

Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel  
Fachhochschule fh campus wien  
Masterstudiengang Sozialmanagement

Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades  
Master of Social Management

## **Professionelle Beratungsarbeit oder Online- Trostpflaster ?**

**Möglichkeiten, Grenzen und Zukunftsperspektiven  
von Online- Beratung in der Sozialarbeit.**

Vorgelegt von:  
DSA Christoph Schreiner  
Matrikelnummer: 10586103

Erstbegutachter/in: Prof. Dr. Joachim Döbler  
Zweitbegutachter/in: Prof. Dr. Georg Kortendiek  
Abgabetermin: 18.12.2007

Erklärung:

Ich erkläre, dass die vorliegende Abschlussarbeit von mir selbst verfasst wurde und ich keine anderen als die angeführten Behelfe verwendet bzw. mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

Ich versichere, dass ich dieses Abschlussarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland (einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Weiters versichere ich, dass die von mir eingereichten Exemplare (ausgedruckt und elektronisch) identisch sind.

Datum:.....

Unterschrift:.....

## **Kurzzusammenfassung:**

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit den Möglichkeiten, Grenzen und Zukunftsperspektiven von Online- Beratung in der Sozialarbeit.

Zweck der Arbeit ist es darzustellen, unter welchen organisatorischen, methodischen, finanziellen und rechtlichen Rahmenbedingungen Online- Beratung in Österreich angeboten wird, um anschließend anhand von Literaturstudien und Befragung von ExpertInnen folgende Fragen zu klären.

Welche Möglichkeiten und Vorteile, aber auch Schwierigkeiten und Grenzen zeigen sich bei Online- Beratungsangeboten in Bezug auf Zielgruppen, organisatorische Rahmenbedingungen, Finanzierung, Themenfelder der Beratung und Methodeneinsatz?

Basierend auf diesen Erkenntnissen werden im Anschluss Aussagen über mögliche zukünftige Entwicklungen in der Online- Beratung getroffen.

Es zeigte sich, dass bei Online- Beratung Vorteile wie räumliche und zeitliche Unabhängigkeit der Beratung, leichtere Bearbeitung von tabuisierten Themen oder ein signifikant höherer Anteil an weiblichen Ratsuchenden, Nachteilen, wie dem Verlust der nonverbalen Kommunikation, der nicht genau festmachbaren Zielgruppe, als auch finanziellen und personellen Ressourcenmangel auf Einrichtungsseite, gegenüberstehen.

Was die Zukunft von Online- Beratung betrifft, so werden etwa die Diskussion um die Etablierung von Qualitätsstandards, die starke Zunahme von synchronen Beratungsformen wie beispielsweise des Chat, als auch Angebote für bisher wenig bedachte Zielgruppen, wie ältere oder behinderte Menschen, wichtige Themen der nächsten Jahre sein.

## **Abstract**

The following Master thesis is about opportunities, limitations and future perspectives of online-counselling in social work.

The aim of the thesis is to demonstrate, under which organisational, methodical, financial and legal conditions online-counselling takes place in Austria. After that by means of literature and questioning of experts the following questions can be answered.

Which opportunities and advantages, but also difficulties and limits appear in online-counselling offers, concerning target group, organisational framework, funding, topics of counselling and the use of methods?

Based on these cognitions a statement about possible future developments in online-counselling is made.

It turned out, that online-counselling offers advantages, like regional or temporal independence of counselling, easier treatment of taboo themes or a significant higher rate of female consultants. On the other hand the disadvantages are the loss of nonverbal communication, the not exactly definable target-group, and the lack of financial and personal capabilities on the organisation-side.

Concerning the future of online-counselling there are several issues to be discussed within the next years, including the establishment of standards in quality, the proliferation of synchronous forms of counselling, like for instance the “chat”, as well as offers for target-groups, which haven’t been regarded so far, like elderly persons or disabled people.

# Inhaltsverzeichnis:

<b>INHALTSVERZEICHNIS:</b> .....	<b>1</b>
<b>EINLEITUNG:</b> .....	<b>4</b>
<b>1.GRUNDLAGEN DER ONLINE BERATUNG IM SOZIALARBEITERISCHEN, SOZIALPÄDAGOGISCHEN ODER PSYCHOSOZIALEN NON- PROFIT BEREICH</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 BERATUNG:</b> .....	7
<b>1.1.1 SOZIALE BERATUNG:</b> .....	8
<b>1.1.2 SOZIALPÄDAGOGISCHE BERATUNG:</b> .....	8
<b>1.1.3 Psychologische Beratung:</b> .....	9
<b>1.1.4 Psychosoziale Beratung:</b> .....	10
<b>1.2 BERATUNG UND THERAPIE EINE ABGRENZUNG</b> .....	12
<b>1.3 ABSCHLIEBENDE BEMERKUNGEN ZU DEN DARGESTELLTEN BERATUNGSANSÄTZEN:</b> .....	14
<b>1.4 DAS INTERNET:</b> .....	14
<b>1.4.1 Entstehung des Internets:</b> .....	14
<b>1.4.2 Das www:</b> .....	15
<b>1.4.3 Internet Foren und Web Boards:</b> .....	16
<b>1.4.4 E- Mail:</b> .....	17
<b>1.4.5 Internet Relay Chat (IRC):</b> .....	19
<b>1.4.6 Internet- Videokonferenzen:</b> .....	20
<b>2. COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION.</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1 CMD BZW. CVK:</b> .....	23
<b>2.1.1 Synchrone und asynchrone Computervermittelte Kommunikation im Internet:</b> .....	24
<b>2.2 THEORIEN ZUR COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION</b> .....	24
<b>2.2.1 Theorien zur Medienwahl</b> .....	24
<b>2.2.1.1 Rationale Medienwahl</b> .....	25
<b>2.2.1.2 Normative Medienwahl:</b> .....	26
<b>2.2.1.3 Interpersonale Medienwahl</b> .....	26
<b>2.2.2 Theorien zu Medienmerkmalen</b> .....	27
<b>2.2.2.1 Kanalreduktion:</b> .....	27
<b>2.2.2.2 Herausfiltern sozialer Hinweisreize:</b> .....	28
<b>2.2.2.3 Digitalisierung:</b> .....	29
<b>2.2.3 Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten:</b> .....	30
<b>2.2.3.1 Soziale Informationsverarbeitung</b> .....	30
<b>2.2.3.2 Simulation und Imagination</b> .....	31
<b>2.2.3.3 Soziale Identität und Deindividuation</b> .....	33
<b>2.3 ABSCHLIEBENDE BEMERKUNGEN ZU DEN DARGESTELLTEN THEORIEN.:</b> .....	33
<b>2.4 WARUM ÜBERHAUPT ONLINE- BERATUNG ?</b> .....	35
<b>3. RAHMENBEDINGUNGEN VON ONLINE- BERATUNG IM SOZIALARBEITERISCHEN, SOZIALPÄDAGOGISCHEN ODER PSYCHOSOZIALEN NON- PROFIT BEREICH</b> .....	<b>38</b>
<b>3.1 METHODIKEN DER ONLINE BERATUNG</b> .....	38
<b>3.1.1 Beratung per Email:</b> .....	38
<b>3.1.2 Beratung mittels IRC (Internet Relay Chat):</b> .....	40
<b>3.1.3 Beratung durch Webbasierte Foren und Boards:</b> .....	43
<b>3.2 RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN DER ONLINE- BERATUNG IN ÖSTERREICH</b> .....	44
<b>3.2.1 E-Commerce Gesetz (ECG)</b> .....	45
<b>3.2.2 Urheberrechtsgesetz (UrhG)</b> .....	46
<b>3.2.3 Strafrechtliche Aspekte</b> .....	47
<b>3.2.4 Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht</b> .....	48
<b>3.3 QUALITÄTSKRITERIEN UND QUALITÄTSSTANDARDS IN DER ONLINE- BERATUNG.</b> .....	49
<b>3.3.1 Was ist Qualität in der sozialen Arbeit? Versuch einer Definition</b> .....	49
<b>3.3.2 Anwendung des Qualitätsbegriffes auf die Online -Beratung</b> .....	51
<b>3.3.3 Beispiele von Qualitätsstandards in der Online- Beratung</b> .....	54
<b>3.4 ZWEI IDEALTYPISCHE BEISPIELE VON ONLINE- BERATUNG IN ÖSTERREICH</b> .....	57
<b>3.4.1 Die Talkbox des psychologischen Dienstes des Amtes für Jugend und Familie der Stadt</b>	

Wien (MA 11).....	58
3.4.2 Rahmenbedingungen und personelle Ausstattung der Talkbox.....	58
3.4.3 Eingesetzte Methoden der Online- Beratung.....	59
3.4.4 Inanspruchnahme und Auslastung der Talkbox.....	60
3.4.5 Themenfelder der Anfragen an die Talkbox.....	61
3.4.6 Die Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“.....	62
3.4.7 Rahmenbedingungen und personelle Ausstattung der Online Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“.....	63
3.4.8 Eingesetzte Methoden der Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“.....	64
3.4.9 Inanspruchnahme und Auslastung der Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“.....	64
3.4.10 Abschließende Bemerkungen zu den beiden Beispielen.....	65
3.5 ZUM ABSCHLUSS NOCH EINE DEFINITION:.....	66
<b>4. VORTEILE UND GRENZEN VON ONLINE- BERATUNGSANGEBOTEN.....</b>	<b>67</b>
4.1 VORTEILE UND MÖGLICHKEITEN VON ONLINE- BERATUNGSANGEBOTEN.....	67
4.1.1 Neue Zielgruppen.....	67
4.1.2 Der Niederschwellige Zugang zum Beratungsangebot.....	68
4.1.3 Offene Zugangsmöglichkeit.....	68
4.1.4 Die Möglichkeit der zeitlichen Unabhängigkeit und der unmittelbaren Kontaktaufnahme:.....	68
4.1.5 Der Vorteil der Anonymität:.....	69
4.1.6 Kompakte und wohldurchdachte Antworten.....	70
4.1.7 Die Selbstbestimmtheit des Angebots.....	70
4.2 GRENZEN UND NACHTEILE DER ONLINE-BERATUNG.....	70
4.2.1 Verlust der nonverbaler Kommunikation.....	71
4.2.2 Die asynchrone Kommunikation.....	71
4.2.3 Online- Beratung kann keine Therapie sein.....	71
4.2.4 Die Erreichbarkeit der Zielgruppe ist nicht immer gegeben.....	72
<b>5. ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN VON ONLINE BERATUNG.....</b>	<b>74</b>
5.2 ANGEBOTE FÜR BISHER KAUM WAHRGENOMMEN ZIELGRUPPEN.....	74
5.2 DIE ETABLIERUNG VON QUALITÄTSSTANDARDS FÜR ONLINE- BERATUNG.....	76
5.3 SYNCHRONE KOMMUNIKATIONSMETHODEN DER ONLINE- BERATUNG WERDEN AN BEDEUTUNG GEWINNEN.....	76
5.3.1 Der Einsatz von Videokonferenzen in der Online- Beratung.....	77
<b>6. MÖGLICHKEITEN, GRENZEN UND ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN AUS DER SICHT DER EXPERTINNEN.....</b>	<b>79</b>
6.1 ZUR FORSCHUNGSMETHODE.....	79
6.2 DIE FRAGESTELLUNGEN.....	79
6.3 DIE AUSWAHL DER EXPERTINNEN.....	80
6.4 DIE ERHEBUNGSMETHODE:.....	84
6.5 AUSWERTUNG:.....	85
6.6 DIE ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG.....	86
6.6.1 Möglichkeiten und Grenzen bezüglich der Zielgruppen von Online Beratung.....	87
6.6.2 Organisatorische Rahmenbedingungen und Finanzierung von Online- Beratung.....	89
6.6.3 Unterschiede in den Beratungsthematiken im Vergleich zum herkömmlichen Angebot der jeweiligen Einrichtungen.....	91
6.6.4 Vor und Nachteile der verwendeten Methoden von Online- Beratung.....	92
6.6.5 Zukunftsperspektiven von Online- Beratung.....	94
6.6.5.1 Allgemeine Einschätzung der Zukunftsperspektiven von Online- Beratung.....	94
6.6.5.2 Die Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen.....	96
6.6.5.3 Einschätzung bezüglich der Sinnhaftigkeit des Einsatzes von Videokonferenzen in der Online- Beratung.....	97
6.7 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE.....	98
<b>7. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND ABSCHLIEßENDE BEMERKUNGEN.....</b>	<b>99</b>
7.1 DIE MÖGLICHKEITEN UND VORTEILE DER ONLINE- BERATUNG.....	100
7.2. DIE GRENZEN UND NACHTEILE VON ONLINE- BERATUNG.....	101
7.3 ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN DER ONLINE- BERATUNG.....	103

<b>ANHANG:</b> .....	<b>105</b>
<b>VERWENDETE LITERATUR:</b> .....	105
<b>SONSTIGE PUBLIKATIONEN:</b> .....	110
<b>SONSTIGE VERWENDETE WEBLINKS UND ONLINE- PUBLIKATIONEN:</b> .....	110
<b>ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS:</b> .....	112
<b>INTERVIEWVERZEICHNIS:</b> .....	112
<b>INTERVIEWLEITFADEN:</b> .....	113
<b>LEBENS LAUF</b> .....	115

## **Einleitung:**

Vor ca. 12 Jahren wurden in Österreich erstmals Internetzugänge für private Haushalte und öffentliche Einrichtungen angeboten.

In diesen 12 Jahren haben die Möglichkeiten der Computervermittelten Kommunikation via Internet unsere Gesellschaft als auch unser Berufs- und Alltagsleben massiv verändert. Man spricht mittlerweile von einer mediatisierten Gesellschaft.

Wie jeder gesellschaftliche Wandlungsprozess hat auch die Medialisierung der Gesellschaft Ängste und Befürchtungen ausgelöst. Dass die digitale zwischenmenschliche Kommunikation automatisch entsinnliche, entemotionalisiere oder gar entmenschliche war da zu hören. Dass dem nicht so ist, kann mittlerweile wohl als erwiesen angesehen werden. Vielmehr wird auch im Fachdiskurs davon ausgegangen, dass sich viele MediennutzerInnen darauf eingelassen haben eine bestimmten Teil ihrer privaten ja zum Teil sogar intimen Kommunikationsprozesse ins Internet oder in andere digitalen Medien zu verlegen.<sup>1</sup>

Vor diesem Hintergrund, der auch einen Teil der theoretischen Erörterung der gegenständlichen Arbeit bildet, ist es nicht weiter verwunderlich, dass auch die Möglichkeiten von sozialarbeiterischer, sozialpädagogischer oder psychosozialer Beratung im Internet in den letzten 12 Jahren zunehmend ausgelotet wurden und werden.

Die Idee Beratung über das Internet anzubieten ist dabei so alt wie das Internet selbst. Von den ersten einfachen Foren und Boards bis hin zu den recht ausdifferenzierten Beratungsangeboten unserer Tage war es jedoch ein weiter Weg.

Wer heute nach Online- Beratung im Internet sucht, wird schnell hunderte oder tausende Seiten finden die mehr oder weniger seriöse Beratung für verschiedenste Problemlagen anbieten. Für diese Formen der Beratung haben sich auch bereits unterschiedliche Bezeichnungen etabliert, Online- Beratung, E- Beratung, Psychologische Online- Beratung, Netz- Beratung oder auch virtuelle Couch und Cybertherapie. sind Begriffe unter denen verschiedenste Beratungs-, Selbsthilfe und

---

<sup>1</sup> vgl: Döring, N. 2006 S. 97



Therapieangebote im Netz zu finden sind

Auch in Österreich wurden im Laufe der letzten 12 Jahre etliche Online-Beratungsangebote installiert. Viele soziale Beratungseinrichtungen verfügen mittlerweile über ein Online-Beratungsangebot. Da Beratung ja eine der wichtigsten Methoden professioneller Sozialarbeit darstellt, wurde und wird die Einführung von Online-Beratungsangeboten auch hier zu Lande, durchaus kontroversiell betrachtet. Eine der Hauptbefürchtungen dabei ist, dass Online-Beratungsangebote die klassische „Face to Face Beratung“ ersetzen werden.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es zunächst einmal darzustellen unter welchen organisatorischen, methodischen, finanziellen und rechtlichen Rahmenbedingungen Online-Beratung zur Zeit in Österreich angeboten wird um im Anschluss folgende Fragen klären zu können:

- Welche Möglichkeiten und Vorteile aber auch Schwierigkeiten und Grenzen zeigen sich bei Online-Beratung in Bezug auf Zielgruppen, die organisatorischen Rahmenbedingungen die Finanzierung, die Themenfelder der Beratung und der Verwendung verschiedener Methoden wie E-Mail, Chat usw.
- Basierend auf diesen Schlussfolgerungen: Welche Aussagen können bezüglich zukünftiger Entwicklungen in der Online-Beratung getroffen werden.

### **Die Vorgehensweise:**

In einem ersten Schritt werden die Grundlagen, der Online-Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non-Profit Bereich beschrieben. Darüber hinaus werden wichtige Begriffe wie Beratung, Internet und Internet-Dienste, die für den Bereich der Online-Beratung unerlässlich sind, eingegrenzt und definiert.

Danach geht es in einem zweiten Schritt, um den Stand des Fachdiskurses zum Themenbereich der so genannten „Computer-Vermittelten Kommunikation“, um den aktuellen Stand an theoretischem und empirischem Wissen Rechnung zu tragen, sowie das angestrebte Verständnis von Online-Beratung zu vervollständigen.

In einem weiteren Schritt werden anschließend die Rahmenbedingungen beschrieben

unter denen Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich in Österreich derzeit angeboten wird. Um die umsetzungsrelevanten Aspekte von Online-Beratung zu demonstrieren wird an Hand zweier idealtypischer Beispiele von Online- Beratungsangeboten auch der praktische Ablauf anschaulich demonstriert.

Anschließend werden -basierend dem Wissen aus dem Fachdiskurs und aus der idealtypischen Darstellung der beiden Wiener Beispiele- erste Vor und Nachteile von Online- Beratung aufgezeigt und beschrieben.

In einem weiteren Schritt werden danach Prognosen über mögliche Zukunftsperspektiven von Online- Beratung eingebracht.

Im empirischen Teil der gegenständlichen Arbeit geht es um die Perspektive von ExpertInnen die tagtäglich mit der Ausübung von Online-Beratung befasst sind. Interessensleitend sind dabei ebenfalls die Fragen nach den Grenzen und Möglichkeiten bzw. den Zukunftsperspektiven für Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich.

In einem letzten und abschließenden Teil werden die entsprechenden Erkenntnisse aus dem theoretischen und empirischen Teil noch mal zusammengefasst und entsprechenden Schlussfolgerungen daraus gezogen.

# **1. Grundlagen der Online Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich**

Seit Bestehen des Internets wird auch Beratung über und durch das Internet angeboten. Es haben sich dafür verschiedenste Namen gefunden.

Online- Beratung, E- Beratung, Psychologische Online- Beratung, Netz- Beratung oder auch virtuelle Couch und Cybertherapie, sind Begriffe unter denen verschiedenste Beratungs-, Selbsthilfe und Therapieangebote im Netz zu finden sind.

Ziel des folgenden Kapitels soll es sein, die Grundlagen der Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich darzustellen. Darüber hinaus wird der Versuch unternommen wichtige Begriffe wie Internet, Beratung und Internet- Dienste die für den Bereich der Online- Beratung unerlässlich sind einzugrenzen und zu definieren.

Da meine Grundprofession die eines Sozialarbeiters ist und ich mich im weiteren Verlauf der Arbeit ausschließlich mit Online- Beratungsangeboten beschäftigten werde, die im weitesten Sinn sozialarbeiterische, sozialpädagogische oder psychosoziale Beratung im Non- Profit Bereich anbieten, habe ich mich bei der Darstellung von Beratungsansätzen auf jene oben genannten Bereiche beschränkt.

## **1.1 Beratung:**

Beratung ist gemeinhin eine der weit verbreiteten Hilfeformen und eine der wichtigsten Methoden professioneller Sozialarbeit.

Grundsätzlich kann Beratung zunächst als Interaktion zwischen zumindest 2 Beteiligten verstanden werden, bei welcher die beratende Person den oder die Ratsuchende unter Einsatz von kommunikativen Mitteln dabei unterstützt, in Bezug auf ein Problem oder eine Frage mehr Wissen, Orientierung oder Lösungskompetenz zu erlangen.<sup>2</sup>

Abgesehen von so genannter Alltagsberatung, die zumeist aus einem einmaligen, auf eine bestimmte Situation bezogenen Ratschlag besteht, der dann unabhängig vom Gesamtzusammenhang und den Hintergründen als vernünftig empfunden wird und zumeist auch ohne Probleme verfolgt werden kann, muss professionelle Beratung von einem anderen Verständnis des Begriffes ausgehen.<sup>3</sup>

Es lassen sich im Bereich sozialarbeiterischer, sozialpädagogischer und psychosozialer

---

2 vgl: Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.13

3 vgl. Belardi u.a. 1996 S. 34ff

Arbeit mehrere Felder der Beratung unterscheiden, deren Ansätze sich auch in den verschiedensten Online Beratungsangeboten wieder finden.

### **1.1.1 Soziale Beratung:**

Soziale Beratung ist ein Sammelbegriff für verschiedenste beraterische Hilfen in Problemfeldern die sich auf Schwierigkeiten von Individuen bzw. Gruppen in und mit ihrer sozialen Umwelt beziehen. Darüber hinaus bezieht sich sozialer Beratung auf die materiellen, rechtlichen und institutionellen Strukturen der sozialen Umwelt<sup>4</sup>

Thiersch versteht soziale Beratung als Beratung in den sozialen Strukturen in denen Menschen leben, also deren Lebenswelten. Soziale Beratung ist demnach eine Beratung die ausgeht von den Problemen in den Verhältnissen, so wie sie Menschen selbst erfahren und erleben.<sup>5</sup>

Die Einbeziehung der Lebenswelt ist somit bei der Darstellung von soziale Beratung von zentraler Bedeutung.

Somit kann soziale Beratung auch als Lebensweltorientierte Beratung in der Sozialpädagogik verstanden werden. Soziale Beratung geht somit auch weit über Verarbeitung von Lebenserfahrungen hinaus. Sie umfasst auch „Regeln der materiellen und sozialen Strukturen“, die Grenzen für die alltägliche Lebensführung oder für die Bewältigung von Krisensituationen der Ratsuchenden setzen.<sup>6</sup>

Somit kann Soziale Beratung als Konzept verstanden werden in welchem es in erster Linie um die Bearbeitung von im Alltag verspürten Einschränkungen, Grenzen einer in den meisten Fällen benachteiligten Klientel geht.

### **1.1.2 Sozialpädagogische Beratung:**

Sozialpädagogische Beratung verfügt laut Belardi über folgende Merkmale:

- Professionalität
- Erreichbarkeit
- Uneigennützigkeit
- Nichtverstrickung sowie

---

4 vgl: Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.17

5 vgl: Thiersch, H 1997 S.99

6 vgl: Thiersch, H 1997 S.103

- Vermittlungsmöglichkeiten bezüglich Hilfsquellen<sup>7</sup>

Des Weiteren wird zwischen funktionaler und institutionaler Beratung unterschieden.

Unter funktionaler Beratung wird eine allgemeine erzieherische, funktionale und sozialpädagogische Tätigkeit verstanden. Beratung ist in diesem Verständnis eine sogenannte „Querschnittsfunktion“ der Sozialpädagogik, die sich im zwischenmenschlichen Kontakt zwischen Eltern und Kindern, Lehrern und Schülern oder in der Freizeit zwischen Erwachsenen als Alltagsberatung wieder findet.<sup>8</sup>

Jedoch ist eine rein funktionale Beratung angesichts immer komplexer werdender Problemstellung allein nicht ausreichend. Deshalb sind im Laufe der Zeit viele zum Teil hochspezialisierte Beratungseinrichtungen entstanden um diesen komplexen Problemstellungen gerecht zu werden.

Im Wesentlichen lässt sich sozialpädagogische Beratung als eine spezielle Dienstleistung für Einzelpersonen, Familien und Institutionen beschreiben die diesen Zielgruppen zu eigenständigen Lösungen von Problemen im psychosozialen bzw. materiellem Bereich verhelfen. Sozialpädagogische Beratung findet sich in vielen Bereichen der Sozialarbeit jedoch auch im Gesundheitsbereich. Die sozialpädagogische Beratung verfügt nicht über eine Methode, deshalb werden Erkenntnisse und Verfahren aus der Psychologie, Psychotherapie, den Sozial-, Verwaltungs- und auch Rechtswissenschaften benutzt.<sup>9</sup>

### **1.1.3 Psychologische Beratung:**

Lange wurde unter dem Begriff Beratung vor allem psychologische Behandlung individueller emotionaler und Verhaltensprobleme oder psychischer Störungen verstanden. Nach einer Diagnoseerstellung wurde eine wissenschaftlich fundierte Beeinflussung der jeweiligen Störung angestrebt.<sup>10</sup> Eine solche Beratung in Form einer reinen Diagnostik oder Behandlung hat sich in einigen traditionellen Beratungsangeboten gehalten. Jedoch hat sich in den letzten Jahren auch ein neueres Verständnis von psychologischer Beratung entwickelt. So sieht beispielsweise Redlich Beratung als professionelle Form der Verständigung, die durch die vier Themenfelder Wahrheit, Authentizität, Akzeptanz und Effizienz gekennzeichnet wird.<sup>11</sup> Beratung ist

---

7 vgl: Belardi u.a. 1996 S. 37

8 vgl: Belardi u.a. 1996 S. 37ff

9 vgl: Belardi u.a. 1996 S. 40

10 vgl: Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.16

11 vgl: Redlich, A 1997 S. 153ff

nach seinem Konzept:“

- *professionelle Verständigung*
- *zwischen (mindestens) 2 Personen*
- *von denen (wenigstens) eine- „die Ratsuchende“ - ein Problem hat,*
- *das mit Hilfe der Beratung gelöst werden soll,*
- *und (mind.)eine andere- „beratende“ -Person den expliziten Auftrag hat,*
- *zur Problemlösung in kommunikativer Weise beizutragen;*
- *d.h. durch strukturierte Gesprächsführung dafür sorgt, dass die Beteiligten*
  1. *einander ihr inneres Erleben (authentisch) zum Ausdruck bringen,*
  2. *(akzeptable) Beziehungsregeln miteinander aushandeln,*
  3. *sich gegenseitig über empirische Sachverhalte (wahr) informieren und*
  4. *(effiziente) Maßnahmen gemeinsam planen.“<sup>12</sup>*

Als weiteres Beispiel einer breiteren Definition von psychologischer Beratung sei Fröhlich genannt, der das Verständnis von psychologischer Beratung auch auf Tätigkeiten anderer Berufsgruppen aus dem Erziehungs-, Bildungs-, Sozial und Gesundheitswesen ausdehnt.

Beratung nach seinem Verständnis ist die *„...Zusammenfassende Bezeichnung für die Erteilung von Entscheidungs- und Orientierungshilfen durch ausgebildete Fachkräfte (z.B. Ärzte, Psychologen, Pädagogen, Sozialarbeiter) in Einzel- oder Gruppengesprächen..[] Zu den allgemeinen Kennzeichen der psychologischen Beratung gehört ihre nicht- Direktive, d.h. nicht direkt auf eine Verhaltensmodifikation abzielende Art; sie fördert Einsichten und Einstellungsänderungen in Bezug auf individuelle oder soziale Problembereiche“<sup>13</sup>*

Es geht also hier primär um die zur Verfügungstellung von Fachwissen um der jeweiligen Klientel Kenntnisse und Strategien zu vermitteln, die ihnen den Umgang mit den jeweiligen Problemen erleichtern.

Diese beiden Ansätze sollen zeigen wie weit sich das Verständnis des Begriffs der psychologischen Beratung vom ursprünglich sehr eng gefassten Begriffsverständnis gelöst hat.

#### **1.1.4 Psychosoziale Beratung:**

Psychosoziale Beratung geht von einem Menschen und Gesellschaftsbild aus, welches

---

12 Redlich, A 1997 S. 159

13 Fröhlich, W.D. 1994 S.85ff zt.n. Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.16

psychische und soziale Befindlichkeiten in Verbindung zu sozialen Lebens und Umweltbedingungen setzt. Die gesellschaftlichen Ansprüche, Normen und auch Werte werden in ihrem Zusammenhang mit den persönlichen Bedürfnissen, Motivationslagen und auch -Handlungsweisen gesehen. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf den Belastungen, die durch äußere Umstände an ein Individuum oder auch an Familien oder Gruppen herangetragen werden bzw. auf den individuellen und sozialen Bewältigungsformen für diese Belastungen.<sup>14</sup> Psychosoziale Beratung nimmt also Krisen zum Ansatzpunkt der Beratungstätigkeit. Das hat wiederum den Vorteil das eine ziemlich präzise Beschreibung des Aufgabenfelds und der entsprechenden Interventionsform von Beratungsarbeit ermöglicht wird, indem verschiedene Arten von Krisen unterschieden und entsprechende Beratungsansätze entwickelt werden. Somit wird es möglich Krisen zu erkennen und auch den Zeitaufwand für entsprechende Interventionen zu planen.<sup>15</sup>

In der Beratung selbst ergibt sich durch das Mitteilen von Problemen für die Ratsuchenden zunächst einmal eine emotionale Entlastung. Mittels Kommunikation und unterstützt durch das Wissen und die Kompetenzen der BeraterInnen sollen die Ratsuchenden zu so genannter „psychosozialen Reflexivität“ kommen. Damit ist die Fähigkeit gemeint zwischen gesellschaftlichen Anforderungen und Normen, bzw. eigenen Bedürfnissen und Motiven zu unterscheiden. Dazu zählen die Kompetenz sich mit Widersprüchen auseinandersetzen zu können, anstatt diesen auszuweichen oder sie zu ignorieren. Ebenso die Fähigkeit zum Perspektivwechsel, d.h.: beispielsweise sich in andere hineinversetzen zu können oder auch für sich selbst neue Sichtweisen ausprobieren zu können.<sup>16</sup>

Eine weitere psychosoziale Perspektive bringt das Konzept der Ressourcen mit ein. Ressourcen werden in diesem Zusammenhang verstanden als persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen. Ressourcen liegen aber auch in jene Merkmalen der sozialen und materiellen Umwelt die Entfaltungsmöglichkeiten und Bewältigungspotential bereitstellen. Persönliche Ressourcen können beispielsweise ein gutes Selbstwertgefühl oder eigene Handlungssicherheit sei. Umweltressourcen können wiederum in materieller Sicherheit oder im Vorhandensein eines Freundeskreises oder Angehöriger,

---

14 vgl: Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.19

15 vgl: Großmaß, R. 1997 S. 116

16 vgl: Sickendiek U, Engel F, Nestmann F, 2002 S.20

die eine Unterstützung bieten, begründet liegen.<sup>17</sup>

Psychosoziale Beratung setzt zwar bei einer individuellen Krise an, es geht aber primär nicht um die Diagnose und Behandlung von Defiziten sondern um die Aktivierung von vorhandenen Ressourcen mit welcher die Ratsuchenden die Krise oder das Problem bewältigen können. Das setzt aber wiederum eine gewisse Sensibilität auf der BeraterInnenseite voraus da diese ja die Ressourcen der KlientInnen erkennen sollten bzw. auch die Fähigkeit besitzen sollten, verborgene Ressourcen aufzufinden oder mit den/der KlientIn zu erarbeiten.<sup>18</sup>

## **1.2 Beratung und Therapie- Eine Abgrenzung**

Die Begriffe Therapie und Beratung werden im allgemeinen Sprachgebrauch sehr oft gemeinsam verwendet. Im Sinne eines professionellen Umgangs mit dem Thema möchte ich hier jedoch deutlich differenzieren und eine Abgrenzung der Beratung gegenüber der Therapie vornehmen.

Das umso mehr, da viele der von mir interviewten ExpertInnen der Meinung waren, dass eine professionelle Therapie via Internet nicht durchführbar sei.

Großmaß beispielsweise zieht die Grenze zwischen Psychotherapie und psychosozialer Beratung folgendermaßen. *„Psychotherapie im Rahmen des Gesundheitswesens bedarf ärztlicher Indikation und steht damit immer auch im Kontext einer diagnostizierten Beeinträchtigung mit Krankheitswert. Psychosoziale Beratung soll gerade das nicht sein, sondern Krisen, Probleme, Einschränkungen, die eine Person erlebt und überwinden möchte, bearbeiten helfen.“*<sup>19</sup>

Auch Belardi nimmt eine ähnliche Abgrenzung zwischen sozialpädagogischer Beratung und Psychotherapie vor. Er führt dazu folgende Merkmale an:

- *Institutionell:* Sozialpädagogische Beratung findet eher in einer sozialpädagogischen Einrichtung, denn in einer psychotherapeutischen Praxis statt. Ebenso sind in der Regel weniger Zugangsbarrieren zu überwinden als bei vielen therapeutischen Einrichtungen.
- *Dauer:* Sozialpädagogische Beratung ist in der Regel kürzer als eine Therapie und findet auch weniger häufig statt.
- *Schwerpunkt:* Psychotherapie geht eher in die „Tiefe“ der Persönlichkeit,

---

17 vgl: Nestmann, F. 1997 S. 23ff

18 vgl: Nestmann, F. 1997 S. 28ff

19 Großmaß, R. 1997 S. 116



Beziehungsfragen und psychische Probleme stehen im Vordergrund, während Sozialpädagogische Beratung eher in die „Breite“ der tatsächlichen Lebensbewältigung geht.

- *Reale Hilfen*: Konkrete Hilfsmöglichkeiten spielen in der sozialpädagogischen Beratung eine wesentlich stärkere Rolle als in der Psychotherapie
- *Gesprächstechnik*: Sozialpädagogische Beratung ist nicht an einer bestimmten psychotherapeutischen Richtung orientiert, sondern nutzt alle Möglichkeiten vorhandener Ansätze die miteinander vereinbar und erfolgsversprechend sind.
- *Grundeinstellung*: Sozialpädagogische Beratung ist in Bezug auf den oder die Ratsuchende primär Ressourcen- und nicht Defizit- orientiert.
- *Ziele*: Das Ziel sozialpädagogischer Beratung ist nicht die Selbstreflexion, sondern die KlientInnen bei der tatsächlichen Lebensbewältigung zu unterstützen.
- *Vernetzungsaspekt*: Um den oder die Ratsuchende bestmöglich unterstützen zu können vernetzt sich der oder die sozialpädagogische BeraterIn in der Regel mit anderen Hilfsangeboten und Einrichtungen.
- *Ethik*: Ethik als allgemein anerkanntes und wünschenswertes Verhalten erfordert, dass die Ratsuchenden, jederzeit den Prozessablauf der Beratung mitbestimmen können. Die Abhängigkeit vom Helfer sollte nicht erhöht sondern verringert werden.
- *Rollenverständnis*: Sozialpädagogische Fachkräfte sind in der Regel keine Spezialisten wie Therapeuten. Sie verfügen gegenüber dem Therapeuten jedoch über den Vorteil, dass sie mehr als das rein helfende Gespräch anbieten können.

20

Darüber hinaus sind auch noch verschiedene rechtliche Aspekte zu beachten. So ist im österreichischen Psychotherapiegesetz geregelt, wer zur Ausübung von Psychotherapie berechtigt ist.<sup>21</sup> Somit kann die fälschliche Benennung einer Beratungsleistung als Psychotherapie durchaus strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Für die vorliegende Arbeit war es mir wichtig diese Abgrenzung vorgenommen zu haben, da sich wie bereits erwähnt diese Arbeit mit Online- Beratungsangeboten im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich

---

20 vgl: Belardi u.a. 1996 S. 40ff

21 <http://wlp.pips.at/pages/gesetz.htm#Berufsumschreibung> abgerufen am 05.09.2007

befasst und die die zusätzliche Behandlung von verschiedensten mehr oder weniger seriösen Online- Therapie Angeboten, den Rahmen gesprengt hätte.

### **1.3 Abschließende Bemerkungen zu den dargestellten Beratungsansätzen:**

Die vier von mir dargestellten Beratungsansätze bilden im wesentlichen die Grundlage für professionelle Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich.

Das trifft natürlich auch auf Online- Beratungsangebote zu, und diese vier Ansätze können auch als Grundlage für professionelle Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich dienen.

Allerdings kommt bei der Online- Beratung ein entscheidender Faktor hinzu der bei diesen dargestellten Beratungsansätzen, die ja für die „klassische“ Face to Face konzipiert wurden keine Berücksichtigung fand. Dieser Faktor ist das Kommunikationsmedium in dem Online- Beratung stattfindet, das Internet.

Deshalb erscheint es mir zunächst wichtig auch den Begriff des Internets einzugrenzen und zu definieren.

### **1.4 Das Internet:**

Umgangsprachlich existieren einige Begriffe für das Internet. das Web, World Wide Web, das Netz, etc. Jedoch gilt es auch hier im Sinne einer wissenschaftlichen Vorgangsweise eine genaue Begriffsdefinition vorzunehmen.

#### **1.4.1 Entstehung des Internets:**

Die Ursprünge des Internets reichen in die 1960er Jahre des vorigen Jahrhunderts zurück. Die so genannte Advanced Reseach Agency (APRA), ein Teil des US- Militärs realisierte 1969 ein Projekt, dessen Ziel es war ein paketvermitteltes Rechnernetz zu konzipieren, das die damaligen sehr knappen Computerressourcen vernetzen sollte, um diese dann zivilen und militärischen Forschungsprojekten zur Verfügung zu stellen.<sup>22</sup>

Auf diese Weise entstand das so genannte APRA- Net.

Zu Beginn der 1970er Jahre stieg die Anzahl der angeschlossenen Rechner sehr stark an. Es handelte sich dabei um die unterschiedlichsten Rechner mit den verschiedensten Betriebssystemen und Netzzugängen. Dieser Umstand machte die Entwicklung eines

---

22 vgl Döring, N. 2003 S. 15

einheitlichen Datenübertragungsprotokolls notwendig. Aus den Bemühungen ein solches Protokoll zu entwickeln ging schließlich TCP/IP (Transfer Control Protocol/ Internet Protcoll)<sup>23</sup> hervor. Dieses Protokoll ist bis heute der gemeinsame Nenner des gesamten Datenverkehrs im Internet.

Im zivilen Teil des Netzes nahm die Anzahl der angeschlossenen Rechner im Verlauf der 1980er Jahre sehr schnell zu. Eine wichtige Rolle hierbei spielte die amerikanische National Science Foundation (NSF) Diese Organisation schaffte ein Leitungs-Verbundsystem, das alle bedeutenden wissenschaftlichen Rechenzentren miteinander verband. Somit entstand im wahrsten Sinne des Wortes ein so genanntes „Netz der Netze“ Das Leitungsverbundsystem, das die Netze miteinander verband erhielt die Bezeichnung „Backbone“ und für das so genannte „Netz der Netze“ entwickelte sich im Verlauf der späten 1980er Jahre der Begriff „Internet“

In Europa und Asien gab es zur gleichen Zeit ähnliche Entwicklungen und seit 1992 existiert auch in Europa ein Leitungsverbundsystem, das so genannte Ebone (europäischer Internet Backbone) Mittlerweile existieren viele miteinander vernetzte Backbones weltweit.<sup>24</sup>

Was also heute unter dem Begriff Internet verstanden wird ist also kein einzelnes homogenes Netz , sondern ein Verbund aus vielen kleinen, territorial begrenzten Netzen. Diese Netze besitzen wiederum eine Anbindung an die Backbones und damit an das Gesamtnetz<sup>25</sup>

#### **1.4.2 Das www:**

Tim Berners- Lee und Robert Cailliau entwickelten am Genfer Kernforschungszentrum CERN Anfang der 1990er Jahre das so genannte World Wide Web. Dieser Dienst basierend auf dem Hypertext Transfer Protokoll (http) und der grafikfähigen Hypertext Markup Language (HTML) war ursprünglich nur für die interne Kommunikation von CERN- Mitarbeiterinnen gedacht und wurde dann 1993 der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.<sup>26</sup> Das WWW wurde zu einem sehr großen Erfolg und machte die weltweite Verbreitung des Internets überhaupt erst möglich. Die Begriffe Internet und W.W.W die umgangssprachlich gerne vermischt werden, bezeichnen also unterschiedliche Dinge. Das www ist also im Prinzip nur ein Hypertext- System, das über das Internet abgerufen

---

23 vgl: <http://www.searchandgo.com/articles/internet/arpanet-2.php> abgerufen am 10.09.2007

24 vgl: Münz, S./ Nefzger, W. 1999 S. 18ff

25 vgl: Münz, S./ Nefzger, W. 1999 S. 19

26 vgl: Beck, K 2006 S.10

werden kann. Ein Teil des www der für Online- Beratung besonders interessant ist, sind Web bassierte Foren und so genante Web- Boards

#### **1.4.3 Internet Foren und Web Boards:**

Einige Online- Beratungseinrichtungen bieten moderierte Online- Foren und Web Boards als Beratungsmedien an. Technisch gesehen sind Internet Foren und Web-Boards aber keine eigenen Dienste sondern ein Teile des www.

Bei Foren und Boards handelt es sich im Prinzip um virtuelle, primär textbasierte Diskussions- Plattformen. Es handelt sich um asynchrone also zeitversetzte Kommunikation. Die Begriffe Forum und Board werden umgangsprachlich gerne vermischt und lassen sich auch nicht immer ganz exakt trennen.

Hinter den unterschiedlichen Begriffen Foren und Boards verbergen sich einerseits technische Unterschiede in der Datenhaltung, aber auch Unterschiede in der Vorstellung davon, wie typische Diskussionen ablaufen

Das Foren- Modell geht von der gedanklichen Basis-Einheit eines so genannten Thread aus. Übertragen auf Diskussionen, bezeichnet es den Diskussionsfaden oder die Verkettung aller Beiträge zu der betreffenden Diskussion. Zu beachten ist hierbei, dass es zwar letztlich nur einen Faden(Thread) gibt, auf dem die gesamte Diskussion basiert. Jedoch ist das Geflecht recht informell und nicht linear.<sup>27</sup> Das Board- Modell basiert wiederum auf der gedanklichen Basis- des Themas. die Struktur eines Boards ist linear. Der oder die UserIn hat keine Möglichkeit, sich im Vorfeld darüber zu informieren, wie die Diskussionsstruktur aussieht, und welches Posting sich auf welches andere bezieht, da es auch gar nicht die konzeptionelle Absicht von Boards ist Diskussionen abzubilden. Boards sind themenorientiert, und Beiträge in einem Board haben den Charakter eines Statements zu einem Thema. Dargestellt wird das ganze in Form einer Liste, nämlich die Liste aller Statements zu einem Thema.<sup>28</sup>

Bei Online- Beratungsangeboten die über Foren und Boards abgewickelt werden unterscheidet man darüber hinaus zwischen so genannten offenen und geschlossenen Formen. Bei offenen Formen kann jeder oder jede UserIn Fragen stellen, antworten und lesen. Der so genannte Nickname, das ist der Name unter dem der oder die UserIn im Forum auftritt, kann frei gewählt werden. Der Grad der Anonymität ist also in solchen

---

27 vgl: Münz, S. „Foren und Boards“ <http://aktuell.de.selfhtml.org/artikel/gedanken/foren-boards/index.htm> abgerufen am 10.09.2007

28 vgl: Münz, S. „Foren und Boards“ <http://aktuell.de.selfhtml.org/artikel/gedanken/foren-boards/index.htm> abgerufen am 10.09.2007

Foren oder Boards recht hoch. Bei geschlossenen Formen hingegen ist eine Registrierung notwendig. Die Art der Registrierung und die damit verbundenen Rechte im Forum sind von Angebot zu Angebot unterschiedlich.

Auf dem Forum von wienXtra<sup>29</sup> beispielsweise läuft die Registrierung sehr einfach und schnell ab. So können UserInnen auch unter dem Nickname "Gast" posten. Ob sich eine Beratungsstelle für ein offenes oder geschlossenes Forum bzw. Board entscheidet ist letztlich davon abhängig, wie viel Anonymität den UserInnen gewährt werden soll bzw. wie viele Informationen die Beratungsstelle über sie haben möchte oder für die Beratung benötigt.<sup>30</sup>

Andere für die Online- Beratung relevante Dienste sind E- Mail, IRC (Internet Relay Chat), und Internet- Videokonferenz die ich im Folgenden kurz vorstellen möchte.

#### **1.4.4 E- Mail:**

E- Mail ist neben dem www der wohl meistgenutzte Internet- Dienst. Der E- Mail Dienst erlaubt die persönliche Übermittlung von Nachrichten und Dateien von einem Sender zu einem Empfänger. Diese Kommunikationsform ist also asynchron.

Einzige technische Voraussetzung um an diesem Dienst teilzuhaben ist das Vorhandensein einer eigenen E- Mail -Adresse.<sup>31</sup>

Nach Whittaker und Sidner lassen sich 4 Grundtypen von E- Mails unterscheiden.<sup>32</sup>

- *Ongoing Converation Emails:* Hierbei ist die Email ein Bestandteil einer längeren Korrespondenz, sie bezieht sich dabei auf zurückliegende Äußerungen und fordert zu neuen Kommentaren und Stellungnahmen auf
- *To Do Emails:* Solche Mails enthalten Aufforderungen zu bestimmten Handlungsweisen. z.B. Ersuchen um Hilfe, Fragen , Einladungen, Arbeitsaufträge, oder auch Aufforderung zu Anschlusshandlungen z.B. die Vereinbarung eines Besprechungs- oder Beratungstermins.<sup>33</sup>
- *Only To Read Emails:* So genannte Only To Read Emails enthalten Informationen, die jedoch keine weiteren Anschlusshandlungen erforderlich

---

29 <http://forum.wienextra.at> abgerufen am 10.09.2007

30 vgl Englmayr, S 2005 S.16ff

31 vgl: Münz, S./ Nefzger, W. 1999 S. 26

32 vgl: Whittaker, S/ Sidner, C. (1997)

[http://sigchi.org/chi96/proceedings/papers/Whittaker/sw\\_txt.htm?searchterm=email+overload](http://sigchi.org/chi96/proceedings/papers/Whittaker/sw_txt.htm?searchterm=email+overload)  
abgerufen am 10.09.2007

33 vgl:Beck, K, 2006 S 86

machen.

- *Interterminate Status Emails*: Sind im Prinzip Emails die keiner der drei angeführten Kategorien eindeutig zugewiesen werden können. Dazu zählen Emails von unbekanntem Absendern, Mails ohne Subjektzeile, aber auch fremdsprachige Mails oder falsch adressierte Mails.

Beck fügt diesen 4 Kategorien noch einige weitere hinzu:

- *To Delete oder Spam- Emails*: Hiermit sind massenhaft ausgesandte, gleichlautende Emails mit zumeist werbendem Charakter und oftmals von zweifelhaften Inhalten und Anbietern gemeint.
- *„To Forward und Forwarded Mails“*: Diese Mails können entweder zur Weiterverbreitung von Nachrichten dienen, besitzen aber ebenso eine metakommunikative Funktion. So können sie beispielsweise signalisieren, dass der bzw. die ursprüngliche EmpfängerIn für nicht zuständig oder nicht kompetent hält und daher eine Aufgabe weiterleitet.
- *„To Save Emails“*: Bei allen Email- Typen entscheidet letztlich der oder die EmpfängerIn ob eine Email archiviert wird oder nicht. Die Archivierungsstrategie entscheidet in der Folge natürlich auch über die Frage, wie Emails über ihre unmittelbar kommunikative Funktion hinaus genutzt werden können.<sup>34</sup>

Darüber hinaus werden von Beck noch Email -Newsletters und Foren- Emails als weitere Kategorien genannt.<sup>35</sup>

Obwohl der Email- Dienst äußerst beliebt ist birgt er auch einige Schwierigkeiten in sich vor allem den Datenschutz betreffend. Döring weißt daraufhin wenn sie schreibt:

*„Im gesamten Internet- Verkehr und somit auch beim Email- Austausch ist Datenschutz ein Problem. Insbesondere durch die digitale Fixierung der Mitteilungen im Internet erhöhen sich die Möglichkeiten der Überwachung und Manipulation im Vergleich zu herkömmlichen Telekommunikationsmedien (Briefpost, Telefon) beträchtlich.“<sup>36</sup>*

Schallbruch identifiziert vier grundlegende Datenschutzprobleme beim Email- Verkehr:

- *„Vertraulichkeit: (Schutz der Nachricht vor Einsichtnahmen durch Unbefugte)*
- *Unbeobachtetheit (Schutz der Kommunikationsumstände und der Informationen darüber, dass überhaupt Kommunikation stattgefunden hat.)*

---

34 vgl:Beck, K, 2006 S 87ff

35 vgl Beck, K. 2006 S.88

36 Döring, N. 2003 S.40

- *Integrität der Nachricht (Schutz einer Email vor Veränderung des Inhalts während des Transportes)*
- *Authentifizierbarkeit des Absenders (Schutz einer Email vor Veränderung der Absenderadresse)*<sup>37</sup>

Obwohl mittlerweile verschiedene Verschlüsselungsverfahren für Emails existieren, als Beispiel sei hier nur PGP (Pretty Good Privacy)<sup>38</sup> genannt, werden diese im alltäglichen Email- Verkehr kaum angewandt. Auch viele Online Beratungsangebote laufen nach wie vor über unverschlüsselten Email- Verkehr. Im Sinne einer professionell durchgeführten und qualitativ hochwertigen Online- Beratung sind aber gerade Fragen des Datenschutzes und der Vertraulichkeit von Emails ganz entscheidende Qualitätskriterien. (siehe Kapitel ..... Qualität in der Online- Beratung)

#### **1.4.5 Internet Relay Chat (IRC):**

Der IRC, oder umgangssprachlich einfach als Chat bezeichnet ist ein weiterer Dienst der über das Internet betrieben werden kann. Es ist ein Dienst der synchrone, schriftliche Textkommunikation sowohl in Gruppen als auch Einzeln ermöglicht.<sup>39</sup>

Mittlerweile bietet das Internet unzählige so genannte Chat- Channels an, die genutzt werden können. Er gibt hierbei mehrere verschiedene Chat- Formen die unterschieden werden können. Neben Einzel und Gruppenchats wird in diesem Zusammenhang vor allem zwischen öffentlichen (Public Channels) und geschlossenen (Private Channels) unterschieden.<sup>40</sup> Döring unterscheidet 6 thematische Typen von Public Channels.

*Gesellige Channels:* Diese weisen oft lokale Bezüge auf oder richten sich an eine bestimmte Zielgruppe oder dienen beispielsweise dem Kennen lernen und Flirten.

*Computerbezogene Channels:* Solche Channels dienen der Kommunikation über verschiedenste computerbezogene Thematiken.

Channels, die sich an bestimmte Fangruppen richten.(z.B. Fans von TV- Serien, Musik oder Sport)

*Underground Channels:* dies sind im wesentlichen virtuelle Treffpunkte für Angehörige von Szenen oder Subkulturen.

*Selbsthilfe Channels:* Hier kommunizieren zumeist Menschen, die ähnliche gesundheitliche oder soziale Probleme bewältigen möchten.

---

37 Schallbruch, M.1995 <http://nicoladoering.net/Hogrefe/schallbruch.htm> abgerufen am 05.09.2007

38 <http://www.uni-koeln.de/rrzk/sicherheit/pgp/> abgerufen am 05.09.2007

39 vgl:Beck, K, 2006 S 118

40 vgl Döring, N.1999 S.106

*Krisen und Katastrophen Channels:* Diese werden meist spontan ins Leben gerufen um über aktuelle Ereignisse zu diskutieren. z. B: die Anschläge vom 11. September.<sup>41</sup>

Für das Feld der Online- Beratung sind aber vor allem geschlossene Channels von Bedeutung. Geschlossene Channels werden moderiert. Themen werden zumeist vorgegeben und TeilnehmerInnen, die sich nicht an die Vorgaben oder Umgangsformen halten, werden verwarnet, zeitweilig ausgeschlossen oder auch verbannt.<sup>42</sup> Viele Online-Beratungsangebote arbeiten mittlerweile mit geschlossenen und moderierten Channels. Sehr oft wird auch die Möglichkeit eines Einzelchats genutzt. Manche Beratungsangebote vergeben auch bestimmte Chat- Termine Die Ratsuchenden können sich zumeist auf der Website der Beratungseinrichtung einen Termin reservieren. Mit dem dabei erhaltenen Passwort kann sich der oder die Ratsuchende am reservierten Termin einloggen und mit dem oder der BeraterInnen chatten. Diese Form des Chat hat allerdings den entscheidenden Nachteil, es kann zu Terminknappheiten kommen, was wiederum längere Wartezeiten zur Folge hat.<sup>43</sup>

#### **1.4.6 Internet- Videokonferenzen:**

Audiovisuelle Fernkommunikation oder vereinfacht ausgedrückt Videokonferenzen können wie folgt definiert werden:

Es handelt sich um kommunikative Prozesse in welchen:

- a) *wenigstens zwei lediglich räumlich getrennte Individuen*
- b) *ihre sprachlichen, parasprachlichen und nonverbalen Handlungen in*
- c) *technisch vermittelter, potentiell gleichzeitiger und wechselseitiger, auditiver und visueller Wahrnehmungs- und Steuerungstätigkeit vollziehen und*
- d) *in der technischen Vermittlung auftretenden (Bild- und/oder Ton) Verzögerungen für die beteiligten Individuen interaktiv noch handhabbar sind.*<sup>44</sup>

Videokonferenzen sind im Prinzip keine neue Erfindung. Bereits in den 1930er Jahren gab es in Deutschland erste Versuche solche Systeme einzuführen. Ähnliches versuchte die amerikanische Telekomgesellschaft AT&T in den 1960er Jahren und die britische Post in den 1970er Jahren. Jedoch waren alle diese Systeme, die zumeist über normale analoge Telefonleitungen liefen, - deshalb auch der Begriff Bildtelefonie- kein allzu

---

41 vgl: Döring, N. 1999 S. 105ff

42 vgl: Beck, K. 2006 S. 120

43 vgl Englmayr, S 2005 S.16

44 Schmitz, W.H. 1999 S.2. [http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz\\_klagenfurt\\_1999.pdf](http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf)  
abgerufen am 12.11.2007



großer Erfolg beschieden, weshalb sie zumeist nach kurzer Zeit wieder eingestellt wurden<sup>45</sup>

Erst durch die Digitalisierung des Telefonnetzes und vor allem durch die Zunahme an Breitband- Internet Leitungen, die eine akzeptable Bild und Tonübertragung im Internet überhaupt erst möglich machen, hat das Konzept der Videokonferenz wieder an Bedeutung zugenommen.

Professionelle Videokonferenzsysteme fanden bisher hauptsächlich Anwendung im privatwirtschaftlichen Bereich, gelegentlich auch in der Lehre. Für diese Systeme wurden sehr oft auch eigene Leitungen installiert.<sup>46</sup> Daneben gab und gibt es verschiedenste Systeme, die über das Internet betrieben werden können.

Im Prinzip können 3 verschiedene Systeme unterschieden werden.

1. PC- basierte Desktop Konferenzen
2. mobile ISDN- basierte Kleinraum bzw. Kleingruppen Lösungen
3. fest installierte Konferenzraum-/ Großgruppen- Lösungen<sup>47</sup>

PC – Desktop Konferenzen sind überwiegend für 2er oder Kleingruppen- Gesprächskonstellationen konzipiert. In der Regel reicht eine leistungsfähiger PC mit Video-Capture Card, und Soundkarte sowie einer kleinen Kamera aus. Mit dieser Ausstattung kann dann per Internet, WAN (Wide Area Network) oder LAN (Local Area Network) ein anderer Rechner angewählt werden, der über die gleiche Ausrüstung und kompatible Standards verfügt. Solche Desktop- Lösungen sind im Prinzip für den alltäglichen Kommunikationsbedarf konzipiert und sollte eine Breitband- Verbindung vorausgesetzt auch eine akzeptable Kommunikation möglich machen. allerdings eignen sich solche Systeme in Regel nur für zwei Kommunikanden.<sup>48</sup>

Bei der ISDN- basierten Verbindung handelt es sich in der Regel um eine so genannte Rollabout- Einrichtung. Hierbei wird eine komplette Anlage inklusive Fernsehmonitor und beweglichen Kameras in den Raum geschoben. Diese Anlage wird anschließend mittels mehrerer ISDN- Leitungen mit der Gegenstelle verbunden. Der Vorteil solcher Systeme liegt neben recht guter Bild und Ton- Qualität vor allem in dem Umstand, dass´ bis zu 8 Personen an jeder Endstelle teilnehmen können.<sup>49</sup>

---

45 vgl: Günther, J. 2001 S. 99

46 vgl: Günther, J. 2001 S. 99

47 vgl Schmitz, W.H.1999 S.2. [http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz\\_klagenfurt\\_1999.pdf](http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf)  
abgerufen am 12.11.2007

48 vgl Schmitz, W.H.1999 S.2 [http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz\\_klagenfurt\\_1999.pdf](http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf)  
abgerufen am 12.11.2007

49 ebd. S.3

Fest installierte Konferenzräume, die nur zu Videokonferenzzwecken genutzt werden arbeiten ebenfalls auf ISDN- Basis oder aber nützen spezielle Hochleistungsnetze.

Dies sind eindeutig die teuersten Systeme und kommen meist nur in großen Konzernen zur Anwendung.<sup>50</sup>

Für Online- Beratungsangebote sind im Prinzip eigentlich nur die zuerst erwähnten PC-basierte Desktop Konferenzsysteme von Bedeutung. Somit werden auch nur solche Systeme im weiteren Verlauf dieser Arbeit Berücksichtigung finden.

Nach dieser Darstellung der beratungstheoretischen und technischen Grundlagen, die Online- Beratung überhaupt möglich machen, werden nun im folgenden Kapitel einige Theorien zur Computervermittelten Kommunikation eingebracht, um das von mir angestrebte Verständnis von Online- Beratung zu vervollständigen

## **2. Computervermittelte Kommunikation.**

Zur Beschreibung Computer vermittelter Kommunikation möchte ich zunächst von einem kommunikationswissenschaftlichen Medienbegriff ausgehen und vorerst einmal der Frage nachgehen inwieweit man das Internet überhaupt als Kommunikationsmedium bezeichnen kann.

Wird von Kommunikation als symbolischer Interaktion ausgegangen, dann können Medien als Kommunikationsmittel begriffen werden, die eine Verständigung über eine räumliche, zeitliche oder raumzeitliche Distanz möglich machen.<sup>51</sup>

Darüber hinaus können nach Kubicek Medien erster und zweiter Ordnung unterschieden werden:

- *„Medien erster Ordnung sind technische Systeme mit bestimmten Funktionen und Potentialen für die Verbreitung von Informationen, oder besser: von Daten die mittels eines kognitiven Prozesses zur Konstruktion von Informationen dienen können.*
- *Medien zweiter Ordnung sind soziokulturelle Institutionen zur Produktion von Verständigung bei der Verbreitung von Informationen mit Hilfe von Medien erster Ordnung“<sup>52</sup>*

---

50 ebd. S.3

51 vgl: Beck, K. 2006 S.12

52 Kubicek, H. „Das Internet auf dem Weg zum Massenmedium?“ 1997 S.220 z.t.n. Beck, K. 2006 S13

Basierend auf diesen Grundlagen definiert Beck ein Kommunikations- Medium folgendermaßen: *“Unter einem Kommunikationsmedium soll im Folgendem also immer ein Medium zweiter Ordnung verstanden werden, das jeweils spezifische Ausprägungen in den folgenden Dimensionen aufweist.*

- *technisch basiertes Zeichensystem*
- *soziale Institutionen*
- *Organisation*
- *spezifische Leistungen für die Kommunikanten und Funktionen für die Gesellschaft oder das soziale System (Gruppen, Organisationen etc.)“<sup>53</sup>*

Ausgehend von diesen Kriterien stellt sich natürlich nun die Frage inwieweit das Internet als Kommunikationsmedium angesehen werden kann? Beck sieht sowohl Computernetze als auch Computer als so genannte Hybridmedien an, da die verschiedensten Anwendungsmöglichkeiten des Internets ganz unterschiedlichen organisatorischen und institutionellen Mustern folgen. Diese Muster können darüber hinaus, anders als in anderen Massenmedien, viel stärker vom dem oder der NutzerIn selbst bestimmt werden. So kann das Internet sowohl als publizistisches Medium benutzt werden, -man denke nur an die vielen Web Journale oder Online Ausgaben von Tageszeitungen die existieren,- als auch als Kommunikationsmedium, beispielsweise durch Benutzung von E- Mail, Chat´s<sup>54</sup> etc. Letztendlich entscheidet der oder die UserIn welchen Aspekt des Mediums er oder sie bevorzugt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Internet neben verschiedenen anderen Funktionen „auch“ die Funktion eines Kommunikationsmediums hat.

## **2.1 CMD bzw. CvK:**

Der deutsche Begriff der computervermittelten Kommunikation CvK geht im Wesentlichen auf den englischen Begriff CMD (computer mediated communication) zurück. und bezeichnet im Prinzip jede Art von Kommunikation, die durch Computer ermöglicht wird.<sup>55</sup> Nach Höflich lassen sich mehrere Formen computervermittelter Kommunikation unterscheiden.

---

<sup>53</sup> Beck, K. 2006 S. 13

<sup>54</sup> Beck, K. 2006 S.28ff

<sup>55</sup> vgl: Payer, M. 2003 <http://www.payer.de/cmcs/cmcs01.htm> abgerufen am 11.09.2007

öffentlich	disperses Publikum	dominante Einseitigkeit/ marginales Feedback
öffentlich	Nutzerkollektiv/ „elektronische Gemeinschaft“	Erwartung gegenseitiger Bezugnahmen/ aktive Nutzer und Nur-Leser („Lurker“)
privat	Nutzergruppe/ „elektronische Gemeinschaft“/ Individuum	Gegenseitigkeit/ computervermittelte interpersonale Kommunikation

Abb1: Formen computervermittelter Kommunikation 56

### **2.1.1 Synchroner und asynchroner Computervermittelter Kommunikation im Internet:**

Das wesentliche Merkmal asynchroner oder zeitversetzter Kommunikation ist der Umstand, dass Botschaften aufgezeichnet oder aufgeschrieben und mit zeitlicher Verzögerung zur Zielperson gelangen oder für den Abruf bereitgehalten werden.

Eine etwaige Antwort erfolgt ebenfalls zeitverzögert. Typische asynchrone Kommunikationsdienste im Internet sind beispielsweise Email oder webbasierte Foren bzw. Boards.

Bei der synchronen oder zeitgleichen Kommunikation hingegen, wird eine wechselseitige Kommunikationsverbindung hergestellt. Alle Kommunikanten sind zur gleichen Zeit aktiv. Eine unmittelbare Antwort ist möglich. Typische synchrone Kommunikationsdienste im Internet sind z.B.: der IRC (Internet Relay Chat) oder Videokonferenzen.<sup>57</sup>

### **2.2 Theorien zur Computervermittelten Kommunikation**

Um zu einer noch genaueren Betrachtung von Computervermittelter Kommunikation zu kommen, möchte ich im Folgenden die elf von Döring zusammengefassten Theorien der Computervermittelten Kommunikation darstellen. Sie betrachten den Gegenstand aus unterschiedlichen Perspektiven. Obwohl sich die Theorien in manchen Punkten widersprechen mögen, so können sie im Wesentlichen als sich eher ergänzend angesehen werden.

#### **2.2.1 Theorien zur Medienwahl**

Die Theorien zur Medienwahl besagen, dass der Computervermittelten Kommunikation bei gegebenen, Kommunikationsanlass immer eine Entscheidung für das Netzmedium

---

<sup>56</sup> Quelle für Abb 1 Höflich, J. 1996 S.90

<sup>57</sup> vgl: Döring, N. 2003 S.34

bzw. einen bestimmten Netzdienst und damit eine Entscheidung gegen ein anderes Medium (z.B. Telefon, Brief) oder gegen das persönliche Gespräch vorausgeht.

### **2.2.1.1 Rationale Medienwahl**

Die Theorie der rationalen Medienwahl geht davon aus, dass die Kommunikation zwischen Personen bei medialer Vermittlung aus subjektiver Sicht verarmt. Das Ausmaß an Informationsfülle und persönlicher Nähe, das bestimmte Medien vermitteln, werden mit den Konzepten soziale Präsenz, mediale Reichhaltigkeit und Backchannel-Feedback theoretisch präzisiert und empirisch überprüfbar gemacht. Soziale Präsenz ist umso stärker ausgeprägt, je persönlicher, wärmer, sensibler und geselliger der Kontakt empfunden wird, es ist also ein subjektiver Eindruck beim Mediengebrauch. Zu dem Konzept der sozialen Präsenz lassen sich Konzepte wie Telepräsenz oder Cyber-Interaktivität (Bewertungs- und Auswahlkriterium bei Websites) in Beziehung setzen, denn alle drei adressieren die NutzerInnenerfahrung, aktiver und lebendiger Beteiligung, die einem Medium als Merkmal zugeschrieben wird.

Die mediale Reichhaltigkeit ist umso größer, je besser ein Medium die Bearbeitung mehrdeutiger Botschaften und den Umgang mit diesen Botschaften unterstützt. Während bei reinen Informationsmängeln informationsarme Medien ausreichen, ist bei unklaren Ausgangssituationen eine informationsreiche Medienumgebung nötig. Das Backchannel-Feedback ist umso aussagekräftiger, je mehr Kanäle zur wechselseitigen Rückmeldung in einem Medium bestehen (Kopräsenz, Sichtbarkeit, Überprüfbarkeit.)

Nach der Theorie der rationalen Medienwahl soll die soziale Präsenz des gewählten Mediums, dem von der Kommunikationsaufgabe geforderten Grad an persönlicher Nähe entsprechen. Man entscheidet sich aufgrund der persönlichen Medienhierarchie für welchen Anlass der Kommunikation welches Medium am besten geeignet ist. Davon ist es letztendlich abhängig ob man beispielsweise eine Person persönlich aufsucht, anruft oder ihr eine E-Mail schreibt.

Um rationale Medienwahl zu fördern, sollte also ein breites Medienspektrum verfügbar sein. Gewohnheitsmäßiges Medienwahlverhalten sollte also immer wieder hinterfragt werden. So ist zu prüfen, ob das jeweilige Medium gemäß seiner subjektiven und objektiven Merkmale wie sozialer Präsenz, medialer Reichhaltigkeit, Backchannel-Feedback, Cyber-Interaktivität im Vergleich zu anderen Medien, für die aktuelle

Kommunikationsaufgabe gut geeignet ist.<sup>58</sup>

#### **2.2.1.2 Normative Medienwahl:**

Das Modell der normativen Medienwahl geht davon aus, dass die Wahl des Mediums , nicht durch Kosten-Nutzen-Abwägungen rational entschieden, wird sondern vor allem durch Bedienungskompetenz und soziale Normen gestaltet wird. Wird beispielsweise am Arbeitsplatz ein bestimmtes Medium im Kollegenkreis als besonders nützlich bewertet und häufig eingesetzt, passt sich unsere eigene Medienbewertung und Medienutzung diesen Vorgaben an. Es kann daher auch zu ungünstigen Entscheidungen kommen, wenn beispielsweise bestimmte Medien in einem Arbeits-, Ausbildungs-, Therapie- oder Freizeit-Kontext nur genutzt werden, um modern zu wirken. Medienbewertungen sind gemäß dieser Theorie nicht Funktion von Medienmerkmalen, sondern vor allem soziale Konstruktionen, die durch soziale Bewertungen geprägt sind. Kulturelle Standards, Haltungen innovativer Nutzergruppen, organisationale Vorgaben und Vereinbarungen usw. regulieren, wie Personen ein Medium einschätzen und ob sie sich für die Nutzung dieses Mediums entscheiden. Aber nicht nur ob ein bestimmtes Medium, wie beispielsweise das Internet genutzt wird, auch die Art und Weise der Nutzung ist Ergebnis sozialer Entscheidungs- und Aneignungsprozesse. Für die Praxis heißt das, dass sich erfolgreiches Kommunikationsverhalten im Arbeits- und Privatleben nicht alleine auf individuelle Medien(wahl) Kompetenz gründet. Erfolgreiches Kommunikationsverhalten ist vielmehr auf die Entwicklung einer regelrechten Kommunikations- und Mediennutzungskultur in der jeweiligen sozialen Gruppe, Organisation bzw. sozialem Netzwerk angewiesen.<sup>59</sup>

#### **2.2.1.3 Interpersonale Medienwahl**

Das Modell der interpersonalen Medienwahl besagt, dass individuelle Medienwahlentscheidungen nicht nur mit den sozialen Normen der Bezugsgruppe harmonieren, sondern vor allem auch auf das konkrete Gegenüber abgestimmt sein müssen. Das Mediennutzungsverhalten hängt davon ab, wie die Zielpartner zu erreichen sind. Ein wichtiges Entscheidungsmerkmal bei der eigenen Email- Nutzung ist beispielsweise der Umstand, wie viele Personen per E-Mail erreicht werden können und wie zuverlässig diese antworten.

---

58 vgl: Döring, N. 2003 S. 216ff

59 vgl: Döring, N. 2003 S. 222ff

Nicht nur die Koordinationsprobleme werden in diesem Modell besonders betont, sondern auch der Symbol- und Zeichencharakter von Medienwahlen. Medien sind so nicht nur Träger von Codes, sondern gleichzeitig Meta-Codes, welche die Interpretation medienvermittelter Inhalte bestimmen. Nicht nur was gesagt wird, sondern wie, also durch welches Medium etwas gesagt wird, ist entscheidend. Die Verwendung des Mediums kann als Meta-Kommunikation aufgefasst werden. Eine im ökonomischen Sinne irrationale Medienwahl kann also, interpersonal betrachtet, als Metakommunikation eine wichtige Funktion erfüllen. Wobei es vermutlich wesentlich vom Kommunikationsanlass und den Medienvorlieben des Empfängers abhängt, welche Metabotschaft mit einer bestimmten interpersonalen Medienwahl verknüpft wird.<sup>60</sup>

## **2.2.2 Theorien zu Medienmerkmalen**

Hat man sich nun einmal für Computervermittelte Kommunikation entschieden, wirft das natürlich die Frage auf von welchen spezifischen Medienmerkmalen der anschließende Kommunikationsprozess nun besonders beeinflusst wird.

Die nun folgenden Theorien versuchen eine Antwort auf diese Frage zu bieten.

### **2.2.2.1 Kanalreduktion:**

Diese Theorie geht davon aus, dass bei Computervermittelter Kommunikation, mittels getipptem Text, z.B. Email oder Chat, aufgrund fehlender Kopräsenz die meisten Sinnesmodalitäten ausgeschlossen sind. Kommuniziert man per E-Mail oder Chat muss man im Vergleich zur Face- to- Face Kommunikation auf die meisten Sinnesmodalitäten verzichten. Anstatt zum Beispiel auf komplexe Gesichtsausdrücke reagieren zu können oder auch körperliche Berührung erleben zu können, ist man darauf angewiesen, nonverbales auf schriftlicher Ebene auszudrücken. Dies kann beispielsweise durch Emoticons<sup>61</sup> oder Aktionswörter<sup>62</sup> geschehen.

Allerdings können dadurch die Defizite der schriftlichen Kommunikation nur teilweise kompensiert werden. Das Modell der Kanalreduktion geht davon aus, dass getippter

---

60 vgl: Döring, N. 2003 S. 224ff

61 Emoticon ist eine Wortkreuzung, gebildet aus Emotion und Icon. Bezeichnet wird damit eine Zeichenfolge (aus normalen Satzzeichen), die einen Smiley nachbildet, um in der schriftlichen elektronischen Kommunikation Stimmungs- und Gefühlszustände auszudrücken.  
<http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon> abgerufen am 04.09.2007

62 Aktionswörter sind beispielsweise: lach, freu, hoff, Sie entsprechen in ihrer form Verben die auf den Stamm reduziert sind und Tätigkeiten und Vorgänge bezeichnen.  
vgl: Dormeier, S./Esser F. „Besonderheiten der Internetkommunikation“ 2002 S.15 <http://www.uni-koeln.de/ew-fak/psycho/Petzold/referate/dormeier.pdf> abgerufen am 04.09.2007

Text nicht geeignet ist, Gefühle zu kommunizieren, Intimität herzustellen oder sinnliche Eindrücke zu erzeugen. sondern dass bei rein schriftlicher Kommunikation eine Verarmung derselben passiert. Der physikalisch reduzierte Kanal geht einher mit einer Reduktion auf der subjektiven Ebene, es kommt quasi zu einer Entwirklichung.

Döring sieht in diesem Modell einen sehr zivilisations- und technikkritischen Ansatz. Auch sie geht davon aus, dass mediale Telekommunikation kein Äquivalent zur tatsächlichen Präsenz eines oder einer Kommunikations- partnerIn darstellt. Dennoch bestehen Zweifel, ob sich die spezifischen Merkmale von Computervermittelter Kommunikation in diesem Model wirklich adäquat beschreiben lassen. So können Emoticons oder Aktionswörter auch als neue expressive Meta-Botschaften verstanden werden, die dann auch durch einen stärkeren Grad an (Selbst-)Reflexivität geprägt sind. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass im Kanalreduktions-Modell die Face to- Face-Kommunikation stark idealisiert wird und unterschiedliche Kommunikationsanlässe und -Bedürfnisse nicht differenziert werden.

Für den alltäglichen Umgang mit Kommunikationsmedien heißt das, dass Erfahrungen von Entfremdung und Distanz, wie sie bei der alltäglichen Mediennutzung tatsächlich partiell auftreten, ernst zu nehmen sind, da sie im Sinne einer sich selbsterfüllenden Prophezeiung neugierige und konstruktive Medienaneignung erschweren oder verhindern können. Das Steigern von Medienkompetenz und das Ermöglichen positiver Nutzungserfahrungen sind in diesem Zusammenhang sinnvoll, aber auch das Beachten der Grenzen medialer Kommunikation bzw. Kommunikationsbereitschaft.<sup>63</sup>

#### **2.2.2.2 Herausfiltern sozialer Hinweisreize:**

Dieses Modell geht ähnlich wie das Kanalreduktions-Modell davon aus, dass es bei textbasierter Telekommunikation zu einer Reduktion der Information kommt. Diese Reduktion betrifft hier vor allem den sozialen bzw. soziodemographischen Hintergrund des oder der Kommunikations- PartnerIn. Die Anonymität und das Fehlen dieses nonverbalen Hintergrundwissens, welches in der alltäglichen Kommunikation einen entscheidenden Einfluss auf die Einschätzung anderer Personen hat, führt hier zu einem Nivellierungseffekt, der enthemmende Effekte begünstigt. Dadurch werden soziale Hemmungen, Hürden, Privilegien und Kontrollen abgebaut. So führt Computervermittelte Kommunikation sowohl zu verstärkter Offenheit, Ehrlichkeit,

---

63 vgl: Döring, N. 2003 S. 210ff



Freundlichkeit, Partizipation und Egalität als auch zu verstärkter Feindlichkeit, Normverletzendem und antisozialem Verhalten. Im Schutz der Anonymität können eher intime Informationen preisgegeben werden, aber auch deviantes und antisoziales Verhalten kann wahrscheinlicher werden. Döring kritisiert bei diesem Modell vor allem, dass nicht pauschal davon auszugehen ist, dass sich Status-Unterschiede im Netz nivellieren, sondern dass das situationsspezifisch zu überprüfen ist. So bleibt es ihrer Meinung nach theoretisch und erklärungsbedürftig, woran man erkennen kann, ob ein im Internet beobachteter Effekt wirklich Internetspezifisch ist, und durch Enthemmung hervorgebracht wird, oder von ganz anderen Faktoren mit bedingt wird.<sup>64</sup>

### **2.2.2.3 Digitalisierung:**

Das Digitalisierungs-Modell konzentriert sich primär auf das technische Datenformat . Erst durch das digitale Datenformat ist es möglich in umfassender Weise Informationen kostengünstig und bequem in großer Geschwindigkeit über weite Strecken zu verbreiten. Darüber hinaus können Dokumente automatisch archiviert, modifiziert und verknüpft werden. Es ermöglicht des weiteren die multimediale Darstellung und auch gemeinsame Bearbeitung von Informationen. Der TeilnehmerInnenkreis kann fast beliebig erweitert werden, so dass die Grenzen zwischen Individual-, Gruppen und Massenkommunikation verwischen.

Jedoch sind alle Möglichkeiten die sich uns durch die Digitalisierung von Information ergeben, in sozialer Hinsicht mit Vor- und Nachteilen verbunden. Einerseits ermöglicht die hohe Transportgeschwindigkeit eine Verdichtung und die Vergrößerung des TeilnehmerInnen Kreises eine Erweiterung von Kommunikationsnetzen. Beides steigert die Chancen für umfassenden Informationsaustausch, soziale Unterstützung und soziale Integration, was bei vielen Alltagsanforderungen eine Entlastung bedeutet. Gleichzeitig wachsen aber auch Gefahren der Überlastung und Fehlnutzung, etwa weil unmittelbares Reagieren erwartet wird oder weil man sich über die Beschaffenheit der adressierten Öffentlichkeit nicht im Klaren ist. E- Mails, Postings oder sonstige asynchrone Online-Botschaften bleiben als schriftliche, digitale Dokumente erhalten und gleichen hierin den herkömmlichen Briefen und Druckerzeugnissen. Jedoch sind die Möglichkeiten einer etwaigen Manipulation durch die Digitalisierung noch ungleich höher als bei herkömmlichen Printmedien. Ob und wie sich NetznutzerInnen erfolgreich mit

---

64 vgl: Döring, N. 2003 S. 214ff

individuellen Strategien (Benutzung anonymer, Re-Mailer, Verwendung von Verschlüsselungsprogrammen etc.) gegen Überwachung und Datenmissbrauch schützen, und inwieweit die Optionen und Gefahren der Digitalisierung das Kommunikationsverhalten verändern, ist bisher nur ansatzweise untersucht worden. Für den praktischen Umgang bedeutet dies, dass die Aufmerksamkeit auf die neuen technischen Optionen sowie die Risiken gelenkt wird. Grundkenntnisse hinsichtlich dieser Risiken des digitalen Datenformats gehören zur Medienkompetenz, gleichzeitig ist der Umgang mit digitalen Daten sowohl juristisch, technisch als auch sozialnormativ zu regeln.<sup>65</sup>

### **2.2.3 Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten:**

Die folgenden Theorien befassen sich mit der Frage, wie KommunikationspartnerInnen während Computervermittelter Kommunikation agieren. Wie viel Hintergrundinformation stellen sie einander zur Verfügung. Wie sieht es mit Selbstdarstellung und Personenwahrnehmung aus? Wird eine besondere Internet-Sprache verwendet?

#### **2.2.3.1 Soziale Informationsverarbeitung**

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung geht im Gegensatz zu den bisher dargestellten nicht davon aus, dass es zu einer Verarmung der Kommunikation bei textbasierter Telekommunikation kommen muss. Es wird davon ausgegangen, dass Menschen ihr Nutzungsverhalten so auf technische Systemeigenschaften abstimmen, dass mediale Einschränkungen aktiv kompensiert werden. MediennutzerInnen entwickeln neue soziale Fertigkeiten bei der Textproduktion und Interpretation. Damit wird es ihnen möglich, eine befriedigende Kommunikation zu realisieren, indem sie medienbedingte Informationslücken beim Gegenüber antizipieren und diese explizit füllen, z.B. mit Emoticons. Jedoch ist zu beachten, dass Emoticons und Aktionswörter zwar bedeutend sind, aber nicht überbewertet werden sollten. Eine Verständigung im Netz ist letztendlich davon abhängig, wie differenziert und kontextsensibel man sich schriftsprachlich ausdrücken kann.

Aus Sicht der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung ist das Internet ein neuer sozialer Handlungsraum, in dem Menschen auf kreative Weise Gefühle ausdrücken,

---

<sup>65</sup> vgl: Döring, N. 2003 S. 233ff

Beziehungen realisieren und soziale Fertigkeiten erlernen können, ohne dass es dabei automatisch zu Kommunikationsstörungen und Beziehungsverarmung kommen muss. Kommunikationsstörungen entstehen in der Regel dann, wenn die NutzerInnen ungeübt sind und netzspezifische Ausdrucksweisen nicht beherrschen. Ebenso wenn NutzerInnen nicht motiviert sind netzspezifische Ausdrucksmittel einzusetzen. Auch NutzerInnen die durch soziale Normen zur Sachlichkeit gezwungen sind und daher expressive Gesten nicht verwenden, neigen zu Kommunikationsstörungen. Nicht zuletzt ist es oft ein zeitliches Problem eine entsprechende Kommunikationsatmosphäre auf Basis getippter Botschaften entstehen zu lassen.

Die Grundidee der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung, welche besagt dass mediale Restriktionen textuell kompensierbar sind oder sogar erweiterte Möglichkeiten des Selbstaudrucks bieten, ist sicherlich fruchtbar, zumal Computervermittelte Kommunikation andere Kommunikationsformen ergänzt und nonverbale Kommunikation nicht per se als die eigentliche, authentische Kommunikation zu idealisieren ist. Wie jedoch gemäß ein informationsreicheres Kommunikationsverhalten auf Basis der Theorie sozialer Informationsverarbeitung aussehen sollte, hängt letztendlich von der Beziehung zwischen den Kommunikations- partnerInnen, vom Thema sowie vom persönlichen Vorwissen ab. Somit gehören zur Medienkompetenz neben dem Medienwahlverhalten auch eine entsprechende Anpassung des individuellen und kollektiven Kommunikationsstils an die speziellen Gegebenheiten des jeweiligen Mediums.<sup>66</sup>

### **2.2.3.2 Simulation und Imagination**

Die alleinige Nutzung des Textkanals ermöglicht es, weitestgehend selbst zu bestimmen, welche Informationen wir wann und in welcher Weise über uns und unsere Lebenszusammenhänge mitteilen möchten. Wir können dabei mehr oder minder stark von der Offline- Realität abweichen, ohne dass dies dem Gegenüber auffällt: Als Simulationen können sich Selbstdarstellungen und als Imaginationen können sich Personenwahrnehmungen in der Online- Kommunikation sehr grundlegend von den Face to- Face- Eindrücken der entsprechenden Person unterscheiden.

Das Simulations-Modell betont, dass die Beschränkung auf den Textkanal den Menschen unvergleichlich große Kontrolle ermöglicht, welche Informationen sie in

---

66 vgl: Döring, N. 2003 S. 226ff

sozialen Kommunikationsprozessen über sich und ihre Lebenszusammenhänge offenbaren wollen. Daher können nicht nur medial bedingte Informationslücken kompensatorisch geschlossen werden, sondern auch, Identitäten und sonstige Lebenszusammenhänge in nahezu beliebiger Weise konstruiert bzw. simuliert werden. Dazu kommt, dass nicht nur Personen beliebige Identitäten simulieren können, sondern dass auch Programme beispielsweise Robots bzw. Bots<sup>67</sup> als virtuelle Personen im Internet agieren. Diese können allerdings meist relativ leicht am stereotypen Verhalten erkannt werden. Zwar spielen wir auch in Face- to- Face- Situationen Rollen und stimmen unsere Selbstdarstellung auf die jeweilige Situation und Adressatengruppe ab. Jedoch sind wir auf Grund unseres eigenen Körpers stets als dieselbe Person identifizierbar. Bei der Computervermittelten Kommunikation dagegen können wir verschiedenste Online-Identitäten annehmen, die fast jedes beliebige Attribut haben können. Diese Identitäten müssen mit der eigenen Person eigentlich keine Gemeinsamkeiten aufweisen. Diese Freiheit in der Gestaltung der eigenen Selbstdarstellung können einen Kontrollgewinn bedeuten. Es bedeutet aber auch, dass man gleichzeitig den Simulationen der anderen Netznutzer ausgesetzt ist und damit unter Umständen verletzbarer wird. Das ist vor allem dann der Fall, wenn eine potentielle virtuelle Identität der eigenen realen Identität sehr ähnlich ist.

Nicht nur bei der Selbstdarstellung gibt es im Internet große Freiräume, ebenso bei der Personenwahrnehmung. Fehlende Informationen bei der Personenwahrnehmung im Internet setzen oft einen kognitiven Konstruktionsprozess in Gang, der in besonders starkem Maße von Imagination bzw. Projektion geprägt ist. So kann das Bild einer wahrgenommenen Person sowohl in positiver Richtung (entsprechend individuellen Wünschen und Präferenzen), als auch in negativer Richtung (entsprechend den eigenen Aversionen, Vorurteilen) verzerrt werden. Diese aktive Imagination, die durch unbewusste und bewusste Informationsfilterung bzw. Informationsergänzung auf Seiten der Rezipienten geprägt ist, führt in Verbindung mit der Reduktion der Sinneskanäle- in der Regel eher zur Steigerung des Empfindens denn zu einer Verarmung. Es ist jedoch empirisch und theoretisch noch im Einzelnen zu klären, unter welchen Bedingungen Computervermittelte Kommunikation spezifische Imaginationsprozesse in Gang setzt

---

67 **bots** ist eine Abkürzung von "robots", mit welchen Software-Automaten bezeichnet werden, die verschiedentlich Routineaufgaben erledigen. So gibt es so genannte Cancelbots, die unerwünschte Teilnehmer automatisch aus Chat-Kanälen heraushält. <http://home.nordwest.net/hgm/lex/b.htm> abgerufen am 10.09.2007

oder verhindert.<sup>68</sup>

### **2.2.3.3 Soziale Identität und Deindividuation**

Das Modell der sozialen Identität und Deindividuation (SIDE) widerspricht der Vorstellung der klassischen Deindividuations- Forschung. Der klassische Ansatz geht davon aus, dass Anonymität in Menschenmassen, ebenso wie Anonymität im Internet zu einem temporären Identitätsverlust und somit zu normverletzendem Verhalten führt, das der eigenen Person im Grunde fremd ist. Das SIDE- Modell geht von der gerade im Bewusstsein aktivierten Identität der einzelnen NetznutzerInnen aus: Ist situativ eine soziale bzw. kollektive Identität aktiviert, so nehmen sich die Personen in erster Linie als Mitglieder einer bestimmten Gruppe wahr. Ist dagegen gerade eine individuelle Identität aktiviert, so sind sich die betreffenden Personen ihrer individuellen Besonderheiten besonders bewusst und grenzen sich somit in ihrer Individualität von anderen ab. Die SIDE- Theorie geht nun davon aus, dass bei Anonymität im Netz die zuvor aktivierten sozialen/kollektiven und personalen/individuellen Identitäten besonders hervorstechen. Soziale Identitäten werden durch Anonymität deswegen verstärkt, weil die individuellen Besonderheiten der anderen Gruppenmitglieder nicht erkennbar sind, die Gruppe als weitgehend homogen wahrgenommen wird. Die Zugehörigkeit zu einer homogenen Gruppe lässt eine- möglicherweise mit der Gruppenidentität konkurrierende - personale Identität in den Hintergrund treten. Somit kommt es zu einer konfliktlosen Identifikation mit der Gruppe und einer verstärkten Orientierung an ihren Normen. Diese Orientierung an der Gruppennorm ist nicht als „äußerer Zwang“ oder Gruppendruck zu verstehen, sondern entspringt dem inneren Bedürfnis, sich entsprechend dem eigenen Selbstverständnis als Gruppenmitglied zu verhalten. Steht jedoch von Anfang an keine soziale, sondern eine personale Identität im Vordergrund, hat Deindividuation im Netz ebenfalls einen Identitätsverstärkenden Effekt. Denn die mangelnde Kenntnis über die Attribute der anderen Personen verhindert die Wahrnehmung gemeinsamer Merkmale und die Aktivierung konkurrierender sozialer bzw. kollektiver Identitäten.<sup>69</sup>

### **2.3 Abschließende Bemerkungen zu den dargestellten Theorien.:**

Der kleinste gemeinsame Nenner aller vorgestellten Theorien ist die Frage nach der

---

68 vgl: Döring, N. 2003 S. 228ff

69 vgl: Döring, N. 2003 S. 229

Besonderheit Computervermittelter Kommunikation. Da die beschriebenen Theorien sich durchaus ergänzen, schlägt Döring die Integration der Theorien in ein medienökologisches Rahmenmodell vor.

Die erste Komponente in so einem Modell wäre demnach die Medienwahl. Dabei geht es um die zentrale Frage unter welchen Bedingungen aus den zur Verfügung stehenden Medienspektrum ein konkretes Medium ausgesucht wird.

Die zweite Komponente in diesem Modell ist die mediale Umgebung selbst. Neben dem Kommunikationscode spielen hier auch Teilnehmerinnenkreis, Lokalität und Temporalität eine Rolle. Die dritte Komponente in diesem Modell ist das eigene mediale Kommunikationsverhalten, welches wiederum durch die eigene Medienkompetenz geprägt ist. Die vierte Komponente umfasst kurzfristige soziale Effekte, die durch Medienwahl, Medienmerkmale und Medienverhalten geprägt sind und damit im Mittelpunkt der Modelle Computervermittelter Kommunikation stehen.

Hier geht es um Dinge wie Entsinnlichung, Enthemmung oder auch Kommunikationsbeschleunigung. Als fünfte und letzte Komponente sind langfristige soziale Folgen Teil des Modells. Hierbei handelt es sich um Prozesse der Identitäts-, Beziehungs- und Gruppenbildung.<sup>70</sup>

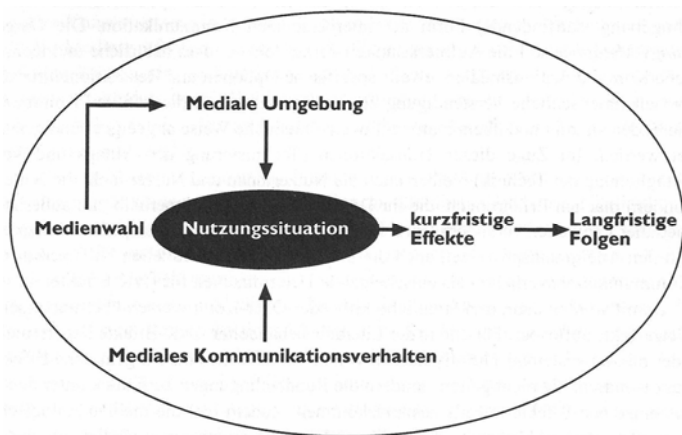


Abb2 Medienökologisches Modell nach Döring<sup>71</sup>

Auffällig bei all diesen Theorien zur Computervermittelten Kommunikation ist der

<sup>70</sup> vgl: Döring, N. 2003 S252 ff

<sup>71</sup> Quelle Abb2 Döring, N. 2003 S. 244

Umstand, dass sich ihr Focus sehr stark auf die textbasierte Computervermittelte Kommunikation richtet. Das ist natürlich insofern nicht verwunderlich da der größte Teil der Kommunikation im Internet textbasierend ist. Andere Formen Computervermittelter Kommunikation im Internet, wie beispielsweise Internet-Videokonferenzen wurden bisher von der Kommunikationsforschung noch weitgehend ignoriert.

Nachdem in Kapitel 1 dieser Arbeit die beratungstheoretischen und technischen Grundlagen für Online- Beratung beschrieben wurden und in Kapitel 2 bisher die Beschreibung der verschiedenen Kommunikationsprozesse erfolgte, die bei computervermittelter Kommunikation im Internet und damit natürlich auch bei Online-Beratung auftreten, stellt sich natürlich nun die Frage warum Online- Beratung überhaupt angeboten wird ?

#### **2.4 Warum überhaupt Online- Beratung ?**

Es steht außer Frage, dass wir in einer von Medien geprägten Gesellschaft leben. Durch immer neue technische Medien zur Produktion, Speicherung, Übertragung und Darstellung von Symbolen erweitern sich unsere Kommunikationsmöglichkeiten ständig. Das führt auch dazu, dass unsere Wirklichkeit immer stärker von Medienerfahrungen bestimmt wird. Mit der zunehmenden Popularität von Mobilkommunikation und Internet haben sich auch die MediennutzerInnen im Alltag zunehmend auf eine Mediatisierung privater und intimer Kommunikation eingelassen. Als Beispiele seien hier nur Flirts per SMS und Chat, E-Mail Freundschaften aber auch Telefon und Cybersex genannt. Oftmals erscheint es fast so als würden diese Formen der .technisierten Kommunikation, die klassische Face to Face Kommunikation hinsichtlich zwischenmenschlicher Offenheit und emotionaler Intensität sogar übertreffen. Das umso mehr als die technisierten und Computervermittelten Formen der Kommunikation, nicht zuletzt durch die oftmals vorhandene scheinbare Anonymität, eine enthemmtere und offenere Kommunikation ermöglichen.

Vor diesem Hintergrund des allgemeinen Trends zur gesellschaftlichen Mediatisierung überrascht es nicht, dass auch die Möglichkeiten sozialarbeiterischer, sozialpädagogischer oder psychosozialer Beratung in neuen Medien wie des Internets,

praktisch und theoretisch ausgelotet werden.<sup>72</sup>,

Denn historisch gesehen war es immer schon so, dass professionelle Beratung die zur Verfügung stehenden und zeitgemäßen Medien genutzt hat, um ein Beratungsangebot zu verbreiten und an die potentiellen Ratsuchenden heranzutragen. Waren dies im 19. Jahrhundert Bücher, in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts das Telefon, so sind es nun im 21. Jahrhundert die neuen Medien wie das Internet die dazu herangezogen werden.<sup>73</sup>

Darüber hinaus sind professionelle Beratungsangebote auch immer als Produkte aus gesellschaftlichen Prozessen und Bedürfnissen zu verstehen. Beratungsangebote werden auf gesellschaftlicher Ebene immer dann nachgefragt und etabliert „...()... wenn im Zuge von gesellschaftlichen Modernisierungsprozessen Löcher in die sozialen Unterstützungsnetze der Menschen gerissen wurden.(„Erosion des Sozialen“) und sich breite Bevölkerungsschichten tief greifend verunsichert fühlen.“<sup>74</sup> Der Umstand dass durch die bereits angesprochene tief greifende Mediatisierung unserer Gesellschaft ein nicht unbeträchtlicher Teil der kommunikativen Prozesse mit Hilfe neuer Medien abgewickelt wird macht es daher auch notwendig Beratungsangebote zur Verfügung zu stellen, die diesen neuen Kommunikationsstrukturen entsprechen.

Darüber hinaus eröffnen sich für die Beratung durch die neuen Medien ganz neue Möglichkeiten. Döring nennt drei zentrale Medienfunktionen die dadurch auch für die Beratung nutzbar gemacht werden können.

- *Relay- Funktion*

Beratung, die sich neuer Medien bedient kann durch die Überwindung räumlicher und zeitlicher Grenzen sowohl die Gruppe der BeratInnen als auch die der Ratsuchenden erweitern und daher auch neue Beratungssettings ermöglichen. Beratung kann also zu jeder Tage und Nachtzeit und auch unabhängig von den geographischen Standorten der jeweiligen KommunikationspartnerInnen erfolgen.

- *Semiotische Funktion*

Beratungsangebote die sich der neuen Medien bedienen, können das Spektrum der Beratungsmethoden vergrößern, aber auch den Umgang mit den einzelnen Beratungsthemen verändern. Beispielsweise kommt man, bedingt durch die geringe Hemmschwelle, auch bei heikleren Themen schneller auf den Punkt.

---

<sup>72</sup> vgl. Döring, N. 2006 S. 96ff

<sup>73</sup> vgl. Vossler, A 2005 S. 12ff

<sup>74</sup> Vossler, A 2005 S.10



- *Ökonomische Funktion*

Beratung die sich neuer Medien bedient, kann durch Standardisierung und Arbeitsteilung teilweise effizienter und kostengünstiger angeboten werden als herkömmliche Beratungsformen.<sup>75</sup>

Zusätzlich zu den bereits genannten Vorteilen zeigen sich aber auch noch andere Vorteile dieser Form der Beratung. (siehe auch Kapitel 4)

So können beispielsweise Selbsthilfegruppen und „Peer to Peer“ Aktivitäten gefördert werden.

Neben den unzähligen Selbsthilfegruppen, die sich in diversen Mailinglisten, Foren und Boards gebildet haben, gibt es mittlerweile auch einige Beispiele von Selbsthilfegruppen, die von professionellen BeraterInnen initiiert und auch betreut werden. Psychosennetz.com<sup>76</sup> ist so eine Einrichtung, die auf Initiative von Frau Mag.<sup>a</sup> Renate Skoda gemeinsam mit mehreren betroffenen jungen Erwachsenen gegründet wurde. Diese Art von betreuten Selbsthilfegruppen kann also durchaus eine gute Ergänzung zu herkömmlichen Beratungsangeboten darstellen.

Es kann außerdem vermutet werden dass mit dieser neuen Form der Beratung auch Menschen erreicht werden können, die üblicherweise den Gang in eine Beratungsstelle scheuen.

Ob dem wirklich so ist wird in Kapitel 6 und 7 dieser Arbeit noch ausführlich thematisiert werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine zunehmend medialisierte Gesellschaft neue Formen der Beratung braucht, um den Bedürfnissen der Ratsuchenden gerecht zu werden. Auch sozialarbeiterische, sozialpädagogische oder psychosoziale Beratung darf sich diesen neuen Anforderungen an Beratung nicht verschließen. Um effizient beraten zu können ist es unter anderem auch notwendig die Lebensumwelt der Ratsuchenden zu kennen. Befindet sich nun aber Teil dieser Lebensumwelt im virtuellen Raum, so es im Sinne eines professionellen Beratungsangebotes auch notwendig dort präsent zu sein.

Nachdem nun dargelegt wurde warum Online- Beratung als Beratungsform in unserer heutigen Gesellschaft von Bedeutung ist sollen im nun folgenden Kapitel die Rahmenbedingungen beschrieben werden unter denen Online-Beratung derzeit abläuft.

---

<sup>75</sup> vgl. Döring, N. 2006 S. 97

<sup>76</sup> <http://www.psychosennetz.com/> abgerufen am 07.12.2007

Der Fokus wird hierbei auf die Situation in Österreich gerichtet.

### **3. Rahmenbedingungen von Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich**

Um Möglichkeiten Grenzen und zukünftige Entwicklungen abschätzen zu können, erscheint es zunächst notwendig, die Rahmenbedingungen zu beschreiben unter denen Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich in Österreich derzeit angeboten wird.

#### **3.1 Methodiken der Online Beratung**

Beim größten Teil der derzeitigen Online- Beratungseinrichtungen kommen im Wesentlichen 3 Methoden der Online- Beratung zum Einsatz. Email, IRC bzw. Webbasierte Foren und Boards. Im Folgenden möchte ich diese einzelnen Methoden näher vorstellen.

##### **3.1.1 Beratung per Email:**

Die E-Mail-Beratung ist die gängigste Form der Online-Beratung. Dies liegt sicher auch in dem Umstand begründet, dass hierzu lediglich eine Email Adresse vorhanden sein muss um den Kontakt zwischen Beratungsstelle und dem oder der Ratschenden herzustellen. (siehe Kapitel 1.1.4). Es lassen sich auch hier wiederum 2 Varianten unterscheiden.

- Unverschlüsselter Email- Verkehr:  
Bei dieser Form schreiben die Ratsuchenden einfach ein Email an die Beratungseinrichtung und erhalten ein Email an ihre eigene Adresse zurück.
- Webasierter Email- Verkehr:  
Hierbei wird von den Klienten unter Angabe eines Nicknames und eines Passwortes ein Account auf der Website der Beratungseinrichtung angelegt. Eingeloggt in diesen Account geben die Ratsuchenden nun ihre Anfrage ein. Eine BeraterIn antwortet im selben Account zu dem nur die BeraterInnen und die KlientInnen Zugang haben. Diese Form der E- Mail- Beratung gilt gemeinhin als die sicherste, da z.B. niemand die Mails abrufen kann, ohne das

Passwort zu kennen.<sup>77</sup>

Bei der webbasierten Form der Email- Beratung kommt oft auch eine eigene Beratungssoftware zum Einsatz. Als Beispiel sei hier nur Beranet<sup>78</sup> genannt, das von verschiedensten Online- Beratungseinrichtungen verwendet wird.

Email Beratung kann darüberhinaus als einmaliger ExpertInnenratschlag oder aber auch über einen längeren Zeitraum mit regelmäßigem Email- Kontakt realisiert werden. Regelmäßiger Email- Kontakt über einen längeren Zeitraum wird von einigen AutorInnen auch als “Renaissance des klassischen Briefeschreibens gesehen.”<sup>79</sup>

Desweiteren können sich offene von strukturierten bzw. manualisierten Formen der Email- beratung abgrenzen. Bei den offenen Formen kann sich die Email – Kommunikation frei entfalten während bei geschlossenen Formen, oft bereits ein klarer Therapieplan existiert, der dann abgearbeitet wird.<sup>80</sup>

Darüber hinaus schlägt Döring vor bei offenen Formen die Setting- Bedingungen vorab zu regeln. Dies betrifft beispielsweise Abstimmungen darüber, in welchen Zeitintervallen E-Mails ausgetauscht werden oder welchen Umfang sie haben sollen.<sup>81</sup>

Abgesehen von diesen rein formalen Kriterien kommen natürlich auch viele verschiedene Therapie- und Beratungsmethoden zum Einsatz. Die Auswahl dieser Beratungsmethoden ist natürlich immer sehr abhängig von der Zielgruppe der jeweiligen Beratungsstelle, ebenso abhängig, von der Art der Grundausbildung welche die BeraterInnen haben. Jedoch gibt es nur wenige Beratungskonzepte die speziell für Email- Beratung entwickelt wurden.

Ein solches Konzept wäre beispielsweise das Vier- Folien- Konzept, wie es Knatz beschreibt. Grundannahme dieses Konzeptes ist der Umstand, das es bei der Mailberatung zunächst einmal um die Umstellung eines Beratungsprozesses vom Sprechen zum Schreiben bzw. vom Hören zum Lesen geht. Beim Lesen ist darüber hinaus zu beachten, dass es unklar ist, ob der Inhalt der Mail wahr ist oder nicht. Ebenso ist zu berücksichtigen, das die beim Lesen entstehenden Bilder nicht die des oder der Ratsuchenden sind, sondern letztendlich die Bilder des oder der BeraterIn. Auch die zeitliche Asynchronität gilt es zu berücksichtigen. Der oder die Ratsuchende kann sich mittlerweile ja in einer ganz anderen Stimmung befinden als noch zum Zeitpunkt der

---

<sup>77</sup> vgl Englmayr, S 2005 S.15 ff

<sup>78</sup> <https://www.beranet.de/> abgerufen am 15.09.2007

<sup>79</sup> vgl: Götz, N. 2003 S.14

<sup>80</sup> vgl: Döring, N. 2006 S.112ff

<sup>81</sup> vgl: Döring, N. 2006 S113

Verfassung des Mails. Berücksichtigt man alle diese Aspekte kann im Anschluss daran auf Basis von 4 Folien gelesen und beantwortet werden.

- Die erste Folie dient hierbei zur Wahrnehmung des „Resonanzbodens der Beraterin und des Beraters.“ Dabei stehen Fragen nach dem ersten Gefühl, dem ersten Eindruck, den ersten Gedanken und Assoziationen im Vordergrund. Zudem sollte sich der oder die BeraterIn fragen ob sie oder er sich vorstellen könne mit diesem Menschen in Kontakt zu kommen.
- Die zweiten Folie beschäftigt sich im Wesentlichen mit dem psychosozialen Hintergrund des oder der Ratsuchenden. Hierbei geht es um Fragen, wie und in welchem sozialen und kulturellen Kontext lebt der oder die Ratsuchende? Wo sind seine oder ihre Stärken und Schwächen?
- In der dritten Folie geht es um die Fragen, Wünsche, Hoffnungen, und Erwartungen die an den oder die BeraterIn herangetragen werden.
- Die vierte und letzte Folie sollte dann die Antwort beinhalten. Wichtig dabei ist es natürlich auf die Fragen des oder der Ratsuchenden einzugehen, sich ihm oder ihr verständlich zu machen bzw. auch positive Wertschätzung und Anerkennung auszudrücken.<sup>82</sup>

Knatz schlägt außerdem vor bei der Formulierung der Antworten darauf zu achten Hypothesen und Vermutungen in Fragen zu kleiden um eine offene Kommunikation zu ermöglichen. Auch hat es sich als unterstützend erwiesen Problemlösungen aufzuzeigen und diese zu begründen.<sup>83</sup>

Email Beratung ist wie bereits erwähnt die beliebteste Online- Beratungsform, und wird auf Grund der geringen technischen Anforderungen in beinahe jeder Online-Beratungseinrichtung angeboten.

### **3.1.2 Beratung mittels IRC (Internet Relay Chat):**

Im Unterschied zur asynchronen Email- Beratung findet die Chat- Kommunikation zeitgleich statt. (siehe Kapitel 1.4.5) Das setzt natürlich voraus, das sich die Beteiligten vorher einen Termin vereinbart haben. Ebenso sind ausführliche und reflektierte Antworten wie bei der Email- Beratung kaum möglich, da die Chat- Kommunikation in

---

82 vgl: Kantz, B. 2006 S.6 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/knatz.pdf) abgerufen am 15.09.2007

83 vgl: Kantz, B. 2006 S.7 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/knatz.pdf) abgerufen am 15.09.2007

der Regel schnelles lesen und tippen erforderlich macht.<sup>84</sup>

Darüber hinaus weist die Chatkommunikation weitere Besonderheiten auf.

Ein wichtiges Merkmal stellt dabei der Einsatz nonverbaler Elemente dar.

Zu diesen nonverbalen Elementen gehören:

- Emoticons: hierbei wird versucht, mittels Kombinationen verschiedener Tastaturzeichen menschliche Gesichter und deren Emotionen abzubilden. Sie sollen dem Gegenüber also gewisse Gefühlslagen des oder der AbsenderIn mitteilen.
- Akronyme: Diese aus den Anfangsbuchstaben mehrerer Wörter gebildete Kurzwörter sind ebenfalls dazu gedacht um Gefühlsausagen und nonverbale Handlung zu kommunizieren. z.B. rotfl (rolling on the floor laughing).<sup>85</sup>
- handlungskommentierende: Gesprächsschritte: Diese ermöglichen es im Chat Gedanken, Handlungen und Reaktionen zu kommunizieren.
- Infinitivkonstruktionen: Können unter Umständen ganze Sätze ergänzen und so weitere Informationen oder parallel ablaufend Handlungen ersetzen.
- HörerInnensignale: In der normalen Face- to Face Kommunikation dienen HörerInnensignale dazu den Dialog zu steuern und dem Gegenüber Aufmerksamkeit zu signalisieren. Besonders schwierig gestaltet sich im Chat das so genannte „Turn-Taking“, also der Sprecherwechsel. Redeübergaben werden in der face- to- face- Kommunikation zwischen den Gesprächspartnern durch Pausen, signalisiert. Aufgrund der Kanalreduktion (siehe Kapitel 2.2.2.1) ist das im Chat allerdings schwieriger. Somit ist der gezielte Einsatz von Hörersignalen für den Chat von großer Bedeutung. Um dem Gegenüber mitzuteilen, dass unter Umständen ein längerer Textblock bevorsteht, kann dieser in mehrere unabgeschlossene Einheiten unterteilt werden. Pausen werden dann durch drei Punkte oder einen Bindestrich angezeigt und der Einsatz von Füllworten, Verzögerungslauten wie beispielsweise „hm“ oder „ah“ gesteht dem Gegenüber weiteres Rede- bzw. Schreibrecht zu.
- parasprachliche Elemente: Zu solchen parasprachlichen Elementen gehören beispielsweise Sprechtempo und auch Sprechrhythmus. Auch diese Elemente können sich durchaus in der schriftlichen Kommunikation wieder finden.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> vgl: Döring, N. 2006 S.113

<sup>85</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_der\\_Abk%C3%BCrzungen\\_\(Netzjargon\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Abk%C3%BCrzungen_(Netzjargon)) abgerufen am 15.09.2007

<sup>86</sup> vgl: Hintenberger, G. 2006 S.4ff [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf)

Die Chat- Kommunikation hat laut Hintenberger nicht nur Vorteile sondern er sieht auch einige entscheidende Nachteile.

Vorteile wären demnach:

- Ortsunabhängigkeit,
- Möglichkeit der Anonymität
- Möglichkeit von unmittelbarer, synchroner Kommunikation,
- Möglichkeit der subjektiven Gesprächskontrolle,
- relativ geringe technische Voraussetzungen,
- Reproduzierbarkeit der Kommunikationsabläufe.<sup>87</sup>

Demgegenüber wären folgende Nachteile zu nennen:

- Der Wegfall parasprachlicher Signale,
- die „Turn- Taking“ Problematik
- mehr Zeitaufwand, da schreiben mehr Zeit benötigt als sprechen.<sup>88</sup>

Dementsprechend schlägt Hintenberger 3 allgemeine Interventionstrategien vor:

*Entschleunigen:* Der Chat gilt allgemein als sehr schnelles Kommunikationsmedium. Jedoch kann innerhalb derselben Zeit in der Regel nur ca. ¼ der Informationsmenge einer Face to Face Beratung transportiert werden. Füll und Verzögerungslaute wie beispielsweise „hm“ oder „ah“ können hier zu einer Verlangsamung des Kommunikationsprozesses beitragen.

*Entdecken:* Mit Entdecken ist gemeint zwischen den Zeilen zu lesen und das geschriebene Wort mittels psychologischer und psychotherapeutischer Methoden zu interpretieren.

*Entwickeln:* Im Chat kommt es medial bedingt immer wieder zu Verwicklungen und Missverständnissen, daher braucht es klare Richtlinien der Gesprächsführung um den Kommunikationsprozess wieder in geordnete Bahnen zu lenken. So kann es manchmal auch sinnvoll sein bestimmte Zeichen oder Codes zu vereinbaren die das Ende einer Chat- Sequenz sichtbar machen.<sup>89</sup>

Somit stellt die Chatberatung auch gewisse Anforderungen an die BeraterInnen.

Solche Anforderungen werden beispielsweise:

---

abgerufen am 15.09.2007

87 vgl: Hintenberger, G. 2006 S.6 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf)  
abgerufen am 15.09.2007

88 vgl: Hintenberger, G. 2006 S.6 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf)  
abgerufen am 15.09.2007

89 vgl: ebd. S7ff

- Textkompetenz: Sowohl das Lesen als auch das Schreiben betreffend
- Schnelles Reagieren und Planbilden: Durch die schnelle Kommunikation im Chat entsteht natürlich auch ein stärkerer Handlungsdruck. Somit sind oft auch schnelle Interventionen gefordert, ebenso wie Strategien der Entschleunigung
- Schnelles Tippen: Aufgrund der beschleunigten Kommunikation ist die Fähigkeit zum schnellen Tippen unerlässlich.
- Offenheit: So bedarf es der Bereitschaft der BeraterInnen die Chat-Kommunikation als Alternative im Beratungsalltag zu erleben.<sup>90</sup>

Abgesehen von diesen Anforderungen an die BeraterInnen und den kommunikativen Besonderheiten der Chat-Kommunikation sind in der Regel auch formale Kriterien zu beobachten. So sind die verschiedenen Beratungsangebote per Chat unterschiedlich organisiert. So gibt es einerseits Chats die bestimmte "Öffnungszeiten" haben. Nur zu diesen Zeiten befinden sich auch die BeraterInnen im Chat und die Ratsuchenden können sich an sie wenden. in der Regel werden sie dann von den BeraterInnen in einen eigenen virtuellen Raum eingeladen zudem nur die BeraterInnen und die KlientInnen selbst Zugang haben. Bei einer anderen Form der Beratung im Chat werden Chat-Termine vergeben. Die Ratsuchenden können sich zumeist auf der Website der Beratungseinrichtung einen Termin reservieren. Mit dem dabei erhaltenen Passwort kann sich der Ratsuchende am reservierten Termin einloggen und mit dem oder der BeraterIn chatten. Diese Form des Chat hat allerdings den entscheidenden Nachteil, dass es zu Terminknappheiten kommen kann, was wiederum längere Wartezeiten zur Folge hat.<sup>91</sup>

Im Gegensatz zur Email-Beratung wird der Chat immer noch sehr wenig in der Online-Beratung eingesetzt. Dies mag einerseits in dem Umstand begründet sein, dass in der Gruppe der InternetnutzerInnen, die Chat-NutzerInnen, nach wie vor eine kleine, zumeist jüngere Minderheit darstellen,<sup>92</sup> oder aber auch an einer gewissen Scheu der BeraterInnen sich dieses Mediums zu bedienen<sup>93</sup>.

### **3.1.3 Beratung durch Webbasierte Foren und Boards:**

Wie bereits in Kapitel 1.4.3 beschrieben bieten einige Online-Beratungseinrichtungen

---

<sup>90</sup> vgl: ebd. S10

<sup>91</sup> vgl Englmay, S 2005 S.16

<sup>92</sup> vgl: Döring, N: 2006 S.113

<sup>93</sup> vgl: Hintenberger, G. 2006 S.11 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf)  
abgerufen am 15.09.2007

moderierte Online- Foren und Web Boards als Beratungsmedien an. Bei Foren und Boards handelt es sich im Prinzip um virtuelle, primär textbasierte Diskussions-Plattformen.

Man kann sich ein Forum aber durchaus als „schwarzes Brett vorstellen“, das in Rubriken unterteilt ist. Im Prinzip hat hier jeder oder jede BesucherIn die Möglichkeit entsprechende Forumsbeiträge zu veröffentlichen, zu posten und zu lesen.<sup>94</sup>

Für die Online- Beratung eignen sich in der Regel thematisch geordnete und auch moderierte Foren. Die Strukturierung der Themenbereiche soll dabei hauptsächlich der Übersichtlichkeit und dem Zugang zu gewissen Themen dienen. Der oder die ModeratorIn hat dabei die Aufgabe das Forum zu beobachten und zu begleiten.<sup>95</sup>

Ebenso kann zwischen so genannten offenen und geschlossenen Foren unterschieden werden. Bei offenen Foren kann jeder UserIn sein, jeder kann Fragen stellen, antworten und lesen. Der so genannte Nickname, das ist der Name unter dem der oder die UserIn im Forum auftritt, kann frei gewählt werden. Der Grad der Anonymität ist also in solchen Foren recht hoch. Bei geschlossenen Foren hingegen ist eine Registrierung notwendig. Die Art der Registrierung und die damit verbundenen Rechte im Forum sind von Angebot zu Angebot unterschiedlich.

Ob sich eine Beratungsstelle für ein offenes oder geschlossenes Forum entscheidet ist letztlich davon abhängig, wie viel Anonymität den UserInnen gewährt werden soll bzw. wie viele Informationen die Beratungsstelle über sie haben möchte oder für die Beratung benötigt.<sup>96</sup> Oftmals werden Foren aber nicht allein sondern in der Kombination mit anderen Methoden der Online- Beratung angeboten. Auch bei der Foren- Beratung ist das vorhandene Angebot im Vergleich zur Email- Beratung noch relativ gering.

### **3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen der Online- Beratung in Österreich**

Betrachtet man die rechtlichen Rahmenbedingungen von Online- Beratung in Österreich ergeben sich einige Probleme. Zum einem gibt es bis dato in Österreich weder einheitliche Rechtsmeinungen noch Judikaturen zu diesem Thema<sup>97</sup>. Zum anderen kommen hier verschiedenste Gesetze und Rechtsbereiche zur Anwendung. Neben berufsspezifischen Richtlinien kommen ebenso Bestimmungen des E- Commerce

---

94 vgl: Götz, N. 2003 S.16

95 vgl: ebd. S: 16

96 vgl Englmayr, S 2005 S.16

97 vgl. Schmölzer G. 2004 S157



Gesetzes (ECG), des Telekommunikationsgesetzes (TKG), des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) und des Strafgesetzbuches (StGB) zur Anwendung. Diese Gesetze greifen auch teilweise ineinander.<sup>98</sup>

Darüber hinaus ist auch zwischen Individual- und öffentlicher Kommunikation zu unterscheiden.<sup>99</sup> Informationen, die für alle UserInnen potentiell zugänglich sind wie beispielsweise Informationen auf einer Homepage, zählen eindeutig zur öffentlichen Kommunikation.

Beim E- mail- Verkehr ist die Zuordnung schwieriger. Kommunizieren zwei Personen miteinander per E- Mail zählt dies zur Individual-Kommunikation, da der Zugang zur Kommunikation beschränkt ist. Handelt es sich aber beispielsweise um einen Newsletter, ist eine Einteilung abhängig vom EmpfängerInnenkreis: Wird dieser jedoch nicht mehr von dem oder der AbsenderIn bestimmt bzw. umfasst dieser mehrere Personen, so handelt es sich höchstwahrscheinlich um öffentliche Kommunikation. Allerdings ist dies im Einzelfall zu prüfen. Eine solche Einzelfallprüfung ist vor allem für die strafrechtlichen Konsequenzen von Relevanz.<sup>100</sup>

Im Folgenden möchte ich nun kurz auf die einzelnen Rechtsbereiche und ihre Bedeutung für die Online- Beratung eingehen.

### **3.2.1 E-Commerce Gesetz (ECG)**

Das E- Commerce Gesetz findet im Wesentlichen bei Diensten der Informationsgesellschaft seine Anwendung, welche in der Regel gegen Entgelt also kommerziell, elektronisch, auf Distanz bzw. auf Initiative des bzw. der EmpfängerIn angeboten werden. Beispiele hierfür wären Online- Shops, bzw. jede kommerzielle Website. Jedoch kann bereits so genannte Drittfinanzierung (z.B. durch Bannerwerbung) auf der Homepage ausreichen um unter das E- Commerce – Gesetz zu fallen.<sup>101</sup>

Besonders relevant für die Online-Beratung und hier wiederum vor allem auch für (Foren-BetreiberInnen) sind die Haftungserleichterungen für alle DiensteanbieterInnen im Bereich der Werbung. Gemäß diesen Haftungserleichterungen kommt es zu einem Ausschluss der Verantwortlichkeit unter bestimmten Umständen beispielsweise bei Hyperlinks oder bei der Speicherung fremder Inhalte in

---

<sup>98</sup> vgl: Laga, G 2002 S. 61 ff

<sup>99</sup> vgl: Laga, G 2002 S 62

<sup>100</sup> vgl. Schmölzer G. 2004 S161

<sup>101</sup> vgl: Laga, G 2002 S 62

Gästebüchern oder Foren dem so genannten „Hosting“.

Damit sind Inhalte von Webseiten gemeint, die von UserInnen aber auch von kommerziellen AnbieterInnen erstellt wurden. Der Provider hat diesbezüglich keine Überwachungspflicht.<sup>102</sup> Die Haftungserleichterungen bezüglich des Hostings (selbiges gilt auch bei Hyperlinks) besteht „solange man keine Kenntnis von rechtswidriger Information in diesen Inhalten erlangt hat“.<sup>103</sup>

### 3.2.2 Urheberrechtsgesetz (UrhG)

Durch das Urheberrechtsgesetz sind alle „eigentümlichen geistigen Schöpfungen z.B. Texte, Computerprogramme, Bilder, Melodien, Grafiken, Animationen oder Filme gegen bestimmte Nutzungsarten geschützt. Die Wiedergabe im Internet beispielsweise wäre eine neue Nutzungsart und daher muss das Recht dazu durch den oder die UrheberIn gesondert eingeräumt werden.“<sup>104</sup>

„Kategorien der Werke laut Urheberrecht:

Werke werden unter eine der taxativ aufgezählten Kategorien eingeordnet:

- *Literatur (§2) Das sind Sprachwerke einschließlich Computerprogramme, Bühnenwerke und Werke wissenschaftlicher oder belehrender Art.*
- *Bildende Kunst (§3) Das sind Lichtbildkunst, Baukunst und Kunstgewerbe.*
- *Filmkunst (§4), Bearbeitungen (§5), Sammelwerke (§6)*
- *Datenbanken (§76c) bzw. Datenbankwerke (§40f)“<sup>105</sup>*

Somit muss ein Werk nicht nur den Umstand der eigenen geistigen Schöpfung erfüllen, sondern zusätzlich noch in eine der oben aufgeführten Kategorien fallen.

Im Urheberrecht sind darüber hinaus folgende Nutzungsarten berücksichtigt:

Vervielfältigungsrecht, Verbreitungsrecht, Senderecht, Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht (d.h. Recht auf öffentliche Wiedergabe, Internet-Wiedergabe) und Bearbeitungsrecht.<sup>106</sup>

Relevant für die Online-Beratung ist das Urheberrechtsgesetz vorrangig in Online-Foren, wenn UserInnen Fotos oder Texte, die dem Urheberrecht unterliegen, online stellen.

---

102 vgl: ebd. S. 63

103 ebd. S 63

104 vgl: ebd. S.64

105 ebd. S. 64

106 vgl: Laga, G 2002 S 64

### 3.2.3 Strafrechtliche Aspekte

Da das Internet keinen rechtsfreien Raum darstellt können dort gesetzte Handlungen auch dem Strafrecht unterliegen. Die geltenden Gesetze sind auch hier anzuwenden. Jedoch ist das in der Praxis oft nicht so einfach, da, das Internet keine Ländergrenzen kennt und somit auch sehr viele internationale Vorschriften zur Anwendung kommen, deren –Durchsetzung sich dann in den einzelnen Ländern sehr oft schwierig gestaltet.<sup>107</sup>

Beispiele für die Anwendung des Strafrechts in der Online- Beratung wären beispielsweise der Tatbestand der Ehrenbeleidigung oder auch die „Üble Nachrede“ (§ 111 StGB), ebenso wie eine Beschimpfung oder Verspottung, die wiederum als „Beleidigung“ gemäß §115 Abs1 StGB strafbar wäre.<sup>108</sup>

Eine strafrechtliche Verantwortlichkeit kann jedoch auch beispielsweise beim Suizid eines oder einer KlientIn gegeben sein.

Hierbei unterscheidet das Strafrecht mehrere Möglichkeiten.

- Mitwirkung am Selbstmord (§78 StGB): Dies muss vorsätzlich, durch psychische Unterstützung oder durch Unterlassen an KlientInnen mit natürlichem Einsichts- und Urteilsvermögen, geschehen. Unterlassen trifft zu bei Garantenstellung der BeraterInnen (bei individueller Betreuung), wenn die Erfolgsabwendung realistisch bzw. möglich gewesen wäre und wenn der Suizid mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit abwendbar gewesen wäre. Bezüglich Mitwirkung am Selbstmord ist für Online- BeraterInnen Strafbarkeit möglich, aber unwahrscheinlich.
- Fahrlässige Tötung (§80 StGB): Bei sorgfaltswidrigem Verhalten in Bezug auf erkennbar suizidgefährdete Rat Suchende und realistischer Erfolgsabwendbarkeit oder der Möglichkeit dazu. Eine strafrechtliche Verantwortlichkeit nach §80 StGB ist nur für nicht eigenverantwortliche SelbstmörderInnen möglich. Online- BeraterInnen müssen sich folglich nur in Ausnahmefällen dafür verantwortlich zeigen.
- Unterlassung der Hilfeleistung (§95 StGB): Dies trifft zu bei einem konkret bevorstehenden Suizid als Unglücksfall (wenn der/die SuizidentIn nicht eigenverantwortlich handelt), bei faktischer Möglichkeit der Beistandsleistung und bei vorsätzlichem Unterlassen der Hilfeleistung. Da jedoch die faktischen

---

<sup>107</sup> vgl. Schmölzer, G 2004 S. 161

<sup>108</sup> vgl: ebd. S. 161ff

Möglichkeiten der Beistandsleistung in der Online- Beratung relativ gering sind, ist Strafbarkeit zwar möglich, aber eher unwahrscheinlich.

Hat man als Online- BeraterIn mit Personen zu tun bei denen eine potenzielle Suizidgefahr erkennbar ist, so empfiehlt es sich Einschätzungen, Daten und Fakten zu dokumentieren um sich rechtlich abzusichern.<sup>109</sup>

Eine weitere strafrechtliche Verantwortlichkeit kann auch bei Straftat eines bzw. einer KlientIn gegeben sein. Wobei hier vor allem der Tatbestand der „Unterlassung der Verhinderung einer mit Strafe bedrohten Handlung“ (§ 286 StGB) für den oder die BeraterIn von Bedeutung ist.<sup>110</sup> Diese Verhinderungspflicht bezieht sich jedoch nur auf „...*gerichtlich strafbare Vorsatztaten mit einer Strafandrohung von mehr als einem Jahr Freiheitsstrafe, deren Ausführung bereits begonnen hat bzw. zumindest unmittelbar bevorsteht.*“<sup>111</sup> Zudem ist die Strafbarkeit davon abhängig ob die Tat auch wirklich versucht wird und das für den Unterlassenden eine reale Möglichkeit der Verhinderung der Tat bestanden hätte.<sup>112</sup>

Für den Bereich der Online- Beratung gilt hierbei das Strafbarkeit zwar theoretisch möglich, aber, äußerst unwahrscheinlich ist.<sup>113</sup>

### **3.2.4 Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht**

Da im Bereich der Online- Beratung Menschen mit verschiedenen Berufsgruppen tätig sind, ist hier die Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht gemäß den einzelnen Berufsgruppen gesondert zu behandeln. Exemplarisch dafür möchte ich nun die Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht von SozialarbeiterInnen näher beleuchten.

Von der Amtsverschwiegenheit (Art 20 Abs 3 B-VG) können SozialarbeiterInnen durch die Dienststelle entbunden werden. Dabei spielt natürlich auch die Art des Dienstverhältnisses eine wichtige Rolle, weil die gesetzliche Lage für Beamte, Vertragsbedienstete und sonstige Organe unterschiedlich ist.

Anzeigepflicht nach (§84 Abs 1 StPO) besteht für Behörden und öffentliche Dienststellen bei Officialdelikten im gesetzlichen Wirkungsbereich. Ausgenommen davon sind jedoch Tätigkeiten, die ein persönlichen Vertrauensverhältnis verlangen

---

<sup>109</sup> vgl: Englmayr S. 2005 S. 64ff

<sup>110</sup> vgl: Schmölzer, G. 2004 S170

<sup>111</sup> ebd. S. 170

<sup>112</sup> vgl ebd. S. 170ff

<sup>113</sup> vgl: Englmayr S. 2005 S. 65

(z.B. Jugendämter, Sozial-, Familien- und Suchtberatungsstellen)

Eine unbefugte Geheimnisoffenbarung wiederum kann eine Verletzung des Amtsgeheimnisses (§310 StGB) darstellen. Das ist jedoch nur dann der Fall wenn diese Geheimnisoffenbarung bestimmte öffentliche bzw. berechtigt private Interessen verletzt. Liegt gleichzeitig auch eine Verletzung des Berufsgeheimnisses (§121 StGB) vor, so fällt die unbefugte Geheimnisoffenbarung stärker ins Gewicht.<sup>114</sup>

Allerdings gilt auch hier, das jeweils im Einzelfall zu prüfen ist, inwieweit ein strafrechtlicher Tatbestand vorliegt.

### **3.3 Qualitätskriterien und Qualitätsstandards in der Online- Beratung.**

Die Etablierung von Qualitätsstandards in der Online- Beratung ist besonders in Hinblick auf die Abgrenzung zu teilweise sehr unseriösen Beratungsangeboten im Internet von Relevanz. Deshalb erscheint es wichtig zunächst einmal zu untersuchen, wie Qualität in der sozialen Arbeit aussehen kann, um diesen Qualitätsbegriff anschließend auf die Online- Beratung anwenden zu können.

Da es im deutschsprachigen Raum bereits einige Initiativen zur Entwicklung von Qualitätsstandards in der Online- Beratung gibt, werden danach einige Beispiele vorgestellt und es wird an Hand dieser Beispiele illustriert wie Qualitätskriterien für Online- Beratung aussehen können.

#### **3.3.1 Was ist Qualität in der sozialen Arbeit? Versuch einer Definition**

In der Regel verbinden die meisten Menschen mit dem Begriff Qualität etwas Positives. Wer eine Dienstleistung mit dem Etikett „Qualität“ versieht hofft, auf Zuspruch von Seiten potentieller Kunden. Versuchen jedoch mehrere Menschen ihre Qualitätsvorstellungen zu beschreiben, so werden sie bald bemerken, dass sie sehr unterschiedliche Vorstellungen vom Begriff der „Qualität“ haben.

Definitionen von Qualität gibt es sehr viele:

*„Qualität ergibt sich aus der Übereinstimmung zwischen den Erwartungen hinsichtlich einer Leistung und der tatsächlich erbrachten Dienstleistung“<sup>115</sup>*

Die International Organisation for Standardisation (ISO) definiert Qualität hingegen folgendermaßen: *„Qualität ist die Gesamtheit von Eigenschaften und Merkmalen eines Produktes oder einer Dienstleistung, die sich auf deren Eignung zur Erfüllung*

---

<sup>114</sup> vgl: Englmayr S. 2005 S. 66

<sup>115</sup> Garms-Homolova 1992 S. 42 z.t.n. Meinhold, M/ Matul, C 2003 S.15

*festgelegter oder vorausgesetzter Erfordernisse bezieht.*“<sup>116</sup>

Sehr verbreitet ist auch die Definition „*Was Qualität ist bestimmt der Kunde*“<sup>117</sup>

Wie diese Beispiele zeigen gibt es also keine einheitliche Definition von Qualität. Somit sind die Institutionen aufgefordert, Richtlinien für die Qualitätskriterien ihres Angebotes zu beschreiben.

*„Die Erkenntnis, dass für Qualitätsbeschreibungen zunächst Erwartungen und Kriterien definiert werden müssen, bietet den Fachkräften bzw. den fachlichen Institutionen die Chance, frühzeitig festzulegen, welche Standards in ihrem Bereich Qualität ausmachen.“*<sup>118</sup>

Jedoch bedeutet diese Erkenntnis nicht, dass die Anbieter von Online- Beratung allein bestimmen, wodurch sich Qualität in der Online- Beratung definiert. *„Was als Qualität verstanden wird, ist zwischen Anbieter und Kunde auszuhandeln“*<sup>119</sup>

Nun ist aber gerade im sozialen und Non Profit- Bereich die Frage zu erörtern, wer denn nun eigentlich als Kunde verstanden wird.

Im sozialen Bereich ist nämlich der Leistungsempfänger häufig nicht identisch mit dem Fördergeber der Leistung. Man spricht hier auch von einem so genannten „*unschlüssigem Tauschverhältnis*“.

Der Kundenbegriff muss somit differenziert werden. Es handelt sich also nicht nur um so genannte externe Kunden wie eben KlientInnen im engeren Sinn, sondern Fördergeber und Kostenträger sind ebenso als Kunden anzusehen. Auch sind so genannte „interne“ Kunden zu beachten. Darunter versteht man MitarbeiterInnen einer Einrichtung, die in irgendeiner Weise mit der Dienstleistung befasst sind. Statt dieses erweiterten Kundenbegriffes werden des öfteren die Begriffe „Stakeholder“ oder „Anspruchsgruppen“ verwendet.<sup>120</sup>

In der nachfolgenden Abbildung wird das labile Dreiecksverhältnis zwischen Kapitalgeber, MitarbeiterInnen und KlientInnen bei der Formulierung von Qualitätskriterien besonders deutlich.

---

<sup>116</sup> <http://www.lernundenter.com/interaktion/qualitaet/definitionen/iso.htm> abgerufen am 14.09.2007

<sup>117</sup> Münchrath, R 1995 S.10

<sup>118</sup> Meinhold, M/ Matul, C 2003 S.15

<sup>119</sup> vgl: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/wenzel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/wenzel.pdf) S.6 abgerufen am 14.09.2007

<sup>120</sup> vgl. Meinhold, M/ Matul, C Baden- Baden 2003 S.37ff

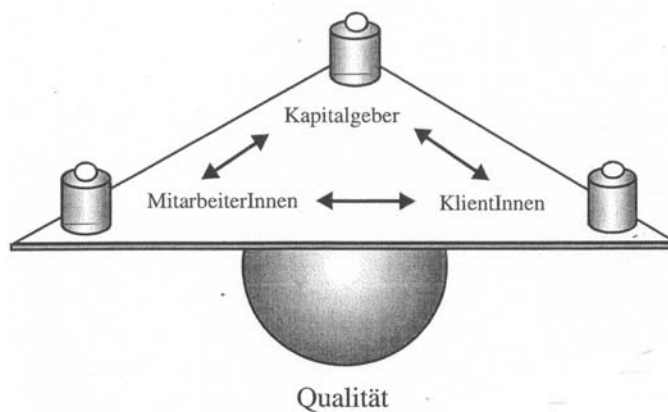


Abb 3 Labiles Qualitätsgleichgewicht in Organisationen <sup>121</sup>

Mit der Erweiterung des Kundenbegriffes sind natürlich neue Herausforderungen an der Beschreibung von Qualitätskriterien verbunden. Was also letztlich unter Qualität verstanden wird, muss also mit unterschiedlichen Personen bzw. Organisationen ausgehandelt werden. Dabei wird es immer wieder zu unterschiedlichen Einschätzungen und Interessenskonflikten den Qualitätsbegriff betreffend kommen. Die Herausforderung für Qualitätskriterien und Standards in diesem Umfeld besteht also letztendlich darin die sich zum, Teil widersprechenden Interessen unter einen Hut zu bringen.

Denn wie erfolgreich ein Angebot oder eine Dienstleistung ist, wird auch dadurch bestimmt werden wie weit es dem Anbieter gelungen ist, Qualitätskriterien zu formulieren, die den Bedürfnissen der verschiedenen Anspruchsgruppen gerecht werden.

### 3.3.2 Anwendung des Qualitätsbegriffes auf die Online -Beratung

Geht man von dem eben beschriebenen Qualitätsbegriff aus, so kommen bei Online-Beratung noch einige Kriterien hinzu, die durch die Besonderheiten der Computervermittelten Kommunikation bedingt werden. die nun mal die Grundlage von Online- Beratung ist. Solche Kriterien sind etwa, die Sicherheit der eingegebenen Daten, der Umgang mit Anonymität auf KundInnenseite, aber auch die Frage der reduzierten

<sup>121</sup> Quelle:Abb3 Meinhold, M/ Matul, C Baden- Baden 2003 S.50

Kommunikation, die durch Online- Beratung entsteht. (siehe Kapitel 2.2.2.1)

Online- Beratungsangebote werden in der Regel nur dann wahrgenommen, wenn sie entsprechend der Beratungsinhalte auch als vertrauenswürdig eingestuft werden. Die Frage, was geschieht mit meinen Daten bzw. mit meiner Anfrage spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle.<sup>122</sup>

Außerdem muss die technische Seite bedacht werden. Denn je besser und ausgereifter die Software ist die für das Online- Beratungsangebot eingesetzt wird, desto eher kann dem potentiellen Kunden die Sicherheit seiner Daten garantiert werden.

Ebenso bedarf es aber auch entsprechend qualifiziertem Personal um ein professionelles Online- Beratungsangebot sicherzustellen, denn Online- Beratung stellt auch an die einzelnen BeraterInnen spezielle Herausforderungen. *„Online-Beraterinnen und Berater stehen vor der Aufgabe sich einem Annäherungsprozess und Ineinandergreifen von Technik (Computertechnik und Medientechnik) und humanistisch/psychologischen Instrumentarium zu stellen.“*<sup>123</sup>

Will man also Qualitätskriterien für die Online- Beratung beschreiben, müssen alle diese Faktoren berücksichtigt werden. Knatz hat hierzu 5 Messkriterien formuliert, an denen sich Qualität in der Online- Beratung festmachen lässt.

1. Transparenz der Institution nach innen und außen
2. Kompetenz der BeraterInnen
3. Zufriedenheit der Ratsuchenden
4. Nutzung von wirtschaftlichen und persönlichen Ressourcen
5. technische Fragen und Sicherheitsstandards<sup>124</sup>

Unter Transparenz der Institutionen nach innen und außen ist zu verstehen, dass Ziele und Inhalte der Einrichtung klar definiert sein sollen. Darüber hinaus muss der Gegenstand der Beratung dargelegt werden und auch die Grenzen der Beratung sollten klar definiert werden.

Kompetenz der BeraterInnen meint, das Online- BeraterInnen besondere Kompetenzen brauchen, die den speziellen Anforderungen der Kommunikation im Internet gerecht werden.

---

122 vgl: Wenzel, J. 2006 S:2ff [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/wenzel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/wenzel.pdf) abgerufen am 14.09.2007

123 Knatz , B. 2006 S.2 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf) abgerufen am 14.09.2007

124 vgl ebd. S.2



*„Bei der Online-Beratung gehen für den zwischenmenschlichen Kontakt wertvolle nonverbale Informationen (wie. z.B. Mimik, Gestik, Tonfall, Körperhaltung) verloren. Die emotionale Lage der Anfragenden kann dadurch oft schwerer eingeschätzt werden.“*

125

Dieser Verlust der nonverbalen Kommunikation reduziert die Kommunikationsbandbreite auf den Textkanal, sofern nicht Methoden wie z.B. Videokonferenzen zum Einsatz kommen. Das wiederum erfordert von den BeraterInnen eine spezielle Lese- und auch Schreibkompetenz.

Bei Beratung per E-Mail oder in Online Foren kommt noch zusätzlich zum Tragen, dass es sich hier um eine so genannte asynchrone Form der Kommunikation handelt. Asynchrone Kommunikation meint in diesem Zusammenhang, zeitversetzte Kommunikation. In der Regel vergeht einiges an Zeit bis ein E-Mail bzw. ein Posting in einem Forum von einer BeraterIn beantwortet werden kann. Durch diesen Zeitverlust kann es sein, dass die Antwort den Problemlagen oder Gefühlszuständen der oder des Hilfesuchenden, nicht mehr gerecht wird. Dieser Umstand wiederum erfordert von den BeraterInnen spezielle Schreibkompetenzen, da durch die Antwort, trotz der Reduktion auf den Textkanal, die Stimmungslage des oder der Ratsuchenden getroffen werden sollte.

Die Zufriedenheit der Ratsuchenden ist natürlich ebenfalls ein entscheidendes Kriterium. Diese kann gerade im Online-Beratungsbereich durch gezielte Umfragen und Rückmeldungen relativ leicht erhoben werden.<sup>126</sup>

Bei der Nutzung von persönlichen und wirtschaftlichen Ressourcen ist zu bedenken, dass ein Online-Beratungsangebot unter Umständen neue Rahmenbedingungen erfordert, hier vor allem die Arbeitszeitgestaltung und das Arbeitsaufkommen betreffend. Es bietet sich grundsätzlich an, neue Organisationsformen für die Arbeit an zu denken. Heimarbeit sei hier nur exemplarisch als Beispiel genannt. Darüber hinaus bedeuten Angebote innerhalb der neuen Medien auch immer Schulungen, Trainings und Weiterbildungen für die MitarbeiterInnen.<sup>127</sup>

Letztendlich spielen natürlich auch technische Fragen und Sicherheitstandards eine nicht zu unterschätzende Rolle. Qualifizierte und professionelle Onlineberatung sollte

---

125 Weissenböck, S./ Ivan, I./ Lachout, S. 2006 S.7 .[http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) abgerufen am 15.09.2007

126 Knatz, B. 2006 S.3 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf) abgerufen am 15.09.2007

127 vgl: ebd. S.3 abgerufen am 15.09.2007

immer webbasiert stattfinden. Da nur bei dieser Form der Online- Kommunikation eine maximale Datensicherheit gewährleistet werden kann.<sup>128</sup>

### 3.3.3 Beispiele von Qualitätsstandards in der Online- Beratung

In den letzten Jahren haben immer mehr Anbieter von Online- Beratung damit begonnen Qualitätsstandards für ihre jeweiligen Online- Beratungsangebote zu erarbeiten. Ich möchte nachfolgend einige Beispiele aus dem deutschsprachigen Raum vorstellen. Abgesehen von länder- übergreifenden Einzelinitiativen wie z.B.: dem Qualitätskatalog "Standards der Onlineberatung"<sup>129</sup> der von dem Wiener Projekt „Check it“<sup>130</sup> gemeinsam mit dem Projekt „Partycheck“<sup>131</sup> aus Köln und der Münchner „Kids-Hotline“<sup>132</sup> entwickelt worden sind, haben sich in Deutschland und Österreich inzwischen Fachverbände für Online-Beratung gegründet. Diese Vereine haben es sich zum Ziel gesetzt, einerseits fachliche Standards zu erarbeiten und andererseits eine Vernetzung der im Bereich der Online-Beratung tätigen Berufsgruppen nach innen und nach außen zu betreiben. Sowohl die Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung<sup>133</sup> als auch ihr österreichisches Pendant, die ÖGOB<sup>134</sup> verstehen sich als Berufsgruppen übergreifende Interessensvertretung.<sup>135</sup>

Ein anderes sehr interessantes Konzept zur Etablierung von Qualitätsstandards in der Online- Beratung ist das Online-Qualitätszeichen des Berufsverbandes der deutschen PsychologInnen. Auf deren Website wird die Einführung eines derartigen Gütezeichens folgendermaßen begründet. :*"Das Ziel dieses Gütezeichens ist es, eine Orientierung zum Auffinden qualitativ hochwertiger Beratungen zu geben."*<sup>136</sup>

Um dieses Gütezeichen zu erlangen müssen die BeraterInnen oder die jeweilige Einrichtung, eine Reihe von qualitativen Merkmalen aufweisen. Diese sind:

---

<sup>128</sup> vgl Englmayr, S 2005 S.15 ff

<sup>129</sup> Weissenböck, S./ Ivan, I./ Lachout, S. 2006 S.7 . [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) abgerufen am 15.09.2007

<sup>130</sup> Verein Wiener Sozialprojekte Projekt ChEck iT!Rotenmühlgasse 26 1120 Wien  
<http://www.checkyourdrugs.at>

<sup>131</sup> [www.partyack.de](http://www.partyack.de) ein Projekt der Drogenhilfe Köln e.V. Fachstelle für Suchtprävention Hans-Böckler-Str. 550354 Hürth

<sup>132</sup> <http://www.kids-hotline.de/> Träger der kids-hotline: Kinderschutz und Mutterschutz e.V. Liebherrstraße 5 D-80538 München

<sup>133</sup> <http://www.dg-online-beratung.de/>

<sup>134</sup> <http://www.oegob.net/>

<sup>135</sup> vgl: [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/kuehne.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/kuehne.pdf) S.5 abgerufen am 15.09.2007

<sup>136</sup> <http://www.bdp-verband.org/html/siegel.html> abgerufen am 15.09.2007

- Kurzfristige Beantwortung von Anfragen
- Hohe Qualifikation
- Schweigepflicht, Anonymität und Vertraulichkeit
- Verantwortlicher Umgang mit den Grenzen
- Technische Sicherheit<sup>137</sup>

Alle Online- BeraterInnen und Einrichtungen, die diese Kriterien erfüllen erhalten auf Antrag ein animiertes Gütesiegel, das sie in ihre Website einbauen können. :*"Die technische Umsetzung des Gütezeichens sorgt dafür, dass es nicht zu kopieren ist. Eine direkte Nachahmung durch Eigenproduktion wird durch diese Referenzseite erschwert."*

138

Ebenso erwähnen möchte ich die „Rahmenempfehlungen zu Qualitätsmerkmalen in der Internet- Beratung.“<sup>139</sup> die vom Arbeitskreis Online- Beratung, bestehend aus drei gemeinnützigen Trägern der Jugendhilfe in Deutschland erarbeitet worden sind. Neben einer Beschreibung des Status quo der Angebote der beteiligten Einrichtungen werden auch fachliche und qualitative Standards beschrieben, wie z.B.:

- Fachqualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Beratungsstellen
- Multiprofessionelle Besetzung der Beratungsstellen
- Freiwilligkeit der Inanspruchnahme durch die Ratsuchenden
- Direkter Zugang zur Beratungsstelle
- Unentgeltlichkeit der Beratung
- Verschwiegenheitsverpflichtung
- Transparenz der Arbeit der Beratungsdienste
- Gleiche und gerechte Zugangschancen für Ratsuchende
- Beratung als Co-Kreation der Beteiligten
- Zusammenarbeit mit anderen Beratungseinrichtungen vor Ort
- Vielfalt der angebotenen Arbeitsformen
- Präventive und aufklärende Arbeit

<sup>137</sup> vgl: <http://www.bdp-verband.org/html/siegel.html> abgerufen am 15.09.2007

<sup>138</sup> <http://www.bdp-verband.org/html/siegel.html> abgerufen am 15.09.2007

<sup>139</sup> [http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung\\_qualitaetsstandards.pdf](http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung_qualitaetsstandards.pdf) abgerufen am 15.09.2007

- Fachliche Unabhängigkeit der Beratungseinrichtungen<sup>140</sup>

Ein weiteres Beispiel zur Etablierung von Qualitätsstandards in der Online- Beratung ist der bereits erwähnte Leitfaden "Standards in der Online- Beratung" der Projekte Check IT, Partycheck und Kids- Hotline. In diesem Leitfaden werden zunächst mehrere Basisprinzipien definiert, welche die Qualität der angebotenen Beratung gewährleisten sollen. Das sind im Einzelnen:

- Freiwilligkeit des Kontaktes
- Anonymität
- Niederschwelligkeit
- Verschwiegenheit
- Lebensweltorientierung
- Parteilichkeit
- Akzeptierende Haltung
- Empathie
- Das Prinzip "Hilfe zur Selbsthilfe"
- Geniersensibilität und Gender Mainstreaming
- Systemische Perspektive
- Lösungsorientierung und Ressourcenorientierung
- Pragmatische Haltung<sup>141</sup>

Neben diesen Basisprinzipien werden auch noch allgemeine Richtlinien zur Beantwortung von Anfragen definiert.

- Jede Anfrage beantworten
- Zeitnahe Reaktion auf die Anfrage
- Einzigartigkeit der Anfrage
- Sensibilität in der Wortwahl
- Szene und altersadäquate Sprache

---

<sup>140</sup> [http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung\\_qualitaetsstandards.pdf](http://www.kinderschutzzentren.org/pdf/internet-beratung_qualitaetsstandards.pdf) S.6 abgerufen am 15.09.2007

<sup>141</sup> vgl. Weissenböck, S./ Ivan, I./ Lachout, S. 2006 S.7 . [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) abgerufen am 15.09.2007

- Abklärung der gegenwärtigen Befindlichkeiten (asynchroner Beratungsverlauf)
- Emoticons als Unterstützung
- Fall –Intervision
- Konsequenzen des Schriftverkehrs
- Interne und externe Fachkompetenzen nutzen
- Beziehungskontinuität
- Weiteres Kontaktangebot <sup>142</sup>

Wie diese Beispiele gezeigt haben, gibt es also bereits einige Initiativen zur Entwicklung von Qualitätsstandards für Online- Beratung. Auch die beiden Dachverbände ÖGO und Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung wurden auch dezidiert mit der Absicht gegründet entsprechende Qualitätsstandards zu entwickeln. Dennoch wird wohl die Frage nach der Etablierung von einheitlichen Qualitätsstandards eines der wichtigsten Themen in der fachlichen Diskussion der nächsten Jahre sein.

### **3.4 Zwei idealtypische Beispiele von Online- Beratung in Österreich**

Wie sich Online- Beratung in der konkreten Praxis darstellt soll im nun folgenden Abschnitt anhand von 2 Beispielen gezeigt werden, die im Sinne Max Webers als Idealtypen für den derzeitigen Stand des Ablaufes und der Organisation der Online-Beratung in Österreich dienen sollen.

Der Idealtypus ist für Weber ein Hilfsmittel der wissenschaftlichen Analyse. Die Idealtypen sind dabei keine genauen Abbilder der Wirklichkeit, auch wenn sie aus der Wirklichkeit entstammen, sondern gedankliche Konstrukte, die die wissenschaftliche Analyse erleichtern sollen. Das bedeutet, dass zum Zweck der Analyse "reine Typen", also abstrakte Begrifflichkeiten, konstruiert werden, die als solche in der Wirklichkeit nicht auffindbar sind. <sup>143</sup>

In diesem Sinne werden nun die Die „Talkbox“ des psychologischen Dienstes der MA 11 und das Online- Beratungsangebot des Vereins „Frauen beraten Frauen“ näher erläutert. Die „Talkbox“ richtet sich hierbei hauptsächlich an Jugendliche im Alter zwischen 13 und 18 Jahren, während das Online- Beratungsangebot des Vereins „Frauen beraten Frauen“ sich an alle Frauen zwischen 19 und 90 Jahren richtet. Zu diesem Zwecke wurden auch zwei Interviews als Datengrundlage herangezogen welche

---

<sup>142</sup> vgl. ebd.

<sup>143</sup> vgl: Weber, M. 1988 S. 190ff

am 13.12. 2006 und 21.12.2006 mit Frau Mag.<sup>a</sup> Bettina Zehetner und mit Frau Dr.<sup>in</sup> Belinda Mikosz geführt wurden.

### **3.4.1 Die Talkbox des psychologischen Dienstes des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Wien (MA 11)**

Die Talkbox des psychologischen Dienstes des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Wien (MA11) existiert seit Oktober 2001. Die Talkbox wurde von Frau Dr.<sup>in</sup> Belinda Mikosz, Leiterin des psychologischen Dienstes der MA 11 gegründet.

Mit der Talkbox soll Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 18 Jahren eine Möglichkeit geboten werden innerhalb kürzester Zeit fachliche Unterstützung und psychologische Hilfe bei allen Problemen des Erwachsenwerdens in Anspruch nehmen zu können. Die Jugendlichen können über die Homepage [www.talkbox.at](http://www.talkbox.at) oder direkt via E- Mail Kontakt mit einer Psychologin aufnehmen.

*„ Die Zielsetzung für das Talkbox- Projekt ist, unter Berücksichtigung der Chancen und Grenzen medialer Kommunikation Ansprechpartnerin in Krisensituationen zu sein, zuzuhören, qualifiziert zu antworten, auf Hilfsangebote aller Art aufmerksam zu machen und gegebenenfalls die Brücke zu einer persönlichen psychologischen Beratung zu schlagen.“<sup>144</sup>*

Abgesehen von den oben beschriebenen Zielsetzungen wurde die Talkbox auch vor allem mit der Intention gegründet, suizidgefährdeten Jugendlichen im Internet eine Anlaufstelle zu bieten. So gab es zum Gründungszeitpunkt der Talkbox, also im Oktober 2001, allein im deutschsprachigen Raum etwas 30 Suizidforen im Internet. Die Talkbox sollte eine Alternative zu diesen Foren sein.<sup>145</sup>

### **3.4.2 Rahmenbedingungen und personelle Ausstattung der Talkbox**

Die Talkbox ist wie bereits beschrieben ein Angebot des psychologischen Dienstes des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Wien (MA 11).

Dieses ist als Träger der Jugendwohlfahrt für das Bundesland Wien einer der größten Anbieter von sozialen Dienstleistungen in Wien. Die MA 11 gliedert sich in mehrere Abteilungen und 6 Dezernate. Dezernat 4 ist hierbei der psychologische Dienst der MA 11. Es handelt sich bei der Talkbox also nicht um eine eigenständige Einrichtung sondern um ein Zusatzangebot des psychologischen Dienstes, welches vor allem durch

---

144 Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.235

145 vgl Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.235

die Eigeninitiative der Leiterin des psychologischen Dienstes Fr. Dr.<sup>in</sup>. Belinda Mikosz am Leben bestehen kann.

Neben Fr. Dr.<sup>in</sup>. Mikosz ist lediglich Fr. Gabrielle Kohl mit der Talkbox befasst.

Beide betreiben die Talkbox neben ihrer regulären Arbeit beim psychologischen Dienst der MA 11. Es gibt kein Stunden- Budget, das speziell der Betreuung der Online-Beratung zugeordnet werden kann.

Laut Dr.<sup>in</sup>. Mikosz ist der zeitliche Aufwand sehr unterschiedlich: „...()...es hängt mit den Anfragen zusammen, und das kann manchmal sehr intensiv sein. Wir haben jetzt gerade eine, die damit spekuliert sich das Leben zu nehmen, und das ist natürlich sehr umfangreich...“<sup>146</sup>

Jedoch kann laut Dr.<sup>in</sup>. Mikosz von ca. 30 -40 Kontakten pro Monat ausgegangen werden. Genauso wenig wie es ein Stunden- Budget gibt, gibt es auch kein finanzielles Budget das fix der Talkbox zugeordnet werden kann. Die Talkbox ist also sehr stark vom persönlichen Engagement und von den zeitlichen Ressourcen der BetreiberInnen abhängig.

### **3.4.3 Eingesetzte Methoden der Online- Beratung**

Das Online- Beratungsangebot der Talkbox bedient sich ausschließlich der Methode der E- Mail- Beratung. Bei dieser Form der Beratung, schicken die Ratsuchenden einfach ein E-Mail an die Talkbox und erhalten ein Mail an ihre eigene Adresse zurück. Szykariuk- Stökel beschreibt das Prozedere der Kontaktaufnahme in 3 Schritten:

- Die Ratsuchenden nehmen via E- Mail mit der Talkbox Kontakt auf , um sich zu informieren beziehungsweise zu eventuellen Problemen beraten zu lassen dies kann in Form einer einmaligen Mailanfrage oder über wiederholte Folgekontakte geschehen.
- Die Talkbox- Beraterin versucht die Anfrage einer Problemanalyse zu unterziehen und gibt den Hilfesuchenden in der jeweiligen Antwortmail Feedback zu den aufgeworfenen Themenstellungen, versucht aber auch den Kontakt aufrechtzuerhalten, indem sie durch Nachfragen motiviert, ein Thema unter mehreren Blickwinkeln zu betrachten, um eine einseitige Fokussierung zu

---

146 Quelle Interview Nr. 10

vermeiden.

- Der Prozess gliedert sich nun in:
  - a) Einmalkontakt: In diesem Fall handelt es sich entweder um eine reine Informationsanfrage oder um eine klar umrissene Problemdarstellung, deren Beantwortung der Ratsuchenden ausreichende Erklärung bietet.
  - b) Mehrfachkontakt: Bei einem wiederholten Kontakt mit der Talkbox geht die Schreiberin auf das Angebot der Beraterin ein und es entsteht ein schriftlicher Dialog..<sup>147</sup>

Andere Formen der Online- Beratung wie z.B. Beratung im Chat oder Forum können auf Grund der knappen personellen und zeitlichen Ressourcen nicht angeboten werden.

### 3.4.4 Inanspruchnahme und Auslastung der Talkbox

Im Jahr 2005 wurde die Talkbox von 180 Mädchen und Burschen genutzt<sup>148</sup>, wobei sich die Geschlechtszugehörigkeit wie folgt verteilt hat:

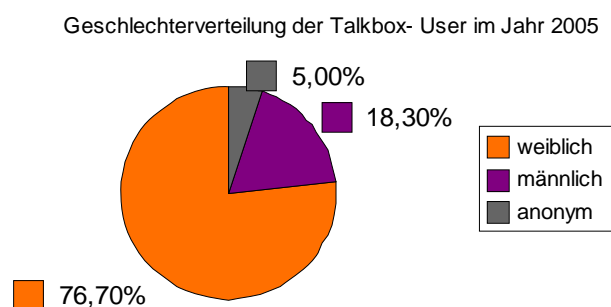


Abb. 4 Geschlechterverteilung der Talkbox- UserInnen im Jahr 2005<sup>149</sup>

Bei den Anfragen zeigt sich in der Geschlechterverteilung ein eindeutiger Überhang von Mädchen. Allerdings muss einschränkend gesagt werden, dass die Zahlen die auf den freiwilligen Angaben der User beruhen. 5% der Jugendlichen haben dazu keine

147 Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.236 ff

148 Quelle: Jahresbericht des psychologischen Dienstes der MA 11 2005 S.6 Wien 2006

149 Abb 4Quelle: Jahresbericht des psychologischen Dienstes der MA 11 2005 S.6 Wien 2006



Angaben gemacht.

Im Jahr 2005 gab es insgesamt 379 Kontakte, was einer durchschnittlichen Befassung per Fall von 2,11 ergibt.<sup>150</sup>

Betrachtet man die Inanspruchnahme der Talkbox über einen längeren Zeitraum so ergibt sich folgendes Bild. Im Zeitraum Oktober 2001 bis September 2004 wurden 1109 eingehende Mails von 432 Hilfe suchenden Personen bearbeitet.<sup>151</sup> Die Geschlechterverteilung betrug hierbei:

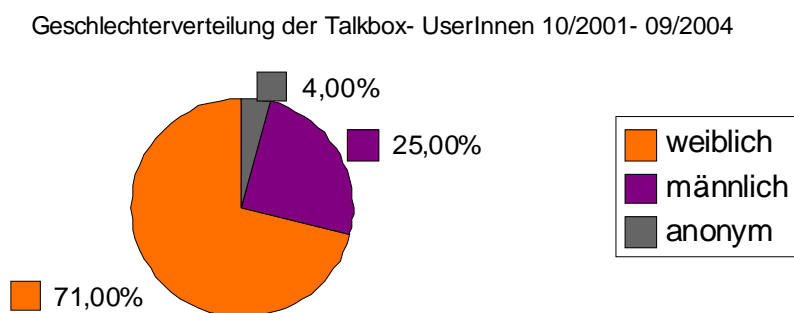


Abb. 5 Geschlechterverteilung der Talkbox- UserInnen 10/2001- 09/2004<sup>152</sup>

Auch bei der Betrachtung über einen längeren Zeitraum zeigt sich ein deutlicher Überhang bei weiblichen Ratsuchenden.

Bei der Kontakthäufigkeit im Zeitraum 10/2001 – 09/2004 überwogen Einmalkontakte aus dem Inland mit 56,6% . UserInnen aus dem Inland die 2- 5 Kontakte mit der Talkbox hatten bilden die zweitgrößte Gruppe mit 31,3 %. Eine kleine Gruppe von 1,9 % der UserInnen aus dem Inland unterhielt eine sehr intensive Verbindung zur Talkbox, nämlich 20 Kontakte und mehr.<sup>153</sup>

### 3.4.5 Themenfelder der Anfragen an die Talkbox

Die häufigsten Anfragen an die Talkbox finden sich im Bereich Partnerschafts- und Beziehungsprobleme bzw. in den Themenfeldern persönliche und psychische Probleme.

---

150 Quelle: Jahresbericht des psychologischen Dienstes der MA 11 2005 S.6 Wien 2006

151 Quelle: Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.243

152 Abb 5 Quelle: Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.249

153 Quelle: Szykariuk-Stöckl, S Wien 2005 S.250

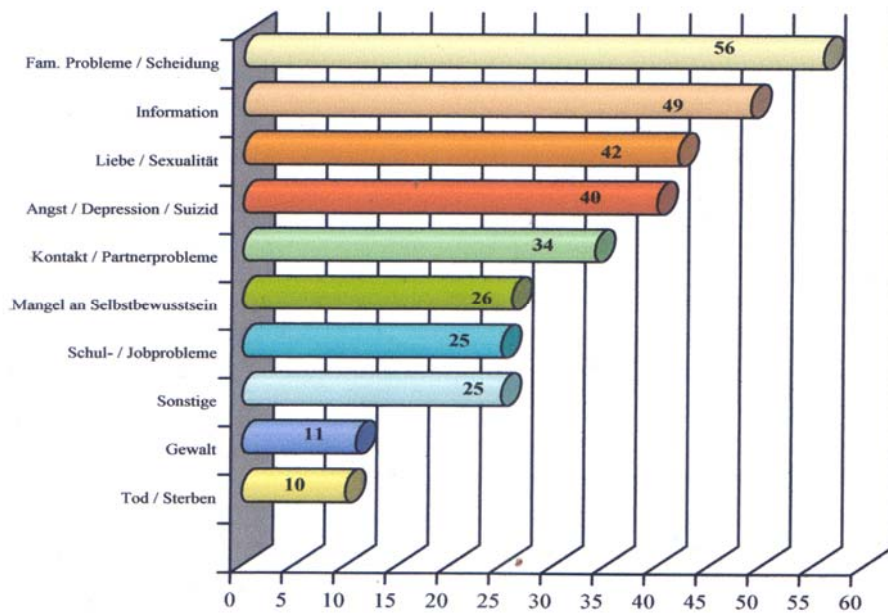


Abb. 6 Verteilung der Anfragen an die Talkbox auf Themenfelder im Jahre 2005 <sup>154</sup>

Bei dieser Aufteilung zeigt sich auch, dass ein großer Teil der Anfragen rein informativer Natur ist, nämlich 49. Im Wesentlichen entspricht das Themenspektrum aber den Problemen junger Menschen in der Pubertät. (siehe Abb. 6)

### 3.4.6 Die Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“

Das Online- Beratungsangebot des Vereins „Frauen beraten Frauen“ existiert seit August 2005. Es richtet sich an alle Frauen in der Altersgruppe ab 17 Jahren aufwärts.

Das Online- Beratungsangebot möchte zusätzlich zum herkömmlichen Beratungsangebot der beiden Beratungsstellen psycho-soziale Beratung für Frauen im Internet anbieten. Darüber hinaus richtet sich die Online- Beratung insbesondere an Frauen mit:

- eingeschränkter Mobilität oder Beweglichkeit
- mit eingeschränkten zeitlichen Möglichkeiten
- Mehrfachbelastung durch Kinder, Beruf und Haushalt,
- mit Pflegeverpflichtungen
- mit Hör- oder Gehbehinderung
- die keine Beratungsstelle in ihrer Nähe haben <sup>155</sup>

Thematisch ist die Beratung nicht eingeschränkt und kann folgende Themen umfassen:

<sup>154</sup> Abb 6 Quelle: Jahresbericht des psychologischen Dienstes der MA 11 2005 S.6 Wien 2006

<sup>155</sup> Quelle Broschüre „Frauenberatung Herbst/Winter 2006/2007“ S.5 Wien 2006

Beziehung, Gesundheit, weibliche Lebensphasen, weibliche Identität, Gewalt, Kinder und Arbeit.

*„Das Ziel Frauenorientierter Beratung besteht auch hier darin, die individuelle Gestaltungskompetenz der Frau in ihren eigenen Lebenszusammenhängen zu erweitern, um selbstbestimmt und selbstverantwortlich zu handeln. Die tägliche Arbeit hat gezeigt, dass Online- Beratung eine hilfreiche und notwendige Ergänzung zu unserer bestehenden Beratungstätigkeit darstellt. Durch dieses Kommunikationsangebot können auch Frauen erreicht werden, die ein persönliches Beratungsgespräch nicht in Anspruch nehmen können oder wollen.“<sup>156</sup>*

Die Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“ soll sich nach Aussage der Betreiberinnen zu einer Plattform für Information, Beratung und Kommunikation für Frauen aus ganz Österreich entwickeln.<sup>157</sup>

### **3.4.7 Rahmenbedingungen und personelle Ausstattung der Online Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“**

Der Verein „Frauen beraten Frauen“ wurde 1981 als 1. Wiener Frauenberatungsstelle gegründet. Es ist ein unabhängiger, gemeinnütziger Verein und wird finanziert durch das Frauenbüro der Gemeinde Wien MA 57, durch das Bundesministerium für Gesundheit Familie und Jugend, sowie durch private Spenden und Projektbezogene Subventionen. Der Verein betreibt gegenwärtig 2 Beratungsstellen in Wien. Zurzeit sind 3 Mitarbeiterinnen in unterschiedlichem Stundenausmaß, zwischen 5 und 2 Stunden wöchentlich, mit Online- Beratung befasst. Jedoch gibt es keine fixen Zeiten, abgesehen von den Öffnungszeiten des Chat an denen die Online- Beratung durchgeführt wird.

Frau Mag.<sup>a</sup> Zehetner meint im Interview dazu *„...()...bei mir ist es so, dass ich zwei Vormittage Telefonberatung mache und die zwar recht dicht ist, aber wenn Zeit dazwischen ist, da beantworte ich ganz viele Mails.“<sup>158</sup>*

Darüber hinaus gibt es noch eine Mitarbeiterin die Urlaubs- und Krankenstandsvertretungen übernimmt. Die Online- Beratung ist also ein zusätzliches Angebot des Vereins „Frauen beraten Frauen“, d.h. die Mitarbeiterinnen nehmen neben ihrer Tätigkeit in der Online- Beratung hauptsächlich andere Aufgaben in der Beratungsstelle wahr.<sup>159</sup>

---

156 Jahresbericht 2005 des Verein Frauen beraten Frauen S. 10

157 Quelle Broschüre „Frauenberatung Herbst/Winter 2006/2007“ S.5Wien 2006

158 Quelle Interview Nr. 09

159 Quelle Interview Nr. 09

Zusätzlich zu den aufgewendeten Arbeitsstunden erhält die Online- Beratung eine Förderung durch das Frauenbüro der Stadt Wien (MA 57). Dadurch war es möglich, eine Spezialsoftware für Online- Beratung der Firma Beranet <sup>160</sup> zum Einsatz zu bringen.

### **3.4.8 Eingesetzte Methoden der Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“**

Es kommen mehrere Methoden der Online- Beratung zum Einsatz.

Zum einem gibt es seit August 2005 die E- Mail- Beratung. Zusätzlich zu der offenen Form der E-Mailberatung gibt es seit Februar 2006 eine so genannte Webbasierte E- Mail- Beratung. Hierbei kommt das Online- Beratungssystem der Firma Beranet zum Einsatz. Bei einer Webbasierten E- Mail- Beratung wird von den Userinnen unter Angabe eines Nicknames und eines Passwortes ein Account auf der Website der Beratungseinrichtung angelegt. Eingeloggt in diesen Account geben die Ratsuchenden nun ihre Anfrage ein. Eine Beraterin antwortet im selben Account, zu dem nur die Beraterinnen und die Userinnen Zugang haben. Diese Form der E- Mail- Beratung gilt gemeinhin als die sicherste, da z.B. niemand die Mails abrufen kann, ohne das Passwort zu kennen. (siehe Kapitel 3.1.1)

Zusätzlich wird seit April 2006 eine so genannte Einzel- Chat- Beratung angeboten. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um einen moderierten Chat, der jeden Mittwoch zwischen 17 und 19 Uhr geöffnet ist. Hat man sich einmal auf der Homepage eingeloggt, können Termine vereinbart werden. Es stehen dann an den vereinbarten Terminen eine halbe oder ganze Stunde Zeit zur Verfügung um mit der Beraterin zu chatten also in Echtzeit schriftlich zu kommunizieren.<sup>161</sup>

Darüber hinaus sind im Jahr 2007 neben dem Einzel- Chat auch eine Gruppen- Chat, Beratung zu bestimmten Themenschwerpunkten sowie der Aufbau eines Online- Forums geplant.<sup>162</sup>

### **3.4.9 Inanspruchnahme und Auslastung der Online- Beratung des Vereins „Frauen beraten Frauen“**

Im Jahr 2006 wurden laut Jahresbericht 1145 Beratungen per E- Mail und im Chat

---

160 <https://www.beranet.de>

161 Quelle Interview Nr.09

162 Quelle Interview mit Frau Mag.<sup>a</sup> Bettina Zehetner am 13.12.2006

durchgeführt<sup>163</sup> Die Thematiken verteilten sich dabei wie folgendermaßen

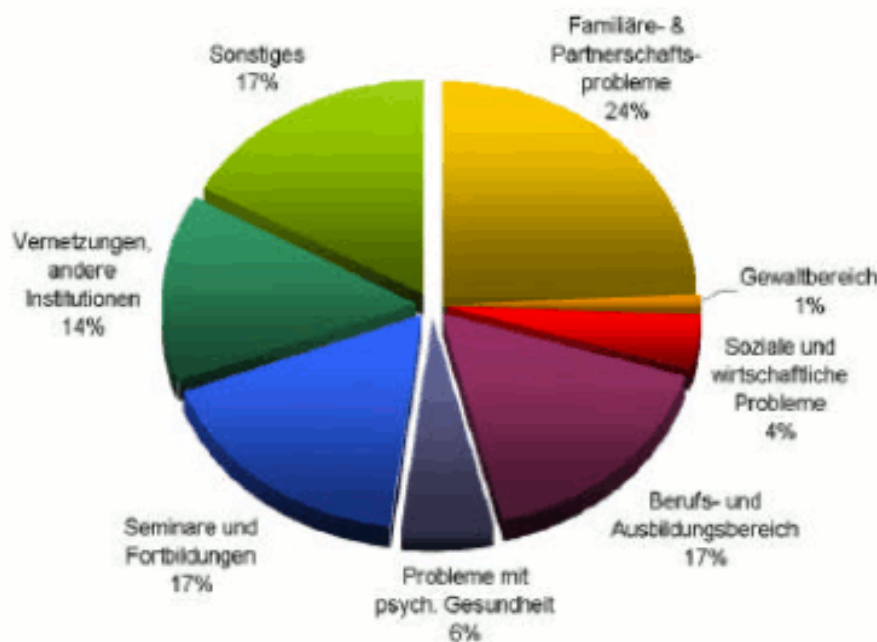


Abb:7 Thematiken der Online- Anfragen 2006<sup>164</sup>

Von den grundsätzlichen Thematiken unterscheidet sich die Online- Beratung nicht wesentlich von der Face to Face- Beratung. Die Themenfelder sind in etwa die gleichen und umfassen Themen wie z.B. Beziehung, Kinder, Arbeit etc. Jedoch gibt es scheinbar eine Tendenz in der Online- Beratung verstärkt Themen anzusprechen, die bisher eher vermieden wurden *“...es fällt auf, dass halt noch mehr die eher schambesetzten Themen, sexueller Missbrauch, Selbstverletzung, Gewalt, vorkommen...”*<sup>165</sup>

#### 3.4.10 Abschließende Bemerkungen zu den beiden Beispielen

Betrachtet man die oben beschriebenen Beispiele so zeigen sich sehr deutlich zwei Arten von Organisationsformen wie sie zurzeit in der Online- Beratung in Österreich typisch sind. Zum einen wurde mit der Talkbox ein Projekt vorgestellt, das letztendlich auf der Initiative einer einzigen Person beruht und dessen Fortbestand auch von persönlichen Engagement dieser Person abhängig ist, da weder spezielle finanzielle noch personelle Ressourcen zur Verfügung stehen.

163 Quelle. Jahresbericht 2006 des Verein Frauen beraten Frauen S.20 Wien 2007

164 Quelle Abb. 7 Jahresbericht 2006 des Verein Frauen beraten Frauen S.20 Wien 2007

165 Quelle Interview Nr.09

Zum anderen sind beim Online- Beratungsangebots des Vereins Frauen beraten Frauen bereits erste Schritte hin zu einer organisatorischen Eigenständigkeit erkennbar. Hier wurde die Sinnhaftigkeit von Online- Beratung auch bereits vom Fördergeberseite erkannt. Somit war es möglich einerseits ein eigenes Stundenbudget zur Verfügung zu stellen und andererseits auch professionelle Beratungssoftware wie Beranet zum Einsatz zu bringen. Beim Methoden Einsatz zeigt sich auch das derzeit typische Bild. Der Schwerpunkt liegt noch immer bei E- Mail- Beratung, jedoch kommt auch vermehrt der Chat zu Einsatz.

### **3.5 Zum Abschluss noch eine Definition:**

Nachdem ich in den vorangegangenen Kapiteln versucht habe darzulegen, auf welcher sozialpsychologischer, kommunikationstheoretischer, technischer, organisatorischer und rechtlicher Basis Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich in Österreich funktioniert, möchte ich nun noch eine Definition von Online- Beratung einbringen die den Status Quo beschreibt, und für den weiteren Verlauf dieser Arbeit als Grundlage dienen soll.

Online- Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich, so wie sie sich uns derzeit, darstellt definiert sich über folgende Merkmale.

- die Beratung basiert auf sozialen, sozialpädagogischen, psychologischen, oder psychosozialen Beratungsansätzen die jedoch im wesentlichen für ein Face to Face Beratungssetting konzipiert wurden.
- die Beratung bedient sich verschiedener asynchroner (Email , webbasierte Foren und Boards) als auch synchroner (ICQ, IRC, Videokonferenzen) Kommunikationsdienste, die allesamt über das Internet betrieben werden
- die Beratung erfolgt zumeist in schriftlicher Form
- die bei der Beratung ablaufenden Kommunikationsprozesse unterscheiden sich in mehreren wesentlichen Punkten von denen einer herkömmlichen Face to Face- Beratung
- In der Regel sind Online- Beratungsangebote ein ergänzendes Angebot von „klassischen“ Beratungseinrichtungen.

## **4. Vorteile und Grenzen von Online- Beratungsangeboten**

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln einerseits dargelegt wurde auf welcher Basis Online- Beratung funktioniert und andererseits auch die Rahmenbedingungen und der praktische Ablauf beschrieben wurden, ist es nun an der Zeit erste Schlüsse aus den bisherigen Erkenntnissen zu ziehen.

Im nun folgenden Abschnitt sollen nun erste Vorteile aber auch Grenzen und Nachteile von Online- Beratung beschrieben werden.

### **4.1 Vorteile und Möglichkeiten von Online- Beratungsangeboten**

Im Folgenden sollen die Vorteile und Möglichkeiten von Online- Beratung beschrieben werden.

#### **4.1.1 Neue Zielgruppen**

Online Beratungsangebote ermöglichen Information und Beratung für Zielgruppen, die sich durch ein herkömmliches Beratungsangebot kaum oder nicht angesprochen fühlen. Im Sinne einer Ergänzung zu herkömmlichen Beratungsangeboten empfehlen sich natürlich Zielgruppen die keinen oder nur sehr eingeschränkten Zugang zu herkömmlichen Beratungseinrichtungen haben

Döring zählt zu diesen potentiellen Zielgruppen alle MediennutzerInnen,

- *„die in (z. B. ländlichen) Regionen mit psychosozialer Unterversorgung leben,*
- *die zeitweise im Ausland leben und auf medialem Wege Beratungsangebote in ihrer Muttersprache suchen,*
- *die gerade auf einen herkömmlichen Beratungs-, Therapie- oder Klinikplatz warten,*
- *die herkömmliche Beratung mit festgelegten Sprechstunden während der Bürozeiten aufgrund häuslicher und/oder beruflicher Verpflichtungen nicht in ihren Zeitplan integrieren können,*
- *die eine hinsichtlich Beratungsort und Beratungszeit flexiblere Gestaltung der Beratungsbeziehung wünschen (z. B. in Abhängigkeit von ihrem aktuellen Beratungsbedarf oder Aufenthaltsort),*
- *die akut in Krisensituationen geraten sind und instantane Unterstützung suchen (z. B. bei suizidaler Krise),*
- *die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind bzw. für die das Aufsuchen von*

*Beratungsstellen mit Barrieren verbunden ist (z. B. während eines Krankenhausaufenthaltes bzw. einer Rehabilitationsmaßnahme oder wegen körperlicher Handicaps),*

- *die in ihren mündlichen Kommunikationsmöglichkeiten eingeschränkt und deswegen auf schriftlichen Austausch angewiesen sind (z. B. aufgrund einer Verletzung oder Erkrankung der Stimmbänder oder angeborener Taubheit, sofern der Berater keine Gebärdensprache beherrscht),*
- *die kostengünstige Alternativen zur herkömmlichen Face- to- Face- Beratung benötigen,*
- *die einen anonymen und unverbindlichen Erstkontakt mit Beratungseinrichtungen suchen (z. B. aufgrund von Schüchternheit, Scham, Angst vor Stigmatisierung etc.),*
- *die ein gewisses Maß an Distanz in der Beratungsbeziehung wahren wollen.*<sup>166</sup>

#### **4.1.2 Der Niederschwellige Zugang zum Beratungsangebot**

Für viele Menschen ist das Aufsuchen einer Beratungsstelle oder das Inanspruchnehmen von professioneller Hilfe, selbst bei schwerwiegenden Problemen mit Ängsten und Skepsis verbunden. Für diese Menschen können Online Beratungsangebote eine Alternative anbieten. Denn es fällt oft leichter anonym in einen Chat oder in ein Forum einzusteigen bzw. eine E-Mail zu verfassen, als eine Beratungsstelle aufzusuchen.<sup>167</sup>

#### **4.1.3 Offene Zugangsmöglichkeit**

Auf Grund der technologischen Möglichkeiten die sich uns heute bieten, verlangt es keine großen technischen Fertigkeiten mehr ein E- Mail zu schreiben oder in ein Forum bzw. einen Chat einzusteigen. Die einzigen Kulturtechniken, die hierzu beherrscht werden müssen, sind "Lesen und Schreiben". Auch der Zugang zum Internet stellt, zumindest in Österreich, kein großes Hindernis mehr dar.

#### **4.1.4 Die Möglichkeit der zeitlichen Unabhängigkeit und der unmittelbaren**

---

166 .Döring, N. 2006 S.104ff

167 vgl. Götz, N 2003 S. 34



### **Kontaktaufnahme:**

Bei einer "Face to Face" Beratung ist in der Regel eine terminliche Absprache notwendig um dieses Angebot in Anspruch nehmen zu können. Bei Online- Beratung wird in der Regel von dieser Form der Beratung abgewichen.

Ein wichtiges Kriterium der Online- Beratung ist natürlich die Schnelligkeit mit der von Seiten der Beratungsstelle auf die einzelnen Anfragen geantwortet wird. So kommen insbesondere Beratungsangebote die eine zeitnahe Antwort offerieren, den schnelllebigen Strukturen der Gesellschaft entgegen<sup>168</sup>

Darüber hinaus ist die Kontaktaufnahme in der Regel nicht auf bestimmte Öffnungszeiten beschränkt, sondern jederzeit möglich. Ebenso ist der Hilfesuchende nicht an die Örtlichkeiten einer Beratungsstelle gebunden.

Viele Online Beratungsangebote bieten ihren Nutzern auch die Möglichkeit eines Forums oder eines Chat an. Auch diese Formen der Beratung stehen den NutzerInnen in der Regel zeitlich unbegrenzt zur Verfügung. Auch wenn Fachpersonal bei diesen Formen der Online-Beratung in der Regel nur zu bestimmten Zeiten zur Verfügung steht, so besteht immerhin die Möglichkeit sich mit anderen NutzerInnen auszutauschen und auch Peer- Groups zu bilden.

#### **4.1.5 Der Vorteil der Anonymität:**

Ein weiterer Vorteil, der Online-Beratungsangebote auszeichnet, ist die Anonymität. Beim Besuch einer Beratungsstelle werden in der Regel verschiedene persönliche Daten des oder der Hilfesuchenden erhoben. Dadurch kann Anonymität nur in den seltensten Fällen gewährleistet werden. Gerade bei manchen sensiblen Themenbereichen, wie z.B. Sexualität oder Drogenkonsum, ist die Wahrung der Anonymität aber oft die Grundvoraussetzung, damit ein Beratungsangebot angenommen wird. So vermeidet die Online- Beratung weitestgehend die, von Ratsuchenden befürchtete direkte Konfrontation mit dem bekannt werden einer Problemlage in der unmittelbaren sozialen Umwelt und verringert somit die Schwellenangst<sup>169</sup> Zudem behält der oder die Ratsuchende die Kontrolle darüber wie viel er oder sie tatsächlich von ihrer oder seiner wahren Identität preisgeben will.

Jedoch kommt es trotz dieser Anonymität der Online- Beratung durchaus auch zu Nähe zwischen BeraterInnen und Ratsuchenden. Denn die niedrigere Schwellensituation und

---

<sup>168</sup> vgl. Götz, N 2003 S. 35

<sup>169</sup> vgl: Götz, N. 2003 S.36

die Anonymität erlaubt den Ratsuchenden oftmals ein näheres Heranlassen der BeraterInnen an die eigene Person als dies beispielsweise in einer Face to Face Beratung der Fall wäre.<sup>170</sup>

#### **4.1.6 Kompakte und wohldurchdachte Antworten**

Dies trifft vor allem auf Online- Beratung per Email und Foren zu.

Durch die asynchrone Kommunikation und die schriftliche Form sind kompaktere und reflektiertere Antworten möglich, als dies etwa in einem "normalen" Beratungsgespräch der Fall wäre. So können beispielsweise die eigenen Anfragen oder Beiträge überdacht und vorformuliert werden. Aber auch die Antworten erfolgen in der Regel nicht spontan sondern gezielter und strukturierter als in der Face to Face- Beratung, wo den BeraterInnen von den momentan vorhandenen Ressourcen abhängig sind. Darüber hinaus kann durch die verschriftlichte Form der gesamte Beratungsprozess zurückverfolgt und noch einmal reflektiert werden.

#### **4.1.7 Die Selbstbestimmtheit des Angebots**

Einen weiterer Vorteil der Online- Beratung der von vielen Ratsuchenden geschätzt wird, ist der Umstand, dass der unverbindliche Online- Kontakt jederzeit beendet werden und dessen Häufigkeit und Intensität selbst bestimmt werden kann.<sup>171</sup>

Darüber hinaus ist es auch auf einfache Weise möglich Informationen einzuholen ohne gleich eine vollständige Beratung in Anspruch nehmen zu müssen.

Die hier angeführten Vorteile zeigen sehr deutlich, dass die verschiedenen Formen der Online- Beratung durchaus als Methode der Sozialarbeit taugen. Vor allem wenn sie mit so genannten "Face to Face" Angeboten kombiniert werden, können sie diese meist sehr gut ergänzen. Götz meint hierzu: *"Mit dem Angebot der Beratung im Internet ist die Intention verbunden, bestimmten Zielgruppen einen Niederschweligen Zugang zu Beratungsangeboten zu eröffnen."*<sup>172</sup>

## **4.2 Grenzen und Nachteile der Online-Beratung**

Den Vorteilen entsprechend lassen sich natürlich auch erste Nachteile und Grenzen von Online- Beratung beschreiben.

---

<sup>170</sup> vgl: Heller, K. 2002 S. 3 [www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1\\_2002\\_Heller.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2002_Heller.pdf) abgerufen am 11.09.2007

<sup>171</sup> Weissenböck, S./ Ivan, I./ Lachout, S. 2006 S.7 . [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) abgerufen am 11.09.2007

<sup>172</sup> Götz, N 2003 S.12

#### **4.2.1 Verlust der nonverbaler Kommunikation**

*"Bei der Online-Beratung gehen für den zwischenmenschlichen Kontakt wertvolle nonverbale Informationen (wie. z.B. Mimik, Gestik, Tonfall, Körperhaltung) verloren. Die emotionale Lage der Anfragenden kann dadurch oft schwerer eingeschätzt werden."*<sup>173</sup>

Die Kommunikationsbandbreite des Computers beschränkt sich also auf den Textkanal, sofern nicht Methoden wie z.B. Videokonferenzen zum Einsatz kommen.

Diese Reduktion der Kommunikation auf den Textkanal, kann sich in manchen Fällen durchaus vorteilhaft auswirken, (siehe Kapitel 2.2.2.1) kann aber auch zu schwerwiegenden Missverständnissen führen, da die nonverbalen Zusatzinformationen zum geschriebenen Wort fehlen.

#### **4.2.2 Die asynchrone Kommunikation**

Das betrifft vor allem Online- Beratung per Email und Foren, also die Formen asynchrone Computervermittelten Kommunikation. In der Regel vergeht einiges an Zeit bis eine Email bzw. ein Posting in einem Forum, von einem Berater beantwortet werden kann. Durch diesen Zeitverlust kann es sein, dass die Antwort den Problemlagen oder Gefühlszuständen der oder des Hilfesuchenden, nicht mehr gerecht wird. Die aktuelle Gefühlslage eines oder einer Ratsuchenden können sich oft sehr schnell verändern. Somit sind beispielsweise Mails die aus einer aktuellen Gefühlslage heraus geschrieben werden sehr schnell veraltet, ohne das dies der oder die EmpfängerIn mitbekommt. Wie ein oder eine BeraterIn mit solchen Situationen verfahren soll ist eine methodisch noch weitgehend ungelöste Frage.<sup>174</sup>

#### **4.2.3 Online- Beratung kann keine Therapie sein**

Die Abgrenzung zwischen Therapie und Beratung wurde bereits in Kapitel 1.2 dieser Arbeit vorgenommen. Darüber hinaus haben nahezu alle von mir interviewten ExpertInnen betont, dass eine Psychotherapie Online nicht wirklich durchführbar sei. In der Fachliteratur ist die Durchführbarkeit von Online- Therapie ebenfalls sehr umstritten. So wird einerseits die Meinung vertreten, dass eine Therapie, die ausschließlich Online stattfindet, nicht möglich ist, da der persönliche Kontakt zwischen

---

<sup>173</sup> Weissenböck, S./ Ivan, I./ Lachout, S. 2006 S.7 .[http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf) abgerufen am 11.09.2007

<sup>174</sup> vgl: Götz, N. 2003 S.29

TherapeutIn und KlientIn unabdingbar für eine erfolgreiche Therapie sei.

Andererseits wird von verschiedenen Autoren betont, dass Online- Therapie für eine bestimmte Zielgruppen durchaus Sinn machen könnte. Nämlich für KlientInnen bei denen schwerwiegende Störungen vorliegen, die jedoch auf Grund ihres Wohnortes, ihrer Symptomatik oder anderer Faktoren, kaum den Weg in eine Beratungsstelle finden würden.<sup>175</sup>

#### **4.2.4 Die Erreichbarkeit der Zielgruppe ist nicht immer gegeben**

Sämtliche Online- Beratungsangebote, setzen voraus, dass die angestrebte Zielgruppe sowohl über einen Zugang zum Internet verfügt, als auch über die notwendigen Kompetenzen, diesen sinnvoll zu nutzen. Das führt natürlich im direkten Wege zu der lange Zeit recht heftig geführten Diskussion über einen Digital Divide,<sup>176</sup> also Ungleichheiten im Zugang zu und im Umgang mit digitalen Kommunikationsmedien.

Der Begriff des Digital Divide hat sich im Verlauf der mittlerweile schon mehr als ein Jahrzehnt andauernden Diskussion gewandelt. Diese Wandlung ging natürlich eng mit der zunehmenden Verbreitung des Internet einher. Besonders in den westlichen Industriegesellschaften verbreitete sich das Internet mit großer Geschwindigkeit, womit die Frage nach dem Zugang an Bedeutung verlor

Ging es also ursprünglich lediglich um die Diskussion der Ungleichheit der "Have" und der "Have not" in Bezug auf den Zugang zum Internet, so entwickelte sich der Begriff mit der Zeit zu einem wesentlich differenzierten Inhalt. So geht es in der neueren Forschung hauptsächlich um den Zusammenhang zwischen ungleich verteilten sozialen Chancen und der Aneignung neuer Medien. *"Sozial ungleich verteilte Chancen bestimmen die ungleiche Verbreitung und Aneignung neuer Medien, insbesondere des Internets, die sozialen Unterschiede im Zugang zu und Umgang mit den neuen Medien wirken sich umgekehrt wieder in Form zusätzlicher sozialer Ungleichheit aus."*<sup>177</sup>

---

175 vgl: Hinrichs, C. 2003 S.45

176 Der Begriff basiert auf der sogenannten "Wissenklufthypothese" welche bereits im Jahre 1970 von Tichenor, Donohue und Olin aufgestellt wurde. "As the Infusion of mass media information into a social system increases, segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire this information at a faster rate than the lower status segments, so that the gap in knowledge between these segments tends to increase rather than decrease" (Tichenor, Phillip J./Donohue George A./Olien, Clarice N 1970, S. 159).

177 Aicholzer ,G. 2003 s.183 <http://www.oeaw.ac.at/ita/ebene5/GAdigitaldivide.pdf> abgerufen am

Dies bringt uns natürlich wieder zurück zum Ursprung des Begriffes Digital Divide und zur Wissenskluft- Hypothese der 1970er Jahre.

Dementsprechend wird der Fokus der Diskussion auch immer stärker auf die Thematik der Nutzungsgründe und Nutzungsdifferenzen gelegt. D.h. es werden die Fragen "Warum nutzen Menschen das Internet bzw. Warum nicht?" als auch "Wer nutzt das Internet wie ?" untersucht. So kommen etwa Otto/Kutscher/Klein/Iske in ihrer Studie "Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet ?" zu dem Schluss *"...dass die häufig beschworenen Erwartungen an das Internet (Demokratisierung des Zugangs zu Informationen, Mitbestimmungsmöglichkeiten für alle, Nivellierung von sozialen Unterschieden durch die Anonymität des Netzes u.v.m.) weitgehend von Offline Kontextbedingungen wie beispielsweise Lesekompetenz, technischen Fähigkeiten, Vorwissen, kritischer Reflexion etc. abhängig sind"*<sup>178</sup>

Außerdem wird auch zunehmend über einen kompetenten Umgang mit den neuen digitalen Kommunikationsmedien diskutiert. Das setzt aber wiederum voraus, dass eine entsprechende Mediensozialisation stattgefunden hat. *"Wie kompetent , selbstbestimmt und kreativ Kinder und Jugendliche mit dem Internet und der Online- Kommunikation umgehen, ist somit nicht einfach deterministisch eine Folge des medientechnologischen Potenzials der neuen Medien, sondern hängt wesentlich davon ab, ob und wie ihnen im Verlauf ihrer Mediensozialisation das entsprechende Potenzial durch Kameraden und Erwachsene oder aber in der Schule erschlossen worden ist."*<sup>179</sup> In diesem Zusammenhang ist mittlerweile bereits von einem so genannten „Second- Level Digital-Divide“<sup>180</sup> die Rede

Das Problemverständnis ist also der reinen Diskussion über die Zugangsmöglichkeiten zum Internet entwachsen und bewegt sich mehr in Richtung der kompetenten Nutzung des Mediums. Das ändert allerdings nichts an der Tatsache, dass ein Digital Divide existiert. Er verlagert sich nur auf eine andere Ebene. Somit ist auch klar, dass nicht jede beliebige Zielgruppe durch Online- Beratung erreicht werden kann, sondern nur solche Zielgruppen die neben den technischen Voraussetzungen auch über die nötige

---

12.09.2007

<sup>178</sup> Otto,U.O/Kutscher,N/Klein, A/Iske, 2005 S.7

<http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung5/Pdf-Anlagen/jugend-internet-langfassung.property=pdf.bereich=.rwb=true.pdf> abgerufen am. 12.09.2007

<sup>179</sup> Bonfadelli, H 2005 S.

<sup>180</sup> vgl: Hargittai, E. (2002): [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/) abgerufen am 12.09.2007

Mediennutzungskompetenz verfügen.

## **5. Zukunftsperspektiven von Online Beratung**

Nachdem im vorhergehenden Kapitel erste Schlüsse bezüglich den Möglichkeiten, Vorteilen und Grenzen von Online- Beratung gezogen wurden, sollen im nun folgenden Kapitel erste Prognosen bezüglich zukünftiger Trends in der Online- Beratung gewagt werden.

### **5.2 Angebote für bisher kaum wahrgenomme Zielgruppen**

Leider existiert bisher keine vollständige Auflistung über die Anzahl von Online-Beratungsangeboten in Österreich oder Wien. Einen kleinen Hinweis darauf, wie viele Online- Beratungsangebote es gibt bzw. welche Zielgruppen angesprochen werden sollen, bietet zumindest die Seite [Sozialinfo.wien.at](http://sozialinfo.wien.at)<sup>181</sup> für Wien. Diese Liste ist natürlich zwar bei weitem nicht vollständig, es lässt sich aber, was die angepeilten Zielgruppen betrifft, durchaus ein Trend erkennen.

So umfasst diese Liste im Moment 15 Online- Beratungs- Angebote. 5 Angebot also rund ein Drittel richten sich dezidiert an Jugendliche und junge Erwachsene. 3 Angebote haben Frauen als Zielgruppe, 2 bieten Beratung zum Thema Sucht an und die restlichen 6 Angebote haben verschiedene Zielgruppen.

Bisher nicht vorhanden sind Online- Beratungsangebote für ältere Menschen.

Angesichts des demographischen Wandels in den westlichen Industriegesellschaften scheint sich gerade diese Zielgruppe besonders für zukünftige Online-Beratungsangebote zu eignen. Betrachtet man die Internetnutzung der österreichischen Bevölkerung sortiert nach Altersgruppen (Abb.8) so fällt auf, dass bereits jetzt 27% der über 60 jährigen und 66% der 50 bis 59 jährigen das Internet regelmäßig nutzen.

Zudem kann davon ausgegangen werden das zukünftige ältere Generationen. sich in Bereichen wie Bildung, Erfahrung. mit modernen Technologien und Einkommen massiv von der jetzigen alten Nachkriegsgeneration unterscheiden. Somit werden die Hindernisse, die heutige ältere Menschen von der Nutzung moderner Kommunikationstechnologien abgehalten haben, allein durch die gesellschaftliche

---

<sup>181</sup> <http://sozialinfo.wien.gv.at/content/de/10/Institutions.do?senseid=745> abgerufen am 06.12.2007

Entwicklung ihre Gültigkeit verlieren.<sup>182</sup>

Davon ausgehend ergeben sich hier natürlich auch neue Zielgruppen für Online-Beratungsangebote.

Eine weitere Zielgruppe für die es ebenfalls kaum Online- Beratungsangebote gibt ist

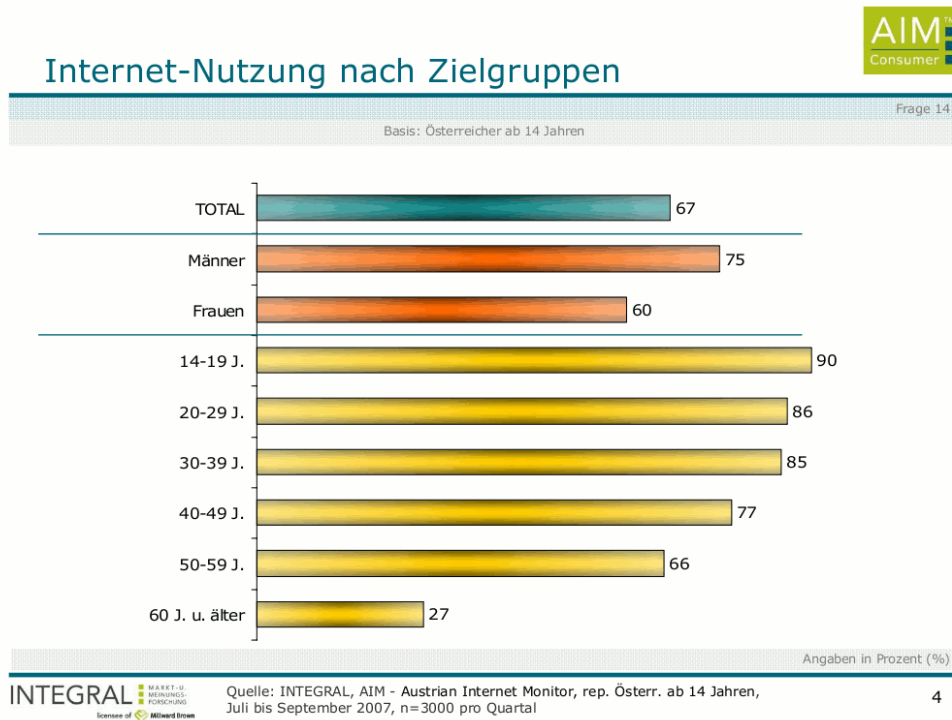


Abb.8 Internetnutzung der österreichischen Bevölkerung 3.Quartal 2007<sup>183</sup>

die der Menschen mit Behinderung. Behinderte Menschen sehen sich nach wie vor mit zahlreichen Barrieren bei der Internetnutzung konfrontiert.

Leider liegen keine stichhaltigen Zahlen über die Internet- Nutzung von Menschen mit Behinderung in Österreich vor. Es kann jedoch vermutet werden, dass die Zahl der am Internet partizipierenden Menschen mit Behinderung nicht so ist. Vor allem für Menschen mit körperlichen Behinderungen, die wenig mobil sind, und daher oft Schwierigkeiten haben eine herkömmliche Beratungsstelle aufzusuchen, könnten entsprechende Online- Beratungsangebote von großem Nutzen sein.

Wie anhand dieser beiden Beispiele aufgezeigt wird gibt es also noch genug Potential für neue Zielgruppen in der Online- Beratung.

<sup>182</sup> vgl. Siekmeier, T (2006) S103 ff

<sup>183</sup> Abb 8 Quelle: Austria Internet Monitor [http://www.integral.co.at/dImages/AIM-Consumer - Q3\\_2007.pdf](http://www.integral.co.at/dImages/AIM-Consumer_-_Q3_2007.pdf) abgerufen am 06.12.2007

## **5.2 Die Etablierung von Qualitätsstandards für Online- Beratung.**

Ein zukünftiges Thema der Online- Beratung wird sicherlich die Etablierung von Qualitätsstandards für Online- Beratungsangebote im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich sein. Wie so etwas aussehen könnte und welche Initiativen dazu bereits existieren, wurde bereits in Kapitel 3.1 ausführlich beschrieben.

Angesicht von vielen äußerst unseriösen, oftmals kommerziellen Online- Beratungsangeboten im Internet wird es zukünftig noch wichtiger sein sich durch verbindliche Qualitätsstandards abzugrenzen.

Die Gründung der Dachverbände Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung sowie deren österreichisches Pendant, die ÖGOB, sind hier sicherlich ein Schritt in die richtige Richtung, da ja beide Verbände dezidiert auch mit der Absicht gegründet wurden , allgemeingültige und verbindliche Qualitätskriterien für Online- Beratung zu etablieren. Darüber hinaus wäre auch eine Diskussion auf europäischer Ebene zu führen, welche allgemeingültigen Standards für Online- Beratung formuliert werden könnten. Jedenfalls muss die Diskussion über Qualitätsstandards in der Online- Beratung weitergeführt werden, will man Online- Beratung als eigenständige Form der Beratung längerfristig etablieren.

## **5.3 Synchrone Kommunikationsmethoden der Online- Beratung werden an Bedeutung gewinnen.**

Es kann davon ausgegangen werden, dass synchrone Kommunikationsformen der Online- Beratung wie IRC oder Videokonferenzen zukünftig Bedeutung gewinnen werden.

Betrachtet man die enormen Zuwachsraten die beispielsweise Skype <sup>184</sup>verzeichnet, wird klar wie zukunftssträftig derartige synchrone Computervermittelte Kommunikationsformen sind. Der Erfolg von Skype wurde im Laufe der letzten Jahre

---

<sup>184</sup> Skype ist eine gratis erhältliche, proprietäre Voice over IP-Software, die sowohl das kostenlose Telefonieren im Internet, als auch kostenpflichtige Gespräche ins Fest- und Mobilnetz (SkypeOut) sowie eine Erreichbarkeit aus herkömmlichen Telefonnetzen (SkypeIn) ermöglicht. Darüber hinaus bietet Skype die Möglichkeit, Sofortnachrichten zu versenden - sprich zu chatten -, Dateien zu übertragen sowie Telefon- als auch Chat-Konferenzen mit mehreren Usern gleichzeitig abzuhalten. Seit 2006 unterstützt die Software auch Videotelefonie.

vgl: Lüthke K (2006) <http://comment.univie.ac.at/06-2/27/> abgerufen am 07.12.2007



sichtbar. Weltweit verzeichnet der Dienst über 100 Millionen registrierte User. Noch im Mai 2005 belief sich die durchschnittliche Zahl der Skype-User, die gleichzeitig online waren, weltweit auf knapp über 3 Millionen. Im Juni 2006 ist diese Zahl bereits auf über 6 Millionen User angewachsen.<sup>185</sup> Es zeigt sich also das gerade synchrone Formen der Computervermittelten Kommunikation immer beliebter werden und auch etablierte online- Beratungsangebote werden darauf reagieren müssen.

Einen Sonderfall der synchronen Kommunikationstechniken stellt die Video Konferenz dar auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.

### **5.3.1 Der Einsatz von Videokonferenzen in der Online- Beratung**

Videokonferenzen kommen zurzeit in der Online- Beratung fast gar nicht zum Einsatz, obwohl diese Kommunikationsform bereits auf eine lange Geschichte zurückblicken kann. (siehe auch Kapitel 1.4.7) Es gibt in Österreich derzeit kein einziges Projekt, das sich dieser Methode bedient.

Das mag auf den ersten Blick verwundern, denn gerade die Videokonferenz scheint rein oberflächlich betrachtet dazu geeignet zu sein einige gravierende Nachteile der herkömmlichen, textbasierten Beratungsmethoden wettmachen zu können.

Denn Ratsuchende und BeraterInnen können einander bei einer Videokonferenz sehen und hören und damit eigentlich ähnlich miteinander arbeiten wie in einer „Face to Face Beratung“ Somit wären die Nachteile wie der Verlust der nonverbalen Kommunikation (Kapitel 4.2.1) oder die asynchrone Kommunikation (Kapitel 4.2.2) eigentlich aufgehoben. Aber, wie gesagt, es scheint nur auf den ersten Blick so zu sein. Denn Videokonferenz ist eben nicht mit Face to Face Kommunikation vergleichbar. Es ist auch keine unvollständige Face- to Face- Kommunikation wie einige KritikerInnen anmerkten. Videokonferenz ist eine eigenständige Kommunikationsform.<sup>186</sup> Döring nennt verschiedene technische und soziale Gründe warum Videokonferenzen bisher sowenig Anwendung in der Online- Beratung fanden.

- Die Beteiligten sind an fixe Termine gebunden
- Sie sind identifizierbar d.h. der Vorteil der Anonymität fällt weg.
- Oft hat man mit technischen Problemen zu kämpfen, da die audiovisuelle Datenübertragung im Internet noch immer qualitativ unbefriedigend ist.

---

<sup>185</sup> vgl: ebd.

<sup>186</sup> vgl:Gotthelf, G. (2005) S:243

- Übungen and Konzentrationen sind erforderlich, um sich so vor der Kamera zu positionieren, dass das Bild für das Gegenüber auch akzeptabel ist.<sup>187</sup>
- Da auch das eigene Bild gesehen wird ergibt sich ein gewisser Ablenkungseffekt bzw. die eigene Unsicherheit erhöht sich. (Blickkontakt- Dilemma )
- Videokonferenzen lassen sich wie alle digitalen Kommunikationsformen sehr leicht aufzeichnen. Damit ist auch die Gefahr des Missbrauchs einer solchen Aufzeichnung gegeben.<sup>188</sup>

Trotz dieser unbestreitbaren Nachteile von Videokonferenzen kommt auch Döring zu dem Schluss, dass sich Beratung per Videokonferenz nicht als gänzlich ungeeignet einstufen lässt. Denn es gibt natürlich auch einige unbestreitbare Vorteile.

- Die synchrone Kommunikationsform  
Somit ist es möglich, dass Personen, innerhalb kürzester Zeit technisch vermittelt zeitgleich interagieren können und das unabhängig von der Entfernung der Standorte.
- Auch nonverbale Botschaften können vermittelt werden.  
Im Gegensatz zur bisherigen rein textbasierten Formen der Online- Beratung, können bei Verwendung der Videokonferenz auch nonverbale Signale übertragen werden. Aus weiter oben bereits angeführten Gründen kann das natürlich nicht im selben Ausmaß wie bei einer Face to Face- Beratung passieren, jedoch können zumindest einfache Non- verbale Botschaften übertragen werden.
- Die Eignung von Videokonferenzen für ganz bestimmte Zielgruppen  
Schmitz weist beispielsweise drauf hin, dass sich Videokonferenzen für bestimmte Zielgruppe wie gehörlose Menschen besonders eignen.  
Bei gehörlosen Menschen würden Probleme wie Ton- Bild- Asynchronizität oder das Blickkontakt- Dilemma keine Rolle spielen, da Blickkontakt und Wegblicken in der Kommunikation von Gehörlosen eine ganz andere Rolle spielen als bei Vollsinnigen Menschen.<sup>189</sup>

Angesicht dieser Tatsachen ist es durchaus vorstellbar, dass Videokonferenzen

---

<sup>187</sup> vgl. Günther, J. (2001) S. 133ff

<sup>188</sup> vgl: Döring, N. (2006) S. 113ff

<sup>189</sup> Schmitz, W.H. (1999) S:7 [http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz\\_klagenfurt\\_1999.pdf](http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf)  
abgerufen am 12.11.2007

zukünftig auch in Online- Beratung genutzt werden. Allerdings wurde in der mittlerweile fast 80 jährigen Geschichte der Videokonferenz (siehe Kapitel 1.4.7) deren Siegeszug schon öfter prophezeit, ist aber bisher nicht eingetreten.

## **6. Möglichkeiten, Grenzen und Zukunftsperspektiven aus der Sicht der ExpertInnen**

Nachdem in den Kapitel 4 und 5 dieser Arbeit auf Grund von Literaturstudien dargelegt wurde, welche Grenzen und Möglichkeiten bzw. welche Zukunftsperspektiven Online-Beratung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Non- Profit Bereich hat, soll im nun folgenden Kapitel dargestellt werden welche Möglichkeiten, Grenzen und Zukunftsperspektiven von Expertinnen gesehen werden, die in Ausübung ihrer Profession mit Online- Beratung befasst sind.

### **6.1 Zur Forschungsmethode**

Zunächst soll die Forschungsmethode kurz vorgestellt werden, nach welcher die vorliegende Untersuchung durchgeführt wurde. Es ist dabei im Wesentlichen mit Methoden der qualitativen Sozialforschung gearbeitet worden.

### **6.2 Die Fragestellungen**

Gemäß dem Fokus dieser Arbeit waren 2 zentrale Fragestellungen wichtig für die Untersuchung:

*1. Welche Möglichkeiten aber auch Schwierigkeiten zeigen sich bei Online- Beratung in Bezug auf:*

- *Zielgruppen*
- *die organisatorischen Rahmenbedingungen*
- *die Finanzierung*
- *die Themenfelder der Beratung*
- *den Methodeneinsatz*

*2. Die Abschätzung von zukünftigen Entwicklungen in der Online- Beratung in Bezug auf:*

- *Allgemeine Einschätzung der Zukunftsperspektiven von Online-*

### *Beratung*

- *die Sinnhaftigkeit einer eigene Ausbildung für Online-BeraterInnen*
- *die Sinnhaftigkeit des Einsatz der Methode der Videokonferenz*

### **6.3 Die Auswahl der ExpertInnen**

Bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt liegen keine schriftlichen Expertisen über die Anzahl der österreichischen Online- Beratungsangebote im sozialarbeiterischen, psychologischen und psychosozialen Bereich vor.

Ein kleiner Hinweis zumindest die Situation in Wien betreffend findet sich auf der Seite „[www.sozialinfo.wien.at](http://www.sozialinfo.wien.at)“<sup>190</sup>. Doch selbst diese Liste ist bei weitem nicht vollständig. Somit gestaltete sich die Auswahl einer Stichprobe zunächst schwierig, da laut Schreiber die Grundidee einer Stichprobe ist „...*Aussagen über die Grundgesamtheit machen zu können, ohne alle darin befindlichen Objekte untersuchen zu müssen*“.<sup>191</sup>

Schreiber legt weiter fest, dass die ausgewählten Einheiten die Grundgesamtheit angemessen repräsentieren.<sup>192</sup> Denn die Untersuchungseinheiten sollen quasi stellvertretend für alle Objekte stehen, zu denen ich Aussagen treffen möchte. Da in diesem Fall die Grundgesamtheit, also die Gesamtheit aller Online- Beratungsangebote im sozialarbeiterischen, psychosozialen und sozialpsychologischen Kontext in Österreich nicht zu eruieren war, wurden die Expertinnen bzw. die Einrichtungen in denen sie tätig sind, nach verschiedenen Merkmalen ausgewählt, die für die Fragestellung relevant erschienen.<sup>193</sup> Helffrich schlägt ein dreistufiges Verfahren zur Festlegung der Stichprobe vor.

- In einem ersten Schritt soll hierbei das inhaltliche Interesse an bestimmten Gruppen präzisiert werden. Wobei hier möglichst enge und präzise Bestimmungen sinnvoll sind.
- Weiters soll das Kriterium der so genannten „inneren Repräsentation“ betrachtet werden. Dieses kann als Gütekriterium einer Stichprobe durchaus das Kriterium der Repräsentativität ersetzen. Zu beachten ist hierbei jedoch, dass sowohl der Kern des Feldes als auch die abweichenden Vertreter hinreichend in

---

<sup>190</sup> <http://sozialinfo.wien.gv.at/content/de/10/Institutions.do?senseid=745>

<sup>191</sup> Schreiber, N. 1999 S.57ff

<sup>192</sup> vgl: ebd. S.58

<sup>193</sup> vgl: ebd. S. 60

der Stichprobe vertreten sind. Durch diese gewollte Heterogenität der Stichprobe sollen vorschnelle Verallgemeinerungen vermieden werden.

- In einem dritten und letzten Schritt soll nach der Durchführung der Interviews noch einmal geprüft werden, welche Konstellationen nun nicht in der Stichprobe vorkommen.

Somit ergibt sich eine enge Fassung der Gruppe, um die es gehen soll. Innerhalb dieser Gruppe jedoch eine breite Variation. Und um zum Schluss möglicherweise noch einmal eine Verengung der Gruppendefinition and damit eine Limitation der Aussagekraft.<sup>194</sup>

Schreiber schlägt zudem vor bei kleineren qualitativen Studien wie der hier vorliegenden, vor allem darauf zu achten, dass „...*die von der Untersuchungsfrage her bedeutenden Merkmale durch die Untersuchungsobjekte repräsentiert sind.*“<sup>195</sup>

Basierend auf diesen Parametern wurden für die Auswahl der ExpertInnen folgende Kriterien definiert:

- verschiedene Zielgruppen  
ExpertInnen zu interviewen, die mit unterschiedlichen Zielgruppen arbeiten, hatte bei der Auswahl die höchste Priorität. Oft wird Online- Beratung ja mit eher jugendlichen Zielgruppen assoziiert, da das Internet allgemein eher als Kommunikationsmedium für junge Menschen gesehen wird. Wichtig war daher ExpertInnen auszuwählen, deren Angebote sich an ganz unterschiedliche Zielgruppen richten.
- sozialarbeiterischer, sozialpädagogischer oder psychosozialer Beratungskontext  
Diese Einschränkung ergab sich aus dem allgemeinen Fokus der Arbeit.
- mindestens 1 Jahr oder länger Erfahrung mit Online- Beratung
- unterschiedliche Institutionsgrößen  
Auch hier war es wichtig eine Vielfalt in die Stichprobe einzubringen. Somit reicht die Größe der Institutionen von einem 2 Personen- Unternehmen „bis hin zu sehr großen Einrichtungen wie dem Verein „Neustart“ oder „pro mente Oberösterreich“
- österreichische Einrichtungen bevorzugt mit Standort Wien  
Prinzipiell galt bei der Auswahl der ExpertInnen der Standort Wien. Jedoch gab es in Wien kein vergleichbares Angebot wie das von „Pro mente

---

<sup>194</sup> vgl: Helfferich, C 2004 S.153ff

<sup>195</sup> Schreiber, N. 1999 S.60

Oberösterreich“ oder „Checkpoint“ die in St. Pölten beheimatet sind. Einrichtungen wie der Verein „Neustart“ oder „Rat auf Draht“ bieten ihr Angebot ohnehin Österreichweit an.

Folgende ExpertInnen wurden befragt:

1. Frau Mag.<sup>a</sup> Renate Ince „Verein Neustart“ <http://www.neustart.at/>  
Der Verein Neustart bietet Prävention, Diversion, Bewährungshilfe und Opferhilfe im Bereich der Straffälligkeit und Kriminalität. Im Bereich der Bewährungshilfe hat der Verein eine Quasi – Monopolstellung in Österreich. Mit 606 hauptamtlichen und 775 ehrenamtlichen MitarbeiterInnen<sup>196</sup> ist der Verein ein großer Sozialdienstleister in Österreich. Die Online- Beratung existiert seit 2002.
2. Frau Mag.<sup>a</sup> Manuela Zrnica „Rat auf Draht“ <http://rataufdraht.orf.at/>  
Rat auf Draht ist eine österreichweite Notrufnummer für Kinder und Jugendliche und Bezugspersonen. Hierbei wird von professionellen BeraterInnen (PsychologInnen, PsychotherapeutInnen, Lebens-& SozialberaterInnen) Beratung zu Themen wie Schwierigkeiten mit den Eltern, Probleme in der Schule, Streit mit FreundInnen, Liebeskummer, Sexualität etc. angeboten. Das Team umfasst 15 MitarbeiterInnen die eine Erreichbarkeit rund um die Uhr gewährleisten.<sup>197</sup> Das Online- Beratungsangebot existiert seit 2001
3. Frau Mag.<sup>a</sup> Claudia Lampert von „Pro Mente Oberösterreich“ <http://www.pmooe.at/>  
Pro Mente unterstützt Menschen in psychosozial schwierigen Situationen durch Beratung, Präventionsarbeit, Beratung zum Thema Sucht, durch Tagesstrukturierende Beschäftigungs- und Freizeitangebote, Angebote zur beruflichen Integration sowie durch verschiedene Wohn- und Lebensformen. Pro Mente betreibt ca. 150 Einrichtungen und beschäftigt rund 1200 MitarbeiterInnen in Oberösterreich.<sup>198</sup>

---

<sup>196</sup> [http://www.neustart.at/AT/de/Ueber\\_Neustart/Wir\\_ueber\\_uns/Daten/](http://www.neustart.at/AT/de/Ueber_Neustart/Wir_ueber_uns/Daten/) abgerufen am 20.11.2007

<sup>197</sup> <http://rataufdraht.orf.at/?story=195> abgerufen am 20.11.2007

<sup>198</sup> <http://www.pmooe.at/sitex/index.php/page.3/> abgerufen am 21.11.2007

Das Online- Beratungsangebot besteht seit 2004.

4. Frau Maria Louise Matejka von der „Telefonseelsorge Wien“

<http://www.moderndesign.at/telefonseelsorge/>

Die Telefonseelsorge Wien bietet Menschen in Krisensituationen kompetente Beratung und Unterstützung per Telefon. Die Telefonseelsorge beschäftigt ca. 150 ehrenamtliche MitarbeiterInnen. Das Online- Beratungsangebot besteht seit 2001.

5. Frau DSA Astrid Gerstl „Multiple Sklerose – Gesellschaft Wien“

<http://www.ms-ges.or.at/>

Die MS-Gesellschaft Wien ist eine gemeinnützige Nonprofit- Organisation zur Unterstützung der Multiple Sklerose-Betroffenen sowie zur Förderung der Erforschung und Bekämpfung der Multiplen Sklerose.<sup>199</sup> Die Gesellschaft selbst hat 1300 Mitglieder und 7 hauptamtliche MitarbeiterInnen. Das Online- Beratungsangebot besteht seit 2003.

6. Herr Werner Braun „Beratungsstelle Checkpoint“ <http://www.checkpoint-info.at/checkpoint.html>

Die Beratungsstelle „Checkpoint“ bietet Veranstaltungsbetreuung in verschiedenen niederösterreichischen Diskotheken. Diese Veranstaltungsbetreuung besteht aus Information, Beratung und kreativer Animation für Jugendliche und junge Erwachsene<sup>200</sup>. Das 2. Standbein von „Checkpoint“ ist die Onlineberatung. Diese wird seit 2005 angeboten.

7. Frau Mag.<sup>a</sup> Renate Skoda „Psychosennetz.com“ <http://www.psychosennetz.com>

Das Projekt Psychosennetz.com soll Angehörigen und Betroffenen kompetente Informationen über Psychose bieten. Es soll eine Plattform sein, die Betroffenen hilft, ihre Krankheit zu realisieren und mit ihr zu leben. Psychosennetz.com wird unter Anleitung von Mag.<sup>a</sup> Skoda von 3 von der Krankheit selbst betroffenen

---

<sup>199</sup> <http://www.ms-ges.or.at/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=listarticles&secid=8> abgerufen am 21.11.2007

<sup>200</sup> <http://www.checkpoint-info.at/checkpoint.html> abgerufen am 21.11.2007

jungen Erwachsenen betrieben<sup>201</sup>. Das Angebot besteht seit 2005

8. Frau DSA Bettina Weidinger „Österreichisches Institut für Sexualpädagogik“

<http://www.sexualpaedagogik.at>

Das Institut für Sexualpädagogik berät und begleitet bei allen Fragen rund um den Themenbereich Sexualität und Beziehung. Die Schwerpunkte umfassen sexualpädagogische Angebote für Schulen und außerschulische Jugendeinrichtungen, sowie Fortbildungsveranstaltungen für PädagogInnen im Schul-, Kindergarten- und Behindertenbereich, SchulärztInnen und JugendleiterInnen und die Internetberatung Sex and Love in Kooperation mit dem Jugend-Online Magazin [www.rbx.at](http://www.rbx.at)<sup>202</sup>

Das Online Beratungsangebot existiert seit 1999.

#### 6.4 Die Erhebungsmethode:

Für die Befragungen der einzelnen ExpertInnen wurde die Methode des „Problemzentrierten Interviews“ gewählt, wie sie von Mayring beschrieben wird.

Mayring nennt mehrere Grundgedanken des „Problemzentrierten Interviews“.

- *Das Problemzentrierte Interview wählt den sprachlichen Zugang, um seine Fragestellung auf dem Hintergrund subjektiver Bedeutungen, vom Subjekt selbst formuliert, zu eruieren.*
- *Dazu soll eine Vertrauenssituation zwischen Interviewer and Interviewten entstehen.*
- *Die Forschung setzt an konkreten gesellschaftlichen Problemen an, deren objektive Seite vorher analysiert wird.*
- *Die Interviewten werden zwar durch den Interviewleitfaden auf bestimmte Fragestellungen hingelenkt, sollen aber offen, ohne Antwortvorgaben, darauf reagieren.*<sup>203</sup>

Daraus ergibt sich, dass die Formulierung und Analyse eines Problems immer am Anfang stehen muss. Daher wurden aus den in Kapitel 6.2 definierten Fragestellungen ein Interviewleitfaden zusammengestellt der sich im Anhang dieser Arbeit findet.

---

<sup>201</sup> <http://www.psychosonetz.com> abgerufen am 21.11.2007

<sup>202</sup> <http://www.sexualpaedagogik.at/sites/first.html> abgerufen am 21.11.2007

<sup>203</sup> Mayring, P. 2002, S.69



Zu guter Letzt ist dafür Sorge zu tragen, dass das Interview auch festgehalten wird.<sup>204</sup>

Bei der gegenständlichen Untersuchung wurden Tonbandaufzeichnungen gemacht und diese dann wörtlich transkribiert

Die Interviews erfolgten im Zeitraum zwischen September und Oktober 2007. Die Kontaktaufnahme mit den InterviewpartnerInnen wurde telefonisch oder per E-Mail hergestellt. Den InterviewpartnerInnen wurde kurz das Anliegen sowie die Vorgehensweise der Befragung erklärt. Die Gespräche fanden meist am Arbeitsort der Befragten statt und dauerten zwischen 22 und 55 Minuten.

### **6.5 Auswertung:**

Um diese Transskripte in weiterer Folge auszuwerten, wurden die Techniken der Inhaltsanalyse angewandt. Das Charakteristikum einer Inhaltsanalyse bedingt, dass Kommunikation in einer protokollierten Art und Weise vorliegen muss, die ausgewertet werden kann. Hierbei ist es von Bedeutung, dass im Sinne einer Inhaltsanalyse systematisch vorgegangen und nicht frei interpretiert wird. Dieses systematische Vorgehen zeigt sich bei einer qualitativ „guten“ Inhaltsanalyse auch darin, dass sie theoriegeleitet vorgeht. Das vorhandene Material wird also unter dem Gesichtspunkt einer ganz bestimmten Fragestellung analysiert. Hierbei werden auch die einzelnen Analyseschritte von theoretischen Überlegungen geleitet.<sup>205</sup>

Solch systematische Inhaltsanalysen haben im Wesentlichen die Aufgabe „...*den Inhalt des Untersuchungsmaterials so zu verdichten, dass die Untersuchungsfragen durch die Beobachtung von Merkmalsausprägungen beantwortet werden können.*“<sup>206</sup>

Das wichtigste Hilfsmittel für eine derartige Verdichtung des Materials sind die inhaltsanalytischen Kategorien.

Die Kategorien bei der gegenständlichen Untersuchung wurden im Sinne einer induktiven Vorgehensweise direkt aus dem vorhandenen Material entwickelt. Wobei unter dem Aspekt der beiden Fragestellungen (siehe Kapitel 6.1) zunächst sämtliche Transskripte durchgegangen wurden. Hierbei wurden Notizen angefertigt, welche die Antworten auf die Untersuchungsfragen festhielten. In diesen Notizen wurden Gesprächsinhalte textgetreu in eigenen Worten wiedergegeben und der Inhalt einer Äußerung zu einem Thema hervorgehoben. Diese Notizen wiederum wurden in einem

---

<sup>204</sup> Mayring, P 2002 S. 70

<sup>205</sup> vgl: Mayring ,P 2000 S.12

<sup>206</sup> Schreiber, N. 1999 S. 93

weiteren Arbeitsschritt nach bestimmten Gesichtspunkten sortiert und unter Oberbegriffen zusammengefasst. Aus diesen Oberbegriffen wurden in einem weiteren Schritt die einzelnen Kategorien gebildet.<sup>207</sup> Hierbei wurden folgende Punkte besonders beachtet:

- Erfassen die Kategorien in ausreichender Weise, was analysiert werden soll?
- Sind die Kategorien, gut abgegrenzt, sodass das Untersuchungsmaterial eindeutig zugeordnet werden kann?
- Gibt es Vernetzung unter den Kategorien, sodass Zusammenhänge im Material erkannt werden können?
- Liegen die Kategorien einer Untersuchungsdimension alle auf einer logischen Ebene oder werden unterschiedliche Auswertungsgesichtspunkte miteinander vermengt. ?<sup>208</sup>

Basierend auf diesen Vorgaben konnten folgende Hauptkategorien aus den Interviews entwickelt werden.

1. *Möglichkeiten und Grenzen bezüglich der Zielgruppen von Online Beratung*
2. *Organisatorische Rahmenbedingungen und Finanzierung von Online-Beratung*
3. *Unterschiede in den Beratungsthematiken im Vergleich zum herkömmlichen Angebot der jeweiligen Einrichtungen*
4. *Vor und Nachteile der verwendeten Methoden von Online- Beratung*
5. *Die Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen*
6. *Zukunftsperspektiven von Online- Beratung*

Wobei sich dieser Punkt noch in drei weitere Unterkategorien teilt.

- a. *Allgemeine Einschätzung der Zukunftsperspektiven von Online-Beratung*
- b. *Einschätzung bezüglich der Sinnhaftigkeit des Einsatzes von Videokonferenzen in der Online- Beratung*
- c. *Alternative Formen der Organisation von Online- Beratung*

## **6.6 Die Ergebnisse der Untersuchung**

Im Folgenden werden nun die Ergebnisse der Auswertung dargestellt.

---

<sup>207</sup> vgl: Schreiber, N. 1999 S. 103ff

<sup>208</sup> vgl: Schreiber, N. 1999 S.106ff

### 6.6.1 Möglichkeiten und Grenzen bezüglich der Zielgruppen von Online Beratung

Bezüglich der Möglichkeiten und Grenzen potentieller Zielgruppen von Online-Beratung können nach Auswertung der Interviews folgende Aussagen getroffen werden. Folgende Vorteile wurden gesehen:

*Durch Online- Beratung können neue Zielgruppen gewonnen werden.*

Durch ein Online- Beratungsangebot können potentielle neue Zielgruppen angesprochen werden, die beispielsweise durch ein klassisches „Beratungsangebot“ nicht erreicht werden können. An dieser Stelle muss jedoch eine Differenzierung vor allem nach Alter und Geschlecht vorgenommen werden.

Die meisten der Befragten waren der Meinung, dass Online- Beratung vornehmlich jüngere Menschen zwischen 15 -50 sowie vor allem auch Frauen vermehrt anspricht. Zudem können auch Zielgruppen erreicht werden die beispielsweise unter Psychosen oder Phobien leiden und auf Grund dieser Erkrankungen oft Schwierigkeiten haben das Haus zu verlassen. „...(). D.h., man kann auch Leute erreichen, die nicht in der Lage sind oder nicht mehr rausgehen wollen oder schon alle Kontakte verloren haben.“<sup>209</sup>

Darüber hinaus gehen die ExpertInnen davon aus, dass sich durch Online-Beratungsangebote vor allem jüngere Menschen ansprechen lassen bzw. Menschen die anonym bleiben wollen. Fr DSA Astrid Gerstl meint dazu. „...()...also die Leute, die uns Fragen stellen, sind so in etwa bis 50. Jemand, der 67 ist, der fragt nicht mehr per E-Mail, sondern der ruft an oder kommt vorbei.“<sup>210</sup>

*Der Anteil der weiblichen Ratsuchenden ist bei Online- Beratung signifikant höher als bei herkömmlichen Beratungsformen.*

Nahezu alle ExpertInnen berichteten, dass der Anteil der weiblichen Ratsuchenden den der männlichen bei weitem übersteigt. Ein gutes Beispiel dafür bietet der Verein „Neustart“. Auf Grund der Tatsache, dass zwei der Hauptaufgabengebiete des Vereins „Neustart“ Bewährungshilfe und Haftentlassenhilfe sind, betreut der Verein in seinen herkömmlichen Einrichtungen überwiegend Männer. Bei der Online- Beratung kehrt sich dieses Verhältnis um, die Ratsuchenden sind überwiegend Frauen.

---

<sup>209</sup> Quelle: Interview Nr. 08

<sup>210</sup> Quelle: Interview Nr. 02

Schlüssige Erklärungen für den hohen Frauenanteil in der Beratung gibt es bis jetzt noch keine. Die meisten ExpertInnen meinten, dass gerade die schriftliche Form der Beratung und die weitgehende Anonymität Frauen besonders entgegenkommt. Frau Mag.<sup>a</sup> Renate Skoda erklärt es damit „...()..dass Frauen sich generell gern mehr ausdrücken. Bei Männern ist es schwieriger, dass sie sich ausdrücken. Wir haben schon, es ist nicht so, dass gar keine Männer da sind, aber die regelmäßigen Stammgäste, die immer wieder, und die sind dann im Forum auch, wo sich Freundschaften bilden untereinander, dass sind eigentlich Frauen.“<sup>211</sup> Dieser signifikant höhere Frauenanteil hat natürlich auch Auswirkungen auf die Themen die bei der Beratung zur Sprache kommen. So geht es sehr oft auch um sehr tabu beladene Themen wie Sexualität, Sucht oder Gewalt.

*Durch Online- Beratung lassen sich auch Zielgruppen zur Kontaktaufnahme mit einer Beratungsstelle bewegen, die eine große Hemmschwelle haben, persönlichen oder telefonischen Kontakt aufzunehmen.*

Durch ein Online-. Beratungsangebot lassen sich also wie bereits oben beschrieben nicht nur neue Zielgruppen gewinnen. Darüber hinaus können auch Menschen zur Kontaktaufnahme bewegt werden die aus verschiedensten Gründen Hemmungen haben eine solche persönlich aufzusuchen. Oft kann durch eine unverbindliche Online-Anfrage ein erster Kontakt hergestellt werden, der dann auch zu einer regelmäßigen Nutzung des herkömmlichen Beratungsangebotes einer Beratungsstelle führen kann.

Frau DSA Astrid Gerstl beschreibt die so: „...()...das ist eher für die Leute eine einfachere Form der Kontaktaufnahme. Ich hab den Eindruck, dass die Leute online eine Anfrage stellen, die sich nicht trauen zum Telefon zu greifen oder für die überhaupt der Schritt einmal herzukommen zu groß ist“<sup>212</sup>

Neben diesen Vorteilen von Online- Beratung in Bezug auf die Zielgruppe wurden auch Nachteile gesehen.

*Da Online- Beratung durch das Internet angeboten wird, lässt sich die tatsächliche Zielgruppe nur schwer feststellen.*

Bei einer herkömmlichen Beratungsstelle ist es zumeist relativ einfach eine Zielgruppe

---

<sup>211</sup> Quelle: Interview Nr. 08

<sup>212</sup> Quelle: Interview Nr. 02

genau zu begrenzen. Der geographische Standort bedingt ein bestimmtes Einzugsgebiet. Darüber hinaus kann bei persönlicher Beratung sehr schnell festgestellt werden, ob der oder die Ratsuchende in Bezug auf Alter und Anliegen der angepeilten Zielgruppe wirklich entspricht. Bei Online- Beratung ist dies oft nicht so einfach.

Selbst wenn bestimmte Daten zu Beginn der Beratung erhoben werden, lässt sich natürlich nur schwer bis gar nicht überprüfen, inwieweit der oder die Ratsuchende in Bezug auf Alter, Geschlecht oder Aufenthaltsort tatsächlich der angepeilten Zielgruppe entspricht. „...()...Grundsätzlich ist dieses Projekt und auch die Online-Beratung nur für Niederösterreich geplant. Wir sind vernetzt mit Beranet. Das ist aus Deutschland und dann melden sich natürlich viele KlientInnen aus Deutschland.“<sup>213</sup>

Ähnlich schwierig verhält es sich natürlich auch mit der Festlegung auf eine bestimmte Altersgruppe oder Geschlecht. Das macht es vor allem auch für Beratungsstellen schwierig die gezielt eine bestimmte Altersgruppe oder ein bestimmtes Geschlecht ansprechen wollen.

### **6.6.2 Organisatorische Rahmenbedingungen und Finanzierung von Online-Beratung**

Bei der Art der Finanzierung und bei der Organisation von Online- Beratung ergab die Befragung ein sehr uneinheitliches Bild. Während in manchen Einrichtungen Online-Beratung speziell gefördert wird, ja sogar Teil des Gesamtkonzeptes ist, sind andere Online- Beratungsangebote wiederum sehr stark vom Engagement einzelner MitarbeiterInnen abhängig. Ebenso wurde der Stellenwert, den das Online-Beratungsangebot innerhalb der jeweiligen Gesamtorganisationen einnimmt sehr unterschiedlich gesehen. Folgende Aussagen konnten nach Auswertung der Interviews getroffen werden:

*Online- Beratung nimmt gegenüber dem herkömmlichen Beratungsangebot einen geringen Anteil ein*

Die Online- Beratung macht in der Regel nur einen geringen Bestandteil der eigentlichen Beratungstätigkeit in den einzelnen Einrichtungen aus. Selbst in Organisationen die über kein „klassisches Face to Face“- Beratungsangebot verfügen wie beispielsweise „Rat auf Draht“ oder die Telefonseelsorge beträgt der Anteil der

---

<sup>213</sup> Quelle: Interview Nr. 05

Online- Beratungen nur einen Bruchteil dessen, was beispielsweise die telefonische Beratung ausmacht.

„Rat auf Draht“ beispielsweise führte im Jahre 2006 163.820 telefonische Beratungen durch, während im gleichen Zeitraum „nur“ 2427 Online- Beratungen gemacht wurden.<sup>214</sup>

Was die Anerkennung innerhalb der jeweiligen Gesamtorganisationen betrifft, so gaben die meisten Befragten an, das trotz des relativ kleinen Anteils von Online- Beratung am Gesamtangebot, die Online- Beratung als solche durchaus anerkannt ist, und deren Sinnhaftigkeit außer Frage steht. Frau DSA Renate Ince formulierte es so „...()... *es ist ein durchaus gewünschtes und mittlerweile von den Stunden her gut ausgestattetes Medium...()... Ich würde sagen, es ist ein kleines aber feines Instrument.*“<sup>215</sup>

*Online- Beratung wird als Zusatzangebot zum herkömmlichen Beratungsangebot gesehen und ist daher auch in der Regel als solches organisiert.*

In den Einrichtungen der befragten Expertinnen wird die Online- Beratung durchwegs als ergänzendes Zusatzangebot zur herkömmlichen Beratung gesehen und ist somit auch als solches organisiert. D.h. in eine größere Gesamtinstitution eingebettet und mit eher geringen finanziellen und personellen Mitteln ausgestattet. Die einzige Ausnahme in diesem Zusammenhang stellt das Projekt Checkpoint dar. Hier ist die Online- Beratung eine von 2 Säulen des Projektes. Die Aufteilung zwischen dem Angebot der Eventberatung und der Online- Beratung sollte laut Konzept 50%:50% betragen, liegt zurzeit aber eher bei 20% Online- Beratung zu 80% Eventberatung.<sup>216</sup>

*Die Finanzierung bzw. die Bereitstellung zeitlicher Ressourcen für Online- Beratung gestaltet sich oft schwierig*

Finanzierung von Online- Beratung ist schwierig und oftmals auf sehr kreative Methoden angewiesen. Fördergeber sind oftmals nicht bereit für ein Online- Beratungsangebot ein eignes Budget zur Verfügung zu stellen. Das führt oft dazu das die Einrichtungen die Online- Beratung anbieten, vielfach technisch schlecht ausgestattet sind, bzw. die MitarbeiterInnen die Online- Beratung neben dem „normalen Tagesgeschäft“ betreiben müssen. Stehen in den größeren Einrichtungen wie dem

---

<sup>214</sup> Quelle: Interview Nr. 07

<sup>215</sup> Quelle: Interview Nr. 06

<sup>216</sup> Quelle: Interview Nr. 05

Verein Neustart oder Pro Mente Oberösterreich“ zumindest ausreichend Stunden zur Verfügung in denen sich die MitarbeiterInnen der Online- Beratung widmen können, so sind kleinere Einrichtungen zumeist auf andere Lösungen angewiesen um das Angebot überhaupt aufrechterhalten zu können. Das Institut für Sexualpädagogik beispielsweise arbeitet mit Sponsoren. *„Wir arbeiten mit Sponsorfirmen z.B. Johnson & Johnson. Das läuft so mit Logo, klar definiert als Werbung, das wir auf die Beratungsseite geben“*<sup>217</sup> Jedoch gibt es auch Ausnahmen wie beispielsweise „Checkpoint“. Hier ist die Online-Beratung ein Teil des Gesamtkonzeptes und wurde dementsprechend auch mit einem eigenen Budget versehen.<sup>218</sup> Oft ist es jedoch eine Frage des persönlichen Engagements der einzelnen MitarbeiterInnen inwieweit Online- Beratung von den jeweiligen Institutionen gefördert und unterstützt wird.

### **6.6.3 Unterschiede in den Beratungsthematiken im Vergleich zum herkömmlichen Angebot der jeweiligen Einrichtungen**

Obwohl sich selbstredend viele Themenbereiche die im herkömmlichen Beratungsangebot vorkommen auch in der Online- Beratung wieder finden, wurden von den ExpertInnen, durchaus auch Unterschiede in den Thematiken ausgemacht.

*Tabuthemen oder sehr belastende Thematiken werden eher in der Online- Beratung angesprochen.*

Bei Thematiken, wie sexueller Missbrauch, Gewalt, Sucht etc, wird das Online-Beratungsangebot oft dem herkömmlichen Beratungsangebot vorgezogen.

Erklärt wurde das zumeist mit der weitgehenden Anonymität, welche Online- Beratung bietet. Darüber hinaus wurde beobachtet das Online- Beratung auch dazu genutzt wird um bestimmte Themen ausführlicher und emotionaler darzustellen. Frau DSA Bettina Weidinger beschreibt das folgendermaßen: *„...(..)..anders in der Online-Beratung ist die Art, wie ein Problem definiert wird. Es wird ganz schnell auf den Punkt gebracht. Relativ wenig codierte Fragen. Sie sind ausführlicher.“*<sup>219</sup>

Ebenso wurde der selbstreflektierende Aspekt der E Mail –Beratung (siehe Kapitel 4.1.6) vermehrt hervorgehoben. *„...(..)....Ich kann das erst lesen und mehr kontrollieren, das was ich geschrieben habe, nochmals durchlesen und muss nicht die Angst haben,*

---

<sup>217</sup> Quelle: Interview Nr. 04

<sup>218</sup> Quelle: Interview Nr. 05

<sup>219</sup> Quelle: Interview Nr. 04

*dass ich was von mir preis gebe.* <sup>220</sup>

*Der höhere Frauenanteil in der Online- Beratung wirkt sich auf die Thematiken aus.*

Durch den signifikant höheren Frauenanteil in der Online- Beratung (siehe Kapitel 6.2) ergeben sich ebenfalls thematische Unterschiede zum herkömmlichen Beratungsangebot. Als Beispiel sei hier „Checkpoint“ genannt. Während bei der Eventberatung hauptsächlich die Themen, Sucht, Beziehung und Sexualität zur Sprache kommen ist dies in der Online- Beratung anders. *“ In der Online-Beratung geht es in eine ganz andere Richtung. Der Frauenanteil ist groß – es sind meist Frauen und Mädchen und da sind die Anfragen in Richtung Persönlichkeitsstörung – Suizidalitätssituationen, ganz wenig Sucht-Geschichten. Um Beziehungsthemen wenig, ab und zu. Hauptsächlich melden sich Klientinnen, die eine massive Persönlichkeitsstörung haben.* <sup>221</sup>

*Wird offenes Forum oder Chat angeboten so ist der Erfahrungsaustausch das vorherrschende Thema.*

Einrichtungen, die ein Forum oder einen offen Chat anboten, konnten beobachten, dass diese oft für einen direkten Austausch zwischen den Ratsuchenden genutzt wurde.

Scheinbar werden Peer to Peer Aktivitäten dadurch gefördert, was wiederum ebenfalls Auswirkungen auf die besprochenen Thematiken hat. Neben dem Erfahrungsaustausch geht es dann auch vor allem um das Einholen von Informationen oder gegenseitige Motivation.

#### **6.6.4 Vor und Nachteile der verwendeten Methoden von Online- Beratung**

E- Mail ist die mit Abstand meist verwendete Methode in der Online- Beratung.

Chat und Forum führen hingegen noch immer ein Schattendasein, obwohl gerade im Chat von den ExpertInnen das größte Zukunftspotential gesehen wird.

*Anfragen per E- Mail sind in der Regel der erste Schritt zur Kontaktaufnahme mit der Beratungsstelle*

Selbst wenn andere Formen wie Chat oder Forum angeboten werden erfolgt der Erstkontakt am Beginn einer Online- Beratung in der Regel per E- Mail.

---

<sup>220</sup> Quelle: Interview Nr. 01

<sup>221</sup> Quelle: Interview Nr. 05



Aber nicht nur der erste Kontakt zur Online- Beratung erfolgt über E- Mail auch die erste Kontaktaufnahme zur Inanspruchnahme eines herkömmlichen Beratungsangebotes erfolgt oftmals über E- Mail.

#### *Der Chat eignet sich gut für akute Krisenberatung*

Die meisten der Befragten teilten die Meinung, dass Beratung per E- Mail für aktuelle Krisensituationen nicht geeignet ist, da die Kommunikation zu langsam erfolgt.

(siehe auch Kapitel 4.2.2). „...()... *E-Mail-Beratung ist so eine Sache – Anfrage und ich schreibe zurück – ich kann die KlientIn nicht wirklich zu einem Gespräch bekommen. Beim Chat kann ich reagieren.*<sup>222</sup>

#### *Offener Chat und Forum eignen sich sehr gut für „Peer to Peer“ Aktivitäten.*

Wie bereits im vorhergehenden Kapitel erwähnt eignen sich offener Chat und Forum speziell für „Peer to Peer“ Aktivitäten. Darüber hinaus sind offene Foren und Chat sofern angeboten, auch für Erfahrungs- und Informationsaustausch gut geeignet. Jedoch erfordern spezielle Foren erhöhten Administrations- und Zeitaufwand.

#### *Wenn Chat dann moderierter Einzelchat mit bestimmten Öffnungszeiten.*

Wenn Beratungsstellen den Chat als Methode einsetzen, dann zumeist in Form von Einzelchat mit bestimmten Öffnungszeiten, in denen ein Berater oder eine BeraterIn zur Verfügung steht. Manche Beratungsstelle, wie beispielsweise Checkpoint gehen auch so vor, dass sie Ratsuchende, die per E- Mail anfragen in den Chat einladen, da sich dieser durch seine synchrone Kommunikationsform besser für schnelle Kriseninterventionen eignet als E- Mail. Checkpoint war darüber hinaus auch die einzige der untersuchten Online- Beratungsangebote die neben dem Einzelchat auch noch einen moderierten Gruppenchat angeboten hat.

#### *Der Chat wird von allen Methoden als diejenige mit dem größten Zukunftspotential gesehen.*

Von allen angewandten Methoden wird dem Chat von den Expertinnen, das größte Zukunftspotential attestiert. Das wird vor allem mit der Möglichkeit der synchronen, gleichzeitig aber weitgehend anonymen Form der Kommunikation begründet die ein

---

<sup>222</sup> Quelle: Interview Nr. 04

Chat bietet.“ ...()... *Es ist eher auch in Zukunft hin die zeitgleiche Beratung das, was die Leute wollen. Sie wollen nicht warten auf ein Mail.*“<sup>223</sup>

#### *Für Chat oder Forum fehlen zumeist die Ressourcen*

Die ExpertInnen die nur E- Mail Beratung anbieten, begründeten den Umstand, das keine weiteren Methoden der Online- Beratung zur Anwendung kommen, damit, dass zumeist die finanziellen und personellen Ressourcen fehlen. Wie bereit erwähnt erfordern vor allem Foren einen erhöhten administrativen Aufwand. So kann ein Forum nur dann wirklich effizient genutzt werden, wenn jemand zur Verfügung steht, der dieses administriert und auch moderiert. Ist das nicht der Fall, so ist die Gefahr groß das das Forum mit Spam überschwemmt oder für Werbung missbraucht wird. Fr DSA Gerstl berichtet über das mittlerweile geschlossene Forum der Wiener MS- Gesellschaft „...()...*Es ist eine Zeit lang ganz gut gelaufen. Da haben wir jemanden gehabt, der hat eine Administration dafür gemacht...()... wenn man das gut betreut, funktioniert’s. Ohne Betreuung schläft’s sehr schnell ein.*“<sup>224</sup>

Ob man ein Forum oder einen Chat anbietet ist letztlich also auch eine Frage welche personellen und finanziellen Mittel zur Verfügung stehen.

### **6.6.5 Zukunftsperspektiven von Online- Beratung**

Bei der Einschätzung der Zukunftsperspektiven durch die ExpertInnen ergab sich ein sehr einheitliches Bild was die allgemeine Einschätzung der Zukunftsperspektiven von Online- Beratung bzw. den zukünftigen Einsatz der Methode der Videokonferenz betraf. Differente Meinung gab es jedoch bei der Frage nach der Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen

#### **6.6.5.1 Allgemeine Einschätzung der Zukunftsperspektiven von Online- Beratung**

Bei der allgemeinen Abschätzung der Zukunftsperspektiven ergab sich ein sehr einheitliches Bild. Folgende Aussagen konnten zusammengefasst werden.

*Online- Beratung wird an Bedeutung und Umfang zunehmen, jedoch auch in Zukunft eher ein Nischenbereich der Beratungsarbeit bleiben.*

Einigkeit herrschte darüber, dass Online- Beratung zukünftig an Bedeutung gewinnen

---

<sup>223</sup> Quelle: Interview Nr. 01

<sup>224</sup> Quelle: Interview Nr. 02

und das Bedürfnis nach Online- Beratung steigen wird. Auch wurde positiv vermerkt, dass Online- Beratungsangebote dem „Stiefkind- Dasein“ mittlerweile entwachsen sind und nun auch vermehrt auf Geschäftsführungs- und FördergeberInnen- Ebene wahrgenommen werden. Auch wurde von nahezu allen ExperInnen ein Anstieg der Anfragen vermerkt. Besonders stark steigt die Nachfrage im Moment bei Einrichtungen, die Jugendliche oder junge Erwachsene als Zielgruppe haben. „Rat auf Draht“ beispielsweise verzeichnete im Zeitraum Jänner- August 2007, bereits ebenso viele Anfragen wie im gesamten Jahr 2006.<sup>225</sup>

Trotz dieses Trends gingen aber die meisten ExpertInnen davon aus, dass Online- Beratung auch in näherer Zukunft gegenüber den herkömmlichen Beratungsangeboten eher eine Nischenposition einnehmen wird.

*Die Frage nach entsprechenden Qualitätsstandards für Online- Beratung wird in der Zukunft eine große Rolle spielen.*

Von einigen ExpertInnen wurde darauf hingewiesen das die Frage nach Qualitätsstandards für Online- Beratung zunehmend eine wichtige Rolle spielen wird. Zum einem wurde hier betont, dass es für Online- Beratungsangebote unerlässlich sei, Qualitätsstandards zu entwickeln wenn sie sich als ernstzunehmende Beratungsangebote etablieren möchten. Zum anderen wird auch die Notwendigkeit gesehen sich gegenüber unseriösen oftmals kommerziellen Beratungsangeboten abzugrenzen.

*Synchrone Formen der Online- Beratung wie Chat werden an Bedeutung gewinnen, E-Mail wird gleich bleiben.*

Sehr einheitlich waren auch die Einschätzungen darüber welche Methoden von Online- Beratung zukünftig an Bedeutung gewinnen werden. Der Beratung im Chat wird eindeutig das meist Zukunftspotential bescheinigt. (siehe auch Kapitel 6.5) Diese Einschätzung erfolgt auch unter der Annahme, dass Online- Beratung vor allem jüngere Menschen anspricht. „...().Ich könnte mir gut vorstellen, dass alles was direkt geht, mehr wird. Die Jungen gehen nach der Schule nicht zum Telefon sondern zum Computer chatten.“<sup>226</sup> Was die E- Mail Beratung betrifft so wird nach Meinung der ExpertInnen auch diese Form der Beratung in Zukunft eine große Rolle spielen, jedoch vom Umfang her eher gleich bleiben.

---

<sup>225</sup> Quelle: Interview Nr. 07

<sup>226</sup> Quelle: Interview Nr. 04

*Die Frage der Finanzierung von Online- Beratung wird verstärkt eine Rolle spielen.*

Wie und ob Online- Beratung in den jeweiligen Einrichtungen finanziert wird, wurde von den ExpertInnen ebenfalls als eine der wichtigen Fragen der Zukunft angesehen.

Zum einen ist bei kleinen Organisationen wie z.B. dem Institut für Sexualpädagogik, mittlerweile ein Trend zur kommerziellen Finanzierung mittels Sponsoren (siehe Kapitel 6.3). zu beobachten. Zum anderen wird in größeren Organisationen der Nutzen von Online- Beratung durchwegs erkannt und mittlerweile auch finanziell gefördert wie beispielsweise der Verein „Neustart“, der seine Online- Beratung in der Marketing- Abteilung angesiedelt hat.

#### **6.6.5.2 Die Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen**

Bezüglich der Sinnhaftigkeit einer eigenen Ausbildung für Online- BeraterInnen gab es sehr geteilte Meinungen. Während einige ExpertInnen eine spezielle Ausbildung nicht für notwendig erachteten, wurde sie von einigen auch sehr befürwortet. Befürwortet wurde eine spezielle Ausbildung für Online- BeraterInnen vor allem von ExpertInnen die bereits den Lehrgang für Online- BeraterInnen des Wiener Instituts für Freizeitpädagogik<sup>227</sup> absolviert haben. Einigkeit bestand jedoch darüber, dass Online- Beratung nur von BeraterInnen durchgeführt werden sollte, die über eine gewisse Beratungs- Erfahrung und eine Grundausbildung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Bereich verfügen. Die Aussagen können wie folgt zusammengefasst werden.

*Ausbildung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Bereich ist die Grundvoraussetzung für Online- Beratung*

Alle ExpertInnen waren sich darüber einig, das eine einschlägige Ausbildung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Bereich die Grundvoraussetzung darstellt, um überhaupt professionelle Online- Beratung anbieten zu können. Das Vorhandensein einer solchen Grundausbildung wurde von den ExpertInnen wesentlich wichtiger eingeschätzt als eine spezielle Ausbildung für Online- BeraterInnen.

---

<sup>227</sup> <http://www.wienextra.at/ifp/onlineberatung.asp?er=8> abgerufen am 03.12.2007

*Erfahrung mit Beratungsarbeit und Erfahrungen mit den speziellen Problematiken der jeweiligen Zielgruppe müssen vorhanden sein um Online- Beratung machen zu können.*

Erfahrungen mit Beratungsarbeit und Erfahrungen mit den speziellen Problematiken der jeweiligen Zielgruppe wurden von den ExpertInnen als wichtiges Kriterium gesehen um professionelle Online- Beratung durchführen zu können. Ebenso wurde angemerkt, dass BeraterInnen, die frisch aus der Ausbildung kommen und noch über wenig Erfahrung verfügen, keine Online- Beratung machen sollten.

*Die Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen, hängt sehr stark von den in der Ausbildung vermittelten Inhalten ab.*

Welche Inhalte das jedoch sein sollten, darüber gab es unterschiedliche Meinungen.

Einige ExpertInnen, hielten es für wichtig, dass vor allem das Schreiben und „richtige“ Lesen von Mails bzw. Chatkommunikation trainiert und geübt wird, während andere, den Fokus einer solchen Ausbildung eher bei rechtlichen Themen oder organisatorischen Rahmenbedingungen von Online- Beratung sahen.

### **6.6.5.3 Einschätzung bezüglich der Sinnhaftigkeit des Einsatzes von Videokonferenzen in der Online- Beratung**

Dem Einsatz von Videokonferenzen in der Online- Beratung standen die meisten ExpertInnen sehr skeptisch bis ablehnend gegenüber. Obwohl manche Expertinnen es durchaus für möglich hielten, dass diese Methode zukünftig auch für Online- Beratung benutzt wird, so konnte sich doch keine bzw. keiner der ExpertInnen einen Einsatz dieser Methode in ihrer bzw. seiner Einrichtung vorstellen. Folgende Gründe für diese Ablehnung wurden angeführt.

*Die Einrichtungen verfügen nicht über die notwendige technische Ausstattung*

Die meisten ExpertInnen führten an, dass die notwendigen technischen Voraussetzungen für Videokonferenzen nicht vorhanden sind, und auf Grund knapper finanzieller Ressourcen in absehbarer Zeit auch nicht beschafft werden können.

*Die Anonymität würde verloren gehen*

Die meisten der Befragten waren der Ansicht, dass gerade die Anonymität einen entscheidenden Faktor darstellt, der Online- Beratung für viel Ratsuchende erst attraktiv macht. (siehe auch Kapitel 4.1.5). Diese Anonymität ginge natürlich bei der

Videokonferenz verloren.

*Ungünstige Kamerapositionen könnten die Qualität der Beratung beeinflussen bzw. zu zuviel Ablenkung führen.*

Manche der Befragten befürchteten, dass ungünstige Kamerapositionen zu einer massiven Ablenkung vom eigentlichen Beratungsthema führen könnten.

*Manche Ratsuchende könnten sich überwacht fühlen*

Da Online- Beratungsangebote sehr oft auch von Menschen genutzt werden die an psychischen Krankheiten, Persönlichkeitsstörungen oder Psychosen leiden, wurde die Befürchtung geäußert, dass manche Ratsuchenden sich durch den Einsatz von Videokonferenzen als Beratungsinstrument überwacht und verfolgt fühlen könnten.

## **6.7 Zusammenfassung der Ergebnisse**

Fasst man nun die Ergebnisse der Befragung zusammen so ergeben sich folgende Vorteile von Online- Beratung aus Sicht der ExpertInnen:

- Durch Online- Beratung können neue Zielgruppen gewonnen werden
- Der Anteil der weiblichen Ratsuchenden ist bei Online- Beratung signifikant höher als bei herkömmlichen Beratungsformen
- Durch Online- Beratung lassen sich auch Zielgruppen zur Kontaktaufnahme mit einer Beratungsstelle bewegen, die eine große Hemmschwelle haben, persönlichen oder telefonischen Kontakt aufzunehmen
- Tabuthemen oder sehr belastende Thematiken werden eher in der Online- Beratung angesprochen
- Anfragen per E- Mail sind in der Regel der erste Schritt zur Kontaktaufnahme mit der Beratungsstelle
- Der Chat eignet sich gut für akute Krisenberatung
- Offener Chat und Forum eignen sich sehr gut für „Peer to Peer“ Aktivitäten

Dementsprechend wurden folgende Grenzen und Nachteile von Online- Beratung gesehen:

- Da Online- Beratung durch das Internet angeboten wird, lässt sich die tatsächliche Zielgruppe nur schwer feststellen.

- Die Finanzierung bzw. die Bereitstellung zeitlicher Ressourcen für Online-Beratung gestaltet sich oft schwierig
- Online- Beratung wird als Zusatzangebot zum herkömmlichen Beratungsangebot gesehen und ist daher auch in der Regel als solches organisiert
- Für Chat oder Forum fehlen zumeist die Ressourcen
- Der Einsatz von Videokonferenzen in der Online- Beratung wurde als eher nicht sinnvoll betrachtet.

Bezüglich der Zukunftsperspektiven von Online- Beratung wurden folgende Aussagen getroffen:

- Online- Beratung wird an Bedeutung und Umfang zunehmen, jedoch auch in Zukunft eher ein Nischenbereich der Beratungsarbeit bleiben
- Die Frage nach entsprechenden Qualitätsstandards für Online- Beratung wird in der Zukunft eine große Rolle spielen
- Synchrone Formen der Online- Beratung wie beispielsweise Chat werden an Bedeutung gewinnen
- Die Frage der Finanzierung von Online- Beratung wird verstärkt eine Rolle spielen

Was die Frage nach der Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online-BeraterInnen betrifft, waren die Aussagen sehr uneinheitlich und die Befragten teilten sich in BefürworterInnen und SkeptikerInnen bezüglich einer solchen Ausbildung.

Einigkeit herrschte jedoch darüber, dass eine Basisausbildung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Bereich, sowie Erfahrungen mit Beratungsarbeit und den speziellen Problematiken der jeweiligen Zielgruppe die Grundvoraussetzung für eine Tätigkeit als Online- BeraterIn ist.

## **7. Schlussfolgerungen und abschließende Bemerkungen**

In diesem letzten Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung noch einmal kurz zusammengefasst um im Anschluss die zu Beginn dieser Arbeit gestellte Forschungsfrage nach Möglichkeiten, Grenzen und Zukunftsperspektiven der Online-

Beratung beantworten zu können.

### **7.1 Die Möglichkeiten und Vorteile der Online- Beratung**

In Kapitel 4.1 dieser Arbeit wurden bereits verschiedene Möglichkeiten und Vorteile von Online- Beratung genannt. Diese waren im Einzelnen.

- Neue Zielgruppen
- Der Niederschwellige Zugang zum Beratungsangebot
- Offene Zugangsmöglichkeit
- Die Möglichkeit der zeitlichen Unabhängigkeit und der unmittelbaren Kontaktaufnahme:
- Der Vorteil der Anonymität
- Kompakte und wohldurchdachte Antworten
- Die Selbstbestimmtheit des Angebots

Vergleicht man diese in diese Möglichkeiten und Vorteile von Online- Beratung mit denen welche in Kapitel 6 von den ExpertInnen genannt wurden, so ergeben sich erwartungsgemäß viele Übereinstimmungen.

Die Vorteile die Online- Beratung in Hinsicht auf den niederschweligen Zugang (Kapitel 4.1.2), die räumliche und zeitliche Unabhängigkeit (Kapitel 4.1.4) und die Erschließung neuer Zielgruppen (Kapitel 4.1.1) bieten wurden von den ExpertInnen weitestgehend bestätigt. Jedoch kamen einige wesentliche Punkte hinzu.

Sehr wichtig erscheint dabei die Aussage der ExpertInnen, dass neue Zielgruppen durch ein Online- Beratungsangebot gewonnen werden können. Online- Beratung ist also tatsächlich dazu geeignet, Menschen anzusprechen, die ihren Fuß nie in eine Beratungsstelle setzen würden.

In diesem Zusammenhang gewinnt ein weiteres Ergebnis der Untersuchung noch mehr an Bedeutung nämlich der Umstand eines signifikant höheren Anteils der weiblichen Ratsuchenden in der Online- Beratung. Diese Form der Beratung scheint Frauen ganz besonders anzusprechen. Will eine Beratungsstelle zukünftig gezielt Frauen ansprechen, ist ein gutes Online- Beratungsangebot sicherlich eine Möglichkeit dieses Ziel zu erreichen. Leider können über die Gründe der Beliebtheit von Online- Beratungsangeboten bei weiblichen Ratsuchenden nur Spekulationen und Vermutungen angestellt werden. Weitere Untersuchungen zu diesem Thema wären wünschenswert.



Eine ebenfalls als zentral auszuweisende These, welche die Untersuchung ergeben hat, ist die Tatsache, dass so genannte Tabuthemen oder sehr belastende Thematiken eher in der Online- Beratung angesprochen werden. Hier spielt sicherlich der hohe Anonymisierungsgrad der Online- Beratung (Kapitel 4.1.5) und die damit einhergehende Enthemmung (Kapitel 2.2.3) in Bezug auf heikle Thematiken eine große Rolle.

Hierin dürfte wohl einer der größten Vorteile von Online- Beratung liegen.

Online- Beratung ist also ein Instrument, das dazu geeignet ist, Thematiken zu behandeln die in einer herkömmlichen „Face to Face“ - Beratung unter Umständen nie zur Sprache gekommen wären.

Auch die Tatsache das Online- Anfragen oft den ersten Schritt zur Kontaktaufnahme mit einer Beratungsstelle darstellen, ist wohl ein bedeutendes Argument für die Einrichtung von Online- Beratungsangeboten.

Das der IRC oder umgangssprachlich Chat sich besonders für akute Krisenbewältigung bewährt, überrascht ebenfalls nicht. Durch die synchrone Form der Kommunikation (siehe Kapitel (3.1.2) kann in akuten Krisen natürlich schneller Hilfestellung angeboten werden, als durch die asynchrone Form des Mails. Allerdings ist zu vermerken, dass sich gegenwärtig nur sehr wenige Online- Beratungsangebote des Chats bedienen.

Das offene Foren und Chats „Peer to Peer- Aktivitäten“ besonders unterstützen ist ebenfalls eine sehr einleuchtende Aussage. Allerdings ist in diesem Zusammenhang auch darauf hinzuweisen, dass jede Art von themenspezifischen Foren oder auch offenen Chats eine professionelle Form der Moderation brauchen. Andernfalls besteht die Gefahr der Zweckentfremdung oder des langsamen Einschlafens jeweiliger Aktivität.

## **7.2. Die Grenzen und Nachteile von Online- Beratung**

Grenzen und Nachteile von Online- Beratung wurden in Kapitel 4.2 ebenfalls bereits genannt. Im Einzelnen waren das:

- Der Verlust der nonverbalen Kommunikation
- Die asynchrone Kommunikation
- Online- Beratung kann keine Therapie sein
- Die Erreichbarkeit der Zielgruppe ist nicht immer gegeben

Auch was die Grenzen und Nachteile von Online- Beratung betrifft wurden die oben angeführten durch die ExpertInnen im wesentlichen bestätigt. Es kamen aber auch bei

diesem Punkt einige wesentliche Aussagen hinzu.

Bedeutsam in diesem Zusammenhang ist sicherlich die Tatsache, dass sich die tatsächliche angesprochene Zielgruppe oft nur schwer festmachen lässt. Jedoch ist hier zu berücksichtigen, dass Beratungsangebote im Internet nun mal quasi weltweit angeboten werden. Will man herausfinden wie die tatsächlich angesprochene Zielgruppe aussieht, müssten wesentlich mehr Daten erhoben werden, als das bisher der Fall war. Das wiederum würde sich sehr negativ auf den Faktor der Anonymität (Kapitel 4.1.5) auswirken, der ja als einer der größten Vorteile von Online- Beratung gesehen werden kann. Darüber hinaus kann in dem Umstand, dass sich die tatsächlich erreichte Zielgruppe eines Online- Angebots so schwer festmachen lässt möglicherweise auch als einer der Gründe gesehen werden, warum Fördergeber Online-Beratungsangebote oftmals nur zögerlich finanzieren.

Das führt uns zu einer weiteren Schwierigkeit in der Durchführung von Online-Beratungsangeboten. Die Finanzierung bzw. die Bereitstellung von zeitlichen Ressourcen gestaltet sich oft recht schwierig. Die Gründe dafür sind unterschiedlich.

Es liegt zum Teil in der mangelnden Anerkennung des Angebots innerhalb der eigenen Organisation, zum anderen werden die Möglichkeiten von Online- Beratung als sinnvolle Ergänzung zu herkömmlichen Beratungsangeboten noch nicht von allen Fördergebern gesehen. Hier wird noch einiges an Überzeugungsarbeit zu leisten sein.

Dass Online –Beratung in der Regel nur einen kleinen Teil der Arbeit einer Beratungsstelle ausmacht, war bereits aus den beiden idealtypischen Beispielen in Kapitel 3.4 ersichtlich und wurde von den ExpertInnen bestätigt. Somit ist Online-Beratung zumeist auch als ergänzendes Zusatzangebot zu einer bereits bestehenden Einrichtung zu sehen und auch so organisiert. Also wird Online- Beratung mit relativ wenigen bis gar keinen finanziellen und personellen Ressourcen ausgestattet oder überhaupt auf das persönliche Engagement einzelner MitarbeiterInnen angewiesen.

Jedoch gibt es gewisse Ausnahmen wie das Beispiel der Beratungsstelle „Checkpoint“ zeigt. Hier ist Online- Beratung Teil des Grundkonzeptes und sollte 50% der gesamten Beratungsarbeit ausmachen.

Der Einsatz von Videokonferenzen wurde von den meisten ExpertInnen äußerst skeptisch bis ablehnend beurteilt. Interessant hierbei war, dass nahezu die gleichen Argumente gebracht wurden die bereits in Kapitel 5.3.1 aufgezeigt wurden. Hinzu kam jedoch das Argument der mangelnden technischen Ausstattung. Scheinbar ist auch 80 Jahre nach ihrer Erfindung die Zeit noch nicht reif für den Einsatz von

Videokonferenzen.

### **7.3 Zukunftsperspektiven der Online- Beratung**

Bezüglich der Zukunftsperspektiven von Online- Beratung, decken sich die Aussagen der ExpertInnen ebenfalls in den meisten Punkten, mit den in Kapitel 5 aufgestellten Thesen.

So waren auch die ExpertInnen der Ansicht, dass die synchronen Kommunikationsformen sowie der Chat das größte Zukunftspotential haben. , was mit der guten Eignung des Chats für akute Krisenberatung argumentiert wurde. Durch die synchrone Kommunikationsform kann rascher und unmittelbarer auf Krisen reagiert werden als dies beispielsweise per E- Mail möglich wäre. Darüber hinaus wurde ein grundsätzlicher Trend zu eher synchronen Kommunikationsform (Stichwort Skype) ausgemacht.

Die Frage nach der Etablierung von Qualitätsstandards in der Online- Beratung wird in naher Zukunft ebenfalls eine nicht unbedeutende Rolle spielen. Es erscheint vor allem in Anbetracht der zahlreichen teilweise äußerst unseriösen Beratungsangeboten dringend geboten hier entsprechende Qualitätsstandards zu etablieren. Wie so etwas aussehen kann und welche Initiativen dazu bereits existieren, wurde in Kapitel 3.1 dieser Arbeit beschrieben. Will sich Online- Beratung als seriöse Beratungsform etablieren wird die Frage nach den Qualitätsstandards wohl die wichtigste fachliche Diskussion der nächsten Jahre sein.

Sehr klar waren die Expertinnen auch in ihrer Einschätzung bezüglich der Bedeutung die Online- Beratung in den nächsten Jahren haben wird. Online- Beratung wird zwar an Bedeutung und Umfang gewinnen, jedoch zumindest in naher Zukunft nach wie vor ein Nischenbereich der Beratungsarbeit bleiben und nicht wie vielfach befürchtet die herkömmlichen Formen von Beratung ersetzen.

Was mögliche zukünftige Zielgruppen betrifft so sind vor allem ältere und behinderte Menschen zu nennen. Die Internetnutzung dieser Gruppen ist im Steigen begriffen, dennoch gibt es noch recht wenige Beratungsangebote für diese spezifischen Zielgruppen.

Nicht eindeutig beantworten lässt sich hingegen die Frage nach der Sinnhaftigkeit einer speziellen Ausbildung für Online- BeraterInnen. Hier teilten sich die Expertinnen in

BefürworterInnen und SkeptikerInnen. Einigkeit bestand lediglich darüber, dass eine Basisausbildung im sozialarbeiterischen, sozialpädagogischen oder psychosozialen Bereich, sowie Erfahrungen mit Beratungsarbeit und den speziellen Problematiken der jeweiligen Zielgruppe die Grundvoraussetzung für eine Tätigkeit als Online- BeraterIn sind.

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass sowohl die hier vorgestellten Möglichkeiten und Vorteile ebenso wie die Grenzen und Nachteile , sowie die Zukunftsperspektiven ein Bild von einer Beratungsform umreißen, die auf dem besten Wege ist, sich als wirkungsvolle und effiziente Alternative zu herkömmlichen Beratungsformen zu etablieren.

# Anhang:

## Verwendete Literatur:

**Aicholzer, Gerhard (2003)**

**Digital Divides' in Österreich.**

In: RTR Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (Hg.), Breitband: Infrastruktur im Spannungsfeld mit Applikationen, Content und Services, Schriftenreihe der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH, Band 4, Wien, 184-199

<http://www.oeaw.ac.at/ita/ebene5/GAdigitaldivide.pdf> abgerufen am 12.09.2007

**Beck Klaus (2006)**

**Computervermittelte Kommunikation im Internet**

Oldenburg Verlag München Wien

**Belardi Nando u.a (1996)**

**Beratung- Eine sozialpädagogische Einführung**

Beltz Verlag Weinheim

**Breithaupt , Hans .Friedrich .(2005)**

**Dienstleistungen im Internet und ihre Qualität aus Kundensicht**

Deutscher Universitäts- Verlag Wiesbaden

**Bonfadelli, Heinz (2005)**

**Die Rolle digital- interaktiver Medien für gesellschaftliche Teilhabe**

erschienen in Medien und Erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik 49. Jahrgang Nr.6 Dezember 2005 S.6- 16,

kopaed Verlag München 2005

**Dormeier, Silke./Esser Frank. (2002)**

**Besonderheiten der Internetkommunikation**

<http://www.uni-koeln.de/ew-fak/psycho/Petzold/referate/dormeier.pdf> abgerufen am 04.09.2007

**Döring, Nicola, (2003)**

**Sozialpsychologie des Internet-** Die Bedeutung des Internet für

Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen

Hogrefe- Verlag. für Psychologie Göttingen

**Döring Nicola (2006)**

**Beratung und Medien**

in: „Handbuch psychologische Beratung“ S.96- 116 hrsg. von Christoph Steinbach

Klett- Cotta Verlag Stuttgart

**Engelmayr, Selina (2005)**

**Online Jugendberatung**

Einen Kommunikationswissenschaftliche Arbeit über eMail-, Chat- und Foren- Beratung

Diplomarbeit Universität Wien

**Gerö, Sandra (2005)**

**Kriterien der Qualitätssicherung für Online- Beratungsangebote**

Artikel erschienen in Medien und Erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik  
49. Jahrgang Nr.5 Oktober 2005 S.48 - 50, kopaed Verlag München 2005

**Gotthelf Gabriela (2005)**

**Gemeinsam an getrennten Orten ?-** zur Relevanz von Raum und Kontext in der Videokonferenz

Shaker Verlag Aachen

**Götz, Norbert. (2003)**

**Aufgefangen im Netz- psychosoziale Beratung im Internet-** Eine qualitative Studie mit Jugendlichen im Online-Interview

kopaed Verlag München

**Großmass Ruth (1997)**

**Paradoxien und Möglichkeiten psychosozialer Beratung.**

in: Nestmann Frank (Hrsg.): Beratung.- Bausteine für eine interdisziplinäre Wissenschaft und Praxis. S 111-136

Dgvt-Verlag Tübingen

**Günther Johann (2001)**

**Videokonferenz in der Lehre**

Braumüller Verlag Wien

**Hargittai, Eszter. (2002):**

**“Second-Level Digital Divide: Differences in People´s Online Skills”**

in: First Monday, volume 7, number4 (April 2002),

[http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/) abgerufen am 12.09.2007

**Helfferrich, Cornelia (2004)**

**Die Qualität qualitativer Daten-** Manual für die Durchführung qualitativer Interviews  
VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden

**Heller, Karin. (2002)**

**Psychosoziale Beratung im Internet -** Spezifische Kommunikationsstrukturen, Emotionalität und Verbundenheit in einer Selbsthilfenewsgroup

[www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1\\_2002\\_Heller.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2002_Heller.pdf) abgerufen am 11.09.2007

**Hinrichs, Christian (2003)**

**Onlineberatung-** Einführung zu einem neu erschlossenen Feld der sozialen Arbeit  
Rabenstück Verlag Chemnitz

**Hintenberger, Gerhard . (2006)**

**Taschentuchreich-** Überlegungen zur Methodik der Chatberatung

Artikel erschienen im E- beratungsjournal 2. Jahrgang, Heft 1 - März 2006

[http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0206/hintenberger.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf)

**Höflich, Joachim R. (1996)**

**Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation-** Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronischer Gemeinschaften"  
Westdeutscher Verlag Opladen

**Knatz, Birgit (2006)**

**Qualitätsstandards für die Online- Beratung**

Artikel erschienen im E- beratungsjournal 2. Jahrgang, Heft 2 – September 2006

[http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/knatz.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf) abgerufen am 15.09.2007

**Laga Gerhard (2002)**

**Rechtliche Aspekte der Online-Beratung**

in: [F1] Fachtagung zu Jugendforen, E- Mail- Beratung und Online-Kommunikation  
S.62- 68

<http://www.netbridge.at/dloads/f1bericht2002.pdf> abgerufen am 16.09.2007

**Lüthke Katharina (2006)**

**Social Software mit dunkler Seite-** Warum Internet-Telefonie via Skype Debatten über Freiheit und Missbrauch der Netze schürt

<http://comment.univie.ac.at/06-2/27/> abgerufen am 07.12.2007

**Mayring, Philipp (2000)**

**Qualitative Inhaltsanalyse-** Grundlagen und Techniken

Deutscher Studien- Verlag Weinheim

**Mayring Phillip (2002)**

**Einführung in die Qualitative Sozialforschung**

Beltz- Verlag Weinheim

**Meinhold, Marianne/ Matul, Christian (2003)**

**Qualitätsmanagement aus der Sicht von Sozialarbeit und Ökonomie**

Nomos Verlag Baden- Baden

**Münchrath, Richard (1995)**

**Qualitätsmanagement in Verkauf und Service**

Campus Verlag Frankfurt

**Münz Stefan/ Nefzger Wolfgang (1999)**

**HTML 4.0 Handbuch**

Franzis Verlag Poing

**Münz Stefan (2007)**

**Foren und Boards**

<http://aktuell.de.selfhtml.org/artikel/gedanken/foren-boards/index.htm> abgerufen

am 10.09.2007

**Nelson Eve- Lynn; Barnad, Martha, Cain Sharon**

**Treating Childhood Depression over Videoconferencing**

[www.hawaii.edu/hivandaids/Treating\\_Childhood\\_Depression\\_over\\_Videoconferencing.pdf](http://www.hawaii.edu/hivandaids/Treating_Childhood_Depression_over_Videoconferencing.pdf) abgerufen am 06.12.2007

**Nestmann, Frank (1997)**

**Beratung als Ressourcenförderung**

in: Nestmann Frank (Hrsg.): Beratung- Bausteine für eine interdisziplinäre Wissenschaft und Praxis. S 15- 38

Dgvt-Verlag Tübingen

**Payer, Margarete (2003)**

**Computervermittelte Kommunikation**

<http://www.payer.de/cmcc/cmcs01.htm> abgerufen am 11.09.2007

**Otto, Hans Uwe./Kutscher, Nadja./Klein, Alexandra./Iske, Stefan. (2005),**

**Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet ?**

Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zu Online-Nutzungsdifferenzen und Aneignungsstrukturen von Jugendlichen. Publikation im Rahmen der bundesinitiative Jugend ans Netz.

<http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung5/Pdf-Anlagen/jugend-internet-langfassung.property=pdf,bereich=,rwb=true.pdf> abgerufen am 12.09.2007

**Redlich, Alexander (1997)**

**Psychologische Beratung ist mehr als verkürzte Therapie.**

in: Nestmann Frank (Hrsg.): Beratung- Bausteine für eine interdisziplinäre Wissenschaft und Praxis. S 151-160

Dgvt-Verlag Tübingen

**Schallbruch, Martin (1995)**

**Electronic Mail im Internet**

<http://nicoladoering.net/Hogrefe/schallbruch.htm> abgerufen am 05.09.2007

**Schmitz, Walter, H. (1999)**

**Videokonferenz als eigenständige Kommunikationsform- Eine explorative Analyse**

[http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz\\_klagenfurt\\_1999.pdf](http://www.uni-essen.de/videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf) abgerufen am 12.11.2007

**Schmölzer Gabrielle (2004)**

**Strafrechtliche Probleme der Online-Beratung durch Psychologen und Psychotherapeuten**

in: „Festschrift für Manfred Burgstaller zum 65. Geburtstag“ hrsg. von Christian Grafl und Ursula Medigovic

Neuer Wissenschaftsverlag Wien Graz

**Schreiber Norbert (1999)**

**Wie mache ich Inhaltsanalysen ?- Vom Untersuchungsplan zum Ergebnisbericht**

R:G. Fischer Verlag Frankfurt/Main

**Sickendiek Urs/ Engel Frank/ Nestmann Frank, (2002)**

**Beratung- Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze**

Juventa Verlag Weinheim



**Siekmeier Thessen (2006)**

**Onlineberatung für Senioren-** psychosoziale Beratung im Internet als ergänzendes Angebot der Altenhilfe  
Tectum- Verlag Marburg

**Szynkariuk- Stöckl, Sandra (2005)**

**Professionelle E- Mail- Beratung am Beispiel der Wiener Talkbox.**  
Eine zukunftsweisende Entwicklung psychologischer Interventionsmöglichkeiten  
Dissertation Universität Wien

**Thiersch, Hans (1997)**

**Soziale Beratung.**

in: Nestmann Frank (Hrsg.): Beratung.- Bausteine für eine interdisziplinäre  
Wissenschaft und Praxis. S. 99-110  
Dgvt-Verlag Tübingen

**Tichenor, Phillip J./Donohue George A./Olien, Clarice N. (1970).**

**Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge.**

in: Public Opinion Quarterly, 34, S. 159-170  
Oxford University Press

**Vossler, Andreas(2005)**

**Das Jahrhundert der Beratung-** Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung von  
Beratungsangeboten  
erschieden in Medien und Erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik 49. Jahrgang  
Nr.5 Oktober 2005 S.9- 14  
kopaed Verlag München 2005

**Weber, Max (1988)**

**Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre**

hrsg. von Johannes Winckelmann  
J.C:B: Mohr (Paul Siebeck) Verlag Tübingen

**Wenzel, Joachim (2006)**

**Qualitätsmanagement mit integriertem Datenschutzmanagement bei Online-  
Beratung**

Artikel erschienen im E-beratungsjournal 2. Jahrgang, Heft 1 - März 2006  
[http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/wenzel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/wenzel.pdf) abgerufen am 14.09.2007

**Weissenböck Susanne, Ivan Irene, Lachout Sophie**

**Standards in der Onlineberatung** erarbeitet von den Einrichtungen kids-hotline (D),  
Partypack (D) und ChEck iT! (A) Artikel erschienen im E-beratungsjournal 2. Jahrgang,  
Heft 1 - März 2006 [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/lachout.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf)  
abgerufen am 14.09.2007

**Whittaker, Steve/ Sidner, Candace. (1997)**

**Email Overload:** Exploring Personal Information Management of Email

[http://sigchi.org/chi96/proceedings/papers/Whittaker/sw\\_txt.htm?searchterm=email+overload](http://sigchi.org/chi96/proceedings/papers/Whittaker/sw_txt.htm?searchterm=email+overload)

abgerufen am 10.09.2007

**Zehetner, Bettina/ Gerö, Sandra (2007)**

**Frauenspezifische Online- Beratung**

Bundesministerium für Gesundheit und Frauen Wien

### **Sonstige Publikationen:**

**Jahresbericht des psychologischen Dienstes des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Wien (MA 11) 2005**

**Broschüre „Frauenberatung Herbst/ Winter 2006/ 2007“**

**Verein „Frauen beraten Frauen“**

**Jahresbericht 2005**

**Des Vereins Frauen beraten Frauen**

Wien 2006

**Jahresbericht 2006 des Vereins Frauen beraten Frauen**

Wien 2007

### **Sonstige verwendete Weblinks und Online- Publikationen:**

**Das österreichische Psychotherapiegesetz**

<http://wlp.pips.at/pages/gesetz.htm#Berufsumschreibung> abgerufen am 05.09.2007

**Apranet**

<http://www.searchandgo.com/articles/internet/arpanet-2.php> abgerufen am 10.09.2007

**Forum Wien Xtra**

<http://forum.wienextra.at> abgerufen am 10.09.2007

**E-Mail Sicherheit mit GnuPG und PGP**

<http://www.uni-koeln.de/rrzk/sicherheit/pgp/> abgerufen am 05.09.2007

**Emoticon**

<http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon> abgerufen am 11.12.2007

**bots**

<http://home.nordwest.net/hgm/lex/b.htm> abgerufen am 10.09.2007

**Beranet**

<https://www.beranet.de/> abgerufen am 15.09.2007

**Netzjargon**

[http://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_der\\_Abk%C3%BCrzungen\\_\(Netzjargon\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Abk%C3%BCrzungen_(Netzjargon)) abgerufen am 15.09.2007

**Definition Qualität nach ISO**

<http://www.lernundenter.com/interaktion/qualitaet/definitionen/iso.htm>

abgerufen am 14.09.2007

**Verein Wiener Sozialprojekte Projekt ChEck iT! Rotenmühlgasse 26 1120 Wien**

<http://www.checkyourdrugs.at> abgerufen am 11.12.2007

[www.partyack.de](http://www.partyack.de) ein Projekt der Drogenhilfe Köln e.V. Fachstelle für

Suchtprävention Hans- Böckler- Str. 550354 Hürth abgerufen am 11.12.2007

<http://www.kids-hotline.de/> Träger der kids- hotline: Kinderschutz und

Mutterschutz e.V.

Liebherrstraße 5 D-80538 München abgerufen am 11.12.2007

**Verein Frauen beraten Frauen**

<http://www.frauenberatenfrauen.at/> abgerufen am 11.12.2007

**Deutsche Gesellschaft für Online- Beratung**

<http://www.dg-online-beratung.de/> abgerufen am 11.12.2007

**Österreichische Gesellschaft für Online-Beratung**

<http://www.oegob.net/> abgerufen am 11.12.2007

**Qualitätszeichen psychologische Online-Beratung**

<http://www.bdp-verband.org/html/siegel.html> abgerufen am 11.12.2007

**Sozialinfo.wien.at /Online Beratung**

<http://sozialinfo.wien.gv.at/content/de/10/Institutions.do?senseid=745> abgerufen am 27.11.2007

**Verein Neustart**

[http://www.neustart.at/AT/de/Ueber\\_Neustart/Wir\\_ueber\\_uns/Daten/](http://www.neustart.at/AT/de/Ueber_Neustart/Wir_ueber_uns/Daten/) abgerufen am 20.11.2007

**Rat auf Draht**

<http://rataufdraht.orf.at/?story=195> abgerufen am 20.11.2007

**Pro Mente Oberösterreich**

<http://www.pmooe.at/sitex/index.php/page.3/> abgerufen am 21.11.2007

**Multiple Sklerose Gesellschaft Wien**

<http://www.ms-ges.or.at/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=listarticles&secid=8>

abgerufen am 21.11.2007

**Beratungsstelle Checkpoint**

<http://www.checkpoint-info.at/checkpoint.html> abgerufen am 21.11.2007

**Psychosennetz.com**

<http://www.psychosennetz.com> abgerufen am 21.11.2007

## **Institut für Sexualpädagogik**

<http://www.sexualpaedagogik.at/sites/first.html> abgerufen am 21.11.2007

## **Lehrgang „Online- Beratung“ des Instituts für Freizeitpädagogik**

<http://www.wienextra.at/ifp/onlineberatung.asp?er=8> abgerufen am 03.12.2007

## **Austria Internet Monitor (AIM)**

<http://www.integral.co.at/Download/ergebnisse.php?level1=6> abgerufen am 11.12.2007

## **Abbildungs- und Tabellenverzeichnis:**

Abbildung 1: Formen Computervermittelter Kommunikation.....	S 24
Abbildung 2 Medienökologisches Modell nach Döring.....	S 34
Abbildung 3 Labiles Qualitätsgleichgewicht in Organisationen.....	S 51
Abbildung 4 Geschlechterverteilung der Talkbox- UserInnen im Jahr 2005.....	S 60
Abbildung 5 Geschlechterverteilung der Talkbox- UserInnen 10/2001- 09/2004.....	S 61
Abbildung. 6 Verteilung der Anfragen an die Talkbox auf Themenfelder.....	S 62
Abbildung: 7 Thematiken der Online- Anfragen 2006 Frauen beraten Frauen.....	S 65
Abbildung 8 Internetnutzung der österreichischen Bevölkerung 3.Quartal 2007.....	S 75

## **Interviewverzeichnis:**

**Interview 01:** geführt am 05.09.2007 mit Frau DSA Frau Maria Louise Matejka/  
Telefonseelsorge Wien

**Interview 02:** geführt am 06.09.2007 mit Frau DSA Astrid Gerstl/ Multiple- Sklerose  
Gesellschaft Wien

**Interview 03:** geführt am 08.09.2007 mit Frau Mag. <sup>a</sup> Claudia Lampert/ Pro Mente  
Oberösterreich

**Interview 04:** geführt am 10.09.2007 mit Frau DSA Bettina Weidinger/  
Österreichisches Institut für Sexualpädagogik

**Interview 05:** geführt am 17.09.2007 mit Herrn Werner Braun/ Beratungsstelle  
Checkpoint

**Interview 06:** geführt am 24.09.2007 mit Frau Mag. <sup>a</sup> Renate Ince/ Verein Neustart

**Interview 07:** geführt am 24.09.2007 mit Frau Mag. <sup>a</sup> Manuela Zrnic/ Rat auf Draht

**Interview 08:** geführt am 25.10.2007 mit Frau Mag<sup>a</sup> Renate Skoda/  
Psychosennetz.com

**Interview 09:** geführt am .13.12.2006 mit Frau Mag<sup>a</sup> Bettina Zehetner/ Verein „Frauen  
beraten Frauen“

**Interview 10:** geführt am 21.12.2006 mit Frau Dr.<sup>in</sup> Belinda Mikosz/ Psychologischer-  
Dienst des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Wien (MA 11)

## **Interviewleitfaden:**

### **Allgemeine Fragen zur Einrichtung:**

1. Beschreiben sie kurz die Einrichtung in der Sie arbeiten?
2. Welche Zielgruppe soll durch Online Beratung angesprochen werden?
3. Unterscheidet sich die Zielgruppe der Online Beratung von der des  
herkömmlichen Angebots?
4. Welchen Stellenwert nimmt Online Beratung innerhalb der Gesamtorganisation  
ein ? Organisation ?

### **Fragen zum Onlineberatungsangebot:**

- Wie viele Mitarbeiter sind mit Onlineberatung beschäftigt. ?
- Ist Online Beratung der Hauptteil des Angebots oder nur ein Teilbereich
- Wie viele Anfragen gibt es?
- Welche Methoden werden verwendet (Forum, Chat, E- Mail Beratung. etc) ?
- Welche Ziele werden mit dem Online Beratungs- Angebot verfolgt

### **Zukünftige Möglichkeiten von Online- Beratung:**

5. Wird Onlineberatung in ihrer Institution zukünftig an Bedeutung verlieren oder  
gewinnen. ?
6. Glauben sie das durch Onlineberatung neue Zielgruppen gewonnen werden  
können?
7. Welche Formen von Online Beratung halten Sie für ihre Institutionen für  
besonders zukunftsträchtig?
8. Wie schätzen Sie Beratung per Videokonferenz als neue Möglichkeit der

Onlineberatung für  
ihre Institution ein ?

9. Sollte man Onlineberatung zukünftig anders organisieren?

10. Halten sie Online Beratung in Form einer eigenständigen virtuellen Organisation für denkbar?

# Lebenslauf



## Über mich

Geburtsdatum: 20. Oktober 1971, Mistelbach

Familienstand: ledig, 1 Tochter (15 Jahre)

Staatsbürgerschaft: Österreich

## Schullaufbahn und Ausbildung

- 1978-1982 Volksschule in 2243 Matzen/ NÖ
- 1982-1990 BG und BRG Gänserndorf 2230 Gänserndorf/ NÖ
- 1990 Matura am BRG Gänserndorf
- 1990-1992 Studium Geschichte und Geographie an der Universität Wien (nicht abgeschlossen)
- 1992-1995 Akademie für Sozialarbeit Freytaggasse 32, 1210 Wien
- 2001 Ausbildung zum Webdesigner am WIFI- Wien
- 2002-2003 Ausbildung zum Netzwerktechniker am BFI Wien
- 2003-2004 TrainerInnenlehrgang bei Weidinger und Partner
- seit 2005 Masterstudienlehrgang „Sozialmanagement“ am FH Campus Wien in Kooperation mit FH Braunschweig

## Berufliche Erfahrung

- 1995- 1996 Zivildienst beim Roten Kreuz Gänserndorf
- 1996-1998 Sozialarbeiter im Jugendzentrum Hirschstetten 1220 Wien
- 1999- 2000 Sozialarbeiter in der Notschlafstelle für Jugendliche und junge Erwachsene der Bewährungshilfe (mittlerweile Verein Neustart) 1030 Wien
- 2001 Sozialarbeiter und Berufsberater im WUK – Monopoli-Beratungsstelle für Arbeitssuchende Jugendliche 1120 Wien

seit 2002

Clearer und Integrationsbegleiter im WUK – Domino  
Beratungsstelle für Arbeitssuchende Jugendliche mit besonderem  
Förderbedarf 1080 Wien