratung (e-beratungsjournal.net) gegründet wurde (Hintenberger & Kühne, 2009; Gehrman & Klenke, 2008; Sutterlütte, 2009; Gehrman et al, 2005).

Vor dem Hintergrund dieser Mangellage stellt sich die Frage, ob kompetente, qualitativ hochwertige Hilfe tatsächlich im world wide web vorzufinden ist. Ziel der vorliegenden Dissertation ist es, anhand einer empirischen Fragebogenstudie und einer Beobachtung zu

## 1. Einleitung

prüfen, inwiefern Beratung im Internet bei psychosozialen Problemen hilfreich ist und inwieweit virtuelle Beratungsangebote Qualitätsstandards berücksichtigen. Es sollen die Grundlagen der Internet-Beratung beschrieben, wie auch Fragen der Sicherheit, der Wirkung, der Seriosität des Angebots und Weitere revidiert werden. Gegenstand der vorliegenden Studie sind Email-, Chat- und Foren-Beratungen deutscher Anbieter, wobei mögliche Unterschiede in den Interventionsmöglichkeiten der verschiedenen Beratungsformen begutachtet und sowohl die Ratsuchenden, als auch die Berater zu Wort kommen. Ihre Perspektive soll in den Vordergrund gestellt werden. Die Arbeit ist hauptsächlich deskriptiv orientiert. Durch diese theoretisch und praktisch fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema „Online-Beratung“ und den erarbeiteten Befunden soll ein Beitrag zur empirischen Fundierung geliefert und weiterhin die gewonnenen Daten mit bereits vorliegenden Untersuchungen verglichen und interpretiert werden.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen empirischen Teil. Der Theorieteil umfasst sieben Kapitel (inklusive dieser Einleitung). Einführend wird in Kapitel 2 der Begriff der Beratung vorgestellt und ihre Relevanz bei psychosozialen Problemen aufgezeigt. In Kapitel 3 wird ein Überblick über das Informations- und Beratungsmedium Internet gegeben, wobei vor allem auf ihre Möglichkeiten im System der psychosozialen Versorgung eingegangen werden soll. Kapitel 4 widmet sich dem Untersuchungsgegenstand: Der Online-Beratung. Nach einer Einführung in die theoretischen Grundlagen sollen die unterschiedlichen Arten dieser Beratungsform differenziert und ihre Akteure betrachtet werden. Die digitale Kommunikation, ihre Besonderheiten und vor allem ihre Wirkung in der Online-Beratung sind Gegenstand des fünften Kapitels. Das sechste Kapitel skizziert die methodische Vorgehensweise im virtuellen Beratungsprozess. Neben methodischen Ansätzen werden ebenso Faktoren genannt, welche bei der Beratungsarbeit wirken. Abschließend setzt sich Kapitel 7 mit sämtlichen Aspekten der Qualität, insbesondere mit empfohlenen Standards auseinander. Nach jedem Kapitel werden wichtige Schlussfolgerungen für den empirischen Teil gezogen. Der empirische Teil gliedert sich in vier weitere Kapitel. Nach der Ableitung der Forschungsfragen und Hypothesen (Kapitel 8), impliziert Kapitel 9 das methodische Design der Untersuchung – die qualitative Inhaltsanalyse und die Online-Befragung. Kapitel 10 beinhaltet eine eingehende Veranschaulichung aller gewonnenen Ergebnisse und ermittelter Zusammenhänge, welche nachfolgend im letzten Kapitel (11) ausführlich in vielerlei Hinsicht diskutiert werden. Die Arbeit schließt mit einem persönlichen Fazit der Autorin, wobei Perspektiven für die Praxis abgeleitet und Anreize für zukünftige Forschungen werden sollen.

### 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

Egal ob beim Autokauf, bei der Wahl der Wohnungseinrichtung, beim Streit mit dem Ehepartner oder bei Problemen am Arbeitsplatz: In vielen Bereichen des Lebens lassen sich Menschen bei ganz alltäglichen Problemen beraten. Wenn wir uns in einer Sache nicht auskennen oder uns unsicher sind, erkundigen wir uns nach der Meinung von Freunden oder Familienangehörigen, bevor wir eine Entscheidung treffen, um das Risiko einer Fehlentscheidung und somit unangenehme Folgen zu vermindern (Nowak, 2009). „Beratung findet statt – an den verschiedensten Orten zu allen möglichen Zeiten“ (Reichel & Rabenstein, 2001, S. 4). Sie ist aber nicht nur auf Teilbereiche des täglichen Lebens beschränkt. Eine besondere Art der Beratung ist die der sozialen Arbeit: Experten helfen Menschen bei den unterschiedlichsten Problemen für diese eine Lösung zu finden. Coaching, Training, Psychotherapie, Beratung – eine Vielzahl von Begriffen werden trotz deutlicher Unterschiede manchmal synonym verwendet und dennoch haben viele Ratsuchenden keine Vorstellung davon, was bei einer Beratung eigentlich passiert (Binder, 2004; Nowak, 2009; Meyer, 2001). Zum besseren Verständnis der eigentlichen Beratungsarbeit und weil sich „die Methoden einer face-to-face-Beratung [...] bedingt in den Kontext von Online-Beratung übersetzen lassen“ (Brunner, 2006, S. 1) werden im Folgenden der Begriff der Beratung, spezifische Beratungsformen und ihre Ziele vorgestellt. Zudem soll die Relevanz dieser Dienstleistungen in der psychosozialen Arbeit erläutert werden.

#### 2.1 Was ist Beratung?

##### Definition

Widmet man sich dem Thema „Beratung“ und wirft einen Blick in dazugehörige Literatur, so findet man je nach Praxisfeld, Disziplin, Kontext und fachlicher Ausrichtung des Autors, ein breites Spektrum von verschiedenartigen Definitionen des Beratungs-Begriffs (Petzold, 2003). Nachdem der Begriff wegen seiner Dehnbarkeit vielseitig definiert werden kann und die Alltagstheorie unter einem Berater einen „Ratgeber“ versteht, legen psychologische und pädagogische Begriffsbestimmungen Beratung einheitlich fest als „soziale Interaktion, in deren Verlauf eine kompetente Beraterin/ein kompetenter Berater einer Klientin/einem Klienten hilft, ein aktuelles oder zukünftiges Problem [...] zu lösen“, wobei die „Förderung von Problemlösekompetenzen“ im Vordergrund steht und nicht das „Bereitstellen von Ratschlägen“ (Kastner-Koller & Deimann, 1993, zitiert nach Brummel, 2008, S. 3). Infolgedessen soll dieser zwischenmenschliche Prozess durch Interaktion bei Klienten neben der Förderung der Problemlösekompetenz sowohl zur Klarheit über ihre Probleme, als auch

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

zur Aufklärung von Bewältigungsmöglichkeiten führen (Brummel, 2008). Problemlösung bedeutet, dass Schwierigkeiten reduziert oder gemildert werden sollen und/oder dass der Ratsuchende dabei unterstützt wird, sich mit den Folgen zu arrangieren (Hinrichs, 2008). Die folgende Definition betont, wie viele weitere auch, dass Beratung nicht nur die Vermittlung von Informationen umfasst, sondern auch zur Selbstreflexion bzw. Selbsthilfe anregen sollte (Eberle & Kleinschulte, 2007):

„Beratung ist in ihrem Kern jene Form einer interventiven und präventiven helfenden Beziehung, in der ein Berater mittels sprachlicher Kommunikation und auf der Grundlage anregender und stützender Methoden innerhalb eines vergleichsweise kurzen Zeitraumes versucht, bei einem desorientierten, inadäquat belasteten oder entlasteten Klienten einen auf kognitiv-emotionale Einsicht fundierten aktiven Lernprozeß in Gang zu bringen, in dessen Verlauf seine Selbsthilfebereitschaft, seine Selbststeuerungsfähigkeit und seine Handlungskompetenz verbessert werden können“ (Dietrich, 1991, zitiert nach Krings & Schilles, 2003, S. 4).

Darüber hinaus spricht man in Fällen, in denen ein Berater Probleme löst, indem er Informationen und Ratschläge gibt, von „*Fachberatung*“. Hier hat das Fachwissen des Beraters eine übergeordnete Stellung, da der Klient selbst zu wenig Kompetenz besitzt. Unterstützt ein Berater hingegen den Klienten indirekt, „seine Situation besser wahrzunehmen, zu verstehen und darauf adäquate Handlungen zu planen und durchzuführen“, handelt es sich um „*Prozessberatung*“ (Binder, 2004, S. 1).

Allgemein werden Beratungsstellen, welche sich meist in speziellen Beratungsinstitutionen oder selbstständigen Praxen befinden, von öffentlichen und freien Trägern aus dem Bereich der sozialen Arbeit, der Sozialpädagogik und der Sozialarbeit unterhalten, wohingegen sich jeder beraten lassen kann, der „sprechen und verstehen kann“ (Nowak, 2009, S. 4), da das Hauptmedium einer Beratung hauptsächlich die (gleiche) Sprache ist (ebd.; DGfB, o.J.).

Auf der (für die vorliegende Arbeit notwendigen) psychosozialen Ebene, wurden von der Deutschen Gesellschaft für Beratung (DGfB, o.J., S. 1-3) Kriterien für professionelle Beratung formuliert, von welchen im Folgenden einige zusammenfassend wiedergegeben werden sollen:

- Beratung, welche sich mit unterschiedlichen Entwicklungsaufgaben und multifaktoriell bestimmten Problem- und Konfliktsituationen befasst, bezieht sich sowohl auf Personen und Gruppen [...] als auch auf Organisationen.
- Da dem Beratungsverständnis ein sozialwissenschaftlich und interdisziplinär fundiertes Handlungskonzept zu Grunde liegt, ist es notwendig, dass unterschiedliche Berufsgruppen und Einrichtungen miteinander kooperieren.

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

- Beratung, welche in verschiedenartige Rahmenbedingungen eingebettet ist, sollte immer sowohl auf das Subjekt, auf die Aufgabe, als auch auf den Kontext bezogen sein.
- Da Beratung eine personen- und strukturbezogene soziale Dienstleistung ist und ein Ergebnis nur durch Kooperation erreichbar ist, sind die gemeinsame Anstrengung und Leistung aller Beteiligten und eine klare Zielvereinbarung wichtige Voraussetzungen.
- Diese sich von anderen professionellen Interventionsformen abgrenzende Beratung kann gesundheitsfördernd, präventiv, kurativ wie auch rehabilitativ sein.
- Die Grundlage des rechtlich geschützten Vertrauensverhältnisses (Schutz des Privatgeheimnisses und Datenschutz) bewahrt die Vertrauensbeziehung zwischen BeraterIn und Ratsuchenden, zumal allen BeraterInnen ein Zeugnisverweigerungsrecht eingeräumt wird.

Auf den Begriff der „Online-Beratung“ Bezug nehmend lässt sich festhalten, dass die genannten Definitionen und Kriterien uneingeschränkt übernommen werden können, wobei der einzige Unterschied darin besteht, dass die Interaktion nicht face-to-face vonstattengeht (Brummel, 2008).

### Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche

Die Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche von Beratung umfassen neben lebenspraktischen Fragen bis hin zu psychosozialen Krisen sowohl unterschiedliche Beratungsfelder bzw. Adressaten (z.B. Erziehungs-, Familien-, Partnerschafts-, Schuldner-, Sucht-, Berufsberatung etc.) sowie auch verschiedenartige Beratungsanliegen und –ansätze, welche im Weiteren noch vorgestellt und differenziert werden. Zudem kann man das Feld noch in unterschiedliche Konstellationen und Settings differieren, wie beispielsweise Paar-, Gruppen- oder Teamberatung). Ein wichtiger und relevanter Faktor ist in jedem Fall die Problemdefinition, also „das Wissen, über eine Abweichung von dem gewünschten Zustand“ (Englmayer, 2005, S. 3), welche mit – meist negativen – Wertungen verbunden ist. Somit wendet sich ein Ratsuchender mit seinen Fragen, Interessen, Problemen und Bedürfnissen nach Information und Zielfindung an einen Berater, welcher mit Entscheidungshilfen, Problemlösestrategien und Handlungsanleitungen präsent ist. Der Berater assistiert bei der Definition, der Präzision und Wertung von Zielen, der Fällung von reflektierten Entscheidungen, dem Entwurf von Handlungsplänen, der Identifikation und Nutzung von persönlichen und sozialen Ressourcen, wie auch bei der Unterstützung beim Umgang mit nicht behebbaren bzw. auflösbaren Belastungen. Hat der Beratende es geschafft, Entscheidungen zu fällen, Wege zur Problembewältigung zu finden, sie bewusst und eigenverantwortlich durchzusetzen und somit die Krise zu bewältigen bzw. das Problem zu lösen, so spricht man von einer Erreichung des Ziels, vor allem wenn er durch neue Einsichten das alltägliche Leben wieder bewältigen kann

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

und Möglichkeiten gelernt hat, auch mit ähnlichen Problemen umgehen zu können (DGfB, o.J.; Petzold, 2003; Schulz-Wallenwein & Maus, 2002).

### Abgrenzung zu weiterführenden Begleitangeboten

Da die Begriffe der Therapie, des Trainings, der Supervision und des Coachings trotz deutlicher Unterschiede meist synonym verwendet werden, ist es wichtig, diese von der Beratung abzugrenzen. So spricht man von einem *Training*, wenn erarbeitete Verbesserungsvorschläge z.B. in Rollenspielen eingeübt werden. Diese und andere Maßnahmen wie beispielsweise Kommunikationstrainings dienen der Verbesserung der eigenen Fähigkeiten und werden meist auch ohne konkrete Problemsituationen, meist in Gruppen, beigebracht und angewandt (Nowak, 2009). Auch das *Coaching* betrifft weniger die Problemlösung. Vielmehr handelt es sich um eine „fachkundige Begleitung durch eine bestimmte Phase des Berufslebens“ (Nowak, 2009, S. 2), wobei das Erlernen und Erproben von erfolgsversprechenden Strategien zur beruflichen Veränderung im Vordergrund steht. Unter *Supervision* ist dagegen eine Form beruflicher Beratung zu verstehen, welche zur Aufgabe hat, „Einzelne, Gruppen und Teams [...] zu sozialer Selbstreflexion zu befähigen“ (Binder, 2004, S. 2), wobei eigene Kräfte und Möglichkeiten aktiviert und passende Lösungen gefunden werden sollen. Ziele der Supervision und des Coaching sind unter anderem die „Verbesserung der Arbeitsqualität und –zufriedenheit“, die „Förderung der konstruktiven Kommunikation“ wie auch die „Erweiterung von Handlungsmöglichkeiten im eigenen Arbeitsfeld“ (Reichel & Rabenstein, 2001, S. 9).

	<i>Beratung</i>	<i>Therapie</i>
<i>Art des Problems</i>	Prävention möglicher Störungen und Probleme	Persönlichkeitsschwierigkeiten gravierender Art
<i>Verfahrensweisen</i>	eher unterstützende Methoden	deutende und aufdeckende Verfahren
<i>Ziele</i>	Entwicklung, Erziehung, Prävention & seelische Gesundheit, Veränderung der konkreten Lebenssituation und Veränderung von Grundeinstellungen bzw. Problem-bewältigung	Heilung, Verbesserung, Linderung, tiefgehende Persönlichkeitsumgestaltung & völlige Neueinstellung, Reorganisation des Selbstkonzepts

Tabelle 1: Abgrenzung von Beratung und Therapie  
(Dietrich, 1991, zitiert nach Krings & Schilles, 2003, S. 6; Rott, o.J., S. 10)

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

In Fällen, in denen man in der Beratung mehr mit „Lebensproblemen, Konflikten und der (Beratungs-) Beziehung“ arbeitet, kann es zu „inhaltlichen und methodischen Übereinstimmungen mit der Psychotherapie“ kommen (Petzold, 2003, S. 3). Da die Grenzen zwischen Psychotherapie und Beratung oft fließend sind, ist eine trennscharfe Sondierung nicht möglich, ihre Abgrenzung ist nicht immer eindeutig, zumal deren Unterscheidung für die soziale Arbeit bedeutend ist, da Therapien nur von Ärzten und Psychologen durchgeführt werden dürfen (Rott, o.J.). Rahm (1979, zitiert nach Krings & Schilles, 2003, S. 7) spricht von einem „fließendem Übergang“, wobei sich eine *Therapie*, welche sich an Patienten wendet, „bei denen der Verlust von Kontroll- und Steuerungsfunktionen so groß ist, dass sie ihr Leben nicht ohne schwerwiegende Störungen selbst regulieren können und massive Hilfe brauchen“ (Rott, o.J., S.9), sich sogar meist aus einer Beratungssituation heraus entwickelt und zwar dann, wenn in der Beratung deutlich wird, dass es tiefer liegende Ursachen für die Probleme gibt und nach diesen geforscht werden muss (Nowak, 2009). Es sei jedoch nach Rott (o.J.) anzumerken, dass es durchaus Beratungssituationen gibt, die therapeutischen Charakter haben, wie auch Psychotherapien, dessen Patient keine schwerwiegende Störung aufweist. Die Unterscheidung zwischen Psychotherapie und Beratung ist weder von der methodischen Herangehensweise, noch von seinem Ablauf her bestimmt, sondern vielmehr aus dem Kontext, der Art des Problems und der Zielsetzung (vgl. Tabelle 1, S. 19).

### Wie läuft eine face-to-face-Beratung ab?

Englmayer (2005, S. 5ff) beschreibt die wesentlichen Elemente eines „idealen Beratungsverlaufs“ (vgl. Tabelle 2, S. 21): In der Folge dass der Hilfe suchende Klient den Schritt gewagt hat, eine Institution aufzusuchen, um sich beraten zu lassen, akzeptiert er, an seinen Problemen zu arbeiten. Nach einer Begrüßung und der Vorstellung der eigenen Person, wird das Anliegen bzw. das Problem ge-/erklärt, wobei dem Ratsuchenden bewusst sein sollte, dass der Berater keine Patentlösung bereit hält, sondern dass die Beratung eine Möglichkeit ist, „mit professioneller Hilfe Lösungen für ihre Probleme zu erarbeiten“. Um das Problem gemeinsam zu analysieren, ermutigt der Berater den Klienten dazu, seinen problembezogenen Gefühlen wie z.B. Angst oder Wut freien Lauf zu lassen, welche wiederum vom Berater akzeptiert und anerkannt werden. Zudem ist es dessen Aufgabe, unterschwellige Gefühle aufzugreifen und dem Klienten aufzuzeigen, so dass er diese als Teil seiner selbst akzeptieren kann. Nach der gemeinsamen Zielanalyse, welche klärt, was der Ratsuchende erreichen möchte, müssen Methoden erarbeitet werden, die zur Erreichung des Zieles beitragen, sprich mögliche Handlungsabläufe oder Entscheidungen, wobei der Berater Anweisungen oder Ratschläge hierzu gibt. Hat der Klient diese kleinen aber bedeutsamen

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

positiven Handlungen vollzogen bzw. ausprobiert, erlangt er ein größeres Maß an Einsicht und gewinnt zunehmend an Einblick in seine Handlungen, wie auch weniger Angst vor Entscheidungen. Zudem erhält er mehr „Vertrauen in selbst gelenkte Handlungen“. Sollte es nach der Verabschiedung zu weiteren Beratungsgesprächen kommen, so wird das Hilfebedürfnis sukzessiv von Zusammenkunft zu Zusammenkunft nachlassen und der Klient erkennt, dass die beraterische Beziehung zu Ende gehen muss (Englmayer, 2005).

Allgemeiner Ablauf eines Beratungsgesprächs
• Begrüßung
• (Er-)Klärung der eigenen Person, Rolle und Funktion
• Klärung des Anliegens
• Gemeinsame Problemanalyse
• Zielanalyse
• Gemeinsame Erarbeitung und Festlegung von Methoden zur Zielerreichung
• Vereinbarung über die weitere Gesprächsstruktur
• Verabschiedung

Tabelle 2: Allgemeiner Ablauf eines Beratungsgesprächs (Eberle & Kleinschulte, 2007, S. 5)

Nowak (2009) betont weiterhin, dass sich das zu Beginn der Beratung erarbeitete Problem während des Beratungsprozesses durchaus noch verändern kann. Dies liegt wohl in einer Veränderung der eigenen Sichtweise durch das Gespräch mit dem Berater. Zudem besteht die Möglichkeit der Veränderung des eigentlichen Zieles, „denn neue Einblicke in die eigene Persönlichkeit und gewonnenen Handlungsspielräume eröffnen neue Perspektiven“ (Nowak, 2009, S. 6). Ebenso kann es sein, dass sich durch die neue, verändernde Handlung ein neues Ziel ergibt. In den meisten Fällen ist es so, dass der Klient seine Entscheidungsalternativen oder Handlungsmöglichkeiten bereits weiß und er sich mit einem anderen Menschen, der wegen anderem Wissen einen besseren Überblick hat, austauschen möchte, so dass er durch neue Sichtweisen Unsicherheiten oder Ambivalenzen ablegen kann (Hinrichs, 2008).

### 2.2 Beratungsformen herkömmlicher Art

Wie bereits erwähnt, ist das Feld der Beratung sehr vielfältig. Da es den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde, alle einzelnen Bereiche darzustellen, werden im Folgenden die wichtigsten Erscheinungsformen herkömmlicher Beratung kurz vorgestellt, wobei sich auf Hauptmerkmale beschränkt wird.

Sauer und Retaiski (2002, zitiert nach Rott, o.J.) zerlegen Beratung in zwei Erscheinungsformen: Während sich die *Rechtsberatung* überwiegend mit Fachinformationen und Sachfragen beschäftigt (z.B. Sozialhilferecht), handelt die *Lebensberatung* von der

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

Problemlösung. Eine klassische *face-to-face*-Beratungssituation ist geprägt durch einen Berater und einen Ratsuchendem, welche sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede besitzen und sich beispielsweise in einer Beratungsinstitution treffen, um an den Problemen des Klienten zu arbeiten. Eine weitere gängige Beratungsart, welche viele Einrichtungen sowohl für spezielle Zielgruppen, zu bestimmten Themen, regional begrenzt als auch überregional anbieten ist die *Telefonberatung*. Nachdem 1953 mit dem „Notruf für Suizidgefährdete“ die erste telefonische Beratung in Europa gegründet wurde, hat sich neben den weiteren Angeboten ebenfalls die Zahl der Anrufe vermehrt. Als bekannteste Telefonberatung sei die Telefonseelsorge zu nennen, welche rund um die Uhr erreichbar und für die Ratsuchenden kostenlos ist. Ein Phänomen, welches hier genauso zu erkennen ist wie bei der Online-Beratung ist das des „Abtestens“: Bevor das eigentliche Problem zum Thema gemacht wird, beschreiben die Klienten zunächst ein „kleineres“ Problem um zu testen, „wie der Berater darauf reagiert und ob man sich versteht bzw. verstanden fühlt“ (Englmayer, 2005, S. 9). Während bei der telefonischen und *face-to-face*-Beratung professionell ausgebildete BeraterInnen und TherapeutInnen die Ratgeber-Funktion übernehmen, handelt es sich beim *Ratgeberjournalismus* um JournalistInnen, die zusätzlich eine fachspezifische Qualifikation bei z.B. Psychotherapeut besitzen. Nicht nur in Tageszeitungen, auch in Wochen- oder Monatszeitschriften gibt es spezielle Seiten oder Beilagen, auf denen Leserfragen beantwortet oder Informationen zu teilweise allgemeinen, teilweise speziellen Themen oder Problemen vermittelt werden. Als letzte Beratungsform sei die *Online-Beratung* aufgeführt, welche in Kapitel vier ausführlich vorgestellt wird (Englmayer, 2005). Desweiteren lassen sich Beratungen durch ihre Spezifizierung in (sozial-) pädagogische, soziale, psychologische und psychosoziale Beratungen gegeneinander abgrenzen.

Ein großes Element des pädagogischen Auftrags ist nach Hinrichs (2008) die (*sozial-*) *pädagogische Beratung*, welche sich „sämtlichen Problemen, die im Alltag der Hilfesuchenden entstehen können“ (Meyer, 2001, S. 2) widmet (vgl. Tabelle 3, S. 23). Der Prozess beginnt meist mit einer Frage des Ratsuchenden, welcher eine offene Kommunikation erwartet, die dazu führen soll, dass „oberflächliche Interpretationen der Wirklichkeit“ überwunden werden (Hinrichs, 2008, S. 34). Durch die vermittelten Informationen, Orientierungen und Haltungen soll eine Distanz ermöglicht werden, die zur objektivierenden Betrachtung des Besprochenen führt. Da die Probleme oftmals breit gefächert sind und der Berater auf viele Aspekte eingehen muss, sind in den meisten Fällen mehrere Sitzungen notwendig (Meyer, 2001; Hinrichs, 2008).

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

Arten von (sozial-) pädagogischer Beratung	
Familienberatung	Schulische Beratung
Ausländerberatung	Erziehungsberatung
Schuldnerberatung	Schwangerschaftskonfliktberatung
Drogenberatung	

Tabelle 3: Arten von (sozial-) pädagogischer Beratung (Eberle & Kleinschulte, 2007, S.1)

Als „lebensweltorientierte Beratung [...] der Sozialpädagogik“ (Hinrichs, 2008, S. 33) wird die *soziale Beratung* angesehen. „Problemfelder, die sich auf Schwierigkeiten von Individuen oder Gruppen in und mit ihrer sozialen Umwelt beziehen“ (ebd.) werden hier ebenso behandelt wie Schwierigkeiten materieller, institutioneller und/oder rechtlicher Strukturen, wobei zur sozialen Umwelt neben der Familie, der Verwandtschaft und dem Freundeskreis auch die berufliche und schulische Umwelt zählt.

In der *psychologischen Beratung* vermittelt der Berater sein Fachwissen über psychische Vorgänge, Kommunikation, menschliche Entwicklung etc., so dass Klienten Neues über sich selbst erfahren und es ihnen mit den neuen Kenntnissen erleichtert wird, Zusammenhänge ihres Problems besser zu durchschauen, leichter Entscheidungen zu treffen und letzten Endes das Problem zu lösen (Nowak, 2009; Thivissen, 2006). Das primäre Kennzeichen dieser Beratung ist die nicht-direktive Art, d.h. sie zielt nicht direkt auf eine Modifikation des Verhaltens ab, sondern soll Einstellungen verändern und Einsichten fördern. Im Vordergrund dieser Einzel- oder Gruppengespräche stehen individuelle und soziale Problembereiche, zwischenmenschliche und gesundheitliche Probleme, wie auch Schwierigkeiten bei der beruflichen, bildungsbezogenen und persönlichen Anpassung (Hinrichs, 2008).

Um die *psychosoziale Beratung* erklären zu können, muss zuerst der Begriff „psychosozial“ selbst erläutert werden. Dies sind Phänomene, „die gleichzeitig psychischer und sozialer Natur sind bzw. die durch die Interdependenz psychischer und sozialer Prozesse gekennzeichnet sind“ (Klima, 1994, zitiert nach Brummel, 2008, S. 2). Wenn also die psychische Situation und das soziale Umfeld eines Menschen negativ verändert werden, handelt es sich um ein psychosoziales Problem bzw. eine psychosoziale Belastung. Beispiele hierfür wären gegenwärtige oder zukünftige Probleme in Schule oder Beruf oder die Entwicklung eines gesunden Körpergefühls.

„Psychosozial“ bedeutet eine Vermittlung zwischen individueller, persönlicher Auffassung und Eigenständigkeit auf der einen Seite und gesellschaftlichen Wahrheiten und Werten auf der anderen Seite“ (Ehlers, 2003, zitiert nach Rott, o.J., S. 7).

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

Psychosoziale Beratung hat somit die Bewältigung von akuten Schwierigkeiten und Problemen zum Ziel, wobei sie „von dem Menschen in seiner speziellen sozialen Lebenssituation“ ausgeht (Rott, o.J., S. 8). Durch diese Definitionen kommt es zu einer Ergänzung der Beratung um eine gesellschaftliche Komponente, sprich gesellschaftliche Zusammenhänge, welche Einfluss auf den Ratsuchenden haben, werden ebenso berücksichtigt wie soziale Einflussfaktoren. Im Zentrum stehen Korrelationen und Interaktionen zwischen Personen und ihrer Umwelt. Da diese Beratungsart der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie ist, wird das Hauptaugenmerk somit auf professionelle Handlungen gelegt, welche individuelle Probleme klären sollen, die aus sozialen Anforderungen entstanden sind und zur Irritation des persönlichen, intimen Bereiches einer Person führten. Neben informierenden Aussagen über Problematiken, anwendungsbezogenen Tipps, können die Arbeitsmittel desweiteren über Selbstmodifikationsangebote bis hin zu psychotherapeutischen Interventionen gehen, wobei eine emotionale Entlastung eines der beraterischen Ziele ist. Zu den zwei Hauptkonzepten der psychosozialen Beratung zählt sowohl die psychosoziale Reflexivität, also die Fähigkeit, zwischen gesellschaftlichen Normen/Anforderungen und individuellen Bedürfnissen/Zielen zu unterscheiden, wie auch das Konzept der Ressourcen, sprich die Fähigkeit, Probleme durch das Erkennen und Nutzen der eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten zu bewältigen (Hinrichs, 2008; Rott, o.J.). Die Darstellung von spezifischen Beratungsstrategien ist Gegenstand des folgenden Abschnittes.

### **2.3 Spezifische Beratungsstrategien**

Sowohl die psychosoziale Beratung, als auch andere Beratungsformen arbeiten mit unterschiedlichen, spezifischen Beratungsstrategien wie beispielsweise dem psychodynamischen, dem humanistischen oder dem lern- und verhaltenstheoretischen Ansatz, um nur einige zu nennen. Im folgenden Abschnitt sollen nur diejenigen Beratungsmodelle vorgestellt und näher beschrieben werden, welche sowohl in der face-to-face-Beratung, als auch hauptsächlich in der Praxis der Online-Beratung genutzt werden und mit welchen Knatz und Dodier (2003) die besten Erfahrungen gemacht haben: die klientenzentrierte Gesprächsführung nach Carl R. Rogers, der ressourcenorientierte Ansatz nach Steve de Shazer, sowie die SET-Kommunikation.

#### *Klientenzentrierter Ansatz (Carl Rogers)*

Der amerikanische Psychologe Carl R. Rogers formulierte mit seinen drei Haltungen bzw. inneren Einstellungen die allgemeinen Grundlagen hilfreicher menschlicher Beziehungen, die

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

die Entwicklung des Gegenübers fördern sollen und der Qualität der Beziehung eine entscheidende Bedeutung gibt, zumal diese das wirksame Element zur Veränderung der Persönlichkeit des Ratsuchenden ist. Ziel dieser nicht-direktiven Beratung ist es, den Klienten zu lehren, eine „geistige und emotionale Haltung anzunehmen, die sie befähigt, die eigenen Probleme selbst zu lösen“ (Englmayer, 2005, S. 19). Somit wird großer Wert auf Techniken gelegt, durch die Klienten ihrer Einstellung bewusster werden und an Einsicht und Verständnis gewinnen sollen. Neben den in Tabelle 4 aufgelisteten Voraussetzungen, welche ein Beziehungsklima fördern, betont Rogers insbesondere drei Beziehungsvariablen, welche ausschlaggebend für eine erfolgreiche Beratung sind: Empathie, Wärme bzw. Akzeptanz und Echtheit bzw. Authentizität.

Voraussetzungen für ein förderliches Beziehungsklima
1. Es muss ein psychischer Kontakt zwischen Klient und Ratsuchendem bestehen.
2. Der Ratsuchende befindet sich in einem Zustand der Angst/Disharmonie/Verletzbarkeit.
3. Der Berater muss flexibel, natürlich und ausgeglichen sein.
4. Der Berater muss den Klienten akzeptieren und eine positive Einstellung ihm gegenüber aufbringen.
5. Der Berater muss Einfühlung in die psychische Situation des Patienten entwickeln und dem Ratsuchenden dieses Verständnis mitteilen können.
6. Diese Mitteilung muss individuell gestaltet sein. Der Klient muss diese wahrnehmen und erfahren.

Tabelle 4: Voraussetzungen für ein förderliches Beziehungsklima

(Rogers, 1957, zitiert nach Hartel, 2008b, S. 19f)

Der erste förderliche Aspekt einer guten Beziehung zwischen Berater und Klient ist die *Empathie*, also das Einfühlungsvermögen des Beraters in die Gefühlswelt und Problemlage des Klienten. Der Berater sollte sich in die Welt des Hilfe Suchenden hineinversetzen, seine Gefühlswelt verstehen, seine persönlichen Deutungen spüren und dies dem Klienten mitteilen können. Da diese Art des sensiblen und aktiven Zuhörens in unserem Leben äußerst selten ist, ist es nach Rogers „eine der mächtigsten Kräfte“ (Rogers, 1981, zitiert nach Knatz & Dodier, 2003, S. 133). Die Wertschätzung gibt dem Klienten einerseits das Gefühl, dass seine Ansichten verstanden werden und seine Gefühle etwas wert sind, andererseits wird sein Vertrauen, sich verständlich zu machen gestärkt.

Das zweite Element bezeichnet Rogers als *Echtheit* bzw. *Kongurenz*, womit gemeint ist, dass der Berater „er selbst“ ist, er dem Ratsuchenden authentisch und ehrlich gegenüber tritt und „kein professionelles Gehabe und keine persönliche Fassade zur Schau trägt“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 132). Er soll sich über das, was er erlebt, bewusst sein und diese Gefühle

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

dem Ratsuchendem mitteilen, so dass sich dieser (besser) öffnen kann und erreichbar ist. Diese grundlegende Einstellung soll zur Folge haben, dass der Beratungserfolg größer wird.

*Wertschätzung* und *Akzeptanz*, also dass der Berater dem Klienten eine „wertschätzende, anerkennende, akzeptierende, achtende Haltung entgegen“ bringt, „die nicht an Bedingungen geknüpft ist“ (Englmayer, 2005, S. 22), stellt das dritte Element in der Beziehungsgestaltung dar. Der Ratsuchende soll das Gefühl vermittelt bekommen, dass er so angenommen wird, wie er ist, ohne Bedingungen erfüllen zu müssen. Dadurch, dass er vom Berater unbedingt akzeptiert wird, gelingt es ihm, sich zu öffnen und „auch verborgene Erfahrungen oder Problembereiche zuzulassen und anzusprechen (Hartel, 2008b, S. 21).

Die Umsetzung dieser Faktoren findet sich in zwei Interventionstechniken wieder: Berater sollen einerseits paraphrasieren, d.h. Äußerungen des Klienten inhaltlich rückmelden, und andererseits verbalisieren, sprich dem Klienten emotionale Inhalte widerspiegeln, welcher er nicht direkt ausspricht. Die Besonderheit des klientenzentrierten Ansatzes liegt darin, dass der vom Klienten ausgedrückte Inhalt lediglich umformuliert wird „ohne jede Verfälschung [...] und ohne Abwertung“ (Knatz, 2006b, S. 4), wodurch er sich immer weiter selbst wahrnimmt und seine Selbstheilungskräfte gestärkt werden. Durch diese vertrauensvolle und konstruktive Basis, wird der Ratsuchende zur aktiven Suche nach Lösungswegen und Handlungsstrategien ermutigt, welche er wiederum mit der Unterstützung und Ermutigung des Beraters umsetzen kann. Die Anwendung dieser Methode in der Online-Beratung hat den Vorteil, dass sich Ratsuchende angstfreier äußern können, zumal sie ihre Situation alleine verfassen. Dieser und der Aspekt der Selbstexploration werden in Kapitel 5.4 noch weiter betrachtet. Die Schwierigkeit dieses Ansatzes liegt nach Knatz und Dodier (2003, S. 134) darin, Kongruenz und Empathie „im schriftlichen Prozess lesend aufzunehmen und schreibend umzusetzen“. Hierfür wurden jedoch weitere, speziell auf die Beratung im Internet zugeschnittene Strategien entwickelt, welche in Kapitel 6.1 vorgestellt werden (Englmayer, 2005; Hartel, 2008b; Binder, 2004).

### Lösungs- oder ressourcenorientierter Ansatz (Steve de Shazer)

Unter Ressourcenorientierung ist die Betrachtung von Problemen unter positiven Blickpunkten zu verstehen. Steve de Shazer betont bei diesem Ansatz, dass es nicht primär relevant ist, das Problem zu erklären, sondern das Augenmerk soll sich auf die Gegenwart richten und die Lösung in den Vordergrund stellen, wobei die in Tabelle 5 (S. 27)

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

aufgelisteten Prinzipien zum Tragen kommen sollen. Wenn der Ratsuchende neben dem Problem ebenso ein Ziel bzw. einen Wunsch formulieren kann, ist eine Veränderung möglich. Durch aktive Hilfe und eine kooperative Beziehungsgestaltung soll der Ratsuchende darauf gelenkt werden, seine eigenen Ressourcen zu aktivieren und somit mit seinen Fähigkeiten zur Problemlösung beitragen.

Systemische Beratung betrachtet stets „biologische und psychische Eigenschaften“ auf der einen und „soziale Bedingungen der Person“ auf der anderen Seite (Englmayer, 2005, S. 24). Nachdem es in der Online-Beratung schwer ist, wichtige Personen des Ratsuchenden in den Beratungsprozess einzubeziehen, finden hier vorrangig die Methoden der systemischen Einzel- und Paarberatung Anwendung. Aufgrund der Basis der Kundenorientierung richten sich professionelle Interventionen zudem „nicht nach „objektiver Indikation“ oder „Bedürftigkeit“, sondern nach dem jeweils subjektiven Bedarf des Klienten“ (von Schlippe & Schweitzer, 1997, zitiert nach Knatz & Dodier, 2003, S. 136). Je nachdem, inwieweit dieser bereits Lösungsvorstellungen besitzt, lässt sich der Ratsuchende in eine der von de Shazer aufgestellten Kategorien einteilen: *Besucher*, welche oft unfreiwillig kommen, haben weder eine Beschwerde, eine Veränderungserwartung, noch einen Veränderungsauftrag und bekommen in der Beratung deswegen keine Aufgaben angeboten. Ratsuchende, die von anderen Menschen eine Veränderung erwarten, werden als *Klagende* bezeichnet. Hier werden vor allem Denk- und Verhaltensbeobachtungsaufgaben angewandt. Menschen, die neben ihrer Beschwerde auch die Vorstellung mitbringen, selbst aktiv etwas zur Veränderung beizutragen, werden als *Kunden* benannt (Knatz & Dodier, 2003).

---

### Prinzipien bei der lösungsorientierten Beratung

*Prinzip der Lösungsorientierung:* Fokussierung auf die Zukunft und mögliche Lösungen

*Prinzip der Utilisation:* Klienten haben alles, was sie zur Lösung brauchen

*Prinzip der Konstruktivität:* Problemverhalten ist abhängig von der Welt- und Selbstsicht des Klienten

*Prinzip der Veränderung:* Nichts ist immer dasselbe, Veränderung tritt immer auf

*Prinzip der Sparsamkeit:* Man bemüht sich pragmatisch um das, was wirkt

---

Tabelle 5: Prinzipien bei der lösungsorientierten Beratung (Binder, 2004, S. 12)

Da sich Kurzzeittherapien von Langzeittherapien kaum in ihrer Effektivität unterscheiden und in der Online-Beratung jederzeit die Möglichkeit besteht, dass der Ratsuchende den Kontakt abbricht, sollte bei diesem auf einer kurzen Zeitspanne basierendem Modell versucht werden, die Beziehung so gut wie möglich zu nutzen und das Problem in einem kurzen Zeitraum effektiv zu lösen (Englmayer, 2005; Knatz, 2006b; Binder, 2004; Knatz & Dodier, 2003).

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

### SET-Kommunikation

Sowohl in realen Krisensituationen, als auch in der Email-Beratung hat sich das SET-Kommunikationsmodell als besonders hilfreich erwiesen, insbesondere wenn der Klient an einer psychischen Erkrankung leidet. So sollten in einer erfolgreichen Beratungskommunikation immer folgende drei Elemente enthalten sein:

**S** = Support = Unterstützung

**E** = Empathie = Mitgefühl (aber nicht Mitleid)

**T** = Truth = Aufrichtigkeit und Wahrheit

Die *S-Stufe* ist eine persönliche Stellungnahme und unterstützende Aussage des Beraters, wobei dessen Gefühle betont werden und er zudem seine Hilfe anbietet (z.B. „Ich mache mir wirklich Sorgen um dich!“). Der *E-Teil* des Modells widmet sich der Anerkennung der chaotischen, oftmals ambivalenten Gefühle des Ratsuchenden. Damit sich der Klient nicht herablassend behandelt fühlt und auf den Berater wütend wird, ist es unbedingt wichtig, dass Mitgefühl nicht mit Mitleid verwechselt wird und die schmerzliche Erfahrung des Betroffenen, nicht die des Beraters, betont wird (z.B. „Du musst dich schrecklich fühlen!“ anstatt „Du tust mir leid!“). Während es sich bei der S- und E-Kommunikation um subjektive Aussagen handelt, zeigt die *T-Aussage*, dass ein Problem besteht. Sie drückt die Wahrheit bzw. die Realität aus, wobei die Betonung darauf liegt, dass der Klient für sein Leben selbst verantwortlich ist und der Berater ihm die Eigenverantwortung nicht abnehmen kann. Wahrheitsäußerungen sollten sachlich und neutral ausgesprochen werden, ohne Schuld zuzuweisen oder eine Strafe zu formulieren. Wichtig ist der Bezug auf die Frage, was getan werden kann, um eine Lösung zu finden (z.B. „Das und das ist geschehen... die Folgen sehen so aus... Was denkst du, kannst du unternehmen?“) (Knatz & Dodier, 2003, S. 181f; Englmayer, 2005; Knatz, 2006b). Die Anwendung des SET-Kommunikationsmodells ist vor allem in der Online-Beratung müheloser anzuwenden, weil der Berater in aller Ruhe seine Antwort prüfen und gegebenenfalls noch ergänzen kann.

### **2.4 Relevanz von Beratungen in der psychosozialen Arbeit**

Nach Galuske (zitiert nach Meyer, 2001, S. 1) wird Beratung „zu über 80% in der Familie, von Freunden oder dem Partner geleistet“. Obwohl durch die zunehmende Modernisierung unserer Gesellschaft immer mehr Beratung in Anspruch genommen wird, vertrauen sich bisher immer noch wenige professionelle Beratern an. Institutionen werben mit Slogans wie „Mehr Beratung – mehr vom Leben“ und zeigen damit, wie unsere Gesellschaft

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

charakterisiert werden kann. Auch die mittlerweile nahezu unendliche Liste an Beratungsthemen beweist, welche Relevanz Beratungen haben.

In fast allen relevanten Bereichen machten sich tief greifende Veränderungen bemerkbar. Trotz der Individualisierung und der Zunahme menschlicher Handlungsmöglichkeiten, bedeutet diese gesellschaftliche Veränderung weniger eine Entlastung als vielmehr eine zusätzliche Belastung (Seel, 1998), da die gegenwärtigen Strömungen widersprüchlich sind: Einerseits gibt es mehr Entscheidungsfreiheiten, wodurch die Menschen ihr Leben unabhängig von gesellschaftlichen Vorgaben entwerfen können, andererseits haben sie kaum mehr Alternativen zu einem eigenverantworteten Lebensstil und sind mit Anforderungen konfrontiert, welche die „zwanghaft verordnete Selbstbestimmung begleiten“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 14). Um mit dieser Vielzahl an Wahlmöglichkeiten adäquat umgehen zu können, werden bestimmte „materielle Ressourcen sowie psychische und soziale Kompetenzen“ benötigt (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 13). Die meisten Individuen sind jedoch – teils aus Unsicherheit, teils wegen der fehlenden strukturellen Geborgenheit - tendenziell damit überfordert. „Dieses gegenwärtige Gesellschaftsbild [...] provoziert nahezu eine Beratungsszene, die boomen muss“ (Benke, 2009b, S. 3) – unabhängig von der Form, dem Anbieter, dem Medium oder dem Zugang.

Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene müssen auf ihrem Weg durch die Pubertät und Adoleszenz zum Erwachsenwerden viele Unsicherheiten bewältigen, wobei stets die Gefahr des Stolperns droht. Auch die vermeintlich sicher gehenden Jugendlichen sollten sich ein Netz spannen, welches sie auffängt und vermeidet, dass sie hart auf dem Boden landen. Da diese Altersgruppe auf der Suche nach Rat und Orientierung zunehmend das Internet durchstöbert, stellt die Online-Beratung für sie ein „geradezu ideales Angebot“ dar (Götz, 2009, S. 18).

Keupp (1994, S. 29) sieht die „riskanter werdenden Chancen des Subjekts“ als Gründe, die zu den neuen Konstellationen an Problemen führen und somit auch in den psychosozialen Beratungskontext eingebunden werden. Biographien besitzen weniger Beständigkeit, familiäre Strukturen wandeln sich ebenso wie das Erwerbssystem, die Menschen sammeln weniger zusammenhängende Erfahrungen und es ist kaum mehr möglich, seine Biographie zu planen. Doch erst als auf fehlende Bewältigungsmechanismen psychische Verstörungen folgten, wurde auch die Kehrseite der neuen Entwicklung zunehmend offensichtlich. Da psychische Krankheiten als Verlust des inneren Zusammenhangs verstanden werden, betonen psychologische Theorien immer mehr die „Notwendigkeit, sich im Wandel der Zeit als ein

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

und derselbe zu erleben“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 14f). Somit hat psychosoziale (Online-) Beratung einerseits die Funktion, dass die Menschen Schlüsselkompetenzen erlangen, um ihr Handeln im Alltag wieder zu stabilisieren und ist andererseits dafür zuständig, dass sie sich „in der großen Anzahl an Lebensstilmöglichkeiten zurechtfinden, ohne sich im Möglichkeitsraum zu verlieren“ (Metzmacher & Zaepfel, 1996, zitiert nach Hintenberger & Kühne, 2009, S. 15).

Wenn Klienten Beratungen in Anspruch nehmen, kommen manche schon mit einem klaren Thema bzw. Leid, wobei die Beispiele in Tabelle 6 nur eine kleine Übersicht darstellen. Diese leidvollen Ereignisse können sowohl chronischer bzw. wiederkehrender Natur sein, wie auch von einmaliger Art. Knatz und Dodier (2003, S. 177ff) nennen die häufigsten Themen, welche in (Online-) Beratungen angesprochen werden: So wenden sich sehr viele Menschen mit Borderline-Persönlichkeitsstörungen via E-Mail-Beratung an die Autoren. Diese Störung ist gekennzeichnet von unbeständigen bzw. unangemessenen intensiven zwischenmenschlichen Beziehungen, selbstschädigenden Verhaltensweisen (wie Alkoholmissbrauch), starken Stimmungsschwankungen, unangemessenen Zornausbrüchen, Selbstverletzungen bzw. Suizidversuchen, wie auch dem Fehlern einer klaren Ich-Identität, chronischer Langeweile und Leere und/oder der starken Angst vor dem Verlassenwerden. In Bezug auf das Thema Selbstverletzung, wenden sich vor allem junge Mädchen an Beratungsangebote. Neben weiteren „typischen“ Themen wie Suizid und Depressionen, gehört auch der Bereich der Essstörungen zum hauptsächlichen psychosozialen Problemfeld in Beratungsprozessen.

Beispiele für psychosoziale Problemlagen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikte mit Eltern / Familie / Freunden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufklärung und Veränderung von stereotypen Verhaltens- und Erlebensmustern</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liebesbeziehungen</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhebung von Einsamkeit / Finden von Freunden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finden einer geeigneten Therapie, Klinik oder Beratungseinrichtung</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewältigung von Trennungen/Todesfällen</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewältigung von Missbrauch / Vergewaltigungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ängste und Depressionen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Therapie einer psychischen Erkrankung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existenzkrisen / Identitätskrisen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abbau von Stress und Erregung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation und Lösung von Krisen</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probleme in der Schule / im Beruf</li> </ul>

Tabelle 6: Beispiele für psychosoziale Problemlagen (Unbekannter Autor, o.J., S. 1-5)

Aufgrund der Tatsache, dass die Jugendphase eine „bunte, vielfältige, komplexe Welt im stetigen Wandel“ darstellt (Knatz & Dodier, 2003, S. 197), welche durch allgemeine

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

Orientierungslosigkeit, soziale und psychologische Unsicherheiten, sowie auch Minderwertigkeitsgefühlen gekennzeichnet ist und das Internet gerade für Jugendliche eine wichtige Rolle spielt, ist es nicht verwunderlich, dass sich derart viele Mädchen und Jungen und junge Erwachsene im Alter von 12 bis 26 Jahren an Online-Beratungen wenden. Neben Aufklärungsfragen und Beziehungsschwierigkeiten, wenden sich die jungen Menschen auch wegen Schwierigkeiten in Schule/Ausbildung oder mit den Eltern, oder der Suche nach der eigenen Identität an die Beratungsangebote. Götz (2003, S. 98ff) betont hierbei, dass man die Jugendlichen in zwei Gruppen einteilen kann: Der erste Teil versucht durch autoaggressive Verhaltensweisen wie selbstverletzendem Verhalten oder suizidalen Tendenzen mit ihren Problemen umzugehen, wohingegen die zweite Gruppe introvertierte Problembewältigungsstrategien entwickeln. Da sie es gewohnt sind, mit ihren Problemen alleine gelassen zu werden, bleibt ihnen nichts anderes übrig, als sich selbst um eine Lösung zu kümmern.

Abgesehen von der Relevanz von Beratungen, fand eine Studie über Suizidforen heraus, dass über die Hälfte (63%) den Wunsch hat, dass im Internet mehr auf Beratungsangebote aufmerksam gemacht wird. Zudem können sich 42% vorstellen eine (Online-) Therapie zu machen und 68% sprechen sich für mehr (Online-) Selbsthilfegruppen aus – ein Online-Beratungsangebot würden jedoch nur 18% in Anspruch nehmen (Sasse, 2009).

### **2.5 Zusammenfassende Schlussfolgerungen**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es unabhängig von Alter, Kultur oder Geschlecht im Leben der Menschen immer Probleme oder Lebensphasen gibt, die einem als Katastrophe erscheinen. Von Gefühlsstürmen, innerer Unsicherheit, finanziellen Erdbeben bis hin zu einer Flut von Streit und/oder Gewalt in der Familie: Berufliche wie private Lebensprobleme können die bisherige Lebensplanung erschüttern und zur Überforderung der Menschen führen. Häufig halten Krisen ihre Opfer so gefangen, dass sie selbst keinen Ausweg in Sicht haben, weil ihnen der Blick für neue, andere Perspektiven verwehrt bleibt. Unbelastete Dritte können den Ratsuchenden helfen, den Weg aus der Krise zu weisen und ihr Selbstvertrauen zu stärken. Aus Angst oder Scham, die Probleme nicht selbst meistern zu können, wenden sich viele an Freunde oder die Familie, doch auch fachliche Hilfe kann kostenfrei und anonym in vielen Beratungsstellen gefunden werden. Diese Angebote gibt es sowohl real als auch virtuell.

## 2. Beratung bei psychosozialen Problemen

In diesem Kapitel wurde Beratung im Allgemeinen, ihre Aufgabenbereiche, Formen und Tätigkeitsfelder, speziell auf psychosozialer Ebene, sowie auch ihr Ablauf vorgestellt. Aus den vielen Erläuterungen lassen sich einige Schlussfolgerungen ziehen, welche in der empirischen Studie untersucht werden sollen. So kann beispielsweise angenommen werden, dass die Definitionen und Kriterien der realen psychosozialen Beratung fast ausschließlich auf den Bereich der Online-Beratung übernommen werden können.

In Bezug auf die Epidemiologie ist anzunehmen, dass die Nutzer von Online-Beratungen in der Altersgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind, wobei die Präsenz der Frauen höher eingeschätzt wird. Aufgrund der Tatsache, dass es ein vielseitiges Spektrum von psychosozialen Aufgabenbereichen und Themenfeldern gibt, stellt sich die Frage, um welche Themen es den Ratsuchenden vorrangig geht und inwiefern die im Kapitel genannten psychosozialen Problemlagen eine Rolle in diesem Rahmen spielen.

Eichenberg (2004, S. 15) gibt an, dass herkömmliche Behandlungsmethoden und -techniken „an das spezielle Setting“ der virtuellen Beratung angepasst werden müssen und „nicht eins zu eins“ übernommen werden können. Inwiefern sich die Vorgehensweise der gewöhnlichen Beratungsarbeit von der Virtuellen unterscheidet und in welchem Sinne diese an die medienspezifischen Charakteristika angepasst werden, soll mit Hilfe der Kapitel 5 und 6 geprüft werden.

Des Weiteren wurden herkömmliche Beratungsstrategien, wie der klientenorientierte Ansatz von Rogers, der lösungsorientierte Ansatz von de Shazer und die SET-Kommunikation vorgestellt. Diesbezüglich lassen sich ebenfalls einige Forschungsfragen ableiten. Es soll einerseits der Frage nachgegangen werden, nach welchen Methoden die Online-Berater vorgehen. Zudem soll im Rahmen der empirischen Untersuchung geklärt werden, inwiefern die beziehungsfördernde Aspekte von Rogers, nämlich die Echtheit, Empathie und Wertschätzung, in der virtuellen Beratungsarbeit Anwendung finden.

Durch einen Blick auf die Bedeutung und Nutzung des world wide webs im System der psychosozialen Versorgung kann es möglicherweise zu einer Ergänzung bzw. Verfeinerung dieser Schlussfolgerungen kommen. Dieses Thema ist Gegenstand des folgenden Kapitels.

### **3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung**

„Beratung ist im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit angekommen“ (Engel, 2002, S. 135).

Neben dem gesellschaftlichen Wandel erleben wir ebenso eine technische Revolution: Die Medienlandschaft verändert sich radikal. Während das Telefon viele Jahrzehnte brauchte, bis es allgemein verbreitet war, vollzog sich die Entwicklung des Mediums Internet rasant und es gehörte innerhalb kürzester Zeit zum Alltag der meisten Menschen. Digitale Technologien eröffnen uns völlig neue informative und kommunikative Möglichkeiten, was sich wiederum sowohl auf den Bereich der geistigen und materiellen Produktion, als auch auf die Lebenswelten und Lebensräume der Menschen auswirkt (Unbekannter Autor, 2009; Hintenberger & Kühne, 2009; Knatz & Dodier, 2003). „Wir mailen, chatten, posten, googeln, bloggen etc. [...], all das, was es bereits in der realen Welt gibt, mit einem „E-“ versehen, [kann] auch in der virtuellen Welt vorkommen“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 16), so auch die Online-, Cyber- oder E-Beratung. Klienten erwarten regelrecht, dass die Beratungszone auf den virtuellen Raum ausgeweitet wird, zumal es neben dem Entfall von strukturellen Vorgaben einer Beratungsstelle (z.B. Öffnungszeiten) außerdem den Vorteil bietet, sich anonym und mit gewisser Distanz über Themen zu unterhalten, „ohne die Intensität direkter Kommunikation aufgeben zu müssen“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 13). Bevor nun von der allgemeinen face-to-face-Beratung zur Virtuellen übergegangen wird, soll zuerst dargestellt werden, welche spezifischen Nutzungsmöglichkeiten das Medium Internet bereitstellt und inwiefern es zur Information, Kommunikation und Intervention genutzt werden kann. Dadurch fällt es anschließend leichter, die Chancen und Grenzen dieses therapeutischen Mediums zu beurteilen.

In einer Gesellschaft, in der das persönliche Wohlergehen immer mehr Bedeutung bekommt, sind Dienstleistungen via Internet, unabhängig vom Kontext und Thema heutzutage weit verbreitet. Ratsuchende unterstützen sich gegenseitig in Selbsthilfegruppen, sie nutzen das Internet zur Beschaffung von Informationen oder machen online eine Beratung bzw. Therapie. Angesichts der Tatsache, dass die Nutzerzahlen dieses differenziertesten und mächtigsten Mediums unaufhaltsam steigen, erstaunt es nicht, dass das world wide web in nahezu allen beruflichen Bereichen, insbesondere im Bereich der psychosozialen Versorgung an Bedeutung gewinnt (Fritsch, 2009; Knatz & Dodier, 2004; Benke, 2009b; Kral & Traunmüller, 2008).

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

Nach Eichenberg (2004, S. 14) bietet das Internet eine „multifunktionale Informations- und Kommunikationsinfrastruktur für verschiedene therapeutische Einsatzmöglichkeiten“ (vgl. Abbildung 1): Als *Informationsmedium* ermöglicht es dem Nutzer, niederschwellig bereitliegende Informationen aller Art (z.B. zu psychischen Störungen) abzuholen, wobei sowohl Ärzte oder Psychotherapeuten, als auch Laien Recherchen betreiben können. Als *Kommunikationsmedium* dient es der Unterstützung von klinisch-psychologischen Aktivitäten, wobei die Autorin zwischen Gruppenkommunikation und Individualkommunikation differenziert.

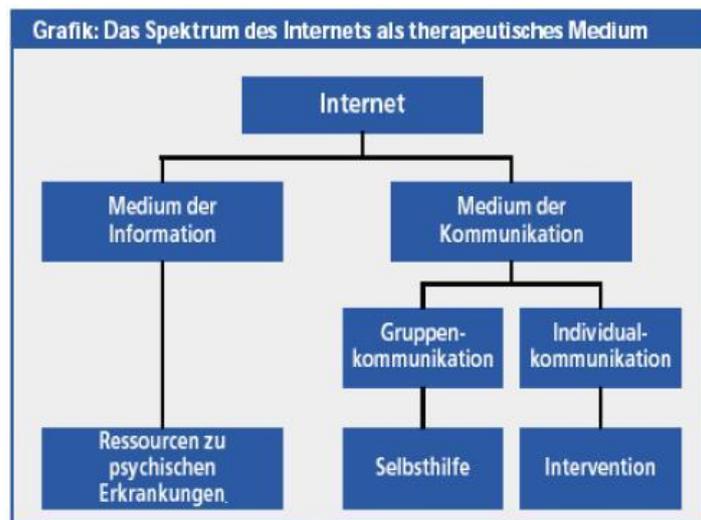


Abbildung 1: Das Spektrum des Internets als therapeutisches Medium (Eichenberg, 2004, S. 14)

Interaktive Selbsthilfegruppen sind als Beispiel für die Kommunikation in der Gruppe zu nennen. Solche Gemeinschaften, welche sich gegenseitig Hilfe anbieten, findet man in unüberschaubarer Anzahl im world wide web, vor allem auch zu psychosozialen Themen. In den Bereich der Intervention fallen neben der Psychotherapie, der Prävention und der Krisenintervention ebenso die Interaktionen zwischen Ratsuchenden und professionellen Helfern, welche der Gegenstand dieser Forschung sind: Online-Beratungen (Eichenberg, 2002; Eichenberg, 2004; Kral & Traummüller, 2008). Die einzelnen klinisch-psychologischen Nutzungsmöglichkeiten werden im vorliegenden Kapitel weiter vorgestellt, wobei nach Eichenberg (2004, S. 14) anzumerken ist, dass „sämtliche [...] Aktivitäten [...] nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung und Erweiterung herkömmlicher Unterstützungsformen zu sehen“ sind.

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

#### 3.1 Das Internet als Informationsmedium

Dienste zur Präsentation von Informationen existieren im www seit mehr als 15 Jahren. Auf Webseiten, die auf Servern im Internet gespeichert sind, können sich sowohl Laien, als auch Experten auf die Suche nach Mitteilungen begeben, welche man in Form von Texten, Bildern, Animationen, Filmen oder Musik abrufen kann (Fiedler, 2003; Eichenberg, 2005). Van Eimeren et al. (2004, zitiert nach Dzeyk, 2005, S. 17) fanden heraus, dass diese Informationsquelle für viele unentbehrlich ist, zumal 26,4% daran glauben, dass „die meisten oder sogar alle Informationen im Internet verlässlich und korrekt sind“.

Jeder, der lesen und schreiben kann, hat Zugriff auf diese enorme Wissensdatenbank, welche durch unterschiedliche Quellen zusammengetragen wurde und große Vorteile bietet: Einerseits entfällt der Gang zur Bibliothek, man muss sich an keine Öffnungszeiten halten und kann sich selbstständig, kostenlos, von zu Hause aus, unabhängig von der Bevölkerungsschicht belehren (Knatz & Dodier, 2003; Dzeyk, 2005). Welch große Bedeutung diese Möglichkeiten für die Nutzer haben, wird unter anderem von dem „breiten Angebot von Online-Informationen zu medizinischen und psychologischen Themen“ (Dzeyk, 2005, S. 134) widerspiegelt. Egal ob man sich über körperliche Krankheiten aufklären will oder Fragen zu psychischen Störungen und ihren Behandlungsmöglichkeiten beantworten möchte, im Internet existiert für jeden eine nahezu unüberschaubare Fülle an Informationen, welche von Gesundheitseinrichtungen, kommerziellen Unternehmen, staatlichen Institutionen oder anderen professionellen bzw. semiprofessionellen Anbietern entspringen (ebd.).

<b>Beliebte gesundheitsrelevante Informationen im world wide web</b>
Informationen zu einer spezifischen Krankheit (93%)
Informationen über Ernährungsfragen, Fitness und Gewichtskontrolle (65%)
Informationen zu verschreibungspflichtigen Medikamenten (64%)
Informationen über alternative Behandlungsmethoden (48%)
Informationen aus dem Bereich „seelische Gesundheit“ (39%)

Tabelle 7: Beliebte gesundheitsrelevante Informationen im world wide web (Dzeyk, 2005, S. 138)

Eine Studie von Bertelsmann Springer Medizin Online (BSMO, 2003, zitiert nach Dzeyk, 2005) fand heraus, dass überwiegend Frauen im durchschnittlichen Alter von 38 Jahren im Netz nach Gesundheitsinformationen suchen. Nach Fox & Reinie (2002, zitiert nach Dzeyk, 2005, S. 138) sind amerikanische Internetnutzer vorwiegend auf der Suche nach Themen, welche in Tabelle 7 dargestellt werden. Es stellt sich die Frage, ob die genannten

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

demographischen Merkmale und hauptsächlich gesuchten Themen ebenso in der Online-Beratung vorzufinden sind.

Ott & Eichenberg (1999, S. 19) betonen den Nutzen für die Betroffenen: Auf der einen Seite können adäquate Informationen zu einer einfacheren und aktiveren Einleitung einer Behandlung führen. Vor allem psychische Störungen sind dadurch gekennzeichnet, „dass die Patienten einen langen Irrweg durch das Gesundheitssystem gehen, bis sie endlich an die richtigen Stellen gelangen“, welche zur erfolgreichen Heilung führen. Andererseits kann es selbst schon von Vorteil sein, Wissen über die eigene Krankheit zu besitzen, zumal es zur Verringerung von Ängsten und Sorgen führen kann. Aus diesem Grund ist die Vermittlung von Informationen über die Erkrankung, ihre Ursachen und Symptome, wie auch ihre Behandlungsmöglichkeiten ein zentraler Bestandteil jeder Psychotherapie.

Zum Anderen sei jedoch ebenso auf die Risiken und Gefahren der selbstständigen Informationsbeschaffung via Internet hingewiesen. Da es keine allgemein akzeptierten Qualitätsstandards gibt und prinzipiell jede Person unkontrolliert Wissen im Netz veröffentlichen kann, herrscht nach Dzeyk (2005, S. 134) ein „großes Qualitätsgefälle“, wobei Falschinformationen verbreitet und irreführend Werbung betrieben wird. Neben Fachleuten kann dies ebenfalls bei Laien zu erheblichen schädlichen Wirkungen führen und beispielsweise die psychische oder körperliche Gesundheit negativ beeinflussen (Eichenberg, 2005). Insofern hat die qualitative Kontrolle solcher Anwendungen einen hohen Stellenwert. Nicht nur aus diesem Grund beschäftigt sich die vorliegende empirische Arbeit mit der Qualität von Online-Beratungen.

#### **3.2 Das Internet als Kommunikations- bzw. Beratungsmedium**

Neben der einseitigen Informationsabfrage gibt es ebenso die Kommunikation im Netz: Sie ist anders, sie ist vielfältig, sie ist tool-spezifisch. Je nachdem ob man sich textbasiert per E-Mail, Mailinglist, Newsgroup, Instant Messaging oder Forum (*asynchrone Kommunikation*), per Chat, akustisch via Headset oder zusätzlich bildlich mittels Webcam und Videotelefonie (*synchrone Kommunikation*) unterhält, das Internet bietet sowohl die Möglichkeit der Kommunikation zwischen Betroffenen und/oder Angehörigen (*Selbsthilfegruppe*), wie auch die Kommunikation zwischen Ratsuchendem und professionellem Helfer (*Online-Beratung*) (Fiedler, 2003; Sutterlütte, 2009; Eichenberg, 2005; Ott & Eichenberg, 1999).

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

#### Selbsthilfe im Internet

Bevor nun im Folgenden über Selbsthilfeangebote im Internet berichtet wird, sei zuerst einmal der Begriff der Selbsthilfegruppe zu erläutern: Eine Selbsthilfegruppe ist ein Zusammenschluss von Menschen, „die das Gefühl haben, unter einem gemeinsamen Problem zu leiden, und die zusammenkommen, weil sie etwas dagegen unternehmen wollen“ (Matzat, 1991, zitiert nach Barth, 2003, S. 11). Da auch der Wunsch, anderen zu helfen, ausreicht, einer Selbsthilfegruppe beizutreten, ist die eigene Betroffenheit nicht zwingende Voraussetzung. Vorrangig geht es um den Austausch von Erfahrungen, Ängsten und Wünschen und um das gemeinsame Finden von neuen Wegen, mit den Problemen fertig zu werden, welche von der Bearbeitung von Krankheiten (z.B. psychischen Störungen), über Bewältigung von Krisen (z.B. Scheidung) bis hin zur Überwindung von Beeinträchtigungen des alltäglichen Lebens (z.B. Kontaktstörungen) gehen können (Federspiel & Lackinger Karger, 1996).

Im Internet existierende Selbsthilfeangebote bestehen meist aus Informationsangeboten auf der einen und Kommunikationsforen auf der anderen Seite und richten sich, damit beide Seiten das „Problem“ besser verstehen können, sowohl an Betroffene selbst, wie auch an Angehörige. Die Betreuung erfolgt meist über Professionelle, des Öfteren werden die Angebote aber auch von Betroffenen oder ihren Angehörigen bereitgestellt (Hinrichs, 2008). Eichenberg (2004, S. 14) zufolge sind virtuelle Selbsthilfegruppen „ein wesentlicher Bestandteil des psychosozialen Versorgungssystems“ und beschäftigen sich mit psychischen, sozialen, wie auch medizinischen Problemen. Sie übernehmen grundsätzlich dieselben Funktionen wie die Herkömmlichen. Mittlerweile diskutieren im world wide web betroffene und angehörige Menschen rund um den Erdball über die „seltensten Krankheiten“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 25) und sorgen durch ihren Wissens- und Erfahrungsaustausch dafür, aus der Isolation zu entfliehen und emotionale sowie soziale Unterstützung zu bekommen. Letzteres wird durch die in Tabelle 8 (S. 38) beschriebenen Verhaltensweisen erreicht.

Neben zur Verfügung gestellten Informationsmaterialien werden viele Kommunikationsangebote zur Selbsthilfe realisiert. So können sich alle Interessenten zeitgleich in „Chats“ austauschen, wobei Döring (2000, S. 526) hier das „unmittelbare Gefühl der Verbundenheit in der aktuellen Situation“ betont, da man unmittelbar eine Antwort bekommt, ohne warten zu müssen. „Newsgroups“ dagegen entsprechen einer Art Online-Zeitung, bei der jeder sowohl eigene Beiträge veröffentlichen, als auch auf andere antworten

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

kann. Dadurch entwickeln sich Diskussionsstränge, die jeder finden, lesen und auch beantworten kann. Als zweite Form der zeitversetzten Selbsthilfemöglichkeit seien die „Mailinglisten“ zu nennen: Ein E-Mail-System, bei dem jeder angemeldete Benutzer allen von der Liste eine E-Mail schicken und auf diese Weise kommunizieren kann (Hinrichs, 2008).

Verhaltensweisen, die zu sozialer Unterstützung in der Selbsthilfe führen
1. Ratschläge und Informationen geben
2. Hilfe leisten und gute Taten vollbringen
3. Mut machen und das Selbstwertgefühl stärken
4. Zuhören und Verständnis zeigen
5. Trösten, Beruhigen und Besänftigen

Tabelle 8: Verhaltensweisen, die zu sozialer Unterstützung in der Selbsthilfe führen (Diewald, 1991, zitiert nach Barth, 2003, S. 54)

Döring (1997, zitiert nach Barth, 2003, S. 54) beschreibt das Geschehen in virtuellen Selbsthilfegruppen folgendermaßen: „Man schildert die eigene Lebenssituation, stellt Fragen, lässt sich trösten oder ermutigt andere, informiert sich über Therapiemöglichkeiten oder gute Informationssysteme im www, findet vielleicht sogar Freunde“. Unter Berücksichtigung der in Tabelle 8 beschriebenen Verhaltensweisen und den in den folgenden Kapiteln genannten Erläuterungen zur Online-Beratung lässt sich schließen, dass Online-Beratung eine Art der Selbsthilfe darstellt. Dies sei in der vorliegenden Studie noch zu prüfen.

#### Online-Beratung

Nachdem sich Menschen immer öfter in Lebensumbruchsphasen befinden, die von Reibungen und Konflikten gekennzeichnet sind, ist es nicht verwunderlich, dass sie im Internet ebenso Rat und Hilfestellungen bei Experten suchen (Benke, 2005). Für diese Interventionsform zwischen zwei oder mehreren Individuen lässt sich im virtuellen Raum eine unüberschaubare Anzahl von Anbietern finden, die Online-Beratung sowohl zur Selbsthilfe, als auch als Krisenintervention anbieten (Eichenberg & Pennauer, 2003). Nach Eichenberg (2002) überwiegen psychologische Online-Beratungsangebote in der Praxis den Selbsthilfegruppen. Knatz & Dodier (2003, S. 28) betonen mit ihrem Leitsatz den Selbsthilfeaspekt von Beratungen: „Beratung orientiert sich an der individuellen und gesellschaftlichen Situation der Ratsuchenden mit dem Ziel, Selbsthilfemöglichkeiten zu entfalten“. In Kapitel 4 wird näher auf diese Interventionsform eingegangen werden.

#### **3.3 Interventionen im und via Internet**

Neben dem Gebrauch zur Information und Kommunikation bzw. Beratung, lässt sich das Web auch zur Intervention nutzen. Sowohl etablierte, als auch relativ neue professionelle Einrichtungen haben die Möglichkeiten des neuen Mediums genutzt, um ihr Angebot von Maßnahmen auf das Internet auszuweiten. So findet man vielfältige präventive, rehabilitative und interventive Angebote von unterschiedlichen Anbietern und mit unterschiedlichen Ansätzen, die sich überwiegend an Jugendliche und junge Erwachsene richten (Winkel, 2005). Sämtliche Arten professioneller, psychosozialer Unterstützung im Internet, die User in Anspruch nehmen können um psychische, psychosomatische und/oder soziale Probleme zu überwinden, werden unter dem Begriff „internetbasierte Interventionsangebote“ (IBI) zusammengefasst (Fritsch, 2009, S. 23). Laut Eichenberg (2004) ist die Zahl dieser Angebote in den letzten Jahren gestiegen, „was auf einen großen Bedarf, sowie auf Akzeptanz und positive Bewertung seitens der Patienten und Professioneller schließen lässt“ (Fritsch, 2009, S. 25).

Da der Begriff „(Krisen-) Intervention“ im www eine sehr uneinheitliche Verwendung findet, sind im Folgenden mit dieser Bezeichnung nicht nur Hilfe im akuten Notfall, sondern auch präventive Angebote gemeint. Aufgrund der Tatsache, dass Krisenintervention nicht nur im klinischen Kontext, sondern auch in anderen Disziplinen platziert ist und man solche mit unterschiedlichsten Thematisierungen findet, überrascht die Vielfalt der Interventionsangebote im Internet nicht. Krisenhilfe anbietende Einrichtungen präsentieren ihre Arbeit, stellen fachliche Informationen bereit, ebenso wie Ressourcen, die verschiedene Berufsgruppen nutzen können um mit eigenen Krisen umgehen zu können, die „durch diese Krisenarbeit“ selbst entstanden sind (Eichenberg & Pennauer, 2003, S. 411). Zudem können auch hier Betroffene, die sich in einer akuten Krise befinden, Beratungsangebote wahrnehmen. Durchweg geht es vorrangig um emotionale Unterstützung für Menschen in belastenden Momenten, sei es durch Zuhören, Ratschläge oder das Anbieten von Informationen (Winkel, 2005). Winkel (2005, S. 110) betont, dass „das Internet gerade für junge Menschen in Krisenzeiten eine wichtige Unterstützungsquelle darstellt“.

Im Allgemeinen lässt sich die Vielfalt dieser Offerten in drei Gruppen einteilen: Zum einen existieren Hilfsdienste, „die bei bestimmten Krisenanlässen aktiv werden“ wie beispielsweise Notfallseelsorger, zum anderen definieren Organisationen ihre Arbeit über entsprechende Zielgruppen (z.B. Frauenkrisentelefon). Nicht ungenannt soll die Gruppe derer sein, welche

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

über die „Manifestation der Krise“ aktiv werden, wie etwa bei akuter Suizidalität (Eichenberg & Pennauer, 2003, S. 411).

Da der Bereich der Online-Therapie ebenso zu den internetbasierten Interventionsangeboten gehört, soll er an dieser Stelle kurz vorgestellt werden. Eine ausführliche Abgrenzung zur Online-Beratung findet sich in Kapitel 4.1. Egal ob als „Cyber-Therapie“ oder „virtuelle Couch“ – netzbasierte Online-Therapien finden ihren Einsatz in der Prävention und Behandlung bestimmter Störungsbilder, wobei hier logischerweise „keine direkte Interaktion mit dem Therapeuten stattfindet“ (Eichenberg, 2002, S. 29). Diese virtuellen Therapien müssen die Anforderungen an eine wissenschaftlich fundierte Psychotherapie erfüllen. Zudem sollen sie dem Patienten die Möglichkeit verschaffen, neue Beziehungserfahrungen machen zu können und neue Kompetenzen einzuüben. Desweiteren soll er zu einer Form der Realitätstestung angeregt werden und Feedback über sein eigenes Verhalten erhalten (Krings & Schilles, 2003). Gewöhnlich erfolgt dies über E-Mails oder Chats, wobei der therapeutische Kontakt „regelmäßig, über einen längeren Zeitraum“ anhalten und dabei „komplexere, psychopathologische Probleme“ behandeln sollte (Knaevelsrud, Jager & Maercker, 2004, zitiert nach Dzeyk, 2005, S. 140).

#### **3.4 Zusammenfassende Schlussfolgerungen**

Der gesamte Bereich der psychosozialen Versorgung sieht sich „mit den Auswirkungen soziokultureller [...] und digital-medialer Veränderungen [...] konfrontiert“ (Hintenberger & Kühne, 2003, S. 22) – Berufe aus dem psychosozialen Bereich „können und sollen sich dieser Entwicklung nicht verschließen“ (Lehenbauer & Stetina, 2003, S. 164). Doch nicht nur die Seite der professionellen Einrichtungen hat mit einem Ausbau ihrer Angebote auf den virtuellen Raum auf diese Veränderungen reagiert. Ebenso für Ratsuchende, für welche das Internet alltäglich geworden ist, ist es eine Selbstverständlichkeit geworden, aus einer großen Menge an Beratungsangeboten, sowohl im Real-Life (offline) als auch im Virtual-Life (online) auszuwählen (Hintenberger & Kühne, 2003; Benke, 2005).

In diesem Kapitel wurden überblicksartig die Nutzungsmöglichkeiten des Internets auf psychosozialer Ebene dargestellt. Wenn man die Ausführungen der Informations-, Kommunikations- und Interventionsmöglichkeiten betrachtet, lässt sich bereits annehmen, dass Online-Beratung in ähnlicher Weise verfährt. In der Untersuchung soll geprüft werden, aus welchen Gründen die User die Online-Beratung in Anspruch genommen haben (Information, Beratung, Krisenintervention oder Anderes) und welche Art der

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

Kommunikation (E-Mail, Chat oder Forum) hierbei am häufigsten vorkommt. Inwiefern der Untersuchungsgegenstand die genannten Aspekte in seinem Bereich umsetzt und ob Verhaltensweisen angewandt werden, die zu emotionaler bzw. sozialer Unterstützung führen, soll mit Hilfe des folgenden Kapitels und den Ergebnissen der Untersuchung geklärt werden.

Laut in der in den vorherigen Abschnitten genannten Literatur, bietet das world wide web vor allem für junge Menschen eine besondere Art der Unterstützung. Zudem nutzen vor allem Frauen im Alter von 38 Jahren dieses Medium, um nach Informationen zu gesundheitsrelevanten Themen zu suchen. Wie bereits erwähnt ist anzunehmen, dass die Nutzer von Online-Beratungen mit großer Wahrscheinlichkeit in der Altersgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14-24 Jahre) sind, wobei Frauen hierbei deutlich präsenter sind. Des Weiteren soll herausgefunden werden, inwiefern sich die beliebten gesundheitsrelevanten Themen, nach denen im Netz gesucht wird, mit den Themen von Online-Beratungen übereinstimmen.

Eichenberg (2002) zufolge gibt es zwar einige Evaluationen zu netzbasierten psychosozialen bzw. psychotherapeutischen Interventionen, jedoch beruhen diese meist auf Fallstudien oder empirischen Untersuchungen ohne Kontrollgruppe. Es werden zwar Hinweise auf die Effektivität dieser virtuellen Interventionen gegeben, jedoch mangelt es an repräsentativen, validen wissenschaftlichen Studien. Dies soll in der vorliegenden Arbeit in Bezug auf Online-Beratung geleistet werden.

Lehenbauer und Stetina (2003) betonen in ihrem Artikel den Wunsch von Qualitätssicherungsrichtlinien in Bezug auf psychosoziale, netzbasierte Angebote, damit es Usern möglich ist, professionelle Inhalte von Unseriösen zu unterscheiden. Aus diesem Grund ist es von großer Bedeutung zu erfassen, inwiefern solche Richtlinien bereits vorhanden sind und ob diese in Online-Beratungen angewendet werden.

Da bei sämtlichen Nutzungsmöglichkeiten des Internet, welche genannt wurden, die medialen Charakteristika der computervermittelten Kommunikation Berücksichtigung finden müssen, werden diese mit verstärkter Bezugnahme auf die Online-Beratung in Kapitel 5 vorgestellt werden. Zudem sollen die jeweiligen Vor- und Nachteile der internetbasierten Informations-, Kommunikations- und Interventionsmöglichkeiten erarbeitet und dargestellt werden, da diese Aspekte bedeutsam für die Beantwortung der Frage der Effektivität von virtuellen Beratungen sind. Diese Schlussfolgerungen können ergänzt oder verfeinert werden, wenn man einen Blick

### 3. Das „world wide web“ im System der psychosozialen Versorgung

auf den eigentlichen Untersuchungsgegenstand richtet: Die Online-Beratungen. Diese werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

### 4. Beratung im Internet

Aufgrund der Entwicklung des Internets zu einem Massenkommunikationsmittel und der großen Nachfrage nach diesem, scheint es nicht utopisch, sondern nur logisch, dass auch psychosoziale Beratung ein festes Element des vielfältigen, virtuellen Angebots geworden ist. Gibt man in eine Suchmaschine das Stichwort „Onlineberatung“, „Online-Beratung“, „E-Beratung“, „Internet-Beratung“ oder „digitale Beratung“ ein, so werden einem eine unüberschaubare Vielzahl von Ergebnissen präsentiert (Heller, 2002; Lang, 2005b). Doch was verbirgt sich hinter der Bezeichnung, die noch nicht einmal eine einheitliche Benennung besitzt? Welche Aspekte sind charakteristisch für Online-Beratungen? Nach welchen Prinzipien wird gearbeitet? Auf welche Wege kann sich ein Hilfesuchender Rat im world wide web holen? Diese und weitere Fragen sollen im vorliegenden Kapitel beantwortet werden.

#### 4.1 Was ist Online-Beratung?

Da die Anzahl der Onlineberatungen zu groß, ihre Themen zu vielfältig und ihre Art der Institutionalisierung zu reichhaltig sind, ist es schwer, ein zuverlässiges und umfassendes Bild der Angebote im Internet herzustellen. Lang (2005b) betont, wie beachtlich ihre Verbreitung und Vielfalt ist. Alte Beratungsangebote verschwinden, es kommen ständig Neue hinzu oder Bestehende verändern ihr Erscheinungsbild (Heller, 2002). Obwohl eine genaue Bestandsaufnahme wegen der großen Fluktuation fast nicht möglich ist, soll in den folgenden Abschnitten dennoch versucht werden, ein möglichst umfangreiches Bild zu präsentieren.

Der Begriff „Onlineberatung“ wurde von dem Amerikaner John M. Grohol geprägt und beschreibt eine „neue und eigene Form von Hilfestellung an Ratsuchende mit den Mitteln der Informatik und des elektronischen Netzes, des Internets“ (Lang, 2002b, S. 2), wobei sowohl die Grenzen, als auch die Stärken bewusst sind. Sie stellt eine aktive und helfende Begegnung zwischen einem Berater und einem Hilfesuchenden dar und findet mit Hilfe von spezifischen Kommunikationsformen wie z.B. per E-Mail statt. Der Klient kann Ort, Zeitpunkt und die Problemformulierung eigenhändig bestimmen (Andermatt et al., 2003). In dieser Art der Beratung lässt sich zwischen zwei möglichen Formen der Kommunikation unterscheiden: Der dialogischen, interaktiven Form (asynchron z.B. per E-Mail oder Forum; synchron z.B. per Chat) auf der einen und der reinen Informationsvermittlung (z.B. durch Publizieren von Informationen zu bestimmten Themenspektren) auf der anderen Seite (Götz, 2003). Internet-Beratungen, welche Traditionelle nicht ersetzen, sondern lediglich ergänzen sollen, werden

#### 4. Beratung im Internet

von Institutionen, gemeinnützigen Vereinen, professionellen oder nicht professionellen Beratern, Selbsthilfegruppen wie auch Privatpersonen angeboten und können mit Kostensätzen verbunden oder kostenlos sein (Heller, 2002; Benke, 2009b; Hinrichs, 2008). Beratungsangebote kommerzieller Art sind vor allem in den USA üblich (Winkel, 2005). Nachfolgende Definition hebt den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie hervor (Brummel, 2008, S. 1): „Psychosoziale Online-Beratung ist als internetbasiertes Pendant zur konventionellen Face-to-Face-Beratung zu verstehen. Der Hauptunterschied [...] besteht darin, dass sich die InteraktionspartnerInnen bei der Face-to-Face-Beratung am selben Ort befinden, während die Gespräche bei der Online-Beratung technisch vermittelt werden“. Ebenso wie die konventionelle Beratung kann die Virtuelle einen präventiven, interventiven oder nachsorgenden Einsatz haben, sowie auch zur Selbsthilfe genutzt werden. Je nach Anliegen des Ratsuchenden kann digitale Beratung auf unterschiedliche Weise helfen und unterstützen.

Diese „spontanen, unmittelbaren, flexiblen und niederschweligen Angebote“ (Benke, 2009b, S. 7) besitzen eine unterschiedliche Tiefe und reichen von Informationen auf Homepages, über pädagogische Hilfe, bis hin zu psychologischen Angeboten. Ratsuchende haben somit einerseits die Möglichkeit, sich zu bestimmten Themen informieren zu lassen (vgl. Fachberatung), eine themenbezogene Beratung mit einer mehr oder weniger klaren Fragestellung in Anspruch zu nehmen oder sich in einer Krise beraten lassen (vgl. Prozessberatung). Zudem kann der virtuelle Kontakt eine face-to-face-Beratung ergänzen oder zu einem späteren Zeitpunkt zu einer realen Beratung führen bzw. diese somit erst ermöglichen. Die Konstitution einer Beziehung zwischen Berater und Ratsuchendem wird vorausgesetzt und ist in jedem Fall bedeutend, zumal sie zur Exploration von Problemsituation und Lösungsmöglichkeiten beiträgt (ebd.; Heller, 2002; Rott, o.J.).

Weissenböck, Ivan und Lachout (2006, S. 8) beschreiben den Kernprozess der Onlineberatung als „Ablauf vom Eingang einer Beratungsanfrage über deren Bearbeitung bis hin zum Absenden einer Antwort“. Es kann sich hierbei sowohl um einen einmaligen, als auch um einen mehrfachen Wechsel von Schriftkontakten handeln. Ziel des Prozesses ist es, eine qualifizierte Beratung entsprechend den Basisprinzipien, welche in Abschnitt 4.2 erläutert werden, sowie nach methodischen Grundsätzen (vgl. Kapitel 6.1) zu leisten. Der Arbeitskreis Online-Beratung (Böhnke et al., 2003, S. 3) formuliert die allgemeinen Zielsetzungen als niederschwellige Beratung „junger Menschen und ihrer Familien mit

#### 4. Beratung im Internet

individuellen, zwischenmenschlichen, familiären und sozialen Sorgen und Problemen“, wobei jeder zu verschiedenartigen Problemfeldern und vielseitigen Beratungsanlässen eine „individuelle und bedarfsgerechte Hilfe“ erhalten soll. Ziele der traditionellen Beratung wie die Anregung zu Lernprozessen, die Wiedererlangung oder Verbesserung von Fähigkeiten zur Selbststeuerung und Handlungsfähigkeit, die Stärkung des Ichs etc. haben in der Onlineberatung dieselbe Relevanz (Primus, 2007; Andermatt et al., 2003). Aus diesem Grund hebt Rott (o.J.) hervor, dass Beratung via Internet dringend von automatisierten Computerantworten abgegrenzt werden müsse. Diese Softwareangebote, welche E-Mail-Anfragen erkennen und schematisch beantworten, eignen sich zwar zur reinen Vermittlung von Informationen, verfehlen aber in psychosozialen Anwendungsfeldern meist das Wesentliche (Lang, 2005, zitiert nach Rott, o.J.). Auch an dieser Stelle soll die zentrale Bedeutung der Beziehung zwischen Ratsuchenden und Berater noch einmal hervorgehoben werden.

Bezüglich der Beratungsthemen lässt sich festhalten, dass es in der virtuellen Beratungswelt kein Thema gibt, das nicht bereits in der face-to-face-Beratung existiert. Die Gegenstände von Internet-Beratungen sind genauso vielfältig und reichen von Berufsberatung, Eheberatung, Schuldnerberatung, allgemeiner Lebensberatung, über Erziehungsberatung bis hin zu Beratung bei psychischen Problemen (Heller, 2002; Benke 2009b). Besonders frequentiert sind Themen, die „zu einem Tabu in Teilen unserer Gesellschaft“ zählen (Götz, 2003, S. 20) wie beispielsweise Sexualität oder Suizidalität. Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf digitalen Beratungen zu psychosozialen Problemlagen.

Beratung im Internet soll einen „möglichst breitgefächerten unspezifischen Adressatenkreis“ auf der einen, aber auch bestimmte Zielgruppen „die von (ambulanten) Beratungsstellen ungenügend erreicht werden“ auf der anderen Seite ansprechen (Götz, 2003, S. 19). Viele Autoren beschreiben in der Literatur Zielgruppen, für welche internetbasierte Beratung relevant bzw. hilfreich sein kann. Zusammenfassend gehören hierzu (Döring, 2000, S. 532):

- „Menschen, die sich herkömmliche Beratung finanziell nicht leisten können.
- Ratsuchende, die in Regionen mit schlechter psychosozialer Infrastruktur leben und lokal keinen Berater erreichen können.
- Menschen mit körperlichen Behinderungen, die herkömmliche Beratungen nicht in Anspruch nehmen können (z.B. Taubstumme oder ans Haus gebundene Menschen).

## 4. Beratung im Internet

- Internetnutzer, die eine reale Beratung ins Auge gefasst haben, aber zunächst unverbindlich Kontakt aufnehmen und sich über diese informieren wollen.
- Hilfesuchende, die zunächst ein gewisses Maß an Distanz gegenüber dem Berater behalten wollen (Schwellenangst)“.

Hintenberger und Kühne (2009, S. 22), Krings und Schilles (2003, S. 20), wie auch Janssen (1998, S. 22f) ergänzen die Nutzergruppe professioneller Online-Beratung um Klienten,

- die fortlaufende Termine zu den üblichen Öffnungszeiten wegen Zeitmangel nicht wahrnehmen können,
- die unter sozialem Druck stehen,
- die Angst vor (Zwangs-)Maßnahmen haben,
- die aufgrund besonderer Themen den Schutz der Anonymität sowie Möglichkeiten zur Kontaktsteuerung benötigen, um ihre Probleme offen kommunizieren zu können,
- denen es leichter fällt, ihr Problem aufzuschreiben, als es mündlich zu formulieren,
- die im Ausland leben und Kontakt zu einem deutschsprachigen Berater suchen,
- die Schwierigkeiten in sozialen Situationen haben (z.B. Phobien),
- die in ihrem unmittelbaren Umfeld keine Selbsthilfegruppe finden.

Die vorliegende Studie soll mit Hilfe von Fragebögen herausfinden, wieso sich Klienten von Online-Beratungen dazu entschieden haben, sich im Internet beraten zu lassen, anstatt in einer herkömmlichen Einrichtung. Anhand dieser Ergebnisse sollen die Nutzergruppen weiter spezifiziert werden. Götz (2003, S. 21) bezeichnet die e-Beratung als ein „adäquates Transportmittel, bestimmten Anliegen von ratsuchenden und interessierten Menschen nachzukommen“. Durch ihre spezifischen Charakteristika und ihre Prinzipien bietet diese Beratungsform im Gegensatz zur traditionellen Beratung vorteilhaftere bzw. außergewöhnliche Strukturen. Diese werden im folgenden Kapitel dargestellt.

### **4.2 Charakteristika und Basisprinzipien internetbasierter Beratungen**

Internetbasierte Beratungen bieten für alle Nutzer einen niederschweligen Zugang zu Hilfsangeboten, ganz ohne Wartezeiten, ohne Zugangsschwierigkeiten und ohne große Hemmschwelle. Dass dieses nahezu jederzeit vorhandene und anonyme Hilfsangebot besondere Charakteristika besitzt und nach bestimmten Basisprinzipien vorgeht, ist elementar für ihre große Akzeptanz, besonders bei Jugendlichen (Götz, 2009). Der folgende Abschnitt widmet sich den Besonderheiten der internetbasierten Beratung und soll die bedeutenden Unterschiede zur klassischen Beratung hervorheben.

#### 4. Beratung im Internet

Zum einen sind Online-Beratungen durch Niederschwelligkeit und Anonymität charakterisiert. Da sie rund um die Uhr verfügbar sind, kann ein Ratsuchender jederzeit eine Anfrage stellen, ohne einen Termin zu vereinbaren und eine Beratungsstelle aufzusuchen. Eine Antwort wird meist innerhalb kurzer Zeit zurückgegeben. Allein schon das strukturierte Niederschreiben des Problems kann für den Klienten entlastend sein (vgl. Kapitel 5.4). Außerdem sind die meisten dieser Angebote im Internet für den Nutzer kostenlos, da sie in der Regel über andere Wege wie beispielsweise Spenden finanziert werden. Zum anderen kann der Klient sowohl den Ort, den Zeitpunkt, als auch die Struktur der Beratung selbst bestimmen. Dies spielt für viele Ratsuchenden eine große Rolle, zumal sie eigenhändig entscheiden können, wie viel sie von sich, ihrer Identität und ihres Problems preisgeben wollen. Zudem ist es möglich, den Kontakt jederzeit ohne mögliche Gegenmaßnahmen zu beenden. Vor allem die Nutzung von Pseudonymen, welche eine Identifikation erschweren bzw. unmöglich machen, geben dem Nutzer ein Sicherheitsgefühl, wie auch die vertraute Umgebung, von der aus sie schreiben. Zudem kann emotionale Nähe und Distanz je nach Bedarf zugelassen bzw. gewahrt werden. Insbesondere diese Kontrolle der Intensität des Kontakts wird als besonders hilfreich wahrgenommen. All diese Charakteristika haben ein gewisses „Gefühl der Unverletzbarkeit zur Folge“ (Rott, o.J., S. 26), was wiederum eine „beschleunigte Selbstoffenbarung“ (Mall, 2003, zitiert nach ebd.) und das Ansprechen von hochbrisanten oder peinlichen Themen bewirkt. Da das zentrale Medium der virtuellen Beratung die geschriebene Sprache ist und diese Kommunikationsart einigen Eigenheiten unterliegt (vgl. Kapitel 5.1), ist es dem Ratsuchenden möglich, sich freier und ungehemmter auszudrücken und somit die Beziehung zum Berater autonomer und unabhängiger zu gestalten. Allerdings führt die Reduzierung auf rein digitale Informationen und somit der Wegfall von Mimik, Gestik und Tonfall auch zu einem begrenzteren Informationsaustausch. Da die Kontaktaufnahme in der Online-Beratung unverbindlicher ist, kann zudem eine tragfähige Verbindung zum Berater geschaffen werden, wobei letzterer herausgefordert ist, Verbindlichkeit herzustellen. Vor allem bei Jugendlichen hat die niedrige emotionale Hemmschwelle einen hohen Stellenwert: Im Internet haben sie die Möglichkeit, ohne Angst und Schamgefühle Unterstützung und Orientierung zu bekommen und somit ihre Lebenssituation zu verändern (Götz, 2009; Andermatt et al., 2003; Rott, o.J.).

Einem Online-Berater sollten die in Tabelle 9 (S. 48) zusammengestellten Basisprinzipien bewusst sein, welche sich aus dem Berufsverständnis und fachlichen Standards ableiten oder durch die technischen Gegebenheiten des Internet erklären lassen (Heider, 2007). Neben der

## 4. Beratung im Internet

Klärung von Zielen der Beratung (was soll bzw. kann (nicht) getan werden) und der Gestaltung einer Beziehung, spielt das empathische Verstehen für den Aufbau einer Beratungs- und Vertrauensbeziehung eine große Rolle. Die Autonomie des Klienten, sein Selbstbewusstsein und sein Selbstwert sollen in der Beratung gestärkt werden. Der Berater sollte zudem eine systemische Sicht beibehalten, Missverständnisse klären, positive Ansätze aufnehmen, Sachverhalte klären, sowie die Ressourcen des Klienten erkennen und zur Problemlösung nutzen (Lang 2002b; Lang 2005b).

---

### Basisprinzipien in der Online-Beratung

---

**Freiwilligkeit des Kontaktes:** Die Inanspruchnahme des Angebots beruht auf der freien Entscheidung des Ratsuchenden.

**Anonymität:** Personenbezogene Daten müssen nicht angegeben werden.

**Niederschwelligkeit:** Um das kostenlose Hilfsangebot leicht und ohne Terminvereinbarung in Anspruch zu nehmen, müssen keine Bedingungen erfüllt werden (z.B. Abstinenz von Drogen).

**Verschwiegenheit:** Bekannt gegebene Daten und Inhalte der Beratung werden mit großer Sorgfalt nach den geltenden Datenschutzrichtlinien behandelt.

**Lebensweltorientierung:** Die Art und Methoden des Angebots orientieren sich an der Lebenswelt des Ratsuchenden.

**Akzeptierende Haltung:** Der Klient wird in seiner Gesamtheit wertgeschätzt und als selbstverantwortliches, selbstbestimmendes Individuum angesehen. Sein Lebensstil und seine Weltanschauung werden versucht zu akzeptieren.

**Empathie:** Der Berater versucht, sich in die Gefühls- und Gedankenwelt des Ratsuchenden hineinzusetzen und seine Verhaltensweisen zu verstehen.

**Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“:** Der Berater soll den Klienten zur eigenständigen Bewältigung des Problems unterstützen, wobei seine Autonomie, Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit im Vordergrund stehen.

**Gendersensibilität:** Geschlechterbezogene soziale Ungleichheiten sollen bei allen Entscheidungen berücksichtigt werden. Alle Vorhaben sollen einen Beitrag zur Geschlechtergleichheit leisten.

**Systemische Perspektive:** Das Beziehungsgefüge des Klienten sowie Wechselwirkungen mit anderen Systemen müssen Berücksichtigung finden.

**Lösungs- und Ressourcenorientierung:** In der Beratung sollen das Erarbeiten von Lösungsalternativen und -strategien, die Aktivierung von Ressourcen und die Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten des Klienten im Mittelpunkt stehen, nicht die Analyse des Problems.

**Pragmatische Haltung:** Alle Anfragen sollen als real existierendes Problem ernst genommen und individuell beantwortet werden.

---

Tabelle 9: Basisprinzipien in der Online-Beratung (Weissenböck, Ivan & Lachout, 2006, S. 5f)

Des Weiteren gibt es noch weitere zu erfüllende Rahmenbedingungen, deren Aufzählung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde (vgl. Weissenböck et al., 2006, S. 18ff).

#### 4. Beratung im Internet

Obwohl viele Merkmale und Prinzipien der Online-Beratung ähnlich mit denen der traditionellen Beratung sind, stellt die virtuelle Version keine „face-to-face-Beratung in einem anderen Medium“ (Brunner, 2006, S. 3) oder deren Fortsetzung dar. Aus diesem Grund ist es erforderlich, beide Beratungsarten voneinander abzugrenzen. Lang (2005b) stellt die Unterschiede folgendermaßen dar: Bei der Online-Beratung, welche sich auf die eigentlichen Punkte konzentriert, gibt es einerseits keine sinnlichen Wahrnehmungen (also keinen Informationsgewinn), andererseits muss der Berater solche auch nicht filtern oder selektieren. Mehrdeutige Situationen können in traditionellen Beratungen zwar schneller und direkter geklärt werden, jedoch ist diese aber auch „flüchtiger, im Vergleich zur Online-Beratung“ (ebd., S. 3), welche wiederum eine Art „Protokoll“ im Internet hinterlässt und somit auch über die Zeit hinaus wirksam sein kann.

Ferner darf man das Internet in diesem Kontext nicht als ein „bloß vermittelndes, ohne Einfluss auf den Inhalt“ nehmendes Medium interpretieren, sondern muss die Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation, also einer Kommunikation ohne Interaktion, beachten. So ist es nach Brunner (2006) etwas grundsätzlich anderes, schriftlich auf Geschriebenes anstatt einer anwesenden Person real zu antworten. Da eine umfassende Kenntnis der Merkmale der computervermittelten Kommunikation, welche sowohl Vor- als auch Nachteile verbirgt, für das Verständnis des Tätigkeitsfeldes und das methodische Vorgehen in der Online-Beratung zwingend erforderlich ist, sind diese Gegenstand des fünften Kapitels.

Des Weiteren bedürfen personenbezogene Methoden und Techniken in der internetbasierten Beratung einer Transformation. Verhält sich ein Berater so, als „ob der Text die Person ist“ und als würden sich beide direkt gegenüber sitzen, so „negiert [er] naiv und manchmal wohl auch gefährlich alles was dazwischen liegt (den Raum, die Zeit, den Rechner, [etc.]“ (ebd.), was wiederum keine Randbedingung darstellt, sondern wesentlich das Setting auszeichnet und beeinflusst. Nicht nur aus diesem Grund, sondern auch weil die virtuelle Kommunikation andere Möglichkeiten und Grenzen bereitstellt, darf man digitale Beratung nicht einfach „normalisieren“, sondern sollte sich dessen Besonderheiten bewusst sein (vgl. Kapitel 5).

### **4.3 Online-Beratung ist nicht gleich Online-Beratung – die verschiedenen Wege sich Rat zu holen**

Wie bereits in vorangegangenen Abschnitten erwähnt, hat das world wide web Einzug in den Alltag der Menschen genommen, was zur Folge hat, dass auch im Internet z.B. nach Unterstützung zur Bewältigung von Problemen gesucht wird (Knatz, 2009a). Die webbasierten Beratungsangebote sind meist nicht lokal beschränkt und können aus dem Inland, wie auch aus dem Ausland benutzt werden (Gerö, 2005).

Grundsätzlich werden zwei verschiedene Zugangsformen zu digitaler Beratung angeboten. Zum einen kann Beratung passiv durch die reine Vermittlung von Informationen stattfinden. Dies geschieht häufig auf dem Weg der Frequently Asked Questions (FAQ), wobei damit eine Sammlung von Antworten auf „häufig gestellte Fragen zu spezifischen Themen“ (Götz, 2003, S. 13) gemeint ist. Die Institutionen listen auf ihrer Homepage eine große Anzahl von Fragen mit den dazugehörigen Antworten auf. Auf diese Art kann sich ein Ratsuchender einseitig, wie in einem Lexikon, dieser Informationen bedienen und Antworten auf seine Fragen bekommen. Döring (1998, zitiert nach Götz, 2003, S. 18) betont, dass das Durchlesen solcher Fragen neben dem hohen Informationsgehalt ferner auch emotionale Entlastung bringen kann, besonders wenn Ratsuchenden deutlich wird, „dass andere Menschen sich mit genau denselben Fragen herumschlagen“. Viele Online-Beratungen bieten diese passive Beratungsart zusätzlich zur kommunikativen Methode an. Aus diesem Grund soll herausgefunden werden, inwiefern sich Hilfesuchende im Internet an Online-Beratungen wenden, um Informationen zu bestimmten Themen zu bekommen.

Zum anderen kann Online-Beratung auf „interaktiv-kommunikativem Wege“ (ebd.) erfolgen. Der kommunikative Teil besteht aus der Mitteilung von Ratsuchenden, die Interaktion ist dadurch gekennzeichnet, dass Klient und Berater wechselseitig aufeinander Bezug nehmen – es entsteht ein Dialog. Je nach Kommunikationsform (zeitgleich bzw. synchron oder zeitverschoben bzw. asynchron), technischer Umsetzung (Chat, Forum, E-Mail) und inhaltlicher Konzeption (Einzel- oder Gruppenberatung) lassen sich im Wesentlichen drei Formen differieren (Gerö, 2005), wobei alle Arten „mit Bildern, akustischen Signalen und kinästhetischen Reizen ergänzt werden“ können (Andermatt et al., 2003, S. 2). Neben der Beratung per Chat, Forum oder E-Mail gibt es selten auch die Möglichkeit, sich per SMS Rat zu holen oder eine Webcam in das Setting mit einzubeziehen. Zudem scheint es, als würde sich dieses digitale Beratungsfeld dahin entwickeln, dass verschiedene Settings sich

## 4. Beratung im Internet

miteinander verbinden oder ineinander integriert werden. So kann eine Beratung nach Lang (2005b, S. 1) „per E-Mail starten, [...] in eine face-to-face-Beratung [übergehen], welche ihrerseits zeitweise wieder per E-Mail fortgesetzt wird, ergänzt vielleicht mit einem Telefongespräch“. Je nachdem welche Bedürfnisse, Fähigkeiten oder Erwartungen der Ratsuchende besitzt, sucht er sich sein Beratungsmedium aus (Knatz, 2009a).

In den folgenden Abschnitten werden die drei Formen der Online-Beratung vorgestellt, welche für die empirische Studie relevant sind: Die Chat-Beratung (Kapitel 4.3.3), die Foren-Beratung (4.3.2) und die Beratung per E-Mail (4.3.1), wobei letztere die gegenwärtig gebräuchlichste Form der psychosozialen Online-Beratung darstellt (Lang, 2005b). Es sollen die jeweiligen Besonderheiten dargestellt und ihr Verlauf im Groben skizziert werden. Weitere spezifische Beratungsformen, wie beispielsweise die Beratung per SMS, bei welcher in kurzen knappen Sätzen mit dem Versenden und Empfangen von „Short Messages“ Rat eingeholt werden kann (Knatz & Dodier, 2003) oder die Peer-Beratung, welche einen „speziellen Peer-Education-Ansatz“ (Hartel, 2008b, S. 37) darstellt und die beratende Unterstützung von ehrenamtlichen, gleichaltrigen Jugendlichen meint, finden hierbei keine Berücksichtigung, da sie für den empirischen Teil nicht bedeutsam sind. Des Weiteren soll noch angemerkt werden, dass es im Übrigen auch eine große Vielzahl von zielgruppenspezifischen Beratungsformen im Internet gibt (z.B. Frauenspezifische Online-Beratung (Gerö & Zehetner, 2009), Paarberatung (Lang, 2009) oder HIV-Beratung (Bock, 2009)). Diese werden allerdings in dieser Arbeit ebenso nicht behandelt. Ergänzende Informationen lassen sich aus der genannten Literatur entnehmen.

### 4.3.1 Die Beratung per E-Mail

Bei der internetbasierten Beratung per E-Mail, welche „sich seit 1995 in Deutschland sowohl als selbstständiges als auch als ergänzendes Angebot zur Face-to-Face-Beratung etabliert“ (Hartel, 2008b, S. 26) hat, haben Ratsuchende jederzeit, unabhängig von Terminen oder Uhrzeiten die Möglichkeit, eine Anfrage an eine Einrichtung zu senden. Das Problem bzw. die Sorgen können in Ruhe schriftlich formuliert werden und von wenigen Sätzen bis zu mehreren Seiten gehen, wobei die ersten Anschreiben oft eher kurz gehalten werden. Innerhalb eines festgesetzten Zeitraumes, welcher von wenigen Stunden bis zu mehreren Tagen gehen kann, wird diese Nachricht von einem Berater beantwortet. Die Beratung kann einmalig oder mit Folgekontakten stattfinden, wobei bei Zweiterem ein Beratungsprozess entsteht, den man als „digitalen [bzw. virtuellen] Briefwechsel“ (Heider, 2007, S. 32)

#### 4. Beratung im Internet

bezeichnen kann. Insbesondere bei fortdauerndem Kontakt werden die E-Mails immer länger. Beispiele für erstmalige bzw. nachfolgende E-Mails sind dem Anhang A zu entnehmen. Da der Ratsuchende zum Berater nicht zur gleichen Zeit am selben Ort Kontakt aufnimmt, spricht man von einer asynchronen computervermittelten Kommunikation (Götz, 2003; Hartel, 2008b; Rott, o.J.).

Grundsätzlich lassen sich hierbei drei Formen unterscheiden. Während Klienten bei der ersten Variante von ihrer eigenen E-Mail-Adresse eine E-Mail an eine Beratungseinrichtung senden und somit direkt eine Antwort erhalten, füllen sie bei der zweiten Form ein Anfragen-Formular auf der Homepage der Online-Beratung aus. Um eine Antwort zu bekommen, müssen sie verpflichtend ihre E-Mail-Adresse angeben. Manche Einrichtungen verlangen zusätzlich einige soziodemographische Daten wie beispielsweise das Alter oder das Geschlecht. Da man weder nachvollziehen kann, „über wie viele Server eine eMail wandert, bis sie bei der Empfängerin angekommen ist“, noch „ob und wie viele Dritte Zugriff auf eventuell vertrauliche Informationen“ haben (Heider, 2007, S. 32), lehnen viele Einrichtungen und Fachleute diese beiden Formen ab. Die webbasierte Variante ist die dritte „und wohl sicherste und auch komfortabelste Form der E-Mail-Beratung“ (Englmayer, 2005, S. 15) und sollte demnach laut Knatz (2005, zitiert nach Hartel, 2008b, S. 27) „allgemeiner Standard in der Online-Beratung sein“. So legen sich Ratsuchende bei dieser Einzelberatung mit einem frei gewählten Nicknamen und einem Passwort einen Account an, wobei die Angabe der E-Mail-Adresse meist auf freiwilliger Basis ist. Nachdem sie sich in den Account eingeloggt haben, welcher eine Art „virtuelles Postfach“ (ebd.) darstellt und ein geschützter Bereich ist, können sie ihre Anfrage formulieren und an einen Berater abschicken, welcher wiederum eine Antwort verfassen und zurücksenden kann. Alle E-Mails, auf welche nur die ratsuchende und beratende Person Zugriff haben, werden direkt auf dem Server gespeichert, sind automatisch, übersichtlich und lückenlos dokumentiert, sowie jederzeit nachlesbar. Somit kann es nicht passieren, dass Teile einer Beratung verloren gehen und der Prozess bekommt eine Struktur. Unbefugter Zugriff kann zudem vermieden werden, da die Daten den Server der Beratungseinrichtung nicht verlassen. Ein weiterer Vorteil besteht in der Möglichkeit, zusätzliche Fachberater zu konsultieren, sollte kollegialer Rat darüber hinaus notwendig sein. Eine wichtige Voraussetzung der E-Mail-Beratung ist eine klare Organisation durch die Einrichtung. So muss genau geklärt sein, wer neue Anfragen einsieht, wie die Fälle auf die Berater verteilt werden und in welcher Art und Weise diese beantwortet werden sollen (Englmayer, 2005; Heider, 2007; Böhnke et al., 2003; Weissenböck et al., 2006).

#### 4. Beratung im Internet

Aus technischer Sicht gibt es Pammer (2008) zufolge in der E-Mail-Beratung zwei Typen: die unverschlüsselte und die verschlüsselte bzw. webbasierte Beratung. Während die webbasierte Version dem Briefgeheimnis unterliegt und dadurch einen höheren Datenschutz sowohl für Berater, als auch für Ratsuchende gewährleistet, werden bei der erstgenannten Variante E-Mails unverschlüsselt versendet, wodurch die Daten und Probleme der Klienten nicht mit ausreichendem Schutz behandelt werden. Obwohl die verschlüsselte, webbasierte Form für professionelle Beratung besser geeignet ist und in Bezug auf Datensicherheit und Professionalität empfehlenswerter ist, wird sie in der Praxis wegen eines größeren technischen und finanziellen Aufwands nicht immer verwendet (ebd.; Englmaier, 2005).

Laut Rott (o.J., S. 22) wird „E-Mail-Beratung von nahezu allen im Internet vertretenen Altersgruppen genutzt“, zumal sie nach dem Chat die gebräuchlichste Form der Verständigung via Netz ist. Christel (2000, zitiert nach Götz, 2003) wie auch Kingma (2002, zitiert nach ebd.) sehen im Aufschreiben und damit Ordnen der Gedanken wie auch im Formulieren des Problems den „ersten Schritt zu einer Lösung“ (ebd., S. 14). Ferner führt das Sortieren, Nachdenken, Reflektieren und Aufschreiben der eigenen Gefühlslage ohne Gesellschaft zu einer freieren Äußerung der Gefühle und der Möglichkeit, Druck loszuwerden. Knatz und Dodier (2003, S. 14) vergleichen die E-Mail-Beratung mit einem „Virtuellem Tagebuch, welches antwortet“. Welche Auswirkungen das Schreiben selbst schon auf den Ratsuchenden haben kann (z.B. Entlastung, Erleichterung, Klarheit, etc.), wird in Kapitel 5.4 näher erläutert. Die Zielvorstellung einer E-Mail-Beratung ist vorrangig, der hilfeschuchenden Person zu helfen, sich im Umgang mit seinen Problemen neu zu orientieren. Zeitweilig soll sie ihn auch dazu bringen, eine weiterführende Begleitung wie beispielsweise eine Therapie in Anspruch zu nehmen, wobei hervorzuheben ist, dass „die Internetberatung [nicht] nur als „Einstiegshilfe“ zu einer anderen (persönlichen) Beratung“ (Götz, 2003, S. 15) gesehen werden soll. Verweist man einen Klienten wegen seiner vertrackten Problemlage umgehend an eine reale Beratungsstelle, besteht die Möglichkeit, dass sich dieser nicht ernst genommen fühlt, zumal er die virtuelle Beratungsform wohl aus dem Grund gewählt hat, weil er eine örtliche Beratungsstelle nicht aufsuchen wollte. Götz (ebd.) betont weiterhin, dass die Beratung per E-Mail nicht als Mittel genutzt werden soll, um neue Klienten einzuberufen. Vielmehr stellt sie ein „eigenständiges Angebot im Repertoire möglicher Beratungsformen“ (ebd., S. 15) dar. Dennoch ist eine parallele Nutzung der E-Mail-Beratung z.B. für Menschen, welche psychotherapeutisch behandelt werden, durchaus denkbar (Knatz & Dodier, 2003; vgl. Anhang A, Beispiel 4).

## 4. Beratung im Internet

Aufgrund der vielfältigen Besonderheiten bietet die Beratung per E-Mail individuelle Eigenschaften und Wirkungen und unterscheidet sich in einigen Kriterien von der face-to-face-Beratung. So sind Ratsuchende, wie bereits an anderer Stelle erwähnt, beim Verfassen und Absenden ihrer E-Mail an keine Öffnungszeiten gebunden (Niederschwelligkeit). Die Möglichkeit, eine Anfrage zu verfassen ist jederzeit denkbar, vor allem dann, wenn es gerade notwendig ist. Vielen fällt es gerade wegen der großen Anonymität, welche durch die Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation (vgl. Kapitel 5.1) und der Asynchronität des Beratungsgesprächs gesteigert wird, leichter, Kontakt aufzunehmen. So ist weder ihr Alter, ihr Geschlecht noch ihre Stimme erkennbar, ihr psychosozialer Hintergrund kann vollkommen verschwiegen werden. Aufgrund der deutlichen Abhebung des interpersonalen Austausches (der computervermittelten Kommunikation) von einer realen Begegnung, ist eine direkte Auseinandersetzung mit dem Gegenüber und seinen Reaktionen nicht notwendig. Zudem können sie durch diese virtuelle Beratungsform ihre Gefühle dosieren, Peinlichkeiten umgehen, fühlen damit einen stärkeren Schutz und werden „enthemmt“ (Knatz & Dodier, 2003; Hartel, 2008b). Knatz (2009a, S. 60) sieht diese Beratungsform als eine „Brücke, ein Weg, sich Hilfe und Unterstützung zu suchen“, insbesondere für zurückhaltende, schüchterne Menschen und/oder Ratsuchende mit Themen, welche schambesetzt und/oder tabuisiert sind (z.B. selbstverletzendes Verhalten, vgl. Anhang A, Beispiel 5). Als weiterer Vorteil für Klienten sei die Möglichkeit genannt, die Beratung zu jeder Zeit ohne Folgen zu beenden. Diese Option des Rückzuges wirkt sich positiv auf die Kontrolle des Beratungsverlaufes aus. Für Berater ergeben sich aus der E-Mail-Beratung ebenfalls Vorteile. So können sie sowohl im Büro, als auch zu Hause E-Mail-Anfragen lesen und beantworten und sich zudem die Zeit nehmen, die sie brauchen, um eine Antwort zu schreiben (ebd.; Hartel, 2008b).

### 4.3.2 Die Foren-Beratung

Newsgroups und Bulletinboardservices, die Vorläufer der heutigen Foren, wurden schon sehr früh zum Austausch und als Online-Selbsthilfegruppen verwendet. Foren-Beratung dagegen, wie sie heute vorzufinden ist, hat sich erst ab Ende der neunziger Jahre des letzten Jahrhunderts verfestigt und stellt somit eine „eher späte Errungenschaft“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S. 79) dar. Beratungen in Foren werden als besonders unkompliziert und niederschwellig angesehen, was folglich die Hemmschwelle von Ratsuchenden senken kann (Weissenböck et al., 2006). Diese Beratungsform ermöglicht es den Usern, sich sowohl in

#### 4. Beratung im Internet

ihrer eigenen Problemlage zu orientieren, sich mit anderen auszutauschen als auch Lösungen für ihre Probleme zu erarbeiten (Böhnke et al., 2003).

Während Ratsuchende bei der E-Mail-Beratung einzeln beraten werden, gibt die Foren-Beratung ihnen die Möglichkeit, sich neben einer individuellen Beratung zudem mit anderen Ratsuchenden auszutauschen. Im Allgemeinen sind Foren, welche auch als „Newsboards“ (Heider, 2007, S. 33), „Newsgroups“ oder „Usenet“ (Götz, 2003, S. 16) bezeichnet werden, eine Art von virtuellen Diskussionsgruppen. Man könnte sie mit einem schwarzen Brett vergleichen, welches in Abschnitte gegliedert ist. Ein User schreibt einen Beitrag zu einem bestimmten Thema, veröffentlicht ihn indem er ihn „postet“, andere User können diesen Beitrag lesen und darauf antworten. Dies führt oftmals zur Entwicklung von intensiven und lebhaften Gesprächen, bei welchen sich die Gleichgesinnten über ihre Probleme und Erfahrungen öffentlich austauschen und sich gegenseitige Unterstützung bieten. Wie auf einer öffentlichen Pinnwand kann jeder Betroffene oder Interessierte eine Antwort darunter „heften“ und somit am Beratungsprozess teilnehmen. Zudem können sich auch Berater in die Diskussionen einklinken und den Usern auf diese Weise einen Rat und/oder Beistand geben, wenn dies erforderlich ist bzw. gewünscht wird. Weiterhin kann der Berater den Informationsbedarf von Ratsuchenden abdecken. Alle Beiträge, sowohl von Fachleuten, als auch von Klienten werden im Forum chronologisch sortiert gespeichert (Rott, o.J.; Heider, 2007; Götz, 2003). Neben den offenen, themenzentrierten Foren bieten viele Online-Beratungen zusätzlich die Möglichkeit an, sich persönlich in einem geschützten Beratungsraum mit einem Berater auszutauschen, zu welchem nur diese beiden Akteure Zugang haben. In diesem Fall spricht man wieder von Einzelberatung, welche jedoch nicht per E-Mail, sondern in einem nicht öffentlich zugänglichen Forum stattfindet. Neben der Weiterverweisung auf Beratungsstellen vor Ort gibt es in vielen internetbasierten Foren-Beratungen ebenso die Möglichkeit, sich fortführend per E-Mail oder Chat beraten zu lassen (Böhnke et al., 2003).

Heider (2007, S. 33; Götz, 2003) bezeichnet die Foren-Beratung als „Pull-Verfahren“, da jeder User die Seite bzw. das Forum besuchen und sich aktiv relevante Informationen von einem öffentlichen Server holen kann. Während bei der E-Mail-Beratung eine Kommunikation unter meist zwei Personen, nämlich zwischen Klient und Berater stattfindet („Push-Verfahren“), führen bei der Beratung im Forum mehrere User Gespräche miteinander.

#### 4. Beratung im Internet

Grundsätzlich lassen sich Online-Beratungsforen in zwei Arten, nämlich in offene und geschlossene Foren aufteilen. Offene Foren bieten jedem Internetnutzer die Möglichkeit des Lesens, Schreibens, Antwortens und Fragens. Ratsuchende können sich entweder als vollkommen anonymer Gast oder mit einem frei gewählten, nicht registriertem Nicknamen beraten lassen bzw. an Diskussionen partizipieren. Neben dem Vorteil, dass es sich hier um einen „sehr niederschweligen, anonymen Zugang zu Rat und Hilfe“ (Englmayer, 2005, S. 17) handelt, da keine Angaben von Daten notwendig sind, besitzt diese Variante ohne Registrierung jedoch auch den Nachteil, dass die willkürliche Wahl von Nicknamen eines jeden Nutzers zu Verwechslungen und sogar Verärgerung von Usern führen kann. Da Diskussionen auf diese Weise zusätzlich deutlich erschwert werden können, ist in den meisten Foren eine Registrierung erforderlich, um teilnehmen zu können (geschlossene Foren). Bei der Registrierung, welche sich ebenfalls unterschiedlich gestalten kann, müssen bestimmte Angaben zur Person gemacht werden. Meist ist mindestens eine gültige E-Mail-Adresse notwendig, zu welcher das Passwort oder ein Link zur Freischaltung des Accounts geschickt wird. Insbesondere bei hochsensiblen Themen wie beispielsweise sexuellem Missbrauch kann man nur mit einer Registrierung überhaupt mitlesen. Die erforderliche Anmeldung hat genauso viel Einfluss auf die Bereitschaft, sich im Forum zu öffnen, wie die Menge und Art der Daten, welche gemacht werden sollen. Für viele Ratsuchenden stellt die Angabe von persönlichen Daten eine große Hürde dar, da sie Angst haben, trotz gewährleisteter Datensicherheit, ihre Anonymität zu verlieren. Folglich können sich User, welche ohne jegliche Angaben von Daten schreiben können, offener über belastende oder peinliche Themen bzw. Probleme austauschen (Heider, 2007; Englmayer, 2005). Die vorliegende Studie hat zum Ziel, mittels Beobachtung die teilnehmenden Online-Beratungen hinsichtlich dieser Aspekte zu differenzieren.

Bezüglich der Themen können sich die Foren ebenfalls unterscheiden. Neben themenspezifischen Foren, z.B. Foren für Essstörungen, in welchen dann meist ausschließlich über Essstörungen kommuniziert wird, offerieren andere Anbieter wiederum auch welche zu verschiedenen Thematiken. Anhang D zeigt ausschnittshafte Beispiele verschiedener Themen von Foren-Beratungen. Anhand der Beteiligung der User in einem Forum kann man auf ihre Bedürfnisse schließen. So besitzen Foren, in denen täglich viel geschrieben wird, Thematiken, welche für die Nutzer von großer Bedeutung sind. Um den Anspruch von Professionalität zu erfüllen, sollten Einrichtungen, welche Online-Beratungen anbieten, sich an den Bedürfnissen der Ratsuchenden orientieren (Rott, o.J.; Heider, 2007). Aus diesem Grund soll in der

#### 4. Beratung im Internet

Untersuchung herausgefunden werden, welche Themenkreise für ratsuchende User bedeutsam sind.

Böhnke et al. (2003) betonen, dass in den Foren für alle Beteiligten erkennbar sein muss, wer zum Team der Online-Beratung gehört und somit eine Fachkraft darstellt. Außerdem ist eine „professionelle Moderation der Foren [...] unbedingt erforderlich, um eine qualitative Beratung gewährleisten zu können“ (ebd., S. 4), zumal es eine „wesentliche Voraussetzung für das Gelingen von Kommunikation in so genannten virtuellen Gemeinschaften“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S. 84) ist. Die sogenannten Moderatoren (Fachleute) beobachten das Forum und begleiten Diskussionen. Zudem ist es ihre Aufgabe bei Problemlagen von Usern, welche kritisch erscheinen, zu intervenieren. Zu einer Intervention gehört beispielsweise die Förderung der Bereitschaft des Ratsuchenden, eine „konventionelle Beratung oder Therapie in Erwägung zu ziehen“ (Götz, 2003, S. 16f) oder in Anspruch zu nehmen, rassistische, sexistische oder kritische Beiträge wie z.B. detaillierte Darstellungen über Selbsttötungsabsichten zu löschen und fachliche Informationen in einem Kommentar weiterzugeben. Um Übersichtlichkeit zu gewährleisten und den Ratsuchenden einen direkten Zugriff zu bestimmten Themen zu ermöglichen, sollten Foren thematisch geordnet und strukturiert sein. Um die Ausschließung von einzelnen Usern aus der Gemeinschaft zu verhindern und/oder Konflikte zwischen ihnen zu vermeiden, müssen Moderatoren schließlich auch z.B. dominante User in ihre Schranken verweisen. Prinzipiell soll ein Raum erschaffen werden, in dem es jedem Nutzer möglich ist, zu Wort zu kommen, an Gesprächen teilzunehmen, sachliche Informationen sowie gegenseitiges Verständnis bzw. Unterstützung zu bekommen. Damit Online-Beratung in dieser Form gelingen kann, ist eine „enge Betreuung und Pflege des Forums wesentlich“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S. 85).

Foren-Beratung hat im Vergleich zu anderen virtuellen Beratungsformen einige Besonderheiten. Aufgrund der Tatsache, dass viele Foren öffentlich zugänglich sind, können sämtliche Gespräche von jedem Internetnutzer gelesen werden. Eine Ausnahme bilden geschützte Beiträge bzw. intimere Bereiche. Dies hat einerseits den Vorteil, dass man sich als Ratsuchender erst einmal an den bereits bestehenden Beiträgen orientieren kann, bevor man selbst etwas von sich preis gibt. Meist führt das gezielte Suchen nach ähnlichen Problemlagen und das Lesen von deren Lösungswegen schon dazu, dass der Ratsuchende selbst zu einem Ergebnis kommt und Antworten auf seine Fragen bekommt, ohne sich direkt beraten zu lassen. Heider (2007, S. 34) folgert aufgrund diesem „lexikalischen Charakter der Foren“,

#### 4. Beratung im Internet

dass man von „Lesen als Form von Beratung“ sprechen kann, da die Informationen zur Orientierung und/oder Reflexion verfügbar sind. Außerdem können Ratsuchende durch das Mitlesen anderer Beratungen die Erfahrung machen, dass sie nicht die einzigen Menschen sind, die derartige Probleme besitzen. Als weiterer positiver Aspekt der Öffentlichkeit, in der Foren-Beratung stattfindet, seien die Antworten der anderen Klienten zu nennen. So wird immer wieder beobachtet, dass anstatt verständnislosen, ignorierenden oder stigmatisierenden Reaktionen überwiegend bestätigende, unterstützende und verständnisvolle Resonanzen gemacht werden. „Allein das kann sehr heilsam sein“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S. 82). Bekommen User von anderen Nutzern ernstgenommene Reaktionen, so führt dies einerseits dazu, dass er sich gut aufgehoben und angenommen fühlt und andererseits zum Abbau von Unsicherheiten, was sich wiederum positiv auf eine Beratung auswirkt. Zudem kann ein Ratsuchender sich durch den Einblick in bereits bestehende Beratungsprozesse einen Eindruck davon machen, wie diese Institution agiert. Andererseits lassen sich jedoch viele Inhalte von Foren leicht über Suchmaschinen finden. Auf der Beraterseite sollte zudem bedacht werden, dass ihre individuellen Antworten gleichzeitig auch für eine unbekannte Zahl von anderen Betroffenen zur Verfügung stehen. Aufgrund der Tatsache, dass ihr beratendes Handeln im öffentlichen Raum steht, ist es „nicht nur transparent, sondern auch kritisierbar“ (ebd., S. 83), was wiederum als Chance auf der einen, wie auch als Belastung auf der anderen Seite erlebt werden kann. Hinsichtlich der Grenzen seien neben Störfaktoren wie Grundsatzdiskussionen, welche den Beratungsverlauf negativ beeinflussen können, weiterhin triggernde Effekte zu nennen, womit eine starke Belastung der User gemeint ist, wenn sie bestimmte Themen z.B. sexuelle Gewalt mitlesen, da Erinnerungen an alte Erfahrungen geweckt werden. Ferner ist es besonders bedeutsam, dass fehlerhafte Sachverhalte richtig gestellt werden, zumal eine falsche Auskunft schädlicher als unterstützend sein kann (ebd., Rott, o.J.; Weissenböck et al., 2006; Heider, 2007; Böhnke et al., 2003).

Brunner, Engelhardt und Heider (2009, S. 81) differenzieren die Beratung in Online-Foren in vier Gruppen. Während bei der „formalisierten Beratung“ professionell ausgebildete Berater antworten, wird einem Ratsuchenden bei der „halbformalisierten Beratung“ von anderen Nutzerinnen oder Peer-Beratern (Gleichaltrige und/oder Menschen, die von diesem Thema selbst betroffen sind) geholfen. Zudem gibt es die „informelle Beratung durch andere Nutzer“, sowie die „Selbstberatung der Nutzerinnen durch Lektüre“.

## 4. Beratung im Internet

Zusammenfassend soll ein Online-Beratungsforum den Menschen eine Plattform zur Kommunikation bieten, auf der sich User mitteilen, an anderen Problemen teilhaben und von anderen Erfahrungen profitieren können (Götz, 2003). Im Gegensatz zur E-Mail- und Chat-Beratung ist die Erforschung der Foren-Beratung noch nicht sehr weit vorangeschritten. So gibt es in diesem Bereich wegen den begrenzten Erfahrungen nur wenig Literatur, welche in den meisten Fällen deskriptiv sind oder Erfahrungsberichte darstellen. Nicht nur aus diesem Grund ist es dringend erforderlich Foren-Beratung genauer zu untersuchen und mit den anderen Beratungsarten zu vergleichen. Dies ist unter anderem Ziel der vorliegenden Studie.

### 4.3.3 Die Beratung im Chat

Neben den bereits genannten Möglichkeiten der Online-Beratung gibt es eine weitere, dritte Form, welche laut Benke (2009b, S. 8) „durchaus mit der 1-zu-1-Telefonberatung oder jener über Radio und TV vergleichbar“ ist: Die Beratung im Chat. Mittels dieser Kommunikationsform, welche langsam Einzug in die Realität genommen hat, bekommt der Ratsuchende ein Höchstmaß an persönlicher Zuwendung und Unterstützung.

Bildhaft dargestellt ist ein Chat ein „virtueller Raum, in dem sich Menschen „treffen“ um sich auszutauschen“ (Götz, 2003, S. 15). Ratsuchende loggen sich bei Fragen oder Problemen in den Chat des Anbieters, einer Art „virtuellem Beratungszimmer“ (Rott, o.J., S. 22), mit einem Pseudonym, einem selbst gewählten Namen, ein und können dort mit anderen Usern oder Beratern mit Hilfe der Schriftsprache kommunizieren. Da alle Beteiligten zur gleichen Zeit an ihrem Computer sitzen und sich mit kleiner Verzögerung zeitgleich unterhalten, spricht man von synchroner Kommunikation. Ähnlich wie am Telefon können die Teilnehmer umgehend aufeinander reagieren. Der Verlauf des Gesprächs ist für alle Teilnehmer zeitlich chronologisch sichtbar. Schriftliche und mündliche Verständigung vermischen sich, User empfangen Sätze von anderen Usern oder Beratern, schreiben über die Tastatur eine Antwort und schicken diese ab. Durch die geringe Verzögerung zwischen Abschicken und Empfangen der Sätze bzw. Texte hat es trotz der Schriftsprache den Anschein, als würde man mit dem Gegenüber „sprechen“. Aufgrund den Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation, welche in Kapitel 5.1 noch genauer erläutert werden, können Gefühle und Verhaltensweisen, welche bei der traditionellen face-to-face-Beratung sichtbar und hörbar sind, dennoch vermittelt werden. Dies geschieht durch Akronyme (z.B. „lol“ für „lachen“) oder die bekannten Smileys (z.B. ;-) für „zwinkern“) (vgl. Anhang B, Beispiel 1). Da die Interaktion im Gegensatz zur E-Mail- und Foren-Beratung mehr von Emotionalität und

#### 4. Beratung im Internet

Spontanität geprägt ist, ist sie bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen besonders beliebt. Anlässlich der im Vergleich zu E-Mails weniger ausführlichen und geringer reflektierten Beschreibung des Problems in Chats und weil man sich hier ferner eher spontan und emotional austauschen kann, erweist sich die Chat-Beratung „als ein wirksames Mittel der Kontaktaufnahme und Erstberatung [...] insbesondere bei jungen Menschen [...] die unter starken seelischen Belastungen leiden“ (Böhnke et al., 2003, S. 3). Im Vergleich zu herkömmlichen Arten der Kommunikation besitzt der Austausch im Chat eine „explizite Sonderstellung“ (Heider, 2007, S. 36), da er wegen seinen mündlichen und schriftlichen Eigenschaften nicht trennscharf eingeordnet werden kann. Die User können prinzipiell eigenverantwortlich entscheiden, wann sie welche Informationen oder Sätze dem Berater und/oder anderen Ratsuchenden mitteilen möchten. Hintenberger (2009a, S. 70) bezeichnet die Kommunikation im Chat als „vielmehr [...] getipptes Gespräch und nicht [als] dialogischen Text“. Auszüge von Beispielen virtueller Beratung im Chat lassen sich dem Anhang B entnehmen (Rott, o.J., Heider, 2007, Weissenböck et al., 2006; Götz, 2003; Hinrichs, 2003; Kratzenstein & van Eckert, 2003).

Je nachdem um welches Angebot es sich handelt, lassen sich Beratungen im Chat grundsätzlich einzeln (Einzelchats) oder in Gruppen (Gruppenchats) durchführen. Viele Anbieter bieten Chat-Beratungen als Gruppenversion an (u.a. Chats zu bestimmten Themen (Themenchats), welche mit professionellen Helfern (Expertenchats) u.v.m.), die jedoch auf maximal 12 Teilnehmer begrenzt sein sollten, da die Beratungsfunktion ansonsten nicht mehr gewährleistet werden kann. Der Ablauf einer Chat-Beratung ist auf unterschiedliche Weisen möglich. Neuerdings werden auch Video- und Audiochats eingesetzt, sie besitzen jedoch noch eine sekundäre Rolle (Heider, 2007, Böhnke et al., 2003; Götz, 2003; Hintenberger, 2009a).

Auf der einen Seite bieten Online-Beratungen Chats zu bestimmten Zeitpunkten an. Zu den auf der Homepage genannten Zeiten, welche für die Ratsuchenden leicht und eindeutig zu erkennen sein müssen, können sich User in einen „Empfangsraum“ (Englmayer, 2005, S. 16) einloggen und sich mit anderen Klienten und/oder Beratern direkt und zur gleichen Zeit unterhalten. Dieser Raum ist öffentlich zugänglich, jeder User kann mitlesen und am Gespräch teilnehmen (Gruppenchat). Zudem haben Ratsuchende meist die Möglichkeit, sich von Beratern in einen separaten Raum, zu dem die anderen Chat-Teilnehmer keinen Zugang haben, einladen zu lassen und dort ein persönliches Beratungsgespräch in Anspruch zu nehmen. In diesem geschützten Einzelchat wird eine „nichtöffentliche, datensichere

#### 4. Beratung im Internet

Umgebung gewährleistet“ (Heider, 2007, S. 35). Allerdings erweist sich der Austausch zwischen Betroffenen selbst meist schon als nützlich. (Götz, 2003; Böhnke et al., 2003, Heider, 2007; Englmayer, 2005).

Daneben gibt es auf der anderen Seite Online-Beratungseinrichtungen, welche auf ihrer Homepage Chat-Termine anbieten. So können Ratsuchende sich einen Termin aussuchen, reservieren und zum gegebenen Zeitpunkt mit einem zugesendetem Passwort in den Beratungsraum einloggen. Diese Variante der Einzel-Chat-Beratung, welche durchschnittlich 60 Minuten dauert, bietet dem Klienten die Gelegenheit, sich individuell und ohne andere User von einem Online-Berater helfen zu lassen. Obwohl Ratsuchende hier die volle Aufmerksamkeit des Beraters bekommen, sei anzumerken, dass 60 Minuten für eine Beratung relativ kurz ist, da die „schriftliche Kommunikation mehr Zeit in Anspruch nimmt als [die] verbale“ (Englmayer, 2005, S. 16). Oftmals gibt es zusätzlich das Problem, dass man bei den Institutionen meist zwei bis vier Wochen auf einen Termin warten muss, was insbesondere für Jugendliche sehr lang ist (Heider, 2007; Englmayer, 2005).

Ferner besteht die Gelegenheit, diese synchrone Beratungsform nicht als ausschließliches Beratungsmedium, sondern ergänzend zu nutzen. Das ist besonders dann zweckmäßig, wenn Berater und Klient beispielsweise konkrete Vorbereitungen oder Maßnahmen behandeln wollen oder Informationen weitergegeben werden, an welche live angeknüpft werden soll (Heider, 2007). Laut Kratzenstein und van Eckert (2003) hat sich herausgestellt, dass die Eingangsschwelle für Ratsuchende beim Chat niedriger liegt als am Telefon oder bei einer traditionellen Beratung, besonders da sie sich durch die Niederschwelligkeit des Angebots nicht zu erkennen geben müssen. So ist es für sie nicht nur leichter, schwere Konfliktsituationen oder problembelastende Krisen direkt anzusprechen, sie kommen bei Chat-Beratungen überdies auch schneller „auf den Punkt“ (ebd., S. 88). Dennoch müssen beide Akteure gewisse Anforderungen erfüllen. Ratsuchende stehen vor der Aufgabe ihre Empfindungen und Gefühle mittels Tastatur auszudrücken, Berater müssen ein „höheres Maß an Aufmerksamkeit, Wachheit und Empathie“ (ebd.) besitzen, um sich die persönliche Lage des Klienten bewusst machen zu können.

Da die Chat-Beratung zur Förderung der Vertrauensbildung zwischen den Ratsuchenden und dem Berater führt, sollten Online-Beratungen laut Böhnke et al. (2003) bestimmte Anforderungen erfüllen, um die Effizienz zu gewähren. So wird empfohlen themenspezifische Gruppenchats separat anzukündigen und neben dem allgemeinen Chatraum ein diskretes

## 4. Beratung im Internet

„Berater-Sprechzimmer“ (ebd., S. 4) anzubieten, in dem Ratsuchende vertraulich und intim „unter vier Augen“ (ebd.) mit der erforderlichen Konzentration ihr Problem besprechen können. Zudem müssen Störungen des Beratungsgesprächs durch andere User von den Moderatoren (Beratern) sanktioniert, gefährdende Inhalte (z.B. Verstöße gegen den Jugendschutz) unterbunden, sowie die Kommunikation unter „beraterischem Charakter“ (Götz, 2003, S. 15) unterstützt werden.

Hintenberger (2009a, S. 74ff) teilt den Beratungsverlauf in einen 4-phasigen „tetradischen Prozess“ ein (vgl. auch Beispiel 2 aus Anhang B). Zu Beginn der Beratung wird der Kontakt hergestellt und Vertrauen aufgebaut. Dies geschieht durch das Sammeln von Daten und die gemeinsame Exploration des Kontextes. Diese sogenannte „Initialphase“ endet mit einer Definition des Problems. Nachdem sich Berater und Ratsuchender in der „Aktionsphase“ mit dem Thema dialogisch auseinandersetzen und es somit emotional verdichten, findet in der „Integrationsphase“ ein „vertieftes Verstehen des Erlebten [statt], das in den Lebenskontext eingeordnet werden kann und [...] Bedeutungen freisetzt“ (Petzold, 1993, zitiert nach Hintenberger, 2009a, S. 75), bevor schließlich in der „Neuorientierungsphase“ Veränderungs- und Lösungsmöglichkeiten entworfen werden.

Zusammenfassend ist der Chat ein Beratungsmedium, welches es den Ratsuchenden ermöglicht sowohl offen mit anderen Usern, als auch geschlossen mit einem Berater über ihre Probleme zu sprechen und Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten. Der Chat hat im Beratungskontext vor allem in der Präventionsarbeit und in der Nachsorge bereits eine besondere Bedeutung. Dennoch wird diese Beratungsform das traditionelle face-to-face-Setting nicht ablösen (Hintenberger, 2009a).

### **4.4 Die Akteure im Online-Beratungsprozess**

Damit sich Ratsuchende im Beratungsprozess entwickeln und somit ihre Probleme lösen können, muss sowohl in der körperpräsenten wie auch in der textbasierten Beratung eine Atmosphäre geschaffen werden, in der sie sich öffnen und frei über ihre problembelasteten Angelegenheiten sprechen bzw. schreiben können. Dies geschieht am Besten in einem Raum, welcher wertneutral und frei von Moral und Ängsten ist. Die Akteure machen in einer internetbasierten Beratung nicht nur neue Erfahrungen im zwischenmenschlichen Rahmen, sondern müssen sich in einer völlig neuen Situation zurechtfinden und an Problemen arbeiten. Während Online-Berater nach einer gewissen Zeit durch ihre Ausbildung bzw. Praxis vertraut bzw. routiniert handeln, müssen Ratsuchende anfangs experimentieren und durch

## 4. Beratung im Internet

Ausprobieren lernen, in welche Richtung die „Beziehung“ geht bzw. wie sie am besten mit der Situation umgehen und diese handhaben. (Englmayer, 2005).

Jede am Beratungsprozess teilnehmende Person besitzt gewisse Bedürfnisse, Haltungen, Voraussetzungen wie auch Gefühle, welche einen Einfluss auf den Verlauf der Beratung nehmen. Insofern ist es notwendig einen Blick auf alle Mitwirkenden (Ratsuchende und Online-Berater) zu richten (vgl. Kapitel 4.4.1 und 4.4.2). Anschließend soll die Beziehung zwischen ihnen und ihr Aufbau genauer betrachtet werden (vgl. Kapitel 4.4.3).

### 4.4.1 Der Ratsuchende

Im Internet nach Rat suchende User sehen in Online-Beratungen die Möglichkeit, ihre Probleme zu schildern, ohne jemandem ins Gesicht sehen zu müssen und somit die Aussicht, diese durch Gespräche zu lösen. Aufgrund eines Anlasses, einer Frage, einer Störung und/oder eines Problem surfen Menschen im world wide web und suchen hier nach einer Lösung. Bei der Auswahl einer Beratungseinrichtung, wie auch beim Niederschreiben der ersten Beratungsanfrage besitzen sie gewisse Wünsche und Erwartungen an die beratende Person bzw. Einrichtung (Englmayer, 2005). Aufgrund der Tatsache, dass Hoffnungen bzw. Bestreben ein „nicht unwesentlicher Teil des Beratungserfolges“ (Lang, 2005a, S. 6) sind, sollen diese in den folgenden Abschnitten dargestellt werden.

Als oberstes Ziel der Klienten bei der Kontaktaufnahme sei die (schnelle) Lösung ihres Problems genannt. Seine schriftliche Formulierung soll der Ordnung und Bewusstmachung der individuellen Situation dienen. Ratsuchende wollen sich „verstanden, ernst genommen, akzeptiert und mit den richtigen Informationen versorgt“ (Englmayer, 2005, S. 49) fühlen. Hierfür ist es unumgänglich, dass Berater „zwischen den Zeilen lesen“ (ebd.) und Gefühle ansprechen können, wie auch, dass sie ihre Antworten individuell auf den Klienten abstimmen. Ein respektvoller Umgang und Wertschätzung haben einen gleichermaßen hohen Stellenwert (Pammer, 2008). Die Ergebnisse einer wissenschaftlichen Befragung von Klienten bezüglich ihrer Erwartungen und Hoffnungen an die Online-Beratung von Eichenberg (2007) unterstreichen diese Ziele. Konkrete Anregungen für die Lösung des Problems, sowie die Möglichkeit, an der Problematik zu arbeiten bzw. sich über die Situation klar zu werden, wurden von den Befragten besonders hervorgehoben (vgl. auch Oswald & Zenner, 2004/2005).

#### 4. Beratung im Internet

Bezüglich ihres Gegenübers (dem Online-Berater) wird erwartet, dass dieser zu jeder Zeit verfügbar, für jedes Thema offen und in jedem Bereich ein Spezialist ist. Insbesondere bei peinlichen Themen wird ein souveräner Umgang hiermit seitens des Beraters erwartet (Englmayer, 2005). Außerdem ist es 90% der Klienten wichtig, dass ihr Online-Berater mindestens genauso qualifiziert ist wie Berater bei traditionellen Einrichtungen (Kral & Traummüller, 2008).

Des Weiteren fordern Klienten von Online-Beratungen, dass diese ihre Institution und gegebenenfalls ihre Mitarbeiter auf einer Homepage vorstellen, um sich ein Bild von der Einrichtung und ihrem Team machen zu können. Hier ist es nicht nur sinnvoll aufzuzeigen, welche Qualifikation die beratenden Personen besitzen, sondern auch darzustellen, welche Themen und Problemlagen behandelt werden (können) bzw. wo die individuellen und institutionellen Grenzen liegen. Auf diese Weise können Hilfesuchende selbst entscheiden, „ob sie mit ihren Problemen bei dieser Institution [...] gut begleitet und betreut werden können“ (Pammer, 2008, S. 45). Darüber hinaus hat es zugleich eine positive Wirkung auf den Klienten, wenn er erfährt, welches Ziel das Angebot verfolgt (Information, Prävention, Beratung, Krisenintervention etc.) und nach welchen Prinzipien die Online-Berater arbeiten z.B. wann er eine Antwort auf seine Beratungsanfrage bekommt, ob auf Kollegen oder andere Einrichtungen verwiesen wird, ob die Beratung kostenlos oder kostenpflichtig ist etc.. Die Zugehörigkeit zu Berufsorganisationen, wie auch das persönliche Vorstellen der Mitarbeiter (evtl. sogar mit Foto) stellen weitere Elemente dar, die Vertrauen zum Klienten aufbauen und ihn dazu bringen können, Kontakt aufzunehmen (Pammer, 2008; Lang, 2005a).

Eine ebenso große Rolle, um Vertrauen zur Beratungseinrichtung aufbauen zu können, spielen Hinweise und Informationen zur Vertraulichkeit und Zusicherung der Datensicherheit. Wird beispielsweise auf der Homepage darauf hingewiesen, dass der Austausch zwischen Klient und Berater verschlüsselt ist und somit als sicher gewährleistet wird, nehmen Klienten bereitwilliger an einem solchen Prozess teil (Pammer, 2008; Lang, 2005a). Dzeyk (2006) ging in seiner Forschung der Frage der Glaubwürdigkeit von virtuellen Angeboten nach und kam zu dem Ergebnis, dass Nutzer diese Angebote am glaubwürdigsten finden, wenn der Experte eine hohe Qualifikation besitzt, detailliert zum Datenschutz informiert wird, sowie wenn Kontaktinformationen angeboten werden. In einer Untersuchung von Eichenberg (2007) behaupteten 36% der Befragten, sich keine Gedanken über die Sicherheit ihrer Daten zu machen, 13% hingegen drückten diesbezüglich Bedenken aus. In der Stichprobe von Kral und

#### 4. Beratung im Internet

Traunmüller (2008) wurde eine verschlüsselte Datenübertragung von mehr als 50% als „sehr wichtig“ eingestuft. Dem Aspekt der Datensicherheit wird in Kapitel 7 noch genauer nachgegangen werden. Lang (2005a) schildert, dass User Homepages durchstöbern und überprüfen, indem sie Informationen sammeln, bevor sie sich bei einer Beratungseinrichtung tatsächlich melden. Folglich ist es einleuchtend, wenn Einrichtungen ihre Homepage im Internet ansehnlich und zugleich seriös gestalten, da diesem äußeren Aspekt große Wichtigkeit beigemessen wird. Aus diesem Grund ist es unter anderem Ziel dieser Untersuchung, die an der Studie teilnehmenden Online-Beratungseinrichtungen mittels Beobachtung genauer zu betrachten. Hierbei soll die Selbstpräsentation bzw. Vorstellung des Beratungsangebotes ermittelt und die oben genannten relevanten Punkte berücksichtigt werden.

Bezüglich der Motive der Ratsuchenden sind die meistgenannten Gründe, weshalb sie sich für eine virtuelle Beratung entschieden haben, überaus interessant. Neben der einfachen und schnellen Erreichbarkeit und der Anonymität, spielen weiterhin die positiven Aspekte der Schriftlichkeit eine große Rolle. So hoben die Befragten hervor, dass sie in der Online-Beratung einerseits mehr Zeit zum Nachdenken haben, um ihr Problem darzustellen und andererseits die Antwort des Beraters wiederholt lesen können. Des Weiteren ist es ihnen wichtig, „unabhängig vom persönlichen Auftreten/Aussehen einen Rat zu erhalten“ (Eichenberg, 2007, S. 252). Diese zentralen Gründe zeigten sich schon 2002 in einer der ersten Evaluationsstudien von Hinsch und Schneider (2002, zitiert nach Gehrmann & Klenke, 2008) und betonen die große Relevanz der Anonymität der User. Der empirische Teil dieser Forschung geht weiterhin der Frage nach, wieso sich die Ratsuchenden bei der Suche nach Hilfe für eine Online-Version entschieden haben.

Zahlreiche Studien und Untersuchungen haben mit Hilfe von Fragebögen soziodemographische Daten von Usern, die eine internetbasierte Beratung in Anspruch nehmen oder genommen haben, erhoben. Im Folgenden soll ein grober, zusammenfassender Überblick gegeben werden.

Die Ergebnisse der Untersuchungen haben trotz leichter Abweichungen und unterschiedlicher prozentualer Häufigkeiten gemeinsam, dass die Anzahl der weiblichen Ratsuchenden als Nutzer von virtuellen Beratungen in allen Studien deutlich dominiert. Die Ergebnisse verwundern, wenn man bedenkt, dass Jungen und Männer den größten Anteil der allgemeinen Internetnutzung ausmachen (65% laut ARD/ZDF-Arbeitsgruppe, zitiert nach Klapproth &

#### 4. Beratung im Internet

Niemann, 2000) und angenommen wurde, dass man mit diesem Medium auf der beratenden Seite Männer als neue Zielgruppe erreicht. Im Gegensatz zur Internetnutzung ist das Verhältnis in Online-Beratungen durchschnittlich wie folgt: Mindestens mehr als die Hälfte der Klienten sind in den Studien weiblich, oftmals sind nur knapp ein Drittel der Befragten männlich (vgl. Götz, 2003; Risau, 2005; Nock, 2006, Eichenberg, 2007; Kral & Traummüller, 2008; Hinrichs, 2008). Die von Großmaß (2000, zitiert nach Brummel, 2008) aufgestellte These, welche besagt, dass Mädchen und Frauen eine geringere Hemmschwelle besitzen, sich beraten zu lassen, findet somit auch in der virtuellen Beratungswelt Anwendung. Weiterhin wird die Überzahl der weiblichen Nutzer mit der Vermutung erklärt, dass diese tatsächlich relativ häufiger psychische Probleme haben (Klapproth & Niemann, 2000). Risau (2005) findet es sogar außerordentlich interessant, dass der Anteil der männlichen Ratsuchenden (trotzdem noch) so hoch ist, zumal Männer Angebote zur psychosozialen Beratung gewöhnlich eher selten in Anspruch nehmen. Vergleicht man frühere Untersuchungen (z.B. Hinsch & Schneider, 2002) mit heutigen Ergebnissen (z.B. Gehrman & Klenke, 2008) ist erkennbar, dass der prozentuale Anteil der Frauen seit 2002 jedoch gesunken ist.

Altersmäßig lassen sich nur schwer vergleichende Aussagen zwischen unterschiedlichen Studien formulieren, da Erhebungen oftmals in speziell für Jugendliche ausgerichtete Online-Beratungen gemacht wurden und diese Altersgruppe in den Ergebnissen folglich überwiegt. In den wenigen Untersuchungen, in denen die Befragten aus sämtlichen Altersgruppen stammten, verteilten sich Ratsuchende meist jeweils zur Hälfte in Jugendliche (bis 25 Jahre) und Erwachsene (ab 25 Jahre), wobei die Gruppen der 20-25jährigen und der 40-45jährigen besonders stark ausgeprägt waren (Gehrman & Klenke, 2008). Das durchschnittliche Alter der Klienten ist insgesamt gestiegen. Die Ergebnisse einer Untersuchung von Kral und Traummüller (2008) ergab ein deutliches Überwiegen von Klienten im Alter von 40 bis 50 Jahren. Bisherige Entwicklungen lassen annehmen, dass die Ratsuchenden zunehmend auch aus höheren Altersgruppen kommen werden, da die Angebote auch für ältere Menschen immer attraktiver werden (Risau, 2005). Gehrman und Klenke (2008) beschrieben die männlichen Ratsuchenden als tendenziell älter. Die vorliegende Erhebung hat zum Ziel einen großen Überblick in sämtlichen Altersgruppen zu gewinnen.

In Hinblick auf die Bildung der Klienten virtueller Beratungen lässt sich festhalten, dass der mittlere und höhere Bildungsstand überwiegt (Eichenberg, 2007). Jugendliche User, die zum Untersuchungszeitpunkt noch zur Schule gingen, strebten überwiegend einen gehobenen

#### 4. Beratung im Internet

Schulabschluss wie das Abitur an (Götz, 2003). Baacke lieferte bereits 1994 (zitiert nach Brummel, 2008) hinreichende Begründungen dafür, dass Jugendliche mit niedrigem Bildungsniveau weitaus seltener von internetbasierten Beratungen Gebrauch machen als welche mit höherem Bildungsniveau. Auch Klein (2005, S. 4) berichtet, dass „überproportional formal höher gebildete NutzerInnen“ Online-Beratungen nutzen, obwohl die Nutzergruppe des Internet zunehmend sozial differiert. Weiterhin wird Usern mit niedriger formaler Bildung unterstellt, das world wide web „aufgrund seiner Unterhaltungsfunktion [zu] nutzen, wohingegen höher gebildete User mehr seine Informationsfunktion schätzen“ (Heider, 2010, S. 11). Möglicherweise ist der Unterschied in der Nutzungsmotivation der Grund für das Überwiegen höher gebildeter Ratsuchenden in Online-Beratungen. Um auch Klienten mit niedrigerer Bildung erreichen zu können, sollten zukünftige Untersuchungen die Gründe für ihren passiveren Umgang mit dem neuen Medium herausfinden. Dem nachzugehen würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Während bei einem knappen Drittel nicht klar ist, wo sie wohnen, kommen mehr als die Hälfte der Beratungsanfragen von Klienten aus städtischen Räumen (Nock, 2006). Angesichts der Tatsache, dass virtuelle Angebote besonders für Menschen nützlich sind, die z.B. in ihrem näheren Umfeld keine Möglichkeiten der Beratung haben, verwundert es, dass die Mehrheit nicht in ländlichen Gebieten wohnt.

Um virtuelle Beratungsangebote vielfältiger ausbauen und somit (noch) mehr hilfeschende Menschen erreichen zu können, bedarf es mehr Erfahrungen über die potentiellen Ratsuchenden und die verschiedenen Zielgruppen. Dementsprechend möchte die vorliegende Studie neben den bisher untersuchten soziodemographischen Daten wie Alter, Geschlecht und Bildungsstand zudem Erkenntnisse über die Wohnsituation, den Familienstand, wie auch ihrer Beschäftigung ermitteln.

Nock (2006) fand in seiner Untersuchung heraus, dass mehr als die Hälfte der Befragten (55%) nicht selbst von einer Problematik betroffen sind, sondern sich als Angehöriger Rat zu einem Thema holen. Hierbei kommen 33% der Anfragen von Eltern, ein Viertel von Geschwistern, gefolgt von Partnern und Freunden. Eine Studie von Ince (2006) hingegen ergab das Gegenteil: Lediglich 23% der Anfragen wurde für eine andere Person als sich selbst gesendet, 77% sind als Eigenanfragen anzusehen. Letztere Verteilung wurde durch die Ergebnisse von Gehrman und Klenke (2008) unterstützt. Aufgrund dieser differierenden

#### 4. Beratung im Internet

Ergebnisse soll in der vorliegenden Studie geprüft werden, ob der Großteil der Ratsuchenden von Online-Beratungen selbst betroffene Menschen sind.

Weiterhin lassen sich nach den Ergebnissen von Eichenberg (2007, S. 252) knapp 80% der Ratsuchenden als „psychisch auffällig belastet“ beschreiben, was bedeutet, dass außerordentlich viele User unter psychischen Belastungen wie Depressivität oder Ängstlichkeit leiden. 10% berichteten davon, bereits Erfahrungen mit professionellen Beratungen gemacht zu haben, 17% haben schon mal einen Psychiater oder Psychotherapeuten aufgesucht. In der Stichprobe der Befragten von Kral und Traunmüller (2008) teilten mit knapp zwei Dritteln weitaus mehr Probanden mit, sich bereits professionell helfen gelassen zu haben, bei 15% fand die Beratung/Behandlung im Internet statt. Die Autoren folgern daraus, dass es sich hier „um Personengruppen mit mehr oder weniger deutlichem Leidensdruck handelt“ (ebd., S. 6). Um Unterschiede oder Ähnlichkeiten zu diesen Studien herauszufinden, sollen diese Aspekte in der empirischen Untersuchung dieser Studie ebenso Beachtung finden.

Bezüglich der Themen, welche bei psychosozialen Online-Beratungen im Vordergrund stehen, lässt sich festhalten, dass Ratsuchende insbesondere bei Angststörungen, Depressionen, Beziehungs- und Partnerschaftsproblemen, Selbstmordgedanken, Problemen in der Schule, Ausbildung oder Arbeit und Problemen mit der Familie im Internet nach Rat suchen. Substanzmissbrauch, Essstörungen, Mobbing und sexueller Missbrauch sind weitere stark nachgefragte Schwerpunkte (vgl. Risau, 2005; Klapproth & Niemann, 2000; Hinrichs, 2008). Hinrichs (2008, S. 58) fügt hinzu, dass sich viele Ratsuchende auch „nach „realen“ Beratungsstellen in der Nähe des Wohnortes erkundigen“ wollen. Betrachtet man die Gruppe der jugendlichen Ratsuchenden lassen sich die genannten Themenbereiche noch um das Thema Sexualität erweitern, wobei hier überwiegend „Aufklärungsfragen gestellt, aber auch Schwangerschaft und Verhütung angesprochen“ (Brehm & Lindl, 2010, S. 4) werden.

Gehrmann und Klenke (2008) gingen in ihrer Befragung neben den Problemschwerpunkten zudem der Frage nach, ob der Wunsch nach Beratung oder die Suche nach Informationen überwiegt. Für fast 80% der Befragten ist ein kommunikativer Beratungsprozess von größerer Bedeutung, sie erhoffen sich in Gesprächen Ratschläge und Unterstützung bei der Lösung ihres Problems. Diejenigen, die verstärkt nach Informationen suchen, wenden sich an die virtuelle Beratungsstelle um vorrangig Sachinformationen zu bestimmten Themen oder Adressen vor Ort zu bekommen. Um Online-Beratung zukünftig methodisch wie auch

## 4. Beratung im Internet

inhaltlich ausbauen zu können, richtet die vorliegende Studie ein Augenmerk auf die vorrangig in den Beratungsprozessen bearbeiteten Themen. Zudem sollen die Motive der Befragten nach Informationen, Beratung, Krisenintervention und „Anderes“ unterschieden werden, wobei alters- und geschlechtsspezifischen Unterschieden nachgegangen werden sollen.

### 4.4.2 Der Online-Berater

Der Online-Berater stellt einen weiteren wichtigen, sogar notwendigen Akteur des Beratungsprozesses dar. Damit eine Online-Beratung erfolgreich verläuft, muss sie von Menschen ausgeführt werden, die mit der digitalen Version umgehen können, ihre Stärken wie auch ihre Grenzen kennen und Qualitätsstandards einhalten. Die folgenden Abschnitte widmen sich den Eigenschaften und Kompetenzen, mit welchen man als virtueller Berater beschaffen sein soll, seiner Haltung, wie auch seinen Bedürfnissen. Es soll versucht werden, ein umfassendes Anforderungsprofil eines Internet-Beraters zu erstellen.

Andermatt, Flury, Eidenbenz, Lang und Theunert sind Personen, die im Bereich der internetbasierten Beratung aktiv sind und 2003 gemeinsam ein „Kompetenzprofil der psychologischen Online-Berater“ entworfen haben. Ihre Empfehlungen, wie auch die „Qualitätskriterien für psychologische Angebote im Internet“, welche 2006 von Berger, Egli, Eidenbenz, Flury-Sorgo, Lang und Volkart erarbeitet wurden haben „bis heute empfehlenden Charakter“ (Eidenbenz, 2009, S. 214) und können auch für andere Bereiche als den Psychologischen verwendet werden. Weiterhin bestehen in Deutschland Richtlinien zur Anerkennung von Online-BeraterInnen durch die Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB).

Neben Bedingungen, die eine Online-Beratung erfüllen sollte, um als fachlich kompetent angesehen zu werden, müssen auch die einzelnen Ratgebenden eine Reihe von Voraussetzungen erfüllen, um sich als professioneller Online-Berater bezeichnen zu dürfen. Grohol (zitiert nach Lang, 2002b, S. 13f) zufolge besitzt ein e-Berater durch seine Ausbildung „akademisches Wissen“ und „Beratungsskills“ auf der einen, sowie „Empathy, Widsom and Compassion“ auf der anderen Seite. Indem sich Berater interessiert und neugierig dem Ratsuchenden und seinen Problemen zuwenden, übernehmen sie gleichzeitig auch eine gewisse Verantwortung, diesem vertrauensvoll zu begegnen. Da der Beratungsprozess „kein technischer [...], sondern ein kreativer“ (Knatz, 2006b, S. 2) ist und eine Beziehung zwischen den Akteuren, welche durch Tragfähigkeit und Vertrauen gekennzeichnet ist, wesentlich zu

#### 4. Beratung im Internet

einer erfolgreichen Beratung beiträgt, benötigen die Experten neben methodischen Kenntnissen (die üblichen Beratungskompetenzen, sowie spezielle Online-Beratungskompetenzen) und fachlichem Wissen (insbesondere im psychosozialen Bereich) ebenso eine gewisse Personenkompetenz. Weiterhin sind medientechnische Kenntnisse und die Besonderheiten der internetbasierten Kommunikation notwendig. Um einen effektiven Beratungsverlauf sicherzustellen, sollten alle genannten Aspekte vom Experten erfüllt werden. Die Gewährleistung der Datensicherheit ist von der beratenden Institution zu erfüllen, rechtliche Gesichtspunkte sollten jedoch allen Professionellen bewusst sein (Englmayer, 2005; Knatz, 2006b).

<b>Beraterqualitäten nach McLeod</b>	
<b><i>Interpersonelle Fertigkeiten</i></b> Zuhören, Aufbau und Aufrechterhaltung einer Kommunikation, Empathie, Präsenz, Ausdruck von Gefühlen, Kenntnisse nonverbaler Kommunikationsstrategien etc.	<b><i>Persönliche Überzeugungen</i></b> Bewusstsein über ethische und moralische Wahlmöglichkeiten, Akzeptanz anderer Menschen, Glaube an das Veränderungspotential von Menschen etc.
<b><i>Konzeptionelle Fähigkeiten</i></b> Einschätzung des Problems des Klienten, Verständnis des Problems, Problemlösefähigkeit, kognitive Flexibilität etc.	<b><i>Persönliche Integrität</i></b> keine Verfolgung persönlicher Bedürfnisse/Ziele, keine Vorurteile gegenüber bestimmten Menschen/Gruppen etc.
<b><i>Beherrschung der Beratungstechniken</i></b> Wissen, Erfahrung und Übung in der Umsetzung verschiedener Interventionsstrategien etc.	<b><i>Verständnis und Zusammenarbeit mit sozialen Systemen</i></b> Unterstützungsnetzwerke und Supervision in Anspruch nehmen, Sensibilität gegenüber anderen Kulturen und der sozialen Welt des Klienten etc.

Tabelle 10: Zusammenstellung der Beraterqualitäten nach McLeod (2004, zitiert nach Fritsch, 2009, S. 52f)

McLeod (2004, zitiert nach Fritsch, 2009, S. 52) stellte eine Liste von Fertigkeiten und Eignungen zusammen, die er als „Beraterqualitäten“ bezeichnete. Tabelle 10 zeigt einen Überblick über diese und versucht sie an Beispielen zu veranschaulichen. Als weitere grundlegende Qualitäten seien die von Rogers (1971, zitiert nach Fritsch, 2009, S. 53f) entwickelten Elemente „Empathie (Einfühlung), Echtheit (Kongruenz) [und] Wärme (Akzeptanz, unbedingte positive Wertschätzung)“ zu nennen. Diese wurden bereits in Kapitel 2.3 ausführlich dargestellt und werden hier nicht weiter behandelt. Da die Wahrnehmung der Aussagen des Ratsuchenden, wie auch seine Gesten bedeutend für den Beratungsablauf sind, ist es notwendig sich vor Augen zu führen, dass sich diese, ebenso wie die Empathie des Beraters im Kontext von virtuellen Beratungen auf sprachliche Äußerungen reduzieren. Allein

#### 4. Beratung im Internet

der Text kann Gefühle deutlich machen. Götz (2009) berichtet davon, dass Klienten jedoch aufgrund von Verdrängungsmechanismen oder Abspaltungen ihre Emotionen nicht immer bewusst in ihren Text deutlich machen. Insofern stellt das „zwischen den Zeilen Lesen“ eine wesentliche Fähigkeit des Online-Beraters dar. Auch wenn nicht direkt erkennbar, muss die Gefühlslage des Klienten erkannt und angesprochen werden (Fritsch, 2009; Götz, 2009).

Notwendige und hinreichende Voraussetzung, um in Online-Beratungen arbeiten zu können, stellt eine elementare Qualifikation dar. Erwünscht wird sowohl ein Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule) in Psychologie oder einem ähnlichem Fachgebiet, eine Zusatzausbildung als Berater, als auch Erfahrung in traditioneller face-to-face-Beratung. Die genannte Qualifikation ist auch Voraussetzung für die Ausbildung und Anerkennung zum Online-Berater durch die Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB, o.J.; Andermatt et al., 2003). Um die Forschungsfrage, ob User im world wide web kompetente Hilfe finden, beantworten zu können, widmet sich der empirische Teil dieser Studie unter anderem der Qualifikation der Online-Berater.

Neben seiner grundlegenden Qualifikation besitzt ein seriöser Online-Berater obendrein fachliche Voraussetzungen, die Fritsch (2009, S. 55f) in vier Bereiche einteilt: „Allgemeine und spezifische Beratungskompetenz“, „Lesekompetenz“, „Schreibkompetenz“ und „Medienkompetenz“.

Bezüglich der Beratungskompetenzen sollten Internet-Berater allgemeine Beratungskonzepte wie beispielsweise den klientenzentrierten Ansatz von Rogers oder den lösungs- und ressourcenorientierten Ansatz von de Shazer (vgl. Kapitel 2.3) kennen, mit den Ansätzen aus der humanistischen Psychologie vertraut sein und Erfahrungen in traditioneller Beratung gemacht haben. Hinsichtlich methodischer Kenntnisse, können gängige Mittel und Werkzeuge aus der traditionellen Beratung in die virtuelle Beratungs-Welt übernommen werden (vgl. Kapitel 2.3). Zusätzlich sind Wissen und Vertrautheit über bzw. mit dem Medium Internet erforderlich, vor allem müssen dem Berater die theoretischen Grundlagen der computervermittelten Kommunikation geläufig sein (vgl. Kapitel 5). So kann es durch die Herabsetzung der Hemmschwellen im internetbasierten Beratungsprozess dazu kommen, dass die Grenzen unklar werden. Die Experten stehen hier vor der Aufgabe, öfter als in der herkömmlichen Beratung, diese wieder erneut zu stecken (Englmayer, 2005; Fritsch, 2009; Knatz & Dodier, 2003)

#### 4. Beratung im Internet

Da Online-Beratung rein textbasiert ist, sind „große Textkompetenzen und sprachliches Geschick“ (Englmayer, 2005, S. 52) unumgänglich. Zur Lesekompetenz gehört unter anderem das Verstehen von Aussagen, Absichten und Zusammenhängen. Auch wenn der Ratsuchende in seinem Text indirekte und/oder verschlüsselte Bemerkungen macht, müssen diese erfasst, begriffen und in einen größeren Zusammenhang eingeordnet werden können. Ein guter Berater erkennt in einer Anfrage eindeutig, was der Klient erzählen wollte und formuliert seine Antworten klar und verständlich, strukturiert diese und passt seine Sprache an die des Klienten an, sodass dieser die Äußerung des Beraters wiederum verstehen kann. Was das Formulieren der Antwort anbelangt, wird eine hohe Schreibkompetenz benötigt. Nur so gelingt es dem Berater, schriftlich seine positive Wertschätzung oder ein Beziehungsangebot auszudrücken, was in traditionellen Beratungen beispielsweise mit Hilfe der Körperhaltung, Gestik und Mimik weitaus einfacher zu vermitteln ist. Des Weiteren ist eine schnelle, aber dennoch gewissenhafte Arbeitsweise wünschenswert. Internet-Berater sollten, wie traditionelle Berater auch, ihre Zielgruppe kennen und nur geprüfte Informationen weitergeben um Missverständnisse zu vermeiden (Englmayer, 2005; Fritsch, 2009).

Psychologische und kommunikative Skills sind in der Praxis der Online-Beratung ebenso erwünscht. Hier werden einerseits „Techniken des empathischen Lesens und Beantwortens von Texten“ (Schulte-Steinicke, 2002, S. 27) (z.B. assoziatives Lesen), wie auch „Techniken des kreativen und therapeutischen Schreibens“ (ebd., S. 28, vgl. auch Kapitel 5.4) gemeint. Darüber hinaus muss ein Online-Berater laut der DGOB (o.J., S. 2) in der Lage sein, die Angelegenheit des Ratsuchenden zu erkennen und zu beurteilen („Indikation“), selbst entscheiden, wann der Klient an eine spezialisiertere Institution weitervermittelt werden soll („Triage-Funktion“), lösungs- und ressourcenorientiert mit ihm an der Problematik arbeiten und dabei virtuell eine Beziehung aufbauen, wobei Übertragungsprozesse erkannt und konstruktiv umgangen werden müssen. Dem Aufbau und der Bedeutung der Beratungsbeziehung wird in Kapitel 4.4.3 weitere Aufmerksamkeit geschenkt.

Hinsichtlich der Medienkompetenz ist es für Online-Berater ausgesprochen wichtig, sowohl die theoretischen Grundlagen der computervermittelten Kommunikation zu kennen, als auch praktische Erlebnisse mit ihnen gemacht zu haben. Der der internetbasierte Austausch unterliegt gewissen Regeln. Um Beratungsanfragen richtig verstehen zu können, muss der Berater mit den typischen Ausdrucksweisen von Internetusern vertraut sein (vgl. Kapitel 5.2).

#### 4. Beratung im Internet

Weiterhin hilft ihm sein medienspezifisches Know-how, sich an den Ratsuchenden durch seine eigene Ausdrucksweise anzupassen (Fritsch, 2009).

Neben einem soliden EDV-Wissen in Hinblick auf Hardware und Software gehört zugleich ein vertieftes Basiswissen über das Medium Internet zu den geforderten technischen Kompetenzen. Zur Internetkompetenz wiederum zählt der vertraute Umgang mit einem Browser, die Kenntnis von Diensten, die im world wide web angeboten werden, sowie ein grundlegendes Know-how in Bezug auf Datenschutz und Datensicherheit (DGOB, o.J.; Knatz, 2009a).

Neben technischen Kenntnissen sind weiterhin welche im Bereich der Hermeneutik zu nennen. Ein Online-Berater sollte wissen, welche Wirkungen das Schreiben auf den Schreiber bzw. Empfänger der Nachricht hat (Lang, 2002b). Ein Berater hingegen, der sich beim Schreiben unter Druck gesetzt fühlt, sich mündlich besser mitteilen kann als schriftlich, Schwierigkeiten im Umgang mit einem Computer hat und „auf die physisch-persönliche Anwesenheit des anderen nicht verzichten“ kann, sollte seine Tätigkeit Knatz und Dodier (2003, S. 51f) zufolge vorzugsweise offline statt online ausführen.

Knatz und Dodier (2003) betonen weiterhin die Unverzichtbarkeit von Supervisionen innerhalb des Teams, insbesondere in der Einarbeitungszeit neuer Online-Berater. Interne Fortbildungen, der fachliche Austausch unter Kollegen, wie auch die Analyse und Erörterung von Situationen aus unterschiedlichen Perspektiven schaffen nicht nur Räume zur individuellen Reflexion, sondern „sichern Beziehungsfähigkeit und Belastbarkeit“ (ebd., S. 54) und führen letztendlich zur Steigerung der Kompetenzen der einzelnen Berater.

Wirft man einen Blick auf die Bedürfnisse der im Internet beratenden Personen, so lässt sich nach Pammer (2008) festhalten, dass vor allem der Wunsch nach Supervision bzw. Intervention im Vordergrund steht. Einige virtuelle Beratungseinrichtungen bieten dem Team an, eine solche Maßnahme in Anspruch zu nehmen, was wiederum einen konstruktiven Einfluss auf das Arbeitsklima hat. In Hinblick auf die Tatsache, dass die meisten Online-Beratungen auf freiwilliger Basis sind und die Experten zwar ehrenamtlich dort helfen, wünschen sie sich dennoch eine Entlohnung für ihre geleistete Arbeit. Weitere Bedürfnisse von Internet-Beratern sind zum gegebenen Zeitpunkt leider nicht bekannt. Ebenso gibt es in der Literatur keinerlei Informationen zu soziodemographischen Daten der Experten. Diese Lücken sollen

#### 4. Beratung im Internet

mit Hilfe der vorliegenden Untersuchung gefüllt werden. Zudem soll geprüft werden, was die Online-Berater dazu bewogen hat, diese Tätigkeit auszuführen.

Eine umfangreiche norwegische Studie von Wangberg, Gammon und Spitznogle (2007, zitiert nach Kral & Traunmüller, 2008) beschäftigte sich mit den Einstellungen von Therapeuten zu Interventionsformen im Internet. Während nur 3% der Meinung waren, dass SMS und E-Mails unakzeptabel für therapeutische Zwecke sind, gaben 31% an, dass dies durchaus funktionieren kann. Die internetbasierte Kommunikation sollte jedoch nur als Ergänzung zu traditionellen Interventionen gesehen werden (64%).

Der erfahrene Online-Berater und Autor Josef Lang (2005b, S. 3) berichtet aus eigenen Erfahrungen, dass dieser Beruf ein „relativ einsamer“, jedoch auch intensiver und anspruchsvoller ist. Während Bodenhaftung und die Möglichkeit, Vertrauen aufzubauen und eine Beziehung herzustellen für ihn relativ wichtige Voraussetzungen darstellen, betont der Autor weiterhin die Bedeutsamkeit, die erschaffene Verbindung zum Ratsuchenden im Auge zu behalten, da schon kleinste Unstimmigkeiten dazu führen können, dass der Klient die Beratung abbricht. Wenn man jedoch mit der Methodik vertraut ist, kann die Arbeit als virtueller Berater durchaus befriedigend sein (ebd.; Lang, 2001a).

Neben den allgemeinen Kompetenzen, die ein Online-Berater besitzen sollte, werden von Chat-Beratern zusätzliches Wissen bzw. weitere Fachkenntnisse abverlangt. Aufgrund der Tatsache, dass die Beratung per Chat synchron erfolgt, sollte ein Chat-Berater in der Lage sein, den Text des Ratsuchenden schnell zu verstehen, sich zügig Interventionen überlegen und diese bzw. seine Gedanken prompt abzutippen und abzusenden, sodass der Ratsuchende schnell eine Antwort bekommt, welche dennoch rechtschreibtauglich formuliert sein sollte (Heider, 2007).

Je nachdem zu welchen Thematiken und Fachbereichen eine Einrichtung virtuelle Beratung anbietet, so gibt es unterschiedlich qualifizierte Berater und Beraterinnen. Meist werden die ratgebenden Experten intern zielgruppenabhängig aus- bzw. weitergebildet. Das Team einer größeren Online-Beratung besteht meist aus Experten unterschiedlicher Fachgebiete wie beispielsweise der „Sozialpädagogik, Pädagogik, Psychologie, [...] Seelsorge, Medizin etc.“ (Englmayer, 2005, S. 51). Wird vom Klienten ein Rat zu einem Thema gebraucht, das die Kompetenz des Teams übersteigt, so kann ihn die Beratungsstelle entweder an einen anderen Experten verweisen oder einen solchen heranziehen. Die Ergebnisse der empirischen

## 4. Beratung im Internet

Erhebung soll Aufschluss darüber geben, wie sich das Team der Online-Beratungseinrichtungen zusammensetzt.

Abschließend soll noch kurz erwähnt werden, dass es neben den professionellen erwachsenen Online-Beratern im Internet auch Projekte gibt, bei denen Jugendliche als Peer-Berater eingesetzt werden. Nach dem Prinzip „Gleiche informieren Gleiche“ werden in diesen Peer-Counseling-Projekten Jugendliche von Experten geschult und erteilen z.B. in online-Foren anderen Jugendlichen Ratschläge und Tipps, welche wiederum von den ratsuchenden Jugendlichen „sehr gut angenommen“ (Englmayer, 2005, S. 51) werden. Da Gleichaltrige Peer-BeraterInnen vor allem durch eine hohe Authentizität ausgezeichnet sind, wird hier eine „außerordentliche Chance“ (Engelhardt, 2010, S. 2) gesehen. Dennoch kann dieser Gruppe in der vorliegenden Forschung keine Beachtung geschenkt werden.

### 4.4.3 Die Beziehung zwischen den Akteuren

„Die Beziehung zwischen BeraterInnen und KlientInnen ist eine bedeutsame, wenn nicht gar die wichtigste Dimension einer jeden Beratungskonstellation, eines jeden Beratungsprozesses“  
(Sickendiek, Engel & Nestmann, 2002, zitiert nach Brunner, 2009, S. 41).

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits vielfach die Bedeutung der Beziehung zwischen den Akteuren des Beratungsprozesses betont. Ist Online-Beratungen die Relevanz virtueller Beziehungen bewusst und handeln Experten beim Aufbau einer Bindung richtig, so kann ihre hohe Wirkung für die beraterische Arbeit positiv genutzt werden. Die nachfolgenden Abschnitte widmen sich der Konstruktion solcher Bindungen und ihren Besonderheiten.

Obwohl ihre Qualität in der Literatur sehr differierend bewertet wird, wird nicht bezweifelt, dass eine solche Verbindung auch online möglich ist. Walther (1996, zitiert nach Brunner, 2009, S. 42) spricht sogar von der Aussicht, „dass [im Internet] Beziehungen entstehen, die als positiver und befriedigender erlebt werden [...]“. Ergebnisse einer Evaluation der Telefonseelsorge bestätigten diese Annahmen und zeigten darüber hinaus, dass verbindliche Beziehungen, die (hier) in der E-Mail-Beratung entstehen sogar noch viel persönlicher als in der Telefonberatung sein können. Derartige Bindungen sind das Ergebnis eines langen und kontinuierlichen Austausches von E-Mails zwischen Berater und Ratsuchendem. Damit es zu einem beständigen Hin- und Hersenden von Nachrichten kommt, bedarf es auf der Klientenseite eines positiven Eindrucks des Beraters. Durch seine körperliche Abwesenheit fehlen dem Klienten Informationen über ihn, wodurch kognitive Konstruktionsprozesse

#### 4. Beratung im Internet

ausgelöst werden. Auf diesem Weg konstruiert sich der Hilfesuchende auf der Basis seiner individuellen Bedürfnisse ein Bild des Gegenübers, welches meist „positive oder sogar idealisierte Seiten“ (Hartel, 2008b, S. 35) beinhaltet. Dieses Phänomen wird in der Literatur als „Imaginationsmodell“ (Walther, 1996, zitiert nach ebd.) bezeichnet.

Eine tragfähige Beziehung zwischen Berater und Ratsuchendem, die durch Vertrauen gekennzeichnet ist, ist nicht nur ausschlaggebend für einen erfolgreichen Beratungsablauf, sie ist auch unverzichtbar. Laut Knatz und Dodier (2003, S. 54) ist eine Beratung ohne diese „Arbeitsbeziehung [...] nicht möglich“. Infolgedessen ist es Aufgabe des Beraters, dem Hilfesuchenden eine solche Beziehung anzubieten. Die Annahme dieses Angebots ist davon abhängig, ob der Ratsuchende Vertrauen zum Berater hat, was wiederum positiv durch interessierte und neugierige Zuwendung und Offenheit gegenüber ihm beeinflusst werden kann. Der Klient muss durch die Antwort des Beraters das Gefühl vermittelt bekommen, dass er als Person akzeptiert wird und der Experte echtes Interesse an ihm hat. Nur so ist es möglich, eine erste Bindung aufzubauen, welche sich später in eine Gefühlsbetonte wandeln kann. (ebd.; Englmayer, 2005)

Doch wieso ist der Aufbau einer Beziehung überhaupt so wichtig? Lang (2002a, S. 5f) erklärt die Zusammenhänge folgendermaßen: Um Probleme lösen zu können bzw. sich zu „heilen“, muss sich ein Mensch zuerst klar darüber werden, wer er ist. „Da die Gefühle aber wechselhaft sind, ist es auch das Identitätsgefühl“ (ebd.). Folglich kann man sich nicht auf das eigene Empfinden verlassen – Beziehungen jedoch bewirken Gefühle der Authentizität. Dieses zu finden ist das Ziel einer Beratung, sowohl online als auch offline. Lang (2005b, S. 3) fügt seinen Ausführungen noch hinzu, dass im world wide web in Hinblick auf die Ebenen des Vertrauens und der Gefühle Beziehungen entstehen, diese jedoch meist nur kurzfristig sind und deswegen als „Kontakt“ bezeichnet werden sollten.

Während Beratungsbeziehungen von klassischen Settings bereits hinreichend untersucht wurden, so ist das bei der virtuellen Version weitaus weniger der Fall. Aufgrund der Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation ist auch der internetbasierte Beziehungsaufbau vom Traditionellen zu unterscheiden. Der Online-Berater kann nicht direkt einen Kontakt zum Ratsuchenden herstellen, sondern muss die Verbindung über dessen Anfrage und seine Beantwortung erzeugen. Dies geschieht, indem der Text des Ratsuchenden intensiv und engagiert gelesen, seine bewussten und unbewussten Inhalte erfasst und in der Antwort wiedergegeben werden. Somit fühlt sich der Hilfesuchende verstanden und es besteht

#### 4. Beratung im Internet

ein gutes Fundament zur Etablierung einer Beziehung (Brunner, 2006; Hartel, 2008a; Hartel, 2008b). Um eine starke und für den Ratsuchenden positiv erlebte Berater-Klient-Beziehung herzustellen, bedarf es schon zu Beginn der Beratung einer Thematisierung von Konflikten und Beantwortung von Fragen (in Bezug auf die Beratung/Beziehung). Damit die Akteure die vorteilhaften Auswirkungen der Beratungsbeziehung effektiv nutzen können und es nicht zu einem Beratungsabbruch kommt, erwies es sich als hilfreich, dem Klienten immer wieder die Möglichkeit der Abgabe eines Feedbacks zu geben. Auf diese Weise können Online-Berater mögliche Kritik konstruktiv umsetzen und den Ratsuchenden wird signalisiert, „dass auch [ihre] Empfindungen und Wahrnehmungen [...] ernst genommen werden“ (Hartel, 2008b, S. 9).

Anders als im face-to-face-Kontext bleibt der Ratsuchende im web anonym und kann wegen der physischen Abwesenheit nicht etikettiert oder klientifiziert werden. Auf diesem Weg können die Akteure „gleichberechtigter“ und „partnerschaftlicher“ (Hartel, 2008b, S. 34) miteinander umgehen. Schultze (2007, zitiert nach ebd.) erklärt diese (virtuelle) Überlegenheit dadurch, dass sich beide Seiten wegen der nahezu vollkommenen Aufhebung des Machtgefälles als „gleichrangige Kooperationspartner“ (ebd.) sehen. Der Online-Berater wird folglich zu einer respektvollen und anerkennenden Begegnung gegenüber dem Ratsuchenden aufgefordert, muss sich jedoch durch seine fachliche Kompetenz seinen professionellen Status wahren.

Eine weitere wichtige Aufgabe des Beraters besteht in der strengen Kontrolle der Beratungsbeziehung. Trotz eigener emotionaler Verwicklung in die Schwierigkeiten des Ratsuchenden, muss dem Experten seine Rolle dennoch bewusst sein und er sollte im Interesse des Klienten klar umrissene Grenzen setzen. Diese strengen Grenzen geben dem Prozess eine Struktur, wodurch der Klient sich wiederum selbst besser verstehen und entwickeln soll (Englmayer, 2005). Eine virtuelle Beratung kann nach Knatz (2006b) nur dann erfolgreich sein, wenn es dem Berater gelingt, Nähe und Distanz auszubalancieren. Damit ist gemeint, dass er zwar einerseits gefühlsmäßig sehr nah am Klienten ist, andererseits jedoch nicht aus seiner Rolle fällt und einen gewissen Abstand beibehält. Zu viel Nähe, sowie zu große Distanz sollte gemieden werden. Eine intime und vertraute, aber dennoch reservierte Beziehung macht gemäß der Autorin einen tragfähigen Kontakt aus (ebd.).

Internetbasierte Beratungen sind professionelle Beratungen. Insofern unterscheidet sich die „beratende, nicht-direktive Beziehung“ (Englmayer, 2005, S. 47) von sozialen Bindungen

## 4. Beratung im Internet

anderer Art. Aus diesem Grund sollten es auf keinen Fall zugelassen werden, dass freundschaftliche Beziehungen zwischen Klienten und Beratern entstehen. Hierfür ist es dringend erforderlich, dass Online-Berater sich ihrer Rolle bewusst sind, sie den Klienten lediglich helfen, sich selbst zu helfen und dieses Rollenverständnis klar zum Ausdruck bringen, zumal sie dadurch den Ratsuchenden vor einer Abhängigkeit zu ihm schützen (Pammer, 2008).

Trotz vielfacher, kontroverser Diskussionen in der Literatur wurde empirisch belegt, dass die zwischenmenschliche Bindung im virtuellen Raum trotz textbasierter Rahmenbedingungen weder verarmt, noch seine Qualität reduziert ist (vgl. auch Kapitel 5.5). Hingegen dieser vorschnellen Annahmen zeigten Untersuchungen eine „große emotionale Intensität“ (Hartel, 2008b, S. 33) zwischen den am Beratungsprozess teilnehmenden Personen. Gründe für diese Erkenntnisse werden unter anderem in Kapitel 5 noch weiter erläutert.

### **4.5 Zusammenfassende Schlussfolgerungen**

In den vorangegangenen Abschnitten wurde ein umfassender Überblick über den Untersuchungsgegenstand (die Online-Beratungen) gegeben. Anhand der Erklärung und Erläuterung von wichtigen Begriffen wurde aufgezeigt, dass sich diese medial vermittelten und interaktiv stattfindenden Beratungen im Internet sowohl in ihrer Form, ihrem Ziel, den Anbietern und weiteren Merkmalen sehr voneinander unterscheiden und sich als ein „adäquates Transportmittel, bestimmten Anliegen von [...] Menschen nachzukommen“ (Götz, 2003, S. 21) erweist. Ebenso die Beratungsanlässe und dort angesprochenen (psychosozialen) Themen sind sehr verschiedenartig. Die vorliegende Studie hat zum Ziel, mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse der teilnehmenden Online-Beratungen Unterschiede zwischen ihnen herauszufinden und diese überblickartig darzustellen. Zudem stellt sich die Frage, welche Themen vorrangig von Ratsuchenden in virtuellen Beratungen angesprochen werden.

Des Weiteren wurde anhand von einigen Merkmalen versucht zu spezifizieren, welcher Nutzergruppe Ratsuchende von Online-Beratungen zuzuordnen sind bzw. an welche Zielgruppe sich internetbasierte Beratungen richten. Die Studie soll im Folgenden der Frage nachgehen, ob sich die Nutzer von Online-Beratungen tatsächlich und nicht zufällig nach diesen Punkten einteilen lässt und weitere Gründe der Inanspruchnahme von Beratungen im Internet herausfinden. Möglicherweise lässt sich die Zielgruppe mit den gewonnenen Ergebnissen detaillierter charakterisieren.

#### 4. Beratung im Internet

Neben den Basisprinzipien, nach denen Online-Berater arbeiten (sollen), widmete sich das vorangegangene Kapitel zudem den spezifischen Charakteristika von Online-Beratungen, ihren außergewöhnlichen Strukturen und den Unterschieden zur traditionellen face-to-face-Beratung. Hierbei wurden bereits einige Überlegenheiten dieser modernen Beratungsart aufgeführt. Durch die Befragung von Online-Beratungsnutzern soll geklärt werden, welche Bedeutung die Merkmale von virtuellen Beratungen wie beispielsweise die Anonymität für die Ratsuchenden haben und aufgrund welcher Besonderheiten sie sich dazu entschieden haben, eine Beratung online statt offline in Anspruch zu nehmen. Zudem soll der Aussage nachgegangen werden, ob Jugendliche, welche nicht die typischen Klienten von face-to-face-Beratungen sind, überwiegend die Online-Version nutzen. Weiterhin soll beantwortet werden, ob die virtuelle Beratung im Internet die traditionelle face-to-face-Beratung ablösen könnte und/oder eine sinnvolle Ergänzung zu bisherigen Beratungsangeboten darstellt.

Der dritte Abschnitt des Kapitels widmete sich den unterschiedlichen Arten von Online-Beratungen, welche für die empirische Untersuchung relevant sind. So bestehen internetbasierte Beratungsangebote meist aus einem informativen (FAQs) und/oder kommunikativem Bereich. Die empirische Untersuchung soll herausfinden, ob die Ratsuchenden vorwiegend nach Informationen suchen oder sich vorzugsweise beraten lassen wollen. Zudem soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern professionelle Berater reine Informationen vermitteln, einfache Ratschläge erteilen oder ausführliche Beratungen vollführen.

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel dargestellt, lassen sich kommunikative Beratungen im Internet durch drei mögliche Formen realisieren: Per E-Mail, im Forum und via Chat. Alle genannten Kommunikationsformen sind laut Knatz und Dodier (2003, S. 22) „je nach Einsatzzweck, Zielgruppe und inhaltlichem Schwerpunkt“ für die Beratungsarbeit geeignet. Obwohl die Formen des Forums und des Chats noch nicht so weit verbreitet sind wie die E-Mail-Beratung, haben sich dennoch alle im Beratungskontext etabliert. Es bedarf der empirischen Analyse, inwiefern sich die Online-Beratungsarten anhand dieser Formen voneinander unterscheiden. So soll unter anderem herausgefunden werden, inwiefern sich die Nutzergruppen dieser Formen voneinander abgrenzen und ob in den einzelnen Online-Beratungstypen verschiedenartige Themen von unterschiedlicher Bedeutung sind. Des Weiteren ist es von großer Relevanz zu erfassen, inwiefern sich der Einfluss der digitalen Beratung auf die Sorgen und Probleme der Hilfesuchenden in den drei eigentümlichen

#### 4. Beratung im Internet

Beratungsarten unterscheiden. Die User sollen zudem gefragt werden, ob sie eine Online-Beratung als hilfreiches Mittel zur Überwindung von Krisen und/oder Problemen sehen.

Der vierte Teil des Kapitels richtete ein Augenmerk auf die Akteure des virtuellen Beratungsprozesses. Es wurde versucht, ein umfassendes Bild der Ratsuchenden, wie auch der Online-Berater mit ihren jeweiligen Motiven, Bedürfnissen etc. darzustellen. Während beim Ratsuchenden viele Schlussfolgerungen auf die aktuelle Studie gezogen werden konnten (wie beispielsweise über die Soziodemographie, ihre Motive etc.), zeigten die Erläuterungen in Bezug auf den Berater, mit welchen Kompetenzen dieser ausgestattet sein sollte, um als professionell angesehen zu werden. Weiterhin wurde zum Ausdruck gebracht, dass es sich bei der Beziehung zwischen den Akteuren dieser Beratungsform zwar um eine neuartige Form handelt, es jedoch grundsätzlich möglich ist, eine solche aufzubauen. Die zentrale Frage, ob im world wide web qualitativ hochwertige Beratung gefunden werden kann, kann zu diesem Zeitpunkt noch nicht endgültig beantwortet werden. Das folgende Kapitel widmet sich den Besonderheiten der bereits mehrfach angesprochenen und hervorgehobenen computervermittelten Kommunikation und ihren Auswirkungen auf virtuelle Beratungen.

### 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Das vorherige Kapitel beschäftigte sich mit dem Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie: Den Online-Beratungen. Da sich die Akteure hierbei eines Computers bedienen, findet die Kommunikation im Vergleich zu traditionellen Beratungen rein textbasiert statt. Diese digitale Kommunikationsform, welche immer mehr Einbindung in den Alltag findet und zum „normalen Alltagsverhalten“ (Böhnke, 2002, S. 2) gehört, ist durch seinen medienspezifischen Rahmen begrenzt und wirkt einschränkend: „alleine der Text spricht“ (Knatz, 2005, S. 6). Aus diesem Grund müssen die Besonderheiten sowohl den Beratern, als auch den Ratsuchenden geläufig sein, zumal signifikante Unterschiede zur face-to-face-Beratung vorhanden sind (Beck, 2007). Um zu erkennen, wie sich die computervermittelte Kommunikation konkret auf den Beratungskontext auswirkt, richtet das vorliegende Kapitel ein Augenmerk auf die Kennzeichen der digitalen Kommunikation (5.1), ihrer Ausdrucksweise (5.2) und dem Aufbau von Beratungsanfragen (5.3). Zudem sollen die Prozesse des Schreibens an sich berücksichtigt werden (5.4). Das Kapitel schließt mit einer kritischen Betrachtung der spezifischen positiven und negativen Auswirkungen der digitalen Kommunikation auf die Beratungsarbeit (5.5) und leitet an dieser Stelle relevante Fragen für die vorliegende Studie ab. Es muss angemerkt werden, dass ein detaillierter Blick auf die unterschiedlichen Theorien in diesem Rahmen nicht gewährt werden kann und daher nur einige, für Online-Beratung relevante Aspekte herausgegriffen werden. Weiterführende Erkenntnisse können aus der Literatur entnommen werden (vgl. Döring, 1999; Döring, 2000; Hintenberger & Kühne, 2009; Götz, 2003; Knatz & Dodier, 2003; Barth, 2003).

#### 5.1 Charakteristika und Theorien der computervermittelten Kommunikation

Die Verbreitung des Internet ging mit einer Erweiterung und damit auch Veränderung der menschlichen Kommunikation einher: Die *computervermittelte Kommunikation* (CvK) oder auch *computermediated Communication* (CMC) lässt sich in vielfältigste Formen einteilen und in unterschiedlichste Typen klassifizieren, deren Aufzählung jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde (vgl. Sasse, 2009; Englmayer, 2005; Dzeyk, 2005). Bezüglich der Online-Beratung spricht Englmayer (2005) hier von *interpersoneller (Gruppen-) Kommunikation*: Eine Beratung findet entweder zwischen zwei Personen (Berater und Ratsuchender) per E-Mail oder mit zwei oder mehr Beteiligten per Chat bzw. im Forum statt (vgl. Kapitel 4.3) und ist somit direkt oder indirekt, symmetrisch, sowie privat oder öffentlich.

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Nach technischen Kriterien ist unter CvK eine „abgrenzbare Form der medial vermittelten Telekommunikation zu verstehen, bei der vernetzte Computer als Kommunikationsmedien fungieren“ (Döring, 1999, S. 34). Obwohl sie im Vergleich zur face-to-face-Kommunikation (F2FK), bei der sich zwei oder mehrere Personen verbal und nonverbal zum gleichen Zeitpunkt am selben Ort austauschen und somit in einem „gegenseitigen Verständigungs- und Aushandlungsprozess“ (Hinrichs, 2009, S. 8) stehen, eine ähnliche Komplexität aufweist, hebt sie sich technisch wie auch psychologisch von dieser ab (Sasse, 2009; vgl. Tabelle 11, S. 84).

An erster Stelle sei das Kennzeichen der *Interaktion* zu nennen, welches es dem Nutzer im Vergleich zu anderen Medien wie z.B. dem Fernsehen erst durch den Computer ermöglicht, in ein Geschehen wirklich einzugreifen. Durch interaktive Kommunikation können Gesprächspartner „nicht nur auf die unmittelbar vorhergehende Botschaft, sondern auf noch weiter davor liegende Botschaften“ (Englmayer, 2005, S. 92) eingehen, was zur Eröffnung eines kollektiven Situationshorizontes führt. Als weitere Qualitäten dieser interaktiven Eigenschaft sehen Experten die stärkere Möglichkeit, sich zu individualisieren, wie auch die Chance, ein Feedback zu bekommen (ebd.).

Da das Internet *räumlich und zeitlich allgegenwärtig* verfügbar ist, haben User zu jeder Zeit von jedem Ort aus die Möglichkeit, dieses u.a. für beraterische Zwecke zu nutzen, vorausgesetzt sie besitzen einen Computer mit Internetanschluss. Nicht nur Ratsuchende können somit praktisch rund um die Uhr auf der ganzen Welt über ihre Probleme sprechen, auch sie selbst sind fast immer erreichbar (Fiedler, 2003; Sasse, 2009). Auf Online-Beratungen Bezug nehmend muss jedoch angemerkt werden, dass die örtlich gebundene Kommunikation zwar in allen Beratungsarten aufgehoben ist, die Ratsuchenden bei Chat-Beratungen jedoch weiterhin in gewissen Maßen zeitlich gebunden bleiben (Englmayer, 2005). Knatz (2009a, S. 61) bezeichnet diese *äußere Niederschwelligkeit* als „äußerst relevante Eigenschaft“. Weiterhin stellt die *Langlebigkeit* ein wichtiges Kennzeichen dar: Insbesondere beim Austausch von E-Mails und in Foren können die geschriebenen Texte und Antworten aufbewahrt und gesammelt werden, um sie zu einem späteren Zeitpunkt nochmal abzurufen, wohingegen eine face-to-face-Kommunikation eher flüchtig und vergänglich ist. Auch in Chats ist es möglich, den Gesprächsverlauf durch einen sogenannten Chatlog zu speichern. Insofern ist *Asynchronität* als weiterer Vorteil anzusehen (ebd.; Barth, 2003; Fiedler & Lindner, 2003b).

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Weitere wichtige Unterschiede zur körperpräsenten Kommunikation sind die *Anonymität* und die *Pseudonymität*, womit die Nutzung eines Nicknamens gemeint ist. Da jeder Mensch die Möglichkeit hat, ohne valide Identitätsprüfung eine E-Mail-Adresse erwerben und somit mit einem Pseudonym E-Mails verschicken kann und/oder sich mit einem anderen Namen in Chats oder Foren einzuloggen, muss er seine „wahre“ Identität wie den realen Namen oder das Alter nicht preisgeben, kann diese sozialen Informationen verschleiern und fühlt sich somit - „manchmal zu Unrecht“ (Winkel, 2005, S. 132) - nicht identifizierbar (Sasse, 2009; Fiedler, 2003; Englmaier, 2005). In diesem Zusammenhang gibt es jedoch auch Theorien und Erkenntnisse darüber, wieso sich viele eine neue Identität konstruieren und welche Auswirkungen dies haben kann (vgl. Turkle, 1998; Döring, 1999). Des Weiteren kann die Anonymität im Internet einen *enthemmenden Effekt* haben und den User durch Veränderungen des Kommunikationsverhaltens dazu bringen, nicht nur Verhaltensweisen auszuleben, die er im realen Leben nicht zeigen würde, sondern auch Gedanken und Gefühle auszudrücken, die er so nie bzw. niemandem sagen könnte („*Enthemmungshypothese*“) (Knatz, 2009a). Außerdem spricht man von einer Verringerung der Schwelle, überhaupt nach Unterstützung zu suchen und Hilfe in Anspruch zu nehmen (Knatz, 2005). Neben dieser *Freiheit* besitzt der User auch ein gewisses Maß an *Kontrolle*, zumal er ohne negative Konsequenzen befürchten zu müssen, „den Kontakt jederzeit abbrechen [kann], um sich vor Verletzungen zu schützen“ (Fiedler, 2003, S. 30). Weiterhin ist es seine freie Entscheidung „wann [...] wie oft und mit welcher Intensität [er] Kontakt zu anderen“ (Sasse, 2009, S. 38) aufnehmen möchte. Die Anonymität kann weiterhin dazu führen, dass Kommunikationspartner idealisiert werden, was wiederum einen positiveren und intimeren Austausch von Informationen zur Folge hat (Klapproth & Niemann, 2000). Die in diesem Abschnitt genannten Charakteristika, welche Menschen durch die digitale Kommunikation erleben, fasst Knatz (2009a) unter dem Begriff *innere Niederschwelligkeit* zusammen.

Des Weiteren unterscheidet sich die digitale Kommunikation zur normalen Kommunikation aufgrund der *fehlenden Körperlichkeit des Gegenübers* durch einen Entzug von vielen Informationen wozu beispielsweise Akustische (Stimme, Tonfall), Visuelle (Mimik, Gestik) wie auch Szenische (emotionaler Ausdruck) zählen. Das Herausfiltern psychosozialer Hinweisreize (z.B. des Alters, des Status oder des Geschlechts) und damit einhergehende fehlende Mitteilungen werden in der Literatur als *Filtertheorie* bezeichnet. Autoren empfehlen, diesen Aspekt „nicht als Beschränkung der Ausdrucksmöglichkeiten“ (Fiedler, 2003, S. 28) zu begreifen, sondern ihn positiv zu bewerten, vor allem weil dadurch

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

psychosoziale Hintergründe nivelliert werden. So verlieren optische Merkmale eines Menschen, die die Wahrnehmung des Gegenübers in körperpräsenten Alltagssituationen beeinflussen, ihre einordnende Wirkung und „soziale Hürden“ (Götz, 2003, S. 25) werden abgebaut (ebd.; Barth, 2003). Döring (1999, S. 214) bemerkt, dass dieser Nivellierungseffekt „Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit, Partizipation und Egalität als auch verstärkte Feindlichkeit, Anomie, normverletzendes und antisoziales Verhalten“ begünstigt.

Übersicht über die Merkmale der computervermittelten Kommunikation	
• Räumliche & zeitliche Allgegenwärtigkeit	• Äußere und innere Niederschwelligkeit
• Langlebigkeit	• Schriftlichkeit
• Asynchronität	• Freiheit & Kontrolle
• Fehlen von visuellen, akustischen und szenischen Informationen	• Fehlende Körperlichkeit des Gegenübers
• Theorie der Kanalreduktion	• Filtertheorie
• Theorie der sozialen Informationsverarbeitung	• Enthemmender Effekt (Enthemmungshypothese)
• Textproduktion	• Anonymität & Pseudonymität
• Digitalisierung	• Interaktion

Tabelle 11: Merkmale der computervermittelten Kommunikation (ebd.)

Der wohl offensichtlichste und grundlegendste Unterschied zwischen beiden Kommunikationsarten ist die *Schriftlichkeit*, welche in der Literatur meist in Zusammenhang mit der *Theorie der Kanalreduktion* genannt wird. Diese besagt, „dass die schriftliche Kommunikation zu einem Ausschluss der meisten Sinnesmodalitäten führt“ (Sasse, 2009, S. 39f), zumal hier bestimmte kommunikative Eigenschaften wie beispielsweise der Blickkontakt oder der Tonfall fehlen (Winkel, 2005). Die fünf Sinneskanäle werden auf einen Kanal reduziert: Den Text-Kanal (Götz, 2009). Meist werden Ent-Sinnlichung, Ent-Emotionalisierung, Ent-Menschlichung, Ent-Räumlichung, Ent-Zeitlichung, Ent-Wirklichung und Ent-Kontextualisierung von Kritikern als gefährliche Entwicklungsmerkmale der Kanalreduktion und somit als negative Folgen genannt (Petzold, 2006; Götz, 2003; Eichenberg, 2005). Viele Autoren folgern aus der Tatsache, dass die Wahrnehmung auf das Geschriebene reduziert wird und soziale Begleitinformationen nicht vorhanden sind, dass die Kommunikation und zwischenmenschliche Kontakte verarmen bzw. sich entfremden, wohingegen Döring (1999) hierbei durchaus Vorteile erkennt (vgl. Kapitel 5.5) und digitale

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Kommunikation als eine „angemessene Ergänzung der „normalen“ Kommunikation“ (zitiert nach Winkel, 2005, S. 132) bezeichnet. Zudem ist zu erwähnen, dass die *Produktion eines Textes* in der Online-Kommunikation einen eigenen Prozess darstellt und in verschiedene Teilhandlungen einzuteilen ist. So muss ein User erst einmal planen, was er mitteilen möchte, die Informationen formulieren und niederschreiben, den Text überarbeiten und kontrollieren, bevor er letztendlich in einer eigens gewählten Ordnung abgeschickt wird (Knatz, 2007). Auf die Auswirkungen dieses Vorganges wird in Kapitel 5.4 näher eingegangen.

Dass die computervermittelte Kommunikation nicht zur Ausblendung der Beziehungsebene und nicht zur Reduzierung der Emotionalität führt, sondern stattdessen die kommunikativen Fähigkeiten erweitern kann, indem mangelnde soziale Hinweisreize und nonverbale Inhalte sozial-kognitiv ausgeglichen werden, besagt die *Theorie der sozialen Informationsverarbeitung*. Um sich trotz der Abwesenheit des Gegenübers ein Bild von ihm machen zu können, werden „soziale [...] und persönliche Informationen [...] höher gewichtet“ (Götz, 2003, S. 25). Zudem können sich Menschen durch den Text „gezielter und kontrollierter“ (ebd.) ausdrücken. Diese Effekte bereichern nach Walther (1992, zitiert nach ebd.) die Kommunikation.

Des Weiteren führt die *Digitalisierung* von Kommunikation zu einer Veränderung der Produktion, Verbreitung und Rezeption von Botschaften, welche schneller transportiert und beliebig erweitert werden können. Durch die Dokumentation der Interaktionen kann es zu einer Verdichtung oder Erweiterung des Kommunikationsnetzes kommen. Zudem können sich Nutzer einerseits umfassender informieren, haben jedoch auf der anderen Seite die Gefahr, durch Kommunikationsstress oder Informationsüberflutung überlastet zu werden (Eichenberg, 2005).

Wenn man sich die Charakteristika der computervermittelten Kommunikation (vgl. Tabelle 11, S. 84) und ihre Einschränkungen vor Augen hält und dabei berücksichtigt, dass im Gegensatz zu den 20% der kommunikativen Informationen, welche durch Worte ausgedrückt werden, 80% (meist unbewusst) nonverbal z.B. durch Gestik, Mimik und/oder Stimmlage vermittelt wird, ist es nicht verwunderlich, dass Praktiker virtuelle Beratungen kritisieren. So werden beispielsweise Argumente wie, dass man online keine Beziehung aufbauen kann oder dass virtuell keine Gefühle vermittelt werden können, genannt. Lang (2002a; 2002b) und andere Autoren verneinen diese vorschnellen Schlussfolgerungen jedoch und betonen, dass man sich den Grenzen der virtuellen Beratungsform bewusst sein, aber auch die Stärken vor

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Augen führen soll. Potentielle Chancen bzw. Vorteile und mögliche Grenzen bzw. Nachteile der computervermittelten Kommunikation in Bezug auf den virtuellen Beratungsprozess werden in Kapitel 5.5 noch näher betrachtet und kritisch diskutiert um Schlussfolgerungen für die vorliegende Untersuchung ziehen zu können.

### **5.2 Schreiben statt Sprechen – die Sprache in der Online-Beratung**

Wer sich mit dem Kommunikationsverhalten im Internet beschäftigt, muss sich auch ihrer „eigenen Sprache“ zuwenden, welche „weltweit kommunizierbar und anerkannt“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 32) ist.

Aufgrund der Tatsache, dass in Online-Beratungen meist ausschließlich durch getippte Zeichen kommuniziert wird und man wegen der fehlenden Körperlichkeit des Gegenüber weder die Stimmlage, die Gestik, noch die Mimik erkennen kann, nehmen Kritiker an, das Fehlen der meisten Sinnesmodalitäten und der Verlust der wesentlichen Bestandteile der herkömmlichen face-to-face-Kommunikation führe zu fehlenden emotionalen Nachrichten. Um digitale Mitteilungen dennoch gefühlsbetont hervorzubringen, haben sich neue, expressive Ausdrucksmittel ganz nach dem Motto „Schreib wie du sprichst“ (Heider, 2007, S. 22) entwickelt, welche jedoch nicht durchgehend Verwendung finden, aber trotzdem als „Standardisierungsformen“ (ebd., S. 20) angesehen werden (Hinrichs, 2008; Sutterlütte, 2009). Werden sie benutzt, dann geschieht dies „gezielt und selektiv“, „stets bewusst und explizit“ (Englmayer, 2005, S. 94). Infolge dessen, dass diese Hilfsmittel immer reproduzierbar sind, grenzen sie sich von unbeabsichtigten Gesten in körperlichen Kommunikationen ab und entziehen sich beispielsweise durch den bewussten Einsatz der Spontanität des nonverbalen herkömmlichen Austausches (ebd.). Obwohl die internetbasierte Sprache nicht alle fehlenden nonverbalen Kommunikationskanäle vollkommen ausgleichen kann, wird durch die „etwas andere Sprache“ versucht, mit Hilfe von Gefühlssymbolen, Smileys, Soundwörtern, Aktionswörtern und Akronymen der im vorherigen Kapitel angesprochenen Reduktion der Ausdrucksweise zu begegnen (Barth, 2003).

*Orthographisch* gesehen weisen Texte in der digitalen Kommunikation wie beispielsweise E-Mails, mehr Rechtschreibfehler auf, da die Schreiber beim Verfassen eine höhere Toleranz gegenüber Unstimmigkeiten haben. So werden Texte vereinfacht, indem sie entweder konsequent groß oder klein geschrieben werden, Sätze werden verkürzt und/oder die Zeichensetzung findet keine konsequente Beachtung. Daraus ergibt sich für den Empfänger der Nachricht, dass er diese aus dem Kontext erschließen muss, vor allem wenn die

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

textbasierte Sprache Elemente der gesprochenen Sprache aufnimmt (Englmayer, 2005; Hinrichs, 2008). Interpunktionelle, syntaktische oder orthographische Fehler entstehen nicht wegen mangelnder Bildung des Verfassers, sondern werden als „Ausdruck schnellen, flüchtigen Schreibens wahrgenommen“ (Quasthoff, 1997, zitiert nach Hinrichs, 2008, S. 12), wobei sich keine Pauschalaussagen machen lassen. Döring (1999) betont weiterhin die symbolische Steigerung der Nähe zwischen Hörer und Sprecher durch diese Kommunikationsart.

*Emoticons* oder auch sogenannte „*Smileys*“ sind die bekannteste und wohl weitverbreitetste Form von Möglichkeiten, emotionale (sowohl positive als auch negative) Gefühle auszudrücken. Indem menschliche Gesichtszüge mit Hilfe von verschiedenen Tastenkombinationen abgebildet werden, können Nutzer ihre Gefühle mitteilen, die nonverbale Kommunikation mit Andeutungen anreichern und/oder Bedeutungen ihres Textes kommentieren. Ihre Intensität kann durch die Verwendung mehrerer Symbole für den Mund gesteigert werden (z.B. :-)))) für maßlose Freude). Obwohl ihre Verwendung keine Notwendigkeit darstellt, werden sie dennoch oftmals zur Unterstreichung des informellen Charakters einer Nachricht benutzt (Hintenberger, 2009a; Hinrichs, 2008; Barth, 2003; Heider, 2007). Der Begriff „Emoticon“ stellt eine Zusammensetzung der Worte „Emotion“ und „Icon“ dar (Knatz & Dodier, 2003). Schubert & Ernst (2007, zitiert nach Hintenberger, 2009a) berichten von einer erstaunlich hohen Korrelation zwischen realer Mimik und eingesetztem Smiley. Tabelle 12 zeigt die bekanntesten und meist verwendeten Smileys der unzähligen verschiedenen Emoticons, welche in den letzten Jahren entstanden sind.

Die bekanntesten Emoticons und ihre Bedeutung			
:-)	Lächeln, Fröhlichkeit	:-(	Traurigkeit, Missgestimmtheit, Enttäuschung
;-)	Ironie, Augenzwinkern	:'-(	Weinen
:-D	Lachen, Auslachen	:-O	Erstaunen
:-P	Zunge herausstrecken	:-x	Küssen
:->	Sarkasmus	:-	Unentschiedenheit
:-/	Nachdenklichkeit, Unsicherheit, Unentschiedenheit	((Name)))	Umarmung der genannten Person

Tabelle 12: Übersicht über die bekanntesten Emoticons und ihre Bedeutung (ebd.)

Um auditiv und visuell wahrnehmbare Vorgänge wie Grübeln, Kichern oder Unverständnis auszudrücken, können sich User den sogenannten *Soundwörtern* bedienen. Die meist in

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Sternchen stehenden Wörter deuten Gedankenprozesse oder Gefühlszustände an (z.B. \*hmm\*, \*hihi\* oder \*tststs\*), wobei auch hierbei die Stärke durch Variationen verändert werden kann (z.B. \*hmmmmmmmm!!!\*, \*hihihihi\* oder \*aaaaaargh\*). Eine permanente Großschreibung ganzer Sätze wird meist als lautes Sprechen oder Schreien interpretiert („LASS MICH IN RUHE!!!“). Auf diese Weise können auch prosodische Kennzeichen wie beispielsweise die Lautstärke durch parasprachliche Elemente ersetzt werden (Hintenberger, 2009a; Hinrichs, 2008; Barth, 2003; Benke, 2005).

Ebenso in Sternchen eingefasste Wörter, die meist in den Infinitiv zurückgebildet geschrieben werden, bezeichnet man als *Aktionswörter*. Diese Ausdrücke sollen physische und/oder psychische Prozesse oder Ereignisse beschreiben, die der Verfasser in diesem Moment tut wie beispielsweise winken (\*wink\*), sich freuen (\*freu\*) oder lächeln (\*lächel\*). Gleichermäßen können Aktionswörter benutzt werden, um nonverbales Verhalten metaphorisch wiederzugeben (Hinrichs, 2008; Barth, 2003; Englmayer, 2005). Aktionswörter können alle möglichen Ereignisse oder Handlungen mitteilen und unterliegen keiner Eingrenzung (Heider, 2007). Döring (1999, S. 101) sieht in dem „Ausdruck des Handelns“ durch das „Sprechen“ bzw. „Schreiben“ bedeutsame und weitreichende Auswirkungen auf die Entwicklung der Kommunikation: „In Kommentierungen und Beschreibungen des eigenen Verhaltens in der dritten Person [werden] häufig Inhalte zur Sprache [gebracht], die sonst kaum verbalisiert werden“, wodurch teilweise stärkere Gefühle geäußert werden können, als dies in face-to-face-Kommunikationen möglich ist. Nicht nur aus diesem Grund sollte man in der digitalen Kommunikation nicht nur „vermeintliche Defizite“ (Englmayer, 2005, S. 96) sehen, sondern sie als eine „neue Form der Selbstdarstellung“ (Hinrichs, 2008, S. 26) ansehen. Inwiefern die Internetsprache tatsächlich zu einer steigernden Ausdrucksmöglichkeit führt und inwieweit dies für virtuelle Beratungen relevant ist, stellt eine interessante Forschungsfrage dar. Da diesem Aspekt in der vorliegenden Studie nicht nachgegangen werden kann, sollte er in zukünftigen Forschungen beobachtet werden.

Um beim Verfassen von Texten Zeit zu sparen, können in der computervermittelten Kommunikation zudem *Akronyme* (Initialwörter) benutzt werden, welche eine kurze Reihe von Anfangsbuchstaben der entsprechenden Wörter sind, die jeweils eine bestimmte Bedeutung besitzen (vgl. Tabelle 13, S. 89). Diese Abkürzungen kommen meist aus dem Englischen, finden international vor allem in Chat-Kommunikationen Verwendung (Hinrichs, 2008; Benke, 2005; Sutterlütte, 2009) und können intrapsychische Prozesse auf der einen

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

und/oder Handlungen bzw. Handlungsbereitschaften auf der anderen Seite ausdrücken (Hintenberger, 2009a).

In der Kommunikation via Internet ist es sowohl bei Online-Beratungen, als auch bei „normalen“ Chats oder Foren üblich, einen Nicknamen zu benutzen. Dies bedeutet, dass sich der User einen Spitznamen (ein sogenanntes Pseudonym) ausdenkt, mit welchem er an dem Gespräch teilnimmt und ohne diesen man normalerweise keinen Zugang bekommt (Hinrichs, 2008). Oftmals wird von Usern versucht, „über den gewählten Nick, den Eindruck, den sie bei anderen erwecken, gezielt zu beeinflussen“ (Döring, 1999, S. 97). Insofern wird die Auswahl des Nicknamens als wichtiger Faktor in der Internet-Welt angesehen und ist nicht als bloße Reihe von Buchstaben und Zeichen anzusehen, sondern wohl als das „einzig vermeintliche Persönlichkeitsmerkmal“ (Knatz, 2008, S. 2), welches im world wide web hinterlassen wird. Der Internetsoziologe Stephan Humer (zitiert nach ebd.) geht noch weiter, indem er die Hypothese aufstellt, dass man mit dem gewählten Pseudonym meist ein genau festgelegtes Selbstbild transportiert.

Die gebräuchlichsten Akronyme und ihre Bedeutung			
<b>ROFL</b>	rolling on floor laughing	<b>LOL</b>	laughing out loud
<b>BOT</b>	back on topic	<b>BRB</b>	be right back
<b>CU</b>	see you	<b>BTW</b>	by the way
<b>AFAIK</b>	as far as I know	<b>MFG</b>	mit freundlichen Grüßen
<b>ASAP</b>	as soon as possible	<b>G</b>	Grinsen
<b>THX</b>	thank you/thanks	<b>HDL</b>	Hab Dich lieb

Tabelle 13: Übersicht über die gebräuchlichsten Akronyme und ihre Bedeutung (ebd.)

Nicknamen treten in zahlreichen Variationen auf, können persönliche und soziale Angaben, sogar den eigenen Namen oder Spitznamen mit einbeziehen (z.B. Andrea14) oder vollkommen anonymisiert (z.B. Schnecke), geschlechtsspezifisch (z.B. Mr.President) oder geschlechtsneutral (z.B. Schnuffi) sein, bestimmten Themengebieten oder der Phantasie entspringen (z.B. Computer) oder sogar die Identität vollkommen erneuern (Identitätskonstruktion) (Englmayer, 2005; Hinrichs, 2008). In der Regel entspringen die selbstgewählten Namen einem speziellen Hobby, einer Neigung, Idolen etc.; sie können andererseits jedoch ebenso Provokation oder Ironie ausdrücken (vgl. Knatz, 2008).

Bezüglich der internetbasierten Beratungen berichtet Knatz (2008), dass Ratsuchende überwiegend Nicknamen benutzen, die biografische Angaben beinhalten oder die aus realen

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Spitznamen oder Verniedlichungen bestehen. Meist haben sie nicht die Absicht, identitätsbezogene Spiele zu spielen, wollen aber dennoch erst einmal die Anonymität nutzen um im späteren Beratungsverlauf letztendlich ihren realen Namen zu nennen. Auch Berater sollten dem Pseudonym des Ratsuchenden ein gewisses Maß an Bedeutung geben, möglicherweise sogar nach dem Sinn des Nicks fragen. Auf diese Weise können Berater „Interesse an ihm und seinem Leben“ (ebd., S. 5) zeigen. Zukünftige Untersuchungen sollten ein Augenmerk auf die Nicknamen von Ratsuchenden richten. Interessant wäre es, herauszufinden, welche Bedeutung ihr Pseudonym besitzt und inwieweit es einen Bezug zu ihrer Problematik darstellt. So könnten Online-Berater in Zukunft möglicherweise schon durch Analyse des Nicknamens mehr Informationen über den Hilfesuchenden bekommen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Einsatz der in diesem Abschnitt genannten netzspezifischen „Codes“ den Zweck hat, den Verzicht auf nonverbale und parasprachliche Elemente zu kompensieren. Sie verleihen der geschriebenen Nachricht „nicht nur Individualität und Einzigartigkeit, sondern „schmücken“ [sie] quasi mit Emotionen“ (Benke, 2005, S. 14). Zumal die Mündlichkeit eines Gesprächs sozusagen verschriftet wird, wird diese Kommunikationsform auch als „Oraliteralität“ (Petzold, 2006, S. 6) bezeichnet. Hintenberger (2009a, S. 70) geht davon aus, dass es sich nicht um eine neue Netzsprache handelt, „sondern [um eine] geschriebene Mündlichkeit in neuen Anwendungsbereichen“. Kommt es zu einer Verschriftlichung nonverbaler Elemente, so geht dies mit einem Entzug ihres bewussten Entstehens einher, was wiederum in Online-Beratungen intervenierend eingesetzt und genutzt werden kann. Trotz alledem ist es „weder möglich, noch wünschenswert“ (Hintenberger, 2006, S. 3) die traditionelle Kommunikation vollständig in eine netzbasierte Kommunikation zu übersetzen.

Wenngleich Forgas (1999, zitiert nach Barth, 2003) dem Blick(kontakt), Berührungen und körperlichem Kontakt, wie auch parasprachlichen Reizen wie z.B. der Körpersprache eine besondere Bedeutung gibt, betonen Sickendieck, Engel und Nestmann (1999, zitiert nach ebd., S. 42), dass „auch die Form und Art der Sprache wichtiger werden kann als der Inhalt“. Durch die internetbasierte Art der Kommunikation ist deren Ausdruck ebenfalls möglich, wobei die Emotionalität nach Benke (2005, S. 14) „kaum an die f2f-Dialogintensität heranreicht“. An dieser Stelle wäre es interessant herauszufinden, ob die „etwas andere Sprache“ in Online-Beratungen viel Verwendung findet und weiterhin, welche Effekte deren

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Verwendung für Ratsuchende und Berater besitzen. Dieser Aspekt kann in der vorhandenen Untersuchung jedoch nicht betrachtet werden.

Wenn man sich die vielen Möglichkeiten, sich digital auszudrücken vor Augen hält, scheint das Mitteilen der emotionalen Befindlichkeit auf Anhieb nicht einfach, zumal man als User die gängigen Abkürzungen kennen sollte, um sie benutzen zu können. Kriener (2002, zitiert nach Lang, 2002b) fand in einer empirischen Untersuchung heraus, dass es 80,6% der befragten Ratsuchenden leicht fiel, schriftlich ihre Gefühle auszudrücken. Lediglich 12,9% empfanden es als Problem, diese darzustellen.

Online-Beratungen konzentrieren sich auf die Schriftlichkeit und somit auch auf den bewussten Einsatz der internetbasierten Sprache, welche nach Englmaier (2005) einen eigenen Charakter besitzt. Inwiefern der Werbeslogan der Telefonseelsorge „Aus Worten können Wege werden“ zutrifft, kann zu diesem Zeitpunkt noch nicht beantwortet werden und stellt ein wesentliches Ziel der vorliegenden Arbeit dar.

### **5.3 Die Anatomie einer Nachricht**

Das vorherige Kapitel beschäftigte sich mit den „Hilfsmitteln“ der computervermittelten Kommunikation. Wenn ein hilfeschender Mensch im world wide web eine Beratungsanfrage verfasst, so steht er vor der Herausforderung, sein Anliegen bzw. die Problematik so zu schildern, dass sie „eine faktische Wirklichkeit darstellen, die die tatsächlichen Gegebenheiten klar beschreibt, eine sachliche Verstehbarkeit ermöglicht und eine emotionale Distanz zum eigenen Erleben herstellt“ (Knatz, 2008, S. 6). Die Wirklichkeit muss benannt, der Ernst der Situation verdeutlicht, der Wunsch einer Veränderung und damit nach Unterstützung transportiert werden. Wie all diese Punkte in einer Nachricht Platz finden und wie eine solche im Allgemeinen aufgebaut sein kann, soll in den folgenden Abschnitten geklärt werden.

Beim Verfassen der Nachrichten unterscheiden sich die Anfragen teilweise gewaltig voneinander (vgl. Anhang C). Während viele Ratsuchende ihre Leidensgeschichte sachlich und nüchtern wiedergeben, besitzen andere wiederum nur wenig Distanz zu ihrem Leid und geben ihre emotionalen Gedanken geradezu so wieder, wie sie beim Schreiben entstehen. Einige formulieren das Befinden ihrer inneren Welt wie ein Protokoll, stützen sich auf fremde Texte oder schreiben eigene Gedichte. Nicht nur wegen der differierenden Möglichkeiten, eine Beratungsanfrage zu verfassen, bezeichnet Knatz (2008, S. 8) dieses Schreiben als

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

„kreativen Prozess“ (vgl. Kapitel 5.4). Nichtsdestotrotz gibt es einige Beispiele, die in Online-Beratungsanfragen kontinuierlich vorkommen: Ratsuchende versuchen mit dem Ziel, ernst genommen zu werden und/oder Mitleid zu erwecken, ihre Situation übertrieben (negativ) darzustellen oder andererseits, diese zu verharmlosen. Letzteres geschieht überwiegend bei Usern, welche eine Überforderung von Hilfspersonen oder aber die Reaktion mit Vorwürfen erlebt haben. Insofern sind unbewusste „dramaturgische Wendungen [...] eher Ausdruck der Hilflosigkeit und Not“ (Knatz, 2008, S. 9).

Nach Knatz und Dodier (2003, S. 66) besitzen niedergeschriebene Texte immer eine „Produktionsseite“ (beim Verfasser) und eine „Rezeptionsseite“ (beim Leser), wobei beide in einer reziproken Relation zueinander stehen. Obwohl die individuellen Möglichkeiten, ein Hilfesuch zu verfassen derart zahlreich und vielfältig sind, besitzt eine Nachricht Schulz von Thun (1981, zitiert nach Englmayer, 2005) zufolge sowohl in der face-to-face-, als auch in der online-Kommunikation nach seinem psychologischen Modell immer *vier Grundbotschaften*: Den Sachinhalt, die Selbstoffenbarung, den Beziehungsaspekt und einen Appell. Zu einem besseren Verständnis der Nachricht eines Ratsuchenden sollte sich jeder Berater – online, wie auch offline – mit den vier Inhalten beschäftigen. Durch ihre Betrachtung, Analyse und Konkretisierung kann eine Antwort für den Ratsuchenden umso hilfreicher sein.

Der *Sachinhalt* enthält Informationen darüber, weswegen der Sender die Nachricht verfasst, d.h. er drückt aus, über welchen Inhalt er informieren möchte. Das Sachziel wird zudem meist durch Argumente und Abwägungen umrahmt. Zur Kategorie der *Selbstoffenbarung* zählen sowohl freiwillige, gewollte Darstellungen über sich selbst, wie auch unbeabsichtigte Selbstenthüllungen. Es geht insofern darum, was der User über seine Person verrät, wie viel er von seinen Schwierigkeiten kund gibt, was er sich wünscht und/oder welche Sehnsüchte er hat. Der *Beziehungsaspekt* ist eine Vermittlung dessen, wie die Gesprächspartner zueinander stehen bzw. was der Sender vom Empfänger hält. So drücken Ratsuchende insbesondere durch beabsichtigte Formulierungen und nonverbale Begleitsignale aus, wie sie den Berater in seiner Funktion sehen. Der *Appell*, welcher „entweder offen oder versteckt [...] erfolgen“ (Englmayer, 2005, S. 80) kann, drückt aus, inwiefern der Sender auf den Empfänger einwirken möchte. In Beratungssituationen entspricht der Appell dem Ausdruck der gewünschten und erwarteten Hilfeleistung vom Berater und zeigt, was der Ratsuchende mit seiner Nachricht bewirken möchte (Englmayer, 2005; Knatz, 2006b; Petzold, 2006). Wenn

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

man bedenkt, dass sich Ratsuchende bei der ersten Kontaktaufnahme mit der Online-Beratung keinen bestimmten Berater vorstellen, scheint es nur logisch, dass dem Beziehungsaspekt hier eine eher untergeordnete Rolle zugewiesen wird. Dagegen ist es weitaus einleuchtender, der Erläuterung der Belastung des Ratsuchenden, seiner emotionalen Ergriffenheit und der Bitte um Unterstützung mehr Beachtung zu schenken (Knatz & Dodier, 2003).

Die Seite des Empfängers muss nach Knatz und Dodier (2003) zwischen *realer Rezeption* und *intendierter Rezeption* unterschieden werden. Während reale Rezeptionen (wie der Berater die Anfrage versteht) über die Wirkungen entscheiden, sind intendierte Rezeptionen alle Merkmale im Text, die aussagen, wie der Berater die Nachricht verstehen soll. Ist die Absicht des Ratsuchenden gleich der Wirkung auf den Berater, so ist es ideal. Dieser Fall kommt jedoch äußerst selten vor. Angesichts der Umstände, dass Nachrichten explizite aber auch implizite Botschaften enthalten können und es einen erheblichen Unterschied zwischen einer gesendeten und einer erhaltenen Nachricht geben kann, ist es für Berater verständlicherweise nicht durchweg einfach, die Intentionen des Hilfesuchenden zu erkennen. Nicht nur deswegen spielt u.a. die Lesekompetenz von Beratern eine wesentliche Rolle im Online-Beratungsprozess (vgl. Kapitel 4.4.2) (ebd.; Englmayer, 2005).

Um auch mit einbezogene Botschaften in Mitteilungen zu identifizieren, sollte sich ein Berater nach Schulz von Thuns (2005, zitiert nach Englmayer, 2005, S. 81) *kommunikationstheoretischem Modell des vierrohrigen Empfängers* folgende Fragen stellen: „Was ist das für einer? Was ist mit ihm? – Wie ist der Sachverhalt zu verstehen? – Wie redet der eigentlich von mir? Wen glaubt er vor sich zu haben? – Was soll ich tun, denken, fühlen aufgrund seiner Mitteilung?“. Die Beratung entwickelt sich und verläuft, je nachdem welche der Fragen dominiert, unterschiedlich. Anlässlich der meist asynchronen Art der digitalen Beratungen (E-Mail-Beratung und Foren-Beratung) hat der Online-Berater zur inneren Beantwortung der Fragen und ihrer Auseinandersetzung reichlich Zeit und kann die Nachricht auf sich wirken lassen. Um Ratsuchenden ihre eigenen Handlungen und Haltungen, wie auch ihre Emotionen vor Augen zu führen und ihnen damit eine Beschäftigung mit sich selbst ermöglichen zu können, sollten Berater dem Aspekt der Selbstoffenbarung mindestens genauso viel Beachtung schenken wie dem Sachaspekt und sich somit bemühen, sich nichtwertend in seine Gedankenwelt hineinzusetzen (Englmayer, 2005; Knatz, 2006b).

Anlässlich der Tatsache, dass der Einsatz von *Metaphern* als Werkzeug in Online-Beratungen bereits ebenso eine rentable „gängige Praxis“ (Beck, 2009, S. 132) ist wie in traditionellen

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Beratungen, ist es ferner notwendig, ihre Bedeutung zu erläutern. Zumal Beratungsprozesse bekanntlich größtenteils aus Erzählungen bestehen, haben sich diese sprachlichen Vergleiche auch online immer mehr etabliert, wobei ihnen in der digitalen Version „weniger Emotionalität und ein aufgaben- und problemzentrierter Kommunikationscharakter zugeschrieben wird“ (Döring, 2003, zitiert nach Beck, 2007, S. 2). Ratsuchende übertragen Eigenschaften einer Sache auf andere Dinge, indem sie Sinnbilder formulieren und Ähnlichkeiten zwischen ihnen herstellen, wobei eine solche Vorgehensweise in diesem Kontext nicht als rein künstlerisch anzusehen ist. Pragmatische Inhalte sind fokussiert, Semantische eher zweitrangig, vor allem auch, weil Metaphern die Übertragung einer kognitiven Absicht auf ein anderes darstellen und somit verraten, wie der Ratsuchende denkt. In diesem Sinne ist es möglich, mit Hilfe von verwendeten Metaphern die individuellen Denkschemata von Ratsuchenden zu erkennen. Ebenso kommt es zu einer unreflektierten Strukturierung von Handlungen, was wiederum zeigt, wie ein Mensch handelt, der so denkt. Für die Praxis gibt es zu diesem Thema eine besondere Vorgehensweise, auf die in Kapitel 6.1 weiter eingegangen wird: Die systematische Metaphernanalyse (Beck, 2009; Beck, 2007).

Wenn man sich die möglichen Besonderheiten einer Beratungsanfrage vor Augen führt, kristallisiert sich heraus, dass eine Nachricht „nie nur linear von dem einen (Sender) zum anderen (Empfänger)“ (Petzold, 2006, S. 4) geht, sondern immer vier Seiten zu beachten sind. Erst durch die Interaktion bekommt eine Nachricht eine Bedeutung. Des Weiteren spielen Metaphern auch in digitalen Beratungen eine große Rolle. Alle in diesem Kapitel genannten charakteristischen Besonderheiten zeigen, dass ein methodisch fundiertes Vorgehen von Online-Beratern dringend notwendig ist um zuverlässige Arbeit zu leisten (Beck, 2009). Welche methodischen Ansätze in der e-Beratung zu Verfügung stehen und inwiefern sie eingesetzt werden, ist Gegenstand von Kapitel 6.

### **5.4 Die vielfältigen Prozesse beim Schreiben**

Unabhängig ob per E-Mail, Chat oder Forum, bei einmaligem Kontakt oder einer längeren Unterstützung – bei der Online-Beratung dreht sich alles um den schriftlichen Text. Dass das Verfassen von Beratungsanfragen und –antworten Ratsuchenden hilft, sich freier mitzuteilen und für manche sogar die einzige Möglichkeit darstellt, sich Beistand und Hilfe zu suchen ist unumstritten (Knatz, 2005; Vogt, 2007). Da gerade der Akt des Schreibens an sich schon hilfreich sein kann, soll dieser Aspekt und seine grundlegende Rolle in der vorliegenden Arbeit ebenfalls beachtet werden.

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Einer Studie von Klapproth und Niemann (2000, zitiert nach Vogt, 2007) zufolge fand bei 85,7% der Befragten nach einer ersten Anfrage-E-Mail kein weiterer Beratungskontakt mehr statt. Die Autoren schließen daraus, dass die bloße Verschriftlichung von Problemen durch die User bei ihnen eine Wirkung erzielte und damit der Grund für die Einmaligkeit ist. Der Prozess des Schreibens kann viele Auswirkungen auf den Ratsuchenden haben und wird in der Literatur meist als konstruktiv, kreativ, selbstreflexiv, therapeutisch und selbstheilend bezeichnet. So spricht Knatz (2005, S. 4f) von „Entlastung“ und „Erleichterung“ durch das alleinige Niederschreiben der Gedanken, von Fokussierung auf das eigene Anliegen durch die intensive Beschäftigung mit den eigenen Ängsten und Emotionen, sowie von mehr Autonomie und zunehmender Selbstständigkeit. Um die Wirksamkeit von digitalen Beratungen verstehen zu können, beschäftigen sich die folgenden Abschnitte mit den unterschiedlichen Prozessen des Schreibens und ihren Effekten bzw. Wirkfaktoren.

### **5.4.1 Schreiben als konstruktive Form des Problemumgangs**

Entgegen den anfänglich kritischen Vermutungen, können Kontakte im Internet durchaus von emotionaler Intensivität gekennzeichnet sein. Gerade die Niederschwelligkeit und Anonymität von bzw. in Online-Beratungen ermöglichen es den Ratsuchenden, Probleme niederzuschreiben, die beispielsweise der gesellschaftlichen Tabuisierung unterliegen (z.B. Themen wie Sexualität, Suizidalität etc.). Aufgrund der Möglichkeit, selbst zu kontrollieren, wann man was schreiben und versenden möchte, sich nicht durch seine Stimme oder andere Merkmale zu verraten und seine Gefühle frei zu äußern, sind digitale Beratungen besonders durch die sogenannte „Nähe durch Distanz“ insbesondere für Menschen, die direkte Kontakte scheuen, sehr intensiv und können gerade deswegen sehr erfolgreich sein (Knatz, 2005).

Götz (2003) fand in einer umfangreichen empirischen Studie heraus, dass Jugendliche in virtuellen Beratungen die Chance sehen, sich mit belastenden Situationen auseinanderzusetzen, deren Bearbeitung im realen Leben nicht so einfach wäre. So finden sie es unkomplizierter, ihre Sorgen schriftlich mitzuteilen anstatt sich in einem traditionellen Beratungsgespräch zu offenbaren. Allein die Gelegenheit mit einer anderen Person anonym über seine Probleme zu sprechen bzw. zu schreiben, sich dieser hiermit anzuvertrauen, hat für viele Jugendliche eine bedeutend entlastende Funktion. Für einige der befragten Heranwachsenden spielt es nicht einmal eine Rolle, ob ihre Nachricht bei einem Berater ankommt – allein das Schreiben, wie man es aus Tagebüchern kennt, wirkt erleichternd, gibt ihnen Halt und ist insofern hilfreich, Probleme zu lösen (Götz, 2003). Auch Knatz (2009a)

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

betont die große Relevanz des einfachen Niederschreibens der eigenen Gedanken und Probleme, was die meisten Ratsuchenden als erleichternd und entlastend empfinden.

Vogt (2007) geht den Wirkfaktoren des Schreibens noch näher auf den Grund (vgl. Tabelle 14): So sieht die Autorin im Aufschreiben von Problemen deswegen schon positive Möglichkeiten, da man sich hierbei intensiv mit verschiedenen Persönlichkeitsanteilen auseinandersetzen muss und man bei der Auswahl der Worte durch eine einnehmende Distanz das Problem strukturiert. Durch das gedankliche Verarbeiten und Analysieren der Problematik, was eine notwendige Voraussetzung für das Niederschreiben ist, nimmt der Verfasser eine gewisse Distanz ein – vielleicht sogar eine Position, an die er vorher nicht gedacht hat. Folglich werden Ressourcen aktiviert und es können sich neue „Möglichkeiten eröffnen, die sonst nicht so leicht zugänglich wären“ (ebd., S. 3). Weiterhin hat das Schreiben eine aktivierende und integrierende Wirkung: Der Klient kann sich in diesem aktiven Prozess selbst aktiv erleben und damit sein Denken fördern.

<b>Faktoren zur Wirksamkeit und Effektivität von Online-Beratungen</b>
Durch die Benennung, das Aussprechen und Aufschreiben werden schon Möglichkeiten geschaffen
Durch distanzierteres Schreiben können sich neue Perspektiven öffnen
Durch das Schreiben werden andere Zugänge ermöglicht
Schreiben wirkt aktivierend und integrierend
Schreiben ist ein kreativer Prozess

Tabelle 14: Faktoren, die in der digitalen Beratung wirken (Vogt, 2007, S. 2ff)

Menschen, die ihre gefühlsbetonten Bedürfnisse in Online-Beratungen mitteilen, wollen durch das Erzählen und Mitteilen unterschiedliche Dinge bewirken: Einerseits soll Nähe hergestellt, Vergangenes soll in die Gegenwart geholt werden, andererseits besteht auf diese Weise die Möglichkeit, Geschehnisse umzuarbeiten und sie zu kontrollieren (Knatz, 2007).

### 5.4.2 Die Wirksamkeit des kreativen Schreibens

Bezüglich der Anwendung von kreativen Methoden in online-beraterischen Kontexten lässt sich Primus (2007) zufolge festhalten, dass Berater bei der Beantwortung von Beratungsanfragen durchaus *Kreativität* zeigen können, indem sie beispielsweise Elfchen schreiben, Märchen kreieren (z.B. durch Zusammenfassung oder Umschreibung der Nachricht des Ratsuchenden) oder einen Perspektivenwechsel vornehmen (z.B. durch Nacherzählung der Nachricht aus einer anderen Perspektive). Durch die Verwendung von lyrischer Sprache, welche zur besseren Verständigung zwischen den Menschen und zur besseren Bewältigung

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

von Problemen entwickelt wurde, können Online-Berater den Beratungsverlauf motivierender gestalten. Insbesondere „Euphorie und Liebe“, aber auch „Melancholie und Trauer“ (Primus, 2007, S. 6) können durch lyrische Formulierungen besonders gut ausgedrückt werden.

Werden Klienten selber zur Anwendung von kreativen Methoden wie beispielsweise zum Verfassen von Gedichten ermutigt, spricht man von *Kreativtherapie*, was wiederum ihr Selbstvertrauen stärken kann, vor allem weil sie auf diese Weise aktiv gestalterisch und kreativ sind und nicht mehr, wie bisher, passiv und leidend. Insofern setzt der Ansporn, kreativ zu schreiben, nicht an den Mängeln des Ratsuchenden an, welche Therapiebedarf signalisieren, sondern an seinen „kreativen Potentialen“ (Primus, 2007, S. 3). Ein bedeutendes Element kreativtherapeutischer Ansätze, welche u.a. aus der Kreativ- und Kunsttherapie stammen, ist die „Freude [bzw.] der Genuss am Schreiben“ (ebd.) selbst. Zu ihnen gehört sowohl das kreative Schreiben, als auch die Poesie- und Bibliothherapie.

Beim *kreativen Schreiben* versuchen Klienten ihre emotionale Situation mit ihrer eigenen Sprache gefühlvoll, rhythmisch und poetisch auszudrücken. Dieser „Akt des gestalterischen Ausdrucks“ (ebd., S. 4) kann u.a. zum Abbau von Schreibblockaden führen. Brunner (2006, S. 10) erklärt: „[...] je poetischer unsere Sprache wird, desto besser gelingt es uns, das auszudrücken, was wir ausdrücken wollen“.

Neben der *Bibliothherapie*, bei der Patienten angeregt werden, ihre Probleme und Erlebnisse mit Hilfe von lyrischen, epischen und dramatischen Mitteln, also expressiv auszudrücken und damit ihre Phantasien und Ängste sichtbar zu verdeutlichen, ist die *Poesietherapie* eine weitere alternative, psychotherapeutische Form der Kreativtherapie. Bei Letzterem wird den inneren Bildern der Ratsuchenden eine besondere Bedeutung entgegengebracht – ihr Ausdruck soll einen befreienden Effekt haben (Primus, 2007).

### 5.4.3 Schreiben als selbstreflexiver Prozess

Menschen, die eine virtuelle Beratung in Anspruch nehmen wollen, stehen vor der Aufgabe, ihre Problemlage mit möglichst vielen Erinnerungen und Emotionen schriftlich auszudrücken. Dies bedeutet zuerst einmal Konzentration auf sich selbst und intensives Nachdenken. Weiterhin müssen passende Worte und Beschreibungen gefunden werden, um das Erlebte möglichst verständlich zu verbalisieren. Beim Schreiben müssen sich Ratsuchende auf der einen Seite selbst intensiv betrachten, über sich und ihr Leben nachdenken, sich ausdrücken und auf der anderen Seite gleichzeitig das Ergebnis ihrer *Selbstreflexion* betrachten. Diese

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

„Form von Selbsta Ausdruck“ (Knatz, 2009a, S. 65) hat seinen beraterischen Wert darin, dass es beim Klienten zur Entdeckung von unbewussten Wünschen führt.

Die Frage, wieso genau das Schreiben für Ratsuchende einen solchen Nutzen darstellt, erklärt Knatz (2009a) damit, dass es einen „höheren Verbindlichkeitscharakter“ besitzt als die mündliche Kommunikation, zumal geschriebene und verschickte Texte durch die Langlebigkeit des Internet jederzeit wieder nachlesbar sind. Aus diesem Grund sind die User beim Verfassen ihrer Nachrichten weitaus aufmerksamer als in körperpräsenten Beratungsgesprächen und müssen zudem eine „größere Abstraktionsleistung“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 124) bringen. Problembelastete Themen in Worte zu kleiden verlangt neben einer höheren Konzentration eine weitaus intensivere Beschäftigung mit den eigenen Ängsten, ebenso wie eine Fokussierung auf das Anliegen. Letztendlich wird den Ratsuchenden ein „Zugang [zu ihrer] inneren Erlebniswelt“ (Knatz, 2009a, S. 66) verschafft. Mit Hilfe der erzeugten Distanz und einem neu entstandenen Blickwinkel, können darüber hinaus sogar eigene Lösungen zu den Problemen gefunden werden.

Primus (2007) erläutert das *autobiographische Schreiben* als eine Art der Selbstreflexion. Indem sich Klienten mit ihren Erlebnissen und Erfahrungen mit einer gewissen Distanz beschäftigen, diese reflektieren und versuchen Lebenszusammenhänge zu verstehen, haben sie die Möglichkeit, sich neu zu erfinden und unbewusst Antworten zu ihren problematischen Fragen zu bekommen. In diesem Sinne werden die Folgen des eigenen Handelns als Nutzen verwendet.

Praktisch veranschaulicht sind beispielsweise (Lebens-) Mind-Maps, Maltexen, Lebensbriefe oder sogenanntes Brainstorming autobiographischem Schreiben zuzuordnen. Durch das eigenständige Aufdecken der Gefühle mit Hilfe von freier Assoziation, bei der Ratsuchende alles aufschreiben sollen, „was [ihnen] zum Problem oder Anliegen spontan einfällt“ (Primus, 2007, S. 8), sollen krankmachende Eigenschaften bzw. Anzeichen aufgedeckt, verstanden und somit auch zur Hilfe genutzt werden.

### 5.4.4 Schreiben als therapeutischer Prozess

Der Prozess des Schreibens wird in der Literatur oftmals auch als *therapeutischer Prozess* bezeichnet, obwohl diese Sichtweise in der Praxis noch nicht alltäglich geworden ist (Rott, o.J.). Viele Vorteile dieser Idee sind für die e-Beratung lukrativ wie beispielsweise der Effekt der Befreiung - ganz nach dem Motto „sich etwas von der Seele schreiben“ (ebd., S. 49). Eine

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Befragung von Experten bezüglich möglicher Heilungsprozesse durch das Aufschreiben von Problemen ergab, dass 60% der Befragten die positiven Effekte unterstützen (Werder & Schulte-Steinicke, 1997, zitiert nach Schulte-Steinicke, 2002). Gleichmaßen haben Ratsuchende die Möglichkeit, durch das Verfassen ihrer Gefühlslage in Worte, in ihren inneren Dialog einzutreten und sich damit auseinanderzusetzen (Rott, o.J.).

Wissenschaftlichen Erkenntnissen zufolge kann man z.B. aus poesietherapeutischen Texten auf die emotionale und depressive Befindlichkeit von Klienten und außerdem auf den Grad der Gefährdung suizidaler Jugendlicher schließen (Schulte-Steinicke, 2002). Daraus ergibt sich ein großer Nutzen für Online-Berater, die derartige Texte einwandfrei analysieren können.

Methoden des therapeutischen Schreibens wie beispielsweise der Poesietherapie werden vor allem bei depressiven Menschen und Menschen mit extremen Ängsten und Missbrauchserfahrungen eingesetzt. Außerordentlich beeindruckend scheint die Studie eines Herzspezialisten, welcher nachweisen konnte, dass das regelmäßige Aufschreiben von negativen Gefühlen (wie bei einem Tagebuch) sogar die Heilung von körperlichen Erkrankungen verbessern kann (Ornish, o.J., zitiert nach Schulte-Steinicke, 2002). Europäische Forschungen über das therapeutische Schreiben berichten u.a. von einer Verringerung von Depressionen, einer Reduzierung von Stress, stimmungsaufhellenden Effekten, sowie von reduzierter Trauer und Leiden. Die in Tabelle 15 zusammengefassten, von Adams (1996, zitiert nach Schulte-Steinicke, 2002, S. 15ff) erstellten zehn Thesen zum therapeutischen Schreiben finden auch heutzutage noch großen Anklang.

---

### Thesen zum therapeutischen Wert des Schreibens

- *Stete prompte Verfügbarkeit:* Ratsuchende haben jederzeit die Möglichkeit, ihr inneres Gefühlsleben schriftlich festzuhalten.
  - *Befreiung durch Durchleben starker Gefühle:* „Sich etwas von der Seele schreiben“.
  - *Objektkonstanz, Verlässlichkeit:* Klienten können sich darauf verlassen, in Notsituationen eine Nachricht zu verfassen.
  - *Wiederholung und Wiederholbarkeit:* Es besteht die Möglichkeit, Erfahrungen durch zurückerinnern und aufschreiben zu wiederholen und damit überprüfbar zu machen.
  - *Sich die Realität der eigenen Lebensgeschichte (wieder) aneignen:* Trotz nur kurzfristiger Entlastung und möglicher längerfristigen Schmerzen können/müssen sich Klienten bestimmten Aspekten der Realität stellen und diese in Worte fassen.
-

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

- 
- *Den richtigen Umgang mit mir selbst lernen:* Menschen, die sich intensiv mit sich selbst auseinandersetzen haben die Chance, eigene schwer verständliche Seiten zu verstehen und damit umzugehen.
  - *Wieder nach außen gehen:* Wer es schafft, seine Gedanken und Gefühle sich selbst zugänglich zu machen und diese auszudrücken, schafft es auch den nächsten Schritt zu gehen und diese mit einem Therapeuten zu kommunizieren.
  - *Selbstbewusstsein und Selbstachtung:* Nach dem Motto „Ich schreibe, also bin ich“ können sich Ratsuchende hiermit ernster nehmen und entwickeln eine höhere Selbstachtung.
  - *(zunehmende) Klarheit:* Indem sich Ratsuchende schrittweise mit sich selbst auseinandersetzen, werden ihnen Zusammenhänge zunehmend klarer.
  - *Zeuge und Zeugnis der Heilung:* Die Nachrichten (z.B. in einem Tagebuch) sind Zeugnisse des Fortschritts der Heilung und können somit bei Rückschritten Trost spenden.
- 

Tabelle 15: Thesen zum therapeutischen Wert des Schreibens (Schulte-Steinicke, 2002, S. 15ff)

### 5.4.5 Schreiben als selbstheilender Prozess

Knatz und Dodier (2003) bezeichnen den Akt des Schreibens weiterhin als *selbstheilenden Prozess*. Da sich der Ratsuchende, im Gegensatz zum Tagebuch schreiben an einen Berater wendet, ist eine verständliche und deutliche Formulierung des Anliegens notwendig. Durch wiederholtes Lesen des verfassten Textes und der schrittweisen Angleichung des erlebten und erkannten Selbst nach Rogers *Selbstaktualisierungstendenz*, wird er zu reflexivem Denken gezwungen, was wiederum selbstheilenden Charakter haben soll. Rogers (zitiert nach Rott, o.J.) zufolge besitzen Menschen große Fähigkeiten sich selbst zu verstehen und das eigene Selbstkonzept, seine Einstellungen und Verhaltensweisen zu ändern. Das Konzept der Selbstaktualisierungstendenz kann nach Auffassung vieler Autoren auf den Bereich der Online-Beratung übertragen werden.

Der Prozess des Schreibens ist nach Knatz und Dodier (2003) nicht linear und kontinuierlich anzusehen, was an folgendem Beispiel gut erkennbar ist: Ein Ratsuchender formuliert Sätze, die beim erneuten Nachlesen eine Wirkung auf ihn haben. Als Folge wird die innere Welt in die Realität transportiert, entfaltet eine Wirkung die aufgenommen wird und führt wiederum zur Korrektur oder zum Fortsetzen des Textes. Menschen, die ihre Erlebnisse in Worte kleiden, erkennen sie dadurch an und nehmen sie realistisch wahr. Die Folge ist ein immer

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

kleiner werdender Abstand „zwischen innerem Erleben und Fühlen und dem Erkennen“ (Rott, o.J., S. 50).

Während ein Berater in traditionellen Beratungen durch interpretationsfreie Widerspiegelung der Äußerungen des Klienten die unterschiedlichen Sichtweisen aufeinander abstimmt und den sich verstanden fühlenden Klienten dazu bringt, etwas verändern zu wollen, geschieht es in Online-Beratungen aufgrund der sogenannten Selbstexploration durch den Ratsuchenden selbst. Indem hilfeschuchende Menschen ohne äußerliche Suggestion nachdenken, ihre Gedanken aufschreiben, sie umformulieren oder sogar neu ausdrücken, sie also mit sich selbst interagieren, nähern sie sich der Realität an. Die Aufgabe des Online-Beraters ist es somit lediglich, die Beratungsanfrage auszuwerten und in einer Antwort dem Ratsuchenden einen zusammenfassenden Rückblick über das Geschriebene, „seiner eigenen Befindlichkeit, [seiner] Selbstdarstellung und Selbstbewertung“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 128) zu geben. Durch den daraus resultierenden Perspektivenwechsel bekommen die Erlebnisse des Klienten eine Bedeutung zugeschrieben, welche wegweisend ist. Der selbstheilende Prozess wird durch weitere Antworten des Ratsuchenden fortgesetzt, bis dieser letztendlich eine Lösung für sein Problem gefunden hat. Knatz und Dodier (2003, zitiert nach Rott, o.J., S. 50) bezeichnen die Rolle des Beraters in der digitalen Variante als „Supervisor“, vor allem weil der Online-Beratungsprozess durch das befreite Betrachten und Reflektieren des Problems einer Supervision gleicht. Nach der Auseinandersetzung mit den Effekten des Schreibens sollen nun sämtlich mögliche Auswirkungen der digitalen Charakteristika auf Online-Beratungen skeptisch betrachtet werden.

### **5.5 Auswirkungen der digitalen Charakteristika auf den Beratungsprozess**

Das Angebot, mit Hilfe des neuen Mediums Internet eine Beratung in Anspruch zu nehmen, ist aufgrund seiner digitalen Bedingungen und Strukturen durch bestimmte Eigenschaften gekennzeichnet, wovon einige Auswirkungen bereits in den vorherigen Kapiteln erwähnt wurden. Es wurde bereits in Kapitel 5.1 gezeigt, dass sich Online-Beratung in einigen Punkten signifikant von der konventionellen Form unterscheiden, weswegen viele Praktiker der neuen virtuellen Form skeptisch gegenüberstehen. Einige Unterschiede können sich vorteilig, andere wiederum nachteilig auswirken (Götz, 2003; Hintenberger & Kühne, 2009).

Die folgenden Abschnitte widmen sich den positiven Effekten der CvK, wie auch den Grenzen in der Online-Beratung. Es sei noch anzumerken, dass eine trennscharfe Abgrenzung

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

einiger Merkmale nicht immer möglich ist, da sie teilweise in Wechselwirkung zueinander stehen. Dadurch gehen einige Vorteile auch mit Risiken einher.

### 5.5.1 Nachteile, Gefahren und Grenzen

Die in den nachfolgenden Abschnitten genannten Nachteile, Gefahren und Grenzen von virtueller Beratung (vgl. Tabelle 16) gehen meist aufgrund der Charakteristika computervermittelter Kommunikation einher. Sie beruhen auf wissenschaftlichen Ergebnissen und Erfahrungsberichten von Online-Beratern.

Ein erster negativer Aspekt ist, dass das Internet anfälliger für Störungen ist. So können beispielsweise Chat-Beratungen durch einen Verbindungsabbruch unterbrochen werden oder es kann wegen eines Serverausfalls nicht mehr auf Foren zugegriffen werden. Ebenso kann das Absenden oder Empfangen von E-Mails wegen technischer Schwierigkeiten beeinträchtigt sein. Derartige Probleme können bei face-to-face-Beratungen nicht entstehen (Englmayer, 2005; Pammer, 2007).

Überblick über die Grenzen von digitalen Beratungen	
Höhere Anfälligkeit für Störungen	Eingeschränkte Möglichkeiten der Intervention
Entstehung von Missverständnissen	Grundsatzdiskussionen
Fehlende spontane Reaktionen	Triggernde Effekte
Zeitliche Verzögerung	Datenschutz ist nicht immer garantiert
Vorerst keine Informationen über den weiteren Verlauf nach Verfassung einer Beratungsanfrage	Schwere Kontrolle der Qualität der Online-Beratung
Fake-Mails	Schwere Kontrolle der Professionalität der Online-Berater
Problem der Gegenübertragung	Nicht wahrnehmbare, schnelle Veränderungen der Gefühlslage
Inhaltliche Grenzen bei speziellen Thematiken	Schneller und unerwarteter Abbruch des Settings
Beschränkte Möglichkeiten zum Einschreiten	Kontroverse Diskussionen: Schriftlicher Ausdruck von Emotionen & empathisches Verhalten
Fachliche Grenzen	
Erschwerter Aufbau einer Beziehung	
Falsche oder schädliche Informationen und Auskünfte	

Tabelle 16: Nachteile, Gefahren und Grenzen digitaler Beratungen (ebd.)

Obwohl es durchaus möglich ist, seine Gefühle trotz Fehlen von analogen Informationen auszudrücken (vgl. Kapitel 5.2) sehen Autoren hier die Gefahr, dass Berater den emotionalen Zustand des Klienten falsch erleben und interpretieren, was wiederum die Entstehung von

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Missverständnissen begünstigt. Um das zu verhindern, sollten Online-Berater überaus konzentriert und konfliktfähig sein (vgl. Kapitel 4.4.2). Zudem sind es Nowak (2009, S. 9) zufolge oftmals die „spontanen und unüberlegten Reaktionen“, die dem Berater bedeutende Anstöße geben, den Ratsuchenden besser zu verstehen, welche ebenso wegen der Basis des Textes verloren gehen.

Folgendes Kurzbeispiel soll die Evidenz eines Problems von Ratsuchenden bildlich darstellen: Ein Mensch, der in größter Not ist, schreibt mitten in der Nacht eine Beratungsanfrage und schickt diese ab. Da auch Online-Beratungsstellen gewöhnlich nicht um nächtliche Uhrzeiten antworten, bleibt er sich „und seiner gegenwärtigen psychischen Verfassung völlig“ (Etzersdorfer, 2003, S. 183) selbst überlassen. Neben diesem Nachteil der zeitlichen Verzögerung besitzt er zudem keine Informationen darüber, wann und wer seine Mitteilung liest und wann er mit einer Antwort rechnen darf.

Das Internet kann User weiterhin dazu verleiten, mit einer falschen Identität ausgedachte Probleme vorzuspielen. Mit so genannten „Fake-Mails“ sind Beratungsanfragen gemeint, die vom User entweder aus „Spaß“, um den Leser zu beleidigen oder zu provozieren, oder als „Test“ geschrieben werden, um mögliche Zweifel in Bezug auf die Fachlichkeit der virtuellen Beratungseinrichtung zu prüfen. Die Schwierigkeit, Fake-Mails eindeutig zu erkennen, stellt ein Problem für Berater dar. Anfragen können Situationen schildern, die nicht glaubwürdig erscheinen, aber dennoch ernst gemeint sind. Deswegen versuchen Experten auf alle Mails eine fachliche Antwort zu verfassen (Götz, 2003; Heider, 2007). Gemäß Lang (2005a, S. 10) sollte zwar Vorsicht geboten sein, wobei Misstrauen wiederum „keine gute Beratungsbasis darstellt“. Aus eigenen Erfahrungen mit ihrem Online-Beratungsverein „Neustart“ berichtet Ince (2006) von einer geringen Prozentzahl solcher Fake-Mails. Stattdessen haben einige Anfragen einen „eigentümlichen Charakter“ (ebd., S. 4), weil Klienten anfangs Schwierigkeiten bei der Artikulation haben, insbesondere wenn sie sich z.B. außerordentlich schämen oder schuldig fühlen. So waren viele Ratsuchenden für die ernste und respektvolle Antwort des Beraters dankbar und es zeigte sich, dass anfangs verwirrte, für den Experten nicht nachvollziehbare Anfragen im Verlauf des Beratungsprozesses durchaus ernsthaften Charakter erhielten. Weiterhin berichten Brehm und Lindl (2010) von einer größeren Anzahl z.B. erfundener Geschichten oder Beschimpfungen in der Telefonberatung im Gegensatz zur digitalen Beratung. Dennoch darf nicht vergessen werden, dass die Anonymität des Internets auch deren Missbrauch fördern kann und sich Menschen als völlig andere Personen ausgeben

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

- sei es aus Lust, andere Identitäten durchzuspielen oder aus reinem Spaß, andere in die Irre zu führen (Ince, 2006; Schreiber, 2001).

Etzersdorfer (2003) sieht eine weitere Schwierigkeit in internetbasierten Beratungen auf der Expertenseite: Vor allem in der psychoanalytischen Praxis sind die unmittelbaren Reaktionen in Gesprächen zwischen Berater und Ratsuchenden grundlegend. Viele Menschen haben Schwierigkeiten über ihre innere Gefühlslage zu sprechen und diese symbolisch auszudrücken. Insofern wird der Wahrnehmung des Beraters, wie auch den bewussten und unbewussten Reaktionen des Hilfesuchenden eine große Bedeutung zugeschrieben. Da diese Aspekte in textbasierten Beratungen fast ausschließlich wegfallen, besitzen Online-Berater nur begrenzte Möglichkeiten der Untersuchung, des Verstehens und der Intervention (ebd.).

Devereux (1967, zitiert nach ebd.) wies schon vor langer Zeit auf die große Relevanz der Gegenübertragung hin und beschrieb gefährliche Folgen bei deren Nichtbeachtung. Nach tiefenpsychologischen Theorien fertigen sich Menschen immer ein Bild seines Gegenübers an, welches gegebenenfalls „mehr mit uns, als mit eben diesem realen Gegenüber zu tun hat“ (Schulte-Steinicke, 2002, S. 7). Ratsuchende können sich also – sowohl online, als auch offline -den Berater als einen „allwissenden Vater oder die allumsorgende Mutter“ (ebd., S. 8) vergegenwärtigen. Auch die Helfenden können derartigen Phantasien ausgeliefert sein. Der wesentliche Unterschied zwischen Online- und Offlinesetting besteht im leichteren Erkennen und Auflösen solcher Mechanismen. Dies ist virtuell wegen der fehlenden Realität der Personen virtuell nur sehr schwer möglich. Auch Eichenberg (2004) weist ausdrücklich darauf hin, dass beratende Experten hier die Prozesse der Übertragung und Gegenübertragung reflektieren müssen, diese aber auch therapeutisch nutzen können (vgl. „Projektion“ in Kapitel 5.5.2).

Auch wenn jeder Berater eine Ausbildung genossen hat, so gibt es dennoch Thematiken, bei denen Online-Berater an ihre Grenzen stoßen können. Hierzu gehört neben fundamentalen Lebenskrisen insbesondere die Suizidalität. Das Ernstnehmen jedes Hinweises hierzu ist eine wesentliche Voraussetzung für die Beratungsarbeit. Schulte-Steinicke (2002) gibt an, dass es in suizidalen Fällen umso besser ist, je präsenter der Beratungskontakt. Insofern sollten Online-Berater den Ratsuchenden dazu ermutigen, zu einer Beratungsstelle vor Ort zu gehen. Vorschläge und Angebote konkreter Beratungseinrichtungen, die der Berater dem Beratenden unterbreitet, sind hierbei durchaus von Vorteil. Ebenso sollte bei einer Vermutung einer

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

körperlichen Erkrankung vorgegangen werden, da eine medizinische Untersuchung und Behandlung dringend erforderlich, online jedoch nicht möglich ist (ebd.).

Kommt es im Beratungsprozess zu konkreten Krisensituationen wie z.B. Selbst- oder Fremdgefährdung, so ist ein Einschreiten meist nur beschränkt möglich. Vorerst weiß der Online-Berater meist nur den Nicknamen des Hilfesuchenden und kann somit auf der Interventionsebene nur begrenzt handeln. Zudem sind derartige Eingriffe laut Englmayer (2005, S. 60) „teilweise nicht eindeutig gesetzlich geregelt“. Insofern gibt es Situationen, bei denen Online-Beratungen an ihre Grenze treten, da eine asynchrone Beratung hier meist nicht geeignet ist. Neuhaus Bühler (2010, S. 3) nennt als Beispiele „akute medizinische Notfälle [...], „lebensbedrohliche Notfälle wie akute Suizidabsichten sowie [...] Halluzinationen und unrealistische Wahrnehmungen“.

Neben inhaltlichen Grenzen ergeben sich für Berater oftmals auch fachliche Grenzen. Hat sich beispielsweise ein Ratsuchender dazu entschieden, eine Beratungsstelle vor Ort aufzusuchen, so kann der Online-Berater ihm durch die Nennung des Ortes zwar eine zuständige Stelle vermitteln und darauf verweisen, er weiß jedoch nichts über die Effektivität und Professionalität dieses Angebots. An eine besondere Grenze treten die Experten, wenn der Klient vor Ort gleichzeitig eine Beratung oder Therapie in Anspruch nimmt, zumal es zur Vermischung der Inhalte kommen kann und eine sinnvolle Arbeit mit dem Klienten so nicht möglich wird. „Der User sucht sich bequem die Beraterin aus, deren Antwort besser gefällt“ (Heider, 2007, S. 76).

Eine weitere Schwierigkeit von Online-Beratungen ergibt sich auf der Beziehungsebene. Eine wichtige Voraussetzung für einen effektiven Beratungsprozess ist der Aufbau einer Beziehung zwischen dem Ratsuchenden und dem Berater. Da virtuelle Settings meist lediglich aus einem einmaligem Kontakt bestehen, ist es nur schwer umzusetzen eine tragfähige Beziehung aufzubauen (Englmayer, 2005, Lang; 2002a). Kommt es zu einem kontinuierlichen Beratungsverlauf, müssen sich Berater wiederum vor der Entwicklung von freundschaftlichen Gefühlen, wie es im Internet oft vorkommt, distanzieren und den Ratsuchenden die Grenze vor Augen halten (vgl. Kapitel 4.4.3) (Heider, 2007).

Insbesondere bei bestimmten Themen wie z.B. medizinischen Themen besteht bei Online-Beratungen die Gefahr, dass laienhafte Berater falsche Informationen weitergeben. Werden inkorrekte Fakten nicht richtig gestellt, laufen User Gefahr, dadurch „mehr Schaden [...] als

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Unterstützung“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S. 89) zu bekommen. Altersunangepasste Inhalte können insbesondere zur Beeinträchtigung des Wohlbefindens jugendlicher User führen, da sich diese Gruppe bei der Einschätzung der Qualität der Informationen oft schwerer tun und laienhafte Informationen nicht von Professionellen unterscheiden können (Neuhaus Bühler, 2010). Nicht nur deswegen wird der Qualifikation von Online-Beratern eine große Bedeutung zugewiesen. Auch für jeden User lesbare Informationen zu psychosozialen Themen, die auf der Website der Beratungseinrichtung zu finden sind, unterliegen der Gefahr, veraltet zu sein. Aktualisiert der Anbieter seine Informationen nicht regelmäßig, können Ratsuchende bei inkorrekten Informationen Zweifel an der Kompetenz der Beratungseinrichtung entwickeln (Dzeyk, 2005). Besitzen netzbasierte Beratungseinrichtungen nur wenige Berater und/oder sind diese nur auf wenige Problembereiche spezialisiert, können die Experten folglich schnell an ihre Grenzen stoßen. Im psychosozialen Bereich gibt es eine Vielzahl von Störungsbildern, zu denen nicht unbedingt jeder Online-Berater das notwendige Fachwissen besitzen muss. In diesem Sinne können die Interventionsmöglichkeiten eingeschränkt sein (Eichenberg, 2007).

Speziell für offene, jederzeit mitlesbare Foren und teilweise auch für Gruppenberatungen per Chat ergeben sich zusätzliche Grenzen: So kann ein Beratungsverlauf durch konfliktreiche Diskussionen beeinträchtigt werden, wenn User extrem unterschiedliche Meinungen zu einem Thema haben (z.B. bei ethischen Themen). Ebenso sollten triggernde Effekte nicht unterschätzt werden. Damit ist gemeint, dass in Usern, welche Beratungsverläufe anderer Ratsuchenden mitlesen, starke Gefühle entstehen können, da sie sich und/oder ihre Problemlage in diesem Ratsuchenden wiedererkennen (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009).

Aufgrund der Speicherung aller Nachrichten des Beratungsprozesses spielt die Gewährleistung des Datenschutzes eine wesentliche Rolle. Während traditionelle Beratungseinrichtungen durch das Sozialgesetzbuch zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen verpflichtet sind, ist ihr sensibler Umgang in der virtuellen Welt trotz Vorhandenseins eines „Siegels“ des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen (BDP, vgl. Kapitel 7) nicht immer gewährleistet. Eine angemessene Verwendung weniger Regeln können laut Döring (2000) beiden Seiten dennoch Sicherheit bieten. Sowohl beim Patienten (Zugangsschutz durch Passwortvergabe), bei der Übertragung der Daten (Verschlüsselungen), als auch beim Online-Berater (Verwaltung und Sicherung der Daten auf dem Server der Online-Beratung) müssen die Daten zuverlässig

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

gesichert werden (Eichenberg & Döring, 2009; Döring, 2000; Götz, 2003; Pammer, 2007; Capurro, 2001).

Weiterhin stellt sich in der Literatur oftmals die (ethische) Frage nach der Professionalität der Online-Berater bzw. der Qualitätssicherung von Internetberatungen. Ratsuchende wissen meist nicht, welche Ausbildung ihr Berater besitzt, ob er entsprechende Lehrgänge oder Fortbildungen absolviert hat, wodurch man gute Berater von Schlechten unterscheidet und inwiefern die Einrichtung qualitativ einzuschätzen ist (Kral, 2005; Benke, 2009b). Pammer (2007) berichtet überdies von fehlenden Gelegenheiten, sich zum Online-Berater ausbilden zu lassen, sowie von der Tatsache, dass derartige Fortbildungen nicht verpflichtend sind. Zweifeln Ratsuchende an der Professionalität eines Online-Beraters, so kann das gemäß Götz (2009, S. 20) nicht nur eine Abwendung von diesen, sondern auch „eine Manifestierung des Problems mit sich bringen“. Eingehende und weiterführende Erläuterungen zur Qualität von Online-Beratungen sind Gegenstand des 7. Kapitels.

Durch die Asynchronität von Foren- und E-Mail-Beratung ergibt sich zudem der Nachteil, dass unmittelbare Reaktionen nicht möglich sind. Der zeitliche Abstand zwischen dem Abschicken einer Beratungsanfrage und der Antwort des Beraters kann Döring (2000, S. 536) zufolge zu „gravierenden Interpretationsproblemen“ führen: Gefühle, die der Klient zum Zeitpunkt des Verfassens übermitteln möchte, können sich zum Zeitpunkt des Lesens des Beraters schon wieder verändert haben, was der Leser wiederum nicht erfährt. So besteht weiterhin die Gefahr, dass z.B. ein Berater wegen einer offensichtlich stabilen Gefühlslage des Ratsuchenden „eine konfrontierende Bemerkung einschließt, [...] vielleicht [aber] zum völlig ungeeigneten Zeitpunkt“ (ebd.), da der Ratsuchende mittlerweile wieder labil ist. Neben einer möglichen Unwirksamkeit der Beratung kann ein solcher Vorfall aber auch folgenschwere Konsequenzen mit sich ziehen (Eichenberg, 2004). Demgegenüber können Ratsuchende mitteilen, dass es ihnen besser geht, obwohl es nicht der Wahrheit entspricht. Berater können den tatsächlichen Gefühlszustand der Klienten folglich nur schwer einschätzen (Heider, 2007).

Die Chance der Klienten, den Kontakt jederzeit folgenlos abbrechen zu können, beschreibt Lang (2001a, S. 3) als Problem der Berater, da der Online-Beratungsprozess „speziell wackelig“ ist. Diese versuchen im Beratungssetting eine Beziehung zum Klienten herzustellen, sie haltbar und tragfähig zu gestalten, insbesondere weil es für die Problemlösung förderlich ist. Gibt es nun aus einem beliebigem Grund Missverständnisse

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

oder kommt es zu Uneinigkeiten, kann das Setting plötzlich und abrupt beendet werden, wodurch der Berater dem Klienten nicht mehr helfen kann.

Der zuletzt zu nennende Nachteil wird deswegen am Ende aufgezählt, da er in der Literatur vielseitig diskutiert wird und ebenso bei den Chancen aufgeführt werden kann. Es geht um die Restriktionen und daraus resultierenden Nachteile aufgrund der rein textbasierten Kommunikation. Da sich Berater und Klient nicht wie im klassischen Setting gegenüber sitzen, sondern sich schriftlich austauschen, sehen viele Wissenschaftler den Nachteil, dass die Fähigkeit, Emotionen auszudrücken und wahrzunehmen, derart eingeschränkt ist, so dass eine nachhaltige Bearbeitung der Problemlage des Klienten in den meisten Fällen nicht möglich ist. Schöppe & Wolz (1999, zitiert nach Götz, 2003, S. 27) fassen zusammen: „Konnotative Elemente, wie Emotionen fehlen (fast) gänzlich. Die Empathie des Beraters reduziert sich weitgehend auf sprachliche Floskeln, die mitfühlende Nähe symbolisieren (sollen). Emotionale Ausdrucksformen können vom Berater kaum aufgenommen werden [...]“. Dagegen postulieren andere Autoren (Kingma, 2000; Schaffmann, 2001, zitiert nach Götz, 2003) wiederum durchaus die Möglichkeit, in geschriebener Sprache gleichermaßen Gefühle übermitteln zu können, solche herauslesen und fühlen zu können, wobei dessen Ausdruck vom Schreiber und dessen Aufnahme bzw. Deutung vom Leser abhängig ist. Des Weiteren sind z.B. empathische Verhaltensweisen von Online-Beratern ebenso, „vor allem aber anders möglich“ (Götz, 2003, S. 28). Inwiefern Ratsuchende bei ihrem Online-Berater die drei Basisvariablen Empathie, Echtheit und Wertschätzung wahrnehmen, soll u.a. in der vorliegenden Studie herausgefunden werden.

Abschließend lässt sich festhalten, dass weitere Forschungen zu den Grenzen von digitalen Beratungen dringend notwendig sind, vor allem auch um ihre Effizienz korrekt bewerten zu können. Zudem sind ergänzende Studien von Nöten um „Qualitätseinbußen“ (Döring & Eichenberg, 2009, S. 100) vorzubeugen. Der empirische Teil dieser Arbeit soll hierzu einen Beitrag leisten.

Lang (2002a) spricht als Folge der Vielzahl von Begrenzungen Grenzen im methodischen Vorgehen von Online-Beratern an. Inwieweit sich die Methoden internetbasierter Beratung von den in face-to-face-Kontakten eingesetzten Techniken unterscheiden, wird in Kapitel 6.1 genauer betrachtet. Den zahlreichen negativen Aspekten von Online-Beratungen, die in diesem Kapitel genannt wurden, stehen allerdings auch viele positive Effekte gegenüber. Diese sind Gegenstand des folgenden Kapitels.

### 5.5.2 Vorteile, Möglichkeiten und Chancen

Neben den im vorherigen Kapitel genannten nachteiligen Auswirkungen des spezifischen Mediums auf virtuelle Beratungen, besitzen diese gegenüber den Traditionellen jedoch auch maßgebliche Vorzüge (vgl. Tabelle 17, S. 111f). Es scheint, als würden einige dieser Stärken die Verluste wieder gutmachen.

Internetnutzer, die eine virtuelle Beratung für sich in Anspruch nehmen wollen, haben im world wide web wesentlich mehr Angebote zur Auswahl, als es meist vor Ort denkbar ist (Englmayer, 2005). So können sie verschiedene Einrichtungen miteinander vergleichen und sich ein Bild von ihnen machen, indem sie sich z.B. auf die Homepage einlinken. Das Vertrauen wird in diesem Sinne „auf der Grundlage von Information [durch] Einsicht in [die] Homepage“ (Lang, 2002a, S. 9) aufgebaut.

Die Niederschwelligkeit von Online-Beratungsangeboten bietet allen Menschen einen Zugang zum Hilffsystem, für die ein persönliches Gegenübertreten wegen „geografischen, physischen, finanziellen, persönlichen oder anderen Gründen“ (Klapproth & Niemann, 2000, S. 3) wie beispielsweise wegen Kontaktängsten, eine Schwierigkeit darstellt. So wird in der Literatur von „Generationen- und Machtgefällen“ (Götz, 2003, S. 36) und Schranken zwischen „unteren Schichten [und] sozial höher gestellten Menschen“ (ebd.) gesprochen, die das Aufsuchen einer konventionellen Beratung erschweren. Alters- und schichtspezifische Hemmschwellen werden im Internet herabgesetzt und ermöglichen es so einem größeren Kreis von Menschen, sich beraten zu lassen, sogar neue Nutzergruppen zu erschließen, welche eine reale Beratungseinrichtung nicht oder eher nur vereinzelt besuchen würden. Hierzu gehören nicht nur Menschen mit großen Hemmschwellen oder Kontaktschwierigkeiten/Sozialphobie, sondern auch solche, die sich beispielsweise wegen der Pflege von Angehörigen, einem weiten Anfahrtsweg, schlecht gelegenen Arbeitszeiten oder wegen der Betreuung ihrer Kinder eine Beratung vor Ort nur schwer in Anspruch nehmen können. Besonders vorteilhaft erweist sich die textbasierte Online-Beratung für Menschen mit sprachlicher Behinderung (Knatz, 2009a; Ince, 2006; Nowak, 2009; Weissenböck et al., 2006).

Virtuelle Beratungen können nicht nur die Suche nach Lösungsmöglichkeiten verkürzen. In einigen Fällen kann eine Online-Beratung sogar dazu führen, dass Ratsuchende dank der virtuellen Gespräche, in denen er sich erst einmal austesten kann, eine therapeutische Begleitung im realen Leben in Angriff nehmen (Eichenberg, 2007; Knatz & Dodier, 2004).

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Eine schnelle Einleitung von „Kriseninterventionen bei akutem Hilfebedarf“ (Götz, 2003, S. 34) zeichnet die virtuellen Einrichtungen besonders aus. So kann zwar im Internet nicht sofort eine zufriedenstellende Lösung gefunden werden, jedoch kann die Beratung eine erste Unterstützung bieten um Ratsuchende zu stabilisieren und eine Eskalation zu verhindern. Wissenschaftliche Erkenntnisse unterstreichen die Möglichkeit der Krisenintervention von Internetberatungen (vgl. Müller, 2000; Stumpp & Oltmann, 1999; zitiert nach Götz, 2003). Krings und Schilles (2003, S. 17) führen diesen Punkt - insbesondere bei Menschen in akuten Krisensituationen - jedoch unter dem Titel „Kontraindikationen“ und somit als möglichen Nachteil an. Neben der einleitenden oder interventiven Funktion kann eine Online-Beratung zudem auch eine bereits bestehende Beratung bzw. Therapie begleiten. So können Berater bzw. Therapeut mit ihrem Klienten zwischen ihren realen Sitzungen beispielsweise per E-Mail den Kontakt aufrecht erhalten und dem Klienten somit die Möglichkeit bieten, auch außerhalb der Öffnungszeiten in Notsituationen Kontakt aufzunehmen (Eichenberg, 2007).

Eine weitere große Stärke von Online-Beratungen im Vergleich zu traditionellen Beratungen ist der zeitliche Aspekt. Durch die Aussicht, unabhängig von Geschäfts- oder Öffnungszeiten zu jeder Tages- und Nachtzeit an sieben Tagen der Woche eine Beratungsanfrage zu verfassen und sich somit „genau [dann], wenn sie ihr Problem besonders drückt“ (Eisenbach-Heck & Weber, 2003, S. 75), den Frust von der Seele zu schreiben, sind digitale Beratungen jederzeit direkt zugänglich. Des Weiteren müssen Ratsuchende keine Wartezeit zur Schilderung ihres Problems in Kauf nehmen, wie es bei traditionellen Beratungen für ein Erstgespräch meist erforderlich ist. Viele Internetberatungen versprechen sogar eine Antwort innerhalb von 24 bzw. 48 Stunden, wobei die reine Beschaffung von Informationen und Unterhaltungen zwischen Ratsuchenden in Chats oder Foren vollkommen zeitunabhängig ist. Um den zeitlichen Erwartungen von Klienten gerecht zu werden, sollten e-Beratungen dennoch versuchen, die Wartezeiten zwischen Anfragen und Antworten möglichst gering zu halten (Götz, 2009; Eisenbach-Heck & Weber, 2003; Knatz & Dodier, 2003; Götz, 2003, Benke, 2005; Lang, 2001a; Heider, 2007; Böhnke, 2002).

Einen zusätzlichen Vorteil der äußeren Niederschwelligkeit stellt die örtliche Ungebundenheit dar. Ratsuchende haben nicht nur zu jeder Zeit, sondern auch „von jedem Ort der Welt“ (Knatz, 2009a, S. 62) aus einen Zugang zu virtuellen Beratungen. Dieser Aspekt kommt vor allem Menschen entgegen, die z.B. vor Ort keine Beratungsstelle haben, sich beruflich im Ausland befinden oder nur eingeschränkt mobil sind (ebd., Weissenböck et al., 2006). Die

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Erweiterung des Klientenkreises durch das Überwinden zeitlicher und räumlicher Grenzen wird in der Literatur als „Relay-Funktion“ (Döring & Eichenberg, 2009, S. 98) bezeichnet. Für viele Menschen sind internetbasierte Angebote deswegen so attraktiv, weil sie ihr gewohntes Umfeld nicht verlassen müssen (Heider, 2007).

Eine weitere Chance, die auf der zeitlichen Ressource basiert ist, dass sich sowohl Berater wie auch Ratsuchende die Zeit nehmen können, die sie brauchen, um ihre Gedanken zu sortieren, aufzuschreiben, Informationen von Nachrichten zu verarbeiten und darauf zu reagieren. Eichenberg (2007, S. 248) nennt diesen effizienten Aspekt „zone for reflection“. Im Vergleich zu konventionellen Beratungen sind die Virtuellen nicht zeitlich auf 45-50 Minuten limitiert. Dadurch ist es nicht verwunderlich, dass Klienten Internetberatungen oft als „eine Art virtuelles Tagebuch, das antwortet“ (Knatz, 2009a, S. 63) bezeichnen. Da eine unmittelbare Reaktion wie in face-to-face-Beratungen hier nicht erforderlich ist, fördert es Dzeyk (2005) zufolge auch den Aufbau von Vertrauen. Ratsuchende können die „zone for reflection“ zur kritischen Würdigung der Antwort des Beraters nutzen. Berater können sich obendrein bei ihnen bisher nicht sehr bekannten Themen mit diesen intensiver auseinandersetzen und zusätzliche Informationen dazu beschaffen, bevor sie eine Antwort verfassen. Zudem haben sie bei Fragen oder Problemen die Möglichkeit, mit anderen Beratern mögliche Antworten zu diskutieren und/oder sich Rat einzuholen. Die Möglichkeit der sorgfältigen Abwägung ihrer Anmerkungen in Bezug auf ihre Wirkung ist ebenso positiv zu bewerten (Klapproth & Niemann, 2000; Dzeyk, 2005; Schramm & Schramm, 2003; Weissenböck, 2006; Heider, 2007).

---

### Überblick über die Stärken von digitalen Beratungen

Größere Auswahl an Beratungsangeboten

Vertrauensaufbau auf der Grundlage von Information

Ganz besonders niederschwelliger Zugang

Uneingeschränkter Zugang für alle Menschen und Erschließung neuer Nutzergruppen

Verkürzte Suche nach geeigneten Hilfen

Angriff einer therapeutischen Begleitung

Schnelle Krisenintervention bei dringender Erfordernis

Unterstützung von beraterischen bzw. therapeutischen Maßnahmen

Zeitlich uneingeschränkte Erreichbarkeit

Örtlich uneingeschränkte Verfügbarkeit

Keine zeitliche Begrenzung des Settings und keine Wartezeit

---

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

---

Möglichkeit, Informationen auf Vertrauenswürdigkeit zu überprüfen
Möglichkeit der Experten untereinander, sich Rat/Anregungen zu geben
Möglichkeit, durch erneutes Nachlesen neue Aspekte zu entdecken und/oder Entwicklungsschritte zu erkennen
Höhere Transfereffizienz
Möglichkeit, Schadensersatzansprüche geltend zu machen
Maximal vorstellbarer persönlicher Schutz („psychologische Anonymität“)
Schutz vor direkten Reaktionen
Hohe Kontrolle über Selbstdarstellung und Selbstenthüllung
Wahrung des Selbstgefühls
Hohe Kontrolle des Beratungsverlaufs
Hilfe zur Selbsthilfe durch Berater
Schutz vor Interventionen und Zwangsmaßnahmen
Bereitschaft zur Offenbarung durch Projektion
Entlastung und Erleichterung durch das Schreiben und Schreiben als „Brücke“
Verdichtung des Problems durch einen „Bilanzeffekt“
Stärkere Veränderungsbereitschaft
Eigene Hilfe zur Selbsthilfe bzw. -beratung
Offenheit gegenüber allen Themen und Problemlagen
Interaktion und Partizipation mit anderen Hilfesuchenden
Lesen als Beratung
Steigerung der Beratungsqualität durch Feedback
Kontroverse Diskussionen: Schriftlicher Ausdruck von Emotionen & empathisches Verhalten

---

Tabelle 17: Vorteile, Möglichkeiten und Chancen digitaler Beratungen (ebd.)

Neben zeitlichen und örtlichen Aspekten hat auch die Langlebigkeit der Schriftlichkeit positive Auswirkungen auf den Online-Beratungsprozess. Da die Nachrichten und ihr Verlauf gespeichert, archiviert und somit dauerhaft verfügbar sind, haben einerseits Berater automatisch ein Protokoll ihrer Sitzung und Ratsuchende jederzeit die Gelegenheit, diese erneut zu lesen, zu reflektieren, wiederholt auf sich wirken zu lassen und zur Neuorientierung zu nutzen. Im Gegensatz zu einer mündlichen Beratung, die nicht selbstverständlich reproduzierbar ist, können diese Eigenschaften von Ratsuchenden genutzt werden, um möglicherweise neue Aspekte an sich zu erkennen oder die Ratschläge des Beraters als Wegweiser zu verwenden. Besonders effektiv ist diese Form der Archivierung für die Klienten, wenn sie durch Nachlesen eigene Entwicklungsschritte verfolgen und erkennen

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

können. Ferner ist ein Vergleich auf Widersprüchlichkeiten zur Vertrauensförderung denkbar (Schultze, 2007; Knatz, 2009a; Dzeyk, 2005; Eichenberg, 2007). Schultze (2007, S. 7) fasst diese Punkte unter dem Begriff „höhere Transfereffizienz“ zusammen, wobei Kral (2005) die Bedeutung der Datensicherung hierbei betont. Hinrichs (2008, S. 52) geht noch einen Schritt weiter und sieht in der Möglichkeit, die Antworten des Beraters auszudrucken die Aussicht, gegen ihn „z.B. Schadensersatzansprüche [...] geltend machen [zu] lassen“.

Dass die Anonymität und Pseudonymität Ratsuchenden ein hohes Maß an Schutz gewähren und zudem einen enthemmenden Effekt besitzt, wodurch Ratsuchende Schwellenängste schneller überwinden und sich leichter öffnen können, wurde bereits in Kapitel 5.1 erläutert. Internetbasierte Beratungsangebote bieten den Klienten gegenüber anderen (z.B. real oder Telefon) die größtmögliche Anonymität. Durch die Wahl eines frei gewählten Nicknamens müssen sie auch keine Angst haben, von Bekannten entdeckt zu werden und können das Prinzip der Freiwilligkeit, eine der Grundvoraussetzungen digitaler Beratungen, voll nutzen (Heider, 2007). Lang (2002a, S. 7) erwähnt, dass der Stellenwert der Anonymität jedoch nach Klientengruppe variieren kann und demnach für Jugendliche weitaus wichtiger ist, als für Erwachsene.

Weiterhin erfahren Ratsuchende einen Schutz vor direkten Reaktionen wie beispielsweise vor Konfrontation oder Kritik durch den Berater. Solche Antworten können gelesen, aber durch die größere Distanz leichter entgegengenommen werden (Eisenbach-Heck & Weber, 2003; Knatz, 2009a). Speziell in Chats und Foren haben hilfeschuchende Menschen die Chance, vollkommen anonym mitzulesen und sich somit zu informieren, ohne selbst etwas schreiben zu müssen (Schreiber, 2001).

Beim Gang in eine Beratungseinrichtung werden meist der Name, die Adresse, sowie einige Sozialdaten erfragt. Obwohl diese Daten ebenfalls dem Datenschutz unterliegen, geht die von Schultze (2007, S. 2f) benannte „psychologische Anonymität“ in Internetberatungen ganz wesentlich über den üblichen Grad hinaus. Ein Ratsuchender, der abgeschirmt und unsichtbar zu Hause in vertrauter Umgebung vor seinem PC eine Beratungsanfrage verfasst, bewahrt sich neben dem „sicheren Gefühl von subjektiver Geschützttheit“ obendrein „seine psychologische Unversehrtheit und seine Unbekanntheit“ (ebd.). Viele in diesem Kapitel genannten Rahmenbedingungen von virtuellen Beratungen wie z.B. die Senkung der Hemmschwelle oder die ständige Rückzugsoption fallen unter die nicht zu unterschätzende psychologische Anonymität.

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Durch die Vernachlässigung des psychosozialen Hintergrundes und die zusätzliche Wahl eines Nicknamens können User zudem selbst entscheiden, was und wie viel sie über sich preisgeben wollen. Sie fühlen sich nicht nur anonym, sondern schätzen auch eine vorurteilsfreie, nicht diskriminierende bzw. nicht stigmatisierende Behandlung, da Berater nur ihren Text zur Verfügung haben. Ratsuchende fühlen sich folglich alle gleich angenommen. Die Möglichkeit der Kontrollierbarkeit über Selbstenthüllung geht mit der Fähigkeit einer „idealisierten Selbstdarstellung“ (Dzeyk, 2005, S. 87) einher. So können User ferner Identitäten simulieren oder mit Selbstanteilen experimentieren (Knatz & Dodier, 2003; Weissenböck et al., 2006; Barth, 2003; Sasse, 2009).

Angesichts der Tatsache, dass ein hilfeschender Mensch im virtuellen Setting niemandem gegenüberzutreten und ins Gesicht sehen muss, ist er seiner Bedürftigkeit, seiner Schwäche und/oder seiner Scham nicht in dem Ausmaß ausgesetzt, wie es in einer herkömmlichen Beratung wäre. Die Aufrechterhaltung seiner persönlichen Würde, die Wahrung seines Gesichts und seines Selbstgefühls sind positive Folgen, welche nach dem Modell der erlernten Hilflosigkeit wiederum zu einem „unbelasteten Zugang zu den eigenen Ressourcen“ (Schultze, 2007, S. 3f) führt.

Obwohl Online-Berater den Verlauf teilweise durch Anmerkungen, Fragen etc. mit-steuern, besitzt der Ratsuchende die meiste Kontrolle bzw. den meisten Einfluss darauf. Er kann selbst wählen, zu welcher Zeit er sich über welche Probleme unterhalten möchte (Hinrichs, 2008). Klienten haben es der inneren Niederschwelligkeit zu verdanken, sich in ihrer gewohnten Umgebung freier ausdrücken und ihre Gefühle durch Anfügen oder Entfernen von Probleminhalten dosieren zu können. Sie werden vor allem durch die Selbstbestimmung gestärkt, genau dann ihre Beratungsanfrage oder Antwort abzuschicken, wenn sie sich dazu bereit fühlen (Knatz, 2009a; Götz, 2003; Heider, 2007; Böhnke, 2002). Diese Eigenaktivität und das Wissen, selbst die Kontrolle zu besitzen, befriedigt eines der Grundbedürfnisse der Menschen. Internetberatung geht sogar noch einen Schritt weiter und sieht die Stärkung der Selbstkontrolle unter anderem als Ziel des Prozesses. So sollen Berater ihren Ratsuchenden keine Verhaltensweisen zur Lösung des Problems vorschreiben, sondern ihnen bei Entscheidungen lediglich beistehen und somit „Hilfe zur Selbsthilfe“ (Lang, 2005a, S. 7) geben.

Durch den geringeren Verbindlichkeitsgrad in internetbasierten Beratungen müssen Ratsuchende keine Angst vor Interventionen und/oder Zwangsmaßnahmen haben. So kann

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

sich beispielsweise ein Drogenabhängiger oder ein psychisch kranker Mensch anonym beraten lassen, ohne Angst zu haben, strafrechtlich verfolgt oder zwangseingewiesen zu werden. Knatz (2009a, S. 62) betont diesen durchaus positiven Umstand und fügt hinzu, dass „Ratsuchende [...] im Schutze der Anonymität in vollem Maße ihre Autonomie und Entscheidungsfreiheit [wahren]“. Die Selbstbestimmung der Häufigkeit und Intensität der Beratung, wie auch die jederzeitige Möglichkeit sie zu beenden, wird von Ratsuchenden sehr geschätzt (Weissenböck et al., 2006).

Äußere Merkmale des Beraters führen in traditionellen ersten Beratungsterminen meist zur Wirkung von Sympathie oder Antipathie, Unsicherheit, Reserviertheit, möglicherweise sogar zu inneren Vorbehalten. Demnach wird die Beratungsbeziehung gebremst und muss sich erst langsam aufbauen. Da Ratsuchende im virtuellen Setting meist kein Bild über die äußere Erscheinung des Online-Beraters besitzen, entfällt das fremde, distanzierende Gefühl oftmals und die emotionale Schwelle verschwindet. Durch die bereits erläuterte psychologische Anonymität wird laut Schultze (2007) der langsame Aufbau einer inneren Beziehung anscheinend übersprungen und Ratsuchende offenbaren sich gewöhnlich direkt. Der Autor erklärt diesen Prozess durch die Projektion: Der Klient projiziert in seiner Not alle Eigenschaften, die er sich von seinem Berater wünscht, auf diesen „Wunschberater“ (ebd., S. 5), wird dadurch von Ängsten befreit und kann sich und seine Probleme somit zu erkennen geben. Die in Kapitel 5.5.1 aufgeführten Grenzen in Bezug auf Projektionsmechanismen dürfen dennoch nicht vergessen werden. Dzeyk (2005) berichtet im Gegensatz dazu weiterhin von der Eventualität, dass es für Ratsuchende wegen fehlenden Hintergrundinformationen über den Online-Berater schwieriger ist, seine Kompetenz und Qualifikation einzuschätzen und somit die Qualität der Antwort zu beurteilen.

Wie bereits in Kapitel 5.4 ausführlich dargestellt wurde, wird dem Aspekt des Schreibens – nicht nur in der Online-Beratung – eine wesentliche Bedeutung zugeschrieben, zumal sich das schriftliche Formulieren der Problemsituation nicht nur positiv auf das Erleben des Klienten auswirkt, sondern laut wissenschaftlichen Studien ihnen durchaus konstruktiv und unterstützend bei der Problemlösung helfen kann (vgl. u.a. Domin, 1985; Fröchling, 1987; Paschen, 2001; Schulte-Steinicke, 2002). Durch das Verfassen einer Beratungsanfrage setzt sich der Ratsuchende schon einmal mit seiner Problemlage auseinander („Nachhaltigkeit der Schriftlichkeit“, Thiery, 2005, zitiert nach Heider, 2007, S. 62). Koch und Keßler (1999, zitiert nach Götz, 2003, S. 28) stellen das Lesen und Schreiben „in Lebenskrisen [sogar]

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Überlebenshilfe [dar]“. Ein Erfahrungsbericht von „147 Rat auf Draht“, eine Einrichtung die telefonische und virtuelle Beratung anbietet, in welchem die Nutzer der Online- und Telefon-Version verglichen werden, geben Aufschluss darüber, dass durch die Schriftlichkeit ein Rahmen geboten wird, in dem Ratsuchende einfacher über ihr Problem schreiben können, als mündlich am Telefon (Brehm & Lindl, 2010).

Knatz und Dodier (2003, S. 18) geben weiterhin an, dass Menschen, die in körperpräsenten Situationen eher zurückhaltend sind, hier die Möglichkeit haben, sich intensiver auszutauschen („Schreiben als Brücke“). Ihre Reaktionen können durch die fehlende Körperlichkeit emotionaler sein, z.B. können sie sich intensiver über etwas beschweren. Weiterhin ermöglicht das Fehlen von ablenkenden Faktoren (z.B. Antisympathie des Beraters) eine freiere Fokussierung auf ihr Problem. Indem sich Ratsuchende ohne Einfluss von außen ihrem Problem offener und angstfreier innerlich zuwenden, verdichtet sich nach Schultze (2007, S. 5f) die „subjektive Problemrepräsentation“, der Ratsuchende besitzt eine „unbefangene selbstexplorative Haltung“ und es kommt folglich zu einem heilenden „Bilanzeffekt“. Dem kommt die Annahme hinzu, dass Antworten von Beratern - wohl wegen der höheren Belastbarkeit der Beratungsbeziehung - erheblich seltener „abgewehrt“ werden und die hilfeschuchenden Personen Anmerkungen, sogar Konfrontationen des Beraters mehr an sich heranlassen, sich selbst eher in Frage stellen und eine höhere Bereitschaft zur Veränderung ihrer Situation aufweisen. Das hat den wesentlichen Effekt, dass eventuell neue Aspekte von sich selbst angenommen und Hinweise und Ratschläge der beratenden Person mit einer größeren Bereitschaft übernommen werden (Schultze, 2007). Sind Online-Beratern die Aspekte des therapeutischen Schreibens bewusst und wissen sie kleine Verfahren sinnvoll in das Setting einzusetzen, können sie Ratsuchenden somit dazu verhelfen, sich intensiver innerlich auseinanderzusetzen. In diesem Zusammenhang kann man auch von „Hilfe zur Selbsthilfe [bzw.] Selbstberatung“ (Schulte-Steinicke, 2002, S. 19) sprechen.

Inwiefern man von aktiver Kompensation der medialen Einschränkungen in Internetberatungen sprechen kann, sieht man am Beispiel der Kanalreduktion, welche in der Literatur oft kritisch diskutiert wird. Döring (2002, zitiert nach Knatz, 2005) erkennt hierin nämlich durchaus positive Aspekte wie beispielsweise die intensivere Konzentration auf die (weniger) vorhandenen Hinweise und das kreative Ausdrücken von Gefühlen. Zudem lernen Berater und Ratsuchende neue Formen, sich schriftlich auszudrücken.

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Online-Beratungen orientieren sich an den Motiven der Ratsuchenden und sind dadurch gegenüber allen erdenklich möglichen Problemen offen. Insbesondere für Menschen, die schambesetzte oder von der Gesellschaft tabuisierte Themen plagen, welche sie beispielsweise nie bei einem Arzt ansprechen würden, ist eine Online-Beratung durch die Senkung der Hemmschwelle eine durchaus niederschwellige Gesprächsmöglichkeit (Schramm & Schramm, 2003; Götz, 2003; Heider, 2007). Aus Erfahrungen der Telefonseelsorge wird zudem berichtet, dass virtuelle Settings besonders bedeutungsvoll für Personen mit sehr starken traumatischen Erlebnissen sind (Unbekannter Autor, 2009). Da sich Ratsuchende durch die Distanz zum Online-Berater unverletzlich(er) fühlen, werden hier sogar peinliche Themen oder welche, die Diskretion verlangen schnell(er) und direkt(er) angesprochen (Knatz, 2009a; Bock, 2009; Ince, 2006). Hinrichs (2008) unterscheidet erfahrungsgemäß zwischen zwei Sorten von Klienten: Einige kommen gleich zu Beginn der Beratung auf den Punkt des Problems, andere wiederum erzählen nur stückchenweise von sich, um erst einmal Vertrauen zum Berater aufzubauen. Darüber hinaus gibt es aber auch User, die eine Beratungsanfrage aus reiner Neugierde verfassen. Hier werden Probleme angesprochen, die „nicht hoch dramatisch sind“ (Lang, 2002a, S. 8), wodurch der Online-Beratung auch „präventive Arbeit“ (ebd.) zugeschrieben wird.

Öffentliche Beratungsangebote wie z.B. offene Bereiche von Foren-Beratungen oder Chat-Beratungen in Gruppen ermöglichen es Usern weiterhin zwischen „ratsuchender, beratender und unterstützender Rolle“ (Heider, 2007, S. 64) zu wechseln und dadurch „verschiedene Blickwinkel einzunehmen“ (ebd.). So können sie sich, ohne selbst etwas von ihrer Problemlage preis zu geben, mit anderen Ratsuchenden unterhalten, ihre Anfragen lesen und ihnen beistehende Worte hinterlassen. Der entscheidende Vorteil liegt darin, sich durch das Mitlesen öffentlicher Beratungen eine Vorstellung darüber zu verschaffen, wie solche ablaufen. Motiviert es sie, können sie selbst ein Thema ansprechen bzw. eröffnen und damit auch von anderen Hilfesuchenden ein Feedback bekommen. Der Austausch unter Betroffenen im Beisein einer professionellen Fachkraft weist Ähnlichkeit zu einer virtuellen Selbsthilfegruppe auf. Ebenso können Klienten in dem „großen Pool an verschiedensten Beratungsanlässen“ (ebd., S. 67), welcher sich über die Jahre angesammelt hat, gezielt nach bestimmten Themen und Problematiken suchen und diese Beiträge lesen. Demzufolge kann das Lesen selbst schon eine (Eigen-)Beratung darstellen (Heider, 2007; Böhnke, 2002).

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Ince (2006) berichtet aus ihren onlineberaterischen Erfahrungen, dass sie im Vergleich zur konventionellen Beratung bei der E-Mail-Version nahezu immer ein Feedback von den Klienten bekommt, ob die Beratung für sie hilfreich war. Diese Rückmeldung kann ihr zufolge produktiv zur Steigerung und Weiterentwicklung der Beratungsqualität genutzt werden.

### **5.6 Zusammenfassende Schlussfolgerungen**

Aus den in den vorangegangenen Kapiteln aufgeführten Informationen lassen sich viele Schlussfolgerungen für die empirische Untersuchung ziehen. Die Zusammenfassung und Ausführungen der wesentlichen Charakteristika der computervermittelten Kommunikation in Kapitel 5.1 zeigten anschaulich, dass sich die Kommunikation via Internet klar von der körperpräsenten unterscheidet, aber dennoch eine ähnliche Komplexität aufweist. Online verständigen wir uns anders als offline – sowohl motorisch, als auch in unserem Denken und Handeln (Brunner, 2006). Internetberatungen sind dadurch gekennzeichnet, dass „alleine der Text spricht“ (Knatz, 2008, S. 2) und auf beiden Seiten eine Wirkung erzeugt. Um Online-Beratungen und ihre Einflussnahme genauer betrachten zu können, muss uns diese Differenz bewusst sein. Um mehr über die Relevanz und Effektivität von Online-Beratungen aussagen zu können, spielt es eine große Rolle herauszufinden, wieso sich Ratsuchende dazu entschlossen haben, im Internet eine Beratung in Anspruch zu nehmen. Es soll folglich der Frage nachgegangen werden, wie wichtig den Ratsuchenden die Charakteristika der digitalen Kommunikations- und somit auch Beratungsform für die Auswahl des Mediums zur Inanspruchnahme einer Beratung (gewesen) sind.

Ein Überblick über die „etwas andere“ computervermittelte Sprache hat aufgezeigt, dass es entgegen kritischer Annahmen durchaus möglich ist, emotionale Nachrichten zu erstellen. Gefühle und Handlungen können durch textbasierte Sprache gleichermaßen ausgedrückt werden. In diesem Zusammenhang ist es dringend notwendig, Online-Berater mit den Ausdrucksweisen der digitalen Kommunikation vertraut zu machen, um Missverständnisse zu vermeiden und eine Beratung zu ermöglichen. Zukünftige Studien sollten den hieraus entstandenen durchaus interessanten Forschungsfragen nachgehen, deren Beantwortung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Besonderem Interesse gilt hierbei der Frage, inwiefern die Ausdrucksformen digitaler Kommunikation in virtuellen Beratungen genutzt werden, sowie welche Effekte man daraus erkennen kann.

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

Kapitel 5.3 setzte sich mit dem Aufbau von Beratungsanfragen auseinander. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Identifikation der vier Grundbotschaften in Mitteilungen dazu verhelfen kann, Ratsuchenden mehr Hilfeleistung entgegenzubringen. Weiterhin spielen Metaphern in Internetberatungen eine große Rolle, weswegen Online-Berater solche erkennen und analysieren können sollten. Kapitel 6.1 beschäftigt sich noch intensiver mit der Methode der Metaphernanalyse, sowie weiteren in Online-Beratungen angewandten methodischen Vorgehensweisen.

Das Thema von Kapitel 5.4 bestand in der Darstellung der vielfältigen Formen des Schreibprozesses. Durch die Auseinandersetzung mit den vielen, teilweise sehr unterschiedlichen Wirkungsweisen des Schreibens konnte klar gezeigt werden, dass dahinter sehr viel mehr steckt als nur die schriftliche Formulierung von Sätzen. Viele in der Literatur vorhandene Berichte zeigen, wie hilfreich das Niederschreiben von Gedanken und Gefühlen für die Ratsuchenden ist. Auf diese Weise konfrontieren sie sich mit ihrer Situation selbst, verarbeiten ihre Gedanken, strukturieren das Problem und können ihre Lage insgesamt besser erkennen und verstehen. Die Distanz kann zur Aktivierung von Ressourcen und letztlich zur Eröffnung neuer Möglichkeiten führen. Der Schreibprozess kann im Sinne von Rogers Selbstaktualisierungstendenz eine Methode des Selbstmanagements sein, zur Selbstanalyse und Selbstreflexion dienen, um unbewusste Gegebenheiten zu entdecken und ferner Selbstheilungsprozesse einleiten, die sich u.a. in einer Veränderung des Verhaltens zeigen. Viele empirische Theorien unterstützen ihre Wirksamkeit. Deswegen sollte der große Rahmen dieser Möglichkeiten genutzt werden (vgl. Vogt, 2007; Hinrichs, 2008). Aus den Erläuterungen lassen sich viele Aspekte herausziehen, welche in der empirischen Studie untersucht werden sollen wie beispielsweise, ob Klienten das Aufschreiben ihrer Probleme als erleichternd empfinden.

Kapitel 5.5 setzte sich mit den positiven und negativen Auswirkungen der virtuellen Kommunikationsform auf den Online-Beratungsprozess auseinander. Es wurde gezeigt, wieso digitale Beratung Menschen und spezielle Zielgruppen sehr anspricht. Die vollständige Entfaltung ihrer Niederschwelligkeit, ihre Erreichbarkeit und Schriftlichkeit, sowie die einzigartige Möglichkeit der Ratsuchenden, den Prozess selbst zu steuern tragen maßgeblich zu den positiven Argumenten bei. Die Anonymität, die Distanz, wie auch das Herabsetzen der Hemmschwellen führen dazu, dass Ratsuchende den Berater „innerlich näher an sich heranlassen“ (Hinrichs, 2008, S. 53). Die Chancen müssen von Experten ernst genommen und

## 5. Digitale Kommunikation und ihre Wirkung in der Online-Beratung

gezielt genutzt werden, um mit den ungeahnten Stärken den Beschränkungen und Grenzen entgegenwirken zu können. Hierbei sind eine hohe Qualifikation, Selbstreflexion und Professionalität der Internetberater notwendig (Schultze, 2007; Hinrichs, 2008; Heider, 2007).

Laut Hinrichs (2008) werden die Vorteile der computervermittelten Kommunikation für die Online-Beratung von beiden Seiten durchaus wahrgenommen und auch genutzt. Auf diese Weise konnte auch die „Reichweite des Informations- und Beratungssektors verbessert werden“ (Knatz, 2009a, S. 62). Aufgrund der in der Literatur oftmals diskutierten Kritik an Internetberatungen wird die Tatsache, „dass sich Ratsuchende häufig in der Kenntnis der jeweiligen Vor- und Nachteile bewusst für das Internet entscheiden“ (Knatz, 2005, S. 3), meist vernachlässigt.

Um effizient den negativen Effekten bei Online-Beratungen entgegenwirken zu können, müssen ihre Grenzen und Risiken näher erkundet und weiter erforscht werden. Somit kann digitale Beratung zukünftig weiterhin von den Vorteilen profitieren und stellt eine attraktive Alternative dar (Döring & Eichenberg, 2009; Heider, 2007). Die Darstellung und Erläuterung der Vor- und Nachteile hatte das Ziel, schon vorhandene wissenschaftliche Erkenntnisse gegenüberzustellen. Diese werden im Folgenden für die Formulierung von Forschungsfragen genutzt um die theoretischen Grundlagen weiter auszubauen und Online-Beratern eine empirisch gesicherte Grundlage zu schaffen. Ein besonderes Augenmerk richtet sich auf den Blickwinkel der Qualität, um diese zu sichern und weiterzuentwickeln.

### **6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?**

Zu Beginn der Arbeit wurden bereits spezifische Strategien traditioneller face-to-face-Beratung näher beleuchtet, welche teilweise in die Internet-Beratung übernommen werden können (vgl. Kapitel 2.3). Während sich die vorangegangenen Kapitel mit dem Untersuchungsgegenstand, ihren beteiligten Akteuren, sowie mit ihren medienspezifischen Besonderheiten beschäftigte, wirft das vorliegende Kapitel einen Blick auf den ganzheitlichen Prozess der virtuellen Beratung und soll anschaulich die konkreten methodischen Vorgehensweisen der Berater darstellen. Dabei sollen erstens die dort angewandten Methoden, welche aus der herkömmlichen Beratung übernommen werden, durch weitere onlinespezifische Strategien der Online-Beratung erweitert werden (Kapitel 6.1). Der zweite Teil des Kapitels gibt einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand bezüglich der Wirksamkeit von internetbasierten Beratungen, wie auch den Faktoren, welche dazu beitragen, dass der Prozess gelingt (Kapitel 6.2). Es soll noch angemerkt werden, dass in den folgenden Abschnitten nur ein grober Überblick geliefert wird, da den Methoden und Techniken im empirischen Teil nur am Rande nachgegangen wird und eine detaillierte Darstellung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde.

#### **6.1 Methodische Vorgehensweise in virtuellen Beratungen**

Psychologische, psychotherapeutische, wie auch beraterische Interventionstechniken werden oftmals direkt in die virtuelle Beratungsarbeit übernommen. Auch wenn dies auf den ersten Blick sinnvoll erscheint, zumal z.B. die Bewusstmachung unbewusster Motive auch hier von großer Bedeutung ist, warnt Brunner (2006, S. 3) wie folgt: Insbesondere „personenbezogene Methoden bedürfen in der Online-Beratung einer Transformation“. Im Internet ginge es nicht um das Unbewusste der ratsuchenden Person, sondern vielmehr um den vorhandenen Text. Lang (2002a, S. 14) fand bei einer Umfrage bei 24 Anbietern von virtuellen Beratungen heraus, dass sich „die wenigsten grosse Gedanken zur Methode und Theorie gemacht hatten [...], die meisten setzen sich mit ihrer bisherigen Beratungstheorie [einfach] an den Computer“. Neben gewissen Grundeinstellungen (vgl. Kapitel 4.2) spielt aber auch die Methodik, sowie die Reflexion der expliziten Theorien der virtuellen Beratung eine große Rolle.

Wirft man einen Blick in die Literatur, lassen sich eine Vielzahl von unterschiedlichen Strategien und methodischen Konzepten finden, welche Berater einzeln oder miteinander verbunden anwenden. Eine wichtige methodische Grundlage der virtuellen Beratungsarbeit

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

bilden die Konzepte von Carl Rogers (klientenzentrierter Ansatz) und von Steve de Shazer (lösungsorientierter Ansatz), welche bereits in Kapitel 2.3 vorgestellt wurden und elementare Verhaltens- und Vorgehensweisen beinhalten, die zur Herstellung effektiver Bedingungen, sowie zur Problemlösung essentiell sind. Weiterhin hat sich die Verwendung des in Kapitel 5.3 aufgezeigten Kommunikationsmodells von Schulz von Thun, sowie der SET-Kommunikation von Kreismann und Straus (vgl. Kapitel 2.3) als durchaus effizient erwiesen (Hartel, 2008b). Manche Beratungseinrichtungen folgen wiederum dem systemischen Ansatz, wobei der Klient im Mittelpunkt steht und selbst entscheidet, welchen Weg er geht, um das Problem zu lösen (Engelhardt, 2010).

Folgt man den aus der Literatur hier zusammengestellten Leitlinien (vgl. Tabelle 18, S. 123), sollte eine Beratungsfrage nicht am Bildschirm gelesen, sondern primär für eine bessere Überschaubarkeit ausgedruckt werden. Bestehen Unklarheiten bezüglich der Problemlage des Ratsuchenden oder sind dem Berater Zusammenhänge nicht verständlich, sollte er dem Klienten Fragen dazu stellen. Im Beratungsverlauf sollten zuerst gemeinsame Ziele der Beratung mit dem Klienten geklärt werden. Hierbei müssen sowohl die Möglichkeiten des Settings, wie auch seine Grenzen deutlich gemacht werden. Sucht der Ratsuchende vorwiegend nach Informationen, sollte der Berater diese vollständig und fehlerfrei vermitteln. Ein lösungsorientiertes Vorgehen zeichnet sich dadurch aus, dass es nicht zentral um die Problemorientierung geht, sondern sämtliche möglichen Wege aufgedeckt werden, die zur Lösung des Problems beitragen. Der Berater sollte die Ressourcen des Ratsuchenden erkennen, günstige Ausgangspunkte herausheben und ihm zugänglich machen, wobei der Erhalt seiner Eigeninitiative bedeutsam ist und der Experte nur eine unterstützende Rolle einnehmen sollte. Berichtet der Ratsuchende von bereits gelungenen Versuchen oder eigenen Fähigkeiten, kann mit diesen verstärkt an der Problemlösung gearbeitet werden. Möglicherweise werden durch Reframing oder durch eine andere Sichtweise verborgene Quellen entdeckt. Hierbei wird der Stärkung der Autonomie und des Selbstbewusstseins des Hilfesuchenden eine bedeutende Rolle zugewiesen. Der Beratene muss das Gefühl bekommen bzw. beibehalten, dass er selbst fähig ist, das Problem zu lösen, seine Kompetenzen und Fähigkeiten müssen anerkannt werden, insbesondere wenn er von Unsicherheit geprägt ist. Engelhardt (2010, S. 5) zufolge sollen Berater „ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Anregung und Hilfestellung auf der einen Seite und Autonomie des Ratsuchenden auf der anderen Seite schaffen“. Ein empathisches Vorgehen des Beraters, die Beachtung der Gefühle des Ratsuchenden, wie auch der Aufbau einer Beratungsbeziehung erwies sich als weitaus

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

fruchtbarer als z.B. Konfrontationsverfahren. Ferner können Schäden vermieden werden, indem Berater vorsichtig formulieren und vorgehen. Um einen Beratungsabbruch zu vermeiden, müssen Missverständnisse geklärt und die Beratungsbeziehung gestärkt werden. Zudem ist es durchaus von Vorteil, wenn die Akteure im Verlauf der Beratung immer wieder reflektieren, was bisher erreicht wurde, sie Fortschritte einschätzen und einen positiven Verlauf schätzen. Weist man den Ratsuchenden auf bereits Geleistetes hin, wird sein Selbstvertrauen gestärkt und trägt darüber hinaus letztlich zur Lösung des Problems bei (Engelhardt, 2010; Lang, 2001a; Ball, 2006).

<b>Qualitätskriterien für das methodische Vorgehen in einer Online-Beratung</b>
Beratungsanfrage ausdrucken, lesen und Anliegen einschätzen
Fragen stellen
Gemeinsam Ziele klären
Informationen vermitteln
Mögliche Lösungswege aufdecken
Ressourcen des Ratsuchenden finden und aktivieren
Autonomie des Ratsuchenden stärken
Selbstbewusstsein des Ratsuchenden stärken
Empathisch vorgehen
Gefühle des Ratsuchenden beachten
Beratungsbeziehung aufbauen und stärken
Keinen Schaden zufügen
Missverständnisse klären
Verlauf der Beratung reflektieren
Fortschritte (ein)schätzen und Geleistetes festhalten

Tabelle 18: Qualitätskriterien für das methodische Vorgehen in Online-Beratungen (vgl. Ball, 2006, S. 4f; Engelhardt, 2010, S. 4f; Lang, 2001a, S. 14f)

Speziell bei der Beantwortung einer Beratungsanfrage gibt es unterschiedliche Arten, wie man vorgehen kann. Bezüglich der äußeren Form kann ein Berater einen „neuen, vollständig [...] unabhängigen Text“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 138) verfassen, das Geschriebene des Ratsuchenden stehen lassen und auf die einzelnen Abschnitte Bezug nehmen oder eine Mischform aus beiden Varianten verwenden, in der nur einzelne Sätze des Klienten zitiert werden. Die Anrede kann sowohl in „Du“-, als auch „Sie“-Form gewählt werden, wobei sich Berater hier an der Anfrage orientieren oder direkt beim Klienten nachfragen können, welche Anrede er wünscht. Abschließend empfiehlt die Literatur den Anhang einer „Signatur“ am

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Ende der Antwort, worunter ein bis vier Zeilen gemeint sind, die den Namen und die E-Mail-Adresse des Experten, eventuell auch die Telefonnummer oder Website der Institution darstellen.

Orthographisch gesehen wird im Internet allgemein wenig auf Rechtschreibregeln geachtet, als Online-Berater sollte man jedoch auf ihre Korrektheit achten. Antworten sollten übersichtlich, strukturiert und für den Ratsuchenden leicht zu verstehen sein. Generell sollte jeder Berater im Laufe der Zeit seinen eigenen Stil entwickeln, wobei die verwendete Sprache auf das Alter, die Bildung und den sozialen bzw. kulturellen Hintergrund des Ratsuchenden abgestimmt sein sollte. Zudem sollte der Experte die „aktuelle physische und psychische Befindlichkeit [...], ein eventuell akutes Krankheitsbild [und] die Aufnahmefähigkeit und Aufnahmebereitschaft des Klienten“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 141) berücksichtigen. Wie zu erkennen ist, kann der Sprachstil bzw. die Ausdrucksweise somit je nach Klientenkreis variieren (ebd.).

Das nachfolgende „integrative Qualitätssicherungsmodell (IQSM)“ von Eidenbenz und Lang (Eidenbenz, 2009, S. 220ff) beschreibt das (empfohlene) systematische Vorgehen im Online-Beratungsprozess, wobei der Verlauf vom Eintreffen einer Anfrage des Ratsuchenden bis zum Abschicken einer Antwort des Beraters und darüber hinaus noch weitere Schritte gemeint sind. Der Ablauf gliedert sich in fünf Phasen (vgl. Tabelle 19, S. 125), in welche verschiedene Beratungsansätze integriert sind und „neben inhaltlichen und beziehungspezifischen auch unbewusste Ansätze mit einbezieht“ (Eidenbenz, 2009, S. 220). Die Nutzung des Modells soll Online-Beratern Unterstützung bei der Weiterentwicklung ihrer Beratungskompetenz und ihrer Lernmöglichkeiten bieten.

Beginnt ein Online-Berater eine erhaltene Anfrage zu lesen, kommt es zur Auslösung von Bildern und Gefühlen. Die Auseinandersetzung mit diesen und die Überprüfung der Haltung ist für die Beurteilung des Textes unverzichtbar (vgl. Punkt 1, Tabelle 19). Der Berater muss aus der Anfrage das Anliegen, die Problematik und mögliche Erwartungen des Ratsuchenden herauslesen, wobei nicht die Vermutungen des Beraters, sondern explizite oder implizite Formulierungen des Ratsuchenden ausschlaggebend sind (2). Um eine sinnvolle Hilfestellung leisten zu können, muss zudem geprüft werden, ob die eigenen Kompetenzen ausreichen, die Anfrage zu beantworten oder ob das Hinzuziehen von Kollegen oder eine Weiterleitung an diese sinnvoll(er) erscheint (3) (Heider, 2007). Zur richtigen Einschätzung der Beratungsanfrage des Ratsuchenden, sowie zur Entwicklung einer erweiterten Reflexionsbasis

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

wurde von Eidenbenz und Lang ein Instrument entwickelt, welches dem Berater bei diesen Schritten behilflich sein kann (vgl. Anhang E). Mit Hilfe von vorformulierten Fragestellungen, welche auf einer Skala von 1-4 eingestuft werden können, sollen Fragen bezüglich des Klienten (z.B. sein Problem, seine Emotionen, etc.) beantwortet werden. Zudem werden Projektionen des Klienten, Übertragungsprozesse und die Gestaltung der Beziehung mit einbezogen. Der Aspekt, ob sich die virtuelle Beratung für die Problematik des Klienten eignet, ist wesentlich für die Entscheidung über die weitere Vorgehensweise (Eidenbenz, 2009).

<b>Das systematische Vorgehen im Kernprozess der Online-Beratung</b>	
<i>Erste Phase</i>	1. Reflexion der eigenen Reaktion und Gefühle
	2. Einschätzung der Anfrage
	3. Prüfung der Zuständigkeit
<i>Zweite Phase</i>	4. Entwurf eines Plans
	5. Aufbau einer Antwort
<i>Dritte Phase</i>	6. Reflexion des Beraters
<i>Vierte Phase</i>	7. Feedback des Klienten
<i>Fünfte Phase</i>	8. Evaluation des Beraters

Tabelle 19: Das systematische Vorgehen im Kernprozess der Online-Beratung  
(vgl. Heider, 2007, S. 47ff; Eidenbenz, 2009, S. 220ff)

Vor der Formulierung einer Antwort, sollte der Berater einen Plan entwerfen, wie er auf diese und weitere Anfragen reagieren möchte (4). Zur bewussten Entwicklung einer Strategie gehört einerseits die Berücksichtigung der einzelnen, vom Klienten aufgeführten Punkte, andererseits die Entscheidung, welcher Aspekt fokussiert werden soll und welche Gesichtspunkte „in den Hintergrund treten [...], nur angeschnitten oder [ganz] weggelassen werden“ (Eidenbenz, 2009, S. 223). Weiterhin bedarf es der Berücksichtigung der Ressourcen des Klienten, der Eröffnung neuer Sichtweisen, der Vermittlung von Sachinformationen, wie auch der Formulierung eines Teilzieles. Handelt es sich nicht um eine Erstanfrage, sollte das Ziel mit dem gemeinsam formulierten Beratungsziel in Einklang stehen. Nachdem ein solcher Plan entworfen wurde, kommt es zur Verfassung einer Antwort (5), welche abschließend ein Angebot enthalten sollte, dass sich der Ratsuchende wieder melden darf und/oder Empfehlungen von anderen Angeboten beinhaltet (Eidenbenz, 2009; Heider, 2007). Beim Verfassen der Antwort ist ebenso die Berücksichtigung formaler Rahmenbedingungen wie z.B. „die Gestaltung einer E-Mail, [...] die Form, die Formulierung, die Anrede und

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Ansprache“ (Hartel, 2008b, S. 35) bedeutsam. Anhang E liefert eine Strategie für die Vorgehensweise des Beraters in der zweiten Phase.

Die dritte Phase des Kernprozesses widmet sich der Reflexion des Beraters. Nachdem dieser seine Antwort verfasst hat, sollte er vor dem Absenden den Fall als Einheit betrachten. Hierfür eignet sich ein Fragebogen (siehe Anhang E), welcher als „Reflexionsinstrument zur Weiterentwicklung und Qualitätssicherung der eigenen Beratungs- und Prozesskompetenz“ (Eidenbenz, 2009, S. 224) angesehen wird. Bei der Beantwortung der Fragen kann sich der Berater seiner eigenen Belastung und des Beratungsprozesses bewusst werden.

Nachdem die Beratungsanfrage verfasst wurde und beim Ratsuchenden eingegangen ist, kann die vierte Phase genutzt werden, um dem Beratenden die Möglichkeit zu geben, dem Berater ein Feedback zu hinterlassen (7). Der Feedbackfragebogen (siehe Anhang E) versteht sich als „Kurzevaluation“ des Beratungsprozesses. Mithilfe dieser Ergebnisse hat der Berater in der fünften Phase die Gelegenheit, sein eigenes Vorgehen zu überdenken, selbstreflexiv zu korrigieren und letztendlich daraus für die weitere Online-Beratungsarbeit dazu zu lernen (8) (Eidenbenz, 2009).

Neben den bisher bereits erwähnten Vorgehensweisen sind in der Literatur weitere Methoden und Konzepte vorzufinden, welche Online-Berater in ihrer virtuellen Beratungsarbeit nutzen. Erwähnenswert sind hier insbesondere die Methode des „zwischen den Zeilen Lesens und Antwortens“ (mit Einbezug der „Fokusformulierung“), die bereits angeführte „systematische Metaphernanalyse“, wie auch das weit verbreitete „Vier-Folien-Konzept“, da sie einen zentralen Stellenwert einnehmen. Die folgenden Abschnitte widmen sich den genannten Techniken.

### **6.1.1 Zwischen den Zeilen lesen und schreiben**

Eine Kommunikation von Gegenüber zu Gegenüber, wie man es aus traditionellen Beratungen üblicherweise kennt, ist grundsätzlich etwas anderes, als mit einem Text auf einen Text zu antworten. Wie bereits in Kapitel 5.3 aufgeführt wurde, kann eine Beratungsanfrage nach dem Kommunikationsquadrat von Schulz von Thun vier Ebenen aufweisen, deren Beachtung ein erleichtertes Lesen bedingt. Um all diese „Aussagen, [...] Absichten, [...] ihren Sinnzusammenhang [...] zu verstehen und in einen größeren Zusammenhang einordnen zu können“ (Knatz, zitiert nach Rott, o.J., S. 45) benötigen Online-Berater nicht nur die Kompetenz, aufmerksam, sondern auch zwischen den Zeilen gezielt lesen und ebenso

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

empfindsam antworten zu können. Derartige Lese- und Antworttechniken, welche beispielsweise hermeneutische Ansätze liefern, sind durchaus trainierbar. Da ein Berater im Internet nicht der Person direkt, sondern seinem Text begegnet und er nicht nur Wissen vermitteln, sondern zugleich Unterstützung bieten soll, ist es unbedingt notwendig, sich gründlich mit der Beratungsanfrage auseinanderzusetzen (Rott, o.J.; Schulte-Steinicke, 2002).

Im Allgemeinen meint zwischen den Zeilen zu lesen „die Andeutungen eines geschriebenen Textes zu verstehen, sich über die [...] Worte Gedanken zu machen, sie zu analysieren [und] den tieferen Sinn zu ermitteln, der sich nicht immer unmittelbar [...] ergibt“ (Knatz, 2008, S. 2). Es geht um das logische Ziehen von Folgerungen und die Interpretation dessen, was man gelesen hat. Um sich auf den Text vollkommen einlassen und die Erzeugung von Wirkungen zulassen zu können, sollte man sich ausreichend Zeit dazu nehmen. Berater haben beim Lesen von Beratungsanfragen unterschiedliche Methoden zur Auswahl, die aber auch miteinander kombiniert werden können: Sie können den Text sowohl psychoanalytisch, phänomenologisch, als auch dialogisch und technisch lesen. Um einseitige Betrachtungen in mehrdimensionale Sichtweisen zu verwandeln, empfiehlt es sich, Beratungsanfragen „mehrfach unter jeweils unterschiedlichen Blickwinkeln zu lesen“ (Fritsch, 2009, S. 63).

Grundsätzlich rät Schulte-Steinicke (2002) den Text wiederholt zu lesen, wobei der beim ersten Mal entstandene Gesamteindruck beim zweiten Lesen erweitert werden sollte, indem man zu den Stimmungen Informationen und Anzeichen zu den Kerngedanken findet und mithilfe diesen vorläufige Vermutungen bildet, die im weiteren Verlauf geprüft werden und mit denen anschließend gearbeitet werden kann. Dieser hermeneutische Ansatz verdeutlicht, dass man nach einem ersten allgemeinem Eindruck immer auf Feinheiten stößt, die einerseits „versteckte Hinweise auf tiefergehende Zusammenhänge und Kontexte“ (ebd., S. 24) sind, andererseits aber genauso wiederholte Stimmungslagen aufweisen können. So lässt sich meist hinter einem offensichtlichen, manifesten Text eine durchaus verborgene, latente Aussage finden, wobei Letztere nicht direkt erkennbar ist. Um die Gefühle des Ratsuchenden besser nachvollziehen zu können und seine Situation zu begreifen, muss der Experte zwischen den Zeilen lesen. Eine voreilige Interpretation des Textes kann zu fehlerhaften Schlüssen führen, insbesondere wenn dem Berater nicht bewusst ist, dass bei ihm entstandene Gefühle, Gedanken und Bilder nicht zwangsläufig die des Ratsuchenden sein müssen. Ohne sich in „eigenen Interpretationen zu verirren“ (Brunner, 2006, S. 6) sollten Berater diesen dennoch nachgehen, um das zu finden, was der Schreiber unbewusst in die Nachricht gelegt hat und

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

berichten möchte (*psychoanalytisches Lesen*). Da Experten aufgrund von Informationsmangel dazu neigen, zu viel in eine Beratungsanfrage hineinzudeuten und/oder überstürzt Diagnosen zu stellen, rät Brunner (2006, zitiert nach Pammer, 2008, S. 50) vorurteils-, bewertungsfrei und distanziert am Text zu bleiben und „dabei zu versuchen, all das herauszuholen, was vorhanden ist“. Geht man beim Lesen unvoreingenommen vor, stellt man Vermutungen und Annahmen erst einmal in den Hintergrund und bleibt man bei dem, was unmittelbar vor einem liegt (der Text), so kann sich später eine neue Sichtweise entwickeln (*phänomenologisches Lesen*). Weiterhin können Berater den Text beim *dialogischen Lesen* als eine Art inneren Dialog des Verfassers mit sich selbst betrachten, welcher eine Wirklichkeit konstituiert. Grundlage ist der dialogische Ansatz, bei welchem es darum geht, dass Klient und Berater durch eigene, innere und auch wechselseitige Dialoge alleine und gemeinsam die Problematik des Klienten erkunden. (Weitere Ausführungen zum dialogischen Ansatz lassen sich aus der Literatur entnehmen (z.B. Zenner & Gielen, 2009; Fritsch, 2009). Schreiben Experten alle Fragen, Gedanken und Einfälle auf, die ihnen beim Lesen einfallen, können sie diese als Basis für die Antwort nutzen. Obendrein können ebenfalls die „Struktur, [der] Sprachstil, die Wortwahl und die Schriftart“ (Pammer, 2008, S. 51) aufschlussreich für die Auslegung und Deutung der Beratungsanfrage sein (*technisches Lesen*). Spezielle Textanalysemethoden aus der Literaturkritik können von Online-Beratern genutzt werden, um auch aus den formalen Kriterien des Textes mehr Informationen über den Klienten zu bekommen (Schulte-Steinicke, 2002; Pammer, 2008; Knatz, 2008; Brunner, 2006).

Bevor nun vom Lesen zum Schreiben übergegangen wird, soll eine weitere Technik kurz vorgestellt werden, die zwischen diesen Schritten am besten ihre Verwendung findet: Die *Fokusformulierung*. Um den Beratungsprozess aktiv steuern, strukturieren und erfolgreich intervenieren zu können, müssen sich Online-Berater in der Vielzahl der Informationen, Mitteilungen und Gefühle des Klienten zurechtfinden. Hierbei empfiehlt Hintenberger (2009b, S. 1) einen Fokus zu formulieren, was „das Durchdringen von Oberflächenphänomenen hin zu Tiefenstrukturen oder das Voranschreiten von Problemzonen zu Lösungsräumen“ meint. In der Literatur gibt es, je nach theoretischem Hintergrund, unterschiedliche Möglichkeiten zur Fokusformulierung (vgl. Lachauer, 2004; Klüwer, 1995; Kämmerer & Hentschel, 1996; Luborsky, 1978). Bei allen Vorgehensweisen geht es darum, zuerst die Hauptproblematik zu erkennen und seine Symptome zu beschreiben. Nachdem im zweiten Schritt unbewusste Hintergründe dargestellt wurden, soll anschließend eine Verbindung zwischen den Erkenntnissen hergestellt werden: Der Fokus. Das Vier-Folien-

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Konzept, welches in Kapitel 6.1.3. noch genauer beschrieben wird, hat sich hier als sehr geeignet erwiesen. Anhang F veranschaulicht anhand von Beispielen, wie die Erarbeitung eines Fokalsatzes aussehen kann.

Wurde die Beratungsanfrage hinreichend durchgearbeitet und beleuchtet, stehen Online-Berater vor der Aufgabe, eine Antwort zu verfassen. Die vier Ebenen des Modells von Schulz von Thun, insbesondere ihre gleichartige Gewichtung sind auch weiterhin zu berücksichtigen (Pammer, 2008). Obwohl standardisierte Antworten in der Beratungsarbeit eher unüblich und unvorteilhaft sind, schlägt Schulte-Steinicke (2002) ein Verfahren vor, welches Internet-Berater bezüglich der Anfragen durchaus anwenden können (vgl. Tabelle 20, S. 130). Das Muster kann je nach Klient, Anliegen etc. variiert Verwendung finden und sollte individuell an den Inhalt der Beratungsanfrage angepasst werden. Zudem muss bei der Beantwortung bedacht werden, dass sich die Situation in der Zwischenzeit auch verändert haben kann (Pammer, 2008).

Nach einer freundlichen Begrüßung des Klienten sollte der Berater das wiedergeben, was er seiner Meinung nach verstanden oder auch nicht verstanden hat. Eine solche empathische Spiegelung geschieht unter anderem durch eine fragende Vorgehensweise und indem z.B. Schlüsselbegriffe mit aufgenommen werden, die der Klient benutzt hat. Gleichmaßen ist es von Vorteil, Deutungen und Vorschläge in Hypothesen und Fragen einzubetten, da sie auf diesem Weg besser vom Klienten angenommen werden und somit einen offeneren Austausch erlauben. Außerdem können die Ratsuchenden so fehlerhafte Deutungen des Beraters korrigieren. Mögliche Wege zur Problemlösung sollten begründet übermittelt werden und weiterhin Wahlmöglichkeiten zulassen. Um einen erfolgreichen Beratungsprozess zu ermöglichen, muss der Berater dem Ratsuchenden in der Antwort zeigen, dass er ihn dabei unterstützen wird, mit dem Problem selbstreflexiv und –verantwortlich umzugehen. Das Ausdrücken von „positiver Wertschätzung [...], Lob und Anerkennung“ (Knatz, 2008, S. 11), wie beispielsweise dass man es toll findet, dass sich der Klient seiner Problematik stellt, erwies sich als vorteilhaft. Durch die Würdigung des Gegenübers kann der Experte zudem ein Beziehungsangebot vermitteln. Abschließend sollte der Beratungstext abgeschlossen und durch einen Gruß beendet werden, wobei der Klient zu weiteren Antworten eingeladen wird (Schulte-Steinicke, 2002; Knatz, 2008; Rott, o.J.).

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

<b>Standardisiertes Muster zur Beantwortung von Beratungsanfragen</b>
1. Anrede des Ratsuchenden
2. Spiegelung dessen, was der Online-Berater glaubt verstanden zu haben
3. Versuch einer Deutung des Anliegens
4. Konkrete Vorschläge und Ratschläge zum Anliegen
5. Anregung für weiteres selbstreflexives Schreiben
6. Würdigung des bisherigen Entwicklungsganges
7. Abschluss und Gruß

Tabelle 20: Standardisiertes Muster zur Beantwortung von Beratungsanfragen  
(Schulte-Steinicke, 2002, S. 35)

Allgemein sollte beim Schreiben von Beratungstexten noch berücksichtigt werden, dass zwischen der Beziehungs- und der Sachebene unterschieden wird. Während auf der Sachebene Informationen vermittelt werden, Orientierung und Aufklärung geboten wird, steht auf der Beziehungsebene der Aufbau einer Beratungsbeziehung im Mittelpunkt. Aufgrund der Tatsache, dass das Gegenüber, der Klient, abwesend ist, muss der Berater zuerst eine Beziehung zu dem vorliegenden Text aufbauen. Dies geschieht durch „intensives, methodisches und engagiertes Lesen“ (Brunner, 2006, S. 9). Anschließend kann die entstandene Beziehung zum Text in die Beratungsantwort transformiert werden, indem man das niederschreibt, was man glaubt, was der Ratsuchende vermitteln wollte. Auf diese Weise fühlt er sich vom Berater verstanden, was wiederum Vertrauen aufbaut und somit eine Bindung ermöglicht. Obwohl dies schwer erscheint, ist auch die Formulierung des Sachteiles nicht leicht. Berater müssen aus der Anfrage den Informationsbedarf ermitteln, passende Auskünfte heraussuchen und diese gut strukturiert wiedergeben, sodass der Ratsuchende sie verstehen und annehmen kann. Dabei muss auf der einen Seite darauf geachtet werden, das Thema zu treffen. Auf der anderen Seite ist eine „gute Balance zwischen genug und nicht zu viel Information“ (Brunner, 2006, S. 8) zu berücksichtigen.

### 6.1.2 Die systematische Metaphernanalyse

Zu den Techniken, die ein Online-Berater beim Lesen und Beantworten von Beratungsanfragen verwenden kann, existieren in der virtuellen Beratungswelt weitere spezielle Vorgehensweisen wie beispielsweise die systematische Analyse von Metaphern, welche sich auf die Arbeit von Lakoff und Johnson (Leben in Metaphern - Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern, 2003, zitiert nach Fritsch, 2009) stützt.

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Kapitel 5 beschäftigte sich bereits mit den Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation und deutete an, dass die Verwendung von Metaphern im textbasierten Beratungskontext keine Seltenheit darstellt. Nach der Übertragung von Merkmalen eines Begriffes auf einen anderen, gebrauchen Ratsuchende diese bildlichen Vergleiche nicht nur, um eine Begebenheit künstlerisch zu beschreiben, sondern drücken damit unreflektiert ihre Stimmungen und Gefühle aus. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass Metaphern nicht einzeln und sporadisch benutzt werden, sondern logische und zusammenhängende Muster des Denkens, Wahrnehmens, Handelns und der Kommunikation bilden. Je nachdem in welcher Art und Weise ein Mensch Metaphern anwendet, so denken und handeln sie differierend. Ziel des Beraters in diesem Kontext ist es, mit Hilfe der Metaphern „einen Zugang zu individuellen Denk- und Handlungsschemata ihrer KlientInnen zu bekommen, diese zu reflektieren [...]“ (Beck, 2007, S. 1), den Klienten vor Augen zu halten und ferner ihre Denkmuster und Blickwinkel zu erweitern. Auf diese Weise werden verwendete Sprachbilder für den Beratungsprozess nutzbar gemacht und können somit intervenierend zur Veränderung von Verhaltensweisen eingesetzt werden (Fritsch, 2009; Beck, 2007). Die Vorgehensweise bei der Metaphernanalyse soll im Folgenden kurz dargestellt werden (vgl. Tabelle 21).

<b>Vorgehensweise bei der systematischen Metaphernanalyse</b>	
1.	Definition des Zielbereichs und Präzision der Fragestellung
2.	Identifizierung von Metaphern im Text
3.	Zusammenfassung der Metaphern zu metaphorischen Konzepten
4.	Interpretation der metaphorischen Konzepte <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Vergleich der metaphorischen Konzepte</i></li><li>• <i>Beachtung impliziter Gliederungen und Werte</i></li><li>• <i>Deutung von Stärken, Ressourcen und Grenzen</i></li><li>• <i>Konflikte zwischen metaphorischen Konzepten</i></li><li>• <i>Evtl. Validierung der Interpretation</i></li></ul>
5.	Intervention <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Wandel innerhalb eines metaphorischen Konzeptes</i></li><li>• <i>Ersatz metaphorischer Konzepte durch Neue</i></li></ul>

Tabelle 21: Die Vorgehensweise bei der systematischen Metaphernanalyse (Beck, 2007; Beck, 2009)

Zu allererst muss der Online-Berater das Thema des Ratsuchenden erkennen, definieren und präzise die Art der Probleme formulieren, z.B. alltägliche Probleme des *Lebens* (1). Um Metaphern interpretieren zu können, muss die Beratungsanfrage nach unsystematischen

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausklick?

Ausdrücken durchsucht werden, welche als Metaphern anzusehen sind und dem Zielbereich der Beratung entsprechen (2). Im dritten Schritt bedarf es einer Zusammenfassung der gefundenen Sinnbilder zu metaphorischen Konzepten (3). Hierbei wird nach der Formel „Ziel = Quelle“ vorgegangen, was bedeutet, dass es zu jedem Ziel (z.B. Problem im *Leben*) ein *Konzept* gibt (*Leben* = *x*), nach welchem der Klient lebt. In Bezug auf das Beispiel „Ziel = Leben“ können Menschen das Leben unter anderem als *Weg* (z.B. neben der Spur sein, in einer Sackgasse stecken etc.), als *Kampf* (sich durchboxen, sich durch den Tag schlagen etc.), als *Gebäude* (z.B. ein Leben aufbauen, die Zukunft verbauen etc.) oder auch als ein *Auf und Ab* (z.B. abstürzen, auf der Spitze der Karriere sein etc.) sehen. Jede im Text identifizierte Metapher muss einem Konzept zugeordnet werden. Die Konzepte und ihre Interpretation geben Aufschluss darüber, wie der Ratsuchende das Problem versteht (4). So kann die Interpretation mit einem Vergleich der Konzepte beginnen (z.B. Welche Konzepte fehlen? Welche Konzepte verwendet der Ratsuchende oft?), wobei „unterschiedliche Handlungs- und Erlebensmöglichkeiten“ (Beck, 2007, S. 8) deutlich werden. Weiterhin enthalten die vorhandenen Konzepte meist „implizite Gliederungen und Werte“ (ebd.), welche wiederum Diagnosen ermöglichen. Die Betonung bzw. das Ausblenden bestimmter Aspekte lassen auf die Stärken und Ressourcen bzw. Grenzen des Ratsuchenden in Bezug auf seine Problematik schließen. Bestehen „Konflikte zwischen metaphorischen Konzepten“ kann dies als Hinweis auf Konflikte, Niederlagen oder Handlungsprobleme des Klienten gedeutet werden. Nachdem der Berater sämtlich identifizierte und zugeordnete Metaphern analysiert hat, besteht die Möglichkeit, seine Aussagen durch Rückfragen an den Klienten zu bestätigen, vervollständigen oder gegebenenfalls berichtigen zu lassen. Anschließend erfolgt der Schritt der Intervention, wobei Berater vor der Aufgabe stehen, dem Ratsuchenden die unbewussten, kognitiven Sinnstrukturen zu verdeutlichen (5). Allein das Ausformulieren einer Metapher und ihre Deutung können beim Ratsuchenden zu einer veränderten Handlungsbereitschaft führen. Schafft es der Ratsuchende, die Interpretation an sich heranzulassen und zu verstehen, kann weiterführend im Sinne von Veränderungen des Verhaltens und/oder der Wahrnehmung interveniert werden. Indem man ihm neue metaphorische Konzepte anbietet, ihm beispielsweise rät, das Leben nicht als Kampf, sondern als Weg zu sehen, werden ihm alternative Möglichkeiten geboten. Eine erfolgreiche Umwandlung des vorher bestehenden Konzeptes in ein Neues kann „zu einer wirkungsvollen Problembearbeitung“ (Beck, 2009, S. 137) führen. Als zweite Interventionsmöglichkeit sei die Umdeutung von Metaphern eines Konzeptes zu nennen. Hiermit ist gemeint, den Ratsuchenden anzuleiten, den Sachverhalt aus

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

einer anderen Sichtweise wahrzunehmen (vgl. Reframing). Eine vertiefende Darstellung der Vorgehensweise lässt sich aus der weiterführenden Literatur entnehmen (vgl. Beck, 2009, S. 131ff). Anhang G versucht die Vorgehensweise und das Verständnis der Metaphernanalyse an einem Beispiel zu verdeutlichen.

Für die Praxis erwies es sich als vorteilhaft, wenn Online-Beratern eine große Anzahl von metaphorischen Konzepten bekannt und bewusst sind, da sie „eine hilfreiche Basis für die Analyse“ (Beck, 2007, S. 7) darstellen. Die Experten müssen für das Erkennen von Metaphern sensibilisiert, sowie für ihre Analyse und Bewertung angeleitet werden (z.B. in Supervisionen), da diese Arbeitsweise sehr gehaltvoll für Ratsuchende und Berater sein kann. Der Einsatz dieser methodischen Vorgehensweise verspricht viel, wenn auch bisher nur wenige Forschungen zu ihrer Wirksamkeit existieren. Es bedarf weiterer Studien zur Wirksamkeit der Metaphernanalyse, um diese eindeutig bewerten zu können (Beck, 2007). Dies kann jedoch im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht geleistet werden. Dennoch soll herausgefunden werden, in welchem Ausmaß Online-Berater diese Methode verwenden.

### 6.1.3 Das Vier-Folien-Konzept

Eine von Knatz und Dodier (2003) speziell für die Beratung per E-Mail entwickelte Methode, die sich „auf nationaler und europäischer Ebene [...] bewährt“ (Hartel, 2008b, S. 36) hat, ist das Vier-Folien-Konzept. Es stellt einen Vorschlag dar, wie Online-Berater in der Praxis, insbesondere bei der Bearbeitung von Erstanfragen vorgehen können. Es muss hervorgehoben werden, dass diese „praxisnahe, schrittweise Anleitung“ (Knatz, 2008, S. 9) eine Art „Orientierung und [...] Hilfestellung“ (Englmayer, 2005, S. 26) sein soll, nicht jedoch „als strenge, unbedingt einzuhaltende Richtlinie verstanden werden [soll]“ (ebd.). Prinzipiell fasst das Konzept, welches bereits „in vielen Fort- und Weiterbildungen erfolgreich erprobt [wurde]“ (Knatz & Dodier, 2003, S. 142), alle Erkenntnisse und empfohlene Handlungen der letzten Abschnitte unter vier verschiedenen Sichtweisen, den vier Folien, zusammen und kann den Experten beim Erfassen und Verstehen der Anfrage, wie auch beim Schreiben einer Antwort unterstützen. Viele Punkte können auch im nachfolgenden Austausch Anwendung finden (Knatz, 2008; Rott, o.J.).

Bei der Bearbeitung bzw. Beantwortung von Beratungsanfragen haben Online-Berater zum Ziel, sich dem Klienten vorsichtig anzunähern und einen Kontakt aufzubauen, wobei das Anliegen bzw. die Probleme benannt und Schwerpunkte gesetzt werden sollen. Weiterhin soll man Klienten ohne Druck zu weiteren Antworten einladen. Wie bei den bisher genannten

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

methodischen Vorgehensweisen in den vorangegangenen Abschnitten empfiehlt es sich, die Anfrage zuerst auszudrucken, beim Lesen Schlüsselbegriffe zu markieren und Anmerkungen zu formulieren. Nachfolgend soll sich der Berater den Fragestellungen der vier Folien widmen und versuchen, diese zu beantworten. Eine übersichtliche Darstellung der einzelnen Folien mit allen möglichen Fragestellungen ist dem Anhang H zu entnehmen. Das Verfahren soll dem Experten helfen, sich zu orientieren und dabei unterschiedliche Sichtweisen einzunehmen (Englmayer, 2005; Knatz & Dodier, 2003).

Die 4 Folien des Konzepts	
1. Folie: Der eigene Resonanzboden	3. Folie: Diagnose
2. Folie: Das Thema und der psychosoziale Hintergrund	4. Folie: Intervention

Tabelle 22: Die 4 Folien des Konzepts (Knatz & Dodier, 2003, S. 143f)

Die *erste Folie* widmet sich den beim Lesen entstandenen Gefühlen, Assoziationen, Phantasien und Bildern des Beraters und soll ihm helfen, seinen eigenen Resonanzboden wahrzunehmen. Hierbei sollte er sich fragen, ob er eine Intervention via Internet für angebracht hält oder ob eine Weitervermittlung an eine andere Einrichtung notwendig ist. Weiterhin sollte dem Berater klar werden, ob es ihm nach seinem Gefühl möglich ist, mit dem Ratsuchenden eine Beziehung aufzubauen.

Das Thema bzw. die Problematik mit Bezug auf den psychosozialen Hintergrund des Ratsuchenden ist Gegenstand der *zweiten Folie*. Berater sollten im zweiten Schritt mit Hilfe von Schlüsselbegriffen und der Herausfilterung von Fakten (z.B. Alter, Geschlecht, Familienstand etc.) versuchen, sich ein Bild vom Verfasser des Textes zu machen. Hierbei spielt auch der soziale und kulturelle Kontext eine Rolle, sofern es Hinweise dafür gibt. Zudem bedarf es der Erarbeitung potentieller Ressourcen, Stärken, wie auch Schwächen des Klienten.

Die *dritte Folie* widmet sich einerseits dem Thema und Ziel des Ratsuchenden (Ist ihm das Ziel klar?), andererseits soll der Auftrag geklärt werden. Das bedeutet für den Berater zu hinterfragen, welche Fragen, Erwartungen und Wünsche der Ratsuchende an ihn hat. Das Aufstellen von Hypothesen und Überlegen weiterer (offener) Fragen ist ebenfalls Gegenstand des dritten Schrittes, bei dem der Experte einen diagnostischen Blick auf das Unbewusste im Ratsuchenden wirft.

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Beim Verfassen einer Antwort (*vierte Folie*), dessen zentraler Bestandteil das Feedback darstellt, sollten die bereits in den letzten Abschnitten genannten Hinweise und Empfehlungen beachtet werden (Anrede, Sprachstil, Beantwortung von Fragen, Ausdruck von Wertschätzung, Aufzeigen von Problemlösungswegen etc.). Knatz und Dodier (2003) merken an, dass sich die Äußerung von Wünschen positiv auf die Motivation des Ratsuchenden auswirken kann, sodass er bereitwilliger an seinem Problem arbeiten möchte. Ferner erscheint es sinnvoll, diesem neben den Möglichkeiten der virtuellen Beratung auch deren Grenzen aufzuzeigen (Knatz, 2006b; Pammer, 2008; Knatz, 2008; Hartel, 2008b; Fritsch, 2009; Knatz, 2009b). Eine zusammenfassende Übersicht zur Intervention, sowie der vorherigen Folien ist in Anhang H zu finden. Die entsprechende Literatur (vgl. Knatz & Dodier, 2003, S. 145ff; Knatz, 2009b, S. 111ff) bietet weiterführend eine detaillierte Darstellung der Verwendung dieses erprobten Online-Beratungsinstrumentes anhand von Fallbeispielen.

Bei genauerer Betrachtung des Vier-Folien-Konzeptes, lassen sich Ähnlichkeiten zu bisher erwähnten Methoden der internetbasierten Beratungen finden. Folglich haben Online-Berater die Möglichkeit, einzelne Konzepte zu verfolgen oder diese miteinander zu kombinieren (Rott, o.J.). Es sei noch anzumerken, dass es bei der Online-Beratung nicht darum geht, möglichst viele Methoden in der Praxis anzuwenden. Vielmehr ist es effizienter, wenn Online-Berater verschiedene Ansätze und Techniken kennen, aber daraus ihren eigenen Stil entwickeln, mit dem sie sich am besten ausdrücken können. Gelingt dies, „kann Verständigung geschehen und in dieser Verständigung auch viel Hilfreiches und Heilsames“ (Brunner, 2006, S. 10). Daher möchte die vorliegende Untersuchung herausfinden, welche Konzepte den tätigen Online-Beratern bekannt sind bzw. nach welchen Methoden sie vorgehen. Der nachfolgende Abschnitt widmet sich der Wirksamkeit von Online-Beratungen.

### **6.2 Zur Wirksamkeit von Online-Beratungen**

Während sich die vorherigen Abschnitte mit der Praxis beschäftigten und die methodische Vorgehensweise darstellten, soll im Folgenden ein Blick auf die Effektivität von Online-Beratungen gerichtet werden, wobei neben den bekannten Wirkfaktoren vor allem Ergebnisse der Wirksamkeitsforschung im Vordergrund stehen. Während vor einigen Jahren nur wenige Studien über mögliche Wirkmechanismen existierten, gibt es Lang (2005b) zufolge mittlerweile eine bemerkenswert große Anzahl von Untersuchungen, wobei sich die Meisten auf eine relativ kleine Stichprobe beziehen oder keine Kontrollgruppe zum Vergleich hatten. Auch wenn nicht alle Ergebnisse Schlüsse auf die allgemeine Wirksamkeit von Online-

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Beratungen zulassen, liefern die Forschungen überwiegend positive Befunde (Lang, 2005b; Hartel, 2008b).

Eine Studie von Klapproth und Niemann (2000) ergab bei 35,4% aller Nutzer einer psychologischen Beratung per E-Mail einen Beratungserfolg (Lösung von mindestens einem Problem) und/oder die Beratung wurde positiv bewertet. Das entspricht einem zustimmenden Befund bei einem knappen Drittel. Befragungen von Online-Beratungsnutzern selbst zur Wirksamkeit ergaben fast nur positive Ergebnisse. So gaben in einer Prae- und Postbefragung von Kriener (zitiert nach Lang, 2002a) 39% aller Befragten an, dass Online-Beratungen genauso hilfreich sind wie andere Therapien, 29% antworteten mit „vielleicht“.

Ott (2003, zitiert nach Hartel, 2008b) fasste in einer Meta-Analyse alle bis 2003 durchgeführten Untersuchungen zu „internetgestützten Interventionen“ zusammen und verglich deren Ergebnisse. Insgesamt konnten bei 86,7% der Untersuchungen (das entspricht 26 von 30 Studien) positive Effekte gefunden werden, insbesondere in den Problembereichen „Angst- und Panikstörungen, Essstörungen und psychische Erkrankungen“ (ebd., S. 30). In Bezug auf depressive Störungsbilder fielen die Ergebnisse tendenziell schlechter aus (Kral, 2005). Aufgrund dieser Befunde interessiert sich die vorliegende Untersuchung für die Frage, ob die Effektivität internetbasierter Beratungen problemspezifische Merkmale aufweist.

Auch bei der Untersuchung der Effektivität von spezifischen Projekten kamen durchwegs vielversprechende Ergebnisse heraus. So bewerteten drei Viertel der Klienten des „Salut!“-Projekts, ein Selbsthilfeprogramm im web zur Behandlung von Essstörungen, dieses positiv. In gleicher Weise erzielte das internetbasierte Projekt „Traumatherapie“ in empirischen Erhebungen (vor, direkt nach und sechs Wochen nach der Behandlung) durchaus effektive Resultate: Ängste, körperliche und depressive Beschwerden wurden stark reduziert und auch vermeidende Verhaltensweisen gingen stark zurück. Es erwies sich sogar eine größere Effektivität der internetbasierten Behandlung im Gegensatz zur traditionellen Behandlung von traumatisierten Menschen (Lang, 2005a).

In einer US-amerikanischen Studie wurden 24 Menschen mit einer Angstproblematik beraten, wobei u.a. das Angstniveau vor und nach dem Setting, sowie die Erregung währenddessen gemessen wurden. Während 12 Probanden eine herkömmliche face-to-face-Beratung erhielten, geschah die Beratung der Kontrollgruppe (N = 12) per Chat. Bei beiden Gruppen zeigte sich nach der Intervention eine verringerte Ängstlichkeit (keine signifikanten

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Unterschiede zwischen Versuchs- und Kontrollgruppe), „die Erregung während der Beratungssitzung lag bei der F2F-Gruppe signifikant höher“ (Eichenberg, 2002, S. 28).

Eichenberg (2007) ging in ihrer Evaluation des ProFamilia-Angebots „Sextra“, einer Online-Sexualberatung, ebenfalls der Wirksamkeit dieser Interventionsform nach. Ein Blick auf die subjektive Einschätzung der Ratsuchenden lieferte erste Befunde für den Erfolg der dort geleisteten Beratungsarbeit: „25% [der Befragten] waren sehr zufrieden, 41% waren zufrieden, und nur 4% waren sehr unzufrieden“ (ebd., S. 255) mit der Beratung. Zudem berichteten 23% von einer positiven Veränderung in ihrem Leben, wie beispielsweise von einer „Steigerung des Selbstwertgefühls“, was es ihnen schließlich ermöglichte, ihr Problem anzugreifen oder von „emotionalen Veränderungen“ (ebd.) wie z.B. einer Verminderung negativer Affekte. Immerhin 56% glaubten, dass es zukünftig noch zu einer Besserung kommen wird. Neben subjektiven Kriterien ging die Forscherin weiterhin objektiven Kriterien nach, um die Wirkungsweise bewerten zu können. Der Vergleich der Werte der Befragten zur „Unsicherheit im Sozialkontakt“, zur „Depressivität“, sowie zur „Ängstlichkeit“ von zwei Messzeitpunkten ergab eine signifikante Verringerung depressiver und ängstlicher Gefühle, was wiederum als sehr effizient bewertet wurde. Bezüglich der Unsicherheit änderte sich hingegen nichts. Ferner wurden die Probanden gebeten, selbst einzuschätzen, welche Kriterien ausschlaggebend für den Beratungserfolg waren. Als besonders hilfreich erwies sich die Möglichkeit, sich jemandem anvertrauen und über ihre Probleme sprechen zu können. Ebenso bedeutungsvoll war es, einen Rat, Lösungsvorschläge und/oder konkrete Tipps zu erhalten. Mit Hilfe von qualitativen Inhaltsanalysen ausgewählter E-Mails von zufriedenen und unzufriedenen Ratsuchenden (Kontrastgruppenvergleich) und dazugehöriger Antworten der Berater ging Eichenberg (2007) zusätzlich der Frage nach, inwiefern sich die Interventionstechniken in den Gruppen unterschieden. Dabei ergab sich, dass Berater zufriedener Klienten unverkennbar häufiger konkrete Informationen vermittelten, Fragen zum tieferen Verständnis stellten, die Beratenden lobten und/oder ermunterten und ihr Zustandsbild beschrieben. Im Gegensatz dazu erkannte die Forscherin in den Antworten der Berater unzufriedener Klienten besonders oft eine „Empathiestörung“ (ebd., S. 260). Die Berater verwiesen hier zudem weitaus häufiger auf traditionelle Beratungsstellen und berücksichtigten nicht immer alle Aspekte der Problematik des Klienten. Überdies unterschieden sich die Beratungstexte der beiden Gruppen deutlich in der Anzahl der Interventionstechniken (138 bei Zufriedenen, 56 bei Unzufriedenen) und in der

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Ausführlichkeit (im Durchschnitt 358 Wörter bei Zufriedenen, 148 Wörter bei Unzufriedenen).

Neben Befunden empirischer Forschungen wird in der Literatur weiterhin eine Vielzahl von Faktoren aufgeführt, die fruchtbar für einen erfolgreichen Beratungsverlauf sind. Im Folgenden sollen nur diejenigen dargestellt werden, welche sich von der herkömmlichen Beratung unterscheiden und spezifisch für die Internetbasierte sind. So wird vielfach die Wirksamkeit des Schreibens (als kreativer, selbstexplorativer und/oder selbstheilender Prozess) betont, welche bereits in Kapitel 5.4 ausführlich dargelegt wurde und hier nicht weiter betrachtet wird. Neben dem Daten- und Patientenschutz, welche im web noch stärker sind, ist auch die schon aufgeführte psychologische Anonymität bedeutungsvoll, zumal Ratsuchende in vertrauter Umgebung ihre „psychologische Unversehrtheit und Unbekanntheit“ (Hartel, 2008b, S. 30) wahren können. Wesentlich ist zudem die Wahrung des Selbstwertgefühls, welches im virtuellen Setting weitaus weniger beschädigt wird als in der face-to-face-Begegnung. Schultze (2007, S. 3f) bemerkt, dass Klienten durch den virtuellen „Selbstschutz [...] ihre Würde als autonome Person aufrechterhalten [und] einen unbelasteten Zugang zu [ihren] eigenen Ressourcen behalten“. Die positiven Folgen sind ein offenerer Umgang mit den Problemen, eine „geringere Abwehrhaltung dem Berater gegenüber [sowie] eine erhöhte Veränderungsbereitschaft“ (Hartel, 2008b, S. 32).

Nach der von Lang (2005b, S. 5) entworfenen Theorie zur Online-Beratung erzielen besonders drei Komponenten eine Wirkung in der virtuellen Beratung: „Die Ressourcenaktivierung“, „die Inkonsistenzreduktion“, sowie „die Bearbeitung von spezifischen Störungen“. Indem sich ein Hilfesuchender an eine virtuelle Beratungseinrichtung wendet, gewinnt er einen Teil der Kontrolle seiner Situation, seine Selbstkontrolle wird gestärkt und Ressourcen werden aktiviert. Infolgedessen kann die Kontaktaufnahme selbst schon sein Wohlbefinden verbessern. Weiterhin tragen die Vermittlung von Informationen zu einem Problem oder einer Störung zu einer erfolgreichen Problemlösung bei. Es muss jedoch beachtet werden, dass die hier erst aktivierte Wirkung nur dann andauernd ist, wenn der Ratsuchende selbst motiviert ist, an seinem Problem zu arbeiten. Ebenso spielt hier wieder eine positiv gestaltete Beziehung eine große Rolle. Eine „möglichst klare Störungsdiagnostik und ein hohes Verständnis der Störung selbst“ (ebd., S. 6) wird für deren Bearbeitung vorausgesetzt. Bezüglich der Inkonsistenzreduktion lässt sich festhalten, dass die Klärung des Problems und die Erfahrung, eigene Möglichkeiten zu deren

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Bewältigung zu besitzen, maßgeblich zur Effektivität der Beratung beitragen (Lang, 2005b). Aufgrund von Ergebnissen empirischer Forschungen (vgl. subjektive und objektive Kriterien zur Wirksamkeit nach Eichenberg (2007)) kann das Modell um zusätzliche Faktoren erweitert werden. Neben der Aktualisierung der Probleme und der Ressourcenorientierung spielt ebenfalls die Klärungsarbeit eine große Rolle. Eine tragfähige Beziehung kann dem Ratsuchenden zudem aktiv bei der Bewältigung seiner Probleme unterstützen.

### **6.3 Zusammenfassende Schlussfolgerungen**

Das vorliegende Kapitel beschäftigte sich überblickartig mit der Frage, wie die Hilfe per Mausclick funktioniert. Um diese Frage beantworten zu können, wurde einerseits auf die methodische Vorgehensweise eingegangen, andererseits über die Effektivität dieser Interventionsform berichtet.

Im ersten Teil wurden Modelle beschrieben und Methoden vorgestellt, welche in der Praxis der Online-Beratung Verwendung finden. Bewährte Techniken wie das „Zwischen den Zeilen Lesen und Antworten“, die „systematische Metaphernanalyse“ und das „Vier-Folien-Konzept“ wurden in ihren Grundzügen umrissen und kurz dargestellt, damit man eine Vorstellung davon bekommt, wie Online-Berater in der Praxis konkret vorgehen (können). Damit sich das Feld der Online-Beratung zunehmend professionalisieren kann, muss es sich in der methodischen und technischen Vorgehensweise weiterentwickeln (Beck, 2007). Hierfür wäre es von Vorteil, Studien zur Wirksamkeit der einzelnen Interventionstechniken durchzuführen, diese zu vergleichen und ferner für die Beratungsarbeit zu verbessern. Internet-Berater sollten sich dieser Techniken bewusst sein und sie intervenierend einsetzen können. Da der Rahmen der vorliegenden Studie begrenzt ist, kann hier lediglich der Frage nachgegangen werden, nach welchen Methoden die befragten Berater arbeiten. Zudem soll die Vorgehensweise der Berater hinsichtlich bestimmter Kategorien näher beleuchtet werden, um sich ein konkretes Bild davon machen zu können. Weiterführende Forschungen zu diesen Aspekten und anderen sind für die Zukunft wünschenswert.

Der zweite Teil des Kapitels widmete sich der Wirksamkeit internetbasierter Beratungen. Mittlerweile liegen viele Untersuchungen auf diesem Gebiet vor, gemäß Hartel (2008b, S. 30) können jedoch „noch keine umfassenden fundierten Aussagen gemacht werden“. Dennoch erstaunt es viele Menschen zu erfahren, wie positiv sich Klienten zu diesen virtuellen Angeboten äußern und wie hoch die Erfolgsrate ist (Lang, 2005a).

## 6. Wie funktioniert die Hilfe per Mausclick?

Fasst man die Ergebnisse der bereits bestehenden Studien zur Wirksamkeit internetbasierter Beratung zusammen, sind diese generell positiv (Kral, 2005). Insbesondere die Befunde der sehr umfangreichen Forschung von Eichenberg (2007) sind überaus interessant und ermutigen, sich wissenschaftlich intensiver mit dem Thema auseinanderzusetzen. Dies ist u.a. auch das Ziel der vorliegenden Untersuchung. So sollen die Ratsuchenden und Experten die Beratung nach unterschiedlichen Gesichtspunkten bewerten. Einerseits soll gefragt werden, ob sie glauben, dass die Nutzung einer Online-Beratung hilfreich sein kann, Probleme zu überwinden. Dieses Ergebnis wird mit ihrer persönlichen Erfahrung von Hilfe in der Online-Beratung verglichen werden. Aufgrund bisher vorliegender Befunde wird angenommen, dass die überwiegende Mehrheit internetbasierte Beratungen als Hilfe zur Problembewältigung sehen und von der Mehrheit auch Hilfestellungen erfahren wurde. Zudem wird ein Augenmerk darauf gerichtet, inwiefern sich das Ausmaß der Sorgen und Probleme verändert hat (vorher vs. jetzt) und ob der Glaube an die Effektivität virtueller Beratungen einen Einfluss darauf nimmt. Es wird vermutet, dass es zu einer signifikanten Verringerung der Probleme kommt und diese mit der Einstellung der Ratsuchenden korreliert (Placebo-Effekt). Das Überprüfen geschlechts-, alters- und problemspezifischer Unterschiede ist ebenfalls von Interesse. Ratsuchende bekommen ferner die Möglichkeit von positiven und negativen Erfahrungen zu berichten und die Beratung nach unterschiedlichen Gesichtspunkten zu bewerten, wobei ein deutliches Überwiegen von vorteilhaften Erlebnissen gegenüber Negativen erwartet wird. Diese Ergebnisse, wie auch eine mögliche Weiterempfehlung und/oder eine erneute Nutzung der Beratung können mögliche positive Befunde zusätzlich unterstreichen und sollen darüber hinaus mit den Eindrücken der Berater verglichen werden. Aufgrund des bisherigen Forschungsstandes wird angenommen, dass man in Online-Beratungen insgesamt von erfolgreichen Beratungsverläufen und –effekten berichten kann und diesen Interventionsformen somit eine hohe Wirksamkeit zusprechen kann.

Zukünftige Forschungen sollten sich den angesprochenen offenen Fragen widmen. Zusammenfassend wären Befunde zur Wirksamkeit der einzelnen Methoden und Techniken, die in der virtuellen Beratungsarbeit Verwendung finden, aufschlussreich. Darüber hinaus sind Forschungsergebnisse mit Versuchs- und Kontrollgruppe wünschenswert, um umfassende Aussagen über Beratung im world wide web formulieren zu können. Bevor die für diese Studie aufgestellten Fragen beantwortet werden können, wird im folgenden Kapitel noch ein Blick auf die Qualität der Internet-Beratungen, also auf ihre gesetzlichen und rechtlichen Grundlagen, sowie auf qualitative Merkmale und Standards gerichtet.

### **7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit**

Seit Mitte der 90er Jahre gibt es auch im deutschsprachigen world wide web psychosoziale Beratungsangebote. Bisher angeführte Erkenntnisse lassen die Vermutung zu, dass die Beratungsarbeit im virtuellen Raum eine hohe Effektivität aufweist. Knatz (2005, S. 6) merkt an: „[...] wenn sie qualifiziert gemacht wird, [ist Online-Beratung] gut, sinnvoll und wichtig“. Um unseriöse Angebote von Professionellen unterscheiden zu können und die Frage zu beantworten, ob man qualitativ hochwertige Beratung im Internet bekommen kann, ist es notwendig, einen Blick auf die Qualität psychosozialer Angebote zu richten.

Knatz (2006a) fordert die Entwicklung gemeinsamer Mindeststandards in Online-Beratungen, wobei sich die Maßstäbe nicht auf einzelne Aspekte beschränken, sondern gesamtheitliche und allgemeingültige Rahmenbedingungen darstellen sollen. Neben der Berücksichtigung von technischen Voraussetzungen und Standards, ist es unumgänglich, aktuelle Richtlinien zum Datenschutz einzuhalten, um Ratsuchenden z.B. die notwendige Sicherheit bieten zu können. Weiterhin gehört u.a. eine freundliche Benutzeroberfläche zu den geforderten Kriterien (Risau, 2009). Solch fachliche Vorgaben, welche „Empfehlungscharakter“ (Berger et al., 2006) besitzen, existieren nicht nur zum Schutz der Klienten, sondern ermöglichen das Erkennen professioneller Angebote und fördern den Aufbau des Vertrauens in diese neuartige Beratungsform. Die große Anzahl an mittlerweile vorhandenen Standards für Online-Beratungen verdeutlichen weiterhin die „schnell voranschreitende Professionalisierung in diesem Bereich“ (Eidenbenz, 2009, S. 213).

Die Qualität von Beratungsangeboten hängt sowohl von den Interessen und Wünschen der User ab (vgl. Kapitel 4.4.1), von der Qualifikation der Mitarbeiter (vgl. Kapitel 4.4.2), wie von weiteren Bedingungen. Deswegen beschäftigt sich das vorliegende Kapitel mit den bisher unerwähnten Merkmalen, die hierfür von Bedeutung sind. Die rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen, die digitalen Beratungsangeboten zugrunde liegen sind Gegenstand des ersten Teils dieses Kapitels (7.1). Da die Möglichkeiten der Intervention, wie auch der Verlauf der Beratung von gewissen Kriterien mitbestimmt werden, widmet sich der zweite Teil des Kapitels den Qualitätsmerkmalen und –standards, wobei das erst vor kurzem entstandene Gütesiegel ebenfalls erwähnt werden soll (7.2). Nachdem die Möglichkeiten der Qualitätssicherung dargestellt wurden (7.3), schließt der theoretische Teil dieser Studie mit den letzten zusammenfassenden Schlussfolgerungen.

### 7.1 Rechtliche und gesetzliche Rahmenbedingungen

Die bei vielen Menschen verbreitete Annahme, das Internet sei ein rechtsfreier Raum, ist weit gefehlt. Auch im world wide web existieren gesetzliche Grundlagen, die nicht ignoriert werden dürfen. Aus diesem Grund setzen sich die folgenden Abschnitte mit den rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen auseinander, die von Anbietern und Mitarbeitern virtueller Beratungen eingehalten werden müssen, da sie ansonsten haftbar gemacht werden können. Insbesondere im strafrechtlichen Sinn und auf dem Gebiet des Datenschutzes ergeben sich viele Anforderungen und Konsequenzen (Heider, 2007; Pammer, 2008).

Um die rechtliche Situation zum Datenschutzrecht zu verdeutlichen, bedarf es einer Orientierung am Rechtssystem des Staates (Wenzel, 2006). Betrachtet man die Rahmenbedingungen, muss grundsätzlich zwischen Individualkommunikation (z.B. Austausch zwischen Berater und Klient per E-Mail) und öffentlicher Kommunikation (z.B. Beratung im öffentlichen Chat oder Forum, sowie Informationen auf Homepages, die für jedermann zugänglich sind) unterschieden werden, wobei die Komplexität in e-Beratungen darin besteht, „dass berufsspezifische Richtlinien mit dem E-Commerce Gesetz (ECG), Telekommunikationsgesetz (TKG), dem Urheberrechtsgesetz (UrhG) und dem Strafgesetzbuch (StGB) ineinandergreifen“ (Englmayer, 2005, S. 62).

Nach dem *E-Commerce-Gesetz* (ECG, gültig in Österreich) und dem *Bundesdatenschutzgesetz* (BDSG, gültig in Deutschland), welches seine Anwendung bei Diensten der Informationsgesellschaft findet, muss sich jeder Anbieter von elektronischen Dienstleistungen im Netz nach der Anbieteridentifizierung (§5 Abs. 1 ECG) mit seiner realen Identität vorstellen. Für Online-Beratungen ergibt sich daraus die Pflicht, wahlweise auf der Startseite oder im Impressum übersichtlich und leicht zu erkennen zu geben, welche Person und/oder Einrichtung sich hinter dem Angebot verbirgt. Unerlässlich sind hierbei Angaben wie der „reale Name bzw. die Firma, [...] die Postadresse, [...] Kontaktdaten, wie eMail, Telefonnummer und auch Faxnummer, [die] Kammerzugehörigkeit, [...] sowie berufsrechtliche Vorschriften“ (Pammer, 2008, S. 35). Für Online-Beratungen ebenso von Bedeutung sind die Haftungserleichterungen für die Anbieter von Diensten (§6 ECG), wonach die Betreiber der Beratungseinrichtungen nicht für fremde Inhalte haftbar gemacht werden können (z.B. Hyperlinks, Hosting, Inhalte in Foren etc.), ausgenommen ihm waren rechtswidriger Inhalte bekannt (Englmayer, 2005).

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Weiterhin muss beachtet werden, dass sämtliche Texte, Bilder, Grafiken etc., die nicht selbst produziert wurden, durch das *Urheberrechtsgesetz* (UrhG) geschützt sind und nicht ohne Einwilligung des Urhebers vervielfältigt, verbreitet, versendet und/oder vorgeführt werden dürfen. Werden beispielsweise Literatur (z.B. Gedichte), Kunst (z.B. Fotos oder Filme) oder Datenbanken ohne Erlaubnis weiterverbreitet, muss der Betreiber der Website wegen Verstoß gegen das Urheberrechtsgesetz damit rechnen, eine Abmahnung zu bekommen, mit der Folge, die Inhalte zu beseitigen. Weitere rechtliche Konsequenzen können Zahlungsaufforderungen und/oder strafrechtliche Folgen sein. Für internetbasierte Beratungen ist das Urheberrechtsgesetz insofern bedeutsam, wenn beispielsweise Ratsuchende Texte oder Bilder in Foren veröffentlichen und/oder die Betreiber derartig geschütztes Material auf ihrer Homepage veröffentlichen (Englmayer, 2005).

Im Vergleich zur traditionellen face-to-face-Beratung ist bei Internet-Beratungen bezüglich des *Strafrechts* besondere Vorsicht geboten. Die erforderlichen Punkte müssen hier besonders beachtet werden, da der Beratungsverlauf bei z.B. Strafdelikten durch die schriftliche Dokumentation besonders einfach nachzuvollziehen ist. Speziell bei der Arbeit mit suizidalen Menschen müssen Experten aufmerksam und achtsam vorgehen, um nicht wegen fahrlässiger Tötung (§222 StGB) oder unterlassener Hilfeleistung (§323c StGB) zur Rechenschaft gezogen zu werden. Im Fall einer Suizidankündigung reicht es laut Gesetzeslage aus, dem Ratsuchenden mitzuteilen, dass man gegen seinen Selbstmord ist. Weitere Maßnahmen zur Hilfeleistung sind aus gesetzlicher Sicht nicht notwendig – im Sinne einer Beratung reicht ein derartiger Kommentar selbstverständlich nicht aus. Grundsätzlich wird Online-Beratern geraten, bei einer möglichen Gefährdung eines Klienten die Fakten zu dokumentieren, den Gefährdungsgrad einzuschätzen und möglicherweise eine Hilfe einzuleiten (Pammer, 2008; Englmayer, 2005).

Als weiteres Beispiel sei die Ankündigung einer Straftat zu nennen. Gibt ein Ratsuchender an, eine Handlung zu begehen, die mit mehr als einem Jahr Freiheitsstrafe geahndet wird, wird der Experte zur Verantwortung gezogen, wenn er die Tat nicht verhindert (§286 StGB). Selbstverständlich sind die Möglichkeiten eines Online-Beraters, eine solche Handlung zu unterbinden, äußerst gering. Obwohl Englmayer (2005, S. 65) bemerkt, dass eine „Strafbarkeit möglich, aber äußerst unwahrscheinlich“ ist, scheint es Pammer (2008) zufolge jedoch sinnvoll, die vorhandenen Daten an Behörden weiterzugeben um sich rechtlich abzusichern. Weiterhin müssen Online-Berater persönlich darauf aufpassen, dass sie sich nach

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

§110 StGB (Eigenmächtige Heilbehandlung) in der Beratung nicht strafbar machen. Da die „Grenze zwischen Beratung und Behandlung oft schwer zu ziehen ist“ (Pammer, 2008, S. 36), ist die Handhabung des Gesetzes oft nicht einfach. Genauso sieht es bei weiteren Pflichten, wie beispielsweise der Anzeigepflicht auf der einen und der Verschwiegenheitspflicht auf der anderen Seite aus. Diese werden in den jeweiligen Berufsgruppen (Psychologen, Psychotherapeuten, Sozialarbeiter, Lebensberater etc.) separat behandelt. Grundsätzlich unterliegen die Experten aber ebenso wie beim persönlichen Beratungsgespräch oder bei telefonischer Beratung der Vertraulichkeit und gemäß den jeweils geltenden länderspezifischen Bestimmungen der Schweigepflicht, was bedeutet, dass sämtliche anvertraute Informationen der Ratsuchenden lediglich an die Klienten selbst oder an gesetzliche Vertreter weitergegeben werden dürfen. Ausnahmen gibt es lediglich bei gesetzlichen Verpflichtungen (z.B. bei akuter Selbstgefährdung). Während Psychotherapeuten und Psychologen nur in wenigen Fällen (z.B. bei Schutz des Lebens) von der Verschwiegenheit entbunden werden können, besteht bei Sozialarbeitern die Entbindungsmöglichkeit Seitens der Dienststelle. Auch die Anzeigepflicht wird differierend gehandhabt. Damit sich Ratsuchende geschützt(er) fühlen, empfiehlt es sich, in den allgemeinen Geschäftsbedingungen der virtuellen Beratungseinrichtung auf die Anwendung der jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen aufmerksam zu machen. Um sich den einzelnen Pflichten und Rechte bewusst zu werden, ist es unabdingbar, sich als Online-Beratungsanbieter und –mitarbeiter darüber zu informieren (Pammer, 2008; Englmaier, 2005; Weissenböck et al., 2006).

Da viele Gesetzestexte in der online-beraterischen Praxis meist in einem Graubereich liegen (vgl. Verhinderung einer Straftat), sollte jeder auftretende Fall einzeln geprüft und zur rechtlichen Absicherung an die Polizei oder an andere zuständige Behörden gemeldet werden. Diese sind dazu verpflichtet, „eine erste allgemeine Hilfestellung zu erbringen“ (§ 19 SPG), „eine Fahndung wegen Selbstmordverdachts durchzuführen“ (§ 24 Abs. 1 Z. 2 bzw. 3 SPG) oder bei Vermutung einer Selbst- oder Fremdgefährdung einzuschreiten (zitiert nach Pammer, 2008, S. 36). In Österreich gilt das Sicherheitspolizeigesetz (SPG); in Deutschland gelten die Polizeigesetze der jeweiligen Länder, wie z.B. in Bayern das Bayerische Polizeiaufgabengesetz (PAG).

Während die virtuellen Beratungseinrichtungen lediglich Daten weitervermitteln können, sind die Behörden ferner dazu befähigt, einen User bei derartigen Beispielen in ein Krankenhaus

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

oder eine Psychiatrie einzuweisen. Vor der Einleitung solcher Maßnahmen (z.B. Melden von Fällen an Behörden) sollte bedacht werden, dass das Vertrauen des Ratsuchenden dadurch zunichte gemacht wird. Es empfiehlt sich, dem Ratsuchendem geplante Vorgehen mit der Begründung, dass die Beratungseinrichtung eine zu große Verantwortung hat, klarzumachen. Insbesondere in akuten Notfällen findet §98 des *Telekommunikationsgesetzes* (TKG) Verwendung: Die Betreiber (Provider) haben in notwendigen Einzelfällen nach einem richterlichen Beschluss die Pflicht, den Betreibern von Notrufdiensten über die IP-Adresse des Ratsuchenden Daten zu dessen Standort herauszugeben, wenn es dadurch zur einer Abwehr des Notfalls kommen kann (z.B. Verhinderung eines Suizids). Das Einschalten der polizeilichen Netzwerkfahndung ist hierbei sinnvoll (Pammer, 2008; Englmayer, 2005; Heider, 2007).

Zur Vermeidung unbeabsichtigter rechtlicher Vergehen empfiehlt es sich als Online-Berater, sich mit derartigen strafrechtlichen Delikten vertraut zu machen und sich über Möglichkeiten und Pflichten zu informieren. Wünschenswert wäre es, dieses Thema auch innerhalb des Teams anzusprechen und die Mitarbeiter über gesetzliche und rechtliche Grundlagen zu belehren, bevor sie praktisch tätig werden. Da digitale Kommunikation „hochspezifischen Grundlagen“ ausgesetzt ist, ist eine „qualitativ hochwertige Ausbildung“ (Pammer, 2008, S. 38) diesbezüglich dringend erforderlich.

Menschen wenden sich mit privaten Problemen an Beratungseinrichtungen und wünschen sich eine vertrauliche Beratung. Die daraus resultierende oberste Priorität einer Online-Beratung, der Schutz und die Sicherheit der Daten von Klienten wird deswegen mit einer reichlichen Zahl von Gesetzen geregelt (vgl. Anhang I), wobei das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) die Grundlage darstellt. Die unmittelbare Ableitung dieses Gesetzes von den Grundrechten der Menschen (u.a. „Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit“ Art. 2 Abs. 1 GG, „Menschenwürde“ Art. 1 Abs. 1 GG) durch das Bundesverfassungsgericht erfolgte im Jahr 1983 (Wenzel, 2006). Nach den aktuellen Bundesdatenschutzrichtlinien sollten „so wenig Daten wie möglich“ (Fritsch, 2009, S. 40) erhoben und verschlüsselt gesendet werden. Eine erschöpfende Erläuterung der gesamten rechtlichen Grundlage bezüglich des Datenschutzes bei Online-Beratungen kann in diesem Rahmen nicht gegeben werden. Nachfolgende skizzenhafte Ausführungen sollen jedoch aufzeigen, dass dem Datenschutz ein hoher Stellenwert beigemessen wird. So können Ratsuchende nach dem „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“ (BDSG) selbst entscheiden, welche Informationen sie

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

über sich herausgeben wollen und haben das Recht zu erfahren, wann und warum Daten über ihre Person erhoben werden. Sie können überdies falsche Angaben berichtigen oder sämtliche Daten löschen lassen (§6, BDSG). Für Dritte, also für Online-Berater gilt nach dem BDSG, dass sie personenbezogene Daten von Ratsuchenden nicht eigenmächtig ohne Erlaubnis des Betroffenen erheben, verarbeiten oder nutzen dürfen (§4, BDSG). Als personenbezogene Daten werden hierbei auch Daten gemeint, die auf eine bestimmte Person schließen lassen. Mitarbeiter virtueller Beratungseinrichtungen müssen sich zum Datengeheimnis verpflichten, wobei die Regelungen „auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit fort[bestehen]“ (§5, BDSG). Wenzel (2006, S. 11) zählt als weitere Grundsätze des Datenschutzrechts die „Erforderlichkeit“, die „strenge Zweckbindung“, „Datenvermeidung und Datensparsamkeit“ und die „Gewährleistung von Integrität, Vertraulichkeit und Verfügbarkeit der Daten“ auf. Die Vervollständigung des Datenschutzes geschieht durch weitere Regelungen, wie das Sozialgesetzbuch (SGB), das Gesetz über die Nutzung von Telediensten (TDG) und das Strafgesetzbuch (z.B. Verletzung von Privatgeheimnissen, StGB, zitiert nach Heider, 2007).

Anbieter von Online-Beratungen sollten „alle Maßnahmen ergreifen, die zur Sicherheit der Datenübertragung und Datenverarbeitung nötig sind, da jede Datenübertragung gewisse Risiken in sich birgt“ (Berger et al., 2006, S. 5). Dies bedeutet personenbezogene Daten zu schützen und nach länderspezifischen Datenschutzbestimmungen vorschriftsgemäß aufzubewahren, indem beispielsweise stets Sicherheitskopien gemacht werden. Technische Sicherheit kann durch SSL-verschlüsselte und somit webbasierte Online-Beratung gewährleistet werden. Hier wird der gesamte Beratungsaustausch auf dem Server der Einrichtung aufbewahrt und kann so nach gesetzlichen Richtlinien geschützt werden. Eine unverschlüsselte E-Mail kann die Privatsphäre des Klienten weitaus weniger behüten, da unbefugte Dritte diese betrachten könn(t)en. Abgesehen davon würde eine E-Mail in Deutschland nicht unter das Briefgeheimnis fallen. Aus diesem Grund finden seriöse e-Beratungen meist mit Hilfe von webbasierter Beratungssoftware und verschlüsselten Übertragungen statt (Knatz, 2005; Weissenböck et al., 2006; Fritsch, 2009; Knatz, 2009a; Risau, 2009).

Neben einem technischen Schutz, zu dem virtuelle Beratungseinrichtungen verpflichtet sind, sollten Ratsuchende selbst auf mögliche Sicherheitslücken und somit auf potentielle Risiken aufmerksam gemacht werden, da ihnen solch denkbaren Probleme eventuell nicht bewusst sind. Sie sollten etwa gegenüber anderen Ratsuchenden keine persönlichen Daten und/oder

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Passwörter herausgeben und bei öffentlichen Computern mit Vorsicht vorgehen, wenn die von Dritten benutzt werden können. Wird eine Beratung z.B. per E-Mail durchgeführt und werden die E-Mails über Programme wie z.B. Outlook verschickt, können weitere Nutzer des PCs (Familienangehörige, Arbeitskollegen etc.) leicht darauf zugreifen. Ratsuchende darauf hinzuweisen ist u.a. Aufgabe der Berater, denn nur wenn beide Seiten, Klienten und Experten gewisse Regeln einhalten, kann eine Datensicherheit gewährleistet werden (Fritsch, 2009; Berger et al., 2006; Weissenböck et al., 2006; Heider, 2007).

Abschließend sei noch Folgendes anzumerken: Beratung via Internet ist heutzutage vertraulicher und sicherer als per Telefon (welches abgehört werden kann) oder mittels Briefen (welche abgefangen werden können). Technisch gesehen ist die digitale Kommunikation die sicherste. Eine „absolute Sicherheit“ (Englmayer, 2005, S. 55) kann nirgends garantiert, „ein Höchstmaß an Vertraulichkeit und Sicherheit“ (ebd.) sollte in der Praxis von Online-Beratungen jedoch angestrebt werden.

### 7.2 Qualitätsmerkmale und -standards

Im traditionellen face-to-face-Kontext beraterischer Tätigkeiten gibt es eine große Anzahl von Konzepten, um qualitativ hochwertige Arbeit leisten zu können. Das Orientieren an allgemeingültigen Standards ist ebenfalls im virtuellen Raum notwendig, wobei hier eigenständige Konzepte gefordert werden, zumal es sich um eine selbstständige Form der Beratung handelt (Götz, 2009). In Deutschland und auch Österreich existieren sogenannte Fachverbände für Online-Beratung, welche fachliche Maßstäbe ausarbeiten und versuchen, die Berufsgruppen, welche in der virtuellen Beratungsarbeit tätig sind, miteinander zu vernetzen (Kühne, 2006). Während im Laufe der Jahre viele Internet-Beratungseinrichtungen interne Qualitätsstandards entwickelt haben, existiert seit 2005 ein von der Deutschen Gesellschaft für Online-Beratung e.V. (DGOB) entwickelter Leitfaden mit einheitlichen Standards und Qualitätsmerkmalen, welcher sicherstellen soll, dass hilfeschuchende Menschen diese neuartige Interventionsform leicht nutzen und sich gleichzeitig auf die Qualität verlassen können. Auch schon zwei Jahre zuvor erarbeitete der Arbeitskreis Online-Beratung „Rahmenempfehlungen zu Qualitätsmerkmalen der Internet-Beratung“ (Böhnke et al., 2003). Die Vielzahl der erstellten Qualitätskriterien und – standards sind jedoch nicht allgemein gültig und nicht verpflichtend umzusetzen, sondern stellen lediglich Richtlinien bzw. eine Art „Empfehlung“ dar.

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

In den nachfolgenden Abschnitten wird versucht, mit Hilfe der von Autoren in der Literatur vorgeschlagenen Merkmale eine Übersicht zu erstellen, welche in den jeweiligen Tabellen zusammengefasst sind. Die genannten Richtlinien beziehen sich teilweise nicht explizit nur auf Online-Beratungen, sondern in einigen Fällen auch auf allgemeine psychosoziale Angebote im Internet. Das Einhalten der Standards kann für Online-Berater unterstützend sein und zu qualitativ hochwertiger Beratungsarbeit führen. Viele anschließend genannte Kriterien wurden bereits in den vorherigen Kapiteln dieser Arbeit als besondere Merkmale angeführt und werden nachfolgend nicht weiter diskutiert. Zur Übersichtlichkeit werden die Qualitätsmerkmale in allgemeine und technische Kriterien, text-, fach- und verhaltensspezifische Kriterien sowie Weitere eingeteilt (vgl. Tabelle 23 – 28, S. 150 - 154).

Jeder hilfeschuchende User soll die gleichen Chancen der Inanspruchnahme einer kostenlosen Beratung haben (Böhnke et al., 2003). Die niederschwellige, freiwillige Kontaktaufnahme von Ratsuchenden ist oberste Priorität virtueller Beratungseinrichtungen. Nicht nur wegen der gesetzlichen Schweigepflicht der Berater ist es selbstverständlich, die Anonymität der hilfeschuchenden Person zu wahren (Nock, 2006).

Bevor man ein Beratungsangebot im Internet realisieren kann, sollte man sich ein Beratungskonzept überlegen. Diese „Policy“ (Gerö, 2005, S. 2) muss unbedingt beinhalten, *was* man unter welchen *Bedingungen* welcher *Zielgruppe* mit welchem *Ziel* anbieten möchte.

Eine weitere wichtige Grundbedingung stellt die Präsentation des Angebots im Internet dar. Durch die Anonymität des Webs tritt zwar eine Senkung der Hemmschwelle auf Seiten der Klienten auf, jedoch können Ratsuchende ebenso eine erhebliche Ungewissheit erfahren, weswegen Beratungsstellen sich und ihre Mitarbeiter auf einer Homepage transparent vorstellen sollten. Informationen über das Angebot der Beratung (Inhalte der Einrichtung, Ablauf, Bearbeitungszeit etc.), deren Ziele und Zuständigkeitsbereiche, sowie die Bedingungen zur Nutzung und Maßnahmen bzw. Hinweise zum Datenschutz werden hier von Ratsuchenden gewünscht. Sämtliche Darstellungen sollten zielgruppenspezifisch angepasst und so aufgeführt sein, dass auch Laien verstehen, worum es geht (Gerö, 2005; Berger et al., 2006). Potentielle Klienten müssen auf der Homepage deutlich erkennen, um welche Organisationsstruktur es sich handelt (um eine Selbsthilfegruppe, eine Beratungsstelle etc.), wer die Anbieter und Träger sind, sowie wo ihre Grenzen liegen (Knatz, 2006a). Berger et al. (2006, S. 4) wünschen sich weiterhin, dass die Homepage „über den beruflichen Werdegang der AnbieterInnen stichwortartig Auskunft geben“. Aufgrund der Tatsache, dass die Website

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

der Beratungseinrichtung den ersten Eindruck über die Institution vermittelt, sollte diese bedacht werden (Eidenbenz, 2009).

Homepages sollten neben inhaltlichen Aspekten, wie die im vorherigen Abschnitt genannten Informationen, auch eine gute Bedienbarkeit besitzen, die sogenannte „Usability“. Das „Prinzip der kurzen Wege“ (Heider, 2007, S. 29) hat sich im Netz etabliert und bedeutet, dass User innerhalb von wenigen Mausklicks (höchstens drei Klicks) das erfahren können sollen, wonach sie suchen. Insofern sind Seiten, die man intuitiv bedienen kann und bei denen keine großen Erklärungen notwendig sind, durchaus beliebter bei den Usern als welche, die schwer zu bedienen sind. Zur komfortablen Nutzung gehört neben einer leserfreundlichen Gestaltung weiterhin eine klare und übersichtliche Strukturierung der Angebote z.B. der verschiedenen Möglichkeiten, sich beraten zu lassen. Obendrein müssen seit 2005 alle öffentlich geförderten Einrichtungen „ihre Websites nach den Richtlinien der Barrierefreiheit gestalten“ (Heider, 2007, S. 30), was bedeutet, dass die Seiten so programmiert sein müssen, damit sie beispielsweise auch behinderte Menschen nutzen können und diese Zugriff auf das Angebot haben (z.B. durch individuelle Anpassung der Schriftgröße oder die Möglichkeit für Blinde, sich die Inhalte der Seite von einem speziellen Programm vorlesen zu lassen) (Heider, 2007; Risau, 2009).

Eine zeitnahe Reaktion auf eine Beratungsanfrage stellt ein weiteres bedeutsames Qualitätskriterium dar. Der Großteil aller Online-Beratungen beantwortet eintreffende Anfragen innerhalb 24 bzw. 48 Stunden. Auch Autoren befürworten dies und empfehlen eine maximale Antwortdauer von zwei Tagen. Sollten Online-Berater wegen einer notwendigen Ermittlung von Informationen oder Absprache mit Kollegen eine längere Zeit benötigen, sollte der Ratsuchende in einer kurzen Mitteilung darauf hingewiesen werden, dass die Bearbeitung ein wenig mehr Zeit in Anspruch nimmt. Eine weitere Selbstverständlichkeit ist es, sich Zeit zu nehmen und Beratungsantworten „nicht so nebenbei“ (Nock, 2006, S. 6) zu verfassen.

Ergänzend zur zeitnahen Reaktion muss jede Anfrage ernst genommen und individuell beantwortet werden. Dies soll auch dann der Fall sein, wenn die Vermutung aufkommt, hinter dem Ratsuchenden stecke ein „Fake“ mit einer spaßigen, nicht ernsthaften Intention. Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, könnte ein Hilfesuchender die Einrichtung erst einmal „testen“ wollen, bevor er sich traut, sich zu offenbaren. Nicht nur deswegen ist eine individuell zugeschnittene Antwort auf jede Anfrage zu formulieren (Nock, 2006; bke, o.J.).

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Zur Stärkung der personenbezogenen Beratung sollten Beratungsantworten bei weiterer Kontaktaufnahme, wenn möglich, immer vom selben Berater verfasst werden (Böhnke et al., 2003).

In traditionellen Beratungen haben Klienten, abhängig von den Öffnungszeiten, immer eine Anlaufstelle (vor Ort). Im Internet hingegen besteht für den Hilfesuchenden die Unsicherheit, im Notfall keine Antwort zu bekommen und damit im Stich gelassen zu werden. Um Usern eine gewisse Sicherheit und Verbindlichkeit zu gewährleisten, sollte man ihnen weitere Kontaktmöglichkeiten wie z.B. eine Adresse oder Telefonnummer bieten (Götz, 2003).

Damit nach Rat suchende Menschen, die keine kommunikative Beratung in Anspruch nehmen wollen, dennoch Informationen zu ihnen wichtigen Themen erhalten, sollten sachliche Informationen zu verschiedenen Themen auf der Homepage der Beratungseinrichtung allgemein zugänglich gemacht werden. Ebenfalls empfiehlt es sich, mit traditionellen Beratungseinrichtungen zu kooperieren, sodass gegebenenfalls User an Stellen vor Ort weitergeleitet werden können. Eine besonders große Wichtigkeit haben Links zu Notfallstellen oder entsprechende offizielle Telefonnummern, an die sich Ratsuchende im Notfall zu jeder Zeit wenden können (Böhnke et al., 2003; Berger et al., 2006). In diesem Zusammenhang müssen die Beratungseinrichtungen auch ihre Grenzen kennen und diese beachten. So kann beispielsweise eine „stark belastende psychische Krise“ (BDP, o.J., S. 1) nur schwer virtuell gelöst werden, sondern es ist ein persönlicher Kontakt erforderlich. Berater sollten in schweren Fällen an reale Einrichtungen weiterverweisen, um eine optimale Hilfeleistung zu ermöglichen.

<b>Allgemeine Qualitätskriterien</b>	
<i>Beratungskonzept (Policy)</i>	<i>Unentgeltliche Nutzung</i>
<i>Präsentation im Internet (Homepage)</i>	<i>Verschwiegenheit</i>
<i>Transparenz nach innen und außen</i>	<i>Zeitnahe Reaktion auf Anfrage</i>
<i>Benutzerfreundlichkeit (Usability)</i>	<i>Individuelle Beantwortung jeder Anfrage</i>
<i>Barrierefreiheit</i>	<i>Verbindlichkeit</i>
<i>Freiwilligkeit der Inanspruchnahme</i>	<i>Allgemein zugängliche Informationen</i>
<i>Anonymität</i>	<i>Hilfe zur Selbsthilfe</i>
<i>Niederschwelligkeit</i>	<i>Links und Notfallnummern</i>
<i>Gleiche und gerechte Zugangschancen</i>	<i>Feedback- und Kritikmöglichkeiten</i>
<i>Verantwortlicher Umgang mit Grenzen</i>	

Tabelle 23: Allgemeine Qualitätskriterien (ebd.)

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Zur Entwicklung eines qualitativen Beratungsangebots und dessen permanenter Sicherstellung ist eine kontinuierliche Überprüfung der Zufriedenheit der Ratsuchenden erforderlich. Die Klienten sollten zum Feedback angeregt werden oder in Umfragen die Möglichkeit bekommen, positive und auch negative Rückmeldungen loszuwerden. Sowohl Lob, als auch Kritik und Beschwerden sollten vom Anbieter und den Mitarbeitern angenommen werden. In der Folge soll die Beratungseinrichtung mit Interventionen darauf reagieren, so dass die Klienten zufrieden(er) mit der Dienstleistung sind (Knatz, 2006a).

Um die gesetzlich vorgeschriebene Datensicherheit zu gewährleisten und ein Höchstmaß an Datenschutz zu bieten sind technische Maßnahmen eine wichtige Grundvoraussetzung. Zu den Sicherheitsvorkehrungen bedarf es einerseits jederzeit aktueller Programme zur Abwehr von Viren und Trojanern, andererseits der neuesten Firewallsoftware (Pammer, 2008). Durch derartige grundlegende Anordnungen werden die Daten „in besonderer Weise vor Zugriff und Angriffen von außen gesichert“ (Knatz, 2006a, S. 4). Beratungskontakte und –verläufe müssen auf einem speziellen Server bleiben und „nur autorisierte Berater [sollen] Zugang zu den jeweiligen Inhalten [...] haben“ (Böhnke et al., 2003, S. 7). Auf diese Weise wird ein unbefugter Zugriff zu den Beratungsverläufen verhindert.

Zur schnelleren Beantwortung der Beratungsanfragen, sowie zur Sicherstellung eines grundlegenden Niveaus erweist sich ferner ein Programm zur automatischen Überprüfung von Rechtschreibung und Grammatik als sinnvoll. Um Beratungsangebote glaubwürdig erscheinen zu lassen und seine Qualität sicherzustellen, sollte sich die Homepage der Einrichtung ständig auf dem aktuellen Stand befinden (Pammer, 2008) und die Nutzer über Sicherheitsstandards und Aspekte der Vertraulichkeit informieren (Böhnke et al., 2003).

Technische Kriterien einzuhalten ist laut Kühne (2006, S. 2) „nur die eine Seite“. Mitarbeiter virtueller Beratungseinrichtungen müssen neben fachlicher Kompetenz auch über Medienkompetenz verfügen, was bedeutet, dass sie die technischen Rahmenbedingungen kennen und damit umgehen können.

<b>Technische Qualitätskriterien</b>	
<i>Spezielle Server</i>	<i>Trojanersoftware</i>
<i>Firewallsoftware</i>	<i>Rechtschreib- und Grammatikprogramm</i>
<i>Antivirensoftware</i>	<i>Aktualisierung der Homepage</i>

Tabelle 24: Technische Qualitätskriterien (ebd.)

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

In Bezug auf die Verhaltensmerkmale eines Internet-Beraters betonen Knatz und Dodier (2003), wie andere Autoren auch, die Wichtigkeit der bereits mehrfach genannten Empathie, Akzeptanz und Wertschätzung. Sie sollten sich überdies an der Lebenswelt der Ratsuchenden orientieren (Lebensweltorientierung) und die Interessen der Klienten gegenüber anderen Personen parteilich vertreten (Parteilichkeit) (Weissenböck, Ivan & Lachout, 2006, zitiert nach Pammer, 2008). Die Wichtigkeit des Beziehungsaufbaus sei noch einmal nachdrücklich hervorzuheben.

<b>Merkmale beraterischen Verhaltens</b>	
<i>Akzeptanz</i>	<i>Parteilichkeit</i>
<i>Empathie</i>	<i>Lebensweltorientierung</i>
<i>Wertschätzung</i>	<i>Pragmatische Haltung</i>
<i>Beziehungsaufbau und –kontinuität</i>	

Tabelle 25: Merkmale des Verhaltens von Online-Beratern (ebd.)

Bei der Erfassung der wichtigsten Punkte der Problematik des Ratsuchenden muss dringend sein soziales Gefüge berücksichtigt werden (systemische Perspektive). Um die verstandenen und nicht-verstandenen Teile der Beratungsanfrage vermitteln zu können, benötigen Experten daneben auch ein gewisses Maß an Sprachgefühl. Außerdem sollte man mit Ratschlägen vorsichtig umgehen, damit rasche Vorschläge des Beraters keinen Schaden anrichten, sowie ausgewählte Vorschläge zur weiteren Vorgehensweise nach den realen Erfolgsmöglichkeiten richten (pragmatische Haltung) (Weissenböck, Ivan & Lachout, 2006, zitiert nach Pammer, 2008).

<b>Textspezifische Qualitätsmerkmale</b>	
<i>Einzigartigkeit der Anfrage</i>	<i>Keine Rechtschreibfehler</i>
<i>Sensible Wortwahl</i>	<i>„Internetsprache“ als Unterstützung</i>
<i>Szene- und altersadäquate Wortwahl</i>	<i>Angebot weiterer Kontakte</i>
<i>Grammatikalische Korrektheit</i>	<i>Beachtung der Konsequenzen des Schriftverkehrs</i>

Tabelle 26: Qualitätsmerkmale von Beratungstexten (ebd.)

Doch nicht nur allgemeine, technische und verhaltensspezifische Merkmale spielen bei der Qualität von e-Beratungen eine Rolle. Auch ein Text kann Qualitätsunterschiede besitzen. Wie eine Antwort auf eine Beratungsanfrage am besten zu verfassen ist und welche

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Richtlinien eingehalten werden sollten, wurde bereits in Kapitel 6 ausführlich beschrieben (vgl. Tabelle 26, S. 152).

<b>Fachspezifische Beratungskompetenzen</b>	
<i>Beratung durch Experten</i>	<i>Kommunikationspsychologie</i>
<i>Fundierte Ausbildung</i>	<i>Lösungsorientierung</i>
<i>Weiterbildung zum Online-Berater</i>	<i>Ressourcenorientierung</i>
<i>Multiprofessionelle Besetzung des Teams</i>	<i>Systemische Perspektive</i>
<i>Nutzung interner Fachkompetenzen</i>	<i>Text- und Lesekompetenz</i>
<i>Nutzung externer Fachkompetenzen</i>	<i>Schreib- und Sprachkompetenz</i>
<i>Kenntnisse von Online-Beratungsstrategien</i>	<i>Medien- und Internetkompetenz</i>

Tabelle 27: Fachspezifische Qualitätskriterien (ebd.)

Online-Beratung sollte „den Standards der konventionellen Beratungsstellen bezüglich der Fachlichkeit nicht nachstehen“ (Götz, 2003, S. 23) und deswegen nur von ausgebildeten, qualifizierten Fachkräften und niemals von Laien angeboten werden. Eine fundierte Ausbildung (z.B. als Psychologe, Pädagoge oder Therapeut) ist dabei eine wichtige Voraussetzung, eine spezielle Weiterbildung als Online-Berater durchaus von Vorteil (Ince, 2006; Nock, 2006). Wünschenswert sind in jedem Fall theoretische und praktische Kenntnisse der Grundlagen der Beratungsarbeit und bereits gesammelte Erfahrungen in der traditionellen Beratung. Maßgeblich für qualitativ hochwertige Beratung im virtuellen Raum sind die entsprechenden notwendigen Kompetenzen, wie beispielsweise Text- und Lesekompetenz (vgl. Kapitel 4.4.2). Häufig wird in der Literatur gewünscht oder gefordert, dass Internet-Berater verpflichtend eine „zertifizierte Online-Beratungsausbildung“ machen müssen, wie es bei der Deutschen Gesellschaft für Online-Beratung möglich ist (Knatz, 2006a). Ob dies umzusetzen ist, ist jedoch fraglich.

Wie bereits an anderer Stelle erwähnt wurde, sollten e-Beratungen mit örtlichen Beratungsanbietern kooperieren, wenn möglich, an bereits bestehende Dienste anknüpfen. Dadurch ist die Möglichkeit sichergestellt, von virtueller zu face-to-face-Beratung oder umgekehrt überzuleiten. Außerdem ergibt sich auf diese Weise die Möglichkeit, interne und externe Fachkompetenzen für die Beratungsarbeit zu nutzen. Eine multiprofessionelle Team-Besetzung birgt ferner die Chance, sich innerhalb des Teams über Fälle kollegial auszutauschen (Böhnke et al., 2003).

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Neben einer einwandfreien, beraterischen Arbeit, die Online-Berater leisten sollten, sollten sie zudem gegenüber fachlichen und technischen Fort- und Weiterbildungen offen sein, um sich fortwährend auf dem neuesten Stand bezüglich Technik und Methodik zu halten und mit dieser besonderen Form vertraut umgehen zu können. Zur Sicherung der Handlungsfähigkeit, zur Besprechung heikler oder verzwickter Fälle, sowie zur erleichterten Abgrenzung eignen sich darüber hinaus Supervisionen und Fallinterventionen. Aktuelle oder neuartige Beratungen können in der Intervention behandelt werden, der Austausch erlebter Erfahrungen bei der Beratungsarbeit findet in der Supervision statt (Nock, 2006; Pammer, 2008; Mädchenhaus Bielefeld e.V., 2010).

<b>Weitere Qualitätsmerkmale</b>	
<i>Offenheit für Fort- und Weiterbildungen</i>	<i>Kontrolle über Verteilung der Anfragen</i>
<i>Fallinterventionen</i>	<i>Archivierung und Dokumentation</i>
<i>Supervisionen</i>	<i>Reporting und Auswertung</i>

Tabelle 28: Weitere Qualitätsmerkmale (ebd.)

Eingehende Beratungsanfragen müssen zudem fachspezifisch an die jeweiligen Berater verteilt werden. Um keinen Klienten zu vergessen, muss dieses Vorgehen kontrolliert vonstattengehen. Weiterhin ist eine geschützte Archivierung und Dokumentation der Beratungsverläufe angebracht. Die Daten können zweckmäßig ausgewertet und zur Optimierung des Beratungsangebotes verwendet werden, wobei insbesondere soziodemographische Angaben der Ratsuchenden, die Beratungsanlässe bzw. Themen und ihre Zufriedenheit von Bedeutung sind. Hieraus lassen sich Zielgruppen ableiten und die Einrichtung erhält einen differenzierten Überblick über die Beratungsverläufe. Als Folge kann es zu einer genaueren Anpassung der Angebote an bestimmte Zielgruppen und deren Weiterentwicklung kommen (Risau, 2009; Nock, 2006; Englmayer, 2005).

Im Jahr 2001 wurde in Deutschland vom Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP) ein „Gütesiegel“ für psychologische Online-Beratung entworfen. Gemäß Berger et al. (2006, S. 6) ist dieses „allerdings umstritten“, da eine generelle Durchsetzung im world wide web noch nicht angenommen werden kann. Bevor eine Einrichtung das Gütezeichen bekommt, wird das Einhalten wesentlicher Qualitätsmerkmale geprüft. Hierzu gehört unter anderem eine „kurzfristige Beantwortung von Anfragen“ (innerhalb drei Tage), die Sicherstellung der „Schweigepflicht, Anonymität und Vertraulichkeit“ (inklusive der hierfür notwendigen technischen Voraussetzungen),

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

„technische Sicherheit“ (z.B. Datenschutz), eine „hohe Qualifikation“ (z.B. Hochschulabschluss als Diplom Psychologe, sowie weitere Nachweise) und der „verantwortliche Umgang mit den Grenzen“ (z.B. bei starken psychischen Krisen) (BDP, o.J., S. 1f). Das Gütesiegel, welches kopiergeschützt auf der Beratungseinrichtungshomepage dargestellt wird, ist nur schwer nachzuahmen und muss alle zwei Jahre erneut erworben werden (Pammer, 2008; BDP, o.J.). Der Vorteil liegt klar darin, dass intern gesicherte Qualität nun auch durch eine externe Referenz belegt werden kann (Wenzel, 2006). Dzeyk (2005) kritisiert jedoch die fehlende Transparenz der Siegel. Seines Erachtens gibt es im Internet mittlerweile „zu viele und zu unbekannte Siegel“ (ebd., S. 146), was es den Usern wiederum erschwert, sich zurechtzufinden.

Doch auch wenn virtuelle Beratungen (noch) kein Gütesiegel besitzen, können sie bei Einhaltung der von der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP) beschriebenen Kriterien selbst auf ihrer Homepage anmerken: „Diese Homepage erfüllt die Qualitätskriterien der FSP für psychologische Angebote im Internet“ (Eidenbenz, 2009, S. 220).

Aber inwiefern werden die geforderten Qualitätsmerkmale eingehalten? Dzeyk (2005) zufolge fehlen in der Literatur umfangreiche Studien, um die Qualität von Internet-Beratungen bewerten zu können. Die wenigen vorhandenen Untersuchungen ergaben mangelhafte Ergebnisse. So besaßen beispielsweise von 136 Anbietern 49 keine fachspezifische Ausbildung (Heinlen, Welfel, Richmond & Rak, 2003), lediglich 22% benutzten eine Technik, womit eine verschlüsselte Kommunikation möglich ist (Heinlen, Welfel, Richmond & O'Donnell, 2003) und bei beinahe 85% der Beratungen wurde kein ausreichender Datenschutz gewährleistet (Gehrman, 2004, zitiert nach Dzeyk, 2005).

Der schwache Forschungsstand macht es notwendig, Angebote internetbasierter Beratungen nach den Standardkriterien zu untersuchen. Dies stellt einen wesentlichen Teil dieser Forschung dar. Die teilnehmenden Online-Beratungseinrichtungen sollen hinsichtlich wichtiger Qualitätsmerkmale, -standards und -richtlinien untersucht werden. Die „Checkliste“ der Kommission für Online-Beratung (KFOB; Berger et al., 2006), der Leitfaden der Deutschen Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB, o.J.), die Merkmale des Gütezeichens des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP, o.J.), sowie eine Liste von Kriterien der Qualitätssicherung für Online-Beratungsangebote (Gerö, 2005) wurden mit Hilfe weiterer Empfehlungen aus der Literatur (z.B. Eidenbenz, 2009; Dzeyk,

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

2005) miteinander kombiniert und bilden die Grundlage der qualitativen Analyse der Beratungsangebote (vgl. Anhang J). Weitere Merkmale wie die Qualifikation der Berater oder die Basisvariablen beraterischen Verhaltens werden mittels Fragebögen erhoben. Bevor es vom theoretischen Teil in den Empirischen übergeht, sollen nachfolgend noch kurz einige Hinweise zum Qualitätsmanagement und zur -sicherung dargestellt werden.

### **7.3 Qualitätssicherung und -management**

Qualitativ hoch stehende Beratungsangebote entstehen nicht allein dadurch, dass sich die Betreiber an den genannten Qualitätsmerkmalen orientieren und Qualitätsstandards einhalten. Weiterhin bedarf es einer fortlaufenden, begleitenden Qualitätssicherung (Kühne, 2006), wobei die Verantwortung hierzu „in einer Selbstverpflichtung des jeweiligen Trägers und der Mitarbeiter/innen“ (Böhnke et al., 2003, S. 8) liegt und Strategien sowohl auf der Seite der Ratsuchenden, als auch auf der Anbieterseite ansetzen können. Zur optimalen Sicherung der Qualität psychosozialer virtueller Beratungseinrichtungen sollten in jedem Fall immer beide Sichtweisen (Ratsuchende und Beratungsanbieter) berücksichtigt werden (Dzeyk, 2005).

In Bezug auf die User gibt es mehrere unterschiedliche Formen zur Qualitätssicherung, die alle die Eigenständigkeit der Klienten gemeinsam haben. Schulungen zielen darauf ab, potentielle Ratsuchende zu befähigen, gesundheitsrelevante Informationen selbstständig bezüglich der Qualität beurteilen zu können. Zudem können sie in Kursen lernen, wie sie im world wide web wertvolle Informationen und/oder Beratungsmöglichkeiten finden. Ziel des sogenannten Empowerment ist die Stärkung der Kompetenzen von Usern (Dzeyk, 2005).

Anbieter sollten sich primär selbst zur Einhaltung von gesetzlichen Rahmenbedingungen und Qualitätsmerkmalen verpflichten. Der Erwerb des erwähnten Qualitätssiegels oder einer anderen gleichwertigen Beglaubigung stellt eine positive Grundlage dar und hilft Ratsuchenden, sich an seriösen Anbietern orientieren zu können. Gesetzliche Regeln, „die extremste Form der Steuerung von Qualitätskriterien“ (Dzeyk, 2005, S. 147), sind elementar, erweisen sich jedoch nur dann als sinnvoll, wenn sich Beratungseinrichtung und Ratsuchender im selben Land befinden, da Gesetze landesabhängig unterschiedliche Gültigkeiten aufweisen (ebd.).

Wie bereits in den vorangegangenen Abschnitten erwähnt wurde, ist eine stetige Fort- und Weiterbildung für Beratende dringend erforderlich, damit sich die Experten permanent auf dem neuesten Stand befinden (DGOB, o.J.). Das Internet befindet sich in einer ständig

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

anhaltenden Entwicklung, insofern können sich Standards und Qualitätsmerkmale rasch verändern. Folglich sind Berater dazu aufgefordert, sich dem permanenten Fortschritt anzupassen (Kühne, 2006).

Ferner können sich Beratungseinrichtungen einerseits durch Ratsuchende, andererseits durch Dritte bewerten lassen. Ein positives Feedback oder Empfehlungen von Ratsuchenden erwecken Vertrauen gegenüber noch unsicheren Usern. Im Internet existieren Portale, auf denen Experten medizinische und auch psychosoziale Angebote nach eingehender Begutachtung bewerten, vorstellen und weiterempfehlen. Mit Hilfe derartiger Webseiten, die eine Filterwirkung besitzen, können Hilfesuchende seriöse Anbieter schneller finden und folglich nicht in die Hände von Unseriösen gelangen. In diesem Sinne wird ihnen die Beurteilung der Angebote abgenommen (Dzcyk, 2005).

Zur Bewahrung der Qualität wird Beratungseinrichtungen weiterhin eine anonymisierte, interne Fallablage und eine Wissensdatenbank nahe gelegt, sodass Berater immer Zugriff auf relevante Informationen und/oder vergangene Beratungsabläufe haben. Um den kollegialen Austausch zu fördern und den Beratern eine schnelle und unmittelbare Kommunikation zu ermöglichen, wird ein nur für Berater zugängliches Forum befürwortet (bke, o.J.).

Damit bestehende Qualität sichergestellt wird, sollten sich Internet-Berater in regelmäßigen Abständen „durch Kompetenzträger oder externe SupervisorInnen“ (bke, o.J., S. 10) über das Internet supervidieren lassen. Weiterhin sollten Einzel- oder Gruppeninterventionen durchgeführt werden, wobei die Protokolle für das Team zugänglich gemacht werden sollten. Die Literatur empfiehlt außerdem, mindestens einmal im Jahr ein reales Treffen aller in der Online-Beratung tätigen Experten zu veranstalten, um die Möglichkeit zu geben, sich über Fälle auszutauschen und über anstehende Fragen, Konzepte etc. zu diskutieren. Ideal wäre hierbei die Einbindung einer Gruppensupervision (bke, o.J.).

Um auf ständig neue Anforderungen flexibel reagieren zu können, fordert Wenzel (2006, S. 2) Anbieter von virtuellen Beratungen dazu auf, Qualitätsmanagement zu betreiben, womit die „zielgerichtete Steuerung und Verbesserung von Prozessen“ gemeint ist. Sowohl die benutzte Technik, fachliche und organisatorische Angelegenheiten, ethische Fragen, wie auch die Anforderungen der Ratsuchenden müssen hier mit bedacht und sämtliche Beteiligten müssen in die Prozesse mit einbezogen werden. Tabelle 29 (S. 158) veranschaulicht die Grundsätze dieser Organisationsform, wobei der Kern darin liegt, die Qualitätsvorstellungen

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

der Klienten möglichst zufriedenstellend umzusetzen. Da Online-Beratungen ein komplexes Feld darstellen, müssen dringend alle Ebenen und Bereiche Berücksichtigung finden, wozu neben der Organisation, technischen und rechtlichen Fragen, der Ethik und fachlichen Reflexion ebenso etwaige Kostenträger zählen. Im Vordergrund muss dennoch die Qualität des Beratungsprozesses selbst stehen (Wenzel, 2006).

<b>Qualitätsmanagement</b>			
<i>Grundlagen</i>	<i>Abläufe</i>	<i>Leistungen</i>	<i>Wirkungen</i>
Konzept	Dokumentation	Einsatzplanung	Datenerhebung
Führung	Validierung	Datenerhebung	Evaluation
Technische Infrastruktur	Regeln für Durchführung	Ergebnisse	Nutzen
Leistungen Dritter			

Tabelle 29: Qualitätsmanagement (bke, o.J., S. 11)

Setzt man sich intensiv mit den Anforderungen des Qualitätsmanagement auseinander, wird ersichtlich, dass es große zeitliche und auch finanzielle Ressourcen benötigt, um ihnen gerecht werden zu können. Ob Qualitätsmanagement betrieben wird, ist von der Initiative der Anbieter abhängig, für kleine Beratungseinrichtungen ist es Wenzel (2006) zufolge aber kaum möglich. Jeweils zuständige Kammern oder Verbände können hierbei jedoch Unterstützung bieten. In unterschiedlichen, komplexen Arbeitsfeldern, wie auch im Bereich der psychosozialen Beratung besteht noch ein Bedarf der Weiterentwicklung des Qualitätsmanagement (ebd.; Dzeyk, 2005), wobei sich die „Integration des Datenschutzmanagement in das Qualitätsmanagement von Online-Beratung [...] geradezu anbietet“ (Wenzel, 2006, S. 1).

Nicht nur aufgrund geltender gesetzlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen ist die Berücksichtigung der bestehenden Regeln grundlegend. Das Recht der Ratsuchenden auf informationelle Selbstbestimmung, die Gewährleistung unerlaubten Zugriffs auf personenbezogene Daten, wie auch ein umfangreiches Konzept zum Datenschutz (inklusive der dafür technisch notwendigen Voraussetzungen) müssen von Beratungseinrichtungen verpflichtend umgesetzt werden. Die Durchführung eines Datenschutzmanagement, welches rechtliche, technische und organisatorische Bereiche abdeckt und notwendige Datenschutzaspekte berücksichtigt, wird virtuellen Beratungsanbietern sehr nahe gelegt (Wenzel, 2006).

### 7.4 Zusammenfassende Schlussfolgerungen

Das vorangegangene letzte theoretische Kapitel befasste sich mit sämtlichen Qualitätsmerkmalen von virtuellen Beratungseinrichtungen. Rechtliche und gesetzliche Rahmenbedingungen, die im ersten Teil aufgeführt und erläutert wurden, müssen selbstverständlich eingehalten werden. Sie dienen einerseits dem Schutz des Ratsuchenden (z.B. Datenschutz), andererseits sollen sie auch Experten vor folgeschweren Handlungen bewahren. Die gesetzlichen Regelungen sind laut Literatur jedoch nicht nur vorteilhaft anzusehen, sondern auch mit dem Problem der Uneinheitlichkeit belastet. So gelten in unterschiedlichen Ländern unterschiedliche Regeln. Da das world wide web, wie der Name schon sagt, allerdings Menschen weltweit miteinander vernetzt, sollten Gesetze für diesen einheitlichen Raum ebenso homogen verabschiedet werden. Insofern würden sich Ratsuchenden, die im Ausland leben und eine heimatliche Beratung in Anspruch nehmen wollen, keine Probleme in den Weg stellen. Auch für Internet-Berater würden identische Rechte und Gesetzmäßigkeiten ein Zurechtfinden in der „Welt der Paragraphen“ erleichtern.

In Bezug auf virtuelle Beratungen stellen sich einige Fragen, die empirischer Forschung bedürfen. So wäre es interessant herauszufinden, inwiefern sich Beratungsanbieter an sämtliche Vorschriften halten und ob ihnen und ihren Mitarbeitern die Vielzahl an „Geboten“ tatsächlich bewusst ist. Untersuchungen, die diese Fragen zu beantworten, fehlen leider bisher. Bedauerlicherweise war es für die vorliegende Studie nicht vorgesehen, diesen Punkten auf den Grund zu gehen. Insofern besteht diesbezüglich weiterhin großer Forschungsbedarf.

Der zweite und dritte Teil des Kapitels beschäftigte sich mit Qualitätsmerkmalen virtueller Beratungsarbeit, sowie mit Strategien, diese sicherzustellen. Eine transparente, glaubwürdige Darstellung des Angebots, verhaltensspezifische und methodische Merkmale, das Einhalten technischer Voraussetzungen, wie auch ein qualifiziertes Team stellen hierbei die wesentlichen Merkmale der Qualität dar (Englmayer, 2005). Um möglichst hoch qualifizierte, professionelle, virtuelle Beratungsarbeit leisten zu können, bedarf es der dringenden Orientierung an den wesentlichen Qualitätsstandards, sowie der permanenten Dokumentation und Überprüfung des eigenen Konzepts (Heider, 2007). Die Auswahl der technischen Vorgehensweise spielt insofern eine große Rolle, da die Technik sich mitunter auf die Qualität der Beratung selbst auswirkt (Fritsch, 2009).

## 7. Qualität in der virtuellen Beratungsarbeit

Damit sich das Berufsfeld der psychosozialen Online-Beratung in Zukunft weiter etablieren und spezifizieren kann, ist die Einhaltung qualitativer Merkmale und Standards zunehmend bedeutsam (Weissenböck et al., 2006). Mittlerweile existiert eine Vielzahl von allgemeinen Standards, wie auch von konkreten Vorgehensweisen vom Eintreffen einer Anfrage, über ihre Bearbeitung, bis hin zu ihrer Beantwortung. Diese dienen nicht nur der Gewährleistung von Qualität, sondern weiterhin der Abgrenzung zu unseriösen Anbietern. Da im Netz dennoch Laien unterwegs sind, die beispielsweise akademische Abschlüsse erfinden, gab es lange Zeit die Forderung eines Gütesiegels, welches professionelle Angebote von Unprofessionellen trennt und seit 2001 nach Erfüllung gewisser Kriterien erhältlich ist (Götz, 2003).

Ein bedeutender Teil der vorliegenden Studie ist es, teilnehmende Online-Beratungseinrichtungen hinsichtlich empfohlener Qualitätsmerkmale zu untersuchen. So soll sowohl allgemeinen Kriterien (wie z.B. der Identifikation des Anbieters), der Präsentation des Beratungsangebotes, inklusive seinen Rahmenbedingungen, sowie technischen Grundbedingungen nachgegangen werden. Große Bedeutsamkeit wird der Zusammensetzung des Teams beigemessen, wobei überprüft werden soll, inwiefern die Mitarbeiter fachliche Kompetenz aufweisen. Weitere qualitätsrelevante Merkmale werden mit Hilfe von Fragebögen erhoben. So werden die Berater selbst u.a. nach ihrer fachlichen Aus- und Weiterbildung und methodischen Vorgehensweise befragt und auch Ratsuchende bekommen die Möglichkeit, die Experten nach gewissen Kriterien zu bewerten.

Werden die gesetzlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen eingehalten, Qualitätsstandards berücksichtigt und wird darüber hinaus die Qualität gesichert, so kann dadurch ein „wichtiger Beitrag zur Professionalisierung von Online-Beratung in den verschiedenen psychosozialen Beratungskontexten“ (Kühne, 2006, S. 2) geleistet werden. Unter der Verwendung sämtlich erhobener Daten soll versucht werden, einen umfassenden Überblick über die virtuelle Beratungsarbeit zu geben und letztlich die Forschungsfrage zu beantworten, ob kompetente Hilfe heute wirklich nur ein paar Mausklicks entfernt ist.

## **II. Empirischer Teil**

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

In den vorangegangenen Kapiteln wurde versucht, eine möglichst große Übersicht über den Untersuchungsgegenstand, die Online-Beratungen, zu geben. Zielsetzung des theoretischen Teils war es, alle notwendigen Informationen über die virtuellen Beratungen aufzuführen, welche für den empirischen Teil dieser Untersuchung relevant sind. Die einzelnen Kapitel schlossen jeweils mit wichtigen Schlussfolgerungen ab. Auf der Basis dieser bisherigen theoretischen Ausführungen sollen im vorliegenden Kapitel konkrete Fragestellungen formuliert werden, die die nachfolgende Untersuchung maßgeblich leiten.

Das oberste Anliegen der vorliegenden Studie ist es, einen empirisch fundierten Überblick über Internet-Beratungen zu liefern und auf diese Weise einen wissenschaftlichen Beitrag zu diesem neuartigen Beratungsfeld zu leisten. Die Untersuchung bestrebt, mit Hilfe einer umfangreichen Befragung und einer qualitativen Inhaltsanalyse der Online-Beratungen folgende zentrale Forschungsfrage beantworten zu können:

*Können ratsuchende Menschen im world wide web kompetente Hilfe erhalten?*

Um die zu untersuchende Fragestellung hinreichend zu beantworten, ist es notwendig, weitere Forschungsfragen zu stellen, sie zu präzisieren und Hypothesen abzuleiten.

*Welche soziodemographischen Merkmale kennzeichnen die Akteure virtueller Beratungen?*

Um Erkenntnisse über die Akteure von Online-Beratungen zu gewinnen, ist es notwendig sowohl die User, welche virtuelle Beratungen in Anspruch zu nehmen, als auch die Online-Berater deskriptiv zu beschreiben. Insbesondere die Merkmale „Geschlecht“ und „Alter“ sind hierbei von Interesse. Aufgrund der bisherigen theoretischen Überlegungen wird angenommen, dass die Population der User überwiegend aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen besteht und dass das Verhältnis zwischen Männern und Frauen relativ ausgeglichen ist oder die weiblichen Ratsuchenden überwiegen. Neben der Wohnsituation, dem Familienstand und der Beschäftigung der Akteure soll ebenso herausgefunden werden, welches Bildungsniveau die User besitzen. Anlässlich bisheriger Erkenntnisse wird von einem niedrigen Bildungsstand auf Seiten der Ratsuchenden ausgegangen.

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

*Wie lässt sich die Nutzung virtueller Beratungen beschreiben?*

Zur Beschreibung der Nutzung virtueller Beratungen soll den Fragen nachgegangen werden, seit wann sich die Ratsuchenden der Beratung bedienen und wie viel Zeit sie dafür durchschnittlich aufwenden. Ebenso von großem Interesse ist es herauszufinden, ob Ratsuchende überwiegend Betroffene oder Angehörige sind und wie sie von dieser Beratungseinrichtung erfahren haben. Weiterhin ist zu klären, welche Form von Online-Beratungen (E-Mail, Chat, Forum) überwiegend genutzt wird.

*Haben Ratsuchende bereits anderweitige Beratungs- oder Therapieerfahrungen gesammelt?*

Bezüglich anderweitiger Erfahrungen sollen Informationen darüber erhoben werden, wie viele Ratsuchende bereits eine herkömmliche Beratung genutzt und/oder ob sie früher schon einmal eine Therapie gemacht haben. Ebenso soll eine mögliche vorherige Nutzung einer anderen Online-Beratung, als die jetzige herausgefunden werden.

*Welche Qualifikation besitzen Menschen, die als Online-Berater tätig sind?*

Um neben der Beschreibung der hilfesuchenden Menschen auch Aussagen über die Anbieter von Online-Beratungen machen zu können, möchte die Studie Erkenntnisse darüber erlangen, welche Qualifikation Internet-Berater besitzen. Hierbei scheinen der höchste Schul- bzw. Hochschulabschluss, der Beruf, sowie die dazugehörige Berufsgruppe interessant. Ferner stellt sich die Frage, ob im Internet tätige Berater auch im herkömmlichen Leben einer Beratertätigkeit nachgehen und inwiefern eine Aus- oder Weiterbildung zum (professionellen) Online-Berater erfolgte.

*Aufgrund welcher Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation haben sich Ratsuchende entschlossen, eine Beratung online zu nutzen?*

In Hinblick auf die besonderen Merkmale virtueller Beratungen soll festgestellt werden, welche Merkmale die Ratsuchenden dazu bewogen haben, sich für eine ONLINE-Beratung zu entscheiden und welche Kriterien hierbei eine besondere Bedeutung für die Befragten haben. Es wird vermutet, dass die Mehrzahl der in der Literatur erwähnten Merkmale, wie z.B. die Anonymität, die Pseudonymität oder die Niederschwelligkeit des Angebots einen sehr hohen

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Stellenwert für die Ratsuchenden besitzen und für die Entscheidung, sich im world wide web beraten zu lassen, maßgeblich waren.

*Wie lässt sich die Ausübung virtueller Beratungen beschreiben?*

Gleichermaßen soll die Untersuchung auf der Seite der Online-Berater Informationen über die praktische Tätigkeit und deren Ausführung erfassen. Es stellt sich u.a. die Frage, welche Art von Beratungen die Fachleute überwiegend ausführen (E-Mail, Chat oder Forum), wie oft und wie viele Ratsuchenden sie durchschnittlich beraten, sowie welchen Zeitrahmen eine Beratung gewöhnlich in Anspruch nimmt. Weiterhin scheint es interessant zu erfahren, wie lange die Online-Berater diese Tätigkeit bereits ausführen und ob sie auch bei anderen virtuellen Beratungseinrichtungen beschäftigt sind.

*Aus welchen Gründen haben Ratsuchende die Online-Beratung  
in Anspruch genommen?  
Welche Motive haben Berater, dieser online-Tätigkeit nachzugehen?*

Sowohl die Beweggründe der Ratsuchenden, die Online-Beratung zu nutzen, als auch die Motive der Internet-Berater, dieser Tätigkeit nachzugehen, ist für die vorliegende Untersuchung von großem Interesse. Infolgedessen soll herausgefunden werden, wieso die neuartige Beratungsform angeboten und genutzt wird. Auf der Seite der Klienten wird die Forschungsfrage weiter spezifiziert: Wollen Klienten hauptsächlich Informationen erhalten, eine Beratung bekommen, wenden sie sich in einer Krisensituation an die Beratungsstellen oder haben sie andere Gründe? In gleicher Weise soll auf der Beraterseite ermittelt werden, ob diese darin eine Berufschance sehen, die Tätigkeit aus Neugierde ausführen, hauptsächlich Hilfe anbieten wollen oder andere Motive haben.

*Welche Problembereiche werden von Klienten thematisiert?  
Welche Themengebiete werden von Beratern bearbeitet?*

Hinsichtlich der Sorgen, Probleme und Themen, die in Online-Beratungen ausgetauscht werden, möchte die Forschung Erkenntnis darüber bekommen, welche Bereiche hier den Schwerpunkt bilden und ob die genannten psychosozialen Problemlagen überwiegen. Aufgrund bisheriger Feststellungen wird angenommen, dass Klienten vorwiegend über psychische Probleme bzw. Krankheiten, Suchtproblematiken, Suizidgedanken und finanzielle

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Probleme sprechen. Weiterhin soll der Frage nachgegangen werden, ob Berater eine Vielzahl von Themen bearbeiten oder ob sie sich auf bestimmte Problembereiche spezialisieren.

*Glauben die Akteure an die Effektivität von Internet-Beratungen?*

*Wo sehen die Experten mögliche Schwierigkeiten?*

Die Frage, ob das Erlangen kompetenter Hilfe im Internet möglich ist, ist ein bedeutender Teil dieser Studie. Folglich ist es von großer Bedeutung herauszufinden, wie effektiv virtuelle Beratungen aus der Sicht der Ratsuchenden und Berater sind. Gibt es hier geschlechtsspezifische Unterschiede? Um mögliche Probleme aufdecken zu können, soll nachfolgend ermittelt werden, wo die Tätigen Schwierigkeiten vermuten.

*Von welchen positiven und negativen Erfahrungen bzw.*

*Rückmeldungen berichten Ratsuchende und Berater?*

*Wie bewerten Klienten die in Anspruch genommene Online-Beratung?*

In Hinblick auf die Effektivität ist es weiterhin von großer Bedeutung, Kenntnisse darüber zu erlangen, ob die Erfahrungen, die Ratsuchende hier gemacht haben, überwiegend negativ (z.B. nachteilig, unwirksam, schlecht, ungünstig...) waren oder ob sie überwiegend von positiven Erlebnissen (z.B. angenehm, brauchbar, erfolgreich...) berichten. Weiterhin soll herausgefunden werden, inwiefern diese Erfahrungen und Erlebnisse die Verbesserung der Gefühlslage Ratsuchender beeinflusst. Um der Beurteilung der virtuellen Beratung seitens der Ratsuchenden stärkeres Gewicht zu geben, soll zudem der Frage nachgegangen werden, wie Klienten die genutzte Beratung bewerten, ob sie sie selbst wieder nutzen und/oder anderen weiterempfehlen würden, sowie ob die Bewertungen von Erfahrungen beeinflusst wird. In Bezug auf die eben genannten Forschungsfragen wird davon ausgegangen, dass die überwiegende Mehrheit glaubt, die Nutzung einer Online-Beratung sei hilfreich, um Probleme zu überwinden. Ebenfalls wird von vorwiegend positiven Erfahrungsberichten und erfreulichen Eindrücken von beiden Seiten, wie auch von zumeist positiven Bewertungen ausgegangen.

*Wie bewerten die Ratsuchenden die Effektivität der Beratung subjektiv?*

*Gab es einen „objektiven“ positiven Einfluss der Beratung auf die Sorgen und Probleme der Ratsuchenden?*

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Neben der subjektiven Bewertung der Internet-Beratung durch Ratsuchende ist es ferner von großem Interesse herauszufinden, inwiefern es einen „objektiven“ positiven Einfluss auf die Problematik der Klienten gab. Die „objektive Effektivität“ soll dadurch ermittelt werden, indem das Ausmaß der Sorgen und Probleme von Klienten vor Nutzung der Online-Beratung mit dem Ausmaß zum Zeitpunkt der Befragung (also während oder nach der Beratung) verglichen wird, um eventuelle positive oder negative Veränderungen zu erkennen. Die hier nachzuziehende Fragestellung ist: Gab es eine Verringerung oder Erhöhung des Grades der Problematiken? Treten hier Unterschiede zwischen den Geschlechtern, den Online-Beratungsarten oder den unterschiedlichen Einrichtungen auf? Inwiefern beeinflusst die subjektive Verbesserung der Gefühlslage weitere Bewertungen der Beratungsstelle? Es wird angenommen, dass die Mehrheit durch die virtuelle Beratung eine Hilfestellung erfahren hat, also dass sich die Intensität der Probleme verringert hat. In Zusammenhang mit oben genannten Fragestellungen soll hier weiterhin einer möglichen Korrelation zwischen „objektiv“ erfahrener Hilfestellung und subjektiver Bewertung nachgegangen werden, um vermutete Placebo-Effekte zu erfassen.

*Wie beschreiben Ratsuchende ihren Online-Berater bzw. wie schätzen sie ihn ein?*

*Wie bewerten die Ratsuchenden die Beratervariablen?*

Um mehr über die Fachleute, welche die Beratungsarbeit leisten, aussagen zu können, soll weiterhin überprüft werden, wie Ratsuchende diese(n) einschätzen und mit welchen positiven und negativen Eigenschaften sie ihn beschreiben. Aufgrund der großen Bedeutung der Beziehung zwischen den Akteuren, möchte die Forschung zudem herausfinden, inwiefern beziehungsfördernde Aspekte, wie z.B. Empathie, Emotionalität oder Wertschätzung von Ratsuchenden wahrgenommen werden bzw. wie die Klienten die Beratervariablen bewerten. Zudem wäre es interessant zu erfahren, ob die Einschätzung des Beraters bzw. die Bewertung der Aussagen in Zusammenhang mit der erfahrenen Hilfe, der Zufriedenheit der Klienten, sowie deren verbesserten Gefühlslage steht.

*Welche Beratungsstrategien wenden die befragten Berater an?*

*Welche methodischen Vorgehensweisen nutzen sie?*

Im Hinblick auf die Vorgehensweise bei Online-Beratungen soll festgestellt werden, welche Strategien hier überwiegend verwendet werden. Hierbei soll ferner differenziert werden, ob

## 8. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Berater einfache Ratschläge erteilen, ausführliche Beratungen vollführen oder lediglich reine Informationen vermitteln. Gleichmaßen bedeutsam ist es, Ergebnisse zu methodischen Vorgehensweisen zu bekommen, um Aussagen darüber machen zu können, nach welcher Methodik Online-Berater bei der Durchführung ihrer Arbeit vorgehen. Es ist anzunehmen, dass allgemeine Beratungsansätze, wie beispielsweise der lösungs- oder klientenorientierte Ansatz häufiger benutzt werden als neuartige Konzepte, wie z.B. die systematische Metaphernanalyse.

*Wie lassen sich die teilnehmenden Online-Beratungseinrichtungen beschreiben?*

*Setzen die Anbieter die wesentlichen Qualitätsmerkmale um  
bzw. werden Qualitätsstandards eingehalten?*

Das wesentliche Ziel der vorliegenden Forschung ist es herauszufinden, inwiefern hilfesuchende Menschen im world wide web kompetente Hilfe erhalten können. Hierzu ist es unumgänglich zu überprüfen, inwiefern Einrichtungen, die im Internet Beratungen anbieten, allgemeine Richtlinien und die in der Literatur empfohlenen Qualitätsmerkmale umsetzen und gleichzeitig qualitative Standards einhalten. Aus diesem Grund ist es für die Studie von großem Interesse, virtuelle Beratungseinrichtungen dahingehend zu analysieren und mögliche Unterschiede zu erkennen. Es soll u.a. den Fragen nachgegangen werden, ob sich Anbieter identifizieren, ob das Angebot transparent dargestellt wird und inwiefern die Rahmenbedingungen, das Setting und die Grenzen der Beratung beschrieben werden. Eine Überprüfung der fachspezifischen Kompetenzen des Anbieters und seinen Mitarbeitern, sowie die Kontrolle datenschutz- und datensicherheitsspezifischer Merkmale ist in gleicher Weise notwendig.

Die in diesem Kapitel aufgestellten Forschungsfragen und Hypothesen sollen in den nachfolgenden Kapiteln mit Hilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse der Beratungsstellen und einer Befragung von Ratsuchenden und Online-Beratern beantwortet werden. Die bisherigen Ausführungen lassen vermuten, dass Menschen, die bei Online-Beratungen nach Hilfe und Unterstützung suchen, diese durchaus in kompetenter Weise erfahren können. Auf dieser Grundlage muss im Folgenden das Erhebungsinstrument entwickelt und die Forschung durchgeführt werden. Das methodische Design der Erhebung, die Ergebnisse der Forschung, sowie ihre Diskussion sind Gegenstand der Kapitel 9 bis 11.

### **9. Methodisches Design der Erhebung**

Das vorangegangene Kapitel stellte die Forschungsfragen vor, die dieser Studie zugrunde liegen. Alle angeführten Fragestellungen und Hypothesen sollen im Folgenden anhand von Stichproben überprüft werden. Im Verlauf der Vorbereitungen wurden unterschiedliche Methoden zur Datengewinnung durchdacht, wobei als Ergebnis herausgearbeitet wurde, die Befragung und die qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente zur Datenerfassung zu nutzen. Als Untersuchungsfeld erwiesen sich webbasierte Beratungsangebote als sinnvoll. Zur Gewährleistung der Transparenz der Untersuchung, beschreibt und erläutert das vorliegende Kapitel die methodische Vorgehensweise, mit der die aufgeworfenen Fragen beantwortet werden sollen. Es soll einen Überblick über die Vorgehensweisen bei der Auswahl der Stichprobe, der wissenschaftlichen Erhebung, sowie der statistischen Auswertung der Daten geben. Zudem werden die zu untersuchenden Kriterien und der Aufbau des Fragebogens beschrieben.

#### **9.1 Die qualitative Inhaltsanalyse**

Um sich ein Bild des Untersuchungsgegenstandes, der virtuellen Beratungseinrichtungen, welche es im Internet zur Auswahl gibt, zu machen und über ihre Qualität Aussagen tätigen zu können, sollten Online-Beratungen ausfindig gemacht und hinsichtlich bestimmter Kriterien analysiert bzw. untersucht werden. Folgende Abschnitte beschäftigen sich mit der Auswahl der virtuellen Angebote für diese Studie und beschreiben, wie die qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt und ausgewertet wurde.

##### **9.1.1 Feldzugang: Die Auswahl der Online-Beratungen**

Die Vorbereitungen für die empirische Erhebung dieser Studie begannen im Frühjahr 2009 mit der Suche nach Online-Beratungen über die Suchmaschine „Google“. Mit Hilfe von Stichwörtern (z.B. „Online-Beratung“, „Internet-Beratung“ etc.) und Stichwortkombinationen (z.B. „virtuelle Beratung“, „psychosoziale Beratungseinrichtung“, „Beratung im Internet“ etc.) wurde willkürlich nach Beratungsstellen, die virtuell ihre Dienstleistungen anbieten, gesucht. Alle kostenlosen Angebote, die nach eingehender Recherche der Zielgruppe der vorliegenden Forschung entsprachen und somit psychosoziale Beratung im Internet offerieren, wurden in die zu kontaktierende Liste von Beratungseinrichtungen aufgenommen. Im Verlauf der Forschung erwies sich der Feldzugang als äußerst aufwendig.

## 9. Methodisches Design der Erhebung

Nach einer ersten Vorauswahl wurden alle auserlesenen virtuellen Beratungseinrichtungen per E-Mail oder mittels eines Kontaktformulars auf der Webseite angeschrieben. Nach einer persönlichen Vorstellung der Forscherin, beschrieb das Anschreiben das Forschungsvorhaben und bat um Mitwirkung an der Studie, indem sie das Projekt mitsamt Klienten-Fragebogen auf ihrer Internetseite veröffentlichen und ihren beratenden Mitarbeitern den Berater-Fragebogen weiterleiten. Als Anreiz zur Teilnahme wurde vorgeschlagen, eine interne Auswertung der Ergebnisse der eigenen Einrichtung nach Beendigung der Forschung zur Verfügung zu stellen.

Von den 16 kontaktierten Beratungsstellen antworteten neun innerhalb von zwei Wochen, sieben Einrichtungen dagegen reagierten weder bei der ersten, noch bei einer zweiten Kontaktaufnahme. Nach der ersten Anfrage sagten drei Beratungsdienste sofort ab, wobei zwei angaben, keine Beratungen mehr anzubieten. Immerhin waren sechs Beratungseinrichtungen interessiert daran, an der Studie teilzunehmen und willigten einer Zusammenarbeit ein. Im Laufe der Vorbereitungen traten zwei weitere Stellen von einer Teilnahme zurück, wobei die Gründe nur spekulativ waren. Somit ergab es sich, mit vier Online-Beratungen zu kooperieren und diese, mit ihrer Genehmigung, in die Forschung aufzunehmen: Die *kids-hotline*, das Profamilia-Projekt *Sextra*, die *Hoffnungswiese*, sowie das Jugendportal *schreib-dich-nicht-ab* der Diakonie in Ratingen. Letztere Beratungsstelle trat aufgrund der derzeitigen Arbeitsauslastung im Laufe der Forschung von der Zusammenarbeit zurück. Der Ansprechpartner des Sextra-Projekts informierte über eine interne technische Umstellung der Beratungsarbeit und musste aus diesem Grund ebenfalls abspringen. Letzten Endes blieben zwei Beratungsstellen für die Erhebung übrig, die *kids-hotline* und die *Hoffnungswiese*.

Dass viele Beratungsstellen die Mithilfe aus unerklärlichen Gründen verweigerten und zu einigen kein weiterer Kontakt mehr hergestellt werden konnte, kann als Indiz dafür gesehen werden, dass die Praxis kaum an Forschung und Weiterentwicklung interessiert ist bzw. mögliche Qualitätsmängel scheuen.

### 9.1.2 Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse

Bei der durchgeführten qualitativen Inhaltsanalyse wurden sämtliche Merkmale bzw. Kriterien direkt zu einem bestimmten Zeitpunkt erhoben.

## 9. Methodisches Design der Erhebung

Die erste Aufgabe bestand darin, Informationen über die Beratungseinrichtungen zu bekommen, um sich einen Eindruck darüber machen zu können, welche Online-Beratungen an der Studie teilnehmen. Zu den Kriterien gehören der Name der Online-Beratung, die dazugehörige Internetadresse, sowie der Träger der Einrichtung. Weiterhin sollte herausgefunden werden, welche Art von Beratung jeweils angeboten wird und welche Ziele die Beratungsstelle verfolgt. Weitere Projekte und die Zusammensetzung des Teams rundeten den ersten Durchgang der Erhebung ab.

Im zweiten Schritt ging es um die Inspektion der Einhaltung gewisser Qualitätskriterien (vgl. Anhang J). So wurden die Angebote dahingehend überprüft, ob sich der Anbieter identifiziert (z.B. mit Name, Adresse, etc.), ob das Angebot in mehrfacher Hinsicht klar und transparent dargestellt wird (z.B. Beschreibung der Ziele, Kompetenzbereiche und Grenzen) und ob die Beratungseinrichtung grenzspezifische Merkmale umsetzt (z.B. Angebot von Notfallnummern oder anderen Anlaufstellen). Gleichmaßen wurden die fachspezifischen Kompetenzen des Anbieters bzw. der Mitarbeiter (z.B. Ausbildung und Werdegang des Teams) und die Darstellung der Rahmenbedingungen und des Settings (z.B. Ablauf der Internet-Beratung, Zeitrahmen, etc.) erhoben. Weiterhin wurde geklärt, ob datenschutz- und datensicherheitsbezogene Maßnahmen gewährleistet und eingehalten werden. Für die Erfüllung eines der dichotomen Kriterien wurde ein Punkt vergeben (Ja = 1, Nein = 0), um anschließend die Punktwerte der Einrichtungen und somit die Anzahl der eingehaltenen Richtlinien miteinander vergleichen zu können. Wurden Kriterien nur teilweise erfüllt, so wurde das Merkmal mit 0,5 Punkten bewertet. (Auswertungsschema in Anlehnung an Neuhaus Bühler (2010)).

Die zwei Online-Beratungseinrichtungen, die der Teilnahme an der empirischen Erhebung zugestimmt hatten, wurden in Hinblick auf den genannten Kriterien überprüft. Sämtliche Ergebnisse wurden schriftlich dokumentiert und in ein Schema aufgenommen. Die Resultate der qualitativen Inhaltsanalyse lassen sich dem Kapitel 10.1 entnehmen.

### **9.2 Die Online-Befragung**

Im Hinblick auf die Zielsetzung der empirischen Untersuchung erwiesen sich ferner quantitative Techniken der empirischen Sozialforschung als zweckmäßig. Um den Großteil der herausgearbeiteten Fragestellungen und Hypothesen prüfen zu können und möglichst viele Menschen der ausgewählten Zielgruppen zu erreichen, wurde als methodische Vorgehensweise die schriftliche Befragung gewählt.

## 9. Methodisches Design der Erhebung

Da der Wahrung der Anonymität die höchste Priorität zukam, wurde von einer direkten Kontaktaufnahme durch Interviews oder durch das Zusenden von Fragebögen abgesehen. Die Online-Befragung schien das am besten geeignete Instrument zur Erfassung von Daten einer möglichst großen Stichprobe (im Gegensatz zum Interview). Desweiteren bietet eine webbasierte Datenerhebung weitere Möglichkeiten, die Qualität der zu erhaltenen Daten zu steigern (z.B. durch die Anonymisierung oder die Kontrolle von mehrfachem Ausfüllen). Hinzu kommt die Annahme, die Probanden hätten im Medium Internet ein Gefühl von Sicherheit, da sie einerseits jederzeit die Möglichkeit haben, die Befragung zu beenden und andererseits keine Angst vor Sanktionen haben müssen.

Die Umfrage sollte über webbasierte Fragebögen erfolgen, damit potentielle Teilnehmer auf diskretem Weg erreicht werden und einen möglichst leichten und anonymen Zugang zur Untersuchung haben. Aufgrund einer fast vollständigen Selbstselektion der Stichprobe, da die Teilnahme auf absoluter Freiwilligkeit basierte, ließ sich die Grundgesamtheit im Vorfeld nicht exakt bestimmen. Aus demselben Grund muss desweiteren mit Stichprobenverzerrungen gerechnet werden. Die zu untersuchende Zielgruppe waren User, die bereits eine Online-Beratung in Anspruch genommen haben, sowie Experten, die virtuell beraterisch tätig sind.

### **9.2.1 Aufbau der Online-Fragebögen**

Die Studie beabsichtigt, Fragestellungen auf beiden Akteur-Seiten zu prüfen. Deswegen mussten zwei standardisierte Fragebögen entworfen werden: Für ratsuchende und beratende Teilnehmer. Der für die Online-Befragung eingesetzte Fragebogen besteht aus mehreren, thematisch unterschiedlichen Teilen. Damit die Bereitschaft zur Teilnahme möglichst hoch und die Stichprobe möglichst groß ist, wurde bei der Konstruktion auf ein adäquates Ausmaß, sowie auf die Anonymität großen Wert gelegt. Im Folgenden kommt es zur Beschreibung des strukturellen Aufbaus der Fragebögen, wobei einzelne Teile von Fragebögen früherer Untersuchungen als Grundlage und Hilfe zur Orientierung genutzt wurden (vgl. Eidenbenz, 2009; Dzyk, 2005; Hartel, 2008b; Patientenstundenbogen der psychotherapeutischen Praxisstelle, zitiert nach Hartel, 2008b; Gehrman & Klenke, 2008; Lang, 2001; Lang, 2002a; Eichenberg, 2007; Kral & Traunmüller, 2008; Nock, 2006). Fragen, Items und Elemente wurden teilweise umformuliert, umgepolst und nach eigenem Ermessen, im Sinne der für diese Studie relevanten Forschungsfragen, individuell mit selbst erstellten Fragen und Items kombiniert.

## 9. Methodisches Design der Erhebung

Sowohl der Fragebogen für die Nutzer, als auch der Fragebogen für die Berater beginnt mit einem Begrüßungstext, welcher an die jeweiligen Teilnehmer der Untersuchung gerichtet ist. Damit den Mitwirkenden bewusst ist, dass es sich um eine wissenschaftliche Forschung im Rahmen einer Dissertation handelt, wurden sie im Vorfeld über den Zweck der Umfrage informiert. Nach der Erklärung des Hintergrundes und der Zielsetzung der Studie, wurde kurz dargestellt, um welche Fragen es sich handelt. Weiterhin wurde eine vollkommen anonyme und vertrauliche Behandlung der Daten zugesichert. Für etwaige Rückfragen oder auftretende Probleme wurde die E-Mail-Adresse der Forscherin als Kontaktmöglichkeit angegeben.

Beide Fragebögen wurden so konstruiert, dass es den Probanden möglich war, einzelne Fragen oder Fragenkomplexe auszulassen und somit nicht alle Fragen zu beantworten. Die Instrumente wurden mit Hilfe der professionellen Befragungssoftware „ENTERPRISE FEEDBACK SUITE 7.1 (EFS Survey)“ von GlobalPark erstellt. Der Grund zur Generierung der Erhebungsinstrumente bei diesem Tool waren besondere Features, wie beispielsweise die automatische Erzeugung von Datendateien oder die Kontrolle von Mehrfachantworten, die die Qualität der Forschung deutlich steigern.

### *Fragebogen für Ratsuchende:*

Der Fragebogen für Klienten, welcher vollständig im Anhang K ersichtlich ist, gliedert sich in fünf wesentliche Teile und beinhaltet 31 Fragen mit Items zu folgenden Aspekten:

- *Soziodemographische Daten:* Der erste Abschnitt erfasste mit Multiple-Choice-Fragen neben dem Alter, dem Geschlecht, dem höchsten Schul-/Hochschulabschluss und der Beschäftigung der Ratsuchenden auch die Region des Wohnortes, ihre Wohnsituation, sowie deren Familienstand.
- *Nutzung der Online-Beratung:* Im zweiten Teil wurde nach dem Beratungsangebot, welches genutzt wird, der Beratungsart und der Stellung (Betroffener oder Angehöriger) gefragt. Weiterhin wurden sowohl Daten zum Finden der Beratungsstelle, zur Nutzungsdauer und –häufigkeit, als auch welche zu vorherigen (Online-) Beratungs- und Therapieerfahrungen erhoben. Um die speziellen Gründe für die Wahl des Mediums „Internet“ für eine Beratung herauszufinden, sollten die Probanden 16 Items auf einer vierstufigen Ratingskala mit den Polen „1 = trifft gar nicht zu“ bis „4 = trifft vollkommen zu“ bewerten.

## 9. Methodisches Design der Erhebung

- *Beweggründe für die Inanspruchnahme der Beratung:* Zur Erfassung der Gründe, eine Beratung in Anspruch zu nehmen, wurden wiederum 22 Items vorgegeben, die sich in die Kategorien „Informationen“, „Beratung“, „Krisenintervention“ und „Andere Gründe“ einteilen lassen und auf der vierstufigen Ratingskala einzuschätzen waren. Im Anschluss an eine offene Frage für weitere Gründe, folgten Problembereiche, in welche die Teilnehmer ihre Beratungsthemen einordnen konnten.
- *Bewertung der Beratung:* Der vierte Abschnitt erfasste Daten zur Bewertung der Beratung. So wurden die Probanden gebeten, das Ausmaß ihrer Sorgen und Probleme vor Inanspruchnahme der Beratung und zum Untersuchungszeitpunkt einzuschätzen (von „gar keine“ bis „sehr viele“), um denkbare objektive Veränderungen herauszufinden. Desweiteren konnten sie angeben, ob sie denken, dass eine virtuelle Beratung hilfreich sein kann, Probleme zu überwinden und ob es ihnen persönlich geholfen hat (subjektive Effektivität). Etwaige positive und negative Erfahrungen, die sie bei der Nutzung der Online-Beratung gesammelt haben, konnten wieder anhand von Aussagen auf einer vierstufigen Ratingskala eingeschätzt werden. Es folgten weitere Fragen zur Bewertung der Internet-Beratung, z.B. durch Notenvergabe oder mögliche Weiterempfehlung.
- *Einschätzung des Beraters:* Zur Prüfung beziehungspezifischer Kriterien wurden im fünften Teil erneut Aussagen formuliert, die es auf der Ratingskala zu bewerten galt, wobei die 24 Items in die Kategorien „Allgemein“, „Emotionalität“, „Empathie“, „Echtheit“, „Wertschätzung“, „Unterstützung“ und „Strukturierung“ einzuteilen sind. Außerdem wurden die Teilnehmer aufgefordert, die (positiven und negativen) Eigenschaften ihres Beraters einzuschätzen.

### *Fragebogen für Online-Berater:*

Der Fragebogen für Online-Berater ist ebenfalls in fünf Abschnitte gegliedert, wobei es für die Probanden galt, 28 Fragen zu folgenden Punkten zu beantworten (vgl. Anhang L).

- *Soziodemographische Angaben:* Bezüglich demographischer Variablen galt es Daten zum Alter, zum Geschlecht, zur Wohnsituation, zum Familienstand, sowie zur Tätigkeit bzw. Beschäftigung anzugeben.
- *Qualifikation:* Zur Ermittlung der Qualifikation der beratenden Probanden sollten diese neben ihrem höchsten Schul- bzw. Hochschulabschluss weiterhin angeben, ob sie eine Ausbildung gemacht haben, welchen Beruf sie ausüben und welcher Berufsgruppe sie

## 9. Methodisches Design der Erhebung

einzuordnen sind, sowie ob sie im traditionellen Leben auch Beratungen geben. Zudem wurde nach einer Aus- oder Weiterbildung zum professionellen Online-Berater gefragt.

- *Ausübung der Online-Beratung:* Zu Beginn des dritten Teils sollten die Teilnehmer angeben, bei welcher virtuellen Beratungseinrichtung sie praktizieren und welche Art von Beratungen sie ausführen. Mittels weiterer Multiple-Choice-Fragen wurden Einzelheiten zur durchschnittlichen Ausübungshäufigkeit und -dauer, sowie zum Auffinden der Beratungsstelle erhoben. Anhand von Aussagen in der Ich-Form, die die Probanden auf einer vierstufigen Ratingskala von „1 = trifft gar nicht zu“ bis „4 = trifft vollkommen zu“ einteilen sollten, wurden Informationen darüber erhoben, welche Motive sie haben/hatten, der Tätigkeit als Online-Berater nachzugehen. Die dazugehörigen Items können den Kategorien „Berufschance“, „Neugierde“, „Hilfsangebot“ und „Andere Gründe“ zugeordnet werden. Im Anschluss an eine offene Frage, welche weitere Gründe erforschen sollte, sollten die bearbeiteten Themengebiete angegeben werden.
- *Bewertung der Beratungen:* Zur Beurteilung der Beratungen aus der Sicht der Experten galt es zuerst anzugeben, ob die Probanden an die Effektivität virtueller Beratungen glauben. Weiterhin sollten Items zu möglichen Beratungsschwierigkeiten auf der vierstufigen Ratingskala bewertet werden, welche in die Kategorien „Allgemeine Schwierigkeiten“ und „Schwierigkeiten beim Berater“ eingeordnet werden können. Der vierte Teil endete mit Aussagen über positive und negative Eindrücke bzw. Rückmeldungen, deren Einschätzung Aufschluss darüber geben sollen, welche Erfahrungen die Teilnehmer bei ihrer Tätigkeit gesammelt haben.
- *Vorgehensweise bei Beratungen:* Der fünfte Abschnitt beschäftigte sich mit der verwendeten Methodik der Berater. Nach der Bewertung eines Blockes von 25 Items zu unterschiedlichen Beratungsstrategien („Ausführliche Beratung“, „Einfacher Ratschlag“, „Vermittlung von Informationen“ und „Ablehnung/Beendigung von Beratungen“), konnten ferner methodische Ansätze bzw. Konzepte ausgewählt werden, die die Probanden bei ihrer Tätigkeit nutzen.

Am Schluss des Fragebogens hatten alle Teilnehmer die Möglichkeit, Gedanken niederzuschreiben, die im Fragebogen nicht erwähnt wurden und/oder ihrer Meinung nach nicht in ausreichendem Umfang behandelt wurden, sie jedoch dennoch beschäftigen. Um bei Interesse über die Ergebnisse der Studie informiert werden zu können, gab es weiterhin die Möglichkeit, freiwillig die E-Mail-Adresse anzugeben. Die Umfrage endete mit einigen dankenden Worten.

### 9.2.2 Durchführung der Befragung

Nach eingehender Kooperation mit den Verantwortlichen der teilnehmenden Beratungsstellen und der Konstruktion der Fragebögen, begann die Durchführung der Befragung. Auf den Webseiten der partizipierenden Beratungseinrichtungen wurde von Beginn der Studienphase auf die Befragung hingewiesen, wobei die webbasierten Fragebögen über einen Link verfügbar gemacht wurden. Die User konnten während der Erhebungszeit über die jeweilige Beratungsstelle den Fragebogen abrufen und diesen beantworten. Alle Nutzer der teilnehmenden Online-Beratungen, auch diejenigen, die diese erst seit kurzem benutzen, sowie alle dort tätigen Experten konnten sich an der Umfrage beteiligen, wobei der Berater-Fragebogen teamintern verfügbar gemacht wurde, um ein Ausfüllen von Klienten zu verhindern.

Die Verwirklichung der Befragung erfolgte vom 03.11.2009 bis zum 25.07.2010, wobei die Links zur Umfrage permanent für Online-Berater und Ratsuchende sicht- und nutzbar waren. Ein derart großer Zeitraum hatte zum Ziel, möglichst viele Klienten und Berater für die Teilnahme zu gewinnen. Sämtliche Teilnehmer hatten während der Feldzeit der Untersuchung die Möglichkeit, über die angegebene Kontaktmöglichkeit Fragen zu stellen oder Bemerkungen loszuwerden.

Die Fragebögen wurden insgesamt von 373 (Ratsuchende) bzw. 69 (Berater) Personen aufgerufen. Nach 9 Monaten endete die Feldphase am 25.07.2010 mit N = 228 komplett ausgefüllten Fragebögen auf Seiten der Ratsuchenden und N = 51 ausgefüllten Fragebögen bei den Online-Beratern. Dies entspricht einer guten Ausschöpfungsquote und wird als Zeichen einer guten Akzeptanz des Forschungsvorhabens bewertet.

Es sei noch anzumerken, dass der Datenschutz im Rahmen dieser Forschung in jeglicher Weise gewahrt bleibt. Da prinzipiell keine persönlichen Daten erhoben wurden, ist eine Zuordnung der Antworten zu einzelnen Personen nicht möglich. Überdies kann ein Zugriff auf die Datenbank, auf der alle gesammelten Datensätze gespeichert wurden, durch unbefugte Dritte ausgeschlossen werden.

### 9.2.3 Auswertung und Analyse der Daten

Die automatisch erzeugten Datendateien wurden zur statistischen Auswertung und Analyse in die Programme SPSS (Version 15.0) und Office Excel 2007 eingelesen. Die erhobenen Daten wurden allesamt durch Berechnung der prozentualen Anteile, der Mittelwerte und

## 9. Methodisches Design der Erhebung

Standardabweichungen ausgewertet. Deskriptive Verfahren wurden bei geschlossenen Fragen eingesetzt. Unter Anwendung von t-Tests wurden mögliche Signifikanzen und Unterschiedshypothesen (z.B. Unterschiede bei der Hilfe von Online-Beratungen zwischen Männern und Frauen) überprüft. Die Analyse von abhängigen Stichproben (z.B. Veränderung des Ausmaßes der Sorgen und Probleme der Ratsuchenden vor Inanspruchnahme der Beratung und zum Zeitpunkt der Untersuchung) geschah ebenfalls mit Hilfe von t-Tests. Zusätzliche relevante Zusammenhänge wurden mit Hilfe von Korrelations- und schrittweisen Regressionsanalysen ermittelt.

Die Ergebnisse der speziellen Untersuchungen und ihre Diskussion sind Gegenstand der nachfolgenden Kapitel.

### 10. Ergebnisse der Studie

Das vorliegende Kapitel stellt sämtliche Ergebnisse dar, welche im Rahmen der Studie erhoben wurden. Die Befunde des ersten Teiles der Untersuchung, der qualitativen Inhaltsanalyse, sind dem Abschnitt 10.1 zu entnehmen. Die Resultate der Online-Befragung sind Gegenstand des Kapitels 10.2.

#### 10.1 Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse

Aufgrund der in Abschnitt 9.1.1 ergebnen Schwierigkeiten beim Feldzugang, konnten nur zwei Online-Beratungen hinsichtlich der gewünschten Kriterien analysiert werden. Zu Beginn werden die teilnehmenden Beratungseinrichtungen kurz vorgestellt (Übersichten vgl. Tabelle 30 und 31 auf S. 178 und S. 181).

##### 10.1.1 Vorstellung der Beratungseinrichtungen

###### Vorstellung der kids-hotline:

„Wenn deine Welt mal Kopf steht – wir sind für dich da“ (Webseite der kids-hotline.de).

Das im Jahre 1999 ins Leben gerufene Projekt „kids-hotline“ ist eine kostenlose und anonyme Beratungsstelle für hilfesuchende Menschen bis zum 21. Lebensjahr, welche seit 2002 vom Kinderschutz e.V. getragen wird. Kinder und Jugendliche können hier sowohl Hilfe, Ratschläge und Unterstützung bekommen, im sogenannten „Wissenscenter“ Informationen zu einer Vielzahl von interessanten Themen erhalten, als auch sich „zu allen Fragen in [ihrem] Leben“ beraten lassen, wobei den Betreibern eine enge Verknüpfung von Information und Beratung wichtig ist.

„Egal, ob es um Freundschaft, Liebe, Partnerschaft, Familie, Schule, Sucht, Gewalt oder Sinn und Leben geht – hier findest du Menschen, die dich unterstützen“ (Webseite der kids-hotline).

Mit den virtuellen Hilfs- und Beratungsangeboten verfolgt die Kids-Hotline ferner das *Ziel*, herkömmliche Beratungsstellen vor Ort durch die virtuelle Beratungsplattform zu erweitern. Auf diese Weise können traditionelle Einrichtungen von dem ausgereiften Beratungssystem profitieren und zusätzlich zum herkömmlichen Beratungsprogramm komfortable und seriöse Internet-Beratung anbieten. Darüber hinaus haben die Betreiber die Vision, „ein übergreifendes, nicht kommerzielles Beratungsnetzwerk entstehen zu lassen“.

Das *Beratungsteam*, welches ehrenamtlich u.a. nach den in Kapitel 4.2 genannten Basis-Prinzipien arbeitet, setzt sich aus Peer-Beratern auf der einen und einem qualifiziertem

## 10. Ergebnisse der Studie

Fachteam auf der anderen Seite zusammen. Zu den Peers gehören Jugendliche (z.B. Schüler, Abiturienten, etc.), welche speziell von der Einrichtung ausgebildet wurden, damit sie in den offenen Foren und bei Themen-Chats Beratungsarbeit leisten können. Die professionellen Berater des Fachteams sind ausgebildete Fachkräfte aus diversen Bereichen oder Studenten spezieller Fachrichtungen (vgl. Tabelle 30). Neben der Besonderheit der Peer-Berater können sich hilfeschuchende User auf der Beratungsplattform weiterhin gegenseitig in öffentlichen Bereichen mit Tipps und Ratschlägen zur Seite stehen.

<b>Merkmale der „kids-hotline“</b>	
<b>Name der Online-Beratung</b>	Kids-Hotline
<b>Internetadresse</b>	www.kids-hotline.de
<b>Träger der Einrichtung</b>	Kinderschutz e.V. ( <a href="http://www.kinderschutz.de">http://www.kinderschutz.de</a> )
<b>Art der Online-Beratung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ webbasierte Einzelberatung (nur mit Fachperson)</li> <li>➤ Foren-Beratung</li> <li>➤ Chat-Beratung (Einzel- oder Gruppenchat)</li> </ul>
<b>Angebote und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beratung, Hilfe und Informationen für Kinder und Jugendliche bis 21 Jahre</li> <li>➤ Erweiterung von herkömmlichen Beratungsstellen vor Ort durch Online-Beratung</li> <li>➤ Großes Ziel: Herstellung eines übergreifenden, nicht-kommerziellen Beratungsnetzwerks</li> </ul>
<b>Teamzusammensetzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Peer-Berater</i> (speziell ausgebildete Jugendliche, insb. SchülerInnen und AbiturientInnen)</li> <li>➤ Professionelle Berater des <i>Fachteams</i></li> <li>➤ Ausgebildete Online-Berater (DGOB), Fachkräfte aus der Pädagogik, Psychologie und Theologie, der Sozialen Arbeit, der Beratungsarbeit, dem Gesundheits- und Pflegewesen, etc.</li> <li>➤ Studierende der (Sozial-)Pädagogik, Psychologie, des Sozialwesens, des Lehramtes, etc.</li> </ul>
<b>Weitere Projekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Wissenscenter“ (Artikel und Erfahrungsberichte über bestimmte Themen)</li> <li>➤ „ki-konzept“ (Anbieten von Konzepten der OB, der Beratungsplattform, Schulungen etc.)</li> <li>➤ „kids-hotline-netzwerk“ (gemeinsame Vernetzung von mehreren Beratungsstellen durch ein Forum)</li> </ul>

Tabelle 30: Vorstellung der Beratungseinrichtung „kids-hotline“

## 10. Ergebnisse der Studie

Die Kids-Hotline bietet ein kostenloses umfangreiches *Beratungsangebot* an: Beratung in Foren, Chat-Beratung, sowie geschützte Einzelberatung. Bei Auswahl des Beratungsmediums „Forum“ haben User die Möglichkeit, in öffentlichen, thematisch geordneten Foren zu den Themen „Liebe und Sexualität“, „Mein Körper“, „Sinn und Leben“, „Familie“, „kids-hotline“, „Schule und Ausbildung“, „Sucht“ und „Wut und Gewalt“ eigene Fragen zu stellen, sich den Kummer von der Seele zu schreiben oder anderen Hilfesuchenden einige aufmunternde Worte zu hinterlassen. Andere User, die Peers und/oder die Fachteamer können sämtliche Beiträge lesen und beantworten, sodass sich daraus Gespräche im Sinne von Beratungen entwickeln. Die Foren sind stark frequentiert. Weiterhin können sich hilfeschende User bei der Kids-Hotline im Chat beraten lassen. Hier werden einerseits öffentliche Gruppen-Chats (ratsuchende User, Peers und mind. ein Fach-Berater), Chats zu bestimmten Themen und andererseits Beratungen im Einzelchat (ein Ratsuchender und ein professioneller Berater) angeboten. Die Chat-Beratung, insbesondere die „Chat-Sprechstunde“, welche jeden Montag um 20.00 Uhr stattfindet, bietet sich vor allem für diejenigen User an, welche sich zuerst einmal in der Beratungswelt orientieren wollen und/oder kurze Fragen bzw. konkrete Anliegen haben, die man in einem etwa 20-minütigem Chat besprechen kann. Ratsuchende können sich zudem jederzeit mit einem Berater zum Einzelchat verabreden. Für eine längerfristige individuelle Beratung haben Usern zusätzlich die Gelegenheit, eine webbasierte geschützte Einzelberatung zu ihrem persönlichen Anliegen in Anspruch zu nehmen. Diese finden, wie auch der Einzel-Chat, außerhalb der Öffentlichkeit statt, können nicht von anderen Usern mit verfolgt werden und werden nur von professionellen Beratern des Fachteams durchgeführt. Da die Einzelberatung zum Erhebungszeitpunkt wegen einer hohen Auslastung geschlossen war, lassen sich zum momentanen Zeitpunkt nicht mehr Aussagen darüber machen.

Zu den weiteren Angeboten bzw. *Projekten* der Kids-Hotline zählt sowohl die Unterstützung wissenschaftlicher Arbeiten, als auch die enge wissenschaftliche Begleitung aller Prozesse. Im bereits angesprochenen „Wissenscenter“ können sich die User zu interessanten Themen informieren und auch selbstständig Artikel verfassen. Es ist hervorzuheben, dass sämtliche Artikel von Usern selbst geschrieben wurden und folglich in einer verständlichen Sprache sind. Weiterhin gibt es hier auch Erfahrungsberichte zu Beratungen vor Ort, Klinikaufhalten etc. Mit dem Produkt „ki-konzept“ bietet die Kids-Hotline anderen Beratungseinrichtungen ihre „Lösungen und Konzepte für Online-Beratung“ an. So können Beratungsstellen Teile der webbasierten Beratungsplattform „mieten“, die Software nutzen,

## 10. Ergebnisse der Studie

sowie Schulungen in Anspruch nehmen. Ziel des „kids-hotline-netzwerks“ ist es, mehrere Beratungsstellen miteinander zu vernetzen, indem sie sich gemeinsam ein Forum „teilen“. Weitere Informationen zur kids-hotline, ihren Zielen, den einzelnen Projekten etc. sind auf der Homepage der Beratungsstelle zu finden. Anhang M zeigt weiterhin einen Screenshot der Website.

### Vorstellung der Hoffnungswiese:

„Wir hören dir zu. Kostenlos & anonym“ (Webseite der Hoffnungswiese).

Ein weiteres nicht-kommerzielles Beratungsprojekt im Internet stellt die „Hoffnungswiese“ dar, die 2009 ins Leben gerufen wurde. Hier können Menschen in jedem Alter Unterstützung bei Problemen und Lebenskrisen finden – „kostenlos, anonym, direkt und barrierefrei“. Seit 2009 ist die Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V. der Träger der Beratungsstelle, ein gemeinnütziger Verein, welcher vom selben Betreiber gegründet wurde. Diese möchte hilfeschuchenden Usern die Möglichkeit bieten, sich auszutauschen, sich in ihrer Lebenswelt zu orientieren, Fragen zu stellen und sich beraten zu lassen. Im Mittelpunkt der Beratungsarbeit steht das *Ziel*, Beratungsstellen vor Ort und/oder Therapieangebote in der Region zu vermitteln und die Ratsuchenden dazu zu ermutigen, solche Einrichtungen aufzusuchen. Der Verein, welcher eng mit der Beratungseinrichtung gekoppelt ist, verfolgt weiterhin den Zweck, Menschen zu unterstützen, „die infolge ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustandes auf Hilfe anderer angewiesen sind“, ihre Rechte zu verwirklichen und sie „vor Diskriminierung, Ausgrenzung und gegen Gewalt jeglicher Art“ zu schützen.

„Stress zu Hause? Beziehungsprobleme? Jemand tut dir weh? Es gehört Mut dazu, über solche Dinge sprechen zu können. Manchmal sind sie uns auch einfach peinlich... darüber sprechen hilft.

Und wir helfen dir, darüber sprechen zu können“ (Webseite der Hoffnungswiese).

Das ehrenamtliche *Team* der Hoffnungswiese besteht aus Beratern, welche gerade im (sozial-) pädagogischen, soziologischen, psychologischen und/oder psychotherapeutischen Bereich studieren, sowie aus bereits ausgebildeten Fachkräften u.a. aus den Disziplinen Pädagogik, Psychologie, Pflege, Erziehung und Medizin. Zudem beraten weiterhin Menschen durch persönlich gesammelte Erfahrungen. Diese wurden jedoch von ausgebildeten Kräften für die Beratungsarbeit geschult.

Das Angebot der *Beratung* besteht in der Hoffnungswiese aus öffentlicher Foren-Beratung, sowie aus webbasierter Einzelberatung. Die Beratung in den allgemein zugänglichen Foren

## 10. Ergebnisse der Studie

beschränkt sich auf die Bereiche „Technik & Co“ (um technische Fragen zu stellen z.B. zur Registrierung), „Lob & Kritik“ (um seine Anerkennung oder Beanstandungen loszuwerden) und „Reden & Da sein“. In Letzterem können ratsuchende User ihren Kummer und ihre Sorgen loswerden, wobei die Beiträge auch hier von jedem Internetnutzer gelesen werden können (wie bei der kids-hotline). Antworten bekommt man entweder von anderen Ratsuchenden oder von Beratern der Hoffnungswiese, wobei diese meist versuchen, die User zur geschützten, nicht-öffentlichen Beratung zu ermutigen. Die Analyse ergab, dass das öffentliche Forum von Ratsuchenden kaum in Anspruch genommen wird. Bei der Einzelberatung hingegen können sich die Klienten in einem geschützten Bereich direkt mit ihrem Berater über ihre Problematik austauschen, Fragen stellen und/oder Informationen zu spezifischen Themen bekommen.

<b>Merkmale der „Hoffnungswiese“</b>	
<b>Name der Online-Beratung</b>	Hoffnungswiese
<b>Internetadresse</b>	www.hoffnungswiese.de
<b>Träger der Einrichtung</b>	Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V. (www.gfsa-ev.de)
<b>Art der Online-Beratung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ webbasierte Einzelberatung</li> <li>➤ öffentliche Foren-Beratung</li> </ul>
<b>Angebote und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Unterstützung von Menschen jeden Alters bei Problemen und Lebenskrisen</li> <li>➤ Schwerpunkt: Vermittlung örtlicher, regionaler Beratungsstellen und/oder Therapieangebote</li> </ul>
<b>Teamzusammensetzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Studierende der (Sozial-)Pädagogik, Soziologie, Psychotherapie, Sozialen Arbeit etc.</li> <li>➤ bereits ausgebildete Fachkräfte in pädagogischen, psychologischen, pflegerischen, erzieherischen, medizinischen Bereichen etc.</li> <li>➤ Personen, die aus eigener Erfahrung und persönlichen Kenntnissen von ausgebildeten Kräften angeleitet wurden</li> </ul>
<b>Weitere Projekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Beratung für Kids“ (für Kinder und Jugendliche bis zum 20. Lebensjahr)</li> <li>➤ Selbsthilfeforum „heart-shaped-box“ (mit dem Schwerpunkt auf schwere psychische Erkrankungen und Störungen)</li> </ul>

Tabelle 31: Vorstellung der Beratungseinrichtung „Hoffnungswiese“

In Zusammenhang mit dem Verein der Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V. werden neben der Beratungsarbeit weitere *Projekte* verwirklicht. Das Selbsthilfeforum „heart-shaped-

## 10. Ergebnisse der Studie

box“ ist eine Internetplattform, auf der sich Menschen mit schweren psychischen Störungen und Erkrankungen austauschen und gegenseitig unterstützen können. Hier wird auch Informationsmaterial zu interessanten Themen angeboten. Teilweise werden in diesem Projekt ebenfalls professionelle Berater der Hoffnungswiese eingesetzt, die den Usern hier in Krisensituationen beratend zur Seite stehen. Umgekehrt haben User des Selbsthilfeforums selbstverständlich ebenfalls die Chance, das Beratungsangebot der Hoffnungswiese in Ernstfällen zu nutzen. Hier erkennt man deutlich die enge Vernetzung beider Projekte. Ein weiteres Projekt, welches mit der Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V. kooperiert, jedoch einen eigenen Verein als Träger besitzt ist das Beratungsangebot „Beratung für Kids“, welches hilfesuchenden Kindern und Jugendlichen bis zum 20. Lebensjahr Unterstützung bietet. Ein Screenshot der Homepage der Hoffnungswiese ist in Anhang M ersichtlich, zusätzliche Informationen zu dieser Beratungsstelle lassen sich aus der Webseite entnehmen.

### **10.1.2 Erfüllung qualitativer Merkmale der Beratungsstellen**

Durch die Analyse der Einhaltung gewisser Qualitätsstandards konnten nachfolgende Ergebnisse ermittelt werden (Zusammenfassung vgl. Tabelle 32, S. 183). Die ausführliche Ergebnisdarstellung ist dem Anhang N zu entnehmen.

Beide Anbieter identifizieren sich einwandfrei mit Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, weiteren Kontaktdaten und Angabe des Trägers der Einrichtung. Während die kids-hotline das Beratungsangebot, die Ziele und Kompetenzbereiche sehr ausführlich darstellt, ist die Beschreibung bei der Hoffnungswiese sehr knapp gehalten. Informationen über die Ziele der Einrichtung bekommt man lediglich über den Träger (Gfsa e.V.), ebenso werden Themen nur kurz aufgezählt. Während die Hoffnungswiese keinerlei Angaben zur beraterischen Vorgehensweise gibt, werden bei der kids-hotline immerhin die Leitlinien bzw. Basisprinzipien aufgeführt. Beide Anbieter klären Ratsuchende über die Grenzen der Online-Beratung auf und weisen auf vertrauliche Beratungsarbeit und Einhaltung der Schweigepflicht hin. Keine der virtuellen Beratungsstellen verfügt über ein Gütesiegel oder gibt eine Qualitätsdeklaration ab.

Bezüglich der Vorstellung des Anbieters und der Mitarbeiter lässt sich aussagen, dass beide Anbieter sich selbst und ihre Mitarbeiter auf der Homepage vorstellen, wobei beim Team teilweise lediglich Berufsangaben der Berater gemacht werden und man nichts über den Werdegang erfährt. Dennoch setzen sich die Beraterteams m.E. beide multiprofessionell

## 10. Ergebnisse der Studie

zusammen, da es jeweils eine Vielzahl von ausgebildeten Mitarbeitern aus unterschiedlichen Bereichen gibt.

<b>Qualitätsstandard</b>	<b>kids-hotline</b>	<b>Hoffnungswiese</b>
<i>Identifikation des Anbieters</i>	6	6
<i>Darstellung und Transparenz des Angebots</i>	5,5	3,5
<i>Fachspezifische Kompetenzen</i>	3,5	3
<i>Grenzen der OB</i>	2,5	2
<i>Rahmenbedingungen und Setting</i>	3,5	1,5
<i>Datenschutz und Datensicherheit</i>	6	5
<i>Weitere Merkmale</i>	5,5	5
<b>Gesamtpunktzahl (von 38)</b>	<b>32,5</b>	<b>26</b>

Tabelle 32: Zusammenfassende Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse bezüglich der Qualitätskriterien

Beide Beratungsstellen geben auf der Webseite ausdrücklich zu verstehen, dass eine Beratung in akuten Krisensituationen ungeeignet ist. Ebenfalls werden Telefonnummern für Notfälle wie akute Krisen bereit gestellt (z.B. Polizei, Feuerwehr, Nummer gegen Kummer, etc.). Die kids-hotline gibt zwar zu verstehen, mit Beratungsstellen vor Ort zu kooperieren, es werden auch Einrichtungen aufgezählt, jedoch fehlen bei beiden Online-Beratungen Angaben wie Adressen oder Telefonnummern, damit sich Ratsuchende an herkömmliche Stellen wenden können.

In Bezug auf die Rahmenbedingungen und den Ablauf des Settings beschreibt die kids-hotline nur grob, wie dies im Chat bzw. Forum vonstattengeht und gibt einen Zeitrahmen von 48 Stunden zur Bearbeitung einer Anfrage an – bei der Hoffnungswiese ließen sich hierzu keine Hinweise finden, die Bearbeitungszeit von 3-4 Tagen erfährt ein Ratsuchender erst nach einer Anfrage. Informationen zu spezifischen Themen (wie z.B. psychische Erkrankungen) finden sich in der kids-hotline direkt im Wissenscenter, User der Hoffnungswiese müssen für derartige Informationen erst auf das gekoppelte Projekt des Selbsthilfeforums zugreifen. Beide Beratungsangebote sind kostenlos.

Hinsichtlich des Datenschutzes ergreifen beide Anbieter Maßnahmen zur Sicherheit der Daten, die Anonymität wird gewährleistet, es werden webbasierte Beratungsmöglichkeiten genutzt und Daten werden verschlüsselt übertragen. Ebenfalls haben die Ratsuchenden bei beiden Einrichtungen die Möglichkeit, ihre Daten löschen zu lassen. Während die kids-hotline die Datensicherheit auf ihrer Homepage gewährleistet, ließ sich hierzu kein Hinweis bei der

## 10. Ergebnisse der Studie

Hoffnungswiese finden. Keine der beiden Online-Beratungen weisen auf mögliche Sicherheitslücken und/oder Risiken bei der Datenübertragung hin. Positiv hervorzuheben ist die sehr ausführliche und verständliche Beschreibung aller datenschutzspezifischer Informationen auf der kids-hotline – die Berichte sind auch für Kinder und Jugendliche sehr gut erklärt. Weiterhin besteht für Ratsuchende in dieser Einrichtung die Möglichkeit die Datenschutzbeauftragte direkt zu kontaktieren, falls sie diesbezüglich Fragen haben.

Weitere Merkmale wurden von den Anbietern fast ausnahmslos eingehalten. Das Beratungsangebot ist bei allen niederschwellig, die Nutzung ist auf freiwilliger Basis, Verbindlichkeit wird garantiert und es gibt für alle die Möglichkeit, positives Feedback oder Kritik zu hinterlassen. Die Homepage der kids-hotline ist sehr aktuell gehalten, jedoch muss man als User sehr viel hin- und herklicken, bis man an Informationen kommt, die man sucht. Man kann hier nur teilweise von einer benutzerfreundlichen Gestaltung (Usability) sprechen. Dagegen ist die Webseite der Hoffnungswiese zwar leicht zu bedienen, jedoch mangelt es an Aktualität der Informationen.

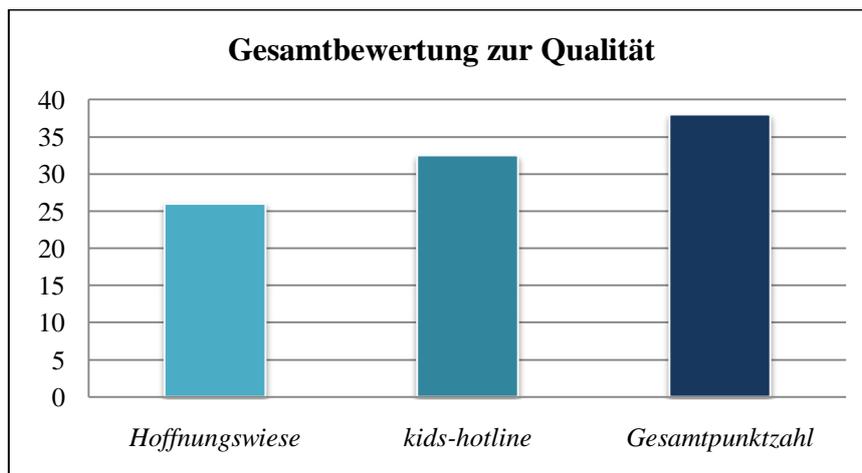


Abbildung 2: Erreichte Gesamtpunktzahl der Online-Beratungen

Wie in Abbildung 2 ersichtlich verteilen sich die erreichten Punkte folgendermaßen: Die Hoffnungswiese konnte von 38 möglichen Punkten 26 erreichen. Dies entspricht ungefähr 68%. Die kids-hotline hielt mit 32,5 Punkten knapp 86% der Qualitätskriterien ein. Der Mittelwert liegt bei  $M = 29$  Punkten.

## 10.2 Ergebnisse der Online-Befragung

Die folgende Darstellung der erhobenen Ergebnisse gliedert sich in derselben Weise, wie auch die Fragebögen konzipiert und geordnet wurden. Auf der Seite der Ratsuchenden standen  $n = 228$  auswertbare Fragebögen zur Verfügung, bei den Beratern ergab sich eine Stichprobe von  $n = 51$ . Die nachfolgenden Angaben wurden auf eine (Prozentwerte) bzw. zwei (Mittelwerte  $M$ , Standardabweichungen  $SD$ , t-Test-Werte  $t$ , Signifikanz  $p$  etc.) Dezimalstellen gerundet.

### 10.2.1 Ergebnisse der Ratsuchenden

*Soziodemographische Kennzeichen:*

Die Altersspanne der ratsuchenden User geht von unter 16 Jahren bis zu 41-45 Jahren. Kein Teilnehmer ist älter als 45 Jahre. Die Mehrheit befindet sich in der Altersgruppe von 16-20 Jahren (50,0%), 35,1% sind jünger als 16 Jahre. Weiterhin gaben 8,8% an, zwischen 21 und 25 Jahren zu sein, 4,0% der Befragten sind zwischen 26 und 30 Jahren und nur 2,1% befinden sich in den Altersgruppen zwischen 31 und 45 Jahren (vgl. Abbildung 3). Es ist festzustellen, dass es sich um eine sehr junge Stichprobe handelt und die Majorität mit 85,1% bis zu 20 Jahre alt ist.

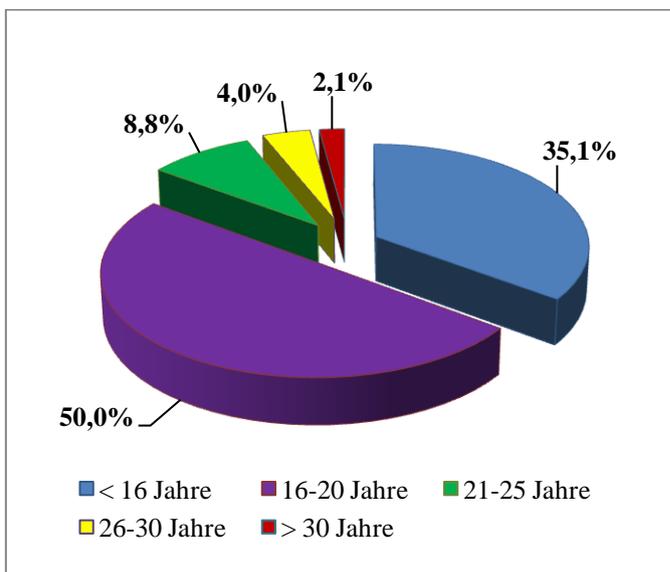


Abbildung 3: Altersverteilung der Ratsuchenden

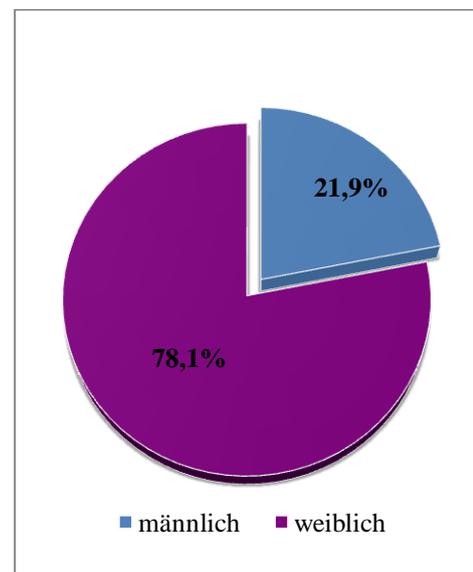


Abbildung 4: Geschlechterverteilung

Bezüglich des Geschlechts der Stichprobe zeigt das Ergebnis, dass die Frauen mit 78,1% ( $n = 178$ ), wie erwartet, deutlich gegenüber den Männern mit 21,9% ( $n = 50$ ) überwiegen (vgl. Abbildung 4).

## 10. Ergebnisse der Studie

Hinsichtlich des Bildungsniveaus veranschaulicht Abbildung 5, dass sich die Abschlüsse der Befragten folgendermaßen verteilen: 18,0% verfügen über einen Hauptschul-, 26,3% über einen Realschulabschluss und 24,6% besitzen das Abitur. Weiterhin gaben 24,1% an, (noch) keinen Abschluss zu besitzen. Die Minderheit hat einen Hochschul- (4,0%) oder einen anderen Abschluss (3,1%). Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Bildungsniveau der Stichprobe ausgeglichen verteilt ist und die Probanden, entgegen den Erwartungen, allgemein keinen niedrigen Bildungsstand aufweisen.

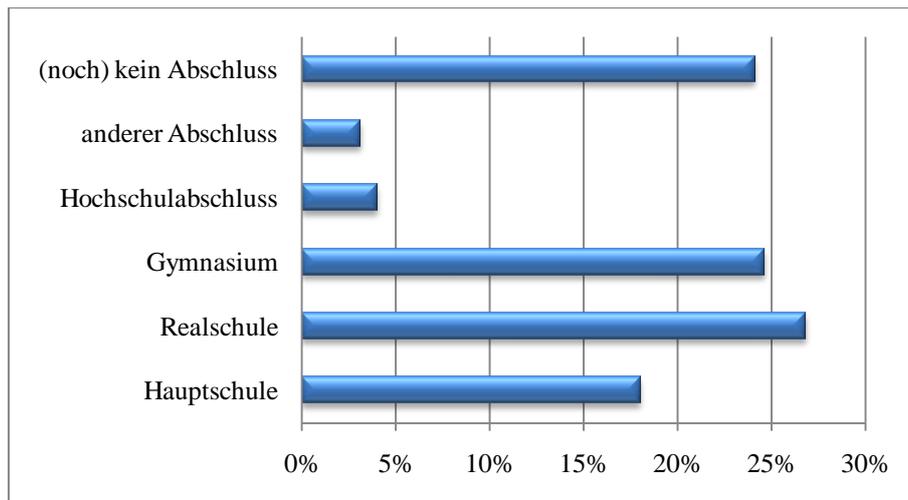


Abbildung 5: Bildungsniveau der Ratsuchenden

Desweiteren zeigen die Befunde, dass die überwiegende Mehrheit (65,4%) noch zur Schule geht, wohingegen die Minderheit studiert (4,0%), angestellt (4,0%), selbstständig (0,9%) oder arbeitslos (7,9%) ist. 32 der befragten Ratsuchenden (14,0%) befinden sich in einer Ausbildung. Zudem sind 0,4% Arbeiter, 1,3% bezeichnen sich als Hausfrau/-mann und 1,3% befinden sich im Ruhestand.

In Bezug auf die Wohnsituation zeigen die Daten, dass die Majorität (79%) bei den Eltern wohnt. Während 1,3% mit dem Partner und 3,1% mit der eigenen Familie zusammenleben, gaben 7,0% bzw. 5,3% an, alleine bzw. in einer Wohngemeinschaft zu leben. Ein großer Teil wohnt in einer Stadt (45,6%) oder städtischen Region (19,7%), wohingegen die Minderheit angab, ihren Wohnsitz auf dem Land (14,5%) oder in einer ländlichen Region (20,2%) zu haben. Außerdem kann festgehalten werden, dass die meisten Ratsuchenden ledig sind (83,8%). 31 Teilnehmer befinden sich in einer festen Beziehung (13,6%), drei sind verheiratet (1,3%) und jeweils ein Ratsuchender ist geschieden, verwitwet oder lebt getrennt (jeweils 0,4%; vgl. Abbildung 6, S. 187).

## 10. Ergebnisse der Studie

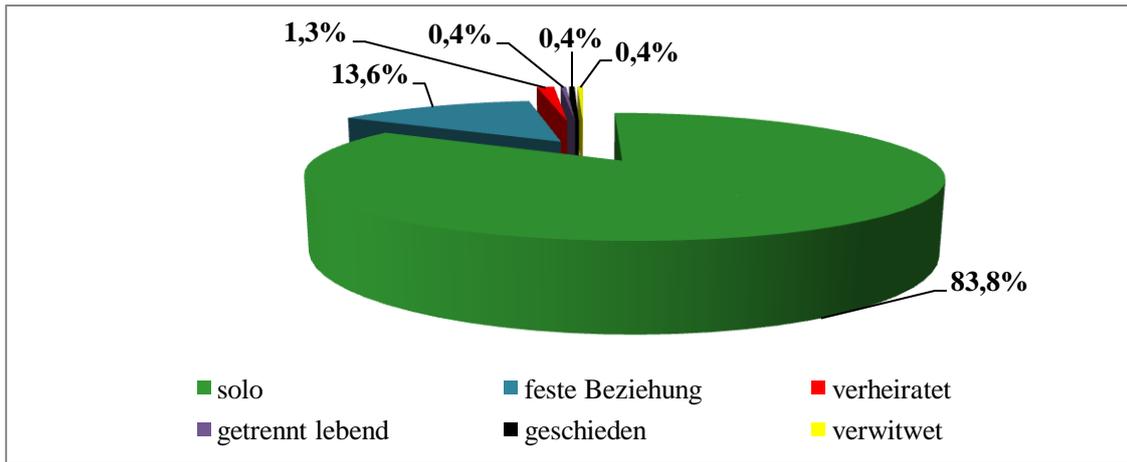


Abbildung 6: Familienstand der hilfesuchenden Probanden

### *Nutzung der Online-Beratung:*

Von den Teilnehmern der Umfrage kamen 140 Ratsuchende (71,8%) von der kids-hotline und 53 Klienten (27,2%) von der Hoffnungswiese. 8 machten hierzu keine Angabe (n = 201).

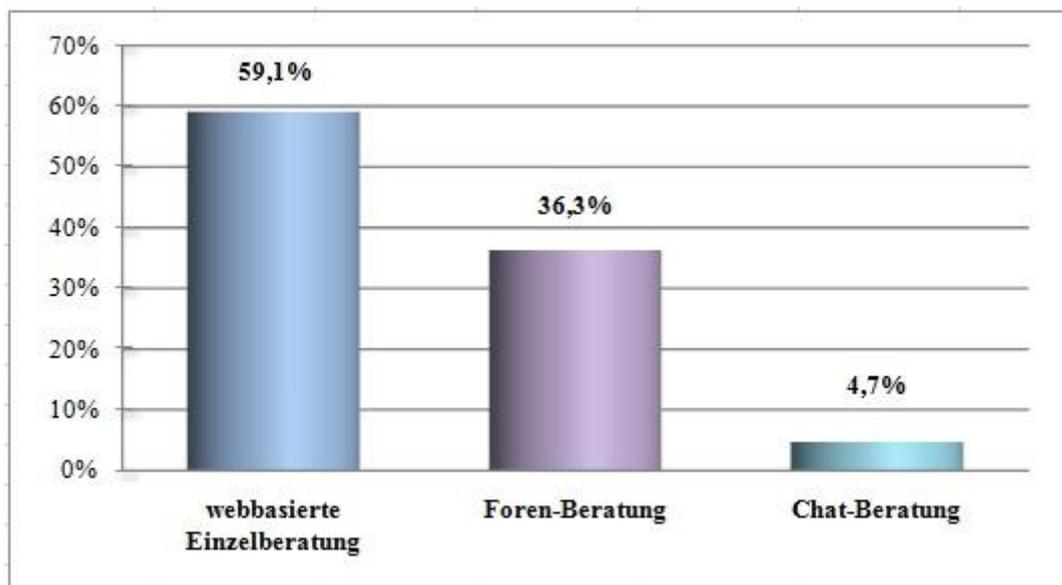


Abbildung 7: Nutzung der Online-Beratungsarten

Abbildung 7 zeigt deutlich, dass die überwiegende Mehrheit die webbasierte Einzelberatung bevorzugt (59,1%). 70 Klienten lassen sich im Forum (36,3%) und 9 im Chat (4,7%) beraten. Vergleicht man die Nutzung der unterschiedlichen Beratungsformen in Bezug auf User der verschiedenen Einrichtungen, zeigt sich folgende Verteilung: 49,6% der kids-hotline-Klienten lassen sich per Einzelberatung und 42,4% im Forum helfen. Dem entgegen nutzen Klienten der Hoffnungswiese das Forum weitaus seltener (20,8%) – hier überwiegt die Einzelberatung mit 79,2% deutlich. Von den insgesamt 201 Ratsuchenden nutzen 186 die virtuelle Beratung

## 10. Ergebnisse der Studie

als selbst betroffene Person (96,4%), 7 gaben an, Angehörige/r zu sein (3,6%), 8 machten keine Angabe (vgl. Abbildung 8).

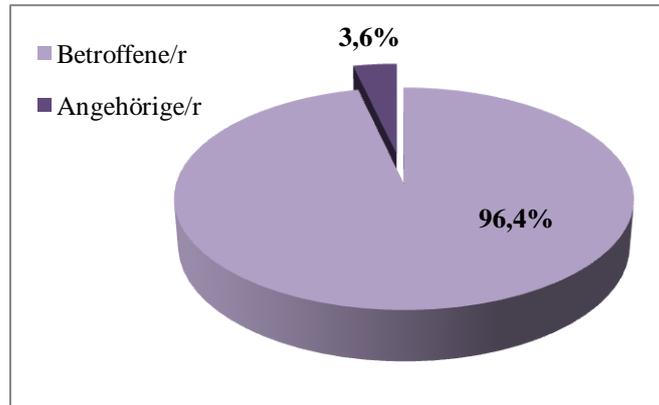


Abbildung 8: Nutzung der Online-Beratung

Der Tabelle 33 kann man die Nutzungsintensität der Ratsuchenden entnehmen. Die meisten User nutzen die virtuelle Beratung mehrmals in der Woche (41,7%) oder täglich (25,5%), wobei meist durchschnittlich bis zu 30 Minuten (33,9%) oder bis zu einer Stunde (30,2%) für das Lesen und Verfassen von Texten bzw. Chatten aufgewendet werden. Die Minderheit gab an, dass es sich um einen einmaligen Kontakt handelte (8,9%).

<i>Wie oft nutzen Ratsuchende die Online-Beratung?</i>		<i>Wie viel Zeit wenden sie durchschnittlich auf?</i>	
täglich	25,5%	bis zu 15 Minuten	16,7%
mehrmals die Woche	41,7%	bis zu 30 Minuten	33,9%
mehrmals im Monat	13,0%	bis zu einer Stunde	30,2%
seltener	10,9%	eine bis zwei Stunden	13,5%
einmaliger Kontakt	8,9%	mehr als zwei Stunden	5,7%

Tabelle 33: Zeitaufwand bei der Nutzung

Wie in Tabelle 34 ersichtlich, verteilen sich die Befragten in Bezug auf den Zeitraum, seitdem sie die Beratung schon in Anspruch nehmen, hauptsächlich auf drei Bereiche: 34,7% bzw. 22,8% nutzen die Beratung erst seit höchstens 3 Monaten, 16,1% hingegen schon seit mehr als einem Jahr. Jeweils eine kleinere Gruppe von 9,8% bzw. 9,4% berichtete von einer Nutzung von 4-6 bzw. 7-12 Monaten.

<i>Wie lange nutzen sie die Beratung schon?</i>			
< 1 Monat	34,7%	> 6 Monate	9,4%
1-3 Monate	22,8%	> 1 Jahr	16,1%
4-6 Monate	9,8%	einmaliger Kontakt	7,3%

Tabelle 34: Zeitraum der Inanspruchnahme

## 10. Ergebnisse der Studie

Die Frage, wie die Nutzer von der Online-Beratung erfahren haben, kann mit folgenden Ergebnissen beantwortet werden: Die Mehrheit gab an, die virtuelle Beratung über eine Suchmaschine (60,7%) oder über Links (34,8%) gefunden zu haben. Bei immerhin 16,4% wurde die Einrichtung von Freunden und/oder Bekannten empfohlen. Das Fernsehen (2,0%), Zeitungen bzw. Zeitschriften (1,5%) und herkömmliche Beratungsstellen (2,0%) spielen für das Auffinden eine sehr geringe Rolle.

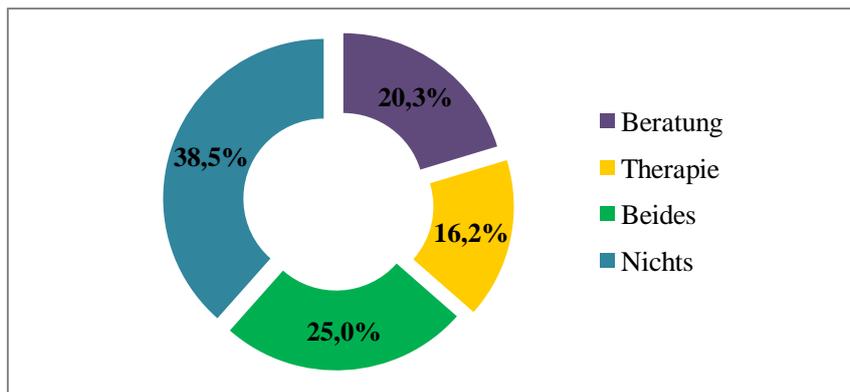


Abbildung 9: Anderweitige Beratungs- oder Therapieerfahrungen

Hinsichtlich anderweitiger Beratungs- oder Therapieerfahrungen fand die Erhebung heraus, dass 20,3% im realen Leben schon einmal eine Beratung genutzt haben und 16,2% eine Therapie machen/machten. Während 38,5% diesbezüglich keinerlei Erfahrungen gesammelt haben, gaben 25,0% an, beides bereits in Anspruch genommen zu haben (vgl. Abbildung 9). In Hinblick auf das Internet haben 26,9% vorher bereits von einer anderen Online-Beratung Gebrauch gemacht, 73,1% verneinten die vorherige Nutzung einer virtuellen Beratung. Von der Vielzahl von Online-Beratungen, die von den Befragten als bereits genutzte Einrichtungen genannt wurden, wurden die „bke Beratung“, die „Nummer gegen Kummer“, „U25“ und „Junoma“ am häufigsten aufgeführt.

Mit Hilfe von 16 Items, welche die Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation darstellen, sollte herausgefunden werden, welche besonderen Charakteristika virtueller Beratungen für die Entscheidung der User, eine Internet-Beratung zu nutzen, ausschlaggebend sind bzw. waren. Anhand der Ergebnisse, die in Tabelle 35 (S. 190) zusammengefasst sind, ist zu erkennen, dass die Gründe, sich für eine virtuelle anstatt für eine herkömmliche Beratung zu entscheiden, sehr unterschiedlich sind und die Items differierend bewertet wurden.

Als wichtigste Gründe nannten die Befragten, dass sie im Gegensatz zum persönlichen Gespräch beim Schreiben mehr Zeit zum Überlegen haben (für 75,7% trifft dies

## 10. Ergebnisse der Studie

zu/vollkommen zu;  $M = 3,12$ ;  $SD = 1,11$ ), dass sie die Antwort in Ruhe durchlesen können (für 78,1% trifft dies zu/vollkommen zu;  $M = 3,17$ ;  $SD = 1,03$ ), sowie dass sie lieber über Probleme schreiben, anstatt darüber zu sprechen (für 80,5% trifft dies zu/vollkommen zu;  $M = 3,36$ ;  $SD = 1,04$ ). Die für die Ratsuchenden bedeutendste Begründung ist es, auf diese Weise offener über ihre Probleme sprechen zu können (trifft für 23,6% zu und für 63,2% vollkommen zu;  $M = 3,45$ ;  $SD = 1,01$ ). Es ist deutlich zu erkennen, dass die Vorteile der Schriftlichkeit in Online-Beratungen von den Befragten vornehmlich als zutreffend bewertet wurden.

<b>Wieso hast du dich entschieden, eine ONLINE-Beratung zu nutzen?</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Weil ich keine festen Termine einhalten muss	33,9	32,8	20,7	12,6
Weil ich meinem Gegenüber nicht ins Gesicht sehen muss	12,6	16,7	25,3	45,4
Weil ich auf diese Weise einfach und schnell jemanden erreichen kann	5,8	23,6	31,6	39,1
Weil ich die Möglichkeit habe, eine Antwort in Ruhe durchzulesen	5,8	16,1	33,3	44,8
Weil ich beim Schreiben mehr Zeit zum Überlegen habe, als bei einem persönlichem Gespräch	8,7	15,6	31,2	44,5
Weil ich unabhängig von meinem Aussehen einen Rat erhalten kann	34,5	22,4	16,1	27,0
Weil ich lieber über meine Probleme schreibe, anstatt zu sprechen	4,0	15,5	20,7	59,8
Weil ich die Anonymität im Internet mehr schätze	6,3	20,6	33,1	40,0
Weil ich auf diese Weise offener über meine Probleme sprechen kann	4,6	8,6	23,6	63,2
Weil ich bequem von zu Hause aus schreiben kann	17,2	31,0	23,0	28,7
Weil ich so schnelle Hilfe bekomme	8,6	28,7	35,1	27,6
Weil ich hier besser kontrollieren kann, was ich dem Berater erzählen möchte	16,3	24,4	32,0	27,3
Weil es mir peinlich wäre, mit jemandem persönlich über mein Problem zu sprechen	23,0	26,4	20,1	30,5
Weil ich bei einer persönlichen Beratung zu nervös wäre	19,5	19,0	27,0	34,5
Weil ich wissen wollte, wie eine Online-Beratung abläuft	61,9	23,7	9,8	4,6
Weil ich eine qualifizierte Antwort bekomme	11,6	28,3	34,7	25,4

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 35: Gründe für die Nutzung einer ONLINE-Beratung (Angaben in %)

Entgegen den Erwartungen spielt es für die Probanden umgekehrt eine geringere Rolle, keine festen Termine einhalten zu müssen (trifft für 66,7% gar nicht/etwas zu;  $M = 2,12$ ;  $SD = 1,07$ ). Ebenfalls die Neugierde, wissen zu wollen, wie eine Online-Beratung abläuft, war für 61,9% kein Grund, sich virtuell beraten zu lassen ( $M = 1,57$ ;  $SD = 0,88$ ). Die Möglichkeit, unabhängig vom eigenen Aussehen einen Rat zu erhalten, trifft für viele Befragten gar nicht (34,5%), für fast genauso viele aber auch vollkommen (27,0%) zu ( $M = 2,36$ ,  $SD = 1,26$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

Weitere Begründungen für die Nutzung der virtuellen Beratungsform wurden insgesamt sehr unterschiedlich bewertet, sodass keine eindeutigen Aussagen gemacht werden können. Insbesondere bei den Items „weil ich bequem von zu Hause aus schreiben kann“, „weil es mir peinlich wäre, mit jemandem persönlich über mein Problem zu sprechen“, „weil ich so schnelle Hilfe bekomme“ und „weil ich eine qualifizierte Antwort bekomme“ gehen die Meinungen sehr auseinander. Dem Gegenüber nicht ins Gesicht sehen zu müssen, einfach und schnell jemanden erreichen zu können, besser kontrollieren zu können, was man dem Berater erzählen möchte, sowie bei einer persönlichen Beratung zu nervös zu sein, trifft auf die Befragten jedoch eher zu. 40,0% bzw. 33,1% schätzen die Anonymität im Internet mehr als bei herkömmlichen Beratungen, für 20,6% trifft dieses Argument nur etwas zu.

### *Beweggründe für die Inanspruchnahme der Internet-Beratung:*

Um Aussagen über die Motive und Hintergründe der Ratsuchenden machen zu können, wurden die Items zur Auswertung in die 4 Kategorien *Informationen*, *Beratung*, *Krisenintervention* und *Anderes* eingeteilt (vgl. Tabelle 36 – 39, S. 191 - 193).

Die Einschätzung der Items, welche sich auf den Erhalt von Informationen beziehen, war sehr unterschiedlich ( $M = 2,17$ ;  $SD = 0,78$ ). Das Bestreben nach Informationen über den Ablauf einer Therapie oder Beratung, sowie Adressen von Einrichtungen vor Ort ist für Ratsuchende weniger von Bedeutung (für 77,2% bzw. 79,5% trifft dies gar nicht oder nur etwas zu). Bezüglich Informationen zu professioneller Hilfe oder zu einem bestimmten Thema gehen die Meinungen sehr auseinander. Dafür suchen/suchten 38,7% bzw. 42,3% der Befragten nach Informationen zur Hilfe bei ihren Problemen (vgl. Tabelle 36).

<b>Ich habe die Online-Beratung in Anspruch genommen, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich Informationen über professionelle Hilfe suche/gesucht habe	25,9	25,9	31,9	16,3
ich mich informieren wollte, wie eine Beratung/Therapie abläuft	51,9	25,3	17,9	4,9
ich Informationen erhalten will/wollte, die mir mit meinen Problemen weiterhelfen	4,9	14,1	38,7	42,3
ich Informationen zu einem bestimmten Thema erhalten will/wollte	26,5	29,6	26,5	17,3
ich Adressen von Einrichtungen vor Ort bekommen will/wollte	58,4	21,1	12,4	8,1

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 36: Informative Gründe für die Nutzung der Online-Beratung (Angaben in %)

Im Vergleich zur informellen Nutzung wurden die Items, welche für eine Beratung stehen, insgesamt höher bewertet ( $M = 3,01$ ;  $SD = 0,83$ ; vgl. Tabelle 37, S. 192). Der Wunsch, sich unkompliziert mit jemandem auszutauschen, ein Problem zu klären und/oder einen konkreten

## 10. Ergebnisse der Studie

Rat zu einem Problem zu bekommen ist für 36,8% bis 44,4% wichtig. Für 5,4% bis 18,1% treffen diese Gründe gar nicht oder nur etwas zu. Eine objektive Sicht zur eigenen Problematik ist für 26,4% nur marginal, eine Beratung durch Experten wird dagegen wiederum unterschiedlich bewertet. Dem entgegen haben 60,0% (vollkommen) bzw. 32,7% das Bedürfnis, über ihre Probleme zu sprechen. Dieses Item wurde mit  $M = 3,39$  ( $SD = 0,92$ ) von der Stichprobe am höchsten bewertet und stellt insgesamt den wichtigsten Grund (aller Kategorien) für die Inanspruchnahme der Online-Beratung dar.

<b>Ich habe die Online-Beratung in Anspruch genommen, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich über meine Probleme reden will/wollte	1,2	6,1	32,7	60,0
ich hier unkompliziert mit jemandem reden kann	5,4	18,1	39,8	36,8
ich eine objektive Sicht meiner eigenen Probleme haben will/wollte	8,6	17,8	40,5	33,1
ich durch Fachleute beraten werden will/wollte	6,8	21,0	35,2	37,0
ich einen konkreten Rat zu einem bestimmten Problem brauche/gebraucht habe	5,6	13,0	37,0	44,4
ich ein Problem klären will/wollte	5,6	14,3	42,9	37,3

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 37: Beraterische Gründe für die Nutzung der Online-Beratung (Angaben in %)

Die Krisenintervention scheint für die Befragten eine große Rolle zu spielen ( $M = 3,25$ ;  $SD = 0,90$ ). 87,2% der Befragten suchen/suchten einen Ansprechpartner, weil sie sich in einer akuten Krise befinden/befanden. Ebenfalls 64,0% bzw. 24,2% gaben an, dass sie dringend Hilfe brauchen/gebraucht haben und insgesamt 86,6% wollen/wollten eine Krise überwinden. Lediglich 6 (3,7%) bzw. 7 (4,3% - 4,4%) Probanden führten an, dass diese Gründe für sie gar nicht zutreffen (vgl. Tabelle 38).

<b>Ich habe die Online-Beratung in Anspruch genommen, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich in einer akuten Krise einen Ansprechpartner suche/gesucht habe	3,7	9,2	26,8	60,4
ich eine Krise überwinden will/wollte	4,3	9,2	37,2	49,4
ich dringend Hilfe brauche/gebraucht habe	4,4	7,5	24,2	64,0

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 38: Interventive Gründe für die Nutzung der Online-Beratung (Angaben in %)

Weitere Gründe für die Inanspruchnahme der Internet-Beratung wurden im Vergleich zu den informativen Items ebenfalls als zutreffender bewertet ( $M = 2,47$ ;  $SD = 0,68$ ; vgl. Tabelle 39, S. 193). Sich die Zeit zu vertreiben und/oder reine Neugierde waren für die User überwiegend nebensächlich (85,8% bzw. 63,6% verneinten dies vollkommen). Der Austausch über unterschiedliche Themen ist 27,0% gar nicht und 30,2% nur etwas wichtig. Dafür

## 10. Ergebnisse der Studie

suchen/suchten 37,4% bzw. 38,7% nach Unterstützung, Beistand und Trost. 79% der Befragten wollen/wollten sich den Frust von der Seele schreiben, 80,1% suchen/suchten nach einem Menschen, der ihnen zuhört und 80,6% glauben/glaubten, dass man ihnen in der Beratung helfen kann.

<b>Ich habe die Online-Beratung in Anspruch genommen, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich einfach nur neugierig bin/war	63,6	23,0	9,1	4,2
ich tröstende Worte und/oder Ratschläge brauche/gebraucht habe	4,9	19,4	38,2	37,6
ich glaube/geglaubt habe, dass man mir hier helfen kann	3,6	15,8	39,4	41,2
ich einen Zuhörer suche/gesucht habe	5,0	14,9	35,4	44,7
ich mir meinen Frust von der Seele schreiben will/wollte	7,4	13,6	34,6	44,4
ich Unterstützung, Beistand oder Trost suche/gesucht habe	6,1	17,8	37,4	38,7
ich mir die Zeit vertreiben will/wollte	85,8	9,3	2,5	2,5
ich mich über unterschiedliche Themen unterhalten will/wollte	27,0	30,2	29,6	13,2

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 39: Andere Gründe für die Nutzung der Online-Beratung (Angaben in %)

Vergleicht man die Mittelwerte der Bewertungen der Items aus den 4 Kategorien, so fällt deutlich auf, dass die Nutzung der Online-Beratung zur Krisenintervention für Ratsuchende signifikant am wichtigsten ist ( $t = 47,27$ ;  $p = .000$ ) und zudem eine größere Rolle spielt, als der Gebrauch zur Beratung ( $t = -4,84$ ;  $p = .000$ ). Weiterhin wird die Nutzung zur Beratung als zutreffender eingestuft, als das Erhalten von Informationen ( $t = -16,78$ ;  $p = .000$ ) oder weitere Gründe ( $t = 14,64$ ;  $p = .000$ ). Die Unterschiede zwischen den Nutzungsgründen sind alle hochsignifikant ( $n = 171$ ).

Bei der Möglichkeit, weitere Gründe für die Inanspruchnahme anzugeben, wurde von den Teilnehmern u.a. genannt, dass sie hier ernst genommen werden und Verständnis finden, immer schreiben können, wenn sie es gerade brauchen und unabhängig vom Menschen beraten werden. Ebenfalls hervorzuheben ist die angesprochene Möglichkeit, es „heimlich“ nutzen zu können, so dass z.B. die Eltern nichts davon erfahren.

Abbildung 10 (S. 194) veranschaulicht die durchschnittliche Bewertung der Problembereiche, welche von Ratsuchenden in der virtuellen Beratung thematisiert werden. Es ist deutlich zu erkennen, dass die Befragten finanzielle Probleme (Schuldnerberatung) ( $M = 1,32$ ;  $SD = 0,74$ ), Erziehungsfragen ( $M = 1,36$ ;  $SD = 0,82$ ) und Probleme bei der Arbeit ( $M = 1,66$ ;  $SD = 1,05$ ) am wenigsten behandeln. Vielmehr gaben sie an, sich über Suizid und Suizidgedanken

## 10. Ergebnisse der Studie

( $M = 2,95$ ;  $SD = 1,22$ ) und Probleme in der Familie ( $M = 2,96$ ;  $SD = 1,67$ ) auszutauschen. Insgesamt 73,1% ordnet ihre Problematik in die meistgenannte Kategorie „Allgemeine Lebenskrise“ ein ( $M = 3,01$ ;  $SD = 1,29$ ), gefolgt von familiären Problemen und Suizid(-gedanken).

In der Kategorie „Sonstiges“ machten die Teilnehmer viele weitere Angaben, wobei am häufigsten die Themen „Selbstverletzendes Verhalten“, „Missbrauch“, „Tod“ und „Essstörungen“ genannt wurden.

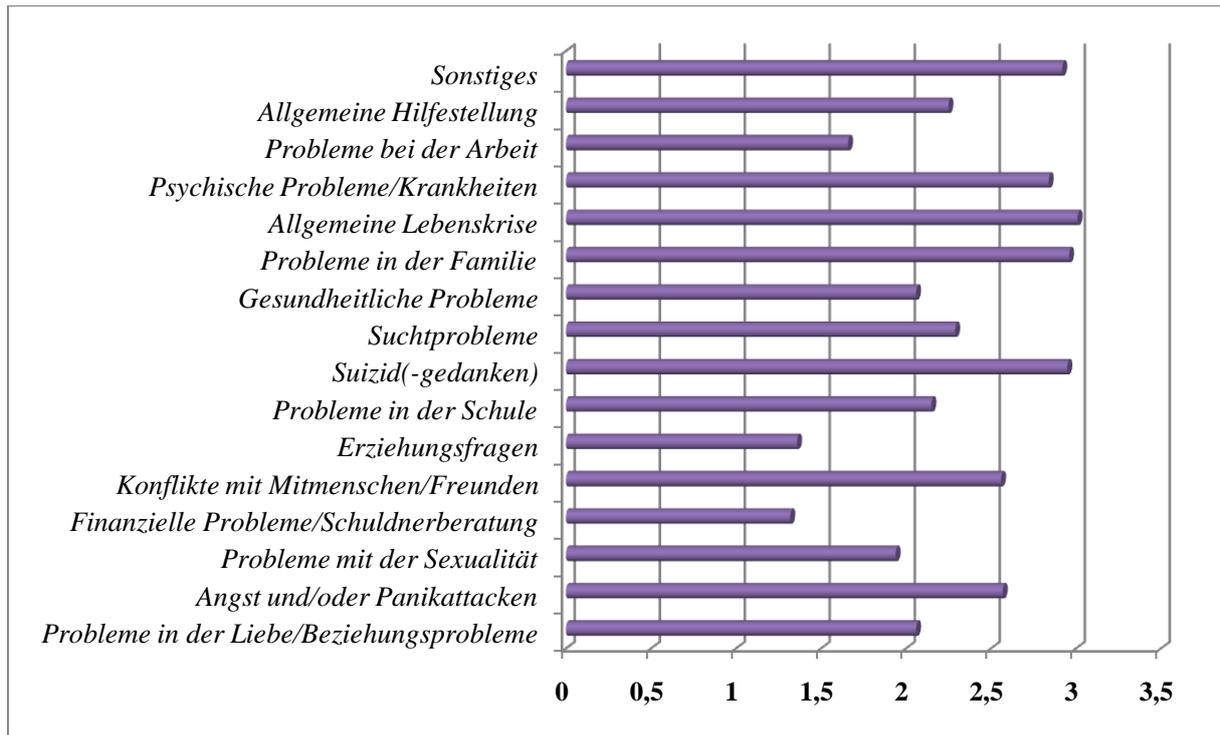


Abbildung 10: Problemfelder der Ratsuchenden (Angabe der Mittelwerte M)

### *Bewertung der Online-Beratung:*

Um einen möglichen positiven „objektiven“ Einfluss der Beratung auf die Sorgen und Probleme der Ratsuchenden erkennen zu können, wurde die Differenz zwischen deren Ausmaß *vor der Beratung* und *zum Zeitpunkt der Untersuchung* ermittelt. 35,6% der Befragten gaben an, vor Nutzung der Online-Beratung viele und 57,1% sehr viele Sorgen und Probleme gehabt zu haben, wohingegen „im Moment“ 51,7% viele und nur mehr 30,9% sehr viele Sorgen haben (vgl. Abbildung 11, S. 195). Der Mittelwert lag vor der Beratung bei  $M(\text{vorher}) = 3,47$  ( $SD = 0,71$ ), zum Zeitpunkt der Erhebung bei  $M(\text{Untersuchungszeitpunkt}) = 3,11$  ( $SD = 0,74$ ). Das bedeutet, dass sich die Intensität der Problematik aus „objektiver“ Sicht signifikant um  $-0,36$  verringert hat ( $SD = 0,79$ ;  $t = 5,59$ ;  $p < .01$ ;  $n = 150$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

Die Korrelation zwischen dem vorherigem und momentanen Ausmaß erreicht einen Korrelationskoeffizienten von  $r = 0,41$  ( $p < .01$ ). Der Zusammenhang zwischen den Variablen ist hochsignifikant, aber schwach, was heißt, dass sich die Sorgen teilweise umso mehr verringert haben, je größer sie vor der Inanspruchnahme der Beratung waren ( $p < .001$ ). In Bezug auf die Nutzungsintensität und die Dauer der Nutzung ergaben sich keine erwähnenswerten Zusammenhänge, wodurch angenommen werden kann, dass die „objektive“ Verbesserung der Gefühlslage hiervon nicht abhängig ist.

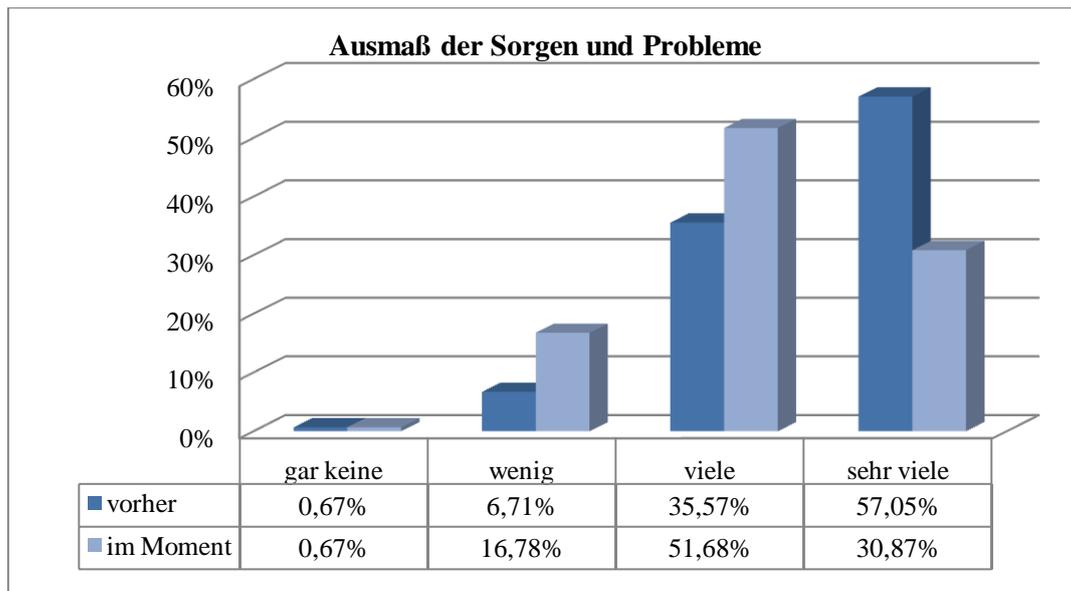


Abbildung 11: Vergleich des Ausmaßes der Sorgen und Probleme vor der Beratung (vorher) und zum Zeitpunkt der Untersuchung (im Moment)

Unterscheidet man die Veränderung der Probleme bezüglich der Geschlechter, so lässt sich festhalten, dass sich das Ausmaß der Sorgen bei den Männern von  $M_{(\text{vorher})} = 3,26$  ( $SD = 0,76$ ) auf  $M_{(\text{Untersuchungszeitpunkt})} = 3,04$  ( $SD = 0,76$ ) signifikant um  $-0,22$  verringerte ( $SD = 0,51$ ;  $t = 2,28$ ;  $p < .05$ ;  $n = 27$ ). Frauen konnten ihre Sorgen und Probleme hochsignifikant von  $M_{(\text{vorher})} = 3,51$  ( $SD = 0,69$ ) auf  $M_{(\text{Untersuchungszeitpunkt})} = 3,12$  ( $SD = 0,74$ ) um  $-0,39$  vermindern ( $SD = 0,84$ ;  $t = 5,18$ ;  $p = .000$ ;  $n = 123$ ). Der direkte Vergleich der Geschlechter weist hingegen keine Signifikanz auf ( $t = -1,00$ ;  $p > .05$ ). Die Untersuchung hat somit zwar herausgefunden, dass die Nutzung der Beratung bei männlichen und weiblichen Ratsuchenden zu einer Verbesserung der Gefühlslage führt/e, es gab jedoch keine geschlechtsspezifischen Unterschiede in der objektive Veränderung.

Die gewonnenen Daten wurden mittels weiterer statistischer Untersuchungen außerdem in Hinblick auf die drei Online-Beratungsarten (webbasierte Einzelberatung, Chat- und Foren-

## 10. Ergebnisse der Studie

Beratung) ausgewertet, um mögliche beratungsspezifische Differenzen zu erkennen. Wie in Tabelle 40a ersichtlich, ergab sich in allen drei Formen eine Verringerung der Mittelwerte, wobei die Senkung bei webbasierter Einzelberatung am Größten und hochsignifikant ( $t = 4,43$ ;  $p = .000$ ), bei Interventionen im Forum signifikant ( $t = 3,22$ ;  $p < .05$ ), bei Beratung via Chat jedoch nicht signifikant ( $t = 1,00$ ;  $p > .05$ ) ist. Stellt man die Befunde einzelner Beratungsformen gegenüber, ergeben sich keine signifikanten Ergebnisse ( $p > .05$ ). Folglich kann man nicht davon ausgehen, dass z.B. webbasierte Einzelberatung mehr zur Verbesserung der Problematik beiträgt als z.B. Chat-Beratung, insgesamt führten die webbasierte Beratung und Foren-Beratung jedoch zu signifikanten Differenzen.

	M(vorher) / (SD)	M (UZ) / (SD)	Differenz M / (SD)	N	T	Signifikanz (2-seitig)
<b>a) Online-Beratungsarten</b>						
webbasierte Einzelberatung	M = 3,55 SD = 0,60	M = 3,17 SD = 0,67	<b>-0,38</b> SD = 0,82	92	<b>4,43</b>	<b>0,000</b>
Foren-Beratung	M = 3,27 SD = 0,85	M = 2,94 SD = 0,86	<b>-0,33</b> SD = 0,74	51	<b>3,22</b>	<b>0,002</b>
Chat-Beratung	M = 3,67 SD = 0,82	M = 3,33 SD = 0,52	<b>-0,33</b> SD = 0,82	6	<b>1,00</b>	<b>0,363</b>
<b>b) Beratungseinrichtungen</b>						
kids-hotline	M = 3,41 SD = 0,75	M = 3,02 SD = 0,75	<b>-0,38</b> SD = 0,76	108	<b>5,32</b>	<b>0,000</b>
Hoffnungswiese	M = 3,63 SD = 0,59	M = 3,33 SD = 0,69	<b>-0,30</b> SD = 0,88	40	<b>2,15</b>	<b>0,038</b>

Tabelle 40: Veränderung des Ausmaßes der Sorgen und Probleme a) bei einzelnen Online-Beratungsarten  
b) bei den jeweiligen Beratungseinrichtungen

Die Unterscheidung der jeweiligen Beratungseinrichtungen ergab ebenfalls positive Befunde, jedoch keine signifikanten Differenzen (vgl. Tabelle 40b): Bei Usern der kids-hotline reduzierte sich der Mittelwert hochsignifikant um  $-0,38$  ( $t = 5,32$ ;  $p = .000$ ), Ratsuchende der Hoffnungswiese konnten durchschnittlich eine Verringerung der Probleme um  $-0,30$  ( $t = 2,15$ ;  $p < .05$ ) verzeichnen. Der Vergleich beider Einrichtungen miteinander war hingegen nicht signifikant ( $t = 0,61$ ;  $p = .046$ ), was wiederum bedeutet, dass die eine Beratungseinrichtung nicht *mehr* zur Besserung der Gefühlslage beigetragen hat als die andere. Es lässt sich jedoch zusammenfassend festhalten, dass es sowohl in allen Beratungsarten, als auch in den Beratungsstellen zu einer Reduzierung der Sorgen und Probleme in jeweils unterschiedlichem Ausmaß kam.

## 10. Ergebnisse der Studie

Auf die Frage, ob die Ratsuchenden daran glauben, dass die Nutzung einer Online-Beratung hilfreich sein kann, Probleme zu überwinden, antworteten 65,8% mit „Ja“ und 34,2% mit „Vielleicht“. Keiner (0,0%) verneinte die Frage ( $M = 1,33$ ;  $SD = 0,49$ ;  $n = 149$ ; vgl. Abbildung 12). Dennoch gaben nur 31,5% an, dass die Beratung ihnen persönlich bei der Überwindung ihrer Probleme geholfen hat, wohingegen 4,7% eine subjektiv erfahrene Effektivität negierten. 63,8% der Befragten sagten, die Intervention habe „etwas“ geholfen ( $M = 1,72$ ;  $SD = 0,56$ ;  $n = 149$ ; vgl. Abbildung 13).

Stellt man die Ergebnisse der Einschätzung der Nützlichkeit der Geschlechter gegenüber, so zeigt sich, dass weibliche Ratsuchende ( $M = 1,73$ ;  $SD = 0,56$ ;  $n = 123$ ) subjektiv weniger Hilfe erfahren haben als männliche Klienten ( $M = 1,67$ ;  $SD = 0,56$ ;  $n = 27$ ). Das Ergebnis ist jedoch nicht signifikant ( $t = -0,55$ ;  $p = .584$ ).

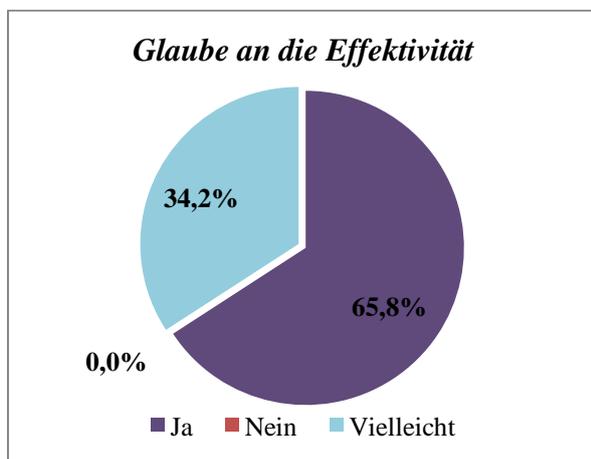


Abbildung 12: Glaube an die Effektivität

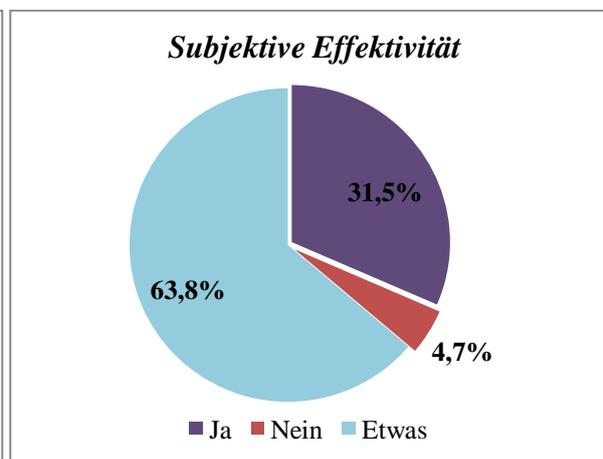


Abbildung 13: Subjektiv erfahrene Effektivität

Weiterhin wurde der Glaube an die Wirksamkeit mit dem subjektiv erfahrenem Nutzen korreliert, wobei sich ein hochsignifikanter Korrelationskoeffizient von  $r = 0,52$  ( $p = .000$ ) ergab. Dieses Resultat bedeutet, dass Ratsuchende subjektiv umso mehr Wirkung erlebt haben, je mehr sie an die Effektivität virtueller Beratungen glauben. Dennoch gibt es nur einen sehr schwachen linearen Zusammenhang zwischen der „objektiven“ Verringerung der Sorgen und Probleme (vorher vs. Untersuchungszeitpunkt) und dem Glauben an die Wirksamkeit ( $r = -0,14$ ;  $p = .096$ ), wodurch ein erwarteter Placebo-Effekt ausgeschlossen werden kann.

Die Bewertungen der Erfahrungen, welche die Probanden in der virtuellen Beratung gemacht haben, wurden zur Auswertung in *positive* und *negative Erfahrungen* aufgeteilt (vgl. Tabelle 41 und 42; S. 198 und 200).

## 10. Ergebnisse der Studie

<b>Welche Erfahrungen hast du mit der Online-Beratung gemacht?</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Nach einer Beratung geht es mir besser	<b>2,76</b>	0,87
Ich bekomme praktische Tipps, wie ich mit meinen Problemen am besten umgehe	<b>2,81</b>	1,05
Ich bekomme praktische Tipps, Probleme zu bewältigen	<b>2,72</b>	1,05
Durch die Beratung werde ich aufgeheitert	<b>2,45</b>	1,08
Der Berater nimmt meine Gefühle ernst	<b>3,31</b>	1,08
Ich kann mich auf den Berater verlassen	<b>3,09</b>	1,05
Ich vertraue dem Berater	<b>3,17</b>	1,09
Ich kann in der Beratung über tiefergehende Probleme sprechen	<b>3,23</b>	1,06
Ich fühle mich von dem Berater unterstützt	<b>3,17</b>	1,04
Der Berater ermutigt mich, meine Probleme anzugreifen	<b>3,15</b>	1,05
Durch die Beratung verstehe ich meine Probleme besser	<b>2,74</b>	1,10
Ich bekomme den Rat mir professionelle Hilfe zu suchen	<b>2,31</b>	1,14
Durch die Beratung habe ich (wieder) die Hoffnung, das Problem in den Griff zu bekommen	<b>2,58</b>	1,11
Ich kann offen über Dinge schreiben, die mich beschäftigen	<b>3,25</b>	1,07
Durch die Antworten von meinem Berater fühle ich mich verstanden	<b>2,99</b>	1,12
Ich kann in der Beratung über alles sprechen, was mich bewegt	<b>3,13</b>	1,15
Ich fühle mich wohl, wenn ich (mit) meinem Berater schreibe	<b>3,01</b>	1,15
Durch die Beratung verstehe ich mich selbst besser	<b>2,54</b>	1,17
Dank der Beratung, bin ich dem Kern meiner Probleme näher gekommen	<b>2,45</b>	1,16
Durch die Beratung traue ich mir jetzt zu, meine Probleme zu lösen	<b>2,16</b>	1,10
Ich kann selbst bestimmen, über was ich reden möchte	<b>3,39</b>	1,09
Ich bekomme vom Berater tröstende Worte	<b>2,95</b>	1,13
<i>Durchschnittliche Bewertung der positiven Erfahrungen:</i>	<b>2,88</b>	0,86

Tabelle 41: Positive Erfahrungen der Ratsuchenden (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Hinsichtlich des Austausches der Ratsuchenden gaben 85,3% an, in der Beratung über tiefergehende Probleme sprechen zu können, 86,5% können alles loswerden, was sie bewegt und 90,8% ist es möglich, offen über Dinge schreiben, die sie beschäftigen, wobei 93,6% aussagten, dabei selbst bestimmen zu können, worüber sie sprechen möchten. Vertrauen gegenüber ihrem Online-Berater besitzen 82,4% (16,2% nur „etwas“), 82,6% können sich zudem auf ihn verlassen (14,7% nur „etwas“) und 77,1% bekommen tröstende Worte. Die Mehrheit gab an, sich verstanden (85,6%) und wohl zu fühlen (81,3%), wenn sie sich mit dem Experten austauschen und 89,5% sind sogar der Meinung, dass der Berater ihre Gefühle ernst nimmt.

## 10. Ergebnisse der Studie

Bezüglich des eigenen Problems und dessen Verständnis gehen die Meinungen der Teilnehmer auseinander. So verstehen sich zwar 59,7% oft oder vollkommen besser, 40,3% jedoch nur etwas oder überhaupt nicht und 31,0% gaben an, ihre Problematik durch die Beratung nicht besser verstehen zu können. Ähnlich sieht es dabei aus, dem Kern der eigenen Probleme näher zu kommen (trifft für 44,2% nur etwas oder überhaupt nicht) oder (wieder) die Hoffnung zu haben, das Problem in den Griff zu bekommen (trifft für 38,9% überhaupt nicht oder etwas zu). Der Erhalt praktischer Tipps, mit den Problemen umzugehen und diese zu bewältigen wurde in gleicher Weise unterschiedlich zutreffend bewertet. Die Hälfte (50,3%) sagte aus, nie oder nur selten den Rat zu bekommen, sich professionelle Hilfe zu suchen.

Was die Gefühlslage nach der Beratung anbelangt, geht es 36,0% überhaupt nicht oder nur etwas besser, für 43,5% hingegen trifft es oft und für 20,4% vollkommen zu, dass es ihnen besser gehe. Fast die Hälfte der Ratsuchenden (48,3%) fühlt sich nach einer Beratung nicht oder nur etwas aufgeheitert und über die Hälfte (58,0%) erfuhr durch die Beratung keine Ermutigung, sich zuzutrauen, die Probleme zu lösen. Trotz der beachtlich ungleichen Bewertung letztgenannter Items, lassen die Ergebnisse zu dem Fazit kommen, dass die Mehrheit überwiegend von positiven Erlebnissen berichtet. Die vorteilhaften Erlebnisse und Erfahrungen wurden durchschnittlich mit  $M = 2,88$  ( $SD = 0,86$ ) bewertet.

Entgegen den Items, welche positive Erfahrungen darstellen, bewerteten die User negative Erlebnisse insgesamt als weniger zutreffend ( $M = 1,32$ ;  $SD = 0,53$ ). Auffallend ist, dass nur ein User angab, vom Berater gezwungen zu werden, über Probleme zu sprechen (0,7%), wohingegen 2,1% dies nur etwas und 97,2% überhaupt nicht zutreffend fanden.

Das am höchsten bewertete negative Item ist der Wunsch, vom Berater mehr unterstützt zu werden ( $M = 1,69$ ;  $SD = 0,97$ ). Dies erhoffen sich 12,1% oft und 6,4% vollkommen. Desweiteren gaben 17,9% an, durch die Beratung nicht vorwärts gekommen zu sein (82,1% verneinten dies) und 10,6% geht es nach einer Beratung oft oder vollkommen schlecht. Dennoch bekommt die Majorität vom Berater überhaupt keine oder nur selten Antworten, die den Ratsuchenden nicht weiterhelfen und/oder die sie als belastend empfinden. 95,0% fällt es nicht schwer, dem Berater trotz körperlicher Abwesenheit zu vertrauen und bei nur 4,3% gibt/gab es Missverständnisse zwischen den Akteuren. Was das Verständnis des Experten angeht, sind sich die Ratsuchenden ebenfalls einig: 89,0% glauben nicht, ihr Berater würde

## 10. Ergebnisse der Studie

ihre Probleme zu einfach sehen und weitere 91,4% sind nicht der Meinung, zu wenig Beachtung für ihre Gefühlslage zu bekommen.

Welche Erfahrungen hast du mit der Online-Beratung gemacht?	M	SD
Nach einer Beratung geht es mir schlecht	<b>1,41</b>	0,80
Ich bekomme vom Berater Antworten, die mir gar nicht weiterhelfen	<b>1,25</b>	0,64
Die Antworten des Beraters finde ich belastend	<b>1,22</b>	0,62
Es fällt/fiel mir schwer, dem Berater zu vertrauen, weil ich ihn nicht sehen kann	<b>1,29</b>	0,70
Der Berater und ich haben/hatten Missverständnisse	<b>1,20</b>	0,66
Der Berater zwingt mich, über Probleme zu sprechen	<b>0,98</b>	0,38
Ich wünsche mir mehr Unterstützung von meinem Berater	<b>1,69</b>	0,97
Ich bin durch die Beratung nicht wirklich vorwärts gekommen	<b>1,55</b>	0,94
Der Berater sollte meinen Gefühlen mehr Beachtung schenken	<b>1,31</b>	0,79
Der Berater sieht meine Probleme zu einfach	<b>1,34</b>	0,89
<i>Durchschnittliche Bewertung der negativen Erfahrungen:</i>	<b>1,32</b>	0,53

Tabelle 42: Negative Erfahrungen der Ratsuchenden (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Vergleicht man die durchschnittlichen Mittelwerte und Standardabweichungen in Tabelle 41 und 42, so fällt auf, dass negative Erlebnisse ( $M = 1,32$ ;  $SD = 0,53$ ) vergleichsweise zu positiven Erlebnissen ( $M = 2,88$ ;  $SD = 0,86$ ) im Mittel um  $-1,56$  niedriger bewertet wurden und somit für Ratsuchende unzutreffender sind ( $t = 22,97$ ;  $p = .000$ ). Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass die befragten Probanden hochsignifikant mehr positive Erfahrungen in Online-Beratungsprozessen gesammelt haben.

Der geschlechtsspezifische Vergleich dieser Ergebnisse lässt zu dem Schluss kommen, dass Frauen ( $M = 2,97$ ;  $SD = 0,72$ ) signifikant mehr positive Erfahrungen gesammelt haben als Männer ( $M = 2,48$ ;  $SD = 1,28$ ;  $t = -2,73$ ;  $p < .01$ ). Die geschlechtsspezifische Differenz der Bewertung negativer Erlebnisse ( $M_{\text{weiblich}} = 1,37$ ;  $SD = 0,48$ ;  $M_{\text{männlich}} = 1,12$ ;  $SD = 0,69$ ) ist ebenfalls signifikant ( $t = -2,23$ ;  $p < .05$ ). Insgesamt berichten sowohl weibliche, als auch männliche Klienten mehr von erfreulichen Erfahrungen im Gegensatz zu Ungünstigen ( $t_{\text{weiblich}} = 21,97$ ;  $t_{\text{männlich}} = 7,72$ ;  $p = .000$ ). Es ergaben sich jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den Usern der einzelnen Beratungseinrichtungen ( $p > .05$ ), wodurch wiederum angenommen wird, dass die Ratsuchenden der Hoffnungswiese in gleicher Weise erfreuliche, sowie ungünstige Erfahrungen gesammelt haben wie Ratsuchende der kids-hotline.

## 10. Ergebnisse der Studie

Überdies erhielt die Umfrage weiterhin Ergebnisse bezüglich der Bewertung der in Anspruch genommenen Beratung. Tabelle 43 veranschaulicht, welche ablehnenden und zustimmenden Aussagen die Probanden machten.

Jeweils knapp über 2/3 der User bestätigten, die Informationen erhalten zu haben, welche sie wollten (62,6%), dass die Beratung hilfreich war, ihr Anliegen zu klären (65,0%), sowie dass sie ihnen neue Perspektiven ermöglichte (60,3%). Die Beratung erfüllte zudem die Vorstellungen von 68,9% der Probanden, bei 31,2% entsprach sie nicht den vorherigen Annahmen bzw. Erwartungen. Umgekehrt war eine Umsetzung der Erkenntnisse, welche sie in der Beratung bekommen haben, nur für 37,5% möglich.

Hinsichtlich der Auffassung, dass ihr Berater die richtigen Worte gewählt hatte, waren sich die Teilnehmer einiger: 85,2% bejahten diesen Aspekt und 88,0% würden sich sogar wieder bei ihrem Berater melden. Die überwiegende Mehrheit fühlte sich bzw. ihr Anliegen ernst genommen (90,5%) und bestätigte eine grundsätzliche Zufriedenheit mit der Beratung (89,6%).

Wie würdest du die Beratung zum jetzigen Zeitpunkt bewerten?	A <sup>1</sup>	Z
Ich bekam die Informationen, die ich wollte	37,4	62,6
Die Beratung hat mir neue Perspektiven ermöglicht	39,7	60,3
Ich konnte die Erkenntnisse aus der Beratung in der Praxis umsetzen	62,5	37,5
Die Beratung entsprach meinen Vorstellungen	31,2	68,9
Der Berater hat die richtigen Worte gewählt	14,8	85,2
Die Beratung war hilfreich um mein Anliegen zu klären	35,0	65,0
Der Berater nahm mein Anliegen ernst	9,4	90,5
Ich würde mich bei diesem Berater wieder melden	12,0	88,0
Mit der Beratung bin ich grundsätzlich zufrieden	10,4	89,6

<sup>1</sup>A = Ablehnung (trifft überhaupt nicht/etwas zu), Z = Zustimmung (trifft zu/vollkommen zu)

Tabelle 43: Bewertung der Beratung zum Untersuchungszeitpunkt (Angaben in %)

Abbildung 14 (S. 202) verdeutlicht die Verteilung der Noten, mit welchen die Ratsuchenden ihre Online-Beratung bewerteten. 34,0% der Befragten vergaben die Note „sehr gut“ (1) und 47,9% die Note „gut“ (2). Während 13,9% die Beratung „befriedigend“ (3) fanden, empfanden 2,1% diese nur als „ausreichend“ (4). Kein Proband vergab die Note 5, drei (2,1%) bewerteten die Beratung mit „ungenügend“ (6). Die Verteilung entspricht einem Notendurchschnitt von  $M = 1,92$  ( $SD = 0,95$ ), d.h. Ratsuchende bewerten die in Anspruch genommene Beratung durchschnittlich mit „gut“ ( $n = 144$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

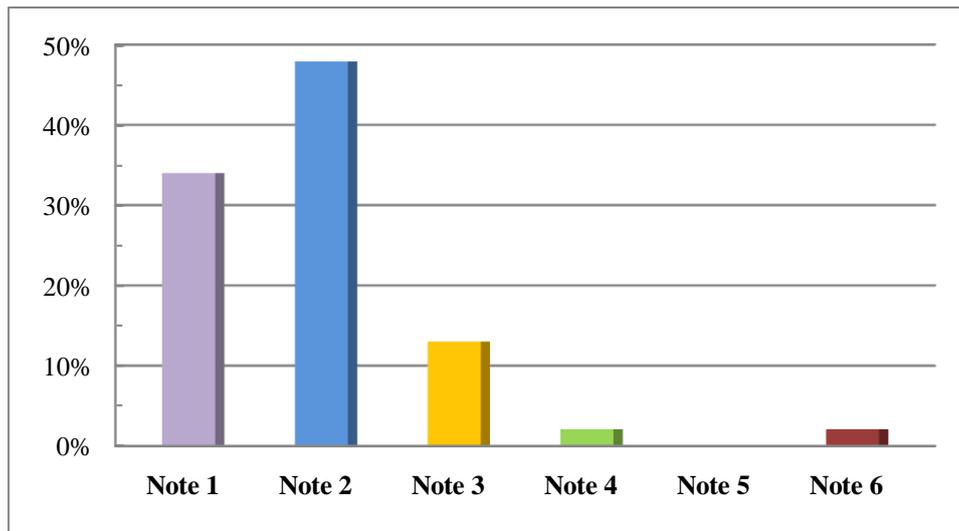


Abbildung 14: Bewertung der Online-Beratung mit Noten (Angaben in %)

Vergleicht man die Notenvergabe der User der verschiedenen Einrichtungen, so wird deutlich, dass Ratsuchende der kids-hotline die Online-Beratung mit  $M = 1,91$  ( $SD = 0,87$ ;  $n = 104$ ) besser bewertet haben als Ratsuchende der Hoffnungswiese mit  $M = 1,95$  ( $SD = 1,16$ ;  $n = 38$ ). Der Unterschied ist jedoch nicht signifikant ( $t = -0,19$ ;  $p = 0,852$ ).

Wie man den Abbildungen 15 und 16 (S. 203) entnehmen kann, würde die überwiegende Mehrheit die jeweilige virtuelle Einrichtung weiterempfehlen (92,4%;  $M = 1,14$ ;  $SD = 0,50$ ) und sie sogar selbst wieder nutzen, wenn neue Probleme bei Ihnen auftauchen würden (91,7%;  $M = 1,15$ ;  $SD = 0,52$ ). Während sich 6,3% bzw. 6,9% nicht sicher waren, verneinten zwei Probanden (jeweils 1,4%) diese Fragen.

Hinsichtlich der Weiterempfehlung und Wiedernutzung gibt es keine signifikanten Geschlechtsunterschiede ( $p > .05$ ). User der Hoffnungswiese würden andere Menschen zwar häufiger auf ihre Beratungseinrichtung hinweisen ( $M(\text{Hoffnungswiese}) = 1,05$ ;  $SD = 0,32$  vs.  $M(\text{kids-hotline}) = 1,17$ ;  $SD = 0,55$ ) und eine Beratung ebenso wiederholter selbst in Anspruch nehmen ( $M(\text{Hoffnungswiese}) = 1,03$ ;  $SD = 0,16$  vs.  $M(\text{kids-hotline}) = 1,20$ ;  $SD = 0,60$ ), die Unterschiede verfügen jedoch über keine Signifikanz ( $p > .05$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

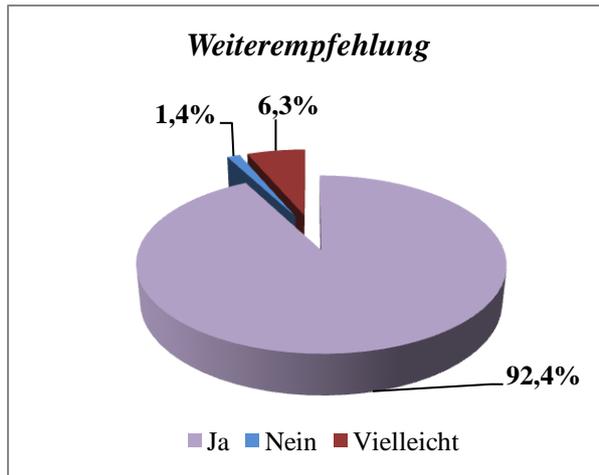


Abbildung 15: Weiterempfehlung der Beratung

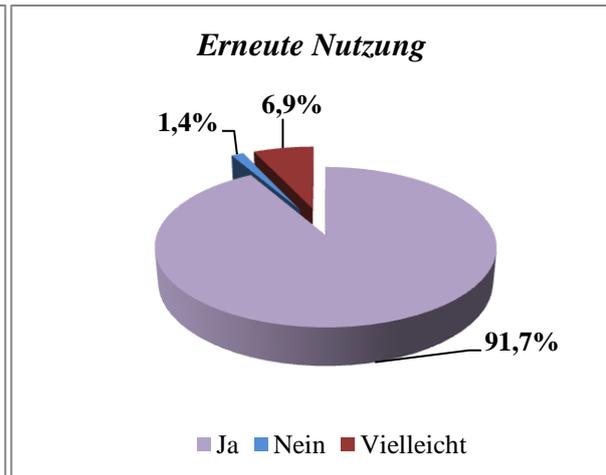


Abbildung 16: Erneute Nutzung der Beratung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Teilnehmer der Stichprobe überwiegend positive Erfahrungen gesammelt haben, prinzipiell zufrieden mit der Beratung sind, diese vornehmlich als „gut“ beurteilen und sie sie deswegen überwiegend auch weiterempfehlen und/oder selbst wieder nutzen würden. Hinsichtlich der Bewertung der virtuellen Einrichtungen konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den teilnehmenden Beratungsstellen herausgefunden werden.

### *Einschätzung des Beraters:*

Neben der direkten Bewertung der Einrichtungen, wurden die Probanden überdies aufgefordert, ihren Berater einzuschätzen. Der erste Teil der Einschätzung gliedert sich in *positive* und *negative Charaktereigenschaften*, welche von den Probanden bewertet wurden (vgl. Tabelle 44, S. 204). Angesichts der Beschreibung bzw. Beurteilung ihres Online-Beraters sind sich die Ratsuchenden weitgehend einig: Sie sehen den Berater in erster Linie als sympathisch ( $M = 3,46$ ;  $SD = 0,75$ ), verständnisvoll ( $M = 3,46$ ;  $SD = 0,75$ ) und engagiert ( $M = 3,27$ ;  $SD = 0,99$ ). Hinsichtlich seiner Kompetenz gehen die Meinungen ein wenig auseinander, jedoch beschreiben ihn weiterhin 86,0% als fachlich kompetent und nur 11,3% als inkompetent. Darüber hinaus sind die Experten nach Auffassung der Probanden größtenteils einfühlsam (86,0%) und durchaus vertrauenserweckend (88,3%).

Positive Charaktereigenschaften ( $M = 3,37$ ;  $SD = 0,70$ ) wurden im Schnitt hochsignifikant um +2,14 höher bewertet als Negative ( $M = 1,23$ ;  $SD = 0,52$ ;  $t = 27,83$ ;  $p = .000$ ). Dies ist eine besonders beachtenswerte positive Charaktereinschätzung der Berater durch Klienten.

## 10. Ergebnisse der Studie

Zwischen den Usern der Beratungseinrichtungen gab hinsichtlich der charakteristischen Beschreibung der Berater keine signifikanten Unterschiede ( $p > .05$ ).

positive Eigenschaften	A <sup>1</sup>	Z	negative Eigenschaften	A	Z
sympathisch	5,1	94,9	unsympathisch	96,3	3,7
fachlich kompetent	14,0	86,0	inkompetent	88,7	11,3
engagiert	10,5	89,5	oberflächlich	94,1	5,9
verständnisvoll	6,6	93,5			
einfühlsam	14,0	86,0			
vertrauenserweckend	11,8	88,3			
<sup>1</sup> A = Ablehnung (trifft überhaupt nicht/etwas zu), Z = Zustimmung (trifft zu/vollkommen zu)					

Tabelle 44: Charakteristische Beschreibung des Online-Beraters durch Klienten (Angaben in %)

Der zweite Teil der Beschreibung bezieht sich auf Variablen, denen im Beratungsprozess eine positive Bedeutung zugeschrieben wird: *Emotionalität, Empathie, Echtheit, Wertschätzung, Unterstützung, Strukturierung*, sowie weiteren *allgemeinen* Aspekten (vgl. Tabelle 45 - 49).

Die Teilnehmer der Umfrage bewerteten die Beratervariablen „Empathie“, „Echtheit“ und „Wertschätzung“ wie folgt (vgl. Tabelle 45, S. 205): Knapp 70% finden, ihr Berater kann zwischen ihren Zeilen lesen und 76,1% bestätigten ihm das Gespür, zu wissen, was die Ratsuchenden beschäftigt oder belastet. Eine überwiegende Mehrheit von 91,2% gab zudem an, ihr Berater kann ihre Gefühle oft oder vollkommen nachvollziehen, lediglich 8,7% verneinten dies. Empathisches Verhalten des Beraters wurde durchschnittlich mit  $M = 2,90$  ( $SD = 1,12$ ) bewertet.

Bezüglich der „Echtheit“ gaben 81,4% der Befragten an, ihr Berater würde ihnen oft oder vollkommen seine ehrliche Meinung sagen. Zudem ist die Mehrheit (85,8%) der Auffassung, dass sich der Experte ihnen gegenüber offen ausdrückt; bei nur 0,9% bzw. 13,4% trifft dies überhaupt nicht bzw. nur etwas zu. Demgegenüber sind sich die Befragten weitgehend einig darüber, dass ihr Berater ihnen das antwortet, was er denkt (trifft für 91,1% zu bzw. vollkommen zu). Die Items der Echtheit erhielten im Durchschnitt eine Bewertung von  $M = 2,28$ ;  $SD = 0,82$ ).

Über die Hälfte der Ratsuchenden fühlen sich bei ihrem Berater vollkommen gut aufgehoben (52,2%), für weitere 30,4% trifft dies gleichfalls zu. Außerdem sind die Berater nach Aussagen der Befragten am Wohlergehen ihrer Klienten interessiert (trifft für 86,7% zu bzw. vollkommen zu) und interessieren sich für ihre Probleme (trifft nur für jeweils 2,7% etwas

## 10. Ergebnisse der Studie

oder überhaupt nicht zu). Insgesamt wurden die Items zu wertschätzendem Verhalten mit  $M = 3,12$  ( $SD = 1,10$ ) am höchsten bewertet. Es kann als erstes Fazit gezogen werden, dass Rogers drei wichtigsten Basisvariablen nach Auffassung der Klienten durchaus im Verhalten der Berater aufzufinden sind.

<b>Bewertung der Beratervariablen nach C. Rogers</b>		<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Empathie</b>	Mein Berater kann bei meinen Äußerungen „zwischen den Zeilen“ lesen	<b>2,66</b>	1,30
	Mein Berater kann meine Gefühle nachvollziehen	<b>3,30</b>	1,26
	Mein Berater spürt, was mich beschäftigt/belastet	<b>2,73</b>	1,23
<i>Durchschnittliche Bewertung der Empathie:</i>		<b>2,90</b>	<i>1,12</i>
<b>Echtheit</b>	Mein Berater sagt mir seine ehrliche Meinung	<b>2,93</b>	1,18
	Ich denke, mein Berater schreibt mir das, was er denkt	<b>3,26</b>	1,25
	Ich finde, dass sich mein Berater mir gegenüber offen ausdrückt	<b>2,95</b>	1,19
<i>Durchschnittliche Bewertung der Echtheit:</i>		<b>2,28</b>	<i>0,82</i>
<b>Wertschätzung</b>	Ich fühle mich bei meinem Berater gut aufgehoben	<b>3,07</b>	1,18
	Ich habe das Gefühl, dass sich mein Berater für mein Problem interessiert	<b>3,32</b>	1,30
	Mein Berater ist an meinem Wohlergehen interessiert	<b>2,97</b>	1,20
<i>Durchschnittliche Bewertung der Wertschätzung:</i>		<b>3,12</b>	<i>1,10</i>

Tabelle 45: Bewertung der Beratervariablen (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Bei der Einschätzung unterstützenden Verhaltens des Beraters gehen die Meinungen der Befragten teilweise stark auseinander (vgl. Tabelle 46, S. 206). So trifft es für 13,9% überhaupt nicht und für 22,8% nur etwas zu, dass ihr Berater ihnen ihre Stärken und Fähigkeiten aufzeigt, wohingegen dies für 25,2% vollkommen zutreffend ist. Ebenfalls waren jeweils 31,0% der Meinung, ihr Berater würde sie vollkommen bzw. nur etwas zur Entwicklung eigener Lösungsmöglichkeiten bringen. 35,4% empfanden dies als zutreffend, 2,7% als überhaupt nicht treffend. Ferner fühlen sich 33,0% oft bzw. 25,0% vollkommen durch ihren Berater motiviert, Lösungsmöglichkeiten in die Tat umzusetzen, wohingegen 33,9% diesbezüglich nur etwas und 8,0% überhaupt nicht motiviert ist. Etwas besser wurde das zur Verfügung stellen von Lösungsmöglichkeiten bewertet: Hiervon können insgesamt 76,3% berichten, wohingegen nur ein Teilnehmer (0,9%) dies vollkommen negierte. Ob die Ratsuchenden von ihrem Berater Unterstützung erhalten, beantworteten 79,1% mit oft bzw. vollkommen, 17,4% berichteten von etwas Unterstützung und 3,5% gaben an, überhaupt keine zu bekommen. Im Mittel wurden Items unterstützendes Verhaltens mit  $M = 2,70$  ( $SD = 1,17$ ) bewertet.

## 10. Ergebnisse der Studie

<b>Bewertung des unterstützenden Verhaltens</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Ich bekomme Unterstützung von meinem Berater	<b>2,93</b>	1,15
Mein Berater zeigt mir, wo meine Stärken bzw. Fähigkeiten liegen	<b>2,54</b>	1,19
Mein Berater stellt mir Lösungsmöglichkeiten zur Verfügung	<b>2,88</b>	1,15
Durch meinen Berater bin ich motiviert, Lösungsmöglichkeiten in die Tat umzusetzen	<b>2,48</b>	1,20
Mein Berater bringt mich dazu, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln	<b>2,69</b>	1,17
<i>Durchschnittliche Bewertung der Unterstützung:</i>	<b>2,70</b>	<i>1,17</i>

Tabelle 46: Bewertung der Items zur Unterstützung (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Wirft man einen Blick auf die Ergebnisse hinsichtlich der Strukturierung des Beratungsprozesses, wurde diese im Schnitt zwar als zutreffend bewertet ( $M = 2,57$ ;  $SD = 1,19$ ), jedoch machten die Befragten differierende Aussagen (vgl. Tabelle 47). Die überwiegende Mehrheit gab an, selbst entscheiden zu können, worüber sie in der Beratung (nicht) sprechen wollen (trifft für 23,0% oft und für 72,6% vollkommen zu), jedoch wurde bei 46,1% überhaupt nicht und bei 27,0% nur etwas über die Regeln der Beratung gesprochen. Bei der gemeinsamen Klärung zwischen Ratsuchendem und Berater, welches Ziel sie mit der Beratung verfolgen möchten, gingen die Standpunkte ebenfalls sehr auseinander: Bei 61,6% wurde geklärt, was damit erreicht werden soll, 38,4% gaben an, darüber überhaupt nicht oder nur etwas gesprochen zu haben.

<b>Bewertung der Strukturierung</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Zu Beginn der Beratung sprachen wir gemeinsam über die Regeln der Beratung	<b>1,83</b>	1,19
Mein Berater und ich haben gemeinsam geklärt, was wir mit der Beratung erreichen möchten	<b>2,52</b>	1,21
Ich kann selbst entscheiden, über was ich sprechen möchte und über was nicht	<b>3,35</b>	1,18
<i>Durchschnittliche Bewertung der Strukturierung:</i>	<b>2,57</b>	<i>1,19</i>

Tabelle 47: Bewertung der Items zur Strukturierung des Beratungsprozesses (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Die Variablen zur Emotionalität bewerteten die Probanden mittelmäßig wiederrum höher ( $M = 2,77$ ;  $SD = 1,20$ ). Eine Vielzahl der Ratsuchenden berichtet von gespendetem Trost (trifft für 36,6% oft bzw. für 33,0% vollkommen zu) und von einem erleichterndem Gefühl, welches sie durch die Antwort ihres Beraters bekommen (trifft für 38,9% oft und für 30,1% vollkommen zu). 7,1% bzw. 6,2% verneinten beide Items komplett. Weiterhin geben Berater der Majorität (79,2%) bei Verzweiflung oder Hilflosigkeit oft oder immer neuen Mut (vgl. Tabelle 48, S. 207).

## 10. Ergebnisse der Studie

<b>Bewertung der emotionalen Verhaltens</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Mein Berater gibt mir neuen Mut, wenn ich verzweifelt oder hilflos bin	<b>2,96</b>	1,17
Die Antwort meines Beraters gibt mir ein erleichterndes Gefühl	<b>2,67</b>	1,19
Mein Berater tröstet mich	<b>2,67</b>	1,24
<i>Durchschnittliche Bewertung der Emotionalität:</i>	<b>2,77</b>	<i>1,20</i>

Tabelle 48: Bewertung der Emotionalität des Beraters (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Weitere allgemeine Aussagen bekamen von den Probanden zwar eine relativ hohe Zustimmung ( $M = 2,91$ ;  $SD = 1,18$ ), jedoch gingen auch hier die Meinungen bei einigen Items auseinander (vgl. Tabelle 49). So fühlen sich beispielsweise 23,9% nur etwas und 5,1% überhaupt nicht erleichtert, nachdem sie über ihre Gefühle geschrieben haben, wohingegen dies jeweils bei knapp 35% oft oder vollkommen zutrifft. Die Mehrheit ist sich jedoch einig darüber, dass zwischen ihnen und ihrem Berater Verständnis herrscht (zutreffend bei insgesamt 81,3%), sowie dass sie sich beim Gespräch mit ihm wohl fühlen (zutreffend bei insgesamt 82,5%). Während über  $\frac{3}{4}$  der Befragten in das Fachwissen ihres Beraters Vertrauen haben (80,4%), verlassen sich 15,2% nur etwas und 4,5% überhaupt nicht darauf.

<b>Bewertung allgemeiner Aussagen</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Ich fühle mich erleichtert, nachdem ich über meine Gefühle geschrieben habe	<b>2,84</b>	1,11
Ich fühle mich wohl, wenn ich mit meinem Berater schreibe	<b>3,01</b>	1,15
Mein Berater und ich verstehen einander	<b>2,90</b>	1,20
Ich habe Vertrauen in das Fachwissen meines Beraters	<b>2,89</b>	1,25
<i>Durchschnittliche Bewertung der allgemeinen Aussagen:</i>	<b>2,91</b>	<i>1,18</i>

Tabelle 49: Bewertung allgemeiner Aussagen (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Vergleicht man sämtliche Bewertungen der User miteinander, so lässt sich insgesamt aussagen, dass Ratsuchende wertschätzendes Verhalten signifikant am zutreffendsten bewerteten, gefolgt von allgemeinen Aussagen und empathischen Verhaltensweisen. Geschlechtsspezifische Unterschiede dieser Beurteilungen sind nicht signifikant ( $p > .05$ ). Ebenfalls die Differenzen zwischen kids-hotline- und Hoffnungswiese-Klienten weisen keinerlei Signifikanz auf ( $p > .05$ ), sodass angenommen wird, dass User beider Geschlechter, sowie beider Beratungseinrichtungen den Beratungsprozess in gleicher Weise wahrnehmen/wahrgenommen haben.

## 10. Ergebnisse der Studie

### *Weitere Angaben:*

Am Ende der Befragung hatten alle Teilnehmer die Möglichkeit, auf freiwilliger Basis Gedanken und Anmerkungen aufzuschreiben, welche sie zur Umfrage und zum Thema Online-Beratung noch beschäftigen, im Fragebogen jedoch nicht angesprochen oder zu kurz gekommen sind. Eine inhaltsanalytische Auswertung dieser Angaben übersteigt das Forschungsvorhaben der vorliegenden Untersuchung, weswegen die Mitteilungen in Anhang O aufgelistet werden und dort nachgelesen werden können.

### *Zusätzliche Zusammenhänge:*

Um weitere Aussagen über Online-Beratungen machen zu können, wurde anschließend verschiedenen Zusammenhängen mittels Korrelations- und schrittweisen Regressionsanalysen nachgegangen. Ziel der Berechnungen war es herauszufinden, welche Aspekte im Beratungsprozess bei Ratsuchenden zu einem Nutzen beitragen und zu ermitteln, welche Erfahrungen hauptsächlich in die Zufriedenheit mit der Beratung (z.B. bei der Benotung), sowie in die Gefühlslage der User einfließen.

<b>Zusammenhang: Notenvergabe - Charaktereigenschaft</b>	<b>Korrelation (nach Pearson)</b>	<b>Signifikanz (2-seitig)</b>	<b>N</b>
sympathisch	-0,396	0,000	144
inkompetent	0,185	0,029	139
engagiert	-0,161	0,058	139
unsympathisch	0,354	0,000	139
oberflächlich	0,280	0,001	139
verständnisvoll	-0,284	0,001	139
einfühlsam	-0,291	0,001	139
fachlich kompetent	-0,320	0,000	139
vertrauenserweckend	-0,315	0,000	139

Tabelle 50: Zusammenhang zwischen Notenvergabe der User und Charaktereigenschaft des Beraters

Der Tabelle 50 ist zu entnehmen, dass es signifikante Zusammenhänge zwischen der *Benotung* der Beratungseinrichtung und der Einschätzung des Charakters des Beraters gibt. So benoten Ratsuchende die virtuelle Beratung z.B. teilweise umso besser, je vertrauenserweckender ( $r = -0,315$ ;  $p = .000$ ) oder einfühlsamer ( $r = -0,291$ ;  $p < .01$ ) sie ihren Berater finden und umgekehrt umso schlechter, je oberflächlicher ( $r = 0,280$ ;  $p < .01$ ) oder inkompetenter ( $r = 0,185$ ;  $p < .05$ ) sie den Experten einschätzen. Die schrittweise Regressionsanalyse ergab, dass die Eigenschaften „sympathisch“ ( $r = -0,396$   $p = .000$ ),

## 10. Ergebnisse der Studie

„unsympathisch“ ( $r = 0,354$ ;  $p = .000$ ) und „fachlich kompetent“ ( $r = -0,320$ ;  $p = .000$ ) am meisten in die Benotung einfließen.

Die Zusammenhänge zwischen der Benotung und den erlebten positiven und negativen Erfahrungen sind überwiegend schwach, jedoch zum größten Teil signifikant. So vergaben die User beispielsweise umso bessere Noten,

- je mehr praktische Tipps sie zum Problemumgang bekommen ( $r = -0,39$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr sie sich auf ihren Berater verlassen können ( $r = -0,33$ ;  $p = .000$ ),
- je weniger sie Antworten bekommen, die ihnen *nicht* weiterhelfen ( $r = 0,30$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr sie sich vom Berater unterstützt fühlen ( $r = -0,40$ ;  $p = .000$ ) und
- je mehr sie ihre Probleme durch die Beratung besser verstehen ( $r = -0,33$ ;  $p = .000$ ).

Insgesamt hängt die Benotung vorwiegend davon ab, ob sich Ratsuchende unterstützt fühlen ( $r = -0,40$ ;  $p = .000$ ), ihr Berater ihre Probleme zu einfach sieht ( $r = 0,53$ ;  $p = .000$ ) und/oder ob sie tröstende Worte von ihm bekommen ( $r = -0,55$ ;  $p = .000$ ). Zudem spielt die Wortwahl des Experten teils eine Rolle für die Benotung ( $r = -0,31$ ;  $p = .000$ ). Es bestehen keine signifikanten Korrelation zwischen der Note und der „objektiven“ bzw. subjektiven Verringerung der Sorgen und Probleme ( $r = 0,08$ ;  $p > .05$ ), was bedeutet, dass sich die Verbesserung und/oder Verschlechterung der Problematik nicht auf die Beurteilung auswirkt.

Zusammenhänge zwischen der vergebenen Note und den beraterischen Verhaltensweisen korrelieren größtenteils gering miteinander. Es zeigte sich, dass z.B. die Strukturierung so gut wie keine Auswirkungen auf die Note hat ( $r = -0,151$ ;  $p > .05$ ), ähnlich wie wertschätzendes ( $r = -0,25$ ;  $p < .05$ ), echtes ( $r = -0,24$ ;  $p < .05$ ) und empathisches Verhalten ( $r = -0,28$ ;  $p < .05$ ). Dem entgegen wirkt sich Unterstützung ( $r = -0,33$ ;  $p = .000$ ) und Emotionalität ( $r = -0,35$ ;  $p = .000$ ) des Beraters ein wenig mehr auf die Notenvergabe aus.

Tabelle 51 (S. 210) veranschaulicht, welche Kriterien die *Zufriedenheit* der Klienten am stärksten beeinflussen. Sowohl die „objektive“, als auch die subjektive Effektivität spielt für die Zufriedenheit keine Rolle ( $r = 0,15$  bzw.  $r = -0,14$ ;  $p < .05$ ). Ob User zufrieden mit der Beratung sind, ist am meisten von denjenigen Kriterien abhängig, ob ihr Anliegen ernst genommen wurde ( $r = 0,70$ ;  $p = .000$ ), sowie ob der Experte die richtigen Worte gewählt hat ( $r = 0,60$ ;  $p = .000$ ). Die Klärung des eigenen Anliegens ( $r = 0,56$ ;  $p = .000$ ), wie auch die Erfüllung ihrer Vorstellungen ( $r = 0,56$ ;  $p = .000$ ) spielt ebenso eine Rolle für ihre Zufriedenheit (vgl. Tabelle 51a, S. 210).

## 10. Ergebnisse der Studie

<b>Zusammenhänge zur Zufriedenheit</b>	<b>Korrelation (nach Pearson)</b>	<b>Signifikanz (2-seitig)</b>
<b>a) Zusammenhang: Zufriedenheit - Bewertungskriterien</b>		
Ich bekam die Informationen, die ich wollte	0,434	0,000
Die Beratung hat mir neue Perspektiven geöffnet	0,498	0,000
Ich konnte die Erkenntnisse aus der Beratung in die Praxis umsetzen	0,413	0,000
Die Beratung entsprach meinen Vorstellungen	0,556	0,000
Der Berater hat die richtigen Worte gewählt	0,595	0,000
Die Beratung war hilfreich um mein Anliegen zu klären	0,564	0,000
Der Berater nahm mein Anliegen ernst	0,703	0,000
<b>b) Zusammenhang: Zufriedenheit - Erfahrungen</b>		
Ich bekomme praktische Tipps, wie ich mit meinen Problemen am besten umgehe	0,473	0,000
Der Berater nimmt meine Gefühle ernst	0,463	0,000
Ich kann mich auf den Berater verlassen	0,568	0,000
Ich vertraue dem Berater	0,511	0,000
Ich kann in der Beratung über tiefere Probleme sprechen	0,473	0,000
Ich fühle mich von dem Berater unterstützt	0,551	0,000
Ich kann offen über Dinge schreiben, die mich beschäftigen	0,438	0,000
Durch die Antworten von meinem Berater fühle ich mich verstanden	0,491	0,000
Ich kann in der Beratung über alles sprechen, was mich bewegt	0,425	0,000
Ich bekomme vom Berater tröstende Worte	0,453	0,000
<b>c) Zusammenhang: Zufriedenheit – Verhaltensweisen des Beraters</b>		
Empathie	0,466	0,000
Echtheit	0,399	0,000
Wertschätzung	0,499	0,000
Unterstützung	0,484	0,000
Strukturierung	0,289	0,001
Emotionalität	0,469	0,000
Allgemein	0,465	0,000

Tabelle 51: Zusammenhang zwischen Zufriedenheit hinsichtlich a) Bewertungskriterien (N = 144)

b) gesammelter Erfahrungen (N = 144) und c) Beraterverhalten (N = 124)

Hinsichtlich des Einflusses gesammelter Erfahrungen auf die Zufriedenheit zeigt Tabelle 51b die größten ermittelten Korrelationen. Ratsuchende sind demnach grundsätzlich umso zufriedener, je mehr sie sich auf den Berater verlassen können ( $r = 0,568$ ;  $p = .000$ ), je mehr sie sich von ihm unterstützt fühlen ( $r = 0,551$ ;  $p = .000$ ) und je mehr Vertrauen sie ihm entgegenbringen ( $r = 0,511$ ;  $p = .000$ ). Weiterhin hängt das Wohlgefallen der User u.a. davon

## 10. Ergebnisse der Studie

ab, ob sie praktische Tipps bekommen ( $r = 0,473$ ;  $p = .000$ ) oder ob sie tiefergehende Sorgen mitteilen können ( $r = 0,473$ ;  $p = .000$ ).

Beraterische Verhaltensweisen korrelieren ebenfalls fast alle hochsignifikant mit der Zufriedenheit. Wertschätzendes ( $r = 0,499$ ;  $p = .000$ ), unterstützendes ( $r = 0,484$ ;  $p = .000$ ), sowie emotionales Verhalten ( $r = 0,469$ ;  $p = .000$ ) des Beraters haben den größten Einfluss auf das Wohlfallen der Klienten (vgl. Tabelle 51c, S. 210).

Was weitere Aspekte anbelangt, kann darüber hinaus festgehalten werden, dass die Zufriedenheit der User umso größer ist,

- je besser sie sich bei ihrem Berater aufgehoben fühlen ( $r = 0,57$ ;  $p = .000$ )
- je mehr sie von ihm unterstützt werden ( $r = 0,51$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr Mut er ihnen bei Hilflosigkeit und Verzweiflung gibt ( $r = 0,50$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr Vertrauen sie in sein Fachwissen haben ( $r = 0,49$ ;  $p = .000$ ) und
- je mehr Lösungsmöglichkeiten er ihnen zur Verfügung stellt ( $r = 0,481$ ;  $p = .000$ ).

Neben Einflussfaktoren der Benotung und Bewertung der Beratungseinrichtung, sowie der Zufriedenheit der Ratsuchenden, sollte ferner herausgefunden werden, welche Erfahrungen und Umstände Ursache dafür sind, dass es den Usern nach einer Beratung besser bzw. schlecht geht. Insgesamt ergaben sich schwache Zusammenhänge, wobei sich positive Erlebnisse auf eine bessere Gefühlslage mehr auswirkten, als negative Erlebnisse auf eine schlechte Gefühlslage. Tabelle 52 (S. 212) verdeutlicht die stärksten Relationen.

So erkennt man an den Ergebnissen, dass es den Probanden nach einer Beratung signifikant umso besser geht, je mehr Tipps sie für den Umgang mit den Problemen bekommen ( $r = 0,544$ ;  $p = .000$ ), je näher sie dessen Kern kommen ( $r = 0,564$ ;  $p = .000$ ), sowie je mehr sie wieder Hoffnung haben, dieses in den Griff zu bekommen ( $r = 0,611$ ;  $p = .000$ ). Desweiteren ergaben sich Einflüsse auf eine bessere Gefühlslage durch Verlässlichkeit auf den Berater ( $r = 0,511$ ;  $p = .000$ ) und durch besseres Selbstverständnis ( $r = 0,530$ ;  $p = .000$ ).

Umgekehrt führen Antworten des Beraters, die den Ratsuchenden nicht weiterhelfen und/oder belastend empfunden werden zu einer Verschlechterung der Stimmung der User ( $r = 0,480$  bzw.  $r = 0,574$ ;  $p = .000$ ). Zudem geht es Usern nach einer Beratung umso schlechter, je mehr sie von Beratern gezwungen werden, über Probleme zu sprechen ( $r = 0,433$ ;  $p = .000$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

<b>Zusammenhänge zum Wohlbefinden nach einer Beratung</b>	<b>Korrelation (nach Pearson)</b>	<b>Signifikanz (2-seitig)</b>
<b>a) Einflussfaktoren für bessere Gefühlslage</b>		
Ich bekomme praktische Tipps, wie ich mit meinen Problemen umgehe	0,544	0,000
Ich kann mich auf den Berater verlassen	0,511	0,000
Durch die Beratung verstehe ich meine Probleme besser	0,517	0,000
Durch die Beratung habe ich (wieder) die Hoffnung, das Problem in den Griff zu bekommen	0,611	0,000
Durch die Beratung verstehe ich mich selbst besser	0,530	0,000
Dank der Beratung bin ich dem Kern meiner Probleme näher gekommen	0,564	0,000
<b>b) Einflussfaktoren für schlechte Gefühlslage</b>		
Ich bekomme vom Berater Antworten, die mir gar nicht weiterhelfen	0,480	0,000
Die Antworten des Beraters finde ich belastend	0,574	0,000
Der Berater zwingt mich, über Probleme zu sprechen	0,433	0,000

Tabelle 52: Faktoren, die das Wohlbefinden nach einer Beratung a) positiv und b) negativ beeinflussen (N = 150)

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Benotung der Online-Beratung insgesamt geringer von Faktoren beeinflusst wird, als die Zufriedenheit und die Veränderung der Stimmung. Die Unterstützung durch den Berater, seine Sympathie, sein Fachwissen, wie auch seine Wortwahl bestimmen mitunter oft die Beurteilung der Beratungseinrichtung und das Wohlbehagen der Klienten. Dem entgegen beeinflussen Antworten des Beraters eine negative Veränderung der Gemütslage Ratsuchender vorwiegend. Darüber hinaus ist letztendlich auffallend, dass die Verbesserung der seelischen Verfassung der User überwiegend von Faktoren bestimmt wird, welche sich auf ihre eigene Problematik beziehen.

Bevor die gewonnenen Ergebnisse, welche in diesem Kapitel dargestellt wurden, interpretiert werden, befassen sich die nachfolgenden Abschnitte mit den Befunden der Befragung der Experten.

## 10. Ergebnisse der Studie

### 10.2.2 Ergebnisse der Online-Berater

*Soziodemographische Merkmale:*

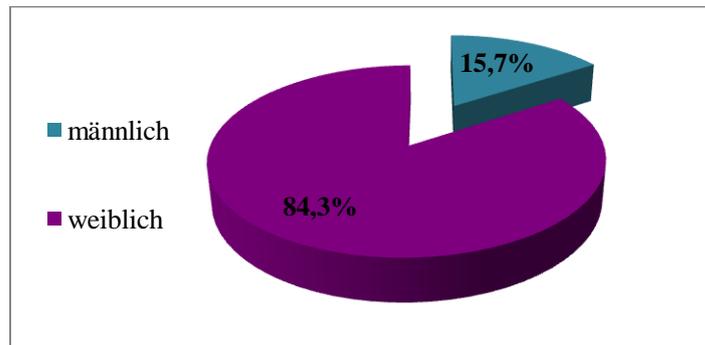


Abbildung 17: Geschlechterverteilung der Internet-Berater

Die Stichprobe der Online-Berater ( $n = 51$ ), welche sich zu 84,3% aus weiblichen und zu 15,7% aus männlichen Beratern zusammensetzt (vgl. Abbildung 17), überwiegt mit der Altersgruppe der 21- bis 25-Jährigen (47,1%), gefolgt von 26- bis 30-jährigen Beratern (25,5%). 15,7% sind zwischen 16 und 20 Jahren, die Minderheit befindet sich im Alter zwischen 31 und 50 Jahren (vgl. Abbildung 18). Auf der Seite der Fachleute gibt es keinen unter 16 oder über 50 Jahren (jeweils 0%).

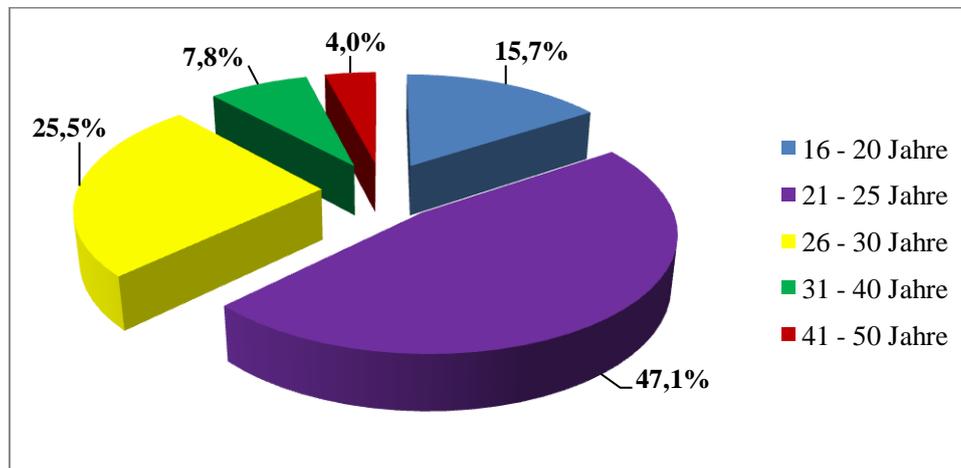


Abbildung 18: Altersverteilung der Berater

Hinsichtlich der Beschäftigung neben ihrer Tätigkeit als Online-Berater gab die Mehrheit der Probanden an zu studieren (37,3%) oder angestellt zu sein (27,5%). Während 15,7% noch zur Schule gehen und 5,9% selbstständig sind, befindet sich die Minderheit in einer Ausbildung (3,9%), ist Arbeiter/in (3,9%), Hausfrau/-mann (2,0%) oder arbeitslos (2,0%) (Keine Angabe: 2,0%).

## 10. Ergebnisse der Studie

Die Probanden der Stichprobe verteilen sich breit auf die unterschiedlichen Wohnverhältnisse. 29,4% lebt mit dem Partner und 7,8% mit der eigenen Familie zusammen. Jeweils 17,7% gaben an, bei den Eltern bzw. in einer Wohngemeinschaft zu wohnen. Der Anteil derjenigen, die alleine leben, liegt bei 23,5%. Zudem befindet sich fast die Hälfte der Befragten in einer festen Beziehung (47,1%) und 11,8% sind verheiratet. Dem entgegen sind 39,2% ledig und ein Proband (2,0%) ist geschieden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass sich die überwiegend weibliche Stichprobe der Berater, welche vor allem aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen besteht, bezüglich weiterer soziodemographischer Merkmale vielseitig ist.

### *Qualifikation der Online-Berater:*

Um Aussagen über die Qualifikation der virtuellen Berater machen zu können, wurden einige relevante Merkmale erhoben. So zeigt Abbildung 19, dass die Mehrheit der befragten Fachleute einen Hochschulabschluss (41,2%) oder das Abitur (31,4%) besitzt. Die Minderheit hat die Realschule abgeschlossen (9,8%), (noch) keinen (7,8%) oder einen anderen Abschluss (9,8%). Insgesamt kann man von einem hohen Bildungsniveau der Stichprobe ausgehen. Dennoch gaben nur 39,2% an, bereits eine Ausbildung absolviert zu haben, wohingegen die Mehrheit (60,8%) dies verneinte.

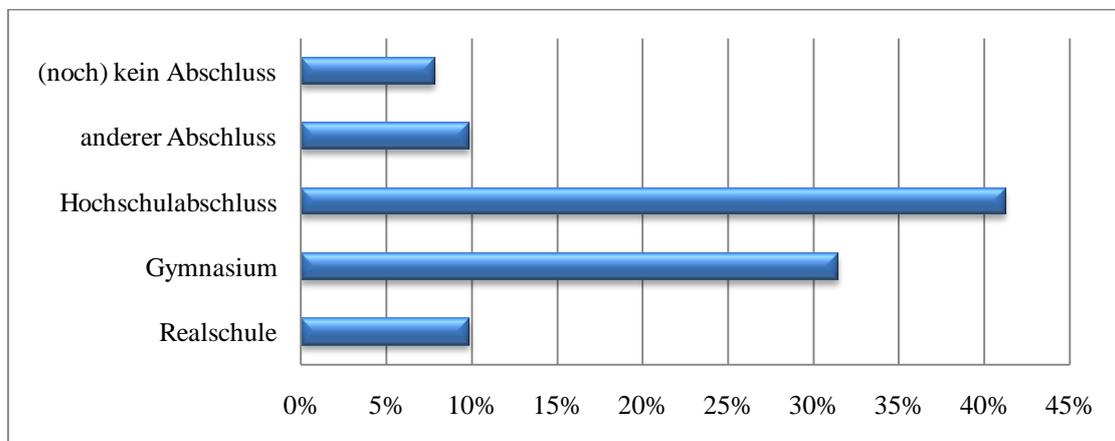


Abbildung 19: Bildungsniveau der Berater (Schulabschlüsse)

Bei der Einordnung in die zugehörige Berufsgruppe zeigen die Ergebnisse, dass sich der Großteil der Berater auf drei zentrale Gruppen verteilt: Erziehung/Bildung (31,4%), Soziales/Religion (29,4%) und Gesundheit/Medizin (9,8%). Interessanterweise ordnete sich jeweils ein Proband (2,0%) den Gruppen Bauwesen/Architektur/Gebäudetechnik, Büro/Kaufmännischer Bereich/Handel/Finanzwesen, Elektrotechnik, Sport/Freizeitwirtschaft,

## 10. Ergebnisse der Studie

Informations- und Kommunikationstechnik/EDV, Kultur/Sprachen/Gesellschaft und Tourismus/Gastgewerbe zu.

Ebenfalls bei der direkten Auswahl der Berufsbezeichnung (Mehrfachnennungen möglich) kommen die Auswertungen zu dem Ergebnis, dass sich die Mehrheit auf eine große Gruppe konzentriert, nämlich auf die der (Sozial-)Pädagogen/innen (43,1%). Zudem besteht die Stichprobe zu 9,8% aus Erzieher/innen, sowie zu 5,9% aus Pflegefachkräften. Drei weitere kleine Gruppen (mit jeweils 3,9%) stellen Lehrer/innen, Therapeuten/innen und Psychotherapeuten/innen dar. Entgegen den Erwartungen gab es unter den Beratern weder Psychologen/innen, Soziologen/innen, Ärzte/innen, noch Neurologen/innen oder Psychiater/innen. Wie in Abbildung 20 ersichtlich, befindet sich gut ein Viertel der Befragten im Studium in einem der angegebenen Berufe (25,5%), wohingegen 29,4% angab, nichts von alledem zu sein.

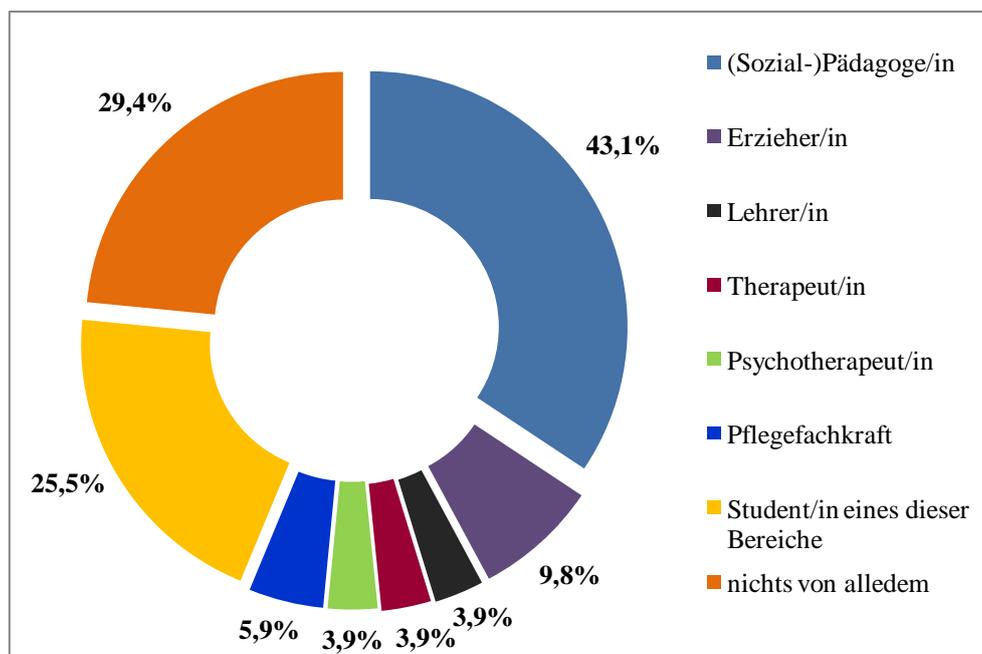


Abbildung 20: Verteilung der Stichprobe auf Berufe (Mehrfachangaben möglich)

Von allen Befragten, die in einer der teilnehmenden Einrichtungen als beratende Personen tätig sind, gehen nur 35,3% auch in der realen Welt einer herkömmlichen Beratungsarbeit nach. Die Mehrheit (64,7%) leistet außerhalb des world wide web keine Beratungsarbeit (vgl. Abbildung 21, S. 216). Trotzdem kann man nach Aussagen der Teilnehmer bei 76,5% davon ausgehen, dass sie durch interne Weiterbildungsmaßnahmen für die Online-Tätigkeit „ausgebildet“ bzw. vorbereitet wurden. (Anmerkung: Die interne Aus- und Weiterbildung erfolgt durch die Betreiber der kids-hotline bzw. der Hoffnungswiese und ist keine anerkannte

## 10. Ergebnisse der Studie

Ausbildung, sondern stellt eine Art „Anleitung“ dar). Dessen ungeachtet beraten immerhin 12 der 51 Probanden (23,5%) auf einer der virtuellen Beratungsstellen ohne entsprechende Aus- oder Weiterbildung (vgl. Abbildung 22). Überraschenderweise befinden sich in der hier untersuchten Stichprobe keinerlei Experten wieder, welche eine professionelle Ausbildung wie beispielsweise bei der Deutschen Gesellschaft für Online-Beratung absolviert haben.

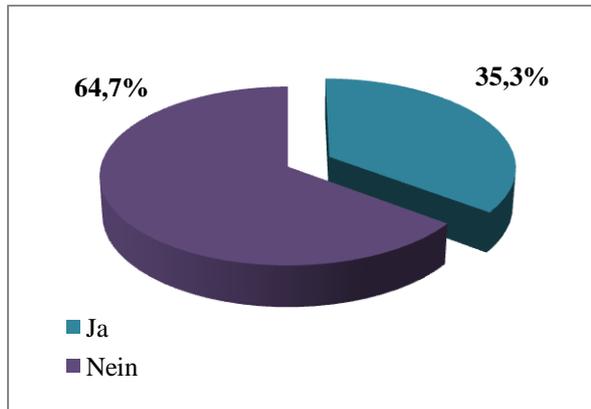


Abbildung 21: Tätigkeit als traditioneller Berater

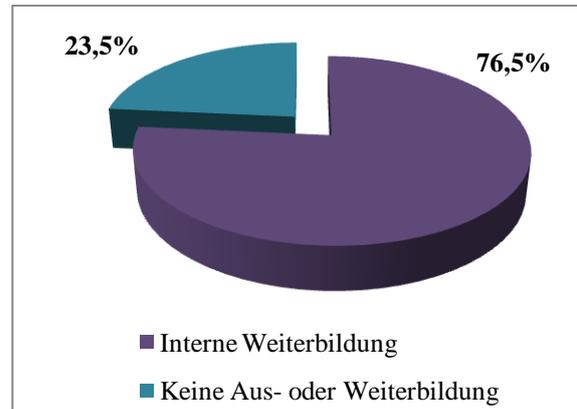


Abbildung 22: „Ausbildung“ zum Online-Berater

Zusammenfassend lassen die Befunde zur Qualifikation zu dem Schluss kommen, dass die Internet-Berater dieser Stichprobe ein hohes Bildungsniveau aufweisen und hauptsächlich aus dem erzieherischen und sozialen Bereich kommen. Diejenigen, die bereits ausgebildet sind, stellen überwiegend (Sozial-)Pädagogen/innen dar, wobei sich viele der Berater noch in der Ausbildung (z.B. Studium) befinden. Bei der Majorität erfolgte eine Instruktion innerhalb der Beratungseinrichtung.

### *Ausübung der Online-Beratung:*

Die beratenden Teilnehmer der Umfrage entsprangen zu 81,3% von der kids-hotline und zu 18,8% von der Hoffnungswiese. Anhand der Anzahl der (Mehrfach-)Nennungen, welche Beratungsart sie ausführen, erkennt man, dass viele Berater ihre Arbeit in mehreren Formen durchführen und sich nicht auf eine Beratungsart konzentrieren: 43 von 50 Teilnehmern beraten in Foren, 32 Probanden im Chat und 36 Berater führen (auch) webbasierte Einzelberatung aus (n = 50). Aus Abbildung 23 (S. 217) lassen sich die dazugehörigen prozentualen Verteilungen entnehmen. Es ist deutlich festzustellen, dass die Beratungsarbeit bei allen Arten von über der Hälfte der Berater realisiert wird. Die Beratung in Foren überwiegt mit 86,0%.

## 10. Ergebnisse der Studie

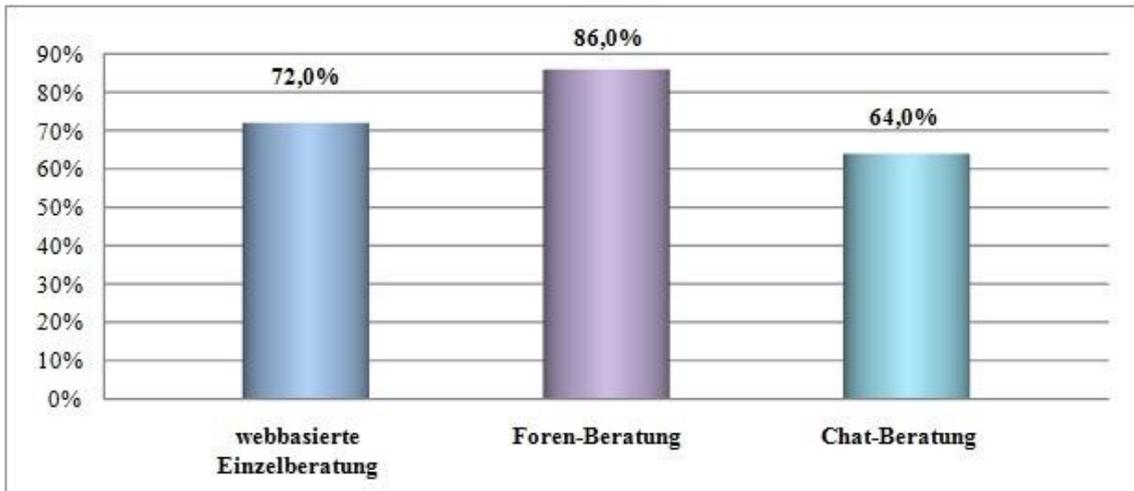


Abbildung 23: Durchführung der Beratungen in unterschiedlichen Beratungsarten

Ausgehend von den Daten in Tabelle 53 lässt sich aussagen, dass der Großteil der Befragten ihre Beratungen täglich ausführen (58,0%) und im Schnitt bis zu 30 Minuten pro Beratung aufwenden (40,0%). Weniger Berater gehen der Tätigkeit mehrere Male in der Woche nach (34,0%) und benötigen durchschnittlich bis zu einer Stunde (28,0%) oder sogar bis zu zwei Stunden (16,0%) für eine Antwort bzw. ein Gespräch.

<i>Wie oft üben Sie Online-Beratungen aus?</i>		<i>Wie viel Zeit wenden sie Durchschnittlich pro Beratung auf?</i>	
täglich	58,0%	bis zu 15 Minuten	12,0%
mehrmals die Woche	34,0%	bis zu 30 Minuten	40,0%
mehrmals im Monat	4,0%	bis zu einer Stunde	28,0%
seltener	4,0%	eine bis zwei Stunden	16,0%
		mehr als zwei Stunden	4,0%

Tabelle 53: Zeitaufwand der Berater bei der Tätigkeit

Die meisten Experten betreuen in einem Zeitraum im Schnitt ein bis drei (52,0%) oder vier bis sechs (38,0%) Ratsuchende, nur 10% der Probanden gab an, sich gleichzeitig um sieben bis zehn Klienten zu kümmern. Was die Beratungsdauer angeht, vergehen zwischen Beginn und Ende einer Beratung selten nur zwei Wochen (2,0%) bzw. zwischen einer bis fünf Antworten (6,0%). Etwas häufiger dauert eine Beratung bis zu einem Monat (22,0%) bzw. bis zu zehn Antworten (18,0%). Der überwiegende Teil sagte aus, sich gewöhnlich länger mit den Klienten auszutauschen, bevor die Beratung beendet ist (52%).

Hinsichtlich der Ausübung der Beratungsarbeit erfasste die Befragung zudem, dass drei Viertel der Experten schon seit mehr als einem Jahr (76,0%) und 16,0% seit mehr als einem halben Jahr in ihrer Beratungsstelle tätig sind. Lediglich eine Minderheit von 8% arbeitet dort erst seit ein bis sechs Monaten. Die überwältigende Mehrheit der Berater ist momentan bei

## 10. Ergebnisse der Studie

keiner anderen virtuellen Beratungseinrichtung beschäftigt (96,0%). Ein Proband arbeitet zeitgleich bei der Online-Beratung der Nicolaidis-Stiftung, ein weiterer Proband gab die Beratungsstelle „donum vitae“ an.

Die Fachleute haben in 28,0% der Fälle Kenntnis über die Online-Beratung erhalten, indem Freunde und/oder Bekannte ihnen diese empfohlen haben. Suchmaschinen (18,0%), Links (14,0%) Zeitungen und Zeitschriften (10,0%) spielen für das Auffinden eine mäßige Rolle, herkömmliche Beratungsstellen (2,0%) und das Fernsehen (0%) hatten hierbei so gut wie keine Bedeutung. Die Mehrheit (30,0%) hat durch keine dieser Punkte von der Internet-Beratung erfahren, wobei die Quelle unklar bleibt.

Anhand der Bewertungen einiger Items, wurden die Motive der Online-Berater erfasst, welche sie zur Ausübung dieser Online-Tätigkeit bewogen haben. Es erfolgte eine Aufteilung der Items in folgende 4 Kategorien: *Berufschance*, *Neugierde*, *Hilfsangebot* und *andere Gründe* (vgl. Tabelle 54 – 57, S. 218 - 220).

Aus den Ergebnissen wird ersichtlich, dass Motive der Kategorie „Neugierde“ von den Beratern entgegen vorherigen Annahmen durchaus als zutreffend bzw. vollkommen zutreffend erachtet werden (vgl. Tabelle 54). Allgemeines Interesse bzw. Lust, im Internet etwas zu tun hatten insgesamt 63,3%, für 8,2% war dies überhaupt nicht ausschlaggebend für ihre Entscheidung. Über drei Viertel der Experten gaben an, neugierig auf diesen Beratungsbereich gewesen zu sein (77,6%), für 20,4% trifft dieser Grund nur etwas zu. Neugier als Beratungsmotiv wurde durchschnittlich mit  $M = 2,94$  ( $SD = 0,77$ ) bewertet und spielte bei den Beratern dieser Stichprobe durchaus eine Rolle.

<b>Ich arbeite als Online-Berater, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich Lust/Interesse hatte, etwas im Internet zu tun	8,2	28,6	38,8	24,5
ich neugierig auf diesen Bereich der Beratung war	2,0	20,4	32,7	44,9

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 54: Neugierde als Grund für die Ausübung von Online-Beratungen (Angaben in %)

Die Items hingegen, welche eine berufliche Chance für die Berater darstellen, wurden im Mittel als nur etwas zutreffend bewertet ( $M = 2,01$ ;  $SD = 0,69$ ) und scheinen damit eine geringere Stellung einzunehmen. Lediglich 14,9% gaben an, durch die Online-Beratung ein zweites Standbein haben zu wollen, wohingegen dies für 70,2% überhaupt kein und für 14,9% nur etwas ein Grund war. Das Wahrnehmen dieser vielversprechenden Marktlücke ist für

## 10. Ergebnisse der Studie

einen beträchtlichen Teil überhaupt nicht oder nur etwas ausschlaggebend gewesen (79,6%), wobei es für immerhin 20,4% ein Motiv darstellte. Während über ein Drittel der Probanden (36,8%) virtuelle Beratung als berufliches Sprungbrett ansehen, trifft dieser Grund für die anderen zwei Drittel (63,3%) nur etwas oder überhaupt nicht zu. Hinsichtlich der Ausübung einer weiteren Tätigkeit neben dem ursprünglichen Beruf, gingen die Meinungen etwas auseinander (vgl. Tabelle 55).

<b>Ich arbeite als Online-Berater, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich ein zweites Standbein haben wollte	70,2	14,9	8,5	6,4
ich diese vielversprechende Marktlücke wahrnehmen wollte	57,1	22,5	14,3	6,1
ich neben meinem Beruf noch etwas anderes tun wollte	18,4	14,3	26,5	40,8
ich diese Tätigkeit als berufliches Sprungbrett ansehe	30,6	32,7	28,6	8,2

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 55: Berufschance als Grund für die Ausübung von Online-Beratungen (Angaben in %)

Die prozentuale Verteilung der Bewertungen hilfensorientierter Beweggründe in Tabelle 56 (S. 220), zeigt auf den ersten Blick deutlich, dass sich Berater hinsichtlich der Bereitstellung von Hilfe überwiegend einig sind. Mindestens 4 von 5 Beratern wollen durch die Ausübung ihrer Tätigkeit Menschen zur Erprobung neuer Wege verhelfen (82,0%), ihnen Mut machen (86,0%), Beistand und Trost geben (80,0%), sowie Ratsuchenden die eigenen Ressourcen vor Augen halten (86,0%). Nur für jeweils eine kleine Gruppe von 2 – 18% waren diese Aspekte lediglich eine kleine oder gar keine Ursache. Ein erheblich großer Teil der Experten möchte anderen Menschen im Internet die Chance geben, sich anonym beraten zu lassen (88,0%), ihnen dadurch mit ihren Sorgen und Problemen helfen (90,0%) und sie auf ihrem Weg dabei unterstützen (98,0%). Die unterstützende Hilfe wurde mit  $M = 3,58$  ( $SD = 0,73$ ) von sämtlichen Beweggründen signifikant am zutreffendsten bewertet.

Lediglich bei einzelnen Gründen gingen die Standpunkte der Befragten auseinander. So ist es beispielsweise 16,3% absolut wichtig, kontaktscheue Menschen zu erreichen, für 24,5% hingegen nur marginal. 36,0% wollen nur nebensächlich Menschen erreichen, die man auf traditionelle Art nicht erreicht, 10,0% verneinen dies vollkommen. Ebenso die Weitergabe von praktischen Tipps zur Problembewältigung trifft für die Teilnehmer in unterschiedlichem Ausmaß zu (trifft für 49,0% gar nicht/etwas zu). Auch die Ermutigung der Klienten zu professioneller Hilfe verfolgt ein Teil der Berater gar nicht (10,2%) oder nur etwas (14,3%), ein anderer Teil wiederum schon (75,6%).

## 10. Ergebnisse der Studie

Trotz mancher Meinungsverschiedenheiten scheint es den befragten Online-Beratern insgesamt durchaus wichtig zu sein, anderen durch ihre Arbeit Hilfe anzubieten und sie zu unterstützen. Das Offerieren von Beistand ist für die Befragten durchschnittlich ein überaus zutreffender Anlass, dieser Beschäftigung nachzugehen ( $M = 3,07$ ;  $SD = 0,47$ ).

<b>Ich arbeite als Online-Berater, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich anderen Menschen Beistand und Trost geben möchte	2,0	18,0	42,0	38,0
ich anderen Menschen ihre Ressourcen vor Augen halten möchte	4,0	10,0	36,0	50,0
ich anderen Menschen bei ihren Problemen helfen möchte	2,0	8,0	36,0	54,0
ich auf diese Weise auch kontaktscheue Menschen erreichen möchte	8,2	24,5	51,0	16,3
ich problembelasteten Menschen Mut machen möchte	2,0	12,0	42,0	44,0
ich andere Menschen auf ihrem Weg unterstützen möchte	0,0	2,0	30,6	67,4
ich auf diese Weise Menschen erreichen wollte, die man im realen Leben nicht erreicht	10,0	36,0	38,0	16,0
ich anderen Menschen praktische Ratschläge geben möchte, ihre Probleme zu bewältigen	26,5	22,5	32,7	18,4
ich anderen Menschen helfen möchte, einen neuen Weg zu erproben	2,0	16,0	48,0	34,0
ich Menschen die Möglichkeit geben möchte, sich vollkommen anonym beraten zu lassen	0,0	12,0	46,0	42,0
ich andere Menschen dazu ermutigen möchte, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen	10,2	14,3	42,9	32,7

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 56: Angebot von Hilfe als Grund für die Ausübung von Online-Beratungen (Angaben in %)

Das insgesamt zweitwichtigste Motiv der Experten ist der Glaube an die Effizienz dieser Beratungsart ( $M = 3,50$ ;  $SD = 0,68$ ). Dieser Aussage stimmten 90,0% zu/vollkommen zu, 10,0% sind nur etwas und keiner (0,0%) überhaupt nicht dieser Auffassung.

<b>Ich arbeite als Online-Berater, weil...</b>	<b>1<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ich bereit Erfolg bei einem anderen Online-Beratungsangebot hatte	85,7	8,2	2,0	4,1
ich an die Effizienz dieser Art der Beratungen glaube	0,0	10,0	30,0	60,0
ich meine positive Sichtweise mit anderen Menschen teilen möchte	18,0	30,0	38,0	14,0
ich auf diese Weise psychosoziale Beratung populär machen möchte	38,0	30,0	26,0	6,0

<sup>1</sup>1 = „trifft gar nicht zu“, 2 = „trifft etwas zu“, 3 = „trifft zu“, 4 = „trifft vollkommen zu“

Tabelle 57: Andere Gründe für die Ausübung von Online-Beratungen (Angaben in %)

Was das Teilen der eigenen positiven Sichtweise mit den Klienten betrifft, spalten sich die Meinungen (trifft für 48% überhaupt nicht/etwas zu und für 52% zu/vollkommen zu). Die Mehrheit verfolgt nicht primär das Ziel, psychosoziale Beratung durch ihr Engagement

## 10. Ergebnisse der Studie

populär zu machen (für 68,0% überhaupt nicht bzw. nur etwas zutreffend) und lediglich 6,1% bezeichneten einen früheren Erfolg bei einem anderen virtuellen Beratungsangebot als Grund für die momentane Tätigkeit. Andere Gründe wurden im Mittel mit  $M = 2,30$  ( $SD = 0,46$ ) und somit als teilweise treffend bewertet (vgl. Tabelle 57, S. 220).

Zusammenfassend erkennt man beim Vergleich der Mittelwerte der 4 Kategorien eindeutig, dass es Beratern, die in virtuellen Beratungen tätig sind, am wichtigsten ist, anderen Menschen Hilfe und Unterstützung anzubieten ( $M = 3,07$ ;  $SD = 0,47$ ), wobei der Unterschied zur Neugier ( $M = 2,94$ ;  $SD = 0,77$ ) nicht signifikant ist ( $t = -1,02$ ;  $p > .05$ ). Weiterhin spielt die Neugierde eine größere Rolle als andere Gründe ( $M = 2,30$ ;  $SD = 0,46$ ;  $t = 5,34$ ;  $p = .000$ ). Berufliche Interessen ( $M = 2,01$ ;  $SD = 0,69$ ) scheinen ihnen entgegen weiteren Motiven unwichtiger zu sein ( $t = -2,57$ ;  $p < .05$ ).

Überaus interessant ist hier der Vergleich der Geschlechter: Während Online-Beraterinnen durchschnittlich neugieriger sind/waren ( $M_{\text{(weiblich)}} = 2,95$ ;  $SD = 0,77$  vs.  $M_{\text{(männlich)}} = 2,75$ ;  $SD = 0,70$ ) und die Beratung mehr als Berufschance ansehen ( $M_{\text{(weiblich)}} = 2,01$ ;  $SD = 0,72$  vs.  $M_{\text{(männlich)}} = 1,97$ ;  $SD = 0,65$ ), wollen/wollten männliche Berater im Schnitt mehr Hilfe anbieten ( $M_{\text{(männlich)}} = 3,16$ ;  $SD = 0,34$  vs.  $M_{\text{(weiblich)}} = 3,06$ ;  $SD = 0,50$ ). Die Unterschiede sind jedoch nicht signifikant ( $p > .05$ ).

Um die Beweggründe zu vollenden, gaben 22 der 50 Berater (44,0%) weitere Motive für ihre virtuelle Tätigkeit an. Bei der Einordnung aller Nennungen in verschiedene Gruppen wurde deutlich, dass das Hilfsangebot weiterhin an oberster Stelle für die Experten steht. Ebenso wurden die Möglichkeiten, durch das Ehrenamt etwas Nützliches (für die Gesellschaft) zu tun und/oder durch diese Arbeit praktische Erfahrungen für den Beruf zu sammeln, sich weiter zu entwickeln bzw. etwas dazuzulernen (z.B. Beratungstechniken), mehrmals erwähnt. Neben „Spaß an der Arbeit“ und „starkem Interesse für Psychologie/Pädagogik“, gibt die Tätigkeit einem Probanden zudem „sehr viel zurück“. Weiterhin werden die „guten Arbeitsbedingungen als Heimarbeitsplatz“, insbesondere für gesundheitlich eingeschränkte Berater geschätzt. Zwei Befragte sehen Online-Beratung darüber hinaus „als Bereicherung für die Beratungslandschaft“, sowie „als Chance für eine fundierte seelsorgliche Tätigkeit“.

Im weiteren Verlauf der Umfrage wurden die Themengebiete erhoben, welche Experten im Beratungsprozess bearbeiten. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die meisten Problembereiche von mindestens der Hälfte der Berater behandelt werden. Finanzielle ( $M =$

## 10. Ergebnisse der Studie

1,16; SD = 0,47), gesundheitliche (M = 2,12; SD = 0,97) und arbeitsspezifische Probleme (M = 2,02; SD = 0,95) scheinen eine geringere Relevanz zu haben und werden somit seltener zum Inhalt von Beratungsverläufen, genauso wie Angst und/oder Panikattacken (M = 2,02; SD = 0,99) oder Fragen zur Erziehung (M = 1,69; SD = 0,94; vgl. Abbildung 24).

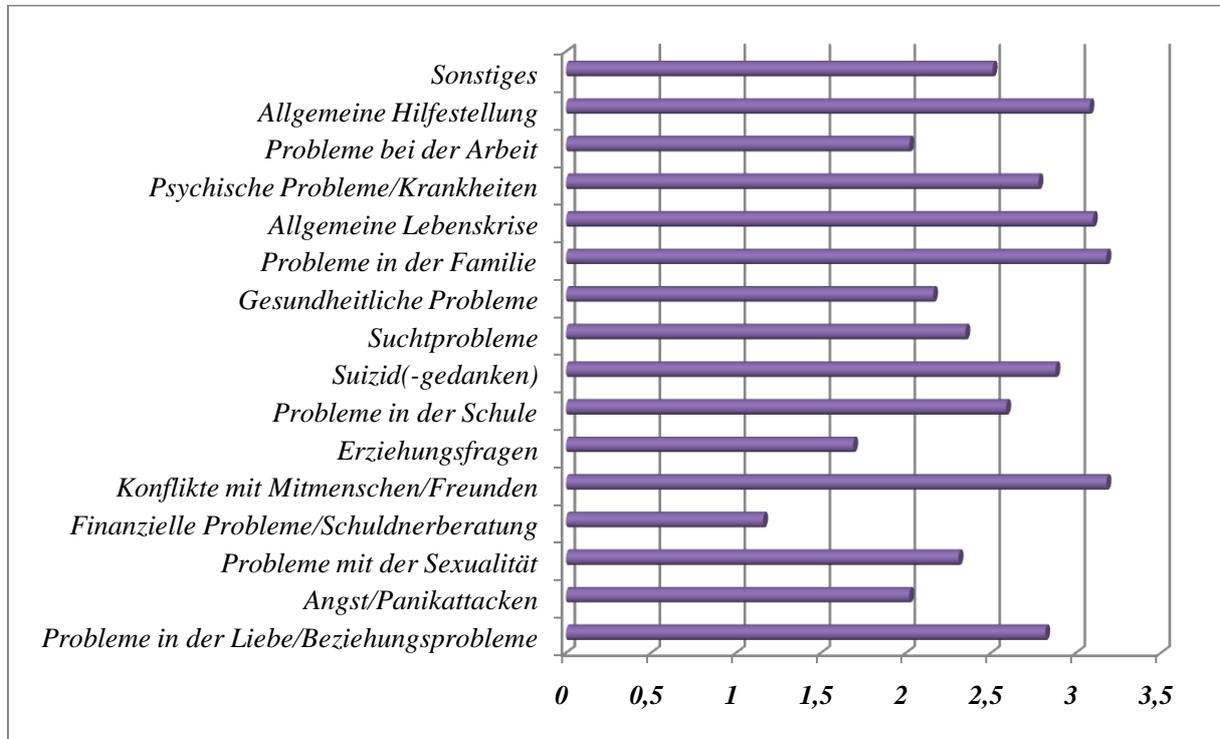


Abbildung 24 : Bearbeitete Themengebiete der Berater (Angabe der Mittelwerte)

Im Gegenzug dazu sind Probleme mit Mitmenschen und/oder Freunden (M = 3,18; SD = 0,78), sowie Konflikte in der Familie (M = 3,18; SD = 0,95) laut Angaben der Probanden die überwiegenden Gegenstände der virtuellen Beratungsarbeit, gefolgt von allgemeinen Lebenskrisen (M = 3,10; SD = 0,96) und allgemeinen Hilfestellungen (M = 3,08; SD = 0,91). Diese Themenbereiche werden von 83,3 – 93,7% der Berater oft oder vollkommen bearbeitet. Zwischen Beratern der kids-hotline und der Hoffnungswiese, sowie zwischen männlichen und weiblichen Experten ergaben sich bei der Behandlung der Themenbereiche keine signifikanten Unterschiede ( $p > .05$ ).

### *Bewertung der Beratungen:*

Ebenso wie die Ratsuchenden (vgl. Kapitel 10.2.1) glaubt auch auf der Seite der Experten eine überwältigende Mehrheit von 93,9% an die Effektivität von Online-Beratungen zur Überwindung von Problemen. Lediglich 6,1% waren sich unsicher, keiner der befragten Internet-Berater schloss einen hilfreichen Nutzen komplett aus (vgl. Abbildung 25, S. 223).

## 10. Ergebnisse der Studie

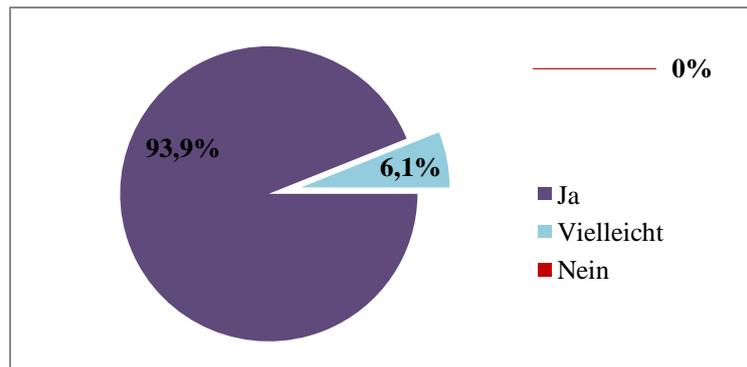


Abbildung 25: Glaube an die Effektivität virtueller Beratungen

Diese Überzeugung besitzen Online-Berater und –Beraterinnen in gleicher Weise ( $p > .05$ ). Interessanterweise glauben sämtliche Berater der kids-hotline ( $M = 1,00$ ;  $SD = 0,00$ ) an deren Wirksamkeit. Sie sind signifikant überzeugter von der Effektivität virtueller Beratungen als Experten der Hoffnungswiese ( $M = 1,50$ ;  $SD = 0,93$ ;  $t = -3,48$ ;  $p < .01$ ). Hier waren sich 2 von 8 Beratern einer möglichen Effizienz nicht sicher – das entspricht einem Viertel. Es ließen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Probanden finden, die auch als traditionelle Berater arbeiten, im Vergleich zu denjenigen, die keine herkömmliche Beratungsarbeit ausüben. Ebenso wenig ergaben sich Gegensätze zwischen Beratern die durch die Einrichtung ausgebildet wurden und Beratern ohne Aus- oder Weiterbildung ( $p > .05$ ).

Bei der Beurteilung möglicher Schwierigkeiten, welche im Beratungsprozess entstehen bzw. auftauchen können, war sich die Stichprobe überwiegend einig, insbesondere bei Problemen auf der Seite der Berater. Tabelle 58 (S. 224) zeigt, wie sich die Meinungen der Befragten prozentual auf ablehnende und zustimmende Standpunkte verteilen, wobei denkbare Schwierigkeiten in *Allgemeine* (a) und *Beraterische* (b) unterteilt wurden. Insgesamt wurden die Items niedrig bewertet und erwähnte Probleme treten somit nach Auffassungen der Probanden im Durchschnitt mit  $M = 1,67$  ( $SD = 0,30$ ) nur etwas auf.

Technische Schwierigkeiten und Probleme innerhalb des Teams (z.B. beim Finden eines gemeinsamen Stils) sind für 95,9% bzw. 93,7% unerheblich. Jeweils knapp über ein Drittel ist der Ansicht, dass die Beratungen sehr viel Zeit in Anspruch nehmen (34,7%) und nur 38,8% bejahte die These, es gebe zu viele Beratungsanfragen. Weiterhin stimmten 59,2% dem Problem zu, dass sich Klienten einfach nicht mehr melden, wohingegen 40,8% dem nicht beipflichteten. Geringfügig differierende Meinungen der Experten der unterschiedlichen Einrichtungen sind nicht signifikant ( $t = 0,72$ ;  $p > .05$ ). Aufgrund dieser Ergebnisse kann

## 10. Ergebnisse der Studie

angenommen werden, dass allgemeine Schwierigkeiten bei Internet-Beratungen im Mittel nur etwas auftreten ( $M = 1,98$ ;  $SD = 0,40$ ).

Etwaige Problematiken und Konflikte, die Berater selbst betreffen (können), werden durchschnittlich im Vergleich zu den Allgemeinen niedriger bewertet ( $M = 1,37$ ;  $SD = 0,35$ ;  $t = 9,29$ ;  $p = .000$ ) und scheinen damit eine geringere Relevanz aufzuweisen. So beschreibt die absolute Mehrheit vorstellbare Probleme überwiegend als persönlich überhaupt nicht oder nur etwas zutreffend und lehnt diese überwiegend ab. Insbesondere bezüglich einer zu hohen Verantwortung, einer fehlenden Distanz und dem Verspüren von Unsicherheit bei der Beantwortung von Beratungsanfragen stimmten die Teilnehmer absolut überein (100% Ablehnung). Lediglich 6,1% der Experten fühlt sich durch die Arbeit an eigene Probleme erinnert und immerhin 10,2% gaben zu, Angst davor zu haben, Fehler zu machen. Allgemein sieht die Stichprobe potentielle Berater-Probleme nach eigenen Aussagen nur als etwas zutreffend ( $M = 1,37$ ;  $SD = 0,35$ ).

Welche Schwierigkeiten sehen Sie bei ihren Beratungen?	A <sup>1</sup>	Z
<b>a) Allgemeine Schwierigkeiten</b>		
Die Beratungen benötigen einen großen Zeitaufwand	65,3	34,7
Es gibt technische Schwierigkeiten	95,9	4,1
Ratsuchende melden sich einfach nicht mehr	40,8	59,2
Es gibt zu viele Anfragen für Beratungen	61,2	38,8
Es ist schwer, innerhalb des Teams einen gemeinsamen Stil zu finden	93,7	6,3
<i>Durchschnittliche Bewertung allgemeiner Schwierigkeiten: <math>M = 1,98</math>; <math>SD = 0,40</math></i>		
<b>b) Schwierigkeiten auf der Experten-Seite</b>		
Ich habe Angst, Fehler zu machen	89,8	10,2
Die Verantwortung ist für mich zu hoch	100,0	0,0
Ich fühle mich unsicher beim Beantworten der Anfragen	100,0	0,0
Die Beratungen erinnern mich an meine eigenen Probleme	93,9	6,1
Ich habe nicht die nötige Distanz zu den Klienten	100,0	0,0
<i>Durchschnittliche Bewertung der Berater-Probleme: <math>M = 1,37</math>; <math>SD = 0,35</math></i>		
<sup>1</sup> A = Ablehnung (trifft überhaupt nicht/etwas zu), Z = Zustimmung (trifft zu/vollkommen zu)		

Tabelle 58: Mögliche Schwierigkeiten bei Online-Beratungen  
a) Allgemeine Schwierigkeiten, b) Mögliche Probleme auf der Seite der Berater (Angaben in %)

Überaus bemerkenswert ist der Befund, dass Berater der Hoffnungswiese Probleme auf der Experten-Seite mit  $M = 1,60$  ( $SD = 0,39$ ) im Vergleich zu Beratern der kids-hotline ( $M = 1,33$ ;  $SD = 0,33$ ) signifikant mehr bestätigten ( $t = -2,05$ ;  $p < .05$ ). Es scheint, als hätten die Experten der Hoffnungswiese persönlich mehr Schwierigkeiten bei der Ausübung ihrer

## 10. Ergebnisse der Studie

Tätigkeit. Unterschiede zwischen intern ausgebildeten und nicht weitergebildeten Beratern waren nicht signifikant ( $p > .05$ ), sodass eine fehlende Anleitung nicht als Ursache hierfür angenommen werden kann und die Gründe weiterhin unklar bleiben.

Um weitere Aussagen über die Qualität von virtuellen Beratungen machen zu können, wurden Berater des Weiteren gebeten, ihre Eindrücke, wie auch Rückmeldungen, welche sie von Ratsuchenden erhalten haben, wiederzugeben. Die Tabellen 59 und 60 (S. 226) verdeutlichen die durchschnittlichen Einschätzungen der Experten hinsichtlich *positiver* und *negativer Eindrücke* bzw. gesammelter *Rückmeldungen*.

Diejenigen Eindrücke, welche ein eher ungünstiges Licht auf die Berater bzw. den Prozess werfen, kommen nach Auffassung der Befragten nur vereinzelt vor (vgl. Tabelle 59). Die Vermutung, dass es Klienten nach Beratungen schlecht gehen würde, kommt bei 26,5% nur selten und bei 73,5% nie auf. Das Gefühl, den Ratsuchenden nicht weiterhelfen zu können, haben 41,7% nie, 58,3% hingegen nur manchmal. Im Gegensatz dazu kommt es etwas häufiger vor, dass Ratsuchende sich nicht mehr melden (kommt bei 20,4% oft und bei 2,0% sehr oft vor) und/oder die Beratung abbrechen (kommt bei 12,5% oft und bei 2,0% sehr oft vor). Es scheint, als würden die Befragten insgesamt viele Rückmeldungen bekommen, da das entsprechende negative Item überwiegend verneint wurde (93,9%). Alles in allem deuten die Ergebnisse darauf hin, dass Ratsuchende ihren Beratern im Durchschnitt nur selten einen negativen Anschein geben ( $M = 1,75$ ;  $SD = 0,37$ ), was wiederum positiv gewertet werden kann.

<b>Welche Rückmeldungen bzw. Eindrücke bekommen Sie vermittelt?</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
Der Ratsuchende hat sich nicht mehr gemeldet	<b>2,18</b>	0,57
Nach einer Beratung geht es dem Klienten schlecht	<b>1,27</b>	0,45
Der Ratsuchende hat die Beratung abgebrochen	<b>1,96</b>	0,68
Ich kann meinem Klienten nicht weiterhelfen	<b>1,55</b>	0,54
Ich bekomme wenig Rückmeldungen von Klienten	<b>1,78</b>	0,69
<i>Durchschnittliche Bewertung der negativen Eindrücke:</i>	<b>1,75</b>	0,37

Tabelle 59: Negative Eindrücke und Rückmeldungen (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Im Vergleich dazu gaben zwischen 73,5% bis 89,7% der Berater an, oft bzw. sehr oft positives Feedback von ihren Ratsuchenden zu erhalten und bei 89,5% äußerten Klienten vielfach, dass ihnen die Beratung geholfen habe ( $M = 3,08$ ;  $SD = 0,53$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

Hinsichtlich der Sorgen und Probleme der User ist der Großteil der Experten weitgehend der Meinung, die Beratung hätte den Ratsuchenden dazu verholfen, ihre Probleme besser zu verstehen (bei 91,8% oft/sehr oft), ihrem Kern näher zu kommen (bei 87,7% oft/sehr oft) und die Hoffnung wieder zu erhalten, diese in den Griff zu kriegen (bei 83,7% oft/sehr oft). Darüber hinaus glauben 93,9%, ihre Klienten oft bzw. immer dazu ermutigt zu haben, die Probleme schließlich auch anzugreifen ( $M = 3,18$ ;  $SD = 0,53$ ). Keiner der Berater besitzt diese Eindrücke nach eigenen Aussagen überhaupt nicht/nie (0,0%). In 68,8% der Fälle suchten sich User auf Anraten ihres Beraters professionelle Hilfe, dagegen 27,1% nur manchmal und 4,2% nie.

Die überwiegende Mehrheit behauptet, oft oder immer das Gefühl zu haben, dass es Ratsuchenden nach einer Beratung besser geht (89,8%), wohingegen 36,7% nur manchmal und 4,1% nie glauben, dass die Beratung den Hilfesuchenden aufgeheitert hat. Für über die Hälfte geschieht eine Aufmunterung jedoch oft (53,1%) bzw. immer (6,1%). Die Beratung scheint durchschnittlich oft zu einer guten Stimmung zu verhelfen.

Welche Rückmeldungen bzw. Eindrücke bekommen Sie vermittelt?	M	SD
Meinem Klienten geht es nach einer Beratung besser	<b>2,94</b>	0,38
Ich bekomme positive Rückmeldungen wie Danksagungen	<b>2,78</b>	0,59
Es scheint, als hätte die Beratung den Klienten aufgeheitert	<b>2,61</b>	0,67
Der Ratsuchende fühlt sich ernst genommen	<b>3,61</b>	0,53
Mein Klient sagt, dass er mir vertraut	<b>2,98</b>	0,72
Der Klient sagt, die Beratung habe ihm geholfen	<b>3,08</b>	0,53
Ich habe den Klienten ermutigt, seine Probleme in Angriff zu nehmen	<b>3,18</b>	0,53
Durch die Beratung versteht der Ratsuchende seine Probleme besser	<b>3,04</b>	0,50
Der Ratsuchende hat sich auf meinen Rat professionelle Hilfe gesucht	<b>2,65</b>	0,75
Die Klienten schätzen meine Ratschläge	<b>2,53</b>	0,79
Durch die Beratung hat mein Klient (wieder) Hoffnung, das Problem in den Griff zu bekommen	<b>2,98</b>	0,56
Mein Ratsuchender fühlt sich von mir verstanden	<b>3,27</b>	0,53
Der Klient ist durch die Beratung dem Kern seiner Probleme näher gekommen	<b>3,04</b>	0,54
Die Klienten geben mir positives Feedback	<b>3,00</b>	0,54
<i>Durchschnittliche Bewertung der positiver Eindrücke:</i>	<b>2,98</b>	0,32

Tabelle 60: Positive Eindrücke und Rückmeldungen (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Bei denjenigen Items, welche eine Verbindung des Klienten zum Berater verdeutlichen, überwiegen hohe Mittelwerte. Nach Auffassung der Berater fühlen sich Ratsuchende überaus

## 10. Ergebnisse der Studie

ernst genommen ( $M = 3,61$ ;  $SD = 0,53$ ; trifft für 34,7% oft und für 63,3% sehr oft zu) und verstanden ( $M = 3,27$ ;  $SD = 0,53$ ; trifft für 65,3% oft und für 30,6% sehr oft zu). Etwas geringer, aber immer noch hoch wird das Vertrauen zwischen ihnen eingeschätzt: Bei über drei Viertel der Berater sollen Ratsuchende oft bzw. sehr oft äußern, den Beratern zu vertrauen (77,6%), bei 20,4% komme dies nur manchmal vor. Dagegen werden Ratschläge des Beraters nicht allzu häufig geschätzt (bei 12,2% nie, 28,6% selten, 53,1% oft und 6,1% sehr oft). Nichts desto trotz scheinen Berater weitgehend der Meinung zu sein, positive Eindrücke vermittelt zu bekommen ( $M = 2,98$ ;  $SD = 0,32$ ).

Erwartungsgemäß berichten die befragten Experten hochsignifikant häufiger von erfreulichen Rückmeldungen und angenehmen Eindrücken ( $M = 2,98$ ;  $SD = 0,32$ ) im Gegensatz zu unvoreilhaftem Feedback oder ungünstigen Impressionen ( $M = 1,75$ ;  $SD = 0,37$ ;  $n = 46$ ;  $t = -15,39$ ;  $p = .000$ ). Das Überwiegen positiver Sichtweisen gegenüber den Negativen stimmt bei Beratern der kids-hotline und der Hoffnungswiese überein (jeweils  $p = .000$ ). Dennoch liegt der wahrgenommene Mittelwert negativer Aussagen bei kids-hotline-Beratern signifikant höher, als bei Beratern der Hoffnungswiese ( $M(\text{kids-hotline}) = 1,82$ ;  $SD = 0,34$ ;  $n = 38$  vs.  $M(\text{Hoffnungswiese}) = 1,48$ ;  $SD = 0,34$ ;  $n = 8$ ;  $t = 2,55$ ;  $p < .05$ ), d.h. Berater der ersten Einrichtung haben etwas schlechtere Erfahrungen gesammelt. Hinsichtlich positiver Berichte unterscheiden sich die Experten der Beratungsstellen nicht ( $M(\text{kids-hotline}) = 2,99$ ;  $SD = 0,26$ ;  $n = 38$  vs.  $M(\text{Hoffnungswiese}) = 2,92$ ;  $SD = 0,56$ ;  $n = 8$ ;  $t = 0,55$ ;  $p > .05$ ) und auch geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen den Fachleuten waren nicht nachzuweisen ( $p > .05$ ).

### *Vorgehensweise der Experten:*

In Hinblick auf die beraterische Vorgehensweise wurde der Einsatz von Beratungsstrategien auf der einen und die Anwendung methodischer Ansätze auf der anderen Seite erhoben. Tabelle 61a-d (S. 228 - 231) veranschaulicht die Resultate der vier unterschiedlichen Methoden, welche im Beratungsprozess benutzt werden: Die *Vermittlung von Informationen* (61a), *einfache Ratschläge* (61b), *ausführliche Beratungen* (61c), sowie *Abbruch bzw. Beendigung von Beratungen* (61d).

Aufgrund eines Gesamtmittelwertes von  $M = 2,42$  ( $SD = 0,65$ ) scheinen Berater im Schnitt zwar eher selten Informationen zu vermitteln, jedoch differieren die Aussagen der Befragten bei den einzelnen Items enorm. Während 54,2% ihre Klienten nie oder nur manchmal über

## 10. Ergebnisse der Studie

bestimmte Themen belehren, gaben 45,8% an, dies oft oder immer zu tun. Dagegen geben 58,4% oft/immer Auskünfte über professionelle Hilfsangebote, bei 41,7% kommt dies nur selten oder nie vor. Hinsichtlich der Vermittlung von Adressen (z.B. von Hilfseinrichtungen) gingen die Angaben etwas mehr auseinander: 63,8% geben derartige Anschriften nie oder nur manchmal weiter und immerhin 36,2% oft oder immer. Zwischen Experten der teilnehmenden Beratungsstellen waren hier keine Unterschiede nachzuweisen ( $p > .05$ ).

Im Verhältnis zur unerwartet geringen Informationsvermittlung, erteilen Online-Berater im Mittel noch seltener einfache Ratschläge ( $M = 1,50$ ;  $SD = 0,38$ ; vgl. Tabelle 61b). 93,8% der Probanden gab an, ihren Klienten nie und 6,2% nur manchmal vorzuschreiben, was sie tun sollen. Ein erheblicher Teil von 89,5% bzw. 91,6% verneinte die Thesen, dass eine Beratung nach Erhalt eines Vorschlages zur Problemlösung beendet wird bzw. dass zur Lösung des Problems nur wenige Ratschläge ausreichen. Erstaunlicherweise trifft dies bei immerhin 10,5% bzw. 8,4% oft/immer zu. Angesichts der Tatsache, dass einfache Anregungen und Empfehlungen nicht primär das Ziel von Beratungen darstellen, sind die geringen Bewertungen dieser Items (von Beratern beider Einrichtungen gleichermaßen ( $p > .05$ )) als positiv festzuhalten.

Welche Beratungsstrategien wenden Sie an?	M	SD
<b>a) Vermittlung von Informationen</b>		
Ich vermittele Informationen über bestimmten Themen (z.B. psychische Störungen)	<b>2,46</b>	0,77
Ich vermittele Informationen über professionelle Hilfsangebote	<b>2,69</b>	0,78
Ich vermittele Adressen von (psychotherapeutischen) Hilfseinrichtungen	<b>2,13</b>	0,94
<i>Durchschnittliche Informationsvermittlung:</i>	<b>2,42</b>	<i>0,65</i>
<b>b) Einfacher Ratschlag</b>		
Die Beratung ist zu Ende, wenn der Klient einen Vorschlag zur Lösung des Problems bekommen hat	<b>1,54</b>	0,80
Es reichen nur wenige Ratschläge, bis ein Ratsuchender das Problem gelöst hat	<b>1,90</b>	0,59
Ich schreibe dem Ratsuchenden vor, was er tun soll	<b>1,06</b>	0,25
<i>Durchschnitt der Erteilung einfacher Ratschläge:</i>	<b>1,50</b>	<i>0,38</i>

Tabelle 61: Angewandte Strategien im Beratungsprozess (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

a) Vermittlung von Informationen, b) einfacher Ratschlag

Tabelle 61c (S. 230) verdeutlicht die Mittelwerte derjenigen Items, welche zur Strategie einer ausführlichen Beratung notwendig sind. Anhand der Ergebnisse lassen sich Aussagen darüber machen, wie ein Beratungsverlauf oft/immer wahrscheinlich aussieht bzw. wie man sich dessen Abfolge vorstellen kann.

## 10. Ergebnisse der Studie

Der Ratsuchende, welcher sich mit einem Problem an die Einrichtung wendet, wählt (zu 95,8% oft/immer) selbst aus, welches Problem er bearbeiten möchte ( $M = 3,60$ ;  $SD = 0,57$ ). Sein Berater stellt (zu 95,8% oft/immer) weitere Fragen zum Verständnis des Problems ( $M = 3,46$ ;  $SD = 0,58$ ), versucht es (zu 91,67% oft/immer) zu strukturieren ( $M = 3,38$ ;  $SD = 0,70$ ) und (zu 45,8% manchmal und zu 31,3% oft/immer) zu analysieren ( $M = 2,19$ ;  $SD = 0,92$ ). Anschließend erfolgt (in 34,0% der Fälle manchmal und bei 55,3% oft/immer) eine gemeinsame Interpretation der Problematik ( $M = 2,67$ ;  $SD = 1,06$ ), wobei der Berater versucht, den Ratsuchenden dazu zu bringen, seine Situation besser zu verstehen (zu 14,9% manchmal und zu 85,1% oft/immer;  $M = 2,88$ ;  $SD = 0,64$ ). Nach einer gemeinsamen Erarbeitung der beraterischen Ziele (8,3% nie/manchmal und 91,7% oft/immer;  $M = 3,63$ ;  $SD = 0,79$ ), entwerfen die Akteure (in 93,6% oft/immer) zusammen einen Plan, um das Problem zu lösen ( $M = 3,29$ ;  $SD = 0,82$ ). Die Experten versuchen (zu 85,4% oft/immer) ihren Klienten Handlungsalternativen aufzuzeigen ( $M = 3,08$ ;  $SD = 0,61$ ), deren Ressourcen zu aktivieren (100% oft/immer;  $M = 3,75$ ;  $SD = 0,67$ ), sowie ihnen (zu 50,0% nie/manchmal und zu 50,0% oft/immer) Ansatzpunkte zur Problemlösung zu geben ( $M = 2,50$ ;  $SD = 0,65$ ). In diesem Verlauf kommt es bei 79,2% der Berater vor, dass sie (oft/immer) versuchen, eine Beziehung zum Ratsuchenden aufzubauen ( $M = 3,08$ ;  $SD = 0,92$ ), 83,0% fordern zudem (oft/immer) Mitarbeit vom User. Außerdem probieren 60,4% (oft/immer), den Klienten dazu zu bringen, sich professionelle Hilfe zu suchen ( $M = 2,58$ ;  $SD = 0,74$ ). Auch wenn manche Vorgehensweisen höher und andere niedriger bewertet werden, lassen die Ergebnisse zu dem Schluss kommen, dass ein durchschnittlicher Beratungsverlauf oftmals wie beschrieben aussehen könnte.

Es muss positiv hervorgehoben werden, dass Items, welche herkömmliche Beratungsmethoden verdeutlichen wie beispielsweise die Strukturierung des Problems, die Aktivierung von Ressourcen oder das gemeinsame Erarbeiten von Zielen der Beratung durchschnittlich hoch bewertet wurden. Diese Befunde lassen zu dem Schluss kommen, dass besondere Techniken der traditionellen Beratungsarbeit nach Aussagen der Befragten scheinbar ebenfalls im virtuellen Setting angewandt werden und das nicht selten.

Entgegen der sehr geringen Anwendung lediglich gewöhnlicher Ratschläge ( $M = 1,50$ ;  $SD = 0,38$ ), erkennt man an den einzelnen Zahlen recht deutlich, dass Berater durchaus eingehend und sorgfältig bei der Ausführung ihrer Tätigkeit vorgehen. Die genannten Verfahrensweisen einer ausführlichen Beratung werden durchschnittlich mit  $M = 3,11$  ( $SD = 0,32$ ) häufig

## 10. Ergebnisse der Studie

angewandt. Die Handlungen von kids-hotline-Beratern unterscheiden sich nicht von denen von Beratern der Hoffnungswiese ( $p > .05$ ). Dies spricht für ein lobenswertes Verhalten der Experten, sowie für eine fachlich kompetente Ausführung von Beratungen.

Welche Beratungsstrategien wenden Sie an?	M	SD
<i>c) Ausführliche Beratung</i>		
Ich stelle weitere Fragen, um das Problem zu verstehen	<b>3,46</b>	0,58
Ich bringe den Ratsuchenden dazu, seine Situation besser zu verstehen	<b>2,88</b>	0,64
Der Ratsuchende wählt selbst aus, welches Problem er bearbeiten möchte	<b>3,60</b>	0,57
Wir erarbeiten gemeinsam Ziele für die Beratung	<b>3,63</b>	0,79
Ich versuche dem Ratsuchenden Handlungsalternativen zu zeigen	<b>3,08</b>	0,61
Ich gebe Ansatzpunkte für Lösungen des Problems	<b>2,50</b>	0,65
Ich analysiere das Problem des Ratsuchenden	<b>2,19</b>	0,92
Ich versuche eine Beziehung zum Ratsuchenden aufzubauen	<b>3,08</b>	0,92
Ich versuche das Problem zu strukturieren	<b>3,38</b>	0,70
Ich erarbeite gemeinsam mit dem Ratsuchenden einen Plan zur Lösung des Problems	<b>3,29</b>	0,82
Ich versuche die Ressourcen des Ratsuchenden zu aktivieren	<b>3,75</b>	0,67
Ich fordere vom Ratsuchenden Mitarbeit	<b>3,44</b>	0,97
Wir interpretieren das Problem des Ratsuchenden gemeinsam	<b>2,67</b>	1,06
Ich versuche den Ratsuchenden dazu zu bringen, sich professionelle Hilfe zu suchen	<b>2,58</b>	0,74
<i>Durchschnitt der ausführlichen Beratung:</i>	<b>3,11</b>	0,32

Tabelle 61c: Strategien zur ausführlichen Beratung (Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Inwiefern eine Beratungsanfrage von einem Online-Berater angenommen oder abgelehnt wird bzw. wann Beratungen beendet oder abgebrochen werden, zeigen die Mittelwerte der Tabelle 61d (S. 231). Die überwiegende Mehrheit der Befragten gab an, eine Beratung, die ihnen zu schwer erscheint, oftmals oder immer nicht anzunehmen (85,4%). Bezüglich der Überschreitung des eigenen Kompetenzbereiches gehen die Meinungen auseinander ( $M = 2,83$ ;  $SD = 1,02$ ): 39,6% lehnen eine Beratung trotzdem nie oder nur manchmal ab, bei 60,4% hingegen führt ein Problem, das nicht in den Kompetenzbereich des Beraters fällt oft oder immer zur Ablehnung der Anfrage. Ist das Problem des Ratsuchenden zu schwerwiegend, als dass eine Intervention im world wide web angemessen dafür ist, so nimmt etwas über die Hälfte der Berater die Anfrage nicht an (51,1%;  $M = 2,52$ ;  $SD = 1,07$ ). Eine derart hohe Quote von Ablehnung sollte positiv gedeutet werden, zumal es Klienten nicht weiterhilft, wenn sich Berater nicht in der Lage dazu fühlen zu helfen.

## 10. Ergebnisse der Studie

Im Allgemeinen sagte die Mehrheit (60,4%), dass es oft bzw. immer erst nach der Lösung des Problems zur Beendigung der Beratung kommt ( $M = 2,63$ ;  $SD = 0,73$ ) und 14,6% würden selten eine Beratung abbrechen, ohne dass der Klient dem zugestimmt hat, wohingegen über drei Viertel (85,4%) es nie ohne Zustimmung des Users zu einem Beratungsabbruch kommen lassen ( $M = 1,15$ ;  $SD = 0,35$ ).

Alles in allem bedeutet der Mittelwert  $M = 2,43$  ( $SD = 0,42$ ) für Ablehnungen bzw. Beendigungen von Beratungsanfragen und -verläufen, dass Interventionen im Schnitt von Beratern nur manchmal abgelehnt bzw. abgebrochen werden. Wie bereits bei den vorherigen Strategien ergaben sich auch hier keine signifikanten Unterschiede zwischen Experten der verschiedenen Einrichtungen ( $p > .05$ ).

Welche Beratungsstrategien wenden Sie an?	M	SD
<i>d) Ablehnung und Beendigung von Beratungen</i>		
Beratungen werden erst beendet, wenn sie zu einer Lösung des Problems geführt haben	<b>2,63</b>	0,73
Ich lehne eine Beratung ab, wenn sie nicht in meinen Kompetenzbereich fällt	<b>2,83</b>	1,02
Ich nehme eine Beratung nicht an, wenn sie mir zu schwer erscheint	<b>3,04</b>	0,82
Ich lehne eine Beratung ab, wenn das Problem zu schwerwiegend für eine angemessene Intervention im Internet ist	<b>2,52</b>	1,07
Ich breche eine Beratung ohne Zustimmung des Ratsuchenden ab	<b>1,15</b>	0,36
<i>Durchschnitt der Ablehnung bzw. Beendigung von Beratungen:</i>	<b>2,43</b>	<i>0,42</i>

Tabelle 61d: Ablehnung bzw. Beendigung von Beratungen  
(Angabe der Mittelwerte und Standardabweichungen)

Neben den bisherigen Ergebnissen zu Beratungsstrategien, die verdeutlichten, dass Online-Berater im virtuellen Setting überwiegend ausführliche Beratungen durchführen, gewann die Studie zudem Befunde zu angewandten Techniken, wobei sowohl traditionelle Beratungsmethoden, als auch speziell für das virtuelle Setting entwickelte Verfahrensweisen erhoben wurden. Abbildung 26 (S. 232) zeigt, wie viel Prozent der Berater die jeweiligen Methoden im Beratungsprozess nutzen bzw. anwenden.

Einen ganz besonderen Stellenwert scheint der lösungsorientierte Ansatz von de Shazer zu haben. Die absolute Majorität geht im virtuellen Beratungsprozess nach diesem Ansatz vor (91,7%). Dies gaben 44 der 48 Probanden an. Nicht ganz so oft, aber immer noch häufig wird Rogers klientenorientierter Ansatz angewandt (58,3%). Dem entgegen nutzen nur 8 der Berater (auch) den dialogischen Ansatz (16,7%). Erstaunlicherweise agiert keiner der Experten nach dem Konzept der SET-Kommunikation.

## 10. Ergebnisse der Studie

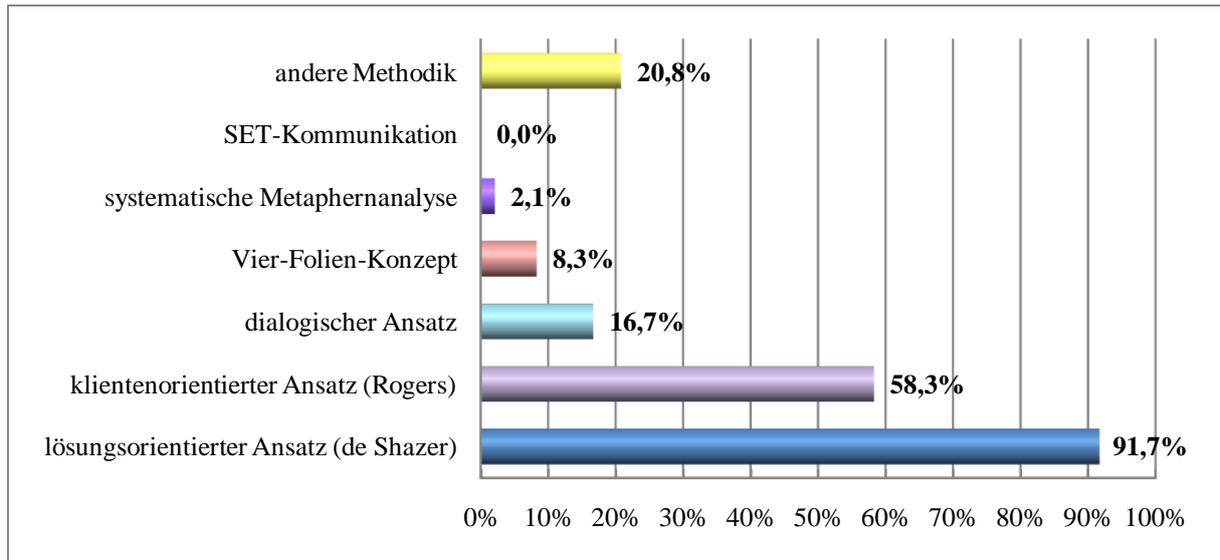


Abbildung 26: Angewandte Methoden und Techniken im virtuellen Beratungsprozess (Angaben in %)

Im Gegensatz dazu ist die Nutzung von Techniken, welche speziell für den Beratungsprozess im world wide web entwickelt wurden, sehr gering. Von sämtlichen Befragten gaben lediglich 4 Probanden an, nach dem Vier-Folien-Konzept vorzugehen (8,3%) und nur ein Probanden benutzt die systematische Metaphernanalyse.

Ferner konnten die Befragten zusätzliche Methoden aufführen, welche sie bei ihrer Tätigkeit verwenden, aber im Fragebogen nicht zur Auswahl standen. So gaben 8,3% die systemische Gesprächsführung als (weitere) Vorgehensweise an und 4,1% erwähnten den ressourcenorientierten Ansatz. Jeweils einmal (2,1%) wurden verhaltenstherapeutische Interventionen, integrative Methoden, kreative Therapien, sowie Traumatherapie, Antiaggressionstraining und gewaltfreie Kommunikation genannt. Aufgrund dieser Nennungen kann die Liste der angewandten Techniken um einige Punkte erweitert werden.

Sowohl bei männlichen, als auch bei weiblichen Internet-Beratern erwiesen sich keine signifikanten Unterschiede in der Anwendung von Beratungsmethoden ( $p > .05$ ). Vergleiche zwischen den Experten der teilnehmenden Beratungsstellen ergaben, dass Berater der kids-hotline signifikant häufiger nach dem lösungsorientierten Ansatz vorgehen ( $M(\text{kids-hotline}) = 0,97$ ;  $SD = 0,16$  vs.  $M(\text{Hoffnungswiese}) = 0,57$ ;  $SD = 0,54$ ;  $t = 3,85$ ;  $p = .000$ ) und Berater der Hoffnungswiese umgekehrt öfter den dialogischen Ansatz verwenden ( $M(\text{Hoffnungswiese}) = 0,43$ ;  $SD = 0,54$  vs.  $M(\text{kids-hotline}) = 0,11$ ;  $SD = 0,32$ ;  $t = -2,19$ ;  $p < .05$ ). Stellt man intern ausgebildete bzw. angeleitete Berater denen gegenüber, die keine Aus- oder Weiterbildung erhalten haben, zeigt sich der einzige Unterschied beim lösungsorientierten Ansatz: Dieser wird von ausgebildeten Probanden signifikant häufiger genutzt ( $t = 3,90$ ;  $p = .000$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

Aus den Befunden lässt sich entnehmen, dass traditionelle Beratungsmethoden im virtuellen Prozess sehr wohl Anwendung finden, wenn auch überwiegend nur zwei Ansätze davon. Trotz der Tatsache, dass Online-Beratung ein noch sehr junges Feld darstellt und die eigens hierfür entworfenen Methoden noch nicht so lange im Umlauf sind wie herkömmliche Techniken, verwundert diese äußerst mäßige Verwendung. Anhand der Verteilung der prozentualen Häufigkeiten lässt sich schließen, dass zwar fast alle Berater nach de Shazers Ansatz agieren, die meisten Berater jedoch nur nach einer bzw. höchstens zwei Methoden vorgehen.

### *Weitere Angaben:*

Wie auch die Ratsuchenden, hatten alle teilnehmenden Online-Berater am Ende der Befragung die Gelegenheit, zusätzliche Kommentare loszuwerden. Diese Anmerkungen sind in Anhang P ersichtlich.

### *Zusätzliche Zusammenhänge:*

Um zusätzliche Zusammenhänge zu ermitteln, wurden abschließend weitere Berechnungen gemacht. Schwerpunktmäßig wurde die Absicht verfolgt, u.a. aufzuklären, inwiefern der Glaube der Experten an die Effektivität von anderen Auffassungen bzw. Erlebnissen beeinflusst wird. Zudem schien es von großem Interesse der Frage nachzugehen, welche Aspekte in Zusammenhang mit einer verbesserten Gefühlslage der Ratsuchenden, positivem Feedback von ihnen und Beratungsabbrüchen der Klienten stehen.

Es ergaben sich keinerlei Zusammenhänge zwischen den einzelnen positiven und negativen Eindrücken der Berater und der Überzeugung, dass virtuelle Beratung *hilfreich* ist. Die Korrelationskoeffizienten waren durchgehend schwach (zwischen  $r = -0,007$  und  $r = -0,2$ ;  $p > .05$ ). Die zwei stärksten auffindbaren Einflüsse wurden durch die Items „Der Klient sagt, die Beratung habe ihm geholfen“ ( $r = -0,36$ ;  $p < .05$ ) und „Es scheint, als hätte die Beratung den Klienten aufgeheitert“ ( $r = -0,24$ ;  $p < .05$ ) erzeugt. Überraschenderweise haben auch Erlebnisse wie Beratungsabbrüche durch Ratsuchende oder Umstände, dass sich Klienten nicht mehr gemeldet haben keine negative Wirkung darauf, dass Berater dadurch womöglich am Nutzen virtueller Beratungen zweifeln.

Korrelationen zwischen allgemeinen bzw. beraterischen Schwierigkeiten und dem Glauben an die Effektivität waren entweder schwach oder nicht signifikant. Der einzige signifikante

## 10. Ergebnisse der Studie

Zusammenhang ergab sich zu der Auffassung, nicht die nötige Distanz zum Klienten zu haben ( $r = 0,48$ ;  $p < .01$ ), was bedeutet, dass Online-Berater einen Nutzen weniger für möglich halten, umso weniger Distanz sie zu ihrem Ratsuchenden besitzen. Weiterhin wird der Glaube an die Effektivität weder von den angewandten Beratungsstrategien, noch von der Nutzung spezifischer Techniken beeinflusst. Die Berechnungen ergaben durchweg sehr schwache Wechselwirkungen, wodurch sich festhalten lässt, dass weder Erfahrungen, angewandte Methoden, noch Schwierigkeiten den Nutzen aus der Sicht der Berater beeinflussen.

	Der Ratsuchende hat die Beratung abgebrochen	Der Ratsuchende hat sich nicht mehr gemeldet
Allgemeine Schwierigkeiten	$r = 0,367$ $p = 0,010$	$r = 0,334$ $p = 0,019$
Schwierigkeiten beim Berater	$r = 0,172$ $p = 0,238$	$r = 0,116$ $p = 0,427$
Negative Eindrücke	$r = 0,738$ $p = 0,000$	$r = 0,623$ $p = 0,000$
Positive Eindrücke	$r = -0,163$ $p = 0,263$	$r = -0,159$ $p = 0,276$

Tabelle 62: Einflussfaktoren auf Kontakt- und Beratungsabbrüche

*Beratungsabbrüche* durch Ratsuchende oder der Umstand, dass sich diese *nicht mehr* beim Berater *melden*, konnten nur teilweise durch allgemeine Schwierigkeiten erklärt werden ( $r = 0,37$ ;  $p = .01$  bzw.  $r = 0,33$ ;  $p < .05$ ), nicht jedoch durch Schwierigkeiten beim Berater (vgl. Tabelle 62). Weitere Berechnungen ergaben lediglich zwei schwache Zusammenhänge: Je mehr Experten der Auffassung sind, dass es zu viele Beratungsanfragen gibt, desto öfter haben sich Klienten nicht mehr gemeldet ( $r = 0,29$ ;  $p < .05$ ) und desto häufiger haben Klienten die Beratung abgebrochen ( $r = 0,38$ ;  $p < .01$ ).

Weitere Korrelations- und Regressionsanalysen zur Klärung, inwiefern Eindrücke der Berater, verwendete Beratungsstrategien und genutzte Beratungstechniken Kontakt- und Beratungsabbrüche beeinflussen, führten zu folgenden dürftigen Resultaten:

- Je mehr positives Feedback Berater nach eigenen Aussagen bekommen, desto seltener melden sich Ratsuchende nicht mehr ( $r = -0,41$ ;  $p < .01$ ) und desto seltener brechen sie Beratungen ab ( $r = -0,40$ ;  $p < .01$ ).

## 10. Ergebnisse der Studie

- Je mehr die Experten glauben, ihrem Klienten nicht weiterhelfen zu können, desto öfter kommt es zu Beratungsabbrüchen ( $r = 0,29$ ;  $p < .05$ ).
- Ratsuchende brechen Beratungen umso seltener ab, je mehr die Akteure im Beratungsprozess gemeinsam Ziele für die Beratung ( $r = 0,37$ ;  $p < .05$ ) und Pläne zur Problemlösung ( $r = 0,33$ ;  $p < .05$ ) erarbeiten.

Die Befunde zeigen, dass Beendigungen der Beratungsprozesse durch Ratsuchende nicht durch die methodische und technische Vorgehensweise der Experten beeinflusst werden.

	Meinem Klienten geht es nach einer Beratung besser	Nach einer Beratung geht es dem Klienten schlecht
Allgemeine Schwierigkeiten	$r = 0,018$ $p = 0,205$	$r = 0,185$ $p = 0,203$
Schwierigkeiten beim Berater	$r = -0,334$ $p = 0,019$	$r = 0,057$ $p = 0,697$
Negative Eindrücke	$r = -0,351$ $p = 0,013$	$r = 0,565$ $p = 0,000$
Positive Eindrücke	$r = 0,681$ $p = 0,000$	$r = -0,167$ $p = 0,250$

Tabelle 63: Einflussfaktoren auf bessere bzw. schlechte Stimmung des Klienten (nach Einschätzung der Berater)

Die Untersuchung der Frage, welche allgemeinen und beraterischen Schwierigkeiten in Zusammenhang damit stehen, dass Fachleute der Auffassung sind, ihrem Klienten ginge es nach einer Beratung *besser* oder *schlecht*, kam zu dem Befund, dass allgemeine Probleme weder Einfluss auf eine bessere, noch auf eine schlechtere Gefühlslage haben (vgl. Tabelle 63). Im Gegensatz dazu korrelieren Schwierigkeiten beim Berater negativ mit einer verbesserten Stimmung des Users ( $r = -0,334$ ;  $p < .05$ ). Das wiederum bedeutet, dass je mehr die Experten persönlich Schwierigkeiten beim Beratungsprozess haben, desto weniger glauben sie, dass die Intervention die Gefühlslage des Klienten verbessert. Genauer gesagt glauben Berater umso weniger, dass es dem Klienten nach einer Beratung besser geht, je mehr sie selbst Angst haben, Fehler zu machen ( $r = -0,31$ ;  $p < .05$ ) und je häufiger ihnen die Verantwortung zu hoch ist ( $r = -0,29$ ;  $p < .05$ ).

Des Weiteren ist anhand der Korrelationskoeffizienten in Tabelle 63 zu erkennen, dass negative Eindrücke des Beraters im mittleren Zusammenhang mit einer schlechten Stimmung des Ratsuchenden stehen ( $r = 0,565$ ;  $p = .000$ ) und positive Eindrücke umgekehrt die Einschätzung einer besseren Gefühlslage positiv beeinflussen ( $r = 0,681$ ;  $p = .000$ ). Die Suche

## 10. Ergebnisse der Studie

nach den genauen Faktoren ergab folgende schwache bis mittlere Wechselwirkungen: Ratsuchenden scheint es nach Aussagen der Berater nach einer Beratung umso besser zu gehen,

- je mehr es scheint, dass die Beratung ihn aufgeheitert hätte ( $r = 0,32$ ;  $p < .05$ ),
- je mehr sich der Klient ernst genommen fühlt ( $r = 0,50$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr der Klient sagt, dass er dem Berater vertraut ( $r = 0,30$ ;  $p < .05$ ),
- je mehr er sagt, die Beratung habe ihm geholfen ( $r = 0,65$ ;  $p = .000$ ),
- je mehr sich der Ratsuchende vom Berater verstanden fühlt ( $r = 0,40$ ;  $p < .01$ ) und
- je mehr der Berater ihn ermutigt hat, seine Probleme in Angriff zu nehmen ( $r = 0,37$ ;  $p < .01$ ).

Umgekehrt gaben Experten umso häufiger an, dass es dem Klienten nach der Intervention schlecht geht, je weniger dieser sich verstanden fühlt ( $r = -0,30$ ;  $p < .05$ ). Zusätzliche mittlere Einflüsse zwischen den Items waren nicht signifikant. Auf Basis dieser Resultate kann festgehalten werden, dass Verständnis und Ernsthaftigkeit des Beraters die Stimmung der Ratsuchenden günstig beeinflussen.

Ferner ergaben sich keine signifikanten Zusammenhänge zwischen der eingeschätzten Gemütslage der Klienten und der Nutzung bestimmter Beratungsstrategien wie beispielsweise der Analyse des Problems, der Aufbau einer Beziehung oder dem Aufzeigen von Handlungsalternativen. Die einzig gewonnene Relation erscheint merkwürdig: Usern geht es nach Beratungen umso schlechter, je mehr Berater Informationen über bestimmte Themen (z.B. über psychische Störungen) vermitteln ( $r = 0,37$ ;  $p < .01$ ). Während die Korrelationen zwischen den angewandten Methoden der Berater und einer Steigerung der Gefühlslage der Ratsuchenden in der Regel nicht signifikant waren, zeigte sich ein weiterer unerwarteter und zugleich erstaunlicher Einfluss des Einsatzes des dialogischen Ansatzes. Der Korrelationskoeffizient erreicht  $r = -0,46$  ( $p < .01$ ), was bedeutet, dass je mehr Experten diese Technik benutzen, desto seltener gaben sie an, dem Klienten würde es nach der Beratung besser gehen. Des Weiteren zeigen die Ergebnisse keine erwähnenswerten Einflüsse der Beratungsstrategien bzw. -methoden.

Abschließend sollte noch herausgefunden werden, welche Umstände Ratsuchende dazu bringen, ihrem Berater *positives Feedback* zu geben. Wie in Tabelle 64 (S. 237) ersichtlich, spielt es teilweise eine Rolle, ob sich Ratsuchende ernst genommen ( $r = 0,36$ ;  $p < .05$ ) und

## 10. Ergebnisse der Studie

verstanden ( $r = 0,44$ ;  $p < .01$ ) fühlen, sowie ob sie dem Experten Vertrauen entgegenbringen ( $r = 0,32$ ;  $p < .05$ ). Von besonders zentraler Bedeutung scheint das Ergebnis der Beratung zu sein: Klienten, denen es anschließend besser geht ( $r = 0,61$ ;  $p = .000$ ), die aufgeheitert wurden ( $r = 0,52$ ;  $p = .000$ ) und/oder denen die Beratung geholfen hat ( $r = 0,51$ ;  $p = .000$ ) geben ihrem Berater mehr angenehme Rückmeldungen. Umgekehrt erhalten die virtuellen Berater umso weniger positives Feedback, je weniger sie ihren Klienten helfen konnten ( $r = -0,43$ ;  $p < .01$ ).

<b>Zusammenhänge zu positivem Feedback</b>	<b>Korrelation (nach Pearson)</b>	<b>Signifikanz (2-seitig)</b>
Dem Klienten geht es nach einer Beratung besser	0,614	0,000
Es scheint, als hätte die Beratung den Klienten aufgeheitert	0,517	0,000
Der Ratsuchende fühlt sich ernst genommen	0,362	0,011
Ich kann meinem Klienten nicht weiterhelfen	-0,427	0,002
Mein Klient sagt, dass er mir vertraut	0,321	0,025
Mein Klient sagt, die Beratung habe ihm geholfen	0,506	0,000
Mein Ratsuchender fühlt sich von mir verstanden	0,436	0,002

Tabelle 64: Einflussfaktoren für positives Feedback durch Ratsuchende

Die Tatsache, dass sämtliche Korrelationskoeffizienten zwischen den strategischen und methodischen Vorgehensweisen der Berater und dem Erhalt positiven Feedbacks sehr niedrig und nicht signifikant waren, lässt den Schluss zu, dass die Handlungsweise und Verfahrensweise der Experten keinen Einfluss darauf nehmen, ob Ratsuchende zufrieden sind und somit erfreuliche und anerkennende Rückmeldungen geben. Vielmehr spielt das Resultat der Intervention, also ob es den Klienten besser geht oder ihnen die Beratung geholfen hat eine wesentlichere Rolle.

Die in dieser Studie erhobenen Ergebnisse und Zusammenhänge werden in den nachfolgenden Abschnitten diskutiert und analysiert.

### **11. Diskussion der Erkenntnisse**

Die vorliegende Studie beschäftigte sich intensiv mit dem modernen Feld der Online-Beratungen, also mit Beratungseinrichtungen, die hilfeschenden Menschen im world wide web Hilfe und Unterstützung in allen Lebenslagen anbieten. Das zentrale Ziel dabei war es, einen empirisch fundierten Überblick über die Internet-Beratungen zu erhalten, was aufgrund einer großen Teilnahme von Probanden gelungen ist. Ferner war es die Absicht, mit Hilfe der gewonnenen Daten die Frage zu beantworten, ob ratsuchende Menschen im Internet kompetente Hilfe erhalten können. Diese soll am Ende der vorliegenden Diskussion beantwortet sein.

Die Untersuchung gewann eine Vielzahl von Daten: interessante deskriptive Befunde zu den Akteuren, Erkenntnisse über die Beratungseinrichtungen, dort gesammelte Erfahrungen und die Bewertung dieser, sowie weitere erstaunliche Zusammenhänge. Der Großteil der Forschungsfragen und Hypothesen konnte verifiziert werden. Nachfolgende Absätze widmen sich der Zusammenfassung der wesentlichen gewonnenen Ergebnisse und ihrer kritischen Diskussion.

#### **11.1 Welche Akteure tauschen sich in Online-Beratungen aus?**

##### **11.1.1 Wer sucht im world wide web nach Rat?**

Wie bereits vor der Untersuchung aufgrund der theoretischen Ausgangslage vermutet wurde, handelt es sich bei der Stichprobe der User überwiegend um hilfeschende weibliche Nutzer, wobei die unter 20-Jährigen deutlich dominieren. Während nur ein knappes Drittel der Befragten männlich und in fast jeder Altersgruppe Nutzer vorhanden waren, dominieren dennoch eindeutig die jungen Mädchen und Frauen. Die Befragten weisen durchschnittlich kein niedriges Bildungsniveau auf (vgl. Götz, 2003; Brummel, 2008), sind hauptsächlich Schüler, Studenten oder Azubis, wohnen überwiegend bei den Eltern in einer Stadt oder städtischen Umgebung (vgl. Götz, 2003) und sind vornehmlich ledig. Die soziodemographischen Befunde besitzen teilweise eine hohe Übereinstimmung mit bisher empirisch gewonnenen Daten (vgl. Götz, 2003; Risau, 2005; Nock, 2006; Eichenberg, 2007; Kral & Traunmüller, 2008; Hinrichs, 2008). Im Großen und Ganzen entspricht die hier gewonnene Stichprobe der in Kapitel 4.4.1 angenommenen Nutzergruppe.

Hinsichtlich des Alters lässt sich vermuten, dass die überwiegende Mehrheit deswegen so jung ist, weil eine der teilnehmenden Online-Beratungen sich speziell an hilfeschende

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Menschen bis zum 21. Lebensjahr wendet und die Majorität der Stichprobe über genau diese auf die Befragung gestoßen ist. Bereits frühere Untersuchungen gewannen in erster Linie junge bzw. jüngere Populationen von ratsuchenden Klienten, Gehrman und Klenke (2008) prophezeiten jedoch eine Zunahme der älteren Ratsuchenden und schon die Stichprobe von Kral und Traunmüller (2008) war im wesentlichen von älteren Hilfesuchenden gekennzeichnet. Die hier gewonnene junge Stichprobe lässt sich vielfältig erklären. Junge Menschen nutzen das Internet generell häufiger, als Ältere. Ebenso die Tatsache, dass es sich bei der Stichprobe überwiegend um ledige Jugendliche handelt, die noch zur Schule gehen oder sich in einer Ausbildung befinden, kann das vorwiegend junge Alter erklären. Schüler, Studenten und Azubis ohne feste Beziehung haben meist aufgrund weniger Verpflichtungen mehr Zeit, sich dem Internet zuzuwenden und z.B. an einer Online-Befragung teilzunehmen. Es kann ebenso vermutet werden, dass sich Jugendliche im Allgemeinen mehr mit dem Internet befassen und deswegen zu diesem Medium mehr Vertrauen besitzen, als es bei älteren Menschen der Fall ist. Möglicherweise wenden sich aus diesem Grund junge Menschen bei Problemen auch eher an virtuelle Beratungseinrichtungen, wohingegen ältere Menschen mehr den Mut haben bzw. sich eher trauen, eine traditionelle Beratungsstelle vor Ort aufzusuchen. Auf der anderen Seite kann die Jugendlichkeit der Stichprobe auch in Zusammenhang mit den anderen soziodemographischen Daten erklärt werden. Gerade junge Menschen, die noch zur Schule gehen oder sich in einer Ausbildung befinden, haben noch kein „festes Standbein“ im Leben, wobei sich speziell in diesem Alter oftmals Probleme ergeben, womit die Jugendlichen alleine nicht zurechtkommen. Eventuell stellt auch das Zusammenleben mit den Eltern eine konfliktbelastete Situation dar. Da die meisten der Befragten zudem keinen festen Partner besitzen, haben sie vielleicht auch keinen speziellen Ansprechpartner für ihre Problemsituation und wenden sich deswegen (lieber) an eine anonyme Online-Beratung, als alleine mit der Problematik da zustehen.

Doch wie lässt sich die Dominanz der weiblichen Ratsuchenden erklären, die auch frühere Forschungen (vgl. Götz, 2003; Kral & Traunmüller, 2008; Klapproth & Niemann, 2000) ergaben? Zum Einen kann das Überwiegen der Mädchen und Frauen damit gedeutet werden, dass das weibliche Geschlecht tendenziell mehr Hilfsbereitschaft aufweist und häufiger kommunikative Anwendungen nutzt als Männer. In diesem Zusammenhang wären Frauen auch eher bereit, an empirischen Studien teilzunehmen, Informationen über ihre Situation Preis zu geben und damit einen Beitrag zur Wissenschaft zu leisten. Überzeugender ist jedoch die Vermutung, dass Frauen aufgrund der vorherrschenden Rollenmodelle und sozialen

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Normen in der heutigen Gesellschaft mehr den Mut haben, Probleme anzusprechen und Schwäche zuzugeben als Männer, von welchen erwartet wird, dass sie nicht weinen und Stärke zeigen. Auch im alltäglichen Leben tauschen sich Mädchen und Frauen generell mehr über aktuelle Befindlichkeiten und Lebenssituationen aus, als Jungen und Männer dies tun. Insofern wäre es folglich logisch, wenn Frauen auch in virtuellen Beratungen vermehrt über ihre Probleme kommunizieren. Möglicherweise haben Männer zudem Angst, wegen ihrer Schwäche und/oder Problematik ausgelacht zu werden oder sogar Sanktionen zu erhalten. Die von Großmann (zitiert nach Brummel, 2008, S. 10) verfasste Aussage, „dass bei weiblichen Ratsuchenden die Hemmschwelle eine Beratung aufzusuchen geringer ist als bei männlichen Ratsuchenden“, kann damit zudem auf den virtuellen Raum übertragen werden. Die Erklärungsversuche könnten in zukünftigen Untersuchungen überprüft werden.

Das vorrangig hohe Bildungsniveau bestätigt die Studien von Eichenberg (2007) und Götz (2003). Erklärungen hierfür wurden bereits in Kapitel 4.4.1 geliefert. Die überwiegende Mehrheit der Ratsuchenden stellte sich zudem als Betroffener dar, nur eine Minderheit gab an, die Beratung als Angehöriger zu nutzen. In der vorliegenden Studie waren folglich weitaus weniger Angehörige als in den Untersuchungen von Nock (2006) und Ince (2006). In diesem Zusammenhang wäre es interessant zu prüfen, ob es tatsächlich nur weniger Angehörige gibt, die virtuelle Beratungen nutzen oder ob diese lediglich nicht an der Umfrage teilgenommen haben. Generell stehen Online-Beratungen für beide zur Verfügung, keine der Einrichtungen bietet ihre Angebote nur für Betroffene an. Die Beratungseinrichtungen können diesen Befund zum Anlass nehmen, ihr Angebot dahingehend weiterzuentwickeln, um vermehrt auch Angehörige von Hilfebedürftigen anzusprechen.

### **11.1.2 Wer berät die Hilfesuchenden?**

Aufgrund einer Mangellage vorheriger Literatur zu den soziodemographischen Merkmalen der Online-Berater, ergaben sich in dieser Studie völlig neue Erkenntnisse. Im Gegensatz zur weitgehenden Homogenität der Ratsuchenden, setzt sich die Stichprobe der befragten Online-Berater hinsichtlich der Wohn- und Lebenssituation verschiedenartiger zusammen. Die Tätigen sind zu drei Viertel zwischen 21 und 30 Jahre alt und interessanterweise ebenso überwiegend weiblich.

Ein Blick auf die Altersverteilung lässt vermuten, dass der Bereich der Internet-Beratung auch hier überwiegend für jüngere Menschen bedeutsamer ist. Zwar gibt es beinahe ebenso viele Berater zwischen 30 und 50 Jahren wie unter 20-Jährige, die Mehrheit der Professionellen

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

befindet sich jedoch im jungen Erwachsenenalter. Die Verteilung kann wiederum mit der Erklärung gedeutet werden, dass das world wide web generell von einer jüngeren Population genutzt wird. Bezieht man den Beschäftigungsstatus in die Deutungen mit ein, so kann angenommen werden, dass die Tätigen ihre Online-Beratungen neben dem Studium bzw. der Schulzeit durchführen. So können sich Schüler, die sich für pädagogische, psychologische und/oder psychosoziale Hilfe als Tätigkeit interessieren, einerseits im praktischen Feld erproben und möglicherweise zukünftige Berufswünsche entwickeln oder gegebenenfalls verstärken bzw. selektieren. Andererseits können Studenten die Tätigkeit entweder als Nebenbeschäftigung während dem Studium ansehen und/oder dabei zudem praktische Erfahrungen im beraterischen Bereich für ihre künftige Praxis im Berufsleben sammeln. Ältere Menschen hingegen stehen meist fester und verbindlicher im Berufsleben, was die Minderheit der Berater in höherem Alter verdeutlichen könnte. Weitere Gründe können dem Kapitel 11.4.1 entnommen werden, welches sich der Motivation der Berater widmet.

Die Dominanz der weiblichen Beraterinnen lässt sich zum Ersten mit den gleichen Erklärungsversuchen wie bei den Ratsuchenden deuten (mehr Bereitschaft zur Teilnahme an Befragungen etc.). Darüber hinaus sind Frauen generell nicht nur kommunikativer und hilfsbereiter als Männer, sondern setzen ihre Eigenschaften auch öfter ein, um anderen Menschen Hilfe und Unterstützung zu bieten. Wie bereits an vorheriger Stelle erwähnt, sind Mädchen und Frauen im Allgemeinen mehr für die Probleme anderer Menschen da, haben gerne ein offenes Ohr für deren Sorgen und Kummer, hören ihnen zu und stehen ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Neben diesen alltäglichen Geschehnissen gibt es auch in der traditionellen Beratungswelt auf der professionellen Seite mehr Beraterinnen als Berater, Psychologinnen als Psychologen und in der Fakultät für Pädagogik sieht man nur selten männliche Studenten. Diese weibliche Dominanz in psychologischen, pädagogischen und psychosozialen Bereichen spiegelt sich auch im Bereich der Online-Beratungen wieder. Da es sich bei den teilnehmenden Online-Beratungen um kostenlose Angebote handelt, bei denen die Tätigen freiwillig aus eigener Motivation und Interesse arbeiten, kann man die Mehrheit der Beraterinnen obendrein mit der Tatsache erklären, dass sich Frauen generell mehr sozial engagieren und gemeinnützig tätig sind. Männer hingegen ziehen es vor, etwas gegen Bezahlung zu leisten und/oder nutzen ihre Freizeit anderweitig. Weitere Untersuchungen könnten diesen Vermutungen nachgehen.

### **11.2 Intensive oder beiläufige Nutzung bzw. Ausübung des Hilfsangebotes?**

Sowohl die Nutzung der Beratungen durch die Klienten, als auch die Ausübung der Tätigkeit durch die Berater kann durch die erhobenen Daten eindeutig beschrieben werden.

Ratsuchende wenden sich durchschnittlich täglich oder mehrmals in der Woche für 15 – 60 Minuten an die Einrichtung. Die Berater wenden für ihre Unterstützung sogar mehr Zeit auf (überwiegend täglich zwischen 30 – 120 Minuten). Die Nutzungsdauer und –intensität durch Hilfesuchende zeigt deutlich, dass es sich um ernsthafte Probleme handeln muss und man nicht von reiner Neugierde sprechen kann. Ein lediglich neugieriger Mensch würde sich nicht so oft und so lange hier aufhalten. Würde es sich nur um leichte Problematiken der Ratsuchenden handeln, könnten die Hilfesuchenden diese auch schneller niederschreiben. Insofern lässt sich annehmen, dass die Nutzer sich intensiv mit ihrer problembelasteten Situation auseinandersetzen und sich zudem auch die Zeit nehmen, diese niederzuschreiben und geordnet darzustellen. Eventuell ist gerade die Schriftlichkeit der Beratung auch ein Grund für die große Zeitinvestierung, wobei es Menschen bekanntlich leichter fällt, ihre Sorgen und Gedanken schriftlich festzuhalten. Angesichts der Tatsache, dass traditionelle Beratungen durchschnittlich 40 – 50 Minuten dauern, handelt es sich bei der Nutzung der virtuellen Version noch um eine weniger Zeitaufwändige. Ferner dazu kann ein höher als erwarteter Zeitaufwand durchaus positiv bewertet werden. Fühlen sich Nutzer in der virtuellen Beratung wohl, verstanden und unterstützt, so verwundert eine intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Problematik und ein langer Austausch mit dem Berater nicht. Zudem bestätigen die Ergebnisse, dass die Nutzung des Medium Internet als Beratungsinstrument von Ratsuchenden als Bestandteil des Alltags integriert wird (Hintenberger & Kühne, 2009).

Der immense Zeitaufwand, den Berater in der virtuellen Welt leisten, ist gleichermaßen positiv zu bewerten. Die beinahe tägliche Ausübung der Tätigkeit deutet auf ernsthaftes und gewissenhaftes Arbeiten hin, welches nicht „so nebenbei“ geschieht. Ebenfalls die durchschnittliche zeitliche Bemühung pro Beratung kann als Zeichen dafür gesehen werden, dass sich Berater intensiv mit den Beratungsanfragen und Problemen der Klienten auseinandersetzen, sich bei der Bearbeitung viel Mühe geben und die Tätigkeit nicht beiläufig ausführen. Der intensive Zeitaufwand kann weiterhin dahingehend gedeutet werden, dass es sich um Anfragen handelt, welche man nicht in wenigen Sätzen beantworten kann. Möglicherweise müssen Berater den Text des Ratsuchenden erst auf sich wirken lassen und

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

sich Gedanken zu Lösungsvorschlägen machen, um anschließend eine Antwort für sie zu verfassen. Diese Erklärungen stellen jedoch lediglich Vermutungen dar und bedürfen weiterer empirischer Prüfung.

Hinsichtlich des gesamten Zeitraumes in dem eine Beratung stattfindet, also die Zeitspanne zwischen Beginn und Ende einer Beratung, differieren die Angaben der Akteure. Die Experten gaben an, im Schnitt länger als einen Monat mit einem Klienten zu kommunizieren (52%), eine Beratungsdauer von weniger als 6 Wochen sei eher selten. Dem entgegen zeigen die Auskünfte der Ratsuchenden, dass sich diese mehrheitlich erst seit kurzer Zeit an die Beratungseinrichtung wenden. Knapp 35% nutzen die Beratung seit weniger als einem Monat, fast 23% seit 1-3 Monaten und nur 16% seit mehr als einem Jahr. Diese Differenzen lassen sich damit erklären, dass es zum Zeitpunkt der Befragung einen Wechsel an Ratsuchenden gab. Möglicherweise sind gerade zu dieser Zeit viele „neue“ Klienten befragt worden, die erst vor kurzem Kontakt zur Einrichtung aufgenommen haben, während „alten“ Nutzer mittlerweile geholfen wurde und diese das virtuelle Angebot bereits verlassen haben. Laut Aussagen der Berater wenden diese immerhin einen langen Zeitraum für die Unterstützung der Hilfesuchenden auf und beenden Beratungen nicht schon nach einer kurzen Dauer. Ein anderer Erklärungsgrund für die vielen „neuen“ Ratsuchenden könnte hingegen sein, dass die Befragung zu einer Zeit stattfand, in der aktuell eine große Hilfsbedürftigkeit bestand. Ebenso ist es möglich, dass längerfristige Nutzer aufgrund verschiedenartiger Gründe nicht an der Umfrage teilgenommen haben. Die kleine Gruppe derjenigen, welche seit mehr als 4 bzw. 6 Monaten die Beratung nutzt zeigt nämlich, dass es durchaus Klienten gibt, die sich längerfristig des Angebotes bedienen. Dieser Aspekt kann wiederum zweierlei gedeutet werden: Entweder die Akteure haben es bislang nicht geschafft, im Rahmen des Settings eine Lösung für die Problematik zu finden, oder aber es handelt sich bei dieser Gruppe um Hilfesuchende, die sich in einer derart großen Problemlage befinden, sodass sie einer längerfristigen oder gar permanenten Hilfestellung bedürfen.

Weiterhin konnten die erhobenen Daten verdeutlichen, dass Ratsuchende mit herausragender Mehrheit webbasierte Einzelberatungen nutzen, Beratungen in Foren einen geringeren Stellenwert einnehmen und der Austausch via Chat so gut wie gar nicht populär ist (vgl. Kapitel 4.3; Gehrman & Klenke, 2008). Dennoch gaben Berater an, dass Hilfe generell in allen Arten angeboten und auch realisiert wird. Nichts desto trotz scheint individuelle Einzelberatung für Hilfesuchende weitaus attraktiver zu sein. Dies liegt möglicherweise

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

daran, dass der Austausch hier 1 zu 1 erfolgt – lediglich der Ratsuchende und der Berater kommunizieren miteinander und nur sie haben Zugriff auf das Geschriebene (vgl. Kapitel 4.3.1). In diesem Rahmen scheint es einfacher für die Nutzer zu sein, sich zu öffnen, zumal der Rahmen noch sicherer, vertraulicher und anonymer als in einem öffentlichem Forum oder Chat ist. Zu diesen Ergebnissen und Schlussfolgerungen kam auch Brummel (2008). Die geringe Popularität der Chat-Beratung kann dagegen mit der Schnelligkeit begründet werden. Während man sich beim Verfassen eines Foren-Beitrages oder einer Antwort für die Einzelberatung so viel Zeit nehmen kann, wie man benötigt und sich vorher intensiv Gedanken über die Thematik und wie man es ausdrücken soll, machen kann (die sogenannte „zone for reflection“ (Eichenberg, 2003, S. 7)), sind Beratungen via Chat meist zügiger, da der Berater nur für einen gewissen Zeitraum anwesend ist. Zudem sind in Chats nicht selten mehrere Ratsuchende anwesend. Alle Anwesenden können den Austausch mit verfolgen, worunter die Vertraulichkeit möglicherweise leidet (vgl. Kapitel 4.3.3). Hintenberger (2009a) äußerte bereits die Vermutung, dass Chat-Beratungen die Traditionellen nicht ablösen werden. Dieser Verdacht wird mit dem hier gewonnenen Ergebnis nur bestärkt.

Ungeklärt bleibt jedoch das Ergebnis, weshalb das Forum generell selten und zudem von Usern der Hoffnungswiese weitaus seltener genutzt wird, als von Usern der kids-hotline. Wie aus Kapitel 4.3.2 hervorging, können Foren dahingehend genutzt werden, sich wie in einer Selbsthilfegruppe mit anderen Betroffenen und/oder Experten über die eigenen und auch Problematiken der anderen auszutauschen. Auf diese Weise erhalten Ratsuchende unterschiedliche Meinungen und Sichtweisen zur individuellen Situation, können sich aber auch am Austausch der anderen beteiligen. Dies scheint über ein Viertel der Hilfesuchenden auch in Anspruch zu nehmen, wobei die individuelle Zuwendung beim 1 zu 1-Setting der webbasierten Einzelberatung für die hier Befragten scheinbar weitaus attraktiver ist.

Durch das Angebot aller drei möglichen Zugangsformen (Einzelberatung, Forum, Chat) bei der kids-hotline, können in dieser Einrichtung die Ansprüche aller Klienten erfüllt werden (vgl. Götz, 2003), wohingegen Nutzer der Hoffnungswiese keinen Chat zur Verfügung haben.

### **11.3 Sind die Problematiken der Nutzer speziell für das virtuelle Setting?**

#### **11.3.1 Welche Sorgen und Probleme werden in virtuellen Beratungen behandelt?**

Die Ergebnisse zu den Problembereichen, welche von Nutzern in den Online-Beratungen angesprochen und behandelt werden, sind im Vergleich zu den Angaben der Berater mit leichten Abweichungen stimmig. Im Großen und Ganzen konnte die Untersuchung damit herausfinden, aufgrund welcher Sorgen sich hilfeschuchende Menschen an virtuelle Beratungseinrichtungen wenden. Allgemeine Lebenskrisen, familiäre und psychische Probleme, sowie Suizid(-gedanken) sind bei den meisten Ratsuchenden hier der Anlass für eine virtuelle Beratung und somit in den psychosozialen Versorgungsbereich einzuordnen (vgl. Kapitel 2.4). Diese Ergebnisse bestätigen vorherige Annahmen, wie auch frühere Befunde (vgl. Klapproth & Niemann, 2000; Hartel, 2008b; Risau, 2005; Hinrichs, 2008; Kapitel 4.4.1) und sind nicht verwunderlich in Anbetracht dessen, dass es sich um eine sehr junge Nutzerpopulation handelt. Junge Mädchen und Jungen, sowie junge Erwachsene haben aufgrund ihres unerfahrenen Alters bekanntlich seltener ernsthafte finanzielle Sorgen oder gar schwerwiegende gesundheitliche Probleme. Die Liebe und die Sexualität bzw. Probleme in diesen Bereichen scheinen hier (noch) nicht in großem Ausmaß aufzutreten und die geringe Relevanz von Erziehungsfragen erklärt sich allein durch das durchschnittliche Alter der Befragten. Die Annahme, dass vorwiegend auch Suchtproblematiken behandelt werden, konnte – zum Glück – nicht bestätigt werden, zumal es durchaus bedenklich wäre, würden sich so viele junge Menschen bereits damit auseinandersetzen müssen.

Besorgniserregend ist jedoch die große Anzahl an Nutzern, bei welchen Selbstmord und psychische Krankheiten bzw. seelische Probleme (schon) ein Thema sind. Zudem gaben viele Ratsuchende in der Kategorie „Sonstiges“ an, sich mit selbstverletzendem Verhalten, Missbrauch und auch Tod quälen zu müssen. Hierbei stellt sich die Frage, ob derart schwerwiegende Problematiken tatsächlich im Rahmen eines virtuellen Settings behandelt werden können oder ob für solch gravierende Sorgen eine traditionelle Behandlung bzw. sogar eine Therapie nicht angemessener wäre. Andererseits kann davon ausgegangen werden, dass die Hemmschwelle bei jungen Ratsuchenden, sich bezüglich derartiger Themen an die Eltern oder gar traditionelle Beratungseinrichtungen zu wenden, selbstverständlich höher liegt als z.B. bei reinen Konflikten mit Freunden. Insofern es ist erfreulich, wenn sie (wenigstens) im world wide web den Mut fassen, darüber zu kommunizieren, sich auf diese Weise damit auseinandersetzen und versuchen, sich helfen zu lassen. Durchaus interessant wären in diesem

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Zusammenhang Meinungen der beratenden Experten. Dieser Aspekt wurde jedoch im Voraus nicht bedacht, könnte aber in weiteren Untersuchungen nachgegangen werden.

Ob hinsichtlich der Problematiken von Online-Beratungsnutzern in anderen Altersklassen differierende Ergebnisse zustande kommen würden, kann an dieser Stelle nur vermutet werden. Zukünftige Forschungen könnten sich diesem Aspekt widmen und die behandelten Probleme unterschiedlichen Alters miteinander vergleichen. Folglich könnten sich virtuelle Beratungseinrichtungen auf spezielle Altersgruppe und deren besondere Sorgen spezialisieren (wie es die kids-hotline bereits tut), um noch effektivere Hilfestellungen anbieten zu können.

Als kurzer Einschub soll sich hier auf gesammelte anderweitige Beratungs- und Therapieerfahrungen konzentriert werden. Eine große Zahl der Befragten berichtete, bereits eine traditionelle Beratung, Therapie oder sogar beides genutzt zu haben. Dieses Ergebnis lässt vermuten, dass es sich bei den Ratsuchenden um welche mit großem Leidensdruck handelt (vgl. Kral & Traunmüller, 2008) und sie sich bereits intensiv mit ihrer Problematik beschäftigt haben, wobei nicht einsichtig ist, ob diese Auseinandersetzung im Rahmen einer Beratung und/oder Therapie gerade aufgrund derselben Problematik geschah. In diesem Kontext wäre es durchaus von großem Interesse, ob es sich um die gleichen Themen wie in der virtuellen Beratung gehandelt hat und ob sich die Betroffenen zusätzlich weiterhin bzw. immer noch in herkömmlicher Beratung und/oder Therapie befinden. Hat ihnen die traditionelle Begleitung nicht ausreichend geholfen? Sehen sie die Inanspruchnahme der virtuellen Version als zusätzliche Ergänzung? Oder aber haben sich die Hilfesuchenden im Internet erprobt und zur Beratung im world wide web wegen besseren Erfahrungen gewechselt? Diese und weitere Fragen bedürfen weiterer Forschungen. Leider kann durch die Datenlage nicht ausgesagt werden, ob die Ratsuchenden zum Zeitpunkt der Untersuchung immer noch eine traditionelle Beratung oder Therapie parallel zur Virtuellen nutzen. Dies würde nach Heider (2007) ein Problem darstellen, zumal eine Vermischung der Inhalte keine positiven Effekte erzielen würde (vgl. Kapitel 5.5.1).

Wie bereits erwähnt decken sich die Angaben der Ratsuchenden mit denen der Online-Berater. Dennoch gibt es wenige Abweichungen bei den genannten Themengebieten, wie z.B. Probleme mit Mitmenschen und/oder Freunden, welche von Ratsuchenden als weniger relevant erachtet, als sie laut Aussagen der Berater bearbeitet werden. Derartige Diskrepanzen können damit erklärt werden, dass User zwar individuelle Probleme haben, die Nutzer aber wechseln. Somit haben Berater im Laufe ihrer Tätigkeit bereits eine Vielzahl von

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Hilfesuchenden beraten, folglich auch eine größere Spannbreite an Themengebieten bearbeitet. Hinsichtlich der Erfahrungen der Online-Berater stehen familiäre Probleme und Konflikte mit anderen (befreundeten) Menschen an der obersten Stelle der behandelten Themen. Auf der anderen Seite können die Differenzen auch damit begründet werden, dass Ratsuchende ihre Sorgen selbst möglicherweise z.B. als allgemeine Lebenskrise sehen, wobei es sich tatsächlich jedoch um ein spezielles Problem z.B. mit Freunden handelt. Insofern hat der außenstehende Experte vielleicht eine objektivere und damit bessere Sichtweise auf die Problematik seines Klienten.

Generell lassen sich die Angaben der Professionellen auch dahingehend deuten, dass sie sich nicht auf einen besonderen Themenbereich oder eine spezielle Problematik konzentrieren, sondern eine Vielzahl von Themen in ihrer Beratungsarbeit behandeln. Demzufolge muss es sich bei den Tätigen um Experten handeln, die sich nicht nur mit einer oder zwei problembehafteten Themengebieten auskennen, sondern vielseitig beraten. Dies muss positiv hervorgehoben werden.

### **11.3.2 Information? Krisenintervention? Oder doch nur Beratung?**

Neben den genannten speziellen Problembereichen bzw. Thematiken, weswegen sich Ratsuchende an Online-Beratungen wenden, konnten die Ergebnisse die Bedürfnisse der Klienten weiter spezifizieren. So ergaben die Befunde, dass Ratsuchende überwiegend (krisen)interventive Gründe besitzen, die Beratung zu nutzen, gefolgt von dem Wunsch nach einer Beratung. Dem entgegen spielt der Erhalt von Informationen eine mindere Rolle.

Hinsichtlich der Informationen kristallisierte sich heraus, dass der Bedarf hier vorwiegend auf der eigenen Problematik und damit verbundener gewünschter professioneller Hilfe liegt. Adressen von traditionellen Einrichtungen und Auskünfte über Therapien sind für Ratsuchende nicht sehr bedeutsam. Die Zusammenhänge erscheinen logisch, wenn man bedenkt, dass sich Nutzer über herkömmliche Therapien und Beratungseinrichtungen auch außerhalb des Internet informieren können. Hier zeigt sich bereits deutlich, dass mehr hinter der Beratungsanfrage stecken muss, als nur ein kleines (informatives) Problem. Das eher geringere Bedürfnis nach Informationen bestätigt die Ergebnisse von Klapproth und Niemann (2000). Abgesehen davon ist die Online-Beratung im System der psychosozialen Versorgung vorwiegend dem kommunikativen Bereich zuzuordnen, als dass sie als Informationsmedium angesehen wird (vgl. Kapitel 3; Eichenberg, 2004). Obendrein gibt es im world wide web ein vielfältiges Angebot, sich mit gesundheitsrelevanten Informationen vertraut zu machen. Dies

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

wird im Allgemeinen auch in Anspruch genommen (Dzeyk, 2005), wodurch das geringere Interesse an Informationen im Rahmen der Online-Beratung plausibel erscheint.

Ein Blick auf die Wichtigkeit der beraterischen Gründe lässt klar erkennen, dass für die Nutzer der Austausch über ihr Problem, eine objektive Sicht und einen konkreten Rat hierzu, sowie dessen Klärung im Vordergrund steht (vgl. Klapproth & Niemann, 2000; Gehrman & Klenke, 2008). Es handelt sich damit nicht um eine allgemeine Beratung, sondern die Nutzer verdeutlichen mit ihren Angaben, dass es um ein spezielles Problem geht. Die gravierende Notlage der User wird noch mehr durch die große Bedeutung interventiver Gründe unterstrichen. Über 80% der Befragten gaben an, dringend Hilfe zu brauchen, weil sie sich in einer akuten Krise befinden und diese überwinden wollen. In diesem Zusammenhang ist es nur verständlich, dass sie sich lieber an das anonyme Internet wenden, anstatt eine herkömmliche Beratungseinrichtung aufzusuchen. Möglicherweise sind es Ängste und Schamgefühle, die die User davor zurückschreckt. Meistens ist es für Hilfesuchende in einer akuten Notlage allein schon hilfreich, ihren Frust von der Seele zu schreiben, was die vorliegenden Ergebnisse wiederum bestätigen. Die Nutzer wollen genau dies: Über ihr Problem schreiben und dabei einen Zuhörer haben, der sie ernst nimmt, Verständnis hat und ihnen Beistand und Trost entgegenbringt. Die hier gewonnenen Ergebnisse und Erklärungsversuche können durch die von Götz (2003) ermittelten Befunde bestätigt werden. Die Interviews seiner Studie ergaben, dass durch den jederzeit möglichen Zugriff auf die Internet-Beratung und eine zeitnahe Unterstützung aufgrund mangelnder geographischer Distanz, Menschen in unmittelbaren Krisensituationen im world wide web aufgefangen werden können, die in der psychischen Notlage in ihrem Umfeld keine Hilfe bekommen (können). Eine Beratung im Internet kann in Krisensituationen durchaus Hilfe leisten und eine große Unterstützung sein, „solange der qualitative Anspruch der Beratung der persönlichen Krise entgegenkommt“ (Götz, 2003, S. 88; Winkel, 2005).

Ratsuchende haben offenbar einen starken Wunsch, sich jemandem über ihre Probleme mitzuteilen. Dieser Grund, eine virtuelle Beratungsstelle zu kontaktieren erklärt jedoch nicht, wieso sich die User nicht an Nahestehende in der Familie oder im Freundeskreis wenden. Weiterhin stellt sich die Frage, ob sich die virtuellen Ratsuchenden von denen im realen Leben in ihrer aktuellen Befindlichkeit unterscheiden und deswegen das Internet zur Bewältigung ihrer Situationen nutzen. Oder handelt es sich nur um Hilfesuchende, die den Mut nicht aufbringen, in eine Beratungsstelle vor Ort zu gehen oder eine Krisenhotline

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

anzurufen? Dann wäre das world wide web mit ihren Online-Beratungen eine absolute Alternative für genau solche Menschen. Weitere Untersuchungen könnten sich intensiver mit diesem Gesichtspunkt auseinandersetzen um etwaige Unterschiede herauszufinden, sodass herkömmliche Beratungsstellen auch für Menschen in unmittelbar kritischen Situationen einladend gemacht werden können. Oder ist es gerade das Internet mit seinen besonderen, speziellen Vorzügen, das genau deswegen immer populärer wird? Immerhin wurden als weitere Gründe genau solch Medienspezifische genannt (z.B. immer schreiben zu können, wenn sie es gerade brauchen). Möglicherweise kann diese Frage durch die nachfolgende kritische Auseinandersetzung mit den Besonderheiten virtueller Beratungen beantwortet werden.

Generell sollten Online-Beratungen in Zukunft danach streben, explizit(er) zwischen Informations-, Beratungs- und Krisenangebot zu unterscheiden. Die Ergebnisse zeigten zwar ein überwiegendes Bedürfnis der Klienten, krisenintensive Settings in Anspruch zu nehmen, jedoch gibt es durchaus auch Ratsuchende, die eine reine Beratung oder lediglich Informationen erhalten wollen. Hier sind die Ansprüche und auch Erwartungen je nach Hilfebedarf und Problemlage unterschiedlich. Insofern sollten Hilfeleistungen ebenfalls differierend angeboten werden (vgl. Gehrman & Klenke, 2008).

### **11.3.3 Wieso online und nicht offline?**

Die Ergebnisse zur Relevanz der Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation, welche auch in Internet-Beratungen ihre Anwendung finden, zeigen, dass sich die Nutzer hinsichtlich der medienspezifischen Motive unterscheiden.

So ist eine vom Aussehen unabhängige Beratung, die Bequemlichkeit vor dem eigenen Computer, wie auch der Punkt, dass es den Usern peinlich wäre, jemandem persönlich von ihrem Problem zu erzählen, in unterschiedlichem Ausmaß bedeutsam. Die differierenden Bewertungen werten diese Besonderheiten nicht als unwichtig ab, sondern zeigen lediglich, dass dies für einige Nutzer weniger, für andere wiederum durchaus Gründe für die Wahl der virtuellen Version darstellt. Weitaus einiger sind sich die Ratsuchenden darüber, dass sie bei einer herkömmlichen Beratung zu nervös wären und es ihnen gerade im Internet hilft, dem Gegenüber nicht ins Gesicht sehen zu müssen. Ebenfalls die einfache und schnelle Erreichbarkeit, sowie eine bessere Kontrolle dessen, was sie erzählen möchten, sind für viele User durchaus relevant. Götz (2003) zeigte bereits die große Bereicherung der computervermittelten Kommunikation, durch welche sich Klienten gezielter und kontrollierter

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

ausdrücken können (vgl. Kapitel 5.1). Ausgehend von dem Wissen, dass Menschen und ihre Bedürfnisse, auch in Hinsicht auf Hilfe und Unterstützung unterschiedlich sind, können die Ergebnisse so interpretiert werden, dass die genannten Charakteristika virtueller Beratungen (vgl. Kapitel 4.2) zwar nicht für alle Befragten ausschlaggebend für die Nutzung sind, sie jedoch durch eine hohe Zustimmungsquote auf jeden Fall relevant sind. Bei den interviewten Jugendlichen in der Studie von Götz (2003) kristallisierten sich ebenso die besonderen Vorteile der virtuellen Beratung heraus. Es handelt sich bei diesen Motiven zwar um keine Universalien, sondern Stichprobenspezifische, welche für die vorliegende Stichprobe an Nutzern teilweise bedeutsam sind.

Desweiteren muss hervorgehoben werden, dass das Nicht-Einhalten verbindlicher Termine und Neugierde über den Ablauf einer virtuellen Beratung als nicht zutreffend bewertet wurde. Für die große Mehrheit der User sind diese Gründe als nicht relevant anzusehen, wenn sie auch für wenige zentral scheinen. Viel mehr haben sie sich dafür entschieden, eine Online-Beratung einer Traditionellen vorzuziehen, da sie lieber über Probleme schreiben, statt zu sprechen und sie sowohl beim Verfassen eines Textes, als auch beim Durchlesen der Antwort des Beraters mehr Zeit und Ruhe haben. Die größte Bedeutung wird dem offeneren Austausch über die Notlage beigemessen. Fast 87% haben sich in erster Linie für die virtuelle Version entschieden, weil sie hier offener über ihre Probleme sprechen können. Die Ergebnisse verdeutlichen die Wichtigkeit der Schriftlichkeit von Online-Beratungen und heben hervor, dass genau diese medienspezifischen Vorteile der Grund für Ratsuchende sind, sich online und nicht offline an eine Beratungseinrichtung zu wenden und diese zu nutzen. Die Befunde sind nicht verwunderlich: Die Möglichkeit, sich alleine zu Hause in aller Seelenruhe Gedanken über sein Problem zu machen, sich die Zeit zu nehmen, die Problematik schriftlich festzuhalten, dabei gedanklich zu ordnen, ohne dass einem ein fremder Mensch gegenüber sitzt, dem man ins Gesicht sehen muss, weswegen man sich möglicherweise schämt und nervös wird, bewirkt bei vielen Menschen eine offenere Ausdrucksweise. Hinzu kommt das Durchlesen, Erfassen und innere Verwirklichen der Antwort des Experten, ebenfalls alleine und in Ruhe, ohne dass wieder ein Fremder einen dabei beobachtet, wie man womöglich reagiert. Die Ausführungen in Kapitel 5.4, welche die vielfältigen Besonderheiten des Schreib-Prozesses darstellten, verdeutlichen in Zusammenhang mit den gewonnenen Ergebnissen umso mehr, wie wichtig, entlastend und auch hilfreich der textbasierte Austausch für Ratsuchende ist (vgl. Götz, 2003; Eichenberg, 2007). Durch reflexives Denken und die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Problematik erhöht sich automatisch das

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Selbstverständnis. In diesem Sinne hat allein die Möglichkeit, sich den Frust und Kummer „von der Seele zu schreiben“ schon positive Effekte zur Folge (Rott, o.J.; vgl. Kapitel 5.4).

Die Hervorhebung genau dieser medienspezifischen Überlegenheit kann ferner mit der (weitaus geringer als vorher vermuteten) Relevanz der Anonymität unterstrichen werden. Knapp 73% schätzen die Anonymität in Internet-Beratungen mehr als in herkömmlichen Beratungen, wodurch der anonyme Charakter vorteilhaft bewertet wurde und somit durchaus als „Türöffner zur virtuellen Beratung“ (Götz, 2003, S. 83) angesehen werden kann. Umgekehrt verhilft die Anonymität den Hilfesuchenden aber nicht, sich deswegen leichter zu öffnen (vgl. Brummel, 2008). Die genannten besonderen Charakteristika virtueller Beratungen waren noch ausschlaggebender für die Nutzung der Online-Beratung (75 – 86%), wobei frühere Studien deutlich zeigten, dass die Möglichkeiten der Hilfestellung durch die computervermittelte Kommunikation nicht eingeschränkt oder gar behindert werden (vgl. Brummel, 2008).

In diesem Sinne lässt sich daraus schließen, dass die spezifischen Eigenheiten und Besonderheiten von ONLINE-Beratungen, insbesondere die Schriftlichkeit, ratsuchende Menschen dazu veranlassen, sich an einen professionellen Berater zu wenden, sich mit ihm auszutauschen und Unterstützung in einer Krisensituation anzunehmen (vgl. Kapitel 4.2). Die in Kapitel 5.5.2 genannten Chancen und Vorteile virtueller Beratungen werden von Ratsuchenden größtenteils anerkannt und deswegen auch genutzt, was Hinrichs (2008) bereits bestätigte. Insofern besitzen virtuelle Beratungen durchaus positiv zu bewertende Besonderheiten, was wiederum die Frage beantwortet, wieso sie von den Probanden gegenüber den Herkömmlichen vorgezogen wurden. Diese Betrachtungsweise kann ferner auch die aufgetretene Frage vermutungsweise beantworten, weshalb die große Zahl derer, die bereits Beratungs- und Therapieerfahrungen gesammelt haben, nun im Internet eine Beratung in Anspruch nehmen.

Als Fazit aus den gewonnenen Befunden lässt sich festhalten, dass Nutzer von Online-Beratungen wahrscheinlich nicht andere, spezifische Sorgen und Probleme besitzen als Ratsuchende traditioneller Beratungseinrichtungen, sondern dass sich viele Hilfesuchende in erster Linie wegen den speziellen Eigenschaften vorzugsweise online an jemanden wenden. Dass gerade die medienspezifischen Eigenheiten den Klienten den Zugang umso schmackhafter machen, da Angst und Schamgefühle weitaus weniger eine Rolle spielen, ergaben auch die Ergebnisse vorheriger Untersuchungen (vgl. Götz, 2003; Götz, 2009;

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Andermatt et al., 2003; Rott, o.J.). Zudem wird die Problemintervention gerade durch die Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation gefördert (vgl. Brummel, 2008).

Umgekehrt ergibt sich jedoch die Frage, ob traditionelle Beratungen gewisse Defizite aufweisen, weswegen die Besonderheiten der Medien-Version mehr geschätzt werden. Besitzen Internet-Beratungsnutzer noch weitere, bisher nicht aufgedeckte Gründe? Und wie sieht das durchschnittliche Verhältnis zwischen Online- und Offline-Ratsuchenden aus? Würden sich zukünftige Untersuchungen diesen und weiteren Fragen widmen, könnte man mehr über die verschiedenartigen Beratungseinrichtungen, ihre Nutzer und deren Motive ausfindig machen. Durchaus interessant scheint auch der Gedanke, ob eine Möglichkeit besteht, gerade diese medienspezifischen Vorteile in die reale Welt und damit in traditionelle Beratungen zu übertragen. Das Herabsetzen der Schwellensituation bei traditionellen Beratungsstellen wäre hier besonders wichtig, dass Hilfesuchende auch im realen Leben den Mut haben, sich Rat zu holen (Götz, 2003). Dem kann aber hier nicht weiter nachgegangen werden.

Die Ergebnisse erklären zwar die mediencharakteristischen Motive der Nutzer, geben jedoch keinen Aufschluss darüber, weswegen ein knappes Viertel der Befragten bereits eine andere Internet-Beratung genutzt, dann aber zu der momentanen Einrichtung gewechselt hat. Es lässt sich nur vermuten, dass es sich hier um einrichtungsspezifische Gründe handelt, was vernachlässigt werden kann. Weitaus relevanter ist es herauszufinden, ob die Online-Beratung, welche zum Zeitraum der Untersuchung genutzt wurde, für die Ratsuchenden hilfreich ist. In diesem Sinne widmen sich die nachfolgenden Abschnitte den Beratungseinrichtungen und ihren Experten.

### **11.4 Was lässt sich über die Online-Berater berichten?**

#### **11.4.1 Inwiefern sind die virtuellen Berater motiviert?**

Im Hinblick auf die Online-Berater gewann die empirische Untersuchung interessante Ergebnisse zu ihrer Motivation für diese Tätigkeit. Bisher waren keinerlei wissenschaftliche Erkenntnisse darüber bekannt.

Generell kann auf Basis der Daten festgehalten werden, dass virtuelle Berater die Möglichkeit, anderen Menschen Hilfe und Unterstützung zu geben, als hauptsächlichen Grund für die Ausübung der Beratungen ansehen. Dies wird besonders durch die immense Zustimmung der Items, Ratsuchenden bei ihren Problemen zu helfen, sie auf ihrem Weg zu

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

unterstützen und ihnen die Möglichkeit einer vollkommen anonymen Beratung zu geben, hervorgehoben. Andere hilfensorientierte Motive wurden, bis auf wenige kleine Meinungsdivergenzen hinsichtlich der Bedeutsamkeit ebenfalls überwiegend als durchaus relevant erachtet. Dass eine kleine Gruppe von Beratern nicht primär das Ziel verfolgt, z.B. kontaktscheue Menschen auf diese Art zu erreichen, ist nicht zwingend diskutabel. Dem entgegen ist das gute Viertel, welche den Menschen keine praktischen Ratschläge zur Problembewältigung geben möchte, etwas besorgniserregend. Ist es nicht der Sinn einer Beratung, sowohl online, als auch offline, Hilfesuchenden Anregungen zu geben, damit sie ihr Problem bewältigen können? Helfen Berater ihren Ratsuchenden nicht durch Tipps weiter, ihre Probleme zu bewältigen, weil sie sich an der Problemlage der Beratenden erfreuen und möglicherweise nur neugierig auf die Probleme fremder Menschen sind? Dieser Erklärungsansatz kann durch die gewonnenen Ergebnisse abgewiesen werden. Aufgrund der Befunde ist davon auszugehen, dass die überwiegende Zahl der befragten Berater auf jeden Fall sehr hilfsbereit und zuvorkommend ist.

Ebenso unerwartet ist die geradezu erhebliche Neugierde der Experten auf den virtuellen Beratungsbereich. Verständlicherweise wurde vor der Erhebung mit einem kleinen Teil an neugierigen Beratern gerechnet, zumal es sich hier um ein modernes, neuartiges Beratungsfeld handelt. Trotz der Überraschung der beträchtlichen Bedeutsamkeit dieses Interesses, sollte das Ergebnis nicht als Sensationslust aufgefasst und nachteilig eingeschätzt werden. Im Gegenteil: Möglicherweise handelt es sich hier sogar um interessierte Fachleute, die einen Drang nach Wissen über dieses frische Beratungsfeld haben und sehr aufgeschlossen hinsichtlich neuartiger psychosozialer Dienstleistungen sind. Solche können sich hier durchaus etablieren und mit ihrem Engagement positiv zur Entwicklung von Internet-Beratungen beitragen. Inwiefern die Neugierde speziell begründet ist, muss an dieser Stelle offen bleiben und sollte in zukünftigen Untersuchungen überprüft werden.

Eine berufliche Chance sehen die Experten in diesem Arbeitsfeld im Allgemeinen eher weniger. Die geringe Zustimmung der Frage, ob sie sich hier ein zweites Standbein aufbauen wollen, verwundert aufgrund der Tatsache, dass es sich um eine unbezahlte, ehrenamtliche Tätigkeit handelt, nicht. Ein Großteil hatte das Interesse, neben dem herkömmlichen Beruf noch etwas anderes zu tun, wobei nur ein Drittel die Tätigkeit als berufliches Sprungbrett ansieht. Bezieht man die zusätzlichen Beweggründe der Berater in diesen Rahmen mit ein, wird deutlich, dass es sich hier überwiegend um Menschen handeln muss, die gerne etwas

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Nützliches für die Gemeinschaft tun. Hinsichtlich einer Karrierechance kann man Internet-Beratungen in diesem Rahmen in der Weise auffassen, dass man durch die Nebentätigkeit mit einem neuen Arbeitsfeld und damit auch mit neuen methodischen Techniken in Berührung kommt. So können beispielsweise Schüler oder Studenten generell Erfahrungen in der psychosozialen Praxis sammeln und bereits Professionelle sich ferner durch neuen Wissenserwerb weiterentwickeln. Eine permanente Verbesserung der beruflichen Vorgehensweise bereichert hingegen weiterhin unterstützende und hilfsbreite Beratungsarbeiten. Lediglich knapp 20% sehen in diesem modernen Feld eine vielversprechende Marktlücke, was dahingehend gedeutet werden kann, dass es sich bei Online-Beratungen immer noch um einen Bereich handelt, der noch in den Kinderschuhen steckt und einer ständigen Weiterentwicklung, auch in Hinsicht auf mehr Popularität bedarf.

Immerhin glauben 90% aller Online-Berater an die Effizienz dieser Beratungsart. Dieser Befund könnte dafür sprechen, dass die Experten (auch) annehmen, selbst effektive Arbeit zu verrichten, nicht umsonst sind sie sich bei dieser Annahme so einig. Hätten sie nicht selbst durch ihre Tätigkeit die Erfahrung gemacht, dass sie durch die virtuellen Beratungen ihren Klienten helfen, sie unterstützen und entlasten und bei der Bewältigung ihrer Probleme mitwirken, wären sie nicht fast übereinstimmend dieser Meinung.

Der geschlechtsspezifische Vergleich der Motivation ist zwar nicht signifikant, jedoch verblüffend. Entgegen den vorherigen Annahmen weisen Frauen mehr Neugierde auf als Männer. Dieser Aspekt kann noch damit erklärt werden, dass Frauen im Gegensatz zu Männern im Allgemeinen neugieriger sind. Doch weshalb sind weibliche Beraterinnen viel mehr wegen beruflichen Möglichkeiten hier tätig? Möglicherweise hängt dieser Befund damit zusammen, dass es eine Vielzahl von pädagogischen Beraterinnen gibt, die sich – in Betracht des jungen Alters – noch im Studium oder am Beginn ihrer Karriere befinden und hier eine gute Möglichkeit sehen, Erfahrungen zu sammeln und etwas für die Praxis dazuzulernen. Und wieso sind Online-Berater hilfsbereiter als ihre Kolleginnen? Dieses nicht signifikante Ergebnis kam unter Umständen dadurch zustande, dass die Zahl der männlichen Befragten deutlich geringer ist als die der Weiblichen, wodurch die allgemein hohe Hilfsbereitschaft wohl ein etwas stärkeres Gewicht auf der männlichen Seite gewann. Um mehr über geschlechtsspezifische Motivationsdifferenzen herausfinden zu können, könnte man diesen Unterschieden in weiteren Forschungen intensiver nachgehen, insbesondere mit einer größeren Zahl von Befragten und einer zahlenmäßig gleichen Verteilung der Geschlechter.

Im Großen und Ganzen kann man bei dieser Stichprobe von Online-Beratern sprechen, die bezüglich ihrer Tätigkeit insgesamt alle Mal eine hohe Motivation aufweisen, wobei diese überwiegend durch Hilfsbereitschaft und dem Wunsch, Ratsuchende zu unterstützen, gekennzeichnet ist. Solch eine Aufmerksamkeit gegenüber hilfebedürftigen Menschen kann sich auch in der Beratungsarbeit zeigen, zumal Menschen, die mit dem Herzen dabei sind, weitaus sensibler und verständnisvoller mit ihren Klienten umgehen als welche, die keinerlei Ansporn und Motivation besitzen.

### **11.4.2 Sind die Experten für die Tätigkeit qualifiziert?**

Nicht nur Interesse und Motivation spielen für eine hilfreiche Tätigkeit als Online-Berater eine Rolle. Eine mitunter maßgebliche Fragestellung der vorliegenden Studie war es, ob die Ratsuchenden im Internet kompetente Hilfe bekommen können. Um dies beurteilen zu können, sind Informationen über die Qualifikation der in Internet-Beratungen Tätigen von wesentlicher Bedeutsamkeit, zumal eine gewisse Grundausbildung für die Tätigkeit eine wichtige Voraussetzung ist (Kühne, 2009). Aus der Literatur gab es bis zum jetzigen Zeitpunkt lediglich Empfehlungen bzw. Wünsche nach gewissen Qualifikationen, Kompetenzen und Beraterqualitäten (z.B. McLeod, zitiert nach Fritsch, 2009). Den allgemein gewünschten Kompetenzen (z.B. Lesekompetenz; vgl. Kapitel 4.4.2), sowie empfohlenen Qualitäten des Beraters wurden in dieser Studie nicht nachgegangen, jedoch gewann die Befragung interessante Ergebnisse zu deren beruflichen Qualifikation.

Die Untersuchung konnte herausfinden, dass die Stichprobe der Online-Berater über ein hohes Bildungsniveau hinsichtlich des Schulabschlusses verfügt. Lediglich eine Minderheit besitzt (noch) keinen Abschluss oder hat lediglich die mittlere Reife. Diese kleine Gruppe lässt sich mit den Peer-Beratern der kids-hotline erklären. Hier handelt es sich um junge Menschen, die teilweise noch zur Schule gehen und ihre Beratertätigkeit sozusagen „unter Aufsicht“ leisten. Den Peer-Beratern, die Beratung auf der Basis eigener Erfahrungen eher im Sinne von „Selbsthilfe“ (Götz, 2003, S. 92) leisten, wird eher eine „Entlastungsfunktion“ (ebd.) zugeschrieben. Sie kommunizieren mit den Ratsuchenden zwar hochgradig emanzipiert und wertschätzend, kommen jedoch nicht selten an ihre beratungsqualitativen Grenzen (Götz, 2003). In Anbetracht dessen, dass fast drei Viertel der Experten das Gymnasium und/oder sogar ein Universitätsstudium abgeschlossen haben, kann diese Minorität für die Beurteilung vernachlässigt werden.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Dem entgegen sind die Befunde bezüglich einer absolvierten Ausbildung überraschend. Über die Hälfte der Berater verfügen über keine abgeschlossene Berufsausbildung. Dieses verblüffende Ergebnis kann durch die nachfolgenden Vermutungen ausgelegt werden. So ist es möglich, dass sich diese 60,8% einerseits aus Schülern, welche noch zur Schule gehen und Studenten, welche direkt nach dem Schulabschluss ein Studium begonnen haben, zusammensetzen. Immerhin besteht die Stichprobe zu 37,3% aus Studenten und zu 15,7% aus Schülern. Doch was ist mit den restlichen knapp 7% der Berater ohne Ausbildung? Handelt es sich hier um Berater, die nach der Schulausbildung direkt arbeitslos wurden und blieben? Es scheint, als hätte ein Teil der Befragten die Frage nach der „Ausbildung“ als traditionelle Ausbildung im Sinne einer Lehre verstanden und sie deswegen verneint. Es macht den Eindruck, als wäre dies die einzig sinnvolle Erklärung, zumal sich die Majorität mit mindestens einem der zur Auswahl gestandenen Berufsbezeichnungen identifizierte. Insofern sollte die große Anzahl an Beratern ohne abgeschlossene Berufsausbildung nicht voreilig negativ bewertet werden.

In Hinblick auf die Berufsgruppen verteilen sich Online-Berater überwiegend auf den medizinischen, erzieherischen und sozialen Bereich, was u.a. den Empfehlungen der DGOB (o.J.) entspricht (vgl. Kapitel 4.4.2). Dies scheint im Rahmen einer psychosozialen Internet-Beratung ebenso plausibel wie die spezifischen Berufe, welche sie besitzen. Die Ergebnisse zeigen, dass Beratende hauptsächlich (Sozial-) Pädagogen sind, es aber auch viele Erzieher, Pflegefachkräfte, Lehrer, Therapeuten und Psychotherapeuten gibt. Ein Viertel absolvierte zum Untersuchungszeitpunkt ein Studium in einem der angegebenen Bereiche. Aufgrund dieser Ergebnisse kann eindeutig festgestellt werden, dass es sich bei den befragten Beratern durchaus um qualifizierte Fachleute handeln muss, welche durch die bisherige Ausbildung eine fundierte Basis an gelerntem Fachwissen besitzen (Kühne, 2009). Besonders die Anwesenheit von speziellen Experten aus dem therapeutischen Bereich muss hervorgehoben und anerkannt werden. Allerdings stellt sich die Frage, weswegen Ärzte, Neurologen, Psychiater, Psychologen und Soziologen nicht im Feld der Online-Beratungen auftauchen, zumal diese im herkömmlichen Leben durchaus auch Beratungsarbeit leisten. Stellen Internet-Beratungen für solche Berufe kein geeignetes Feld dar? Oder handelt es sich um eine stichprobenspezifische Abwesenheit dieser Professionen? Diesem Aspekt könnten weitere Forschungen genauer nachgehen, zumal eine Einbindung solcher Fachleute durchaus produktiv für eine effektive(re) Beratungsarbeit sein könnte.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Zieht man zu den bisherigen Befunden die gewonnenen Resultate der Teamzusammensetzungen der teilgenommenen Beratungseinrichtungen hinzu, wird das positive Bild der Qualifikation weiterhin verstärkt. Beide Gruppen setzen sich aus Beratern mit Qualifizierungen in unterschiedlichen Fachbereichen zusammen. Demzufolge sind die Anbieter der Internet-Beratungen nicht einseitig, sondern das Team besitzt vielseitige und unterschiedliche Kenntnisse und Erfahrungen aus ihrer traditionellen Arbeit. Infolgedessen müssen sich die Einrichtungen nicht in erster Linie auf einen Bereich konzentrieren (z.B. „nur“ Erziehungsberatung anbieten, weil es „nur“ Erzieher gibt), sondern können verschiedenartige Themengebiete und Problembereiche bearbeiten. Reicht die Kompetenz eines Beraters für einen bestimmten Klienten nicht aus, hat er immer noch die Möglichkeit, ihn an einen anderen Kollegen abzugeben bzw. weiterzuleiten, wovon ein Ratsuchender wiederum nur profitieren kann. Ob es zu einer Weitervermittlung an einen anderen Online-Berater der Einrichtung kommt, kann nur vermutet werden. Immerhin lehnen Experten nach eigenen Aussagen Beratungen ab bzw. nehmen sie gar nicht erst an, wenn die Anfrage ihren Kompetenzbereich überschreitet und/oder ihnen eine Intervention persönlich zu schwer erscheint.

Zuerst überraschte der Befund, dass die Mehrheit der Online-Berater in der realen Welt nicht beraterisch tätig ist, nach einigen Überlegungen erscheint das Ergebnis jedoch plausibel. Denn immerhin leistet auch nicht jeder Lehrer in der Schule, jeder Erzieher im Kindergarten oder jeder Arzt in seiner medizinischen Praxis gleichzeitig Beratungsarbeit im Sinne von psychosozialer Beratung. Infolgedessen ist die geringe Anzahl der zugleich traditionellen Berater nicht umgehend negativ anzusehen. Die Frage, woher die restlichen Online-Berater dann wissen, wie sie virtuelle Beratungen durchführen sollen, kann mit Einbezug der Ergebnisse zur „Ausbildung“ zum Internet-Berater beantwortet werden. Laut Aussagen der Befragten hat zwar kein Proband eine professionelle Ausbildung zum Online-Berater (z.B. durch die Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung) absolviert, jedoch wurden über drei Viertel der Experten intern geschult, d.h. bereits im virtuellen Beratungsfeld Tätige unterrichteten sie durch Hinweise, Anregungen und Empfehlungen. Diese Anleitung ist vor allen Dingen für diejenigen Berater von besonderer Relevanz, die noch zur Schule gehen und/oder als Peer-Berater tätig sind, zumal sie bisher keinerlei Ausbildung genossen und wahrscheinlich keine praktische Berufserfahrung gesammelt haben. Auch für Menschen, die zwar schon viel in ihrem Beruf gearbeitet und reichlich Erfahrungen gesammelt haben, kann das virtuelle Beratungsfeld unter Umständen trotzdem „neu“ sein, verschiedene Stolperfallen

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

beinhalten und Fragen aufdecken. In diesem Zusammenhang stellt eine solche „Ausbildung“ auch für Professionelle eine sinnvolle Angelegenheit dar. Kühne (2009, S. 238) zufolge ist eine solche Ausbildung sogar notwendig, damit sich die Tätigen „mit den besonderen Möglichkeiten und Methoden der Online-Beratung [...] vertraut machen [können]“, zumal eine Übertragung der bisher erlernten Theorien und Konzepte auf den virtuellen Beratungsbereich „nur bedingt“ (ebd.) möglich ist. Außerdem darf das notwendige Wissen nicht lediglich auf eigenen Erfahrungen beruhen, da Berater ohne diese inhaltliche Basis schnell an ihre fachlichen Grenzen stoßen (Gehrmann et al., 2005). Die überaus häufigen beratungsinternen Aus- bzw. Weiterbildungen bedürfen folglich einer durchaus vorteilhaften Anerkennung.

Ungeklärt bleibt jedoch die Frage, was mit denjenigen ohne Aus- oder Weiterbildung ist. Haben diese Berater durch ihre Berufserfahrung keinen Bedarf an einer Anleitung? Wurde eine Instruktion lediglich vergessen? Oder haben sie bereits bei anderen Beratungseinrichtungen Wissen über die Online-Beratungstätigkeit erworben? Dieser kleinen Gruppe sollte in weiteren Befragungen unbedingt noch expliziter nachgegangen werden. Denn: Auch wenn gewisse Online-Berater womöglich bereits sehr viele Berufserfahrungen gesammelt haben und sich kompetent für diese Tätigkeit fühlen, so ändern sich die technischen Möglichkeiten der Internet-Beratungen ebenso, wie sich ihre Methodik fortschreitend entwickelt. Die Berater sollten sich laut Kühne (2009, S. 238) „diesen Veränderungen [...] stellen, [um] mit den technischen Entwicklungen Schritt zu halten“. Aus diesem Grund ist eine grundsätzliche Anleitung zwingend ratsam.

Trotz kleiner Ungereimtheiten und wenigen entstandener klärungsbedürftiger Fragen konnten die Ergebnisse hervorbringen, dass es sich bei den hier befragten Online-Beratern gewiss um qualifizierte und kompetente Menschen handelt, womit das Bedürfnis von Klienten nach einer mindestens genauso hohen Qualifikation wie in traditionellen Beratungseinrichtungen befriedigt sein sollte (Kral & Traunmüller, 2008). Hinsichtlich der Qualifikation bedarf es bei dieser Stichprobe im Sinne der Erwartungen der DGOB (o.J.) keiner negativen Kritik, wobei lediglich mehr Beratungserfahrungen aus der herkömmlichen Praxis vermisst werden. Das befürchtete Problem mangelnder Professionalität der Tätigen (vgl. Kapitel 5.5.1) konnte durch die Ergebnisse ausgeschlossen werden. Es muss aber berücksichtigt werden, dass zukünftige Studien bei anderen Internet-Beratungen auch zu einem völlig anderen Resultat kommen können. Des Weiteren muss folgendes hinzugefügt werden: Nicht jeder Experte, der fachlich

befähigt ist, ist zugleich für virtuelle Beratungsarbeit geeignet. Inwiefern die Professionellen dieser Studie fachlich kompetente Beratungen durchführen, prüfen nachfolgende Abschnitte.

### **11.4.3 Oberflächliche Beratung oder strategische Vorgehensweise?**

Ob eine Beratung effektiv ist und zum Ziel, also zur Lösung des Problems führt, hängt nicht unwesentlich von der methodischen Vorgehensweise des Experten ab. Die Kompetenz und Technik des Beraters leisten hier einen erheblichen Teil zur Wirksamkeit. Inwiefern die Tätigen nach den in Kapitel 6.1 genannten Kriterien methodisch bzw. strategisch vorgehen und ob Anfragen nach der Empfehlung von Schulte-Steinicke (2002) beantwortet werden, konnte nicht explizit geprüft werden. Dennoch ergaben sich gewinnbringende Erkenntnisse.

Zum Einen brachten die Ergebnisse deutlich hervor, dass die Erteilung einfacher Ratschläge z.B. durch Vorschläge von Lösungsmöglichkeiten nicht ausreicht, um zur Besserung der Lage des Klienten beizutragen. Den Hilfesuchenden wird weder strikt vorgeschrieben, was sie tun sollen, noch werden Beratungen umgehend nach nur einer Empfehlung beendet. In diesem Zusammenhang muss es sich bei den Ratsuchenden um welche mit gravierenderen und schwerwiegenderen Problematiken aus den angegebenen Themengebieten handeln. Nicht umsonst gaben die Klienten auch an, sich in einer akuten Krise zu befinden. Dass die Berater den Schweregrad der Probleme ebenfalls erkennen und ihnen bewusst ist, dass ein nur kurzer Austausch für den Klienten unbefriedigend wäre, ist anzuerkennen. Selbstverständlich wäre es durchaus ansehnlich, würden einfache Anregungen des Beraters dem Klienten direkt helfen, jedoch ist eine solch schnelle Durchführung, insbesondere in einer unmittelbar kritischen Situation auch nicht originär das Ziel eines beraterischen Settings.

Darüber hinaus kommt es erst dann zur Beendigung der Beratung, wenn eine Lösung für das Problem bzw. für den Umgang mit der Situation gefunden wurde, wobei Beratungsabbrüche relativ selten ohne Zustimmung des Ratsuchenden zustande kommen. Die niedrige Quote von Beratungsabbrüchen muss günstig bewertet werden, zumal dies auch intensive Bemühungen von Seiten der Experten widerspiegelt. Doch was geschieht mit den knapp 15% der Ratsuchenden, bei denen die Beratung ohne ihre Einwilligung beendet wurde? Werden diese Klienten einfach sich selbst überlassen? Wurden ihnen die Gründe des Abbruches genannt? Wohin wenden sich diese zukünftig? Dieser kleinen, aber dennoch bedeutsamen Gruppe müssen weitere Untersuchungen dringend nachgehen.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Häufiger als reine Ratschläge, aber weiterhin eher selten, vermitteln Online-Berater Informationen an die Klienten. Je nach Art der Auskünfte differieren die Angaben der Experten, was nicht verwunderlich ist, zumal Ratsuchende auch unterschiedliche Bedürfnisse haben und Berater versuchen, ihnen das anzubieten, was sie erwarten. So helfen die Berater ihren Klienten vorwiegend, sich über professionelle Hilfe oder bestimmte Themen zu informieren, als Adressen von Hilfseinrichtungen zu vermitteln. Diese Unterschiede stehen in der Rangfolge der Wichtigkeit auch im Einklang mit den Ansprüchen der Ratsuchenden, wodurch angenommen werden kann, dass Hilfesuchende hier von ihren Beratern die Informationen bekommen, die sie sich wünschen. Insgesamt werden derartige Auskünfte zwar häufiger weitergegeben als gewünscht, dieses Angebot sollte aber nicht negativ betrachtet werden. Manchmal ist es bei Hilfesuchenden besser, eine Empfehlung zu viel als zu wenig auszusprechen. Möglicherweise bekommen sie dadurch einen Anstoß, sich professionelle Hilfe außerhalb der Online-Beratung zu holen. Die Logik dieses Kontextes ist auch deutlich daran zu erkennen, dass der Wunsch nach Hilfsangeboten größer ist, als nach Adressen von Einrichtungen vor Ort. Auf diese Weise können Berater an Hilfe interessierte User eventuell dazu bringen, diese Angebote auch im realen Leben in Anspruch zu nehmen. Ob die Vermutung auch empirisch belegbar ist, bleibt zu überprüfen.

Zum Anderen konnte die empirische Erhebung interessante und unter allen Umständen affirmative Resultate bezüglich der ausführlichen Beratungen und der Vorgehensweise hierbei hervorbringen. So werden einerseits beinahe immer intensive und umfassende Beratungen von den Online-Beratern durchgeführt, was die Ergebnisse von Klapproth und Niemann (2000) bestätigt. Während die eine oder andere Strategie mehr oder weniger häufig angewandt wird, verdeutlichen die Ergebnisse einen geradezu detaillierten und strukturierten Beratungsablauf. Andererseits kommt es überwiegend häufig zur Integration und Umsetzung herkömmlicher Beratungstechniken, wie beispielsweise das strukturierte Vorgehen, die Ressourcenaktivierung beim Klienten oder die gemeinsame Erarbeitung einer Problemlösung auf der Basis einer Beratungsbeziehung. Dies entspricht einer adäquaten Vorgehensweise im Sinne des allgemeinen Beratungsverständnisses mit Einbezug der Basisprinzipien virtueller Beratungen (vgl. Kapitel 2.1, 2.3 und 4.2).

Des Weiteren kommt es zu einer relativ häufigen Anwendung zweier spezieller Beratungsansätze. Fast alle Online-Berater setzen den lösungsorientierten Ansatz und mehr als die Hälfte (zusätzlich) den klientenorientierten Ansatz im Beratungsverlauf ein (vgl.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Kapitel 2.3). Die Experten gaben zwar an, diese Strategien zu verwenden, ob die entsprechenden Interventionstechniken korrekt umgesetzt werden, konnte nicht explizit geprüft werden. Die Ergebnisse der Ratsuchenden (vgl. Kapitel 11.4.4 und 11.5.1) sprechen jedoch dafür. Durch den Einsatz echten, empathischen und wertschätzenden Verhaltens und die Fokussierung auf eine Problemlösung kann angenommen werden, dass virtuelle Beratungsarbeit ebenso strategisch vonstattengeht wie Reale und somit genauso erfolgsversprechend sein kann (Englmayer, 2005; Knatz & Dodier, 2003). Viel seltener, aber immerhin werden weitere, noch speziellere Konzepte eingesetzt, wie beispielsweise Methoden aus der Kreativ- oder Traumatherapie. Da diese (selbstgenannten) Methoden sehr spezifisch sind, sollte ihr Einsatz durchaus Beachtung bekommen, wenn er auch selten ist. Ob die Techniken der genannten Kreativ-Therapie denen des kreativen Schreibens (vgl. Kapitel 5.4.2) entsprechen, kann nicht nachgewiesen werden.

Dem entgegen ist die Nutzung des Vier-Folien-Konzeptes und der systematischen Metaphernanalyse extrem mäßig. Da das virtuelle Beratungsfeld generell neuartig ist und speziell für das Internetsetting ausgearbeitete Konzepte sozusagen „fabrikneu“ sind, wurde auch eine geringe Anwendung dieser erwartet. Für die vergleichsweise kleine Stichprobe der Experten ist das Ergebnis auch plausibel. Nachfolgende Befragungen mit mehr Probanden könnten unter Umständen höhere Verwendungen der medienspezifischen Methoden erlangen. Außerdem kann nicht bestätigt werden, ob diejenigen Berater, die angaben jeweilige Konzepte zu nutzen, dies auch tatsächlich tun. Unbefriedigend ist zudem der Befund, dass die SET-Kommunikation in dieser Stichprobe keinerlei Anwendung findet. In Anbetracht der Vielzahl an Ratsuchenden, die sich in einer akuten Notlage befinden, wäre der Einsatz dieser Beratungsstrategie durchaus angebracht, zumal die SET-Kommunikation besonders hilfreich bei Menschen in psychischen Krisen sein kann (Knatz & Dodier, 2003; Englmayer, 2005; Knatz, 2006b).

Es ergaben sich zwar keine signifikanten Geschlechtsunterschiede bei der methodischen Vorgehensweise, jedoch zeigen die Ergebnisse einerseits, dass kids-hotline-Berater überwiegend lösungsorientiert vorgehen, wohingegen Berater der Hoffnungswiese öfter den dialogischen Ansatz einsetzen. Andererseits erwies sich eine häufigere Verwendung der lösungsorientierten Methode von intern ausgebildeten Experten. Dies lässt die Vermutung aufkommen, dass Betreiber der kids-hotline ihre Berater vorwiegend lösungsorientiert anleiten und damit eine spezielle Beratungsstrategie verfolgen. Ob die gezielte Ausbildung

positiv oder negativ hinsichtlich der Effektivität der Beratungen zu bewerten ist, muss an dieser Stelle noch offen bleiben.

Somit konnte die Untersuchung beweisen, dass traditionelle Methoden und Techniken, sowie spezifische Konzepte und Ansätze auch in der virtuellen Welt ihre Anwendung finden, als auch dass die Experten ihre Tätigkeit geradezu sorgfältig ausführen. Ihr Verhalten spricht für Kompetenz und Qualifikation und sei ihnen damit hoch anzurechnen. Es sollte ferner jedoch noch überprüft werden, ob der hohe Methodeneinsatz universell gesehen werden kann oder ob es sich hier um ein stichprobenspezifisches Resultat (möglicherweise sogar in Zusammenhang mit der internen Anleitung) handelt.

### **11.4.4 Wie sehen die Ratsuchenden ihren Helfer?**

Während die vorherigen Abschnitte den virtuellen Helfer hinsichtlich seiner Motivation, fachlichen Qualifikation und strategischen Vorgehensweise beschrieben, sollen die Berater in den nachfolgenden Passagen aus der Sicht der Ratsuchenden charakterisiert werden. Immerhin sind sie diejenigen, die Hilfe benötigen und in Anspruch nehmen, insofern ist ihr Blickwinkel von großer Bedeutsamkeit.

Die Einschätzung des Charakters der Berater erfolgte überwiegend positiv. Ratsuchende befürworteten insbesondere seine Sympathie, sein Verständnis, sowie sein Engagement, wobei es zwischen den Probanden der befragten Einrichtungen keine signifikanten Unterschiede gab. Sicherlich bestanden kleine Differenzen bei den jeweiligen Charakterzügen hinsichtlich der Zustimmung, immerhin sind die Meinungen von Menschen unterschiedlich. Generell kennen jedoch mindestens 86% der Nutzer positive Eigenschaften des Experten an, was bedeutet, dass sie ihren virtuellen Helfer durchaus angenehm sehen. Im Gegenzug dazu wurden negative Eigenschaften vom größten Teil der Befragten abgelehnt, wodurch die Nutzer nicht nur die Positiven hervorheben, sondern auch die Negativen zurückweisen. Eine spezielle Eigenschaft ist dennoch diskutabel: Im Vergleich zu den restlichen Eigenheiten, bekam die fachliche Kompetenz die größte Ablehnung (14%) und die Inkompetenz die größte Zustimmung (11,3%). Zwar handelt es sich bei den Zahlen noch um Abweisungen des (fachlich) kompetenten Verhaltens in geringer Größe, die absolute Mehrheit vermutet in ihrem Berater durchaus Kompetenz. Es stellt sich jedoch die Frage, wieso besonders das Fachwissen des Beraters weniger Anerkennung bekommt. Für diese Differenz lassen sich Vermutungen auf beiden Akteurs-Seiten finden. Auf der Seite der Ratsuchenden kann angenommen werden, dass sie möglicherweise aufgrund des geringen Bedürfnisses nach

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Informationen solche auch nicht bzw. seltener erhielten, wodurch sie ihren Berater wiederum als weniger kompetent einstufen. Vielleicht hat ihnen der Experte auch Dinge vor Augen gehalten, die sie selbst in der aktuellen Lage so noch nicht akzeptieren können, wogegen sie sich wehren etc., was sie ferner an seiner Kompetenz zweifeln lässt. Auf der Experten-Seite hingegen besteht durchaus die Möglichkeit, dass besonders diejenigen Berater weniger kompetent eingeschätzt wurden, welche sich noch in der Schule oder Ausbildung befinden. Weitere Untersuchungen sollten diesem Befund unbedingt genauer nachgehen und zudem speziell den Fragen, welche Kriterien ausschlaggebend für Ratsuchende sind, ihren Berater als inkompetent zu betrachten und warum das fachspezifische Wissen mehr abgelehnt wird, als das Allgemeine.

Hinsichtlich Rogers Basisvariablen schätzten die Ratsuchenden ihren Berater vorrangig hoch ein. Sie empfinden das Verhalten des Experten damit überwiegend als empathisch (d.h. er besitzt ein gutes Gespür für ihre Sorgen), echt (d.h. er drückt offen und ehrlich aus, was er denkt) und wertschätzend (d.h. er interessiert sich am Wohlergehen seines Klienten). Dies widerspricht den Befunden von Götz (2003, S. 87), bei dessen Untersuchung die Ratsuchenden ihrem Berater „zu wenig Empathie“ zuschrieben und „ein Engagement zur Problembearbeitung“ vermissten. Aus der Betrachtungsweise der User der vorliegenden Forschung kann jedoch davon ausgegangen werden, dass Online-Berater die wichtigsten Eigenschaften für einen Beratungsprozess durchaus besitzen und in erster Linie durch Wertschätzung gekennzeichnet sind. Zu demselben Ergebnis kam die Untersuchung von Hartel (2008b). Beziehungsfördernde Beratervariablen, die aus der traditionellen Beratungsarbeit bekannt und dort anerkannt sind, sind auch im virtuellen Raum relevant. Diese stehen nicht nur „in Zusammenhang mit einem positiven Behandlungsergebnis“ (Hartel, 2008b, S. 81), sondern werden zudem als hilfreich erachtet. Insofern ist die hohe Bewertung dieser Wirkfaktoren überaus von Vorteil für virtuelle Beratungen. Darüber hinaus bestätigen die Ergebnisse, dass der Aufbau einer Beratungsbeziehung auch im virtuellen Raum möglich ist (Knatz & Dodier, 2003; Englmayer, 2005; vgl. Kapitel 4.4.3) und widerlegen die grundsätzliche Ausblendung einer Beziehungsebene im virtuellen Rahmen (vgl. Kapitel 5.1).

Hinsichtlich des unterstützenden Verhaltens konnte einerseits allgemein weniger Zustimmung und andererseits differierende Meinungen erfasst werden. Generell lässt sich laut Angaben der Nutzer auf jeden Fall Unterstützung durch den Berater festhalten, jedoch werden

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Lösungsmöglichkeiten mehr von Beratern zur Verfügung gestellt, als sie vom Nutzer selbst entdeckt und umgesetzt werden. Ob dies an einer zu großen Aktivität der Experten oder an nicht vorhandenen Ressourcen der Nutzer liegt, kann an dieser Stelle nur vermutet, aber nicht beantwortet werden. Grundsätzlich wird jedoch gefordert, die Beratungsbeziehung derart zu gestalten, dass beide Akteure gleichrangig zusammenarbeiten. Dies wiederum impliziert ein partnerschaftliches Erarbeiten von Problemlösungen, nicht jedoch Vorschläge nur von der Berater-Seite. Wird nach diesem lösungsorientierten Ansatz vorgegangen, wird nicht nur die Problemlösekompetenz der Ratsuchenden gestärkt und ihre Autonomie gewahrt, sondern auch die Umsetzung der Ziele sicherer (Hartel, 2008b).

Zudem konnte ermittelt werden, dass Ratsuchende zwar zu 95% selbst bestimmen, welches Thema besprochen wird, jedoch nicht immer ein Ziel der Beratung festgehalten und noch seltener über die Regeln des Beratungsprozesses gesprochen wird. Inwiefern eine organisatorische Absprache relevant für einen positiven Beratungsablauf ist, ist unbekannt, jedoch bedarf es unbedingt einer Vereinbarung hinsichtlich der Ziele der Intervention. Dass nur knapp etwas über die Hälfte der Probanden von einer vorherigen Zielsetzung berichten konnte, stellt ein ungünstiges und unvorteilhaftes Ergebnis dar. Es sollte dringend der Frage nachgegangen werden, ob Berater generell keine Zielvereinbarungen mit ihren Klienten treffen oder ob es hier an fehlenden Ressourcen des Klienten liegt, welche eine gemeinsame Klärung einer Absicht nicht ermöglicht haben. Beide Akteure sollten in Beratungsprozessen, sowohl online, wie auch offline zusammen entscheiden, was sie im Verlauf vorhaben und welches Resultat durch die Beratung angestrebt wird. Die eher gering empfundene Strukturierung durch den Berater deckt sich mit den Ergebnissen von Hartel (2008b), ist aber aufgrund der Tatsache, dass sie nicht direkt Einfluss auf den Beratungserfolg hat, nicht schwerwiegend. Zentrale Beziehungsfertigkeiten, die in der vorliegenden Untersuchung durchaus hervorgestochen sind, beeinflussen den Erfolg des Settings weitaus mehr, v.a. die Wertschätzung und die Emotionalität des Beraters.

Im Gegensatz zur Strukturierung berichteten die Klienten von einem großen Ausmaß an emotionalem Verhalten ihres Beraters. Sie fühlen sich bei der verständnisvollen Kommunikation mit ihm nicht nur überwiegend wohl, sondern werden zudem bei Hilflosigkeit oder Verzweiflung von ihm getröstet und ermutigt, sodass sie anschließend zum Großteil erleichtert sind. Die teilweisen Meinungsverschiedenheiten der Ratsuchenden sind aufgrund der Tatsache, dass es sich um unterschiedliche Hilfesuchende mit verschiedenen

Sorgen und Bedürfnissen handelt, normal. Generell beurteilen Ratsuchende ihren Helfer, unabhängig von der Beratungseinrichtung und des Geschlechts überwiegend positiv, wodurch die objektive Qualifikation und methodische Vorgehensweise des Experten durch das subjektive Empfinden der Klienten verstärkt als durchaus profitabel angesehen werden kann. Ferner zeigt die überwiegende Zustimmung der beziehungsfördernden Verhaltensweisen des Beraters, dass im virtuellen Kontext der Aufbau einer Beratungsbeziehung möglich ist und in dieser Studie von den Ratsuchenden auch als solche erlebt wurde. Die positive Beziehung kann für (vermehrte) Beratungserfolge genutzt werden (vgl. auch Hartel, 2008b).

### **11.5 Welche Erfahrungen sammeln die Beteiligten und welche Eindrücke vermitteln sie ihrem Helfer?**

#### **11.5.1 Sammeln Ratsuchende überwiegend positive und hilfreiche Erfahrungen?**

Hinsichtlich der gesammelten Erfahrungen im Beratungsprozess, von denen Ratsuchende berichteten, konnten in erster Linie positive Befunde gewonnen werden. Laut Angaben der Klienten verläuft der Austausch zwischen ihnen und ihrem Berater überwiegend angenehm und erfreulich, sodass die Kommunikation als beinahe einwandfrei anzusehen ist. Die Befragten schildern, in erster Linie selbstbestimmt und offen über alle Dinge schreiben zu können, die sie bedrücken, sogar tiefgehende, gravierendere Probleme werden von der überwiegenden Mehrheit angesprochen. Dieses überaus vorteilhafte Ergebnis ist nicht verwunderlich in Anbetracht dessen, dass sich die Majorität der Nutzer auf ihren Berater verlassen kann, ihm vertraut und sich von ihm ernst genommen fühlt. Die hier berichteten vorteilhaften Erfahrungen entsprechen ziemlich den in Kapitel 4.4.1 aufgeführten Bedürfnissen bzw. Erwartungen von Ratsuchenden früherer Untersuchungen (Englmayer, 2005; Pammer, 2008; Eichenberg, 2007). An dieser Stelle kann zwar nicht behauptet werden, dass die Probanden dieser Studie genau dieselben Erwartungen vor Inanspruchnahme der Beratung hatten, dennoch ist der Vergleich und ergänzende Befund durchaus anerkennenswert.

Trotz der zweifelsfrei tadellosen Kommunikation im Beratungsprozess, berichten Ratsuchende differierend über erfolgreiche Resultate bezüglich ihrer Sorgen und Probleme. Die Mehrheit versteht sich selbst durch die Beratung zwar besser, äußert sich aber nicht überwiegend über ein gestiegenes Verständnis ihrer Problematik. Die zwar entlastenden Gespräche, jedoch unzureichende Problemlösung dieser Stichprobe bestätigt die Befunde von Götz (2003). Das Ergebnis kann damit begründet werden, dass sich viele Ratsuchende – laut

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

der Befunde bezüglich der Dauer der Beratung – erst am Anfang des Beratungsprozesses befinden, sodass eine tiefergehende Befassung noch nicht möglich war, diese aber im Laufe der Beratung immer mehr vonstattengeht. Ferner kann der Aspekt auch mit einem hohen Schweregrad der Problematik erklärt werden. Eigene Berichte der Befragten zeigen die brisante Aktualität der Probleme. Möglicherweise ist ein virtuelles Setting hier nicht ausreichend, damit Ratsuchende ihre schwere Problematik gründlich begreifen können. Ebenfalls denkbar wäre die Erklärung, dass sie gerade wegen der Aktualität in ihren Gedanken (zu) „blockiert“ sind, um dem wahren Kern der Situation näher zu kommen.

Dessen ungeachtet gehen die Erfahrungen bezüglich dem Erhalt von praktischen Tipps zur Problembewältigung, der Vermittlung von Hoffnung und auch dem Anraten professioneller Hilfe sehr auseinander, was wiederum sehr diskutabel erscheint. Auf der einen Seite sollten Online-Berater unbedingt ehrlich sein und ihren Ratsuchenden dementsprechend keine unerfüllbaren Aussichten machen, ihr Problem in den Griff zu bekommen. Auf der anderen Seite hingegen ist prinzipiell jedem hilfesuchendem Menschen zu helfen, wenn auch auf unterschiedliche Art und Weise und eventuell nicht im virtuellen Rahmen. Dennoch sollte jeder virtuelle Berater seinen Klienten glaubhafte und durchführbare Möglichkeiten vermitteln, die die Klienten wieder hoffen lassen können und ihnen den Mut geben, ihre Probleme lösen zu können, sodass sie diese angreifen. Denn: Alleine der Austausch mit einem adäquaten Berater und das Anbieten von Hilfe kann für Ratsuchende schon unterstützend wirken (Götz, 2003).

Was den minderen Erhalt von praktischen Tipps anbelangt, müsste für die Interpretation des Ergebnisses herausgefunden werden, ob die Ratsuchenden tatsächlich in so großer Anzahl keine Anregungen vom Berater erhalten oder aber ob die Tipps, die sie bekommen, für sie bloß nicht hilfreich sind. Vielleicht sind die Ratschläge der Berater auch nicht angemessen für das individuelle Problem? Oder können Ratsuchende die Tipps aufgrund zu geringer Motivation oder mangelnder Ressourcen nicht umsetzen, sodass eine Problembewältigung nicht möglich ist? Weiterhin ist die Tatsache, dass der Hälfte aller Befragten nie oder nur selten geraten wird, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen, erklärungsbedürftig. Es wird vermutet, dass Berater dermaßen an die Hilfe im world wide web glauben und/oder die Problematik des Ratsuchenden nicht als derart schwerwiegend betrachten, als dass eine weiterführende professionelle Unterstützung in der realen Welt notwendig wäre. Andererseits wäre es ebenfalls plausibel, wenn die Experten das Vertrauen der Ratsuchenden nicht

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

verletzen wollen, indem sie sie an externe Einrichtungen „abschieben“. Die Erklärungsversuche sind rein hypothetisch und sollten in weiteren Untersuchungen expliziter überprüft werden. Frühere Interviews mit jugendlichen Ratsuchenden ergaben, dass diese eine sehr hohe Hemmschwelle beim Zugang zu örtlichen Beratungsstellen besitzen, was große Angstgefühle zur Folge hat. Obwohl beiden Akteuren die Notwendigkeit professioneller Hilfe bei einer gewissen Problemintensität bewusst ist, führen die vorhandenen Ängste nicht zu einer Inanspruchnahme dieser (Götz, 2003). Eventuell ist dies auch der Grund, dass Hilfesuchende vorzugsweise im Internet nach Hilfe suchen und Berater sie folglich nicht nach außen weiterverweisen.

Entsprechend der vielen Meldungen positiver Erfahrungen, berichteten Ratsuchende zudem weitaus seltener von negativen Erlebnissen im Beratungsprozess. Die Daten konnten geradezu bestätigen, dass Erfahrungen wie belastende Antworten des Experten, Missverständnisse oder welche, die nicht hilfreich sind nur vereinzelt gemacht werden. Nur hin und wieder finden Klienten, ihre Gefühle bekommen zu wenig Beachtung oder werden zu einfach angesehen. Die überwiegende Mehrheit verneint solch ungünstige und nachteilige Sichtweisen. Zwar ist ein kleiner Teil der Befragten der Meinung, durch die Beratung nichts bewirkt zu haben, diese lassen sich aber wiederum vermutlich mit dem großen Teil derjenigen Probanden erklären, die eine Beratung erst seit kurzem in Anspruch nehmen. Die hier gewonnenen Befunde lassen sich als ein außergewöhnlich verständnisvolles und einfühlsames Vorgehen der Experten deuten, zumal die Befragten nur wenig Anlass zu Beanstandungen haben.

In Hinblick auf eine verbesserte bzw. verschlechterte Gefühlslage der Klienten konnte die Studie herausfinden, dass es der überwiegenden Mehrheit nach einer Beratung durchaus besser geht. Trotz einem Überwiegen von fast 64% mit gehobener Stimmung, gab mehr als ein Viertel an, es ginge ihnen nicht oder nur selten besser, wobei es 10,6% sogar oft oder immer schlecht geht. Dieses Resultat spricht auf den ersten Blick nicht für Effektivität der Beratungen, kann aber vielseitig diskutiert werden. Einerseits handelt es sich bei einer Online-Beratung um eine Hilfseinrichtung, die nicht universell positiv wirkt wie eine „Wunderpille“. Ratsuchende sind hier, wie in der realen Welt auch, unterschiedliche Menschen mit den verschiedenartigsten Problematiken, sodass Experten nicht sofort derart intervenieren können, dass es ihnen unmittelbar besser geht. Je nach Problematik und dessen Schweregrad dauert es nun mal eine gewisse Zeit, bis eine zufriedenstellende Lösung gefunden wird, sodass sich Ratsuchende auch besser fühlen. Umgekehrt besitzen die Hilfesuchenden Potentiale und

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Ressourcen in differierendem Ausmaß – ein Problem kann nur mit ihrer Mithilfe gelöst oder verbessert werden. Sind sie aber momentan (noch) nicht in der Lage, etwas an den Umständen zu verändern, weil sie sich noch zu sehr auf ihr Problem konzentrieren, so wird es sich nicht alleine durch den Austausch darüber positiv verändern. Und nicht selten bewirken gerade der Austausch und die damit intensive Auseinandersetzung mit der Problematik kurzfristig eine Verschlechterung der Gefühlslage. Möglicherweise kommen Ratsuchenden durch die Kommunikation vorher unbewusste oder gar verdrängte Dinge erst ins Bewusstsein, wodurch es ihnen schlechter geht.

Auf der anderen Seite lassen sich Interpretationsversuche mit Hilfe zusätzlich erhobener Zusammenhänge tätigen. So konnte durch korrelative Analysen herausgefunden werden, dass das Erhalten von Tipps für den Problemumgang, das Näherkommen des Problems, dessen Kern und damit ein besseres Selbstverständnis, sowie die Hoffnung, das Problem in den Griff zu bekommen eine Verbesserung der Gemütslage beim Klienten direkt beeinflussen. Die Ergebnisse zeigten jedoch, dass Ratsuchende gerade diese Erfahrungen seltener bzw. in unterschiedlichem Ausmaß sammeln. Damit wäre geklärt, wieso es den Nutzern auch in ungleichen Dimensionen besser geht. Negative Erlebnisse beeinflussen eine schlechte Gefühlslage zwar nicht in gleicher Weise wie die Positiven eine Verbesserung, jedoch konnte auch hier herausgefunden werden, dass Antworten des Experten, die Usern nicht helfen und sogar belasten, eine Verschlechterung der Stimmung bewirkt. Speziell diese Aspekte kommen aber laut Klienten nur äußerst selten vor. Der Zwang, über ein bestimmtes Problem zu sprechen, hat zwar einen geringen Einfluss auf eine schlechte Gefühlslage, ist aber aufgrund der Tatsache, dass dies nur bei einem Probanden vorgekommen ist, nicht zwingend bedeutsam.

Weiterhin konnten geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der positiven und negativen Erlebnisse gewonnen werden. Frauen sammeln durchschnittlich mehr günstige Erfahrungen als Männer. Dies kann daran liegen, dass Frauen prinzipiell offener sind und sich besser über ihre Gefühlslage mitteilen können. Möglicherweise steht diese zunehmende Offenheit in Zusammenhang mit einem positiven Beratungsverlauf und damit auch mit fruchtbaren Gewinnen. Umgekehrt können männliche Ratsuchende, wenn sie nicht aufgeschlossen über ihre Problematik kommunizieren, auch nicht so viel Rückmeldung erhalten und demnach weniger von positiven Erfahrungen berichten. Ob diese Annahme eine

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

ausreichende Begründung darstellt und/oder ob es weitere Erklärungen für die Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt, müssen weitere Forschungen überprüfen.

Im Allgemeinen sprechen die Ergebnisse für eine positiv geleistete Arbeit in den untersuchten Online-Beratungen. Unabhängig von der jeweiligen Beratungseinrichtung lässt sich damit aussagen, dass Ratsuchende vorwiegend erfreuliche Erfahrungen sammeln. Online-Berater können die hier gewonnenen Resultate positiv nutzen, um ihr beraterisches Verhalten diesbezüglich zu überdenken und neue Handlungsstrategien anzuwenden. Auf diese Weise kann Klienten verstärkt das vermittelt werden, was sie benötigen und sich wünschen, wodurch Beratungen in der Zukunft (noch) fruchtbarer für die Hilfesuchenden werden können.

### **11.5.2 Stimmen die Erfahrungen der User mit den Berichten der Experten überein?**

Um verstärkende oder gar gegensätzliche Aspekte herauszuarbeiten, sollte weiterhin geprüft werden, ob die Angaben der Klienten mit den Erfahrungen der Online-Berater übereinstimmen. Die Berichte der Berater beziehen sich auf eigens gesammelte Eindrücke, sowie auf vermeintliche Rückmeldungen, die sie von ihren Klienten erhalten haben.

Die Experten berichteten, insgesamt viele Rückmeldungen zu bekommen, wobei das positive Feedback überwiegt. Wenige Beanstandungen durch die Ratsuchenden bedeutet positiv bewertete Beratungsarbeit durch die Berater. Es besteht aber ebenfalls die Möglichkeit, dass Berater unerfreuliches Feedback nicht gerne angeben, damit kein schlechtes Bild von ihnen entsteht. Die Tatsache, dass Klienten insgesamt allerhand an Eindrücken rückmelden spricht jedoch dafür, dass sie offen aussprechen, was sie gut finden. Aufgrund der vorherigen Itemwahl ist nicht ersichtlich, ob auch wenig negative Aspekte vermittelt wurden oder ob generell selten kein Feedback gegeben wird.

Im Allgemeinen konnte festgehalten werden, dass die Eindrücke der Berater die Angaben der Ratsuchenden zwar teilweise bestätigen, nicht aber im gleichen Ausmaß. Positive Erfahrungen wurden von Beratern immens, beinahe übertrieben hervorgehoben und negative Erfahrungen als weniger schwerwiegend dargestellt, zumal unerfreuliche Angaben nur vereinzelt gemacht wurden. Dies zeigt sich beispielsweise an der viel geringer eingeschätzten schlechten Gefühlslage der Klienten und umgekehrt an deren massiven Verbesserung. Nach Auffassung der Experten geht es den Ratsuchenden nach einer Beratung viel besser, als die Hilfesuchenden es selbst sehen (Berater: 89%; Ratsuchende: 63%). Viele Aspekte können hier eine Rolle spielen, um die proportional ungleichen Ergebnisse zu erklären. So kann es

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

einerseits sein, dass es Ratsuchenden tatsächlich besser geht, sie es aber aufgrund ihrer problematischen Situation nicht wahrhaben können. Der Online-Berater hat als Außenstehender hingegen vielleicht eine objektivere Sichtweise und kann die Gefühlslage unvoreingenommener beurteilen. Andererseits besteht die Möglichkeit, dass Ratsuchende dem Berater eine Verbesserung ihrer Lage vortäuschen, wodurch dieser wiederum in größerem Umfang annimmt, die Beratung hätte dem Klienten geholfen. Nicht zu vergessen ist der Aspekt, dass Experten versuchen können, sich und ihre geleistete Arbeit in ein besseres Licht zu stellen. In diesem Sinne wäre es unvoreilhaft anzugeben, ihren Klienten ginge es schlecht. Hinzu kommt die Tatsache, dass Berater von einer Vielzahl von Klienten berichten, die sie im Laufe ihrer Beratertätigkeit betreut haben - womit womöglich auch welche in die Daten mit einfließen, die zum Untersuchungszeitpunkt keine Beratung mehr in Anspruch nahmen, weil es ihnen dementsprechend besser geht. Zwischen diesen ganzen Erklärungsversuchen stellt sich die Frage, welcher Akteursseite mehr Glaube geschenkt werden soll, wobei den Ratsuchenden m.E. hier mehr Bedeutung gegeben werden sollte. Schließlich geht es in Internet-Beratungen genau um sie als Hilfesuchende und ihre Gefühlslage hat einen zentralen Stellenwert. Dennoch sollten weiterführende Untersuchungen klären, weswegen die Befunde keine Proportionalität aufweisen und konkret(er) herausfinden, wie die Stimmung der Ratsuchenden tatsächlich ist. Hinsichtlich der Gefühlslage und Erfahrungen scheint auch der Einbezug und Vergleich mit ehemaligen Ratsuchenden interessant, zumal diese sicherlich gute Gründe besitzen, weswegen sie die Beratung beendet haben und nicht mehr brauchen.

Ebenfalls in Bezug auf das Problemverständnis, das Näherkommen auf den Kern der Problematik etc. ergaben sich gegensätzliche Ergebnisse. Die Experten sehen hier viel mehr Erfolge als die Ratsuchenden selbst. Ungeachtet des Wunsches der Berater, ihre Arbeit positiv(er) darzustellen, besteht die Möglichkeit, dass diese hier tatsächlich mehr Fortschritte erkennen. So kann der unbefangene Blick des Beraters kleine Errungenschaften deutlicher sehen, wohingegen sich Ratsuchende möglicherweise immer noch in ihrem Gedankenchaos befinden. Oder aber die Klienten besitzen grundsätzlich mehr Erwartungen hinsichtlich des Vorankommens, sodass ein kleiner Schritt, der vom Berater positiv verzeichnet wird, für den Klienten noch kein befriedigendes Ergebnis darstellt. Hier können unterschiedliche Auffassungen durchaus eine relevante Rolle spielen, welchen zukünftig nachgegangen werden kann.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Weiterhin berichteten Berater in stärkerem Ausmaß davon, ihren Ratsuchenden Mut vermittelt zu haben, das Problem anzugreifen und darüber hinaus sogar, dass sich ein beträchtlicher Teil professionelle Hilfe gesucht haben soll. An dieser Stelle erwies sich ein massiver Gegensatz: Laut Angaben der Experten haben tatsächlich mehr Ratsuchende weiterführende Hilfe in Anspruch genommen, als Ratsuchende berichten, einen derartigen Rat erhalten zu haben. Möglicherweise haben Nutzer durchaus eine solche Empfehlung bekommen, sie aber nicht umgesetzt und es dem Berater gegenüber aber nicht zugegeben oder sogar eine Inanspruchnahme vorgespield. In diesem Zusammenhang ließe sich das nicht übereinstimmende Ergebnis erklären, zumal eine übermäßige Blauäugigkeit der Experten, welche ihnen außerordentlich vermittelte Hilfe vorgibt, nicht angenommen wird. Es ist jedoch zu fragen, was dies einem Klienten an Vorteil bringen würde? Immerhin würde er auf diese Weise mit seinem Problem keinen Schritt weiter kommen. Außerdem besteht die Möglichkeit, dass Berater gewissen Klienten geraten haben, sich professionelle Hilfe zu suchen, diese es auch getan und die Online-Beratung folglich verlassen haben. Auf diese Weise konnten sie selbst nicht mehr befragt werden. Diesem Kontext sollte in der Zukunft ebenfalls weiter nachgegangen werden.

Immerhin gab ein beträchtlicher Teil der Berater zu, manchmal der Meinung zu sein, ihrem Ratsuchenden nicht weiterhelfen zu können. Zwar lässt sich dieses Ergebnis negativ auslegen in Hinsicht auf seine beraterische Kompetenz, auf der anderen Seite zeigt es aber auch, dass die Experten ihre eigene Arbeit reflektieren und nicht selbstverständlich annehmen, ihre Tätigkeit würde für die Klienten hilfreich sein. Der Einsatz dieses vorteilhaften Reflexionsvermögens kann genutzt werden, negative Kritik anzunehmen, eigene Handlungsweisen zu überdenken, sich entsprechend weiterzuentwickeln und damit die eigene Beratungsarbeit zu verbessern.

Vermeintlichen Beratungserfolgen und verbesserten Stimmungslagen entgegen, zeigen die Ergebnisse hinsichtlich der Beziehung zwischen den Akteuren ebenfalls Diskrepanzen, dieses Mal jedoch umgekehrt. So berichteten Ratsuchende in höherem Ausmaß von einem verständnis- und vertrauensvollen Austausch mit dem Berater als er selbst. Insofern bringen Klienten ihrem Berater z.B. mehr Vertrauen entgegen (82%), als dieser es wahrnimmt (78%). Es ist es fraglich, weswegen Experten ein derart hohes Vertrauen nicht registrieren und/oder ob Ratsuchende ihm ihr Vertrauen nicht berichten. Ungeachtet des Grundes lassen sich die Befunde hinsichtlich einer positiven Beratungsbeziehung durchaus verstärken.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Wie vor der Untersuchung erwartet wurde, erhalten Online-Berater generell in stärkerem Ausmaß angenehme Rückmeldungen als ungünstiges Feedback. Während Berater beider untersuchten Einrichtungen in gleichem Ausmaß erfreuliche Kommentare von ihren Klienten erhalten, bekamen Berater der kids-hotline mehr negatives Feedback als Berater der Hoffnungswiese. Auch wenn man diesen einrichtungsspezifischen Unterschied negativ auslegen könnte im Sinne von schlechteren Beratungsleistungen bzw. mehr Anlässen zu Kritik, sollte im Gegenzug dazu zusätzlich der positive Aspekt hervorgehoben werden. Die Berater geben die Beanstandungen in der Umfrage offen zu, was wiederum die Vermutung aufkommen lässt, dass sie Vorwürfe auch selbstkritisch annehmen. Diese vorteilhafte Eigenschaft kann folglich genutzt werden, eigenes Handeln zu reflektieren und sich selbst weiterzuentwickeln.

Die Zusammenhänge zwischen erhaltenem Feedback und der Gefühlslage der Klienten sind einsichtig und logisch. Je mehr Vertrauen Klienten dem Berater gegenüber besitzen und je hilfreicher die Beratung für ihre Stimmung war, umso öfter teilen sie ihrem Experten auch positive Erfahrungen mit, womöglich um ihm Bestätigung und Lob entgegen zu bringen. Dennoch zeigten die Ergebnisse, dass Berater hinsichtlich der Stimmungslage und der vermittelten Hilfe positiver denken als die Ratsuchenden selbst, womit folglich zu überprüfen bleibt, ob sie dann tatsächlich auch in so großem Ausmaß Feedback und v.a. positive Rückmeldungen erhalten haben, wie sie es behaupten. Der Einsatz spezifischer Beratungsmethoden hatte dagegen weder einen Einfluss auf die Zufriedenheit der Ratsuchenden, noch auf das Ausmaß des vermittelten Feedbacks, jedoch führt die Verwendung des dialogischen Ansatzes teilweise zu einer verschlechterten Gefühlslage der Ratsuchenden. Dieser schwache Zusammenhang lässt sich aufgrund der vorliegenden Daten nicht weiter erklären und bedarf einer intensiveren Auseinandersetzung.

Zieht man die direkten Meinungen der befragten Klienten mit ein, kann zusammenfassend festgehalten werden, dass Beratungsverläufe in erster Linie positiv erfahren werden, die Ratsuchenden dies ihrem Berater auch mitteilen, die Experten jedoch in (noch) größerem Ausmaß vorteilhaft berichten, als ihre Hilfesuchenden es tun. Somit können angenehme Erfahrungen zwar bestätigt und angenommen werden, die Sichtweise der Experten wird dabei aber kritisch festgehalten.

### **11.5.3 Inwiefern gibt es in virtuellen Beratungen Schwierigkeiten?**

Um virtuelle Beratungsarbeit effizienter machen zu können, bedarf es der Aufdeckung und Ausräumung von Beratungsproblemen und –schwierigkeiten, wobei nur wenigen der in Kapitel 5.5.1 genannten Probleme nachgegangen werden konnte.

Insgesamt treten Schwierigkeiten mit großer Einigkeit der Experten beider Beratungseinrichtungen eher selten auf. Technische Probleme bzw. Schwierigkeiten innerhalb des Teams seien überwiegend irrelevant. Ein zu großer Zeitaufwand und zugleich zu viele Beratungsanfragen hoben sich leicht hervor, wobei diese Probleme durch eine Umstrukturierung des Konzeptes mühelos behoben werden können.

Viel bedeutender ist das Ergebnis, dass das nicht mehr Melden von Klienten für fast 60% der Berater generell ein Problem darstellt, wobei dies laut ihren Erfahrungen bei immerhin 22% geschieht. Zudem berichteten fast 15% von Beratungsabbrüchen. Die Frage nach den Gründen für diese Schwierigkeiten kann mit korrelativen Zusammenhängen beantwortet werden. Die Korrelation mit allgemeinen Beratungsproblemen ist derart schwach, dass ein Einfluss dieser als irrelevant betrachtet wird. Ebenso haben Schwierigkeiten beim Berater keinen Effekt auf Beratungsabbrüche. Die hohe Einschätzung der Experten, ihrem Klienten nicht weiterhelfen zu können, begünstigt wiederum teilweise die Beendigung der Intervention, wobei sie hier aus der Initiative der Ratsuchenden hervorgeht. Diese Relation erscheint logisch, zumal Hilfesuchende, die ihrer Meinung nach keine Hilfe erhalten und dies scheinbar dem Berater auch direkt oder indirekt vermitteln, im virtuellen Setting folglich keine Unterstützung sehen und es damit eher beenden als fortsetzen. Der Zusammenhang ist durchaus plausibel, kann aufgrund der Datenlage jedoch nur in schwachem Ausmaß bestätigt werden. Die gemeinsame Erarbeitung von Beratungszielen und das Anbieten von Strategien zur Lösung des Problems führen teilweise zu einer geringeren Abbruchquote. Aufgrund der Tatsache, dass diese Vorgehensweisen weniger in Beratungsprozessen anzutreffen waren als andere, verwundert die Zahl der Beratungsabbrüche nicht. Es scheint, als wären Abbrüche und/oder Beendigungen von Beratungen regelrecht vorprogrammiert durch die Verfahrensweise der Experten im Beratungsverlauf und die Nichtanwendung dieser scheinbar relevanten Elemente. Ob ein verstärkter Einsatz von z.B. Zielvereinbarungen oder Problemlösungsstrategien umgekehrt eine geringere Abbruchquote bewirkt, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden und sollte dringend in zukünftigen Forschungen untersucht werden. Denn: Durch derartige Ergebnisse kann die virtuelle Beratungsarbeit verbessert

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

werden, sodass Ratsuchende zunehmender davon profitieren können. Frühere Studien wie beispielsweise die von Hartel (2008b) fanden bereits heraus, dass Beratungsabbrüche umso häufiger sind, je unzufriedener die Klienten mit der Beratungsbeziehung sind. Fühlen sich Ratsuchende unverstanden, nicht ernst genommen oder unakzeptiert, steigt die Chance, dass sie sich nicht mehr bei ihrem Berater melden. In Anbetracht der Tatsache, dass sich die Probanden dieser Studie zum größten Teil ernst genommen und verstanden fühlen, verwundert eine eher geringe Abbruchquote dieser Stichprobe nicht.

Speziellere Probleme beim Berater selbst haben laut eigenen Aussagen eine geringere Relevanz als allgemeine Probleme. Die Ergebnisse lassen zu dem Schluss kommen, dass alle befragten Experten sowohl eine notwendige Distanz zum Klienten, als auch Sicherheit beim Beratungsprozess besitzen und die Verantwortung überdies für keinen der befragten Berater zu hoch ist. Ob die eigene Einschätzung hier auch der tatsächlichen Realität entspricht oder ob sich die Experten derartige Probleme nicht eingestehen wollen, sei dahingestellt. Immerhin geben 10% zu, Angst davor zu haben, Fehler zu machen und etwas weniger fühlen sich durch die Tätigkeit an eigene Probleme erinnert. Aufgrund des noch eher geringen Ausmaßes können diese Ergebnisse als nicht wesentlich schwerwiegend stehen gelassen werden. Interessant wäre ein Vergleich solcher Schwierigkeiten mit traditionellen Beratern, zumal angenommen wird, dass auch Experten in herkömmlichen Beratungseinrichtungen Angst vor Fehlern besitzen. Ebenfalls kann es jedem beliebigen Psychologen, Psychiater oder Therapeuten passieren, dass die Problematik eines Klienten ihn an eigene Probleme erinnert. Insofern ist dieses Zugeständnis keinesfalls gravierend, sondern sogar löblich, vor allem da ein solches Bewusstsein verschärft vor falschen Handlungen schützen kann.

Einrichtungsspezifische Unterschiede ergaben sich bei den Schwierigkeiten auf der Seite der Berater, wobei Professionelle der Hoffnungswiese hier scheinbar mehr Probleme haben als welche der kids-hotline. Verschiedenartige Ausbildungen bzw. Anleitungen der jeweiligen Berater konnten als Gründe ausgeschlossen werden. Folglich wird vermutet, dass Berater der Hoffnungswiese entweder noch nicht so viele Erfahrungen gesammelt und damit verbunden eine geringere Selbstsicherheit aufweisen oder dass die Experten hier insgesamt andere Persönlichkeitsmuster und damit vermehrt Ängste aufweisen. Ein Zusammenhang mit der jeweiligen virtuellen Einrichtung selbst wird hier jedoch weniger vermutet, als die allgemeine Individualität der Berater. Dennoch könnten die Anbieter der Hoffnungswiese ihren Experten verstärkt Rückhalt und die Möglichkeit geben, diese Befürchtungen bzw. Probleme

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

mitzuteilen, damit gemeinsam im Team daran gearbeitet und eine Lösung gefunden werden kann. Schließlich würde es keinen Sinn machen, wenn der Experte aufgrund der Erinnerung an eigene Problematiken im Anschluss an seine Tätigkeit selbst eine Beratung in Anspruch nehmen müsste.

Weitere Korrelationen ergaben ferner, dass Beratern ihre persönlichen Schwierigkeiten nicht nur durchaus bewusst sind, sondern sie diese auch als wirkungsreich für den Beratungsprozess erachten. Denn: Je mehr Probleme sie selbst bei Beratungen haben, umso weniger vermuten sie eine Verbesserung der Stimmung des Klienten. Der Zusammenhang erscheint logisch: Fühlen sich Experten unsicher und haben sie Angst, Fehler zu machen, so kann sich dies indirekt auf ihr Verhalten, auf die Intervention und folglich auch auf Fortschritte beim Klienten auswirken. Insofern bedarf es der Beseitigung beraterischer Probleme nicht nur wegen den Experten selbst, sondern auch wegen den Ratsuchenden. Trotz dieser genannten und diskutierten Schwierigkeiten soll hervorgehoben werden, dass derartige Probleme generell nur gelegentlich auftreten.

### **11.6 Sind Online-Beratungseinrichtungen aus objektiver Sicht qualitativ hochwertig?**

Die bisherigen Befunde basierten auf den Auffassungen der befragten Akteure und zeigten damit ihr subjektives Ermessen. Nachfolgende Ergebnisse hingegen berichten objektiv, welche Aussagen sich über die Beratungseinrichtungen hinsichtlich gewisser wünschenswerter, zu erfüllender Merkmale und Qualitätsstandards machen lassen. Wie in Kapitel 7.2 erwähnt, fehlten bis dato umfangreiche Studien zur Qualität von Online-Beratungen (Dzeyk, 2005). Die wenigen vorhandenen Untersuchungen hierzu ergaben mangelhafte Ergebnisse. Die gewonnenen Ergebnisse der vorliegenden Forschung sollten einen wesentlichen, empirischen Beitrag zur Qualität liefern. Dies konnte geleistet werden.

Im Großen und Ganzen setzen die untersuchten Einrichtungen von Experten empfohlene allgemeine Richtlinien um und halten qualitative Merkmale ein. Es ergaben sich einige Unterschiede zwischen den Beratungseinrichtungen, aufgrund derer sie verschiedenartig bewertet wurden.

Die Identifikation der Anbieter erfolgte bei beiden virtuellen Einrichtungen lückenlos. Die einwandfreie Darstellung aller relevanten Informationen ist löblich. Mit Hilfe dieser Informationen wissen Ratsuchende, mit wem sie es hier zu tun haben. Diese Offenheit von der Anbieter-Seite kann den Klienten wiederum Sicherheit vermitteln, wodurch auch sie sich

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

offen und vertrauensvoll an die Einrichtung wenden können (vgl. Pammer, 2008; Lang, 2005a). Zudem haben sie durch die Daten die Möglichkeit, sich im Falle von Problemen bei der Beratung direkt an den Anbieter zu wenden.

Das Beratungsangebot selbst wird im Allgemeinen von beiden Einrichtungen transparent dargestellt, wobei sich bei verschiedenen Kriterien einige Unterschiede ergaben. Während die Ziele, bearbeitbare Themen und Kompetenzbereiche der Tätigen bei der kids-hotline klar und ausführlich vorgestellt werden, zeichnen sich die Beschreibungen der Hoffnungswiese durch kurze und knappe, teilweise eher „technische“ Formulierungen aus. Hinzu kommt, dass derartige Informationen (z.B. über die Ziele) hier lediglich über die Homepage des Trägers des Vereins zu erhalten sind. Dies ist für den Leser ein wenig verwirrend. Es stellt sich die Frage, wieso sich die Anbieter der Hoffnungswiese nicht um Ausführlichkeit bemühen. Haben sie kein Interesse an einer detaillierten Vorstellung? Besitzen sie womöglich keine klaren Ziele, die sie präsentieren können? Und weswegen werden Auskünfte auf einer weiterführenden Website, jedoch nicht beim Beratungsangebot selbst präsentiert? Dieser Vermutungen ungeachtet ist hier eine intensivere Darstellung unbedingt erstrebenswert, zumal das dem Wunsch der Ratensuchenden entspricht (vgl. Kapitel 4.4.1). Der äußere Aspekt der Homepage bzw. die Darstellung des Angebotes und der Ziele haben für Ratsuchende eine besondere Relevanz (Pammer, 2008; Lang, 2005a). Potentielle Ratsuchende der kids-hotline dagegen haben den Vorteil, sich auf der Homepage vor Inanspruchnahme einer Beratung gut und ausführlich über das Angebot zu informieren. Auf diese Weise kann in Erfahrung gebracht werden, ob sie hier an der richtigen Stelle mit ihren Problemen sind, sich dem Angebot zuwenden wollen oder sich nach einer anderen Einrichtung umsehen sollten.

Bezüglich der Beschreibung der beraterischen Vorgehensweise erwiesen sich weitere unvoreteilhafte Ergebnisse. Keine der Einrichtungen hob sich hier tadellos hervor, jedoch führt die kids-hotline wenigstens Basisprinzipien der Beratung auf, wohingegen die Hoffnungswiese hierzu keinerlei Angaben macht. Das Resultat ist auf beiden Seiten nicht befriedigend, jedoch können kids-hotline-Nutzer durch die vorhandenen Leitlinien immerhin einen kleinen Eindruck von der Arbeitsweise in der Online-Beratung bekommen und damit in etwa erfahren, was auf sie zukommt. Dieses Wissen gibt ihnen mehr innere Sicherheit und senkt ihre Hemmschwelle, wodurch sie sich eher trauen, die Beratungseinrichtung zu kontaktieren (vgl. Kapitel 4.4.1). Insofern sind bzw. wären derartige Beschreibungen durchaus vorteilhaft. Ob dieser Kausalzusammenhang tatsächlich eine Wirkung hinsichtlich

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

einer Kontaktaufnahme aufweist, bleibt zu überprüfen. Dessen ungeachtet muss das gänzliche Fehlen solcher Erläuterungen auf der Hoffnungswiese als mangelhaft bewertet werden. Besitzen Berater der Hoffnungswiese keine strategische Vorgehensweise und/oder keine Prinzipien, die sie verfolgen? Die Ergebnisse zum methodischen Verfahren sprechen dagegen. Die Berater beider Einrichtungen weisen sich demnach durchaus durch strategisches und technisches Handeln aus. Will die Einrichtung die Informationen mit Absicht nicht transparent machen? Dieser Aspekt kann zu dem Zeitpunkt nicht geklärt werden und bedarf weiterer, intensiverer Nachfragen bei den Anbietern.

Ferner verfügt keine der teilgenommenen Einrichtungen über eine Qualitätsdeklaration oder ein Gütesiegel, wobei sich die Frage stellt, ob die Anbieter überhaupt Kenntnis von diesen Möglichkeiten haben. Angesichts der Tatsache, dass solche Qualitätssiegel noch nicht lange im Umlauf sind, wissen sie womöglich noch nichts davon. Oder aber sie haben sich noch nicht darum bemüht, wobei dieser Erklärungsversuch fragwürdig ist, zumal ein solches Siegel nur von Vorteil für die Beratungseinrichtung sein kann. Kral und Traunmüller (2008, S. 10) fanden nämlich in einer früheren Studie heraus, dass sich 7 von 10 Ratsuchenden ein „Gütesiegel als Qualifikationsnachweis“ wünschen würden.

Was die Darstellung der Grenzen virtueller Beratungen, der Vertraulichkeit, wie auch der Schweigepflicht anbelangt, zeichnen sich beide Einrichtungen wieder einwandfrei aus. Eine Aufklärung der (potentiellen) Ratsuchenden, was in Online-Beratungen möglich und was nicht möglich ist, ist insofern vorteilhaft, dass sich diese ein Bild darüber machen können, was hier durchführbar und erreichbar ist und was wiederum von vornherein ausgeschlossen werden muss. In der Folge brauchen sie sich nicht allzu große Hoffnungen bzw. Erwartungen machen, sodass sie im Beratungsverlauf weniger enttäuscht werden können. Auch der Hinweis, dass die Beratungsinhalte vertraulich behandelt werden und die Schweigepflicht eingehalten wird, kann für Hilfesuchende von Vorteil sein. Auf diese Weise wird die Anonymität auch in der virtuellen Beratungswelt gewährleistet, wobei es sich nicht nur um eine mündliche Zusage handelt, sondern dies auch schriftlich auf der Webseite festgehalten wurde. Dieser Aspekt kann ebenfalls zu mehr Sicherheit und einem steigendem Vertrauen beim Klienten führen, sich offen und mit weniger Angstgefühlen an die Einrichtung zu wenden.

Auf beiden Webseiten ließen sich weiterhin Vorstellungen des Teams, sowie der einzelnen Mitarbeiter finden. Während sich der Anbieter mit Hilfe seiner Ausbildung und seines

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Werdeganges präsentiert (bei der Hoffnungswiese wiederum sehr knapp), werden bei den tätigen Online-Beratern - nur teilweise - lediglich Berufsangaben gemacht. Dass es sich bei den jeweiligen Teams um Multiprofessionelle mit qualifizierten Mitarbeitern handelt, konnte (auch) durch die Ergebnisse der Befragungen gezeigt werden. Insofern ist es verwunderlich, weswegen hier eine mangelhafte Transparenz vorliegt. Sind die unzureichenden Vorstellungen der Online-Berater unbeabsichtigt oder liegt hier ein spezieller Grund vor? Ungeachtet möglicher Begründungen, wie beispielsweise die Privatsphäre der einzelnen Mitarbeiter, haben die Ergebnisse klar hervorgebracht, dass es keinen Anlass gibt, die Qualifikation der Online-Berater zu verschleiern. Eine Vorstellung der Mitarbeiter wird ferner von Ratsuchenden sogar erwünscht, zumal diese viel Wert auf die Qualifikation potentieller Berater legen (vgl. Kapitel 4.4.1).

Der Hinweis, dass Online-Beratungen außer Stande sind, in akuten Krisensituationen zu helfen, wird von beiden Einrichtungen gegeben. Dieses Bewusstsein und auch der Verweis darauf sind löblich. In Zusammenhang mit Befunden zu den Ratsuchenden konnte jedoch ermittelt werden, dass es sich bei dieser Stichprobe um viele Menschen handelt, die in einer akuten Krise sind. Wenn den Anbietern doch bewusst ist, dass eine virtuelle Beratung in einer solchen Lage ungeeignet ist, weswegen werden dann derart viele akut Hilfebedürftige beraten? Es wäre ebenso interessant zu erfahren, wie viele Anfragen mit akuten Krisen abgelehnt werden und was mit diesen Menschen dann passiert. Es bleibt zu hoffen, dass diese dann erfolgreich an anderweitige professionelle Angebote weitervermittelt werden (z.B. Beratungseinrichtungen oder Kriseninterventionsstationen), wobei es an dieser Stelle nicht belegt ist. Darüber hinaus ist es von großem Interesse, wer darüber entscheidet, ob ein potentieller Nutzer trotz kritischer Situation online beraten wird. Und wie handeln die Tätigen, wenn im Laufe der Beratung eine plötzliche Krise auftritt? Aufgrund der Tatsache, dass es sich bei akuten Krisen um schwerwiegend kritische Situationen handelt, ist es zwingend notwendig, die hier entstandenen Fragen empirisch zu überprüfen.

Weiterhin konnte die vorliegende Studie ermitteln, dass die Hoffnungswiese weder Anlaufstellen vor Ort bereitstellt, noch mit welchen kooperiert. Dem entgegen weist die kids-hotline auf Kooperationen mit traditionellen Beratungsstellen hin, gibt aber keine Daten für mögliche Kontaktierungen preis. In diesem Rahmen kommt die Vermutung auf, dass eine Zusammenarbeit mit herkömmlichen Einrichtungen nicht stattfindet oder dass sie Ratsuchende durchaus weitervermitteln, dies jedoch in geschlossenen Gesprächen

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

vonstattengeht. Die Frage, weshalb keine Adressen oder Telefonnummern auf den Webseiten angeboten werden, kann mit einer Absicht erklärt werden. Möglicherweise würde das potentielle Klienten abschrecken, zumal sie sich wegen besonderen Gründen für eine virtuelle Beratung entschieden haben und vorerst keine herkömmliche Einrichtung aufsuchen möchten. Eventuell spielen hier auch Konkurrenzgedanken der Anbieter eine Rolle, wobei dies reine Hypothesen sind. Kooperationen mit traditionellen Angeboten bzw. sogar eine Vernetzung von Online- und Offline-Beratungen wären überaus wünschenswert. So könnten virtuelle Klienten nach einem Abbau gewisser Ängste in eine reale Hilfeleistung leichter überführt werden und die Außenstellen könnten auf das zusätzliche Internet-Angebot verweisen. In diesem Sinne würden beide Unterstützungsangebote miteinander vernetzt, wodurch wiederum mehr Hilfesuchende effizienter erreicht werden können (vgl. Gehrman et al., 2005). Rott (o.J., S. 70) berichtet nicht nur, dass ein von Klienten „gewünschter Übergang zwischen den Beratungsformen“ auf diese Weise leichter wäre, sondern hebt auch hervor, dass derartige „Übergänge auch tatsächlich nachgefragt werden“.

Die Rahmenbedingungen und der Ablauf des Settings werden bei der Hoffnungswiese so gut wie gar nicht beschrieben, bei der kids-hotline immerhin skizziert. Ratsuchende erhalten derartige Informationen erst nach einer Kontaktaufnahme, wobei der Zeitrahmen zur Beantwortung der ersten Anfrage sehr variiert. Wenden sich Hilfesuchende an die kids-hotline sollen sie laut Aussagen der Anbieter innerhalb von 48 Stunden eine Antwort erhalten. Ratsuchende der Hoffnungswiese hingegen müssen fast doppelt so lange (3-4 Tage) darauf warten. Die kurze Bearbeitungszeit der kids-hotline ist beachtlich für ein kostenloses Angebot, wobei es für eine mögliche Krise schon wieder zu lange sein kann. Götz (2003, S. 89) zufolge führt ein zu langer Zeitraum zwischen Beratungsanfrage und Einsatz der Beratung in Krisensituationen zu einer „Steigerung des Problemdrucks und somit der Problemlage“. Das Benötigen der zweifachen Dauer bei der Hoffnungswiese kann nur hypothetisch begründet werden. Möglicherweise hat diese Einrichtung sehr viele bzw. zu viele Beratungsanfragen und/oder (gleichzeitig) zu wenig Berater. Mit Einbezug der Motivation der Experten kann nicht davon ausgegangen werden, dass es sich hier um Trägheit oder gar Bequemlichkeit handelt. Im Rahmen eines immerhin kostenlosen Angebotes, bei dem Professionelle gemeinnützig und zwanglos tätig sind, ist die Schnelligkeit dennoch hervorzuheben, wenn der zeitliche Rahmen für eine Krise möglicherweise jedoch zu lange ist (ebd.).

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Trotz des eher geringen Interesses der Hilfesuchenden an allgemeinen Informationen, verfügen beide Einrichtungen über ein unterschiedlich großes Angebot zu spezifischen Themen. Kids-hotline-User können sich direkt im Wissenscenter über spezielle Angelegenheiten informieren, ohne sich zugleich selbst offenbaren zu müssen. Es konnte jedoch nicht beleuchtet werden, wer diese Informationen auf inhaltliche Richtigkeit prüft. User der Hoffnungswiese erhalten derartige Berichte erst über den Wechsel zum gekoppelten Selbsthilfeforum. Hier ist nicht klar, ob dies für alle Ratsuchenden verständlich ist, sowie ob eine Nutzung auf diese Weise nicht eher abschreckend ist. Die Beratungseinrichtung selbst verfügt nicht über Informationen zu speziellen Themen. Weswegen sie ein solches Angebot nur über einen Link zur Verfügung stellen, bleibt zu klären.

In Hinblick auf den Schutz und die Sicherheit der Daten halten beide Beratungseinrichtungen fast ausnahmslos die von Klienten gewünschten und von Experten empfohlenen Qualitätsstandards ein (vgl. Kapitel 4.4.1 und 7.2). Durch eine verschlüsselte Datenübertragung bei der webbasierten Einzelberatung, die Gewährleistung der Anonymität und weiteren Sicherheitsvorkehrungen ist auf dieser Ebene nichts auszusetzen und die Ratsuchenden können sich ohne Befürchtungen an die Einrichtung wenden. Dies entspricht auch den Forderungen von Datenschützern und Sicherheitsexperten (Wenzel, 2006) und widerlegt die Befürchtung datenschutzrelevanter Probleme im Online-Beratungsprozess (vgl. Kapitel 5.5.1). Unverständlich ist lediglich, weshalb die Hoffnungswiese nicht auf die vorhandene Datensicherheit hinweist, wenn doch qualitativ einwandfreie Arbeit geleistet wird. Dies würde den Klienten zusätzliche Sicherheit vermitteln. Dessen ungeachtet wird allen Ratsuchenden sogar über die Beratung hinaus Anonymität zugesichert, indem sie die Möglichkeit haben, nach Beendigung der Intervention ihre Daten löschen zu lassen. Obendrein beschreibt die kids-hotline sämtliche sicherheitsrelevanten Informationen in einer ausführlichen und verständlichen Art und Weise, sodass auch Jugendliche die Hinweise durchaus verstehen können. Trotz einer tadellosen Umsetzung von Maßnahmen zum Datenschutz, weist aber keine der Einrichtungen auf mögliche Risiken bei der Übertragung von Daten hin. Es wird angenommen, dass den Anbietern mögliche Sicherheitslücken durchaus bewusst sind, was wiederum diesbezügliche Erklärungsversuche erschwert. Haben sie keine Kenntnis darüber, die Ratsuchenden über diesen Punkt zu informieren? Oder haben die Betreiber gar etwas zu verbergen, was die Untersuchung nicht herausfinden konnte? Diesen Vermutungen, wie auch der Frage, wer die Gewährleistung datenschutzspezifischer

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Merkmale überprüft, muss in zukünftigen Forschungen dringend nachgegangen werden, um noch sicherere Aussagen zur Qualität von Online-Beratungen leisten zu können.

Hinsichtlich weiterer Merkmale (z.B. Niederschwelligkeit, Verbindlichkeit, Freiwilligkeit, Möglichkeiten zum Feedback oder zur Kritik etc.) gibt es keinerlei Anlass zur Beanstandung. Während die Homepage der kids-hotline aktueller gehalten ist, zeugt die Hoffnungswiese von größerer Benutzerfreundlichkeit, wobei ungeklärt ist, welches der Merkmale für die Beurteilung der Qualität eine größere Rolle spielt.

Die hier gewonnenen Ergebnisse stimmen zum großen Teil mit denen von Neuhaus Bühler (2010) überein. Mangelhafte Befunde früherer Studien (vgl. Kapitel 7.2) konnten damit widerlegt werden, wobei anzumerken ist, dass es sich hier um eine sehr kleine Stichprobe von nur 2 Beratungseinrichtungen handelt. Generell konnten sich beide Einrichtungen bei der qualitativen Inhaltsanalyse eine Vielzahl der zu erreichenden Punkte sichern. Bei dieser objektiven Beurteilung bezüglich qualitativer Kriterien schnitt die kids-hotline jedoch wesentlich besser ab. Die Hoffnungswiese machte insbesondere bei der Beschreibung und Darstellung ihres Angebotes, des Settings, sowie der Mitarbeiter Einbußen. Es sei dahingestellt, ob diese Aspekte einen Einfluss auf die Qualität der Beratungsarbeit haben.

Eine Unterscheidung in professionelle und paraprofessionelle Angebote, wie Neuhaus Bühler (2010) es am Ende seiner Studie getan hat, erscheint im Rahmen der hier gewonnenen Befunde als irrelevant. Im Großen und Ganzen wurden die von Eidenbenz (2009) vorgeschlagenen Qualitätsstandards erfüllt, womit ein durchaus positives Resultat bei beiden Einrichtungen festgehalten werden kann. Immerhin handelt es sich hier um qualitative Empfehlungen und nicht um allgemein gültige bzw. verpflichtende Qualitätskriterien (Böhnke et al., 2003). Ob gesetzliche und rechtliche Rahmenbedingungen eingehalten (vgl. Kapitel 7.1) und ob Strategien zur Sicherstellung der Qualität angewandt werden (vgl. Kapitel 7.3), konnte im Rahmen der Untersuchung nicht geprüft werden. Die gewonnenen Befunde lassen dies aber durchaus annehmen.

Trotz der sehr lobenswerten qualitativen Ergebnisse, muss noch kritisch angemerkt werden, dass sich die neuen Medien und somit auch das Internet zukünftig „hoch dynamisch“ (ebd., S. 227) entwickeln, wodurch es schwer abzuschätzen ist, wie diese Beurteilung in der Zukunft ausfallen würde. Zur Förderung qualitativ hochwertiger und wirksamer Online-Beratungen

müssen weiterführende Untersuchungen die gesamte Entwicklung der Medien mit berücksichtigen.

### **11.7 Kann letztendlich von Effektivität in Online-Beratungen gesprochen werden?**

Eine sehr bedeutsame Frage der vorliegenden Forschung war es herauszufinden, inwiefern Online-Beratungen effektiv für die Hilfesuchenden sind. In diesem Rahmen erläutern die nachfolgenden Abschnitte, inwiefern die Akteure an eine potentielle Wirksamkeit subjektiv glauben, sowie ob eine „objektive“ Effektivität ermittelt werden konnte.

#### **11.7.1 Wie wird die Wirksamkeit subjektiv empfunden?**

Die Online-Berater und –Beraterinnen stimmen einem möglich wirksamen und hilfreichen Effekt von virtuellen Beratungen in gleicher Weise übermäßig zu. Hierbei zeigen sich weder Unterschiede zwischen ausgebildeten bzw. nichtangeleiteten Experten, noch zwischen welchen, die herkömmliche Beratungsarbeit leisten bzw. nicht leisten. Eine absolute Mehrheit von 93,9% ist überzeugt davon, dass Online-Beratungen Menschen dabei helfen können, ihre Probleme zu überwinden. Dies entspricht einer weitaus höheren Zustimmung möglicher Effekte als bisherige Studien ergaben (vgl. Kriener, zitiert nach Lang, 2002a; Kapitel 6.2). Die bemerkenswert hohe Affirmation lässt sich durch eine tiefe Überzeugung der Experten erklären. Es wird angenommen, dass die Berater durch ihre eigene Tätigkeit vielseitige Erfahrungen im virtuellen Beratungsfeld gesammelt haben, einer großen Zahl von Ratsuchenden selbst weiterhelfen konnten und demnach in diesem Ausmaß an die Effektivität glauben. Nichts desto trotz darf die Möglichkeit, dass sie Online-Beratungen deswegen als derart hilfreich erachten, weil sie selbst dort tätig sind, nicht vergessen werden. Eine Verneinung der Wirkung würde möglicherweise ihre beraterische Kompetenz untergraben.

Immerhin gab trotzdem ein kleiner Teil der Experten zu, sich diesbezüglich nicht sicher zu sein. Die Zahl der unsicheren Berater ist zwar verhältnismäßig sehr gering, jedoch stellen sich durchaus Fragen, wodurch diese Unsicherheit zustande kommt. Sind die Berater in Bezug auf das Internet allgemein vorsichtig? Sind sie erst seit kurzem selbst als Berater tätig und haben demnach noch nicht genügend (positive) Erfahrungen sammeln können, um die Wirksamkeit ihrer Tätigkeit überzeugend zu bestätigen? Oder aber handelt es sich um eine kleine Gruppe von Beratern, die gerade aufgrund negativer Erfahrungen während ihrer Beratungstätigkeit nicht sicher sind, ob ein virtuelles Setting hilfreich ist? Spiegelt die eigene Unsicherheit womöglich das eigene Erkennen unbefriedigender Beratungsleistung wieder? Korrelative Zusammenhänge konnten jedenfalls nicht belegen, dass positive oder negative Eindrücke und

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Erfahrungen der Berater, mögliche Schwierigkeiten oder der Einsatz spezieller Beratungstechniken einen Einfluss auf den Glauben der Wirksamkeit haben. Wie auch immer diese Fragen durch weitere Forschungsergebnisse beantwortet werden, handelt es sich hier um ein affirmatives Resultat grundsätzlichen Vertrauens auf diese Beratungsversion.

Außergewöhnlich erstaunlich ist der Befund, dass Berater der Hoffnungswiese diesbezüglich weniger Überzeugung besitzen, wohingegen Berater der kids-hotline einstimmig an die Effektivität glauben. Haben die Experten der kids-hotline durch langjährige Erfahrung mehr Erfolge erzielt oder besitzen Experten der Hoffnungswiese einen größeren Sinn für die Realität? Der Unterschied zwischen den Beratern der jeweiligen Einrichtungen kann aufgrund der vorliegenden Daten leider nicht beantwortet werden.

Die andere Akteurseite zeichnet sich ebenfalls mit einem vorrangigen Glauben an die Effektivität aus, jedoch sind die Ratsuchenden selbst nicht im selben Ausmaß überzeugt davon wie ihre Helfer. Während zwar mehr als Hälfte der Nutzer sich der Wirksamkeit von Online-Beratungen sicher ist, traut ein knappes Drittel es den Internet-Beratungen nur vielleicht zu, dass sie dabei hilfreich sind, die eigenen Probleme zu überwinden. Kein Proband lehnt eine Wirkung definitiv ab. Dies erscheint auch durchaus logisch, zumal die Hilfesuchenden die Beratung sonst nicht selbst in Anspruch nehmen würden. Die Gruppe derjenigen, die zwar von der Wirksamkeit noch nicht überzeugt sind, aber immerhin die Vermutung haben, erwarten aber wahrscheinlich bestimmt, dass es ihnen hilft, sonst würden sie es nicht einmal versuchen.

Weiterhin konnte durch die Befragung herausgefunden werden, dass fast ein Drittel der Befragten laut subjektiver Auffassung Hilfe und Unterstützung erfahren hat. Dies entspricht ungefähr demselben prozentualen Anteil wie bei der Studie von Klapproth und Niemann (2000). Möglicherweise sind auch genau diese Ratsuchenden von der Wirksamkeit der Hilfestellung fest überzeugt. Der Großteil der Hilfesuchenden gab an, die Beratung habe ihnen bereits etwas geholfen, was ein immerhin positiv zu bewertender Fortschritt ist. Viele dieser Gruppe müssen aufgrund der prozentualen Verteilungen (noch) davon überzeugt sein, dass die Intervention auch weiterhin helfen wird. Ein sehr geringer Teil wies eine subjektiv erfahrene positive Wirkung jedoch vollkommen zurück. Da keiner der Probanden definitiv nicht an die Wirksamkeit von Online-Beratungen glaubt, kann es sich bei der kleinen Gruppe von Ratsuchenden, welche bisher keine Hilfe erfahren hat, durchaus um Hilfesuchende handeln, die dennoch die Hoffnung besitzen, dass die Beratung im Laufe der Zeit dazu

beiträgt, dass es ihnen besser geht. Möglicherweise befinden sie sich noch am Anfang der Beratung oder mitten im Prozess, sodass zwar bisher kein positives Resultat erzielt wurde, sie jedoch eifrig und überzeugt an der Lösung bzw. Bewältigung ihrer Probleme arbeiten. Hinzu kommt, dass das Vertrauen in die Wirksamkeit einen subjektiv erlebten Beratungserfolg positiv beeinflusst. Dies wiederum bedeutet, dass man bei Ratsuchenden, die zwar noch keine konkrete Verbesserung erfahren haben, allein durch ihren Glauben durchaus erfreuliche Fortschritte in der Zukunft vermuten kann.

Unabhängig von den eventuellen Zusammenhängen konnte die Untersuchung ein in erster Linie positives Ergebnis hinsichtlich subjektiv erfahrener Hilfe erzielen. Diese Befunde sind wesentlich aussagekräftiger als die von Götz (2003). Der Forscher ermittelte in seiner Studie eine „tendenziell nicht allzu [hohe Wirksamkeit] der Beratung im Internet“ (Götz, 2003, S. 87), wobei die vorliegende Untersuchung bestehende Studien zur Wirksamkeit bestätigen konnte (vgl. Kapitel 6.2).

### **11.7.2 Lassen sich „objektive“ Wirkungen festhalten oder hat die Beratung nicht geholfen?**

Trotz der Annahme, dass Ratsuchende hinsichtlich hilfreicher und unterstützender Effekte ehrliche Aussagen getätigt haben, da ihnen ein Vortäuschen nicht vorhandener Hilfe keinen Nutzen bringen würde, sollen nachfolgende Abschnitte einem möglichen „objektiven“ Einfluss in Bezug auf die Verbesserung der Problematik nachgehen, damit das bisher gewonnene positive Ergebnis noch verstärkt unterstrichen werden kann.

Die Analyse der vorhandenen Daten ergab eine positive Veränderung des Ausmaßes der Sorgen und Probleme der Ratsuchenden. Die Dimension der Problematik hat sich seit dem Beginn der virtuellen Beratung bis zum Untersuchungszeitpunkt signifikant verringert. Zudem konnte ermittelt werden, dass die Verbesserung der problematischen Situation sogar umso besser war, je gravierender diese vor Inanspruchnahme der Beratung angegeben wurde. Hinsichtlich der Geschlechter konnte sowohl bei Männern, als auch bei Frauen ein signifikanter positiver Wandel vermerkt werden. Männliche und weibliche Ratsuchende erhielten folglich beide eine positive Wirksamkeit, wobei die virtuelle Beratung für keines der Geschlechter mehr oder weniger hilfreich war. Insgesamt konnten die Ergebnisse die Vermutung einer Reduzierung der Sorgen und Probleme damit bestätigen. Es ist jedoch anzumerken, dass das positive Resultat in einem weniger erwarteten Ausmaß liegt. Zwar besitzen die Probanden zum Untersuchungszeitpunkt nicht mehr überwiegend „sehr viele“

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Probleme, jedoch immer noch weitaus häufiger „viele“ als „wenige“. Der Verdacht einer noch zu kurzen Nutzungsdauer der Beratung konnte in diesem Zusammenhang nicht bestätigt werden. Weder die Dauer, noch die Intensität der Beratung haben einen Einfluss auf die „objektive“ Verringerung der Probleme. Und trotzdem wird vermutet, dass zukünftige Studien, die über einen weitaus längeren Zeitraum ablaufen als die Vorliegende, eine noch größere Verbesserung der Problematiken von Ratsuchenden ermitteln können. Hierbei sollten dann zusätzlich ehemalige Nutzer befragt werden, welche die Beratung bereits beendet haben. Darüber hinaus ist es nicht nur interessant, sondern geradezu wünschenswert, diejenigen Faktoren zu ermitteln, die einen direkten oder indirekten Einfluss auf die gewonnene Verringerung der Sorgen haben. Würden diese herausgefunden werden, könnte man Online-Beratungen gezielter umstrukturieren bzw. umkonzipieren, damit Ratsuchende noch häufiger solch positive Wirkungen erfahren können.

Vergleicht man die gewonnene „objektive“ Effektivität hinsichtlich unterschiedlicher Online-Beratungsarten, kann einerseits festgehalten werden, dass Ratsuchende bei webbasierten Einzelberatungen die größte Verringerung ihrer Probleme erzielten, es aber andererseits aufgrund mangelnder Signifikanz nicht gesagt werden kann, dass die Einzelberatung dadurch besser ist, als die Beratung im Forum oder im Chat. User der Chat-Beratung konnten nicht einmal eine signifikante Verbesserung ihrer Sorgen verbuchen, was möglicherweise mit der zu kleinen Anzahl an Nutzern gerade dieser Beratungsart zu erklären ist. Die überaus große Effektivität webbasierter Einzelberatung, welche sogar über dem generellen Durchschnitt liegt, lässt die Vermutung aufkommen, dass sich Ratsuchende im Rahmen dieser Beratungsform durch eine geschütztere Umgebung offener ausdrücken und folglich gemeinsam mit dem Berater individueller und intensiver an den Problemen arbeiten können. Trotz alledem sollten weitere Forschungen hier eine größere Stichprobe von Nutzern untersuchen, die zu gleich großen Teilen die unterschiedlichen Beratungsarten in Anspruch nehmen. Auf diese Weise könnten signifikante Ergebnisse hinsichtlich differierender Wirkungsweisen erzielt werden.

Darüber hinaus führten Beratungen bei der kids-hotline zu einer größeren Verbesserung der Probleme, als dass Beratungen bei der Hoffnungswiese die Sorgen verringerten. Wegen unzureichender Signifikanz dieses Unterschiedes konnte die Studie zwar nicht ergründen, dass eine der Beratungseinrichtungen eine bessere Wirkung erzielte, aber dennoch die Nutzer

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

beider Online-Beratungen zum Untersuchungszeitpunkt weniger Sorgen und Probleme aufweisen als vorher und damit durchaus effektive Arbeit geleistet wurde.

Zudem ergaben die Datenanalysen die Ablehnung eines erwarteten Placebo-Effektes. Während der Glaube an die Nützlichkeit virtueller Beratungen zwar die subjektiv erfahrene Hilfe beeinflusste, ergaben sich keine Zusammenhänge zwischen dieser Überzeugung und der „objektiv“ erfahrenen Verbesserung. Weswegen der Glaube an die Effektivität zwar auf die subjektive Verbesserung Einfluss nimmt, nicht jedoch auf die „Objektive“ muss an dieser Stelle bedauerlicherweise offen bleiben.

### **11.8 Wie bewerten die Hilfesuchenden ihre virtuelle Beratung abschließend?**

Um abschließend die zentrale Forschungsfrage, ob Hilfesuchende im world wide web kompetente Hilfe erhalten können, zu beantworten, soll zu guter Letzt das Augenmerk auf die Bewertung der Ratsuchenden gerichtet werden. Die Entscheidung über eine kompetente Hilfestellung der virtuellen Einrichtungen sollte primär von ihnen fallen, zumal sie die Menschen sind, welche Hilfe nötig haben bzw. hatten. Die Ratsuchenden beurteilten konkrete Erfahrungen, gaben Auskünfte über ihre Zufriedenheit und benoteten die Intervention.

Die Bewertung des Online-Beraters war vorherrschend positiv. Der allergrößte Teil der Ratsuchenden beurteilte Aspekte des Beraters als angenehm, vorteilhaft und anerkennend (85% – 90%), was die bisherigen Ergebnisse nicht nur bestätigt, sondern weiter hervorhebt. Anderweitige Beurteilungen fielen zwar überwiegend erfreulich aus, jedoch nicht im selben Ausmaß. So bemängelte ein knappes Drittel, nicht die Informationen erhalten zu haben, die sie sich gewünscht hatten. Dieses Resultat verwundert aufgrund der Tatsache, dass die Befragten die Online-Beratung generell weniger für den Erhalt von Informationen in Anspruch genommen haben, als aus interventiven, beraterischen und/oder anderen Gründen. Wenn sie doch seltener Informationen erhalten wollten, wieso beanstanden sie dies dann? Es ist möglich, jedoch noch zu prüfen, dass genau diejenigen, welche sich primär Informationen wünschten, diese dann auch nicht ausreichend bekamen.

Dennoch war die Beratung für die Mehrheit zur Klärung des Anliegens und zur Öffnung neuer Perspektiven hilfreich. Obwohl die Vorstellungen bzw. Erwartungen nicht bei allen Ratsuchenden erfüllt wurden, ist die überwiegende Majorität von beinahe 90% mit der Beratung grundsätzlich zufrieden. Dies entspricht einer höheren Zufriedenheit der Ratsuchenden als bei der Studie von Eichenberg (2007). Kleinere Differenzen und geringere

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Bewertungen einzelner Items lassen sich mit der insgesamt unterschiedlich langen Inanspruchnahme der Beratung erklären. Viele Ratsuchende nutzen die Intervention erst seit bis zu drei Monaten, wobei der Prozess vermutlich länger dauert, um ein Problem vollständig klären und letzten Endes lösen zu können. Zukünftige Forschungen könnten vermehrt auch ehemalige Ratsuchende zu diesen Aspekten befragen, zumal vermutet wird, dass diese durch mehr gesammelte Erfahrungen in einem längeren Beratungsprozess auch vermehrt Erfolge erzielen. Folglich sind ehemalige Klienten womöglich grundsätzlich noch zufriedener, zumal sie die Intervention ja bereits, vielleicht aus gutem Grund, beendet haben.

Hinsichtlich der Vorstellungen bzw. Erwartungen stellt sich die Frage, wie diese bei den Hilfesuchenden vor der Beratung aussahen. Welche Erwartungen besaßen sie, bevor sie sich an die Einrichtung gewendet haben? Möglicherweise waren diese etwas zu hoch oder aber die Klienten hatten noch nicht genügend Zeit, um ausreichend Erfahrungen im virtuellen Setting sammeln zu können, damit sie die Erfüllung ihrer Vorstellungen angemessen bewerten können. In Anbetracht der hohen Bewertung der Berateraspekte, können ferner andere Gründe für die geringere Bewertung der restlichen Items angenommen werden. An ihrem Berater haben sie auf jeden Fall kaum etwas auszusetzen. Vielleicht handelt es sich durch die hohe Anzahl derer, die sich in einer akuten Krise befinden, auch tatsächlich um schwerwiegendere Problematiken, welche in einem Zeitraum von 3 Monaten (noch) nicht zufriedenstellend bearbeitet werden können. So ist ein größeres Ausmaß der Klärung des Anliegens zu einem späteren Zeitpunkt durchaus denkbar, zumal die Intervention bei immerhin 60 - 65% bereits eine Enthüllung bewirkt hat.

Die bisherigen Befunde verwundern nicht über die außergewöhnliche Zahl derer, die die Beratung weiterempfehlen würden und/oder sogar selbst wieder in Anspruch nehmen würden. Auch wenn die virtuelle Intervention nicht bei allen Befragten im gleichen Maße hilfreich war, so sind die Ratsuchenden dennoch überzeugt von der unterstützenden und hilfreichen Leistung. Die Ergebnisse zur Weiterempfehlung und Wiedernutzung spiegeln die hohe Zufriedenheit der Nutzer deutlich wieder. Insofern müssen es persönliche Gründe bezüglich der eigenen Problematik oder aber die noch zu kurze Inanspruchnahme gewesen sein, dass nicht alle Befragten von einem bereits vollständig geklärten Problem berichteten. Womöglich arbeiten sie noch intensiv an einer Lösung der Situation, erkennen die verheißungsvollen Vorteile der Online-Beratung trotz allem und finden, dass auch andere Menschen (durch die Weiterempfehlung) davon profitieren können. Zusätzlich zeigt sich die momentane eigene

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Zufriedenheit der Intervention durch die hohe Zahl derer, die die virtuelle Beratung auch selbst wieder nutzen würden.

In Bezug auf die eben genannten Aspekte erwiesen sich Unterschiede zwischen den Ratsuchenden der einzelnen Einrichtungen. Nutzer der Hoffnungswiese gaben im Vergleich zu Nutzern der kids-hotline vermehrt eine erneute Inanspruchnahme, sowie eine Weiterempfehlung an. Die Differenzen sind jedoch nicht signifikant, wodurch (noch) nicht angenommen werden kann, dass Hoffnungswiese-User zugleich zufriedener mit der Beratung sind. Möglicherweise liegt es an der relativ kleinen Stichprobe dieser Nutzer. Um bessere vergleichende Ergebnisse erzielen zu können, sind infolge dessen größere Stichproben mit gleicher Anzahl an Nutzern unterschiedlicher Einrichtungen in weiteren Untersuchungen wünschenswert.

Die gewonnenen Ergebnisse der Notenvergabe lassen ein durchschnittlich „gutes“ Gesamtergebnis festhalten. Zwar erwiesen sich kleine Differenzen in Hinsicht auf wenige Ablehnungen und Beanstandungen, generell bewertet die Mehrheit der Ratsuchenden ihre Internet-Beratung jedoch als „gut“ bzw. „sehr gut“. Hierbei gab es keine signifikanten Unterschiede zwischen Nutzern der verschiedenen Einrichtungen, womit zudem angenommen werden kann, dass keine der Angebote massiv positiv oder extrem negativ ist, sondern dass beide im Schnitt „gute Arbeit“ leisten. Den wenigen nur befriedigenden oder gar ausreichenden Beurteilungen können weitere Untersuchungen expliziter nachgehen, um Gründe für eine mögliche Unzufriedenheit herauszufinden. Diese können in der Folge konstruktiv von den Einrichtungen als Evaluation zur Weiterentwicklung genutzt werden.

Die vorliegende Studie widmete sich bereits einigen hier möglicherweise relevanten Zusammenhängen bzw. Einflussfaktoren und ermittelte, dass die vergebene Note mitunter von Auffassungen des Charakters der Berater beeinflusst wird. Je positiver einzelne Charaktereigenschaften und beraterische Verhaltensweisen von Klienten bewertet wurden, umso bessere Noten vergaben die Ratsuchenden. Diejenigen Aspekte, die den größten Einfluss auf die Gesamtbeurteilung haben (z.B. die Sympathie und Emotionalität des Beraters, sowie dessen Unterstützung), sind zugleich Eigenschaften, die von Ratsuchenden auch überwiegend positiv bewertet wurden. In diesem Rahmen erscheint die durchaus gute Benotung nur folgerichtig und einleuchtend. Ebenso ist es mit der Zufriedenheit der Klienten. Diejenigen Gesichtspunkte, die das Wohlbehagen am Stärksten beeinflussen, kommen entsprechend den Befunden auch überwiegend häufig vor. Darüber hinaus konnte bewiesen

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

werden, dass allgemein bekannte Faktoren für eine hilfreiche Unterstützung auch im virtuellen Beratungsbereich ihre Geltung finden (vgl. Eichenberg, 2007).

Dem entgegen ergab sich keinerlei Einfluss der ermittelten subjektiven und „objektiven“ Effektivität auf die Benotung oder Zufriedenheit der Ratsuchenden. Das bedeutet, dass Ratsuchende nicht zufriedener mit der Beratung waren, weil sie eine höhere Wirkung erfahren haben, als welche, bei denen die Beratung bisher nur wenig oder keinen Erfolg erzielte. Unabhängig möglicher Beratungserfolge benoteten sie die Beratung gleichermaßen. Aufgrund dieser nicht vorhandenen Zusammenhänge fiel die Beurteilung und Benotung der Online-Beratung wohl besser aus, als es sich aus den Erfolgen der Problemreduzierung erahnen ließe. Demzufolge scheint der offene und ehrliche Austausch über die Probleme, sowie entgegengebrachtes Verständnis und Unterstützung für Hilfesuchende weitaus bedeutsamer für ihre Zufriedenheit zu sein, als ein (schneller) positiver Erfolg.

Als Fazit kann festgehalten werden: Ein sympathischer, empathischer, wertschätzender, emotionaler und kompetenter Berater, der das Anliegen und die Probleme seiner Klienten richtig einschätzt und ernst nimmt, auf den sich die Ratsuchenden verlassen und dem sie vertrauen können und der darüber hinaus mit der richtigen Wortwahl Trost und Unterstützung vermittelt, bewirkt in erster Linie eine hohe Zufriedenheit der Hilfesuchenden und eine gute Benotung der Einrichtung. Der einzig zu beanstandende Aspekt ist, dass Berater mehr praktische Tipps für den Umgang mit der Problematik an ihre Ratsuchenden weitergeben sollten, wodurch diese ihre Situation womöglich besser verstehen und das Anliegen klären könnten. Würden auch diese Wünsche erfüllt werden, kann vielleicht von einer noch größeren Zufriedenheit gesprochen werden.

### **11.9 Fazit der Autorin? – Online-Beratungen sind eine hilfreiche, gewinnbringende und erfolgsversprechende moderne Art der Beratung**

Das primäre Ziel der vorliegenden wissenschaftlichen Untersuchung war die Erstellung eines empirisch fundierten Überblickes über das neuartige, moderne Feld der Beratungen im world wide web. Dies konnte in größerem Umfang geleistet werden, als es vorher beabsichtigt wurde.

Trotz methodischer Einschränkungen (z.B. keine Prüfung der Validität und Reliabilität der Fragebögen, keine Klärung der Repräsentativität der Stichprobe etc.) und entstandener Probleme während der Erhebung (z.B. Abspringen von Beratungseinrichtungen kurz vor

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Untersuchungsbeginn), lieferte die Studie ein umfassendes Bild über Online-Beratungen und beantwortete nahezu alle Forschungsfragen recht eindeutig. Es sei jedoch noch anzumerken, dass sich die Ergebnisse lediglich auf die analysierbaren Rahmenbedingungen und subjektiven Meinungen der befragten Akteure stützen. Die Qualität der Beratungsinhalte konnte nicht geprüft werden, da zusätzliche inhaltsanalytische Auswertungen den Rahmen der Arbeit gesprengt hätten.

Überwiegend betroffene junge Mädchen und Frauen nutzen das virtuelle Setting aufgrund seiner Besonderheiten (insbesondere wegen der Schriftlichkeit) intensiv, um ihre Sorgen und Probleme mitzuteilen und sich ausführlich beraten zu lassen. Die Bandbreite reicht hier von reiner Vermittlung von Informationen, dem Austausch problembelasteter Themen, bis hin zu Hilfescreien in akuten Krisen (vgl. Götz, 2003). Hier werden die Ratsuchenden von ebenso vorwiegend weiblichen Beratern ernsthaft und gewissenhaft betreut. Im Mittelpunkt der Untersuchung stand die Frage, ob die Hilfesuchenden im virtuellen Rahmen kompetente Hilfe erhalten können. Diese kann zweifellos mit „ja“ beantwortet werden. Die hier untersuchten Online-Berater verfügen nicht nur über hohe Bildungsabschlüsse, sondern sind durchaus qualifizierte und kompetente Experten insbesondere aus dem medizinischen, erzieherischen und sozialen Bereich. Die meisten Berater wurden zudem intern von der Beratungseinrichtung speziell für diese Tätigkeit angeleitet bzw. ausgebildet. Ungeachtet der individuellen Qualifikation der Experten sind auch die Beraterteams geradezu qualifiziert und vielseitig zusammengesetzt. Menschen mit unterschiedlichen Fachdisziplinen gehören hier zu den jeweiligen beratenden Gruppen, wobei die einzelnen Berater die Tätigkeit überwiegend aus unterstützenden und hilfebietenden Motivationsgründen ausführen. Insofern kann alleine durch die objektive Qualifikation der Experten schon von Kompetenz gesprochen werden.

Dass diese Voraussetzungen zu kompetenten Beratungen führt, konnte ebenfalls belegt werden. Durch die Verwendung unterschiedlicher traditioneller Techniken und spezifischer Methoden, können virtuelle Beratungsabläufe als strukturiert, detailliert und folglich fachgerecht beschrieben werden, wenn deren tatsächlicher Einsatz bzw. die einwandfreie Umsetzung auch prüfungsbedürftig bleibt. Die ermittelten positiven Befunde zum professionellen Vorgehen werden zudem durch die Empfindungen der Ratsuchenden verstärkt.

Darüber hinaus sammeln hilfesuchende Menschen in Online-Beratungen überwiegend positive Erfahrungen, berichten von einer hohen Verlässlichkeit des Beraters, einem

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

vertrauensvollen Austausch und positiven Charaktereigenschaften des Helfers. Die Experten sind aus Sicht der Ratsuchenden insbesondere durch die wichtigen Beratereigenschaften gekennzeichnet und nehmen ihre Klienten ernst. Die allgemeine Eignung der Experten wird in diesem Zusammenhang durch die subjektiv empfundenen vorteilhaften und affirmativen Erlebnisse der Ratsuchenden deutlich unterstrichen, sodass festgehalten werden kann, dass Berater nicht nur fachlich dazu befähigt sind, Beratungen durchzuführen, sondern dass sie durchaus in der Lage sind, im virtuellen Setting qualifiziert und kompetent zu arbeiten.

Neben der Ermittlung des überaus erfreulichen subjektiven Ermessens der Akteure, konnte durch die Studie zudem die weitgehende Erfüllung von empfohlenen Qualitätsstandards, sowie die vornehmliche Einhaltung von Richtlinien belegt werden. Wenn es auch einrichtungsspezifische Unterschiede und Diskrepanzen hinsichtlich objektiver qualitativer Merkmale gibt, so halten sich beide Einrichtungen zum Großteil an vorgeschlagene Standards, was wiederum anerkannt und gelobt werden sollte. Insbesondere Kriterien der Datensicherheit und des Datenschutzes werden einwandfrei beachtet. Demzufolge müssen sich Ratsuchende keinerlei Sorgen um ihre Daten machen und können sich der Anonymität und Einhaltung der Schweigepflicht sicher sein. Die Begutachtung führte abschließend zu einem löblichen Ergebnis der Online-Beratungseinrichtungen.

Ungeachtet der hohen Qualifizierung der Experten, einer ansehnlichen Durchführung der Beratungen und der beeindruckend guten Erfahrungen und Erlebnisse der Ratsuchenden, führte das virtuelle Setting überdies größtenteils zu einer Verbesserung der emotionalen Stimmung der Hilfesuchenden, sowie zu einer etwas geringeren „objektiven“ Verringerung der Sorgen und Probleme. Auch wenn die Online-Beratung (noch) nicht jedem Nutzer dazu verhelfen konnte, die Problematik vollständig zu lösen, so hat sich die problematische Situation bei einem beachtlichen Teil durchaus verbessert. Dies spiegelt sich besonders in der nicht geringen subjektiven Erfahrung, Hilfe erhalten zu haben, sowie in dem weitgehenden Glauben an die Wirksamkeit bei allen Akteuren wieder. Nicht nur die Hilfesuchenden selbst, sondern auch die Experten trauen Internet-Beratungen durchaus effektive Hilfe und Unterstützung zu. Diese Ergebnisse implizieren, dass hier fachkundige Beratungen durchgeführt wurden.

Hinzu kommt die durchschnittlich „gute“ Bewertung der Beratungseinrichtungen durch die Ratsuchenden und eine grundsätzliche Zufriedenheit von 90% aller Nutzer. Obwohl nicht jeder Ratsuchende durch die Beratung seinem Problem näher gekommen ist und nicht jeder

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Hilfesuchende zum Zeitpunkt der Befragung von einer weitgehenden Lösung der Probleme berichten konnte und obwohl es nicht allen Nutzern sehr viel besser geht, loben die User ihre Einrichtung beträchtlich. Die gewonnenen Zusammenhänge zeigen zudem die große Bedeutsamkeit eines offenen, ehrlichen und vertrauensvollen Austausches und die größere Relevanz eines sympathischen und verständnisvollen Beraters, anstatt einer Verbesserung der problematischen Situation.

Trotz dieser wesentlich positiven Befunde darf nicht vergessen werden, dass es sich bei den Ergebnissen um Durchschnittswerte handelt und lediglich zwei Beratungseinrichtungen untersucht wurden. Dies bedeutet zwar für die kids-hotline und die Hoffnungswiese ein erfreuliches Resultat, heißt aber nicht, dass alle virtuellen Beratungseinrichtungen derartige Ergebnisse erzielen würden. Ebenso hat eine überaus vorteilhafte Einschätzung und Bewertung nicht durch alle Ratsuchenden im gleichen Ausmaß stattgefunden. Den wenigen unzufriedenen Nutzern, welche negative Erfahrungen gesammelt haben und/oder viele Gründe zur Beanstandung hatten, sollte durchaus Aufmerksamkeit geschenkt werden, um künftig (noch) weniger Kritik und (noch) mehr Lob zu erhalten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die hier untersuchten Internet-Beratungen den Ratsuchenden einen Raum im world wide web zur Verfügung stellen, in dem sie ungezwungen über ihre Sorgen und Probleme schreiben können, aufgefangen werden und ihnen Verständnis entgegengebracht wird. Ebenso wie traditionelle Beratungseinrichtungen nicht jedem Klienten im gleichen Ausmaß und im selben kurzen Zeitraum behilflich sein können, ist es bei den Virtuellen der Fall. Die Online- bzw. Offline-Beratung ist weder für jeden Ratsuchenden, noch für jeden Berater die ideale Variante (vgl. Benke, 2009b). Und dennoch ist die Internet-Beratung ein „ergänzendes, zeitgemäßes Angebot“ (Risau, 2005, S. 7), um unterstützungsbedürftige Menschen mit schambesetzten Themen und/oder gewissen Hemmschwellen zu erreichen. In Anbetracht dessen, dass es sich bei dieser Stichprobe um viele Ratsuchende handelt, die scheinbar schwerwiegende Probleme besitzen und sich in einer akuten Krise befinden, sprechen die Ergebnisse für ein insgesamt sehr lobenswertes Resultat. Die subjektive Zufriedenheit der Ratsuchenden, sowie die durchaus erfahrene Hilfestellung im Setting sind m.E. neben der fachlichen Qualifikation der Berater und der überwiegenden Einhaltung qualitativer Standards eine eindrucksvolle Betonung der grundsätzlich positiven Bewertung.

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

Online-Beratungen können folglich den Ansprüchen virtueller Klienten den Ergebnissen zufolge gerecht werden (vgl. Götz, 2003). Ob die untersuchten Beratungseinrichtungen zu den „Pionieren der Online-Beratung“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 23) gehören, kann nicht beantwortet werden, jedoch stellen sie Plattformen im Internet dar, die die Herausforderung, hilfeschenden Menschen bei ihrem Problemumgang zu helfen, durchaus meistern. In diesem Zusammenhang kann sogar die These aufgestellt werden, dass die Pionierphase bereits beendet wurde und diese Online-Beratungen hochwertige Angebote darstellen, die als Ergänzung zur traditionellen Beratung angesehen werden können (Kühne, 2009b; Rott, o.J.).

Die vorliegende Studie lieferte einen großen und sehr umfassenden Überblick über das virtuelle Beratungsfeld. Im Laufe dieser Untersuchung entstand eine Vielzahl weiterer Forschungsfragen, deren Beantwortung in der Zukunft überaus gewinnbringend wäre. Um qualitativ hochwertige Online-Beratung weiterhin bzw. überall im world wide web gewährleisten zu können, wäre die Initiierung einer kontinuierlichen Forschung erstrebenswert, welche darüber hinaus eine Vielzahl von weiteren Beratungseinrichtungen untersucht und miteinander vergleicht. Weiterführenden Forschungsfragen bzw. ungeklärten Zusammenhängen sollte - teilweise dringend, teilweise aus großem Interesse - nachgegangen werden. Durch deren Prüfung könnten zukünftige Forschungen die hier entstandene umfassende Darstellung von Online-Beratungen verfeinern und/oder komplementieren, wobei größere und verhältnismäßig ausgeglichene Stichproben für bessere Vergleiche wünschenswert wären. In diesem Rahmen können virtuelle Beratungsangebote weiterhin den veränderten Problemlagen der Ratsuchenden, ihrem wandelnden Medienverhalten, wie auch der permanenten Entwicklung der Technik gerecht werden (Gehrmann & Klenke, 2008).

Abschließend soll der Wunsch geäußert werden, dass die Verantwortlichen der teilgenommenen virtuellen Beratungseinrichtungen trotz des affirmativen Gesamtergebnisses und des großen Lobs ihrer Tätigkeit, die Ergebnisse der vorliegenden Studie intensiv auswerten und auch produktiv nutzen, um kleine vorhandene Ungereimtheiten nachzubessern, geringe Unstimmigkeiten zu beseitigen und sich folglich weiter zu entwickeln. Denn: Das neuartige Feld der Online-Beratungen stellt eine durchaus hilfreiche, gewinnbringende und erfolgsversprechende Art der Hilfe und Unterstützung für ratsuchende Menschen dar.

Diese können „[ganz selbstverständlich] in absehbarer Zeit integraler Bestandteil der medialen Lebenswelten von Klienten *und* Beraterinnen sein“ (Hintenberger & Kühne, 2009, S. 24), sollten deswegen weiterhin erforscht und (noch produktiver) angeboten werden. Neben

## 11. Diskussion der Erkenntnisse

der verstärkten Förderung solcher Angebote und einer Vernetzung mit traditionellen Beratungseinrichtungen, wird zudem eine finanzielle Absicherung (möglicherweise sogar eine Kostenübernahme durch Krankenkassen) gewünscht. Immerhin handelt es sich um Hilfs- und Unterstützungsleistungen, die einerseits Prävention betreiben und andererseits auch psychische Störungen „behandeln“. In diesem Rahmen wäre ferner das Vorantreiben einer Professionalisierung dieses Beratungsfeldes sinnvoll (vgl. Risau, 2005; Gehrman et al., 2005; Kral & Traunmüller, 2008).

„Online-Beratung ist als eigenständiges Feld der (psychozialen) Arbeit ebenso ernst zu nehmen, wie die Arbeit in einer realen Beratungsstelle“ (Kühne, 2006, S. 2).

**Literaturverzeichnis**

- Andermatt, O., Flury, A., Eidenbenz, F., Lang, J. & Theunert, M. (2003). *Kompetenzprofil der Psychologischen Online-BeraterInnen*. Verfügbar unter: [http://www.psychologie.ch/de/publikationen/dokumentation/reglemente/kompetenz\\_online.html](http://www.psychologie.ch/de/publikationen/dokumentation/reglemente/kompetenz_online.html) (07.06.2009).
- Ball, D. (2006). Methodik der E-Mail-Beratung am Beispiel der Krisenintervention suizidaler Jugendlicher – Ein Erfahrungsbericht des Projektes [U25] der AGJ Freiburg. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2006, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/ball.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/ball.pdf) (20.05.2009).
- Barth, S. (2003). *Unterstützungsleistungen im Kommunikationsraum Internet*. Eine Fallstudie zu einer Selbsthilfegruppe. Dissertation an der Universität Siegen. Verfügbar unter: <http://www.ub.uni-siegen.de/pub/diss/fb2/2003/barth/barth.pdf> (20.05.2009).
- Beck, C. (2006). *E-Mail Beratung Jugendlicher in suizidalen Krisensituationen – Metaphorische Konzepte von Leben und Tod*. Diplomarbeit an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Sozialwesen Zittau / Göritz (FH). Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/beck.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/beck.pdf) (20.05.2009).
- Beck, C. (2007). Die Metaphernanalyse in der textbasierten Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2007, Artikel 2. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0207/beck.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/beck.pdf) (20.05.2009).
- Beck, C. (2009). Die systematische Metaphernanalyse in der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 131-141.
- Benke, K. (2005). Virtualität als Lebensraum(gefühl): Einsamkeit, Gemeinschaft und Hilfe im virtuellen Raum. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 8. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/benke.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/benke.pdf) (12.05.2009).

- Benke, K. (2009a). Netz, Online-Kommunikation und Identität. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S.47-56.
- Benke, K. (2009b). beRATung.digital: Vom Helpdesk zum digitalen Coaching. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2009, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0109/benke.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/benke.pdf) (12.05.2009).
- Benke, K. (2010). ...auf Augenhöhe: Rundumblicke zur Peer-Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 8. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/benke.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/benke.pdf) (13.04.2010).
- Berger, T., Egli, C., Eidenbenz, F., Flury-Sorgo, A., Lang, J. & Volkart, A.-C. (2006). *Qualitätskriterien für psychologische Angebote im Internet*. Verfügbar unter: [http://www.psychologie.ch/fileadmin/user\\_upload/dokumente/berufspolitik/d-qual-krit-inet-06.pdf](http://www.psychologie.ch/fileadmin/user_upload/dokumente/berufspolitik/d-qual-krit-inet-06.pdf) (20.04.2010).
- Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (o.J.). *Gütezeichen psychologische Online-Beratung*. Verfügbar unter: <http://www.bdp-verband.org/html/service/siegel.html> (16.08.2009).
- Binder, T. (2004). Wie interveniere ich als Berater? Die Systematisierung von Interventionen und deren Nutzen für die Beratung. In *Online-Journal für systemisches Denken und Handeln*. Verfügbar unter: <http://www.brainguide.de/data/publications/PDF/pub86384.pdf> (14.07.2009).
- bke (o.J.). *Qualifizierung und Qualitätssicherung*. Zur Qualifizierung der Fachkräfte der Virtuellen Beratungsstelle der bke. Verfügbar unter: <https://www.beranet.de/content/artikel/downloads/0.236434001119045198QualifizierungundQualittssicherung.pdf> (20.05.2009).
- Bock, W. (2009). Zielgruppenspezifische Online-Beratung bei [www.aidshilfe-beratung.de](http://www.aidshilfe-beratung.de). In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 189-198.

- Böhnke, J. (2002). Einige Besonderheiten der Kommunikation per Internet aus Sicht der Nutzer von Online-Beratung. In Die Kinderschutz-Zentren (Hrsg.). *Hilfe auf den ersten Klick. Psychosoziale Beratung für Kinder und Jugendliche im Internet*. Verfügbar unter: <http://www.kinderschutzzentren.org/onlinetagung/pdf/boehnke-arbeitskreis.pdf> (07.06.2009).
- Böhnke, J. et al. (2003). *Rahmenempfehlungen zu Qualitätsmerkmalen der Internet-Beratung. Internet-Beratung für Eltern, Kinder, Jugendliche und Mitarbeiter in sozialen und pädagogischen Berufsfeldern*. Erarbeitet vom Arbeitskreis Online-Beratung. Verfügbar unter: [http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung\\_qualitaetsstandards.pdf](http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung_qualitaetsstandards.pdf) (12.05.2009).
- Boos, M. (o.J.). *Sozialpsychologische Grundlagen computervermittelter Kommunikation*. Verfügbar unter: <http://lnhf.gwdg.de/ciwm/dokumente/cvK-Grundlagen.pdf> (10.05.2008).
- Brehm, U. & Lindl, S. (2010). Online-Beratung bei Kindern und Jugendlichen – Ein Erfahrungsbericht von „147 Rat auf Draht“. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 6. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/brehm\\_lindl.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/brehm_lindl.pdf) (13.04.2010).
- Brummel, J. (2008). Psychosoziale Beratung im Internet als Problemintervention bei Jugendlichen. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2008, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/brummel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/brummel.pdf) (20.05.2009).
- Brunner, A. (2006). Methoden des digitalen Lesens und Schreibens in der Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2006, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/brunner.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/brunner.pdf) (20.05.2009).
- Brunner, A. (2009). Theoretische Grundlagen der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S.27-45.

## Literaturverzeichnis

- Brunner, A., Engelhardt, E. & Heider, T. (2009). Foren-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 79-90.
- Capurro, R. (2001). *Face-to-face oder Interface? Möglichkeiten und Grenzen der Beratung per Internet*. Vortrag im Rahmen der Tagung Ethik und Menschenbild der Sozialen Arbeit an der Fachhochschule Ostfriesland, Fachbereich Sozialwesen. Verfügbar unter: <http://www.capurro.de/face.htm> (22.07.2009).
- Deutsche Gesellschaft für Beratung e.V. (o.J.). *Das Beratungsverständnis der DGfB*. Verfügbar unter: <http://www.dachverband-beratung.de/dokumente.php> (03.08.2009).
- Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB) (o.J.). *Richtlinien zur Anerkennung von Online-BeraterInnen DGOB*. Verfügbar unter: <http://www.dg-online-beratung.de> (20.04.2010).
- Dodier, B. & Knatz, B. (2004). *Einführung in die Beratung per e-mail für Berater, Ärzte und Seelsorger*. Verfügbar unter: <http://www.psychological-solutions.de/fileadmin/intakkt.de/flyer/Beratung.pdf> (12.05.2009).
- Döring, N. & Eichenberg, C. (2009). Klinisch-psychologische Interventionen mit Mobilmedien: Chancen und Grenzen. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 91-101.
- Döring, N. (2000). Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. In Batinic, B. (Hrsg.). *Internet für Psychologen*. Göttingen: Hogrefe-Verlag.
- Döring, N. (1999). *Sozialpsychologie des Internet*. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe-Verlag.
- Dzeyk, W. (2005). *Vertrauen in Internetangebote*. Eine empirische Untersuchung zum Einfluss von Glaubwürdigkeitsindikatoren bei der Nutzung von Online-Therapie- und Online-Beratungsangeboten. Dissertation an der Universität Köln. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/dzeyk.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/dzeyk.pdf) (20.05.2009).

- Eberle, A. & Kleinschulte, T. (2007). *Beratung und Gesprächsführung*. Vortrag an der Universität Paderborn. Verfügbar unter: <http://groups.uni-paderborn.de/rindermann/materialien/handouts/Klassenfuehrung/3.Handout%20Beratung.pdf> (04.08.2009).
- Eichenberg, C. (2002). Psychologische Beratung und Therapie via Internet: Ansätze zur Erforschung der Wirksamkeit. In *Deutsches Ärzteblatt für Psychologische Psychotherapeuten und Kinder- und Jugendlichenpsychotherapeuten*, 11, S. 505-506.
- Eichenberg, C. (2004). Das Internet als therapeutisches Medium: Die Besonderheiten des Online-Settings in Selbsthilfe und Intervention. In *Deutsches Ärzteblatt für Psychologische Psychotherapeuten und Kinder- und Jugendlichenpsychotherapeuten*, 19, S. 14-16.
- Eichenberg, C. (2005). *Das Internet als Medium wissenschaftlicher Tätigkeit – eine Untersuchung im Fach Klinische Psychologie an deutschsprachigen Universitäten*. Dissertation an der Albertus-Magnus-Universität Köln. Verfügbar unter: [http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=97867104x&dok\\_var=d1&dok\\_ext=pdf&filename=97867104x.pdf](http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=97867104x&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=97867104x.pdf) (20.05.2009).
- Eichenberg, C. (2006). Virtual-Reality-Technologien: Vor- und Nachteile für psychotherapeutische Interventionen. In *Deutsches Ärzteblatt für Psychologische Psychotherapeuten und Kinder- und Jugendlichenpsychotherapeuten*, 6, S. 273-274.
- Eichenberg, C. (2007). Online-Sexualberatung: Wirksamkeit und Wirkweise. Evaluation eines Pro-Familia-Angebots. In *Zeitschrift für Sexualforschung*, 3, S. 247-262.
- Eichenberg, C. & Pennauer, J. (2003). Krisenintervention im und via Internet: Angebote und Möglichkeiten. In *Psychotherapie im Dialog*, 4, S. 411-415.
- Eidenbenz, F. (2007). Qualitätskriterien für psychologische Angebote im Internet. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2007, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/eidenbenz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/eidenbenz.pdf) (20.05.2009).

- Eidenbenz, F. (2009). Standards in der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 213-227.
- Eisenbach-Heck, C. & Weber, T. (2003). Sechs Jahre „Telefonseelsorge im Internet“. Ein Bericht über die Entwicklung der E-Mail-Beratung. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 73-86.
- Engel, F. (2002). Beratung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In Nestmann, F. & Engel, F. (Hrsg.). *Die Zukunft der Beratung*. Tübingen: dgvt-Verlag. S. 135-154.
- Engelhardt, E. (2010). „Same Same But Different“ [1] – Partizipation von ehrenamtlichen Peer-BeraterInnen in der Online-Beratung bei kids-hotline. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 7. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/engelhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/engelhardt.pdf) (13.04.2010).
- Englmayer, S. I. (2005). *Online-Jugendberatung. Eine kommunikationswissenschaftliche Arbeit über eMail-, Chat- und Foren-Beratung*. Diplomarbeit an der Universität Wien. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/englmayer.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/englmayer.pdf) (12.05.2009).
- Etzersdorfer, E. (2003). Alter Wein in neuen Schläuchen? Überlegungen zu den Interaktionen mittels neuer Medien aus psychoanalytischer Sicht. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 178-194.
- Fiedler, G. (2003). Suizidalität und neue Medien. Gefahren und Möglichkeiten. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 19-55.

- Fiedler, G. & Lindner, R. (2003a). „Ich setze mich gleich ins Auto und fahre gegen einen Baum!“. Über den Umgang mit Suizidalität und Suiziddrohungen in E-Mails. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 131-149.
- Fiedler, G. & Lindner, R. (2003b). email@suizidal.de – Psychotherapiebeginn im Internet. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S.167-177.
- Fritsch, S. (2009). *Untersuchung zur Identifizierung von Kommunikationsmerkmalen textbasierter Beratung bei Essstörungen*. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Antworttexte der Online-Berater des ab-server. Diplomarbeit an der Universität Leipzig. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/fritsch.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/fritsch.pdf) (13.04.2010).
- Gehrmann, H.-J., Dreyer, S., Höly, R., Mohr, M., Patitz, C. & Rühl, M. (2005). Theorie- und Praxisvermittlung in der Onlineberatung. Erfahrungen aus dem Studienprojekt „Sozialber@tung im Internet“ am Fachbereich Sozialpädagogik der FH Darmstadt. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 7. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/gehrmann.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/gehrmann.pdf) (12.05.2009).
- Gehrmann, H.-J. & Klenke, H. (2008). Empirische Sozialforschung im Internet. Befunde einer Onlinebefragung zu Inhalten und Erwartungen in der anonymen Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2008, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0108/gehrmann.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/gehrmann.pdf) (20.05.2009).
- Gerö, S. (2005). Kriterien der Qualitätssicherung für Online-Beratungsangebote – Eine Checkliste. In *Zeitschrift für Medienpädagogik*, 49, Nr. 5. Verfügbar unter: [http://www.oegob.net/oegob/fileadmin/dokumente/qualitaetskriterien/artikel\\_MERZ\\_Okt05.pdf](http://www.oegob.net/oegob/fileadmin/dokumente/qualitaetskriterien/artikel_MERZ_Okt05.pdf) (07.06.2009).

- Gerö, S. (2008). Medienkompetenz in der Online-Beratung: Erfahrungen aus der Ausbildung von E-BeraterInnen. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2008, Artikel 8. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0108/geroe.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/geroe.pdf) (20.05.2009).
- Gerö, S. & Zehetner, B. (2009). Frauenspezifische Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 169-178.
- Götz, N. (2003). *Aufgefangen im Netz. Psychosoziale Beratung im Internet*. Eine qualitative Studie mit Jugendlichen im Online-Interview. Rieden: kopaed 2003.
- Götz, N. (2009). Aufgefangen im Netz. Psychosoziale Online-Beratung für Jugendliche. In *Sozial Extra*, 2, 2009, S. 18 – 20. Verfügbar unter: <http://www.springerlink.com/content/266522x8976q241x/fulltext.pdf> (03.08.2009).
- Hartel, J. (2008a). Wirkfaktoren in der E-Mail-Beratung. Die Effektivität von Peer-Beratung und die Beratungsbeziehung in der Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2008, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/hartel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/hartel.pdf) (20.05.2009).
- Hartel, J. (2008b). *Wirkfaktoren in der E-Mail-Beratung*. Empirische Untersuchung bei den katholischen Online-Beratungseinrichtungen der Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung. Diplomarbeit an der Fachhochschule Düsseldorf. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/hartel\\_dipl.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/hartel_dipl.pdf) (20.05.2009).
- Heider, P. (2007). *Der Chat als ergänzendes Instrument der sozialpädagogischen Onlineberatung am Beispiel der kids-hotline*. Diplomarbeit an der katholischen Stiftungsfachhochschule München. Verfügbar unter: [http://www.ki-konzept.de/local/media/heider\\_diplomarbeit.pdf](http://www.ki-konzept.de/local/media/heider_diplomarbeit.pdf) (07.06.2009).
- Heider, T. (2010). Digital Natives und Datenschutz. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/heider.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/heider.pdf) (13.04.2010).
- Heller, K. (2002). Psychosoziale Beratung im Internet. In *kommunikaton@gesellschaft*, Jg. 3, 2002, Beitrag 1. Verfügbar unter: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1\\_2002\\_Heller.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2002_Heller.pdf) (24.07.2009).

- Hinrichs, C. (2008). *Onlineberatung. Eine Einführung zu einem neu erschlossenen Feld der Sozialen Arbeit*. Berlin: RabenStück Verlag.
- Hintenberger, G. (2009a). Der Chat als neues Beratungsmedium. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 69-78.
- Hintenberger, G. (2009b). Der Fokus in der Online-Beratung. Eine Orientierungshilfe im Beratungsgeschehen. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2009, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0109/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/hintenberger.pdf) (12.05.2009).
- Hintenberger, G. & Kühne, S. (2009). Veränderte mediale Lebenswelten und Implikationen für die Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 13-24.
- Ince, R. (2006). Vorteile und Stärken der Online-Beratung im Bereich der Straffälligen- und Opferhilfe. Unter Berücksichtigung des Aspektes der Anonymität des Ratsuchenden, am Beispiel der Online-Beratung des Vereins NEUSTART Österreich. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 10. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/ince.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/ince.pdf) (12.05.2009).
- Kämmerer, W. & Hentschel, H.-J. (1996). Die Bedeutung des Körpersymptoms für die psychosomatische Fokaltherapie. In Henning, H., Fikentscher, E., Bahrke, U. & Rosendahl, W. (Hrsg.). *Kurzzeit-Psychotherapie in Theorie und Praxis*. Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Keupp, H. (1994). *Psychologisches Handeln in der Risikogesellschaft. Gemeindepsychologische Perspektiven*. München: Quintessenz.
- Klampfer, F. (2005). Per Mausklick in die Supervision. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 6. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/klampfer.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/klampfer.pdf) (12.05.2009).

- Klampfer, F. (2009). Online-Supervision im Gruppenchat – Eine Herausforderung für Supervisor und Supervisanden. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 143-153.
- Klapproth, F. & Niemann, J. (2000). *Psychologie und Internet: Eine Untersuchung zur Wirksamkeit von psychologischer E-Mail-Beratung*. Verfügbar unter: <http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2005/570/pdf/Artikel1.PDF> (04.08.2009).
- Klein, A. (2005). *Online-Beratung für alle?* Themenfelder, Unterstützungsmuster und Reichweiten netzbasierter Beratung. Verfügbar unter: <http://www.kib-bielefeld.de/externelinks2005/OnlineBeratungfueralle.pdf> (07.06.2009).
- Klüwer, R. (1995). *Studien zur Fokalthherapie*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Knaevelsrud, C. & Wagner, B. (2009). Humanitäre Hilfe im Internet: Onlinepsychotherapie im Irak. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2009, Artikel 2. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0209/knaevelsrud.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/knaevelsrud.pdf) (12.04.2010).
- Knatz, B. (2005). Rat und Hilfe aus dem Internet – Die Beratung per Mail. Standards und Herausforderungen. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 2. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/knatz.pdf) (12.05.2009).
- Knatz, B. (2006a). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf) (12.05.2009).
- Knatz, B. (2006b). Methodische Konzepte der TelefonSeelsorge im Internet. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2006, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/knatz.pdf) (20.05.2009).
- Knatz, B. (2007). Wahr ist was wirkt? Inszenierungen und Fakes in der Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2007, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/knatz.pdf) (20.05.2009).

- Knatz, B. (2008). Zwischen den Zeilen. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2008, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0108/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/knatz.pdf) (20.05.2009).
- Knatz, B. (2009b). Das Vier-Folien-Konzept. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 105-115.
- Knatz, B. (2009a). Die webbasierte Mail-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S.59-67.
- Knatz, B. & Dodier, B. (2003). *Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail*. Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta.
- Kompetenzzentrum Informelle Bildung (KIB) (2003). *Qualität von Onlineberatung. Eine erste Analyse verschiedener Anbieter*. Verfügbar unter: [www.kib-bielefeld.de/externelinks2005/OnlineberatungVergleich.pdf](http://www.kib-bielefeld.de/externelinks2005/OnlineberatungVergleich.pdf) (25.07.2009).
- Kral, G. (2005). Psychologische Beratung im Internet – Notwendigkeiten und Möglichkeiten. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 9. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/kral.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/kral.pdf) (12.05.2009).
- Kral, G. & Traunmüller, R. (2008). Psychologische Online-Beratung: Was erwarten die (potentiellen) NutzerInnen?. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2008, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/kral.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/kral.pdf) (20.05.2009).
- Kratzenstein, J. & van Eckert, E. (2003). Sechs Jahre Telefonseelsorge im Internet. Ein Bericht über die Entwicklung der Chat-Beratung. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 87-100.
- Krings, M. & Schilles, S. (2003). *Klinische Psychologie@Internet. Beratung und Therapie: Abgrenzung der beiden psychologischen Interventionsformen*. Verfügbar unter: [www.christianeeichenberg.de/Beratung\\_Therapie1.ppt](http://www.christianeeichenberg.de/Beratung_Therapie1.ppt) (04.08.2009).

## Literaturverzeichnis

- Kühne, S. (2006a). *Online-Beratung: Die Zukunft der Beratungsarbeit*. Verfügbar unter: [http://www.wienextra.at/presse/pdf/pa\\_onlineberatung.pdf](http://www.wienextra.at/presse/pdf/pa_onlineberatung.pdf) (14.07.2009).
- Kühne, S. (2006b). Qualität und Rechte von KlientInnen in der Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 2. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/kuehne.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/kuehne.pdf) (12.05.2009).
- Kühne, S. (2008). *Qualitätskriterien und Kompetenzprofile für Online-Beratung*. In Österreichische Gesellschaft für Online Beratung. Verfügbar unter: [http://www.oegob.net/uploads/media/Uebersicht\\_Standards\\_OEGOB\\_04.pdf](http://www.oegob.net/uploads/media/Uebersicht_Standards_OEGOB_04.pdf) (12.05.2009).
- Kühne, S. (2009). Aus- und Weiterbildung in der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 231-239.
- Kühne, S. (2009b). Institutionalisierung von Online-Beratung – das Ende der Pionierphase. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2009, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0209/kuehne.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/kuehne.pdf) (12.04.2010).
- Lachauer, R. (2004). Die Verwendung des Fokusbegriffs in der Psychotherapie. In Klüwer, R. & Lachauer, R. (Hrsg.). *Der Fokus. Perspektiven für die Zukunft*. Psychoanalytische Blätter, Band 26. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 7-19.
- Lang, J. (2001). Gut beraten mit Internet? Psychologische Onlineberatung heute. In *Psychoscope. Zeitschrift der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP*. 6/2001 vol.22, S. 9-13.
- Lang, J. (2002a). Onlineberatung ist anders. – Möglichkeiten und Grenzen einer neuen Beratungsform. In Die Kinderschutz-Zentren (Hrsg.). *Hilfe auf den ersten Klick. Psychosoziale Beratung für Kinder und Jugendliche im Internet*. Verfügbar unter: [http://www.kinderschutzzentren.org/onlinetagung/pdf/josef\\_lang-vortrag.pdf](http://www.kinderschutzzentren.org/onlinetagung/pdf/josef_lang-vortrag.pdf) (07.06.2009).

- Lang, J. (2002b). *Was nutzt die Psychologie der neuen Medien. Beispiel Onlineberatung.* Verfügbar unter: [http://onlineberatungen.com/Kommunikation\\_Onlineberatung.pdf](http://onlineberatungen.com/Kommunikation_Onlineberatung.pdf) (07.06.2009).
- Lang, J. (2003). Onlineberatung zeigt Wirkung. Forschung zu Beratungsangeboten im Internet. In *Psychoscope. Zeitschrift der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP*, 8/2003 vol. 24. S. 10-12.
- Lang, J. (2005a). *Was passiert bei Onlineberatung? Ein modernes Medium näher betrachtet.* Verfügbar unter: [http://onlineberatungen.com/Was%20passiert\\_Stuttgart05.pdf](http://onlineberatungen.com/Was%20passiert_Stuttgart05.pdf) (07.06.2009).
- Lang, J. (2005b). *Online-Beratung: Erfahrungen – Überlegungen – Entwicklungen.* Verfügbar unter: [http://onlineberatungen.com/OB\\_BSO4\\_2005.pdf](http://onlineberatungen.com/OB_BSO4_2005.pdf) (07.06.2009).
- Lang, J. (2009). Paarberatung online. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung.* Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 179-188.
- Lehenbauer, M. & Stetina, B.U. (2009). Interaktive Programme und virtuelle Simulationen. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung.* Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 155-165.
- Lindauer, U. (2003). Online-Therapie mit Webcam und MIMMIs. Ergebnisse des Forschungsprojekts „www.screentherapy.de“. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten.* Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 195-211.
- Luborsky, L. (1978). *Einführung in die analytische Psychotherapie.* Berlin: Springer Verlag.
- Mädchenhaus Bielefeld (2010). Online-Beratung zum Schutz vor Zwangsheirat – ein Angebot des Mädchenhauses Bielefeld e.V. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/maedchenhaus.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/maedchenhaus.pdf) (13.04.2010).
- Meyer, M. (2001). *Beratung.* Seminararbeit an der Evangelischen Fachhochschule Reutlingen-Ludwigsburg. Verfügbar unter: <http://www.grin.com/e-book/10960/beratung> (04.08.2009).

## Literaturverzeichnis

- Neuhaus Bühler, R.P. (2010). Einhaltung ethischer Rahmenbedingungen gesundheitsbezogener Online-Beratungen für Kinder und Jugendliche in der Schweiz. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/neuhaus.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/neuhaus.pdf) (13.04.2010).
- Nock, B. (2006). Erfahrungsbericht Onlineberatung des MDA basecamp. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 8. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/nock.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/nock.pdf) (12.05.2009).
- Nowak, M. (2009). *Was ist psychologische Beratung?*. Verfügbar unter: <http://www.marion-nowak.de> (04.08.2009).
- Ott, R. & Eichenberg, C. (1999). Die virtuelle Couch: Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. In Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit des Landes NRW (Hrsg.), *Selbsthilfegruppen: Netze der Hoffnung*, S. 19-23. Düsseldorf: Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Pammer, S. (2008). *Jugend und Gewalt. Die Vorgehensweisen in der eMail-Beratung und die unterstützenden Angebote für die BeraterInnen*. Diplomarbeit an der Fachhochschule fh campus wien. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0109/pammer.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/pammer.pdf) (12.05.2009).
- Peignois, N. (2005). *Pädagogische Beratung*. Hausarbeit an der Universität Trier. Verfügbar unter: <http://www.grin.com/e-book/47824/paedagogische-beratung-ein-kurzer-ueberblick> (04.08.2009).
- Petzold, H.G. (2003). *Interdisziplinär beraten – sich ergänzen: Überlegungen zu „Beratung“ als Disziplin und Praxeologie in der modernen Wissensgesellschaft*. Verfügbar unter: [http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/studium/umwelt\\_medizin/psymed/artikel/beratung1.pdf](http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/studium/umwelt_medizin/psymed/artikel/beratung1.pdf) (04.08.2009).

- Petzold, M. (2006). Psychologische Aspekte der Online-Kommunikation. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2006, Artikel 6. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/petzold.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/petzold.pdf) (20.05.2009).
- Pölz, T. (2010). Ist Beratung ohne BeraterInnen möglich? Eine Studie zur Wirksamkeit lösungsorientierter Fragetechniken in der Online-Selbsthilfe. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 10. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/poelz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/poelz.pdf) (13.04.2010).
- Primus, A. (2007). Kreativität in der psychosozialen Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2007, Artikel 6. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0207/primus.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/primus.pdf) (20.05.2009).
- Risau, P. (2005). Online-Beratung als Präventionsmaßnahme – „BKK Lebenshilfe Online“ – ein zukunftsweisendes Modellprojekt. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2005, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0105/risau.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/risau.pdf) (12.05.2009).
- Risau, P. (2009). Die Wahl der Technik. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 201-211.
- Rott, H. (o.J.). *Entwicklung der Onlineberatung unter methodischen und strukturellen Gesichtspunkten*. Diplomarbeit an der Hochschule Darmstadt. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0108/rott.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/rott.pdf) (20.05.2009).
- Sasse, S. (2009). *Gesprächsforen im Internet. Sind User einer Gefahr ausgesetzt oder können sie einen Nutzen daraus ziehen?* Eine deskriptive Analyse über die Nutzung von Suizidforen. Magisterarbeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Grin-Verlag.
- Schmid, B. & Hipp, J. (2003). *Schlüsselbegriffe am Institut für systemische Beratung*. In Institut für systemische Beratung (Hrsg.). Verfügbar unter: <http://systemische-professionalitaet.com/download/schriften/00-schluesselbegriffe.pdf> (04.08.2009).

- Schömbbs, G. (2003). Mit neuen Medien neue Zielgruppen erreichen. Wie man das Internet besser nutzen kann (anstatt es zu bekämpfen). In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität*. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 233-246.
- Schramm, J. & Schramm, S. (2003). JugendTelefon und JugendTelefon-Online. Erfahrungsbericht und Ausblick einer niedrigschwelligen suizidpräventiven Einrichtung. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität*. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S.262–281.
- Schreiber, C. (2001). *Selbsthilfe im Internet*. Ein Erfahrungsbericht. Verfügbar unter: <http://www.thieme-connect.com/ejournals/html/psychotrauma/doi/10.1055/s-2001-18963> (20.05.2009).
- Schulte-Steinicke, B. (2002). Anliegen entschlüsseln, Anfragen gerecht werden, Antworten formulieren: Chancen und Stolpersteine im „schriftlichen Gespräch“ in Online-Beratung und –Therapie. In Die Kinderschutz-Zentren (Hrsg.). *Hilfe auf den ersten Klick. Psychosoziale Beratung für Kinder und Jugendliche im Internet*. Verfügbar unter: <http://www.kinderschutzzentren.org/onlinetagung/pdf/schulte-steinicke-vortrag.pdf> (07.06.2009).
- Schultze, N. G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internet-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2007, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/schultze.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf) (20.05.2009).
- Schulz-Wallenwein, U. & Maus, F. (2002). *Qualitätsbeschreibung Sozialprofessionelle Beratung*. Verfügbar unter: [http://www.dbsh.de/Qualit\\_t\\_Beratung.pdf](http://www.dbsh.de/Qualit_t_Beratung.pdf) (04.08.2009).
- Seel, H.-J. (1998). *Perspektiven einer Psychologie der Beratung*. In Journal für Psychologie. Verfügbar unter: [http://www.counseling-studium.de/beratungswerkstatt/perspektiven\\_einer\\_psychologie\\_der\\_beratung.pdf](http://www.counseling-studium.de/beratungswerkstatt/perspektiven_einer_psychologie_der_beratung.pdf) (04.08.2009).

- Sutterlütte, D. (2009). *Sozialarbeit und/oder virtuelle Welten? Perspektiven zum sozialarbeiterischen Handlungsbedarf am Beispiel Second Life*. Diplomarbeit an der Fachhochschule fh campus wien. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0109/sutterlueette.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/sutterlueette.pdf) (12.05.2009).
- Taverniers, K. (2009). Online Therapy, a Cultural Perspective. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2009, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0209/tavernier.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/tavernier.pdf) (12.04.2010).
- Tensil, M.-D. & Strüber, E. (2010). Suchtprävention im Internet am Beispiel von [www.drugcom.de](http://www.drugcom.de). In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 2. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/tensil.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/tensil.pdf) (13.04.2010).
- Thivissen, J.G. (2006). *Psychosoziale Beratung – Neue Konzepte und Entwicklungen*. Diplomarbeit an der Hochschule Niederrhein. Verfügbar unter: <http://www.grin.com/e-book/87102/psychosoziale-beratung-neue-konzepte-und-entwicklungen> (04.08.2009).
- Unbekannter Autor (2005). *Richtlinien zur Anerkennung von Online-BeraterInnen*. Verfügbar unter: [http://p23894.typo3server.info/fileadmin/user\\_upload/Dateien/Richtlinien-Anerkennung-Online-BeraterInnen.pdf](http://p23894.typo3server.info/fileadmin/user_upload/Dateien/Richtlinien-Anerkennung-Online-BeraterInnen.pdf) (20.05.2009).
- Unbekannter Autor (2009). *Konzeption der Beratung und Seelsorge im Internet*. Verfügbar unter: <http://www.telefonseelsorge.de/beratung/internet/konzept.htm> (07.06.2009).
- Unbekannter Autor (o.J.). *Beratungsziele*. Verfügbar unter: [www.studentenwerk-karlsruhe.de/pbsd1.php?f=beratungsziele.pdf](http://www.studentenwerk-karlsruhe.de/pbsd1.php?f=beratungsziele.pdf) (04.08.2009).
- Unbekannter Autor (o.J.). *Psycho-soziale Onlineberatung für Jugendliche am Beispiel von [das-beratungsnetz.de](http://das-beratungsnetz.de)*. Verfügbar unter: <http://jugendserver.spinnenwerk.de/~oakj-fachtag/pdf/workshop2.pdf> (27.07.2009).
- Vogt, B. (2007). Schreiben, ein wirksamer Prozess. Acht Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von E-Mail-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2007, Artikel 8. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0207/vogt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/vogt.pdf) (20.05.2009).

- Weinhardt, M. (2009). Konzeption, Implementierung und institutionelle Hintergründe von E-Mail-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 02/2009, Artikel 5. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0209/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/weinhardt.pdf) (12.04.2010).
- Weinhardt, M. (2010). Ratsuchende von E-Mail-Beratungsdiensten: Entwurf einer Typologie. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2010, Artikel 9. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/weinhardt.pdf) (13.04.2010).
- Weissenböck, S., Ivan, I. & Lachout, S. (2006). Standards in der Onlineberatung – erarbeitet von den Einrichtungen kids-hotline (D), Partypack (D) und ChEck iT! (A). In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 3. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) (12.05.2009).
- Wenzel, J. (2003). Vertraulichkeit und Anonymität im Internet. Problematik von Datensicherheit und Datenschutz mit Lösungsansätzen. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 56-72.
- Wenzel, J. (2006). Qualitätsmanagement mit integriertem Datenschutzmanagement bei Online-Beratung. In *Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation*, 01/2006, Artikel 4. Verfügbar unter: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/wenzel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/wenzel.pdf) (12.05.2009).
- Winkel, S. (2005). *Suizidalität bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Die Nutzung von Gesprächsforen im Internet*. Dissertation an der Universität Bremen. Verfügbar unter: [http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=975480499&dok\\_var=d1&dok\\_ext=pdf&filename=975480499.pdf](http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=975480499&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=975480499.pdf) (05.08.2009).
- Witte, M. (2003). Kinder und Jugendliche im „world wild web“. In Etzersdorfer, E., Fiedler, G. & Witte, M. (Hrsg.). *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 247-261.

## Literaturverzeichnis

- Wolz, E. & Schöppe, A. (1999). *Der virtuelle Rat. Email-Beratung im Internet*. Verfügbar unter: <http://www.profamilia-online.de/main.html?page=1194&ID=394fb14b10544826172f7c52d2f00842> (27.07.2009).
- Zenner, B. & Gielen, L. (2009). Ein dialogischer Ansatz in der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). *Handbuch Online-Beratung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG. S. 117-129.

## Anhang

### Anhang A: Beispiele von E-Mail-Anfragen

*Beispiel 1 für eine erste Anfrage per E-Mail (Schramm & Schramm, 2003, S. 277)*

„hallo

Ich bin 14 jahre und habe soooo viele probleme zuhause. ich lebe mit meinen großeltern. die scheißen mich nur zusammen und ich muss um sechs uhr zuhause sein. meine freundin wohnt in einer wohngruppe für kinder und die darf bis halb zehn raus. meine großeltern hasse ich mittlerweile richtig und ich war am überlegen, ob ich nicht abhauen soll. ich kann nicht mehr wegen jedem scheiß motzen die mich an. Ich weiß auch nicht mehr wie ich mich wehren soll wenn die rummotzen, weil ich dann das maul halten soll.

hilfe ich kann nicht mehr.“

*Beispiel 2 für eine erste Anfrage per E-Mail (Knatz & Dodier, 2003, S. 14)*

„Guten tag, ich weiss gerade wirklich nicht an wen ich mich sonst wenden soll und ich bin wirklich verzweifelt. ich bin 29 jahre alt, habe einen sohn im kindergartenalter, den ich alleine grossziehe.

*Beispiel 3 für eine erste Anfrage per E-Mail (Schramm & Schramm, 2003, S. 275ff)*

„Hi,

ich bin sei 3Monaten in Amerika, als Austauschschuelerin fuer ein Jahr. Ich habe hier so viele Probleme und weiss nicht mehr was ich machen soll und was ich eigentlich falsch mache. Ich vermisse meinen Freund in Deutschland und meine Mutter ziemlich doll, darum bin ich hier auch manchmal ein bisschen schlecht gelaunt oder eher ruhig. Als ich ankam, schien noch alles gut zu laufen, aber jetzt komme ich mir hier ganz alleine vor, weil ich fast keine Freunde mehr habe. Wir haben hier 7 Austauschschueler an der Schule und alle Amerikaner koennen die leiden, aber mich nicht. Manchmal sind die auch ziemlich gemein zu mir (z.B. „Och, ich will nicht mit dir zusammenarbeiten“) und wenn ich meine Familie dann uebelst vermisse, gehts mir echt schlecht. Ich uebergebe mich auch oft und vor 2 Wochen wollte ich mich auch umbringen, weil mir alles über den Kopf gestiegen ist. Ich hoffe du kannst mir helfen, weil ich wieder Freunde haben will, da ich hier ja noch 7 Monate bin. Ich denke, die können mich nicht so gut leiden, da ich in meiner Vergangenheit viel durchgemacht habe: meine Eltern haben sich scheiden lassen, meine Mutter hat viele psychische Probleme und da ich mit ihr

wohne, hat die mich sozusagen mit reingezogen und dann ist auch noch mein Opa eine Woche bevor ich hier her kam gestorben... und das aendert einen Menschen auch. Ich moechte einfach wissen wie ich wieder Freunde finden kann und was ich eigentlich falsch mache.“

*Folge-Mail 1 von Beispiel 3*

„Hallo ihr!

Ich freue mich sehr, dass ihr geantwortet habt, weil ich hoffe, dass ihr mir helfen könnt. Mir war klar, dass ihr viele Fragen habt, weil ich ja nur alles oberflächlich erklärt hatte.

[Anmerkung der Autoren: Es folgt eine ausführliche Problemschilderung, die endet:]

Ich hoffe, ich könnt euch jetzt ein bisschen besser was unter meinem Leben vorstellen und ich wuerde mich sehr freuen, wenn ihr mir helfen koennt!“

*Folge-Mail 2 von Beispiel 3*

„hi ihr!

mir geht es jetzt schon besser, weil 1.habe ich hier eine neue freundin bekommen [und] ausserdem [2.] habe ich letzte woche einen brief von meinem freund aus deutschland bekommen.

[Anmerkung der Autoren: Es folgt ein längerer Bericht über die gebesserte Stimmungslage, der endet:]

ok, ich hoffe ihr versteht mich halbwegs und danke, dass ihr mir gute ratschläge gebt!“

*Beispiel 4 für eine erste Anfrage per E-Mail (Knatz & Dodier, 2003, S. 16f)*

„Hallo an wen auch immer, oh man, was will ich eigentlich, Hilfe, ja wahrscheinlich irgendwie sowas. Ach ja die Spielregeln zur Person.

Geschlecht: weiblich

Alter: 30

Beruf: akademische Führungsposition in Festanstellung

Wohnsituation: allein mit Kater, in grosser Whg in einer groesseren Stadt

zur klinischen Vorgeschichte: 8 Jahre Psychotherapie, 3 laengere Klinikaufenthalte, einige Einweisungen Psychiatrie wegen Suizidgefahr

Diagnose: Dissoziative Identety Disorder (Multiple Persoenlichkeits Stoerung)

## Anhang

Vorgeschichte: Aufgewachsen in einer Sekte, mit sexuellem und rituellem Missbrauch, sowie koerperlicher Gewalt

Das Problem: Ich!

Sorry, nein irgendwie geht es mir zur Zeit beschissen und da ist der Impuls „ich will tot sein und ich kann es auch umsetzen“, aber ich will das wirklich, nicht wirklich, sonst wuerde ich diese Mail wohl kaum schreiben, irgendwie suche ich Hilfe, stimmt, aber ich spreche nicht, habe keine gesprochene Sprache, als auch keine Moeglichkeit zu telefonieren.

Therapie bricht weg, im Streit verlassen, Urlaubszeit, naechster Termin Ende ..., Arbeiten ja, viel und gern, aber erst wieder am Montag, wenn ich dann noch lebe und bis dahin, wie komme ich weiter, wie werde ich nicht zur Falle meiner Selbst. Der Kontakt zum Koerper ist verlohren gegangen, ich spuere ihn nicht mehr. Hinausgehen und ueberleben war nur der Verdienst vn schnell und gut bremsenden Autofahrern. Mich im LKH in Sicherheit zu bringen, ja schon, aber wer versorgt dann den Kater. Freundin, ebenfalls im Urlaub, nicht erreichbar. Wochenende, ja Krisen darf man haben, aber nicht an einem Wochenende.

Ablenken, verstecken, ja alles, aber nach nun mehr 24h geht auch das nicht mehr. Stimmen im Kopf, eben die anderen, Hass und Wut, Flashs (Scenen von frueher), sie sind da ungemildert, als waere es das erste mal. Den Koerper nicht fuehlen oder nur Schmerz, es nicht mehr aushalten koennen, nicht schon wieder, schon sooft gedacht, geht weiter, ja aber wann tut es das wirklich, wann ist das Alte Vergangenheit. Untergetaucht, neuer Name, geschuetzte Adresse, geheimes Telefon, Postfach, dann die Nachricht – diese Leute bei denen ich gross geworden bin suchen wieder, fragen, stellen Leuten Fragen nach mir, ich mag nicht mehr.

Schwarz oder weiss, Leben oder Tod, aber nicht mehr tot als lebendig leben. Und doch der Wunsch da waer jemand, jemand der mit mir redet, ja redet, ich will reden haha erstmal koennen. Da ist der Schmerz, da ist die Grausamkeit und die Eiseskaelte der Einsamkeit. Ich fuehle nur noch Einsamkeit, nicht konsequent zu sagen ich fuele nichts und dann ich fuehle Einsamkeit, aber sie ist es.

Ich will sterben – haltet mich davon ab – die Doppelbotschaft“

*Beispiel 5 für eine erste Anfrage per E-Mail (Knatz & Dodier, 2003, S. 19)*

„Einen schönen guten Tag! Schön, eine Adresse zu finden, bei der man um Rat fragen kann. Hier erst mal ein Dankeschön. Mein Problem sieht folgendermaßen aus: Meine 17-jährige Tochter verletzt sich seit ca. 9 Jahren selbst. Eine Ursache ist bisher, auch nach den Angaben meiner Tochter, nicht bekannt. Vor zwei Jahren war meine Tochter ein halbes Jahr in

## Anhang

stationärer Behandlung. Nun wächst das Problem aber wieder. Meine Tochter würde sehr gerne eine neue Therapie starten. Da meine Tochter mittlerweile aber selbst Mutter eines 18 Monate alten Kindes ist, suchen wir eine Klinik, in die sie ihr Kind mitnehmen kann. Ich würde mich sehr freuen, von Ihnen baldmöglichst eine Antwort zu bekommen, ob Ihnen eventuell eine passende Klinik bekannt ist. Besten Dank für Ihre Mühe. Mit freundlichen Grüßen“.

### **Anhang B: Beispiele von Chat-Beratungen**

*Beispiel 1: Ausschnitte aus Chat-Beratungen um den Einsatz nonverbaler Elemente zu verdeutlichen (Hintenberger, 2009a, S. 71)*

„berater: Hallo Alf, wie geht's dir heute?

alffan: Na ja :-( “

„sunset: \*lol\* das war aber eine ziemliche provokation

berater: ich hoffe, ich habe sie nicht verletzt damit :-( “

„lautlos: weiß gar nicht, was sie schreiben soll

berater: horcht in die stille“

„orka: wissen sie, was ich dann gemacht habe?

berater: \*gespanntwartet\*“

## Anhang

*Beispiel 2 für einen Verlauf einer Chat-Beratung (Hintenberger, 2009a, S. 74ff)*

*[Initialphase]*

„Tina22: hallo, ich weiß nicht, ob ich hier richtig bin. Aber ich habe seit einiger zeit immer wieder angstgedanken.

Berater: hallo Tina. ist das in ordnung, wenn ich dich so anspreche? mein name ist NN und...

Berater: ich arbeite als berater an der beratungsstelle in L. wir werden diesen chat auch dazu nutzen, um rauszufinden, ob „du hier richtig bist“.

Tina22: klar ist das ok ;-)

Berater: fein :-). Ich würde dich bitten, mir zunächst einmal zu beschreiben, was dir zur zeit angst macht

Tina22: ja

*[Aktionsphase]*

Tina22: die letzte woche war besonders schlimm

Tina22: wir waren sonntags noch zusammen essen und da hab ich fast nichts runterbekommen

Berater: wie ist es dir denn gelungen, trotzdem wieder in L. anzukommen?

Tina22: ich bin einfach gefahren und dann ging es gott sei dank mit vorlesungen und lernen los, das lenkt ab.

Berater: probier mal die sätze so zu formulieren, dass du dabei die aktive bist. Nicht es lenkt ab, du lenkst dich ab usw..

Tina22: ja :)

Tina22: also ICH lenke mich ab. Ich bin abends mal ausgegangen, hab mich mit freundinnen getroffen, war im kino, ....

Berater: ;-)

Tina22: ich denk auch gar nicht so über die Angst nach

Tina22: meistens kommt sie aber abends, wenn ich im Bett liege

## Anhang

Tina22: ich weiß auch nicht, sie ist meistens abends da und dann sehne ich mich nach dem Morgen. da habe ich dann das Gefühl, dass die Angst dann weg ist.

Berater: „...hol ich mir die angst dann, wenn ich im bett liege“

Tina22: ja.:)

Berater: „...und am morgen schaffe ich es, die angst dann wieder wegzuschicken“

Tina22: :-)

Tina22: ich kann aber manchmal nichts dagegen machen. ich versuche sie wegzuschicken. ich weiß auch nicht warum ich das so sehe: für mich ist das leben wie ein spiel. nur bin ich mit den spielregeln (tod, krankheiten) nicht einverstanden und will da nicht mitmachen

Berater: hm

Tina22: und dann kann ich die Angst nicht wegschicken. dann denk ich schnell an etwas anderes und lenke mich ab, obwohl ich weiß, ich sollte mich mit ihr auseinandersetzen

Berater: es ist ok Tina, wenn du dich ablenkst. es geht darum, dass du dich von deiner angst nicht ständig dominieren lässt...

Berater: manchmal ist es gut sich abzulenken, manchmal kannst du sie als bettnachbar begrüßen und...

Berater: mit ihr sprechen, manchmal dich mit ihr konfrontieren und dabei die erfahrung machen, dass sie wieder weiterzieht.

*[Integrationsphase]*

Berater: hm, Tina, wenn ich dir so „zuhöre“, dann...

Berater: kommt mir der Gedanke, dass deine ängste auch...

Berater: etwas damit zu tun haben könnten, dass...

Berater: es dir noch schwerfällt, von zu hause abschied zu nehmen und...

Berater: „in die welt hinauszugehen“.

Tina22: \*kurzmalnachdenkt\*

*[Neuorientierungsphase]*

Berater: gut, wenn du einverstanden bist, dann...

Berater: beobachtest du diese woche deine angstgedanken genau und...

Berater: schreibst auf, in welchen situationen sie auftreten und wie....

Berater: du darauf reagierst. Den beobachtungsbogen kann du dir von der homepage runterladen.

Tina22: ok

Berater: was mir noch wichtig ist: wenn die angst länger bleibt oder heftiger wird, dann brauchst du psychotherapeutische unterstützung.

Tina22: mal sehen.“

### **Anhang C: Beispiele für die Verschiedenheit von Beratungsanfragen**

(Knatz, 2008, S. 7ff)

#### *Beispiel 1: Sachlich-nüchterne Anfrage*

„Hallo

Ich bin 17 Jahre alt, weiblich, Abiturientin und würde mich gerne über verschiedene Möglichkeiten wie man eine Bulimieerkrankung heilen könnte erkundigen. Im voraus Danke, Ihre XXX“

#### *Beispiel 2: wenig distanzierte Anfrage*

„ich bin fahnenflüchtig

hab meine freundin angelogen

das ich dort wär und nur nich telefonieren könnte,

und sitzt nun hier trink mich dumm, was ich gewöhnlich nich mach und

## Anhang

hab vorallem keinen plan wies morgen weitergeht soll

hab vor einem jahr schon mal sowas gemacht wurde für einjahr zurückgestellt

und hab seitdem nicht mehr versucht dran zu denken

nun mußte ich wieder hin hab angst bekommen und konnt nicht reingehen

keine ahnung was ich machen soll

hab niemand mit dem ich sprechen kann

aus dem fenster springen kann ich net dazu fehlt mir der mut

wer für ne schnelle antwort wirklich dankbar“

*Beispiel 3: Anfrage mit „Gedankenfetzen“*

„...psychotherapie, ich hab das so satt

ich will endlich dass ich wieder was erreichen kann

aber ich kriegs nicht hin, bin ich also falsch im kopf? schraube locker? Nein, einfach ne dumme krankheit... wenn ich vernünftig darüber nachdenke, dann komm ich zu dem schluss dass meine vorstellungen und die krankheit nicht zusammenpassen

es müsste einfach \*weg\*

\*irgendwas\* fehlt mir, ich glaub es ist eine freundin, bzw zuerst einmal n paar kumpels mit denen ich reden und was unternehmen kann, wieso kann niemand kommen und mich abschleppen, entführen, irgendwo hinbringen, zu seiner privatparty oder sonst was, mann, schreib(t) irgendwas zurück

irgendwas

hier ist niemand

ich bin alleine, ich kann mich selbst nicht ausstehen, wer ist schon gerne mit jemandem zusammen, den er nicht ausstehen kann?

Ich schick das jetzt ab Was soll schon passieren.....“

*Beispiel 4: Anfrage, deren Inhalt in Fragen gekleidet ist*

„Das Leben soll doch einen Sinn haben, oder? Ohne Sinn kann man doch nicht leben. Was macht man aber, wenn man keinen Sinn sieht? Wenn der Körper nur benutzt und beschmutzt wird, jeden Tag aufs Neue und die Seele zerbrochen wird? Wenn der Wille gebrochen wird? Wenn der einzige Mensch, den man vertrauen kann, nur zu bestimmten Zeiten verfügbar ist?

Was dann?

Ist das nicht ungerecht, dass einige durchs Leben tanzen und andere immer Steine in den Weg gelegt bekommen?

Was ist schlimmer, tot sein oder tot zu leben?“

*Beispiel 5: Anfrage mit Rückgriff auf einen Fremdtext*

„Leere

Ich fühle mich so leer, eine blosse Hülle noch,

gedankenleer, liebeleer, lebensleer...

Alles was ich hatte an Gedanken,

alle Liebe, die ich fühlte,

alles Leben, das ich spürte,

gab ich fort, verschenkte, verschwendete ich

(möglicherweise, vielleicht, eventuell!).

Nun ist nicht mehr übrig... für mich.

Also bin ich

TOT.“

*Beispiel 6: Anfrage mit selbstverfasstem Gedicht*

„Verrückt

Spürst die Last,

die dich erdrückt.

Kennst kaum Gefühle

bei dieser Kraft.

Merkst nur die Wut

den Schmerz

der dich durchfährt.

Es fliegt und knallt

ohne Schrei und Wut

von mir hört es auf.

Erst jetzt kommt alles

voller Wucht, grausame

Träume und Sehnsucht

nach dem Tod.“

### **Anhang D: Beispiele von Foren-Beratungen**

*Die Beispiele sind aus öffentlichen beratenden Foren der kids-hotline entnommen. Sie sind für jeden sichtbar. Die Themen wurden hier gekürzt und stellen eine Erstanfrage, wie auch eine erste Antwort des Online-Beraters (oder mehr) dar (Heider, 2007, S. 1/10ff).*

*Beispiel 1: Thema „Liebe“*

Forum: Wenn Jungen Mädchen lieben

Thema: Verliebt in die beste Freundin, eröffnet am 19.3.2007, um 19.50 Uhr

User

Also wie schon geschrieben, es geht um meine beste Freundin.

Wir kennen uns schon knapp 4 Jahre und sie ist wirklich meine beste Freundin.

Nun habe ich aber Gefühle für sie entwickelt, was ich anfangs garnicht wollte, da ich die Freundschaft nicht aufs Spiel setzen wollte.

Nach einigem Harkeln habe ich mich dazu entschlossen, sie zu fragen, ob da was laufen könnte.

Letzten Samstag, da wollte sie zu mir kommen und ich wollte mit ihr darüber reden. Dann hat sie dann allerdings kurzfristig absagen müssen.

Nun bin ich wieder sehr unsicher geworden, was ich tun soll, ob ich die Freundschaft aufs Spiel setzen soll

Wenn ich alleine bin, denke ich "auf keinen Fall", aber wenn ich dann mit ihr zusammen bin.. Man kann sagen, ich bin richtig verliebt, ich denke nach dem Aufstehen an sie, mehrmals am Tag..

Ich hoffe, ihr könnt mir bei der Entscheidung helfen, oder mir Klarheit verschaffen..

Cali

Fachteamer/in

am 20.3.2007, um 17.55 Uhr

Hi Caliban,

schön von dir zu lesen - wir hatten ja schon kurz in Megumis Beitrag geschrieben.

## Anhang

Du schreibst, dass du in deine beste Freundin verliebt bist. Eure Freundschaft gibt es schon lange und du hast verständlicherweise Angst davor, dass sich alles komplett ändert, wenn du ihr über deine Gefühle berichtest. Du hattest eigentlich schon beschlossen, sie zu fragen - nun bist du wieder unsicher, ob das der richtige Weg ist.

Zum ersten möchte ich dich fragen: Ist es überhaupt für dich vorstellbar, dass du bzw. ihr so weiter macht wie bisher? Das heißt, kannst du sagen: "Ja, ich erzähl ihr nix und wir bleiben auf immer einfach gute Freunde."?

Außerdem kannst du dir mal Folgendes überlegen: Was sind die positiven Seiten an unserer momentanen Freundschaft? Was möchte ich auf keinen Fall verlieren? Was könnte Positives passieren, wenn ich es ihr sage? Was könnte passieren, wenn sie anders denkt? Also sozusagen: Spiel doch mal ein paar Varianten durch.

Ich freue mich auf deine Antwort.

Liebe Grüße, Christoph

### *Beispiel 2: Thema „Alkohol und Drogen“*

Forum: Dicht dran an Alkohol und anderen Drogen

Thema: Ist kiffen gefährlich? eröffnet am 19.3.2007, um 16.18 Uhr

neuer User

Ich hab ein riesen Problem, in meiner Clique haben einige angefangen zu kiffen, die rauchen jetzt am Wochenende öfter mal Hashisch und Mariuana, oder wie das Zeug heißt. Ich weiß nich, würd das schon auch gern mal ausprobieren so, die fandens alle voll lustig... Man...es gibt so viel Vorurteile und so Gerüchte, ist ja auch nich erlaubt und so... Ich hab aber auch voll Bammel, dass mich meine Kumpels dann nicht mehr leiden können. Könnt ihr mir helfen?

Forenleitung

am 19.3.2007, um 16.24 Uhr

Hallo Mäuschen,

## Anhang

zunächst möchte ich dich hier bei uns Willkommen heißen. Schön, dass du dich an uns gewendet hast mit deiner Frage. Ich bin Nina und möchte versuchen, dir deine Frage zu beantworten.

Wenn man „kifft“ nimmt man entweder Haschisch, das Harz der Hanfpflanze oder Marihuana, die getrockneten Blüten und Blätter, die auch Gras oder Weed genannt werden, zu sich.

Haschisch oder Marihuana kann auf verschiedene Weisen geraucht werden. z.B. vermischt mit Tabak als sogenannten Joint, in der Wasserpfeife, der Bong oder dem Chillum. Haschisch/Marihuana ist eine illegale Droge, der Besitz und Verkauf ist verboten! Das wusstest du ja schon.

Ich nenn dir mal ein paar wichtige Stichpunkte zum Thema Cannabis.

Cannabis macht körperlich nicht abhängig, es kann aber zu einer seelischen Abhängigkeit führen! Cannabis ist nicht automatisch eine Einstiegsdroge für sogenannte harte Drogen aber das Kiffen schädigt genau wie das Rauchen deinen Körper!

Warum glaubst du, dass dich deine Freunde nicht mehr mögen, wenn du der Meinung bist, das Drogen nicht gut für dich sind?

Ich freue mich auf eine Antwort von dir.

Lieben Gruß

Nina

### *Beispiel 3: Thema „Selbstverletzendes Verhalten“*

Forum: Ich schade mir selbst

Thema: ich verletze mich selbst, obwohl ich weiß, dass es null bringt...,

eröffnet am 7.3.2007, um 22.37 Uhr

#### User

Mit dem Ritzen habe ich schon seit 4 Jahren zu tun. Ab und zu geht es dann auch mal ein paar Monate ohne, aber dann kommt irgendwie wieder dieser Drang in mir hoch es einfach tun zu müssen obwohl ich weiß, dass es eigentlich nicht hilft...ich kann dagegen nichts machen.. und mittlerweile habe ich mich damit fast zufrieden gegeben, dass ich „ab und zu“ mal zur Klinge greif! Aber das will ich nicht, ich will endlich lernen anders mit meiner Vergangenheit fertig

## Anhang

zu werden und die probleme auch ohne Ritzen, Alkohol und Aggressivität in griff zu bekommen... hat da jemand ne idee wie das gehen soll/kann???

Fachteamer/in

am 8.3.2007, um 23.23 Uhr

Liebe Hecke,

schön, dass Du Dich mit Deinem Problem wieder an uns wendest. Ich heiße Aglaja und würd gerne mal gemeinsam mit Dir schauen, ob wir eine Lösung für Dein Problem finden können.

Ok?

Du schreibst, dass Du Dich schon seit vier Jahren immer mal wieder selbst verletzt.

Manchmal liegen Monate zwischen den einzelnen Malen. Du weisst, dass SVV keine Lösung für Deine Probleme ist und möchtest deshalb nach anderen Möglichkeiten suchen um mit Deinen Problemen umgehen zu können. Ist das soweit richtig?

Was ich auf jeden Fall ganz, ganz toll finde ist, dass es immer mal wieder Zeiten gibt, in denen Du es schaffst, Dich nicht zu verletzen. Ist in diesen Phasen etwas anders? Ich mein, geht es Dir dann generell besser? Oder geht es Dir auch in diesen Zeiten mal schlecht?

In was für Situationen greifst Du denn dann wieder zur Klinge? Was ist dann anders? Wie fühlst Du Dich in diesen Momenten? Bist Du dann sauer? Traurig? Enttäuscht?

Ich weiss, das sind jetzt erst einmal ganz schön viele Fragen, sorry. Ich würd mich freuen, wenn Du sie mir beantworten würdest.

Sei lieb begrüßt, Aglaja

## Anhang

### **Anhang E: Instrumente des Integrativen Qualitätssicherungsmodells (IQSM)**

*Fragebogen zur Einschätzung des Ratsuchenden* (Eidenbenz, 2009, S. 221f)

Felder 1-4 ankreuzen	1	2	3	4
Emotionalität Welche Emotionen nehme ich wahr? Qualität der Gefühle?	nüchtern			emotional
Nähe oder Distanz Wie nahe oder distanziert erlebe ich das virtuelle Gegenüber? (Anrede, Formulierungen)	distanziert			nahe
Dringlichkeit Wie dringlich ist die Anfrage?	niedrig			hoch
Problemdruck/Leidensdruck Wie hoch schätze ich den Druck ein?	niedrig			hoch
Fragestellung Wie verständlich, klar, diffus ist die Fragestellung?	diffus			klar
Informationen zur Person Wie viele Informationen bekomme ich zur Person? Geschlecht, Stand, Arbeit, Funktion?	wenige			viele
Informationen zum Kontext Wie viele Hinweise bekomme ich zum Umfeld?	wenige			viele
Ressourcen Hinweise zu Ressourcen und wie schätze ich sie ein?	niedrig			hoch
Projektion Erwartungen und Projektionen des Klienten	niedrig			hoch
Eignung Setting Schätze ich die Frage als geeignet für Online-Beratung ein?	wenig			gut

## Anhang

*Strategie für Online-Berater* (Eidenbenz, 2009, S. 223)

„Folgende Fragen sollen helfen, einen Vorgehensplan und eine Systematik bei der Beantwortung der Fragestellung zu entwickeln:

1. Fokus: Welches ist der Hauptpunkt, auf den ich achten möchte?
2. Priorität: Welchen Aspekt oder Punkt werde ich nicht prioritär berücksichtigen oder weglassen?
3. Ressourcen: Was will ich positiv verstärken?
4. Informationen: Welche Sachinformationen möchte und kann ich vermitteln?
5. Perspektive: Welche weiterführenden Fragen könnte ich formulieren?
6. Angebot: Welche Angebote empfehle ich (Mail, Links, Adressen etc.)?“

*Fragebogen zur Reflexion des Beraters* (Eidenbenz, 2009, S. 224)

Felder 1-4 ankreuzen	1	2	3	4
<i>Intensität/Belastung</i>				
Anforderung	einfach		schwierig	
Routineantwort – große Herausforderung				
Belastung	wenig		sehr	
Fragestellung belastend				
Gegenübertragung	wenig		intensiv	
Eigene Emotionen				
Gedanken über Ratsuchenden	negativ		positiv	
<i>Selbsteinschätzung</i>				
Länge meiner Antwort	zu kurz	genau richtig	zu lang	
Zufriedenheit	niedrig		hoch	
Einschätzung Beratungsprozess				
Klient meldet sich wieder – online	nie		sicher	
Klient meldet sich wieder – Telefon				
Klient kommt oder geht in Face-to-Face-Beratung				
<i>(Fortsetzung nächste Seite)</i>				

## Anhang

Selbstsicherheit	Super- /Intervision	Selbst- kompetenz
Gerne hätte ich diesen Fall in der Supervision oder mit einem Kollegen besprochen		
Ich habe mich bei der Antwort kompetent und selbstsicher gefühlt		
Welche Aspekte waren für mich am wichtigsten?		
Worauf bin ich eingegangen und worauf nicht?		
Warum diese Gewichtung?		

*Fragebogen für das Feedback des Klienten (Eidenbenz, 2009, S. 225f)*

„Lieber Ratsuchender,

Sie haben von unserer Online-Beratung Gebrauch gemacht und konnten Erfahrungen mit einer noch relativ neuen Beratungsform sammeln. Wie möchten aus Ihren Erfahrungen lernen und bitten Sie deshalb folgenden Fragebogen zu beantworten und zu retournieren.

Besten Dank für Ihre Mitarbeit.“

Felder 1-4 ankreuzen	1	2	3	4
	sehr			wenig
Mit der Beratung bin ich grundsätzlich zufrieden.				
Der Berater/die Beraterin hat mein Anliegen verstanden.				
Der Berater/die Beraterin nahm meine Frage ernst.				
Die Beratung war hilfreich zur Klärung meines Anliegens.				
Die Antwort hat mir eine neue Perspektive ermöglicht.				
Erkenntnisse konnte ich in meine Praxis umsetzen.				
<i>(Fortsetzung nächste Seite)</i>				

## Anhang

Der Berater/die Beraterin hat die richtigen Worte gewählt, den richtigen Tonfall getroffen.	sehr	wenig
Bei diesem Berater/dieser Beraterin würde ich mich wieder melden.	ja	nein
online		
Telefon		
Face-to-Face-Beratung		
Weitere Rückmeldungen:		

*Evaluation des Beraters* (Eidenbenz, 2009, S. 226f)

„Als Online-Berater ziehe ich folgende Konsequenzen aus den Rückmeldungen und meiner Erfahrung:

1. Ich achte in Zukunft noch mehr darauf, dass...
2. Ich werde zusätzlich bedenken, dass...
3. Ich werde es unterlassen,...
4. Ich nehme mir vor,...
5. Ich habe gelernt,..."

### **Anhang F: Die Fokusformulierung als Orientierungshilfe**

Wie bereits in Kapitel 6.1.1 beschrieben wurde, besteht die Erarbeitung eines Fokus aus zwei Schritten: Die Symptome, sowie die psychodynamischen Hintergründe müssen erarbeitet und beschrieben werden. Bei der ersten Zentrierung versucht der Berater, das aktuelle Problem zu erfassen. Hierbei kann er sich beispielsweise folgender Fragen bedienen (Hintenberger, 2009b, S. 4):

- „Wo steht der/die KlientIn jetzt?
- Was ist seine/ihre Aufgabe, die er/sie lösen muss?
- Wie beschreibt der/die KlientIn sein/ihr Problem?
- Was ist das aktuell zentrale Problem des/der KlientIn?
- Welche Situation hat die Krise ausgelöst?
- Was ist das erste Gefühl, das ich beim Lesen verspüre?
- Welche Bilder und Fantasien entstehen beim Lesen?
- Welche Impulse verspüre ich beim Lesen?“

## Anhang

Die zweite Zentrierung setzt seinen Schwerpunkt auf die unbewussten Hintergründe, die die Problematik erklären. Um diese herauszufiltern, eignen sich folgende Fragen (ebd., S. 6):

- „Welche Resonanzphänomene stellen sich beim Lesen der Anfrage ein?
- Welche Themen könnten unter/hinter dem „benannten“ Thema liegen?
- Wie könnte die Symptomatik, das Anliegen „in eine Geschichte gelungener und misslungener Beziehungserfahrungen übersetzt“ (Zaepfel & Metzmacher, 1996, S. 30) werden?
- Welche Hypothesen lassen sich daraus ableiten?“

Nachdem der Berater nun alle wichtigen Hinweise erfasst hat, kann er beginnen, einen Fokalsatz zu formulieren, wobei dieser aus der Sicht des Ratsuchenden ausgedrückt am vorteilhaftesten ist. Weiterhin sollte die Formulierung so vollzogen werden, als wären dem Ratsuchendem die Zusammenhänge bereits bewusst. Nachfolgende Zitate sollen Beispiele für derartige Formulierungen verdeutlichen (Hintenberger, 2009b, S. 6ff):

„Mir fällt es schwer Kontakte zu anderen Menschen aufzubauen, *weil ich glaube, mich nur durch Kontaktverweigerung vor Vereinnahmung schützen zu können.*“

„Ich verletze mich immer wieder selbst, *weil ich meine emotionalen Schmerzen in physische Schmerzen verwandle und so besser kontrollieren kann.*“

„Ich möchte mich nicht mit meiner Vergangenheit beschäftigen, *weil ich Angst habe, dann meine Gefühle nicht mehr kontrollieren zu können.*“

„Ich muss immer Allen helfen, *weil ich sonst befürchte, keine Anerkennung zu bekommen.*“

Eine abschließende „fokale Formel“ (ebd., S. 9), die in 4 Einheiten aufgebaut ist, soll neben bisher gewonnenen Erkenntnissen (*Nachdem ich bisher...*) Schritte entwerfen, die zu verwirklichen sind (*Stehen jetzt die folgenden Entwicklungsschritte an...*), wobei mögliche Hürden wie beispielsweise Ängste (internal) oder Blockaden aus der Umwelt (external) beachtet werden müssen (*Was erschwert wird durch ... (internale Aspekte) und ... (externale Aspekte)*). Zuletzt erfolgt eine Festlegung konkreter Verhaltensschritte (*Ein erster Schritt in Richtung Veränderung könnte darin bestehen...*). Eine endgültige Fokusformulierung könnte zum Beispiel wie folgt aussehen (ebd., S. 12):

„*Nachdem ich bisher meine Familie als wichtigste Unterstützungsquelle und Lebensmittelpunkt gesehen habe,*

## Anhang

*stehen jetzt folgende Entwicklungsschritte an, autonomer und angstfreier in die Welt hinauszugehen,*

*was erschwert wird durch* meinen Mangel an positiven inneren Stimmen, meine Angst vor Konflikten (interner Aspekt) und der ambivalenten Haltung meiner Familie meinen Autonomiebestrebungen gegenüber (externer Aspekt).

*Ein erster Schritt in Richtung Veränderung könnte darin bestehen,* Unterstützung in schwierigen Situationen nicht nur bei meiner Familie zu suchen, sondern auch mit Freunden über meine Ängste und Probleme zu sprechen und zu lernen, negative Gedankenspiralen frühzeitig zu unterbrechen.“

### **Anhang G: Beispiel einer systematischen Metaphernanalyse**

(Beck, 2007, S. 11f; Beck, 2009, S. 137ff)

„*Vorbemerkung:* Im folgenden Beispiel geht es um Eve, ein 18-jähriges Mädchen, das mit ihren zwei Stiefschwestern bei ihrem Vater und ihrer Stiefmutter lebt. Während das Verhältnis zu ihrer leiblichen Mutter vertraut ist, beschreibt sie das zum Vater als oberflächlich. Sie leidet unter starken Stimmungsschwankungen, was zu gelegentlichem schulischen Versagen führt. In den Texten (bzw. Ausschnitten) identifizierte Metaphern, welche zum Hauptthema „*Stimmungsschwankungen*“ gehören, werden zu ihrer Verdeutlichung *kursiv* hervorgehoben. Die metaphorischen Konzepte lassen sich überwiegend in ein *Weg*-Schema und ein *Oben/Unten*-Schema einteilen.

Metaphorisches Konzept: Das Leben ist ein *Auf und Ab*

„heute bin ich mal wieder an nem absoluten *tiefpunkt*“

„und dann höhr ich mir natürlich auch noch die ganze zeit musik an, die eher nicht dazu beiträgt die stimmung *zu heben*“

„hoffe bloß, dass das meine stimmung nicht noch weiter *senkt*, sondern endlich mal wieder *hebt*...“

„hatte mich so gefreut das meine stimmung (seit ich hier schreib) einigermaßen immer *gleich geblieben ist* und jetzt... *total im keller*“

Metaphorisches Konzept 2: Das Leben ist ein *Weg*

„Hi. glaube, noch tiefer *gehts* echt nicht...“

„Hi! Mir *gehts* wieder besser.“

„eigentlich *gehts* mir mal wieder besser (zum glück).“

## Anhang

„kann mir einfach nicht vorstellen, dass es mir auch mal wieder richtig gut *gehen* könnte.“

„ich will leben, ich würde so gerne leben!!! aber es *geht* einfach nicht“

„ich will nicht mit der Masse *gehen*“

„aber das mit dem vertrauen *geht* bei mir halt nur ganz langsam“

„dadurch das man sich bei mir nie Sorgen machen musste, das ich mal nicht *durchkomm*“

„was machen die schon groß für mich? außer mich immer *weiter an die Klippe zu treiben*“

„naja, versuch inzwischen das ganze nicht mehr so an mich *ranzulassen*... ich weiß ja, das sie es nicht so meint“

Nach der Analyse und Einordnung der Metaphern, antwortet die Online-Beraterin in einer E-Mail, wobei sie die starken Gefühlsschwankungen von Eve bildlich verdeutlicht und auch die Bewegungen (Hoch und Tief), die Geschwindigkeit und fehlende Kontrolle veranschaulicht:

„Beim lesen hatte ich den Eindruck, dass dein Leben dir gerade wie eine Achterbahnfahrt vorkommt. Du düst den Berg hoch mit einem Affenzahn und schnupperst ein wenig von der guten Luft da oben, dann fliegst du im freien Fall wieder ein gutes Stück runter.“

Eve lässt das Bild auf sich wirken und bestätigt die Annahme der Beraterin:

„Der vergleich mit der achterbahn trifft wirklich ins schwarze!!“

„seit freitag hat die achterbahn mal beschlossen, ein bisschen an der sonne zu parken ;).“

In der nachfolgenden Interventionsebene schlägt die Autorin (Beck, 2009) vor, Eve zu unterschiedlichen Aspekten zu befragen. Möglich wären Fragen zum Kontrollverlust (z.B. Hast du Angst aus dem Wagen zu fallen?), zur Empfindung (z.B. Fühlst du dich in der Achterbahn eingengt/gefangen?), zur möglichen Unterstützung durch soziale Kontakte (z.B. Wie könnte man dir die Freiheit aus der Achterbahn ermöglichen? Wer könnte dir dabei helfen, auszusteigen?) oder zu Kontrollmöglichkeiten (z.B. Gibt es einen Notschalter, womit man die Achterbahn stoppen könnte?). Mit Hilfe der Kommunikation solcher Fragen, können Handlungsmöglichkeiten erschlossen werden, die Eve benutzen könnte, um aus dem Auf und Ab auszusteigen und/oder besser damit klarzukommen.“

## Anhang H: Die 4 Folien des Vier-Folien-Konzepts

(Knatz & Dodier, 2003, S. 143ff; Knatz 2009b, S. 108ff)

---

### 1. Folie – Der eigene Resonanzboden

- Was ist das erste Gefühl, das ich beim Lesen verspüre?
- Welche Bilder und Fantasien sind in mir beim Lesen der E-Mail entstanden?
- Halte ich das Problem für lösbar, auch per E-Mail, oder möchte ich lieber an eine Kollegin, Kollegen weiterverweisen?
- Was würde ich der Schreiberin, dem Schreiber spontan wünschen?
- Kann ich mir vorstellen, mit dieser Ratsuchenden, diesem Ratsuchenden in Beziehung zu treten?

---

### 2. Folie – Das Thema und der psychosoziale Hintergrund

- Was ist das Thema der Mail? (*Unterstreichen der Schlüsselwörter*)
- Bekomme ich ein Bild von der Mailerin, dem Mailer und dem sozialen Kontext, in dem sie/er sich befindet?
- Bekomme ich genügend Fakten? (z.B. Alter, Geschlecht, Familienstand...)
- Wo sehe ich die Stärken und Schwächen des Ratsuchenden?

---

### 3. Folie – Diagnose

- Was ist das Thema des Ratsuchenden?
- Was sind die Fragen und Wünsche an mich?
- Ist das Ziel des Ratsuchenden klar?
- Was sind meine Hypothesen?
- Welche Fragen habe ich noch?

---

### 4. Folie – Intervention

- Anrede  
(*Sehr geehrter Herr.../ Liebe.../ Hallo ...*)
- Einleitung – Vorstellen der Institution und der eigenen Person  
(*Ihre Anfrage ist bei uns in der ... angekommen. Mein Name ist ..., ich antworte Ihnen gerne...*)

(Fortsetzung nächste Seite)

## Anhang

- Auf generelle Fragen der oder des Ratsuchenden eingehen  
*(Die Anonymität ist gewährleistet...  
Ich bin Mitarbeiterin der....)*
- Positive Wertschätzung, Lob und Anerkennung ausdrücken  
*(Ich finde es toll, dass Sie den Mut gefunden haben, uns zu schreiben... Wie ich lesen kann, ist es Ihnen nicht leicht gefallen....)*

### Feedback

- Mitteilen, was ich sachlich und emotional verstanden habe  
*(Aus Ihren Zeilen konnte ich deutlich Ihre Verzweiflung [...] lesen...)*
- Mitteilen, was ich nicht verstanden habe, Klären fehlender und unverständlicher Dinge  
*(Mir ist nicht ganz klar, warum Sie...)*
- Hypothesen und Vermutungen in Fragen kleiden  
*(Könnte es möglich sein, dass...?  
Ich vermute, dass... liege ich damit richtig?)*
- Problemlösungswege aufzeigen und begründen, Alternativen offen lassen  
*(Vielleicht sollten Sie mal versuchen...)*
- Nachfragen, ob dieser vorgestellte Weg gangbar ist  
*(Können Sie sich vorstellen, dies einmal zu versuchen?)*
- Einen Wunsch für die Ratsuchende oder den Ratsuchenden formulieren  
*(Ich wünsche Ihnen, dass Sie es schaffen,...)*
- Angebot und Grenzen deutlich machen  
*(Ich bin bereit, mit Ihnen zusammen herauszuarbeiten,....  
Was ich nicht leisten kann, ist....)*
- Abschluss  
*(Ich würde mich freuen, von Ihnen eine Antwort zu bekommen...)*
- Mitteilen der technischen Modalitäten/Antwortadresse, Antwortfrequenz usw.)  
*(Bitte antworten Sie mir an die Emailadresse... Ich werde mich bemühen, innerhalb einer Woche wieder zu antworten...)*
- Verabschiedung  
*(Mit freundlichen Grüßen...  
Liebe Grüße...)*

**Anhang I: Wissenswerte Vorschriften bezüglich Datenschutz und Datensicherheit**

Zitate nach Heider (2007, S. 26ff):

„(1) Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person (Betroffener).“ (§3, Absatz 1, BDSG)

„Den bei der Datenverarbeitung beschäftigten Personen ist untersagt, personenbezogene Daten unbefugt zu erheben, zu verarbeiten oder zu nutzen (Datengeheimnis). (2) Diese Personen sind, soweit sie bei nicht-öffentlichen Stellen beschäftigt werden, bei der Aufnahme ihrer Tätigkeit auf das Datengeheimnis zu verpflichten. (3) Das Datengeheimnis besteht auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit fort.“ (§5, BDSG)

„(1) Wer unbefugt ein fremdes Geheimnis, namentlich ein zum persönlichen Lebensbereich gehörendes Geheimnis oder ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis, offenbart, das ihm als (...) 4. Ehe-, Familien-, Erziehungs- oder Jugendberater sowie Berater bei Suchtfragen in einer Beratungsstelle, die von einer Behörde oder Körperschaft, Anstalt oder Stiftung des öffentlichen Rechts anerkannt ist. 4a. Mitglied oder Beauftragten einer anerkannten Beratungsstelle nach den §§ 3 und 8 des Schwangerschaftskonfliktgesetzes, 5. staatlich anerkanntem Sozialarbeiter oder staatlich anerkanntem Sozialpädagogen(...) anvertraut worden oder sonst bekanntgeworden ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft.“ (§203, StGB)

**Anhang J: Liste über Qualitätsmerkmale und –standards zur empirischen Prüfung**

Die nachfolgende Liste wird für den ersten Teil der empirischen Forschung verwendet. Hierbei werden die teilnehmenden Online-Beratungseinrichtungen dahingehend untersucht, ob sie wesentliche Qualitätsmerkmalen und –standards einhalten bzw. umsetzen. Die hier verwendeten Items entspringen den Empfehlungen der in Kapitel 7.2 aufgeführten Literatur und wurden nach eigenem Ermessen in der nachstehenden Liste zusammengestellt (vgl. BDP, o.J.; DGOB, o.J.; Dzeyk, 2005; Gerö, 2005; KFOB, zitiert nach Berger et al., 2006; Eidenbenz, 2009).

---

**Qualitätskriterien für Online-Beratungseinrichtungen**

---

	Ja (1)/ Teils (0,5)/ Nein (0)	Anmerkungen
<i>1. Identifikation des Anbieters</i>		
1.1 Name		
1.2 Adresse		
1.3 Telefonnummer		
1.4 E-Mail-Adresse		
1.5 Weitere Kontaktdaten		
1.6 Träger der Einrichtung		
<i>2. Darstellung und Transparenz des Angebots</i>		
2.1 Allgemein verständliche Beschreibung des Angebots		
2.2 Beschreibung der Ziele		
2.3 Themen und Kompetenzbereich		
2.4 Beschreibung der beraterischen Vorgehensweise		
2.5 Grenzen der Online-Beratung		
2.6 Hinweis über Vertraulichkeit und Schweigepflicht		
2.7 Gütesiegel/Qualitätsdeklaration		
<i>3. Fachspezifische Kompetenzen des Anbieters/der Mitarbeiter</i>		
3.1 Ausbildung und Werdegang des Anbieters		
3.2 Vorstellung der Mitarbeiter		
3.3 Ausbildung und Werdegang der Mitarbeiter		
3.4 Multiprofessionelle Besetzung des Teams		

(Fortsetzung nächste Seite)

### 4. *Grenzen der Online-Beratung*

- 4.1 Hinweis, dass virtuelle Beratung in akuten Krisen ungeeignet ist
- 4.2 Notfallnummern für Krisensituationen
- 4.3 Anlaufstellen vor Ort für Krisensituationen
- 4.4 Kooperation mit herkömmlichen Beratungsstellen

### 5. *Rahmenbedingungen und Setting*

- 5.1 Beschreibung des Ablaufes der Online-Beratung
- 5.2 Zeitrahmen für Beantwortung einer Anfrage
- 5.3 Kostenpflichtig/Kostenlos
- 5.4 Allgemein zugängliches Angebot von Informationen zu spezifischen Themen

### 6. *Datenschutz und Datensicherheit*

- 6.1 Gewährleistung der Datensicherheit
- 6.2 Maßnahmen zur Datensicherheit/Sicherheitsvorkehrungen
- 6.3 Hinweis auf Risiken bei Datenübertragung/mögliche Sicherheitslücken
- 6.4 Gewährleistung der Anonymität
- 6.5 Nutzung von webbasierter E-Mail-Beratung
- 6.6 Verschlüsselte Datenübertragung
- 6.7 Möglichkeit der Löschung von Daten auf Wunsch des Klienten

### 7. *Weitere Merkmale*

- 7.1 Aktualität der Homepage
- 7.2 Usability/Benutzerfreundlichkeit
- 7.3 Freiwilligkeit der Inanspruchnahme
- 7.4 Niederschwelligkeit des Angebots
- 7.5 Verbindlichkeit
- 7.6 Feedback- und Kritikmöglichkeiten

## **Anhang K: Fragebogen für die Nutzer von Online-Beratungen**

*(Diese Text-Version entspricht nicht dem Original-Layout. Sowohl die Überschriften (I-V), kursiv-gedruckte Anmerkungen, als auch Zahlenangaben nach den Items (1) waren für die Probanden nicht sichtbar.)*

Lieber Ratsuchende, liebe Ratsuchende!

Erstmal vielen Dank, dass du dich entschieden hast, diesen Online-Fragebogen auszufüllen um bei meiner Forschung zum Thema „**Lebenshilfe im world wide web**“ teilzunehmen. Der Fragebogen richtet sich an Menschen, die im Internet eine Online-Beratung in Anspruch nehmen oder genommen haben. Die Daten werden im Rahmen meiner Doktorarbeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München ausgewertet. Das Ziel der Studie ist es aufzuzeigen, welche Erfahrungen Menschen mit Online-Beratungen gemacht haben und aus der Sicht der Ratsuchenden mehr über die Möglichkeiten und Grenzen von Online-Beratungen zu erfahren.

Im Folgenden werden dir einige Fragen zu deiner Person, zur Nutzung der Online-Beratung und weitere gestellt. Ich bitte dich, alle Fragen wahrheitsgemäß zu beantworten. Wichtig ist, dass es kein „richtig“ oder „falsch“ gibt – **es zählt nur deine eigene Erfahrung bzw. Meinung!** Das Beantworten der Fragen wird circa 10-15 Minuten dauern. Nimm dir die Zeit, die du brauchst um alle Fragen zu beantworten.

Alle Angaben, die du machst, werden selbstverständlich **anonym** ausgewertet, **vertraulich** behandelt und an niemanden weitergegeben! Bei Fragen kannst du dich gerne an folgende Adresse wenden: [stephanie-sasse@web.de](mailto:stephanie-sasse@web.de).

Ich hoffe, mit deiner Teilnahme einen hilfreichen Beitrag zum Thema „Online-Beratung“ leisten zu können.

Stephanie Sasse M.A.

### **I. Soziodemographie**

#### **1. Wie alt bist du?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> unter 16 Jahre | <input type="checkbox"/> 36-40 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 16-20 Jahre    | <input type="checkbox"/> 41-45 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 21-25 Jahre    | <input type="checkbox"/> 46-50 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 26-30 Jahre    | <input type="checkbox"/> über 50 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 31-35 Jahre    |  |

#### **2. Geschlecht:** männlich weiblich

**3. Was ist dein höchster Schul- / Hochschulabschluss?**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Hauptschule | <input type="checkbox"/> Hochschulabschluss    |
| <input type="checkbox"/> Realschule  | <input type="checkbox"/> anderer Abschluss     |
| <input type="checkbox"/> Gymnasium   | <input type="checkbox"/> (noch) kein Abschluss |

**4. Welcher Beschäftigung gehst du nach?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Schüler/in        | <input type="checkbox"/> Hausfrau/-mann          |
| <input type="checkbox"/> Auszubildende/-er | <input type="checkbox"/> Selbstständige/-er      |
| <input type="checkbox"/> Student/in        | <input type="checkbox"/> Rentner/in              |
| <input type="checkbox"/> Arbeiter/in       | <input type="checkbox"/> arbeitslos              |
| <input type="checkbox"/> Angestellte/-er   | <input type="checkbox"/> andere, und zwar: _____ |
| <input type="checkbox"/> Beamte/-er        |  |

**5. In welcher Region wohnst du?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> in einer Stadt | <input type="checkbox"/> städtische Region |
| <input type="checkbox"/> auf dem Land   | <input type="checkbox"/> ländliche Region  |

**6. Wie wohnst du?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> bei den Eltern              | <input type="checkbox"/> mit der eigenen Familie |
| <input type="checkbox"/> mit meinem Partner zusammen | <input type="checkbox"/> alleine                 |
| <input type="checkbox"/> in einer Wohngemeinschaft   | <input type="checkbox"/> anderes                 |

**7. Wie ist dein Familienstand?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> solo            | <input type="checkbox"/> getrennt lebend |
| <input type="checkbox"/> feste Beziehung | <input type="checkbox"/> geschieden      |
| <input type="checkbox"/> verheiratet     | <input type="checkbox"/> verwitwet       |

**II. Nutzung der Online-Beratung**

**8. Bitte beziehe die folgenden Antworten auf das Beratungsangebot, durch welches du diesen Fragebogen bekommen hast. Welche Online-Beratung war das?**

- Kids-Hotline  
 Hoffnungswiese (Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V.)

**9. Welche Art der Online-Beratung nutzt du?**

- Email-Beratung/webbasierte Einzelberatung  
 Foren-Beratung  
 Chat-Beratung

**10. Ich nutze die Online-Beratung als...**

- |                                       |                                       |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Betroffene/r | <input type="checkbox"/> Angehörige/r |
|---------------------------------------|---------------------------------------|

**11. Wie oft nutzt du die Online-Beratung?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich            | <input type="checkbox"/> seltener                      |
| <input type="checkbox"/> mehrmals die Woche | <input type="checkbox"/> es war ein einmaliger Kontakt |
| <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat  |  |



Weil ich eine qualifizierte Antwort bekomme				
---	--	--	--	--

**III. Beweggründe für die Inanspruchnahme der Beratung**

**18. Ich habe die Online-Beratung in Anspruch genommen, weil...**

*(bitte jedes Item bewerten)*

*(1. Informationen - 2. Beratung - 3. Krisenintervention - 4. Andere Gründe)*

[1 = trifft gar nicht zu – 2 = trifft etwas zu – 3 = trifft zu – 4 = trifft vollkommen zu]

	1	2	3	4
ich über meine Probleme reden will/wollte (2)				
ich in einer akuten Krise einen Ansprechpartner suche/gesucht habe (3)				
ich einfach nur neugierig bin/war (4)				
ich tröstende Worten und/oder Ratschläge brauche/gebraucht habe (4)				
ich hier unkompliziert mit jemandem reden kann (2)				
ich glaube/geglaubt habe, dass man mir hier helfen kann (4)				
ich Informationen über professionelle Hilfe suche/gesucht habe (1)				
ich eine Krise überwinden will/wollte (3)				
ich eine objektive Sicht meiner eigenen Probleme haben will/wollte (2)				
ich einen Zuhörer suche/gesucht habe (4)				
ich mich informieren wollte, wie eine Beratung/Therapie abläuft (1)				
ich mir meinen Frust von der Seele schreiben will/wollte (4)				
ich durch Fachleute beraten werden will/wollte (2)				
ich Unterstützung, Beistand oder Trost suche/gesucht habe (4)				
ich Informationen erhalten will/wollte, die mir mit meinen Problemen weiterhelfen (1)				
ich einen konkreten Rat zu einem bestimmten Problem brauche/gebraucht habe (2)				
ich ein Problem klären will/wollte (2)				
ich mir die Zeit vertreiben will/wollte (4)				
ich Informationen zu einem bestimmten Thema erhalten will/wollte (1)				
ich mich über unterschiedliche Themen unterhalten will/wollte (4)				
ich dringend Hilfe brauche/gebraucht habe (3)				
ich Adressen von Einrichtungen vor Ort bekommen will/wollte (1)				

**19. Hast du noch andere Gründe, wieso du die Beratung in Anspruch nimmst/genommen hast?**

\_\_\_\_\_

**20. In welche Kategorie(n) würdest du die Themen der Beratung einordnen?**

*(bitte jedes Item bewerten)*

[1 = trifft gar nicht zu – 2 = trifft etwas zu – 3 = trifft zu – 4 = trifft vollkommen zu]

	1	2	3	4
Probleme in der Liebe/Beziehungsprobleme				
Angst und/oder Panikattacken				
Probleme mit der Sexualität				
Finanzielle Probleme/Schuldnerberatung				







## Anhang

Mein Berater spürt, was mich beschäftigt/belastet (3)				
Die Antwort meines Beraters gibt mir ein erleichterndes Gefühl (2)				
Mein Berater bringt mich dazu, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln (6)				
Mein Berater tröstet mich (2)				
Ich finde, dass sich mein Berater mir gegenüber offen ausdrückt (4)				
Mein Berater und ich verstehen einander (1)				
Mein Berater und ich haben gemeinsam geklärt, was wir mit der Beratung erreichen möchten (7)				
Ich habe Vertrauen in das Fachwissen meines Beraters (1)				
Ich kann selbst entscheiden, über was ich sprechen möchte und über was nicht (7)				

**32. Hier hast du die Möglichkeit Dinge loszuwerden, die dich zu diesem Thema noch beschäftigen, die aber deiner Meinung nach im Fragebogen zu kurz gekommen sind oder nicht erwähnt wurden. Bitte keine Namen oder persönliche Daten anderer User angeben!**

---

**33. Wer Interesse daran hat, die Ergebnisse der Studie zu bekommen, kann im Folgenden freiwillig seine E-Mail-Adresse angeben. Nach Abschluss der Studie werden dir dann die Ergebnisse zugeschickt.**

---

Ich freue mich, dass du an dieser Studie teilgenommen hast!

Vielen Dank für deine Unterstützung!

Falls du noch Fragen oder Anregungen zu dieser Umfrage hast, kannst du gerne eine E-Mail an mich schicken: [stephanie-sasse@web.de](mailto:stephanie-sasse@web.de).

Stephanie Sasse M.A.

(Die Erstellung des Fragebogens geschah mit Einbezug bereits verwendeter Elemente aus der angegebenen Literatur (vgl. Kapitel 9.2.1))

## **Anhang L: Fragebogen für die Berater in Online-Beratungen**

*(Diese Text-Version entspricht nicht dem Original-Layout. Sowohl die Überschriften (I-V), kursiv-gedruckte Anmerkungen, als auch Zahlenangaben nach den Items (1) waren für die Probanden nicht sichtbar.)*

Liebe BeraterInnen!

Erstmal vielen Dank, dass Sie sich entschieden haben, diesen Online-Fragebogen auszufüllen um bei meiner Forschung zum Thema „**Lebenshilfe im world wide web**“ teilzunehmen. Dieser Fragebogen richtet sich an BeraterInnen, die im Internet Online-Beratungen durchführen. Die Daten werden im Rahmen meiner Doktorarbeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München ausgewertet. Das Ziel der Studie ist es u.a. aufzuzeigen, welche Erfahrungen BeraterInnen mit Online-Beratungen machen, welche Motivation sie mit sich bringen und wie sie Beratungen bewerten.

Im Folgenden werden Ihnen einige Fragen zu Ihrer Person, Ihrer Motivation, Ihrer Vorgehensweise und weitere gestellt. Ich bitte Sie, alle Fragen wahrheitsgemäß zu beantworten. Wichtig ist, dass es kein „richtig“ oder „falsch“ gibt – **es zählt nur Ihre eigene Erfahrung bzw. Meinung!** Das Beantworten der Fragen wird circa 10-15 Minuten dauern. Nehmen Sie sich die Zeit, die Sie brauchen um alle Fragen zu beantworten.

Alle Angaben, die Sie machen, werden selbstverständlich **anonym** ausgewertet, **vertraulich** behandelt und an niemanden weitergegeben! Bei Fragen können Sie sich gerne an folgende Adresse wenden: stephanie-sasse@web.de.

Ich hoffe, mit Ihrer Teilnahme einen hilfreichen Beitrag zum Thema „Online-Beratung“ leisten zu können.

Stephanie Sasse M.A.

### **I. Soziodemographie**

#### **1. Wie alt sind Sie?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> unter 16 Jahre | <input type="checkbox"/> 36-40 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 16-20 Jahre    | <input type="checkbox"/> 41-45 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 21-25 Jahre    | <input type="checkbox"/> 46-50 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> 26-30 Jahre    | <input type="checkbox"/> über 50 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 31-35 Jahre    |  |

2. **Geschlecht:** \_\_\_ männlich \_\_\_ weiblich

3. **Gehen Sie neben Ihrer Tätigkeit als Berater einer weiteren Beschäftigung nach?**

**Wenn ja, welcher?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Schüler/in        | <input type="checkbox"/> Selbstständige/-er      |
| <input type="checkbox"/> Auszubildende/-er | <input type="checkbox"/> Rentner/in              |
| <input type="checkbox"/> Student/in        | <input type="checkbox"/> arbeitslos              |
| <input type="checkbox"/> Arbeiter/in       | <input type="checkbox"/> ich gehe keiner anderen |
| <input type="checkbox"/> Angestellte/-er   | Beschäftigung nach                               |
| <input type="checkbox"/> Beamte/-er        | <input type="checkbox"/> andere und zwar: _____  |
| <input type="checkbox"/> Hausfrau/-mann    |  |

4. **Wie wohnen Sie?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> bei den Eltern              | <input type="checkbox"/> mit der eigenen Familie |
| <input type="checkbox"/> mit meinem Partner zusammen | <input type="checkbox"/> alleine                 |
| <input type="checkbox"/> in einer Wohngemeinschaft   | <input type="checkbox"/> anderes                 |

5. **Wie ist Ihr Familienstand?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> solo            | <input type="checkbox"/> getrennt lebend |
| <input type="checkbox"/> feste Beziehung | <input type="checkbox"/> geschieden      |
| <input type="checkbox"/> verheiratet     | <input type="checkbox"/> verwitwet       |

## **II. Qualifikation**

6. **Was ist Ihr höchster Schul- / Hochschulabschluss?**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Hauptschule | <input type="checkbox"/> Hochschulabschluss    |
| <input type="checkbox"/> Realschule  | <input type="checkbox"/> anderer Abschluss     |
| <input type="checkbox"/> Gymnasium   | <input type="checkbox"/> (noch) kein Abschluss |

7. **Haben Sie eine Ausbildung gemacht?**

- Ja       Nein

8. **In welche Berufsgruppe sind Sie einzuordnen?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bauwesen/Architektur /Gebäudetechnik           | <input type="checkbox"/> Kultur/Sprachen/Gesellschaft               |
| <input type="checkbox"/> Büro/Kaufmännischer Bereich/Handel/Finanzwesen | <input type="checkbox"/> Kunst (Film, Theater, Musik, Malerei etc.) |
| <input type="checkbox"/> Chemie(-technik)                               | <input type="checkbox"/> Land-, Forst-, Hauswirtschaft              |
| <input type="checkbox"/> Elektrotechnik                                 | <input type="checkbox"/> Ernährung                                  |
| <input type="checkbox"/> Erziehung/Bildung                              | <input type="checkbox"/> Maschinen- und Fahrzeugbau                 |
| <input type="checkbox"/> Soziales/Religion                              | <input type="checkbox"/> Medien                                     |
| <input type="checkbox"/> Sport/Freizeitwirtschaft                       | <input type="checkbox"/> Recht/Sicherheit/Verwaltung                |
| <input type="checkbox"/> Gesundheit/Medizin                             | <input type="checkbox"/> Tourismus/Gastgewerbe                      |
| <input type="checkbox"/> Informations- und Kommunikationstechnik/EDV    | <input type="checkbox"/> Transport/Verkehr                          |
|   | <input type="checkbox"/> anderes                                    |

**9. Sind Sie...? (Mehrfachnennungen möglich)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Psychologe/Psychologin           | <input type="checkbox"/> Arzt/Ärztin                         |
| <input type="checkbox"/> (Sozial-)Pädagoge/Pädagogin      | <input type="checkbox"/> Psychotherapeut/Psychotherapeutin   |
| <input type="checkbox"/> Soziologe/Soziologin             | <input type="checkbox"/> Psychiater/Psychiaterin             |
| <input type="checkbox"/> Erzieher/Erzieherin              | <input type="checkbox"/> Neurologe/Neurologin                |
| <input type="checkbox"/> Lehrer/Lehrerin                  | <input type="checkbox"/> Pflegefachkraft                     |
| <input type="checkbox"/> Schulpsychologe/Schulpsychologin | <input type="checkbox"/> Student/in in einem dieser Bereiche |
| <input type="checkbox"/> Therapeut/Therapeutin            | <input type="checkbox"/> nichts von alledem                  |

**10. Gehen Sie auch außerhalb des Internet der Tätigkeit als BeraterIn nach?**

- Ja                       Nein

**11. In welcher Weise wurden Sie zum (professionellen) Online-Berater ausgebildet?**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ausbildung zum<br>Online-Berater<br>und zwar bei:<br>_____ | <input type="checkbox"/> Interne<br>Weiterbildung in der<br>Online-Beratung | <input type="checkbox"/> Keine Aus- oder<br>Weiterbildung |
|---|---|---|

**III. Ausübung der Online-Beratung**

**12. Bitte beziehen Sie die folgenden Antworten, auf das Beratungsangebot, bei dem Sie als Online-Berater tätig sind: Welches ist das?**

- Kids-Hotline  
 Hoffnungswiese (Gesellschaft für soziale Anerkennung e.V.)

**13. Welche Art der Online-Beratung führen Sie aus? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Email-Beratung/webbasierte Einzelberatung  
 Foren-Beratung  
 Chat-Beratung

**14. Wie oft üben Sie Online-Beratungen aus?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich            | <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat |
| <input type="checkbox"/> mehrmals die Woche | <input type="checkbox"/> seltener          |

**15. Wie viel Zeit wenden Sie durchschnittlich pro Beratung auf? (für lesen, schreiben, etc.)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> bis zu 15 Minuten   | <input type="checkbox"/> eine bis zwei Stunden |
| <input type="checkbox"/> bis zu 30 Minuten   | <input type="checkbox"/> mehr als zwei Stunden |
| <input type="checkbox"/> bis zu einer Stunde |  |

**16. Wie viele Ratsuchende haben Sie durchschnittlich in einem Zeitraum?**

- |                                  |                                      |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 bis 3 | <input type="checkbox"/> 7 bis 10    |
| <input type="checkbox"/> 4 bis 6 | <input type="checkbox"/> mehr als 10 |

**17. Wie lange beraten Sie durchschnittlich einen Klienten, bis die Beratung zu Ende ist?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> bis zu einer Woche            | <input type="checkbox"/> bis zu 5 Beratungen/Antworten  |
| <input type="checkbox"/> bis zu zwei Wochen            | <input type="checkbox"/> bis zu 10 Beratungen/Antworten |
| <input type="checkbox"/> bis zu einem Monat            | <input type="checkbox"/> länger                         |
| <input type="checkbox"/> bis zu 3 Beratungen/Antworten |   |

**18. Seit wann arbeiten Sie in dieser Online-Beratungsstelle?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> seit weniger als einem Monat | <input type="checkbox"/> seit mehr als sechs Monaten |
| <input type="checkbox"/> seit ein bis drei Monaten    | <input type="checkbox"/> seit mehr als einem Jahr    |
| <input type="checkbox"/> seit drei bis sechs Monaten  |  |

**19. Wie haben Sie von der Online-Beratung erfahren? (Mehrfachnennungen möglich)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Empfehlung von Freunden/Bekannten | <input type="checkbox"/> Links                   |
| <input type="checkbox"/> Fernsehen                         | <input type="checkbox"/> Zeitung/Zeitschrift     |
| <input type="checkbox"/> Suchmaschine                      | <input type="checkbox"/> Beratungsstelle vor Ort |
|  | <input type="checkbox"/> nichts von alledem      |

**20. Arbeiten Sie momentan noch bei anderen Online-Beratungen?**

- Ja, und zwar bei: \_\_\_\_\_
- Nein

**21. Was hat Sie bewogen als Online-Berater zu arbeiten? (bitte jedes Item bewerten)**  
 (1. Berufschance – 2. Neugierde – 3. Hilfsangebot – 4. Andere Gründe)

[1 = trifft gar nicht zu – 2 = trifft etwas zu – 3 = trifft zu – 4 = trifft vollkommen zu]

	1	2	3	4
Ich wollte ein zweites Standbein haben (1)				
Ich möchte anderen Menschen Beistand und Trost geben (3)				
Ich möchte anderen Menschen ihre Ressourcen vor Augen halten (3)				
Ich hatte bereits Erfolg bei einem anderen Online-Beratungsangebot (4)				
Ich hatte Lust/Interesse, etwas im Internet zu tun (2)				
Ich möchte anderen Menschen bei ihren Problemen helfen (3)				
Ich war neugierig auf diesen Bereich der Beratung (2)				
Ich wollte diese vielversprechende Marktlücke wahrnehmen (1)				
Ich möchte auf diese Weise auch kontaktscheue Menschen erreichen (3)				
Ich möchte problembelasteten Menschen Mut machen (3)				
Ich möchte andere Menschen auf ihrem Weg unterstützen (3)				
Ich wollte neben meinem normalen Beruf noch etwas anderes tun (1)				
Ich wollte auf diese Weise Menschen erreichen, die man im realen Leben nicht erreicht (3)				
Ich möchte anderen Menschen praktische Ratschläge geben, ihre Probleme zu bewältigen (3)				
Ich möchte anderen Menschen helfen, einen neuen Weg zu erproben (3)				
Ich glaube an die Effizienz dieser Art der Beratungen (4)				
Ich sehe diese Tätigkeit als berufliches Sprungbrett an (1)				
Ich möchte meine positive Sichtweise mit anderen Menschen teilen (4)				
Ich möchte Menschen die Möglichkeit geben, sich vollkommen anonym beraten zu				

## Anhang

lassen (3)				
Ich möchte auf diese Weise psychosoziale Beratung populär machen (4)				
Ich möchte andere Menschen dazu ermutigen, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen (3)				

### 22. Haben Sie noch andere Gründe, wieso Sie als Online-Berater arbeiten?

\_\_\_ Nein

\_\_\_ Ja, und zwar: \_\_\_\_\_

### 23. Welche Themen bearbeiten Sie in Ihren Beratungen? (bitte jedes Item bewerten)

[1 = trifft gar nicht zu – 2 = trifft etwas zu – 3 = trifft zu – 4 = trifft vollkommen zu]

	1	2	3	4
Probleme in der Liebe/Beziehungsprobleme				
Angst und/oder Panikattacken				
Probleme mit der Sexualität				
Finanzielle Probleme/Schuldnerberatung				
Konflikte mit Mitmenschen/Freunden				
Erziehungsfragen				
Probleme in der Schule				
Suizid(-gedanken)				
Suchtprobleme				
Gesundheitliche Probleme				
Probleme in der Familie				
Allgemeine Lebenskrise				
Psychische Probleme/Krankheiten				
Probleme bei der Arbeit				
Allgemeine Hilfestellung				
Sonstiges				

## IV. Bewertung der Beratungen

### 24. Glauben Sie, dass die Nutzung einer Online-Beratung hilfreich sein kann, Probleme zu überwinden?

\_\_\_ Ja

\_\_\_ Vielleicht

\_\_\_ Nein

### 25. Welche Schwierigkeiten sehen Sie bei Ihren Beratungen?

(bitte jedes Item bewerten)

(1. Schwierigkeiten beim Berater – 2. Allgemeine Schwierigkeiten)

[1 = trifft überhaupt nicht zu – 2 = trifft etwas zu – 3 = trifft zu – 4 = trifft vollkommen zu]

	1	2	3	4
Die Beratungen benötigen einen großen Zeitaufwand (2)				
Es gibt technische Schwierigkeiten (2)				
Ich habe Angst, Fehler zu machen (1)				
Ratsuchende melden sich einfach nicht mehr (2)				
Es gibt zu viele Anfragen für Beratungen (2)				
Die Verantwortung ist für mich zu hoch (1)				
Ich fühle mich unsicher beim Beantworten der Anfragen (1)				

## Anhang

Die Beratungen erinnern mich an meine eigenen Probleme (1)				
Es ist schwer, innerhalb des Teams einen gemeinsamen Stil zu finden (2)				
Ich habe nicht die nötige Distanz zu den Klienten (1)				

**26. Welche Rückmeldungen bzw. Eindrücke bekommen Sie durchschnittlich von Ihren KlientInnen vermittelt?** *(Denken Sie an alle KlientInnen gemeinsam)*

*(bitte jedes Item bewerten)*

*(1. Positive Eindrücke und Rückmeldungen – 2. Negative Eindrücke und Rückmeldungen)*

[1 = trifft nie zu – 2 = trifft manchmal zu – 3 = trifft oft zu – 4 = trifft sehr oft/immer zu]

	1	2	3	4
Meinem Klienten geht es nach einer Beratung besser (1)				
Der Ratsuchende hat sich nicht mehr gemeldet (2)				
Ich bekomme positive Rückmeldungen wie Danksagungen (1)				
Es scheint, als hätte die Beratung den Klienten aufgeheitert (1)				
Der Ratsuchende fühlt sich ernst genommen (1)				
Nach einer Beratung geht es dem Klienten schlecht (2)				
Der Ratsuchende hat die Beratung abgebrochen (2)				
Ich kann meinem Klienten nicht weiterhelfen (2)				
Mein Klient sagt, dass er mir vertraut (1)				
Der Klient sagt, die Beratung habe ihm geholfen (1)				
Ich habe den Klienten ermutigt, seine Probleme in Angriff zu nehmen (1)				
Durch die Beratung versteht der Ratsuchende seine Probleme besser (1)				
Der Ratsuchende hat sich auf meinen Rat professionelle Hilfe gesucht (1)				
Ich bekomme wenig Rückmeldungen von Klienten (2)				
Die Klienten schätzen meine Ratschläge (1)				
Durch die Beratung hat mein Klient (wieder) Hoffnung, das Problem in den Griff zu bekommen (1)				
Mein Ratsuchender fühlt sich von mir verstanden (1)				
Der Klient ist durch die Beratung dem Kern seiner Probleme näher gekommen (1)				
Die Klienten geben mir positives Feedback (1)				

### **V. Vorgehensweise bei Beratungen**

**27. Welche Beratungsstrategien wenden Sie an?** *(bitte jedes Item bewerten)*

*(1. Ausführliche Beratung – 2. Einfacher Ratschlag – 3. Vermittlung von Informationen – 4. Ablehnung/Beendigung von Beratungen)*

[1 = nie - 2 = manchmal - 3 = oft - 4 = sehr oft/immer]

	1	2	3	4
Ich stelle weitere Fragen um das Problem zu verstehen (1)				
Ich bringe den Ratsuchenden dazu, seine Situation besser zu verstehen (1)				
Ich vermittele Informationen über bestimmte Themen (z.B. psychische Störungen) (3)				
Der Ratsuchende wählt selbst aus, welches Problem er bearbeiten möchte (1)				
Wir erarbeiten gemeinsam Ziele für die Beratung (1)				
Ich versuche dem Ratsuchendem Handlungsalternativen zu zeigen (1)				
Ich vermittele Informationen über professionelle Hilfsangebote (3)				

## Anhang

Die Beratung ist zu Ende, wenn der Klient einen Vorschlag zur Lösung des Problems bekommen hat (2)				
Ich gebe Ansatzpunkte für Lösungen des Problems (1)				
Ich analysiere das Problem des Ratsuchenden (1)				
Es reichen nur wenige Ratschläge, bis ein Ratsuchender das Problem gelöst hat (2)				
Ich versuche eine Beziehung zum Ratsuchenden aufzubauen (1)				
Beratungen werden erst beendet, wenn sie zu einer Lösung des Problems geführt haben (4)				
Ich versuche das Problem zu strukturieren (1)				
Ich schreibe dem Ratsuchenden vor, was er tun soll (2)				
Ich lehne eine Beratung ab, wenn sie nicht in meinen Kompetenzbereich fällt (4)				
Ich erarbeite gemeinsam mit dem Ratsuchenden einen Plan zur Lösung des Problems (1)				
Ich versuche die Ressourcen des Ratsuchenden zu aktivieren (1)				
Ich nehme eine Beratung nicht an, wenn sie mir zu schwer erscheint (4)				
Ich fordere von dem Ratsuchenden Mitarbeit (1)				
Wir interpretieren das Problem des Ratsuchenden gemeinsam (1)				
Ich lehne eine Beratung ab, wenn das Problem zu schwerwiegend für eine angemessene Intervention im Internet ist (4)				
Ich vermittele Adressen von (psychotherapeutischen) Hilfseinrichtungen (3)				
Ich versuche den Ratsuchenden dazu zu bringen, sich professionelle Hilfe zu suchen (1)				
Ich breche eine Beratung ohne Zustimmung des Ratsuchenden ab (4)				

**28. Welche Methodik nutzen Sie bei Ihrer Arbeit als Online-Berater?**  
*(Mehrfachnennungen möglich)*

Ich arbeite nach...

- dem lösungsorientierten Ansatz (de Shazer)
- dem klientenorientierten Ansatz (Rogers)
- der SET-Kommunikation
- dem Vier-Folien-Konzept
- der systematischen Metaphernanalyse
- dem dialogischen Ansatz
- einer anderen Methodik und zwar: \_\_\_\_\_

**29. Hier haben Sie die Möglichkeit Dinge loszuwerden, die Sie zu diesem Thema noch beschäftigen, die aber Ihrer Meinung nach im Fragebogen zu kurz gekommen sind oder nicht erwähnt wurden. Bitte keine Namen oder persönliche Daten anderer User angeben!**

\_\_\_\_\_

**30. Wer Interesse daran hat, die Ergebnisse der Studie zu bekommen, kann im Folgenden freiwillig seine E-Mail-Adresse angeben. Nach Abschluss der Studie werden Ihnen dann die Ergebnisse zugeschickt.**

---

Ich freue mich, dass Sie an dieser Studie teilgenommen haben!

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Falls Sie noch Fragen oder Anregungen zu dieser Umfrage haben, können Sie gerne eine E-Mail an mich schicken: [stephanie-sasse@web.de](mailto:stephanie-sasse@web.de).

Stephanie Sasse M.A.

(Die Erstellung des Fragebogens geschah mit Einbezug bereits verwendeter Elemente aus der angegebenen Literatur (vgl. Kapitel 9.2.1))

Anhang M: Screenshots der virtuellen Beratungseinrichtungen

www.kids-hotline.de

**kids-hotline**

Home Forenberatung Einzelberatung Chatberatung Über uns

Onlineberatung für junge Menschen bis 21 Jahre

- anonym
- kostenlos
- zu allen Fragen in deinem Leben
- rund um die Uhr

Wenn deine Welt mal Kopf steht – wir sind für dich da.

**Was bringt mir eine Registrierung? Erfahre mehr!**

**Achtung Wartezeiten**

Liebe User, derzeit nutzen sehr viele Kinder und Jugendliche unser Angebot. Auf Grund der hohen Auslastung der kids-hotline muss leider die Einzelberatung und das Chatwünscheforum vorerst bis zum Herbst geschlossen bleiben. Wir versuchen trotzdem auf alle Anfragen in unseren Foren innerhalb von 48h eine Antwort zu geben. Vielen Dank für euer Verständnis

[→ Informier dich, wie du uns unterstützen oder die Wartezeit überbrücken kannst](#)

**Unser Wissenscenter**

Alles zur kids-hotline Computer & Internet Ernährung  
Erwachsen werden Hilfe vor Ort Junge sein  
Liebe und sich lieben Mädchen sein Psyche  
Schule, Ausbildung und Beruf SehnSucht Stop! So nicht.  
Wohlfühlen

FACHKRÄFTE | KONTAKT | IMPRESSUM | ANB | DATENSCHUTZ | TECHNISCHE HILFE | WER IST IM AUGENBLICK ONLINE?  
© kids-hotline.de 1999-2010. Alle Rechte vorbehalten.

Kinderschutz e.V. Grimme Online Award

Home Samstag, 31. Juli 2010

hoffnungswiese.de | Deine Vertrauensseite im Netz!



## Wir hören Dir zu.

kostenlos & anonym

Home

**Deine Beratung**

Beratungsbox

Registrierung

Informationen

**Über uns**

Das Team

HW unterstützen

Kontakt

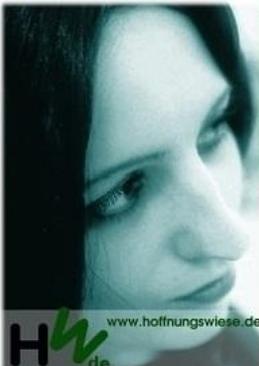
**Grüne Wiese**

Partner & Sponsoren

Aktuelles

### Onlineberatung - kostenfrei & anonym

Herzlich Willkommen auf den Seiten der Hoffnungswiese!  
Wir unterstützen Dich in allen Lebenslagen und stehen Dir dabei mit Rat & Tat zur Seite. Ortsunabhängig, anonym und kostenlos.



Stress zu Hause? **STRESS!**  
Beziehungsprobleme? **KUMMER!**  
Jemand tut dir weh? **SUIZID!**  
Es gehört Mut dazu, über solche Dinge sprechen zu können. **SUCHT!**  
Manchmal sind sie uns auch einfach peinlich... **GEWALT!**  
Darüber sprechen hilft. Und wir helfen dir, darüber sprechen zu können. **DROGEN!**  
**MISSBRAUCH!**  
**FAMILIE!**  
**MOBBING!**

#### Wir suchen Berater & Sponsoren

Du hast Interesse an einer Mitarbeit als Berater? Wir würden uns freuen, Dich kennen zu lernen. Schreibe uns einfach eine eMail, wir melden uns anschließend bei Dir!

Du würdest Dich als Sponsor anbieten? Kontaktiere uns bitte.

#### Und los geht's - BETA 1.0!

"Beta" bedeutet, das wir noch nicht wissen, ob alles wirklich auch so funktioniert, wie wir uns das wünschen. Deshalb testen wir mit Euch gemeinsam. Es gibt Fehleranzeigen im Programm? Dinge lassen sich merkwürdigerweise nicht öffnen? Gib uns bitte Bescheid, denn nur so können wir dieses Angebot künftig noch besser machen!

**WANTED!**

**Wir suchen Berater/innen!**

**... Jetzt bewerben!**

Unterstütze dieses Projekt mit einer **SPENDE**



Danke!

**Partner**

**secondcom.net**  
Technische Realisierung  
secondcom.net



Addon-Programmierung  
Scriptworldx.de

**Deine Vertrauensseite im Netz!**

Das "Projekt Hoffnungswiese" geht in die "Beta-Phase"!  
Ihr dürft gerne daran teilnehmen

©2009 hoffnungswiese.de  
Technische Realisierung & Konzept secondcom.net  
- Impressum | Kontakt | Nutzungsbedingungen -

**Ja, ich will dieses Projekt unterstützen!**

... und deshalb spende ich, werde Mitglied im Verein oder arbeite ehrenamtlich mit!



**DANK E!**



GfsA e.V.  
Gesellschaft für soziale Anerkennung

**Anhang N: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse bezüglich qualitativer Merkmale**

<b>Qualitätskriterien für die qualitative Inhaltsanalyse der kids-hotline</b>		
	Ja (1)/ Teils(0,5)/ Nein (0)	Anmerkungen
<i>1. Identifikation des Anbieters</i>		
1.1 Name	1	
1.2 Adresse	1	
1.3 Telefonnummer	1	
1.4 E-Mail-Adresse	1	
1.5 Weitere Kontaktdaten	1	
1.6 Träger der Einrichtung	1	
<i>2. Darstellung und Transparenz des Angebots</i>		
2.1 Allgemein verständliche Beschreibung des Angebots	1	
2.2 Beschreibung der Ziele	1	
2.3 Themen und Kompetenzbereich	1	
2.4 Beschreibung der beraterischen Vorgehensweise	0,5	nur Leitlinien bzw.
2.5 Grenzen der Online-Beratung	1	Basisprinzipien
2.6 Hinweis über Vertraulichkeit und Schweigepflicht	1	
2.7 Gütesiegel/Qualitätsdeklaration	0	
<i>3. Fachspezifische Kompetenzen des Anbieters/der Mitarbeiter</i>		
3.1 Ausbildung und Werdegang des Anbieters	1	
3.2 Vorstellung der Mitarbeiter	1	
3.3 Ausbildung und Werdegang der Mitarbeiter	0,5	teilweise nur
3.4 Multiprofessionelle Besetzung des Teams	1	Berufsangaben
<i>4. Grenzen der Online-Beratung</i>		
4.1 Hinweis, dass virtuelle Beratung in akuten Krisen ungeeignet ist	1	
4.2 Notfallnummern für Krisensituationen	1	
4.3 Anlaufstellen vor Ort für Krisensituationen	0	
4.4 Kooperation mit herkömmlichen Beratungsstellen	0,5	Erwähnung, aber keine Kontaktmöglichkeiten (Adresse/Telefon)
<i>5. Rahmenbedingungen und Setting</i>		
5.1 Beschreibung des Ablaufes der Online-Beratung	0,5	nur grob bei Chat &
5.2 Zeitrahmen für Beantwortung einer Anfrage	1	Forum
5.3 Kostenlos	1	
5.4 Allgemein zugängliches Angebot von Informationen zu spezifischen Themen	1	

(Fortsetzung nächste Seite)

## Anhang

<b>6. Datenschutz und Datensicherheit</b>			
6.1	Gewährleistung der Datensicherheit	1	
6.2	Maßnahmen zur Datensicherheit/Sicherheitsvorkehrungen	1	
6.3	Hinweis auf Risiken bei Datenübertragung/mögliche Sicherheitslücken	0	
6.4	Gewährleistung der Anonymität	1	
6.5	Nutzung von webbasierter E-Mail-Beratung	1	
6.6	Verschlüsselte Datenübertragung	1	
6.7	Möglichkeit der Löschung von Daten auf Wunsch des Klienten	1	
<b>7. Weitere Merkmale</b>			
7.1	Aktualität der Homepage	1	
7.2	Usability/Benutzerfreundlichkeit	0,5	sehr viel hin- &
7.3	Freiwilligkeit der Inanspruchnahme	1	herklicken notwendig
7.4	Niederschwelligkeit des Angebots	1	
7.5	Verbindlichkeit	1	
7.6	Feedback- und Kritikmöglichkeiten	1	

### Qualitätskriterien für die qualitative Inhaltsanalyse der Hoffnungswiese

		Ja (1)/ Teils(0,5)/ Nein (0)	Anmerkungen
<b>1. Identifikation des Anbieters</b>			
1.1	Name	1	
1.2	Adresse	1	
1.3	Telefonnummer	1	
1.4	E-Mail-Adresse	1	
1.5	Weitere Kontaktdaten	1	
1.6	Träger der Einrichtung	1	
<b>2. Darstellung und Transparenz des Angebots</b>			
2.1	Allgemein verständliche Beschreibung des Angebots	0,5	sehr kurz
2.2	Beschreibung der Ziele	0,5	nur auf Gfsa e.V.
2.3	Themen und Kompetenzbereich	0,5	kurze Aufzählung
2.4	Beschreibung der beraterischen Vorgehensweise	0	
2.5	Grenzen der Online-Beratung	1	
2.6	Hinweis über Vertraulichkeit und Schweigepflicht	1	
2.7	Gütesiegel/Qualitätsdeklaration	0	

*(Fortsetzung nächste Seite)*

## Anhang

<i>3. Fachspezifische Kompetenzen des Anbieters/der Mitarbeiter</i>		
3.1 Ausbildung und Werdegang des Anbieters	<b>0,5</b>	sehr kurz
3.2 Vorstellung der Mitarbeiter	<b>1</b>	
3.3 Ausbildung und Werdegang der Mitarbeiter	<b>0,5</b>	nur Berufe – nicht bei allen
3.4 Multiprofessionelle Besetzung des Teams	<b>1</b>	
<i>4. Grenzen der Online-Beratung</i>		
4.1 Hinweis, dass virtuelle Beratung in akuten Krisen ungeeignet ist	<b>1</b>	
4.2 Notfallnummern für Krisensituationen	<b>1</b>	
4.3 Anlaufstellen vor Ort für Krisensituationen	<b>0</b>	
4.4 Kooperation mit herkömmlichen Beratungsstellen	<b>0</b>	
<i>5. Rahmenbedingungen und Setting</i>		
5.1 Beschreibung des Ablaufes der Online-Beratung	<b>0</b>	erst nach Anfrage
5.2 Zeitrahmen für Beantwortung einer Anfrage	<b>0,5</b>	ersichtlich
5.3 Kostenlos	<b>1</b>	
5.4 Allgemein zugängliches Angebot von Informationen zu spezifischen Themen	<b>0</b>	nur über Selbsthilfe-Forum
<i>6. Datenschutz und Datensicherheit</i>		
6.1 Gewährleistung der Datensicherheit	<b>0</b>	
6.2 Maßnahmen zur Datensicherheit/Sicherheitsvorkehrungen	<b>1</b>	
6.3 Hinweis auf Risiken bei Datenübertragung/mögliche Sicherheitslücken	<b>0</b>	
6.4 Gewährleistung der Anonymität	<b>1</b>	
6.5 Nutzung von webbasierter E-Mail-Beratung	<b>1</b>	
6.6 Verschlüsselte Datenübertragung	<b>1</b>	
6.7 Möglichkeit der Löschung von Daten auf Wunsch des Klienten	<b>1</b>	
<i>7. Weitere Merkmale</i>		
7.1 Aktualität der Homepage	<b>0</b>	
7.2 Usability/Benutzerfreundlichkeit	<b>1</b>	
7.3 Freiwilligkeit der Inanspruchnahme	<b>1</b>	
7.4 Niederschwelligkeit des Angebots	<b>1</b>	
7.5 Verbindlichkeit	<b>1</b>	
7.6 Feedback- und Kritikmöglichkeiten	<b>1</b>	

### Anhang O: Anmerkungen der Ratsuchenden

Ausgabe der Eingabe der Probanden zu Item v166: „*Hier hast du die Möglichkeit Dinge loszuwerden, die dich zu diesem Thema noch beschäftigen, die aber deiner Meinung nach im Fragebogen zu kurz gekommen sind oder nicht erwähnt wurden. Bitte keine Namen oder persönliche Daten anderer User angeben!*“

Ich möchte mich allgemein bedanken, dass es die Möglichkeit einer solchen Onlineberatung gibt!!!

Tja... ich fand ungebundene Online-Beratungen immer eine echt tolle Sache. Aber wirklich geholfen hat das ganze MIR nicht. Ich denke, eine Online-Beratung kann genau so wie allgemein psychologische Beratung zum ÜBERLEBEN helfen, jedoch kein positives Leben ERMÖGLICHEN. Wenn ich heute darüber nachdenke, komme ich zu dem Entschluss, dass Psychologie einen erst richtig runter ziehen kann. Ich bin heute einer der fröhlichsten Menschen auf der ganzen Welt. Online-Beratungen haben mich durchgeschleppt. Dank ihnen habe ich nicht aufgegeben. Aber zu dem positiven und überglücklichen Menschen haben mich meine Freunde gemacht. Und das konnten auch nur meine Freunde tun, denn meine Freunde kennen mich ganz genau. Mein Fazit: Online-Beratung und Psychologie können einen durchschleppen. Sie können verhindern, dass man nicht aufgibt und einen am Leben halten. Ein sinnreiches Leben kann man nur sich selbst geben. Das funktioniert, ich weiß es ;-) Aber es funktioniert nicht durch Psychologen.

Mein Problem war es etwas, dass ich eine Beratung mit eher geringem Erfolg abgeschlossen habe und nun eine neue begonnen habe, die vielversprechender ist. Deshalb bitte ich eventuelle Widersprüche zu entschuldigen, diese sind daraus entstanden, dass ich die Fragen manchmal auf die aktuelle, manchmal auf die ältere Beratung bezogen habe.

Die Online-Beratung ist eine super Gelegenheit sich Hilfe zu suchen und über Probleme zu sprechen, da der Weg zu einer örtlichen Beratungsstelle oft schwer fällt- man bleibt oft anonym und einen PC mit einem Internetanschluss gibt es außerdem fast in jedem Haushalt.

ich bin froh das es sowas gibt, und das es kein geld kostet, sodass es wirklich jeder machen kann :)

denke ist alles vor gekommen

Ich habe wirklich Respekt auf die Menschen die Mutig sind und Online für uns Jugendliche da sind und immer wieder uns helfen. Danke!

hey, ich find kids-hotline voll super, die regelmäßigkeiten der antwort lassen aber des öfteren zum wünschen übrig

Ich habe nichts hinzu zu fügen

## Anhang

ähm.. ja.. also.. die vorherige seite da.. wo gestanden ist zb. mein berater schreibt mir was er/sie denkt... und das ganze... das weiß ich ja nicht!! ;-))kann ja leider nicht gedanken lesen.. na ja... sonst passt eh alles... wollt das nur sagen.. :-)

Eine Online-Beratung kann hilfreich sein, aber auch oft zu Enttäuschungen führen, da es sehr schnell zu Missverständnissen kommt. Es fehlt einfach manchmal der direkte Kontakt, wenn es um Gefühle geht. Es ist etwas anderes, wenn man etwas unter Tränen schreibt/sagt oder es einem nicht sehr nahe geht. Daher finde ich persönlich, dass eine Online-Beratung eine reale Hilfestellung durch eine Beratungsstelle u.ä. meist nicht ersetzen kann, höchstens den Denkanstoß dazu gibt. Bei kleineren Problemen ist sie allerdings durchaus hilfreich.

Ich fand den Fragebogen gut.

Wegen den Suizidgedanken und ritzen nicht immer ernst genommen

Ich wusste nicht was inkompetent ist.

Die Beratung fand vor einigen Jahren statt. Damals gab es wohl keine Berater, die sich mit meinem speziellen Problem aus kannten. Ich habe mich aus der Beratung zurück gezogen, da sie mir nicht wirklich weiter geholfen hatte, außer mich ein wenig selbstbewusster zu machen. Mittlerweile habe ich einen Therapeuten.

allgemeine daten: realschulabschluss, aber schon immer auf gymnasium, 11. klasse

nichts hinzuzuführen

ich sollte meinen fragebogen vilt etwas erklären. ich halt meine beutruerin für sehr nett und denke auch das sie gut ist und durchaus weiterhelfen kann, aber sie hat mich nicht verstanden (was man ihr nicht verübeln kann weil das schon den psychologen so egangen ist) ich möchte aber kein schlechtes bild von meiner beraterin hinterlassen, da ich sie für wie geagt völlig in ordnung halt ich denke halt nur das sie mir nicht helfen kann!

Bei mir hat es ein bisschen gedauert, bis sich ein Berater überhaupt gemeldet hat. Das war schade, weil mein Problem dringend war/ist...

Meiner Meinung nach sind die Berater zu kindlich. Wenn man bedenkt, dass ich bei der Nutzung ihrer Angebots 17 Jahre alt war, kam ich mir manchmal wirklich verarscht vor. Natürlich waren die Berater echt nett und hilfsbereit, aber oftmals gab es schönredungen der Problematik, wo ich mich teilweise echt fragte, ob ich irgendwas an meiner Situation verkenne. Ich meine, inzwischen habe ich wegen Depressionen eine Überweisung zum Psychiater bekommen und daran kann ich nun ja wohl spätestens sehen, dass doch nicht alles so easy zu lösen ist, wie es bei der Beratung schien. Ich glaube, dass die Nutzung für jüngere Kinder und Jugendliche hilfreich sein kann und ist, aber in meinem Alter fühle ich mich da nicht soooo gut aufgehoben, wie ich es mit gewünscht hätte.

## Anhang

ich möchte nur darauf hinweisen dass ich erst seit 2 Wochen in der online Beratung bin , und ich daher noch nicht einen solchen Erfolg erkennen kann, was jedoch nicht an der eigentlichen Beratung sondern nur an der kurzen Dauer liegt .und noch viel Glück bei der Doktorarbeit

Ich schreibe nochmal über meine Ansichten der realen und Onlineberatung. Ich hatte schon einmal eine richtige "Beratung" von einem Therapeuten, mit dem ich gut klar gekommen bin. Aber natürlich stand man erstmal 3 Wochen auf einer Warteliste, bis einem der passende zugewiesen wurde - und dadurch, dass man Vertrauen zu ihm haben sollte.. kann das auch mal länger dauern, bis man den richtigen gefunden hat. Aber als ich dann nach 5 Wochen einen hatte, hat es mir auch echt weitergeholfen. War halt nur blöd, dass das so lange gedauert hatte und was noch dazu kommt, über so ganz intime Sachen redet man ja nicht mit einem 50-jährigen Mann. Mag er noch so gut sein und seine Schweigepflicht einhalten. Bei einer Onlineberatung kann man dagegen über all seine Probleme schreiben. (Wenn man es will) und in spätestens 3 Tagen hat man einen Berater gefunden. Doch da man die Person nicht sieht, kann ich persönlich kein richtiges Vertrauen zu der-/demjenigen aufbauen. Ich stelle Fragen, der-/diejenige antwortet. Natürlich, der Berater hat all die Zeit der Welt, zu antworten und kann sich, möglichst dem Betroffenen gerecht, Zeilen zurechtlegen.

Die Onlineberatung war für mich der erste Ansprechpartner. Ich sah die Person nicht und konnte so geköster losschreiben und mit dem Abschicken habe ich mich von Mal zu Mal besser gefühlt! Es war ein Anstupsen um in der realen Welt eine Therapie zu machen! Noch heute schreibe ich dort neben der Therapie weiter um mich eventuell auf schwierige Stunden vorzubereiten! Mittlerweile kenn ich auch meine Mailberaterin :)

Ich war vor der Nutzung einer Online-Beratung schon in Therapie. Aber die stationäre, wie die ambulante Therapie haben mir nicht wirklich geholfen. Mein Therapeut ist der Meinung, dass ich keine Therapie mehr nötig habe, aber mit meiner Betreuerin kann ich besser "reden" und sie versteht mich und sieht den Ernst der Lage. Natürlich würde man sich eine direkte Antwort wünschen, aber ich weiß auch, dass es viele gibt die Probleme haben. Deshalb finde ich gerade eine Online-Beratungsstelle super. Per Telefon hätte ich mich nicht getraut so offen mit jemand völlig Fremden zu reden, aber per Internet fällt es einem leichter.

gibt so vieles dafür würde der Platz nicht reichen. mit meiner Betreuerin/Beraterin gibt es Unverständlichkeiten zur Zeit...

Der Berater hat nur selten auf meine Einträge geantwortet. Ich hätte mir eine intensivere Betreuung gewünscht.

### **Anhang P: Anmerkungen der Online-Berater**

Ausgabe der Angaben der Probanden zu Item v160: „Hier haben Sie die Möglichkeit Dinge loszuwerden, die Sie zu diesem Thema noch beschäftigen, die aber Ihrer Meinung nach im Fragebogen zu kurz gekommen sind oder nicht erwähnt wurden. Bitte keine Namen oder persönliche Daten anderer User angeben!“

Viele Beratungsmöglichkeiten kommen durch die eigene Erfahrung. Keine Theorie, kein Buch kann so aussagekräftig sein, wie die eigene Erfahrung. Gut ist es, wenn man diese dann ausbauen kann durch Theorie usw.

danke fürs forschen ;)

Mir fällt auf, dass sich die Fragen sich oft wiederholen und dass es auf einige die formulierten Antworten nicht zutreffen, so nicht zu beantworten sind. Es reichen nur wenige Ratschläge, bis ein Ratsuchender das Problem gelöst hat. (Antwort: ich gebe keine Ratschläge) nie, manchmal, oft, immer. Ich versuche eine Beziehung zum Ratsuchenden aufzubauen: (Antwort: der baut sich automatisch auf und ohne diesen würde das Konzept auch nicht funktionieren und vorallem geht es hier um junge Menschen, die beraten werden) Ich habe "oft" angegeben, weil der Kontakt mal intensiver und mal distanzierter ist. Es fehlt meiner Meinung nach auf der Motivationsseite: Ehrenamt, Spaß

Spannender Fragebogen! Das Thema cvK hat mir gefehlt. Das Thema Teamarbeit und Schulung hätte intensiver ausgearbeitet sein können.

Ich finde es schwierig, von Ratschlägen zu schreiben, da ich mich bemühe, genau das nicht zu tun. Es geht mir vielmehr darum, verschiedene Sichtweisen aufzuzeigen. Wenn, dann würde ich lieber von "Ideen" sprechen, als von Ratschlägen - in meinem Kopf hat sich festgesetzt, dass auch Ratschläge Schläge sind/sein können.

Es ist schwierig, sich auf Durchschnittsanworten zu beziehen, da die Beratungen sehr unterschiedlich sind und auch entscheidend vom User abhängig sind.

Mir hat die Kategorisierung nicht gepasst: zwischen nie und manchmal ist eine zu große Lücke und was heißt "manchmal"? Die Fragen nach den "Ratschlägen" waren m.E. oft missverständlich.

Ratschlag ist nicht der passende Begriff. Methoden nach denen man arbeitet verwechseln mit der Zeit, es fließen Erfahrungswerte zusammen, Methoden, es wird ein ganzheitliches Gemisch, das sich nicht mehr klar differenzieren lässt...es wird ein Stück intuitiv (wie Autofahren) – Die Frage, in der der Zeitraum einer Beratung eingeschätzt werden soll, ist schwierig, weil das ganz verschieden sein kann, und „Zeitraum“ etwas schwammig ist

Manche Fragen geben einem nicht die Möglichkeit die Zusammenarbeit mit dem Klienten darzustellen. So versuche z.B. ein Problem zu strukturieren, vergewissere mich aber bei dem Klienten, wie er die Sache sieht, bzw. ob ich auf dem Holzweg bin.

Die Schaffung von Onlinearbeitsplätzen im Beratungsbereich - Steuerliche Absetzbarkeit von Unkosten, die durch ehrenamtliche Tätigkeit entstehen - Professionalisierung von Onlineberatung - Qualitätssicherung der Onlineberatung - Onlineberatung für Jugendliche in Zukunft eine Leistung öffentlicher Träger???

## Anhang

Wir versuchen den User selbst dazu zu ermutigen einen Lösungsansatz zu finden, weil er der Experte für sein Problem ist. Im Team muss es von Zeit zu Zeit Meinungsverschiedenheiten geben, damit neue Punkte, oder Änderungen erarbeitet werden können. Ein Team, dass immer ja sagt, kann auf dauer incht existieren. Deshalb wird auf Kritik immer eingegangen und sie ist gerne gesehen. Ich kann mir jeder Zeit Unterstützung durch einen Co-Berater holen. Es ist nicht schlimm wenn meine Kompetenz nicht ausreicht, weil ich dann kompetente Unterstützung bekomme.

Bin noch nicht so lange dabei. Die Ausbildung zur Jugend- und Heimerzieherin musste ich aus gesundheitlichen Gründen unterbrechen, kenne mich aber dadurch ziemlich gut im Bereich Jugendhilfe aus. Die Hilfesuchenden versuche ich zu ermutigen, sich einem Menschen in ihrem Umfeld anzuvertrauen, sodass dieser sie auch vor Ort unterstützen kann. Außerdem recherchiere ich zum Beispiel nach Kliniken, die Mutter-Kind-Stationen haben und Kriseninterventionen auf diesen anbieten.

## Eidesstattliche Erklärung

### **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich diese Dissertation selbstständig, ohne unerlaubte Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst habe. Die Stellen meiner Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, habe ich in jedem Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht. Dasselbe gilt sinngemäß für Tabellen und Abbildungen.

Diese Arbeit hat in dieser oder einer ähnlichen Form noch nicht im Rahmen einer anderen Prüfung vorgelegen und wurde auch nicht veröffentlicht.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift