

# E-Interventionen : ein Überblick

Autor(en): **Weinhardt, Marc**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **40 (2014)**

Heft 3

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-800099>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# E-Interventionen: Ein Überblick

**Der Artikel beleuchtet Möglichkeiten und Grenzen von E-Interventionen für psychosoziale Arbeit. Im Zuge einer allgemeinen Einführung werden verschiedene theoretische Bestimmungsstücke, Merkmale und Formen von E-Interventionen vorgestellt. Am Beispiel der Mailberatung, einer weitverbreiteten Form von E-Interventionen, werden einige vertiefende Aspekte diskutiert. Es wird deutlich, dass kompetent erbrachte E-Interventionen mindestens drei Faktoren konzeptionell berücksichtigen müssen: medienspezifische Eigenheiten, institutionell-strukturelle Vorgaben und Grenzen sowie adressatInnenbezogene Aspekte. E-Interventionen erfordern deshalb eine begründbar eigene Fachlichkeit und sind mehr als die bloße Auslagerung vorhandener Dienste in das Internet.**

## Marc Weinhardt

Prof. Dr., Köllestrasse 17, D-72070 Tübingen, +49 (0)7071 297 43 83,  
mail@marcweinhardt.de, www.marcweinhardt.de

Schlagwörter: E-Interventionen | Online-Beratung | psychosoziale Arbeit |

## Soziale Arbeit und das Internet

Es ist mittlerweile keine Frage mehr, ob Einrichtungen, Fachkräfte und KlientInnen Sozialer Arbeit und psychosozialer Dienste das Internet nutzen oder nicht. Nach einer bisweilen stürmisch verlaufenen «Sturm- und Drangphase» kann zumindest von einer beginnenden Professionalisierung und Institutionalisierung internetvermittelter Sozialer Arbeit ausgegangen werden.<sup>1</sup> Gleichwohl steht für viele Arbeitsbereiche noch offen, ob der Status einer nachgeholten Modernisierung<sup>2</sup> Sozialer Arbeit im Internet überwunden ist. Bei genauer Betrachtung und Analyse nicht nur der programmatischen Entwürfe, sondern auch von Qualität und Nutzung tatsächlich realisierter Angebote, ist immer noch eine ausserordentlich grosse Heterogenität sichtbar. Das Internet – so könnte hier thesenhaft formuliert werden – agiert auch an dieser Stelle als Differenzverstärker, der Brüche zwischen Anspruch und Wirklichkeit zumindest auf den zweiten Blick deutlich zutage fördert. So lässt sich zum einen eine steigende Menge an Publikationen unterschiedlichster Couleur beobachten, bspw. in Form von Zeitschriften<sup>3</sup> oder auch Lehrbüchern,<sup>4</sup> die den zunehmend schon unübersichtlich werdenden Korpus zusammenfassen. Und doch bleiben trotz dieses umfangreichen Wissens manche Dienste und Angebote theoretisch sehr unterbestimmt, nutzen Chancen medial vermittelter Beratung nicht aus oder erkennen Gefahren, bspw. in Form von Datenschutzrisiken, zu spät. Erfreulicherweise sind aber auch hier erste Schritte zu erkennen, um die Umsetzung der teilweise anspruchsvollen Programme zukünftig sukzessive zu verbessern – bspw. in Form dachverbandlich erarbeiteter Qualitätsrichtlinien<sup>5</sup> und passender Fort- und Weiterbildungsformen für Fachkräfte in unterschiedlichen Expertisestadien.

## E-Interventionen, E-Prävention, Internetberatung, Internettherapie?

Was ist eigentlich genau damit gemeint, wenn von Sozialer Arbeit und psychosozialen Unterstützungsformen im Internet die Rede ist? Ähnlich wie im bisherigen Diskurs Sozialer Arbeit ist die Verständigung darüber, wo Intervention und Prävention jeweils ihren Platz haben und ins Verhältnis zueinander gesetzt werden, wie sich Beratung, Information und eingreifendes, bisweilen auch kontrollierendes Handeln zueinander verhalten, wie Einzelfall- oder Gruppenmassnahmen zu sehen sind etc., ein derzeit eher offener Prozess.<sup>6</sup> Der Begriff der E-Interventionen kann (im Plural geführt) als Oberbegriff für viele Angebote verwendet werden: Darunter fallen dann unspezifische Beratungsangebote (z.B. in Form allgemeiner Lebens- oder Krisenberatung), Fachberatungsangebote (z.B. als Schuldenberatung oder Erziehungsberatung) und schliesslich auch therapienahe oder tatsächlich (psycho-)therapeutisch konzipierte Unterstützungsangebote aus dem E-Health-Bereich.<sup>7</sup> Es handelt sich bei psychosozialer Arbeit im Internet also um eine sehr heterogene Gemengelage unterschiedlicher Angebote und Dienste, die die gesamte Komplexität traditioneller psychosozialer Versorgungsleistungen abbildet und zusätzlich mit den Spezifika des Mediums Internet, des «Cyberraumes», befasst ist. Tabelle 1 stellt einige exemplarische Formen und Begriffe vor.

Das Schema rückt zwei Dinge in den Fokus: Zum einen wird ersichtlich, dass es noch unterhalb der Interventionsebene im eigentlichen Sinne auch bedeutsame präventive Angebote gibt und dass, wenn diese – was meist der Fall ist – auf einer Webseite zusammen mit Interventionsangeboten im eigentlichen Sinn kombiniert dargeboten werden, der Interventionsbegriff zunehmend an Unschärfe gewinnt. Wer vermag bspw. zu sagen, an welcher Stelle des Inanspruchnahmeprozesses medial vermittelter Hilfe Intervention beginnt und Prävention endet, wenn ein substanzgebrauchender Mensch sich zunächst einige Tage auf einer Webseite informiert, in der Folge einen automatisch ausgewerteten Selbstauskunftsfragebogen bear-

Beispielhaftes Angebot	Verbindlichkeit & fallbezogene Strukturiertheit
Themenseiten zur Information	 niedrig        hoch
Fragebogen mit automatischer Auswertung, FAQ-Listen	
Selbsthilfeseiten, Bulletin-Boards	
Von Fachkräften moderierte thematische Foren	
Mediale Einzelberatung (Internet, SMS etc.) auf Laien-/Ehrenamtsbasis	
Professionelle mediale Einzelberatung (Internet, SMS etc.)	
Mediale Einzelberatung (Internet, SMS etc.), stellenweise mit therapeutischen Komponenten (z. B. Depressionsbehandlung, Nachsorge nach Klinik)	
E-Health, medial vermittelte Psychotherapie (Internet, SMS etc.)	

Tab. 1: **Beispiele für psychosoziale Unterstützungsangebote im Internet.**

beitet, schliesslich auf der von Fachkräften (mitmoderierten) Communityseite interaktiv in Erscheinung tritt und endlich um persönliche Mailberatung bei einer Fachkraft nachsucht. Die damit zum Ausdruck kommende Heterogenität zeigt, dass allein durch das Hinzufügen der E-Form also nicht unbedingt ein begriffsschärfender Mehrwert entsteht. Die spezifische Qualität des «E», also elektronisch-medial vermittelter psychosozialer Unterstützung, ist vielmehr je nach Massnahme sehr unterschiedlich von verschiedenen Teilqualitäten und Merkmalen des medial vermittelten Erbringungsverhältnisses abhängig.

### **Anonymität, Niederschwelligkeit, KlientInnenautonomie: zentrale Merkmale von E-Interventionen?**

Als spezifische Qualitäten medial vermittelter psychosozialer Hilfen werden in abstrakter Form meist Anonymität und Niederschwelligkeit angeführt. Die beiden Argumente werden dabei sowohl von Fachkräften<sup>8</sup> als auch von AdressatInnen<sup>9</sup> als bedeutsame Faktoren angesehen.

#### **Anonymität**

Anonymität, die sich spätestens seit den NSA-Abhörskandalen nicht nur als abstrakte Grösse darstellt, kann sich hierbei auf unterschiedlichen Stufen manifestieren. So wird z.B. meist grob zwischen tatsächlicher und faktischer Anonymität unterschieden. Während erstere eher schwer umsetzbar ist und erfordert, dass z.B. die Protokollierung von IP-Adressen umfänglich abgeschaltet ist (so dass auch Zeit und Ort des einwählenden Rechners nicht bestimmt werden können), ist letztere meist der Standardfall bei denjenigen Einrichtungen, die gezielt mit der Anonymisierung werben: KlientInnen können sich dann unter einem frei wählbaren Zugang für ein Angebot anmelden und müssen darauf vertrauen, dass Speiche-

rung und Weitergabe der Daten im Rahmen des meist in den Nutzungsbedingungen explizierten Umfangs erfolgen. Damit einher geht aber – und das bleibt häufig verdeckt – die Betonung feiner Unterschiede und Zuständigkeiten, denn in Fällen von Eigen- oder Fremdgefährdung ist dann zu entscheiden, ob z.B. eventuell vorhandene IP-Adressen zur Rückverfolgung<sup>10</sup> genutzt werden sollen. Die Verantwortung – auch dies ein Merkmal medial vermittelter Beratung – verschiebt sich hier weg vom personengebundenen Umgang der Fachkräfte und ihrer KlientInnen (die fallweise selber entscheiden können, z.B. Daten in Akten aufzunehmen) hin zu Festlegungen durch die technische Infrastruktur, die solche Daten global für alle entweder vorhält oder gerade nicht speichert und spätestens in gravierenden Fällen wie bspw. der Kindeswohlgefährdung das fachliche Handeln unmittelbar mitsteuert.<sup>11</sup>

#### **Niederschwelligkeit**

Neben der Anonymität wird Niederschwelligkeit als weiteres Kernmerkmal medial vermittelter Hilfe und Unterstützung angeführt. Auch in diesem Begriff sind unterschiedliche latente Dimensionen angesprochen: Zum einen, dass die Hilfe ohne grossen organisatorischen Aufwand und eingebettet in die alltäglichen Kommunikationsstrategien erreicht werden kann. Das ist die pragmatische Seite: Per Internet und über verschiedene Endgeräte, die selbstverständlicher Teil des kommunikativen Alltages sind, lässt sich auch psychosoziale Hilfe ohne grossen Aufwand erreichen. Die andere Dimension spricht die innerpsychische Absenkung der Schwelle zur Inanspruchnahme an. Während bspw. der Gang zu einer traditionellen Beratungsstelle noch immer zumindest für einen Teil der KlientInnen als potentiell stigmatisierend und beschämend eingeschätzt werden muss, wird die Inanspruchnahme von Hilfe in ihrer medial vermittelten Form als leichter erlebt, gerade wenn es um tabuisierte und anderweitig schwierig zu verhandelnde Anliegen geht.<sup>12</sup>

#### **Autonomie der KlientInnen**

Als drittes Bestimmungsstück lässt sich eine spezifische Form von Autonomie der KlientInnen anführen, die in E-Interventionen wirksam wird. Hiermit ist u.a. gemeint, dass die KlientInnen in der medial vermittelten Beratung in letzter Konsequenz viel mehr als in traditionellen Angeboten entscheiden können, wie häufig sie bspw. Hilfe einholen, wie verbindlich sie diese mitgestalten und was inhaltlich in dieser verhandelt wird. Eine so verstandene Autonomie ist im Gegensatz zur persönlichen Beratung kein Ergebnis kommunikativer Aushandlungsprozesse, sondern ein Strukturmerkmal von E-Interventionen.

#### **Differenz der Beratungsformen**

E-Interventionen lassen sich also in einer weiteren konkretisierenden Annäherung unter der Beachtung von Rahmenfaktoren wie Anonymität, Niederschwelligkeit und Klientenautonomie weiter analysieren und spezifizieren – wiederum bis zu dem Punkt, an dem dann ersichtlich wird, dass eine Globaldifferenz zwischen «E»-Formen und traditionellen Angeboten nicht immer die produktivste Leitdifferenz sein muss: Bspw. kann angesichts stark strukturierter Angebote, an denen sich Fachkräfte und KlientInnen hochgradig verbindlich arrangieren müssen – bspw. in Form einer Chatberatung zu ausgemachten Terminen und Themen – gefragt werden, ob ein solches Angebot tatsächlich noch niederschwelliger ist als traditionellere Unterstützungsformen wie z.B. offene Sprechstunden und Aktionen der «offenen Tür».

## Formen von E-Interventionen

### *Synchron – asynchron*

E-Interventionen lassen sich nach unterschiedlichen Merkmalen und Formen klassifizieren. Eine gängige Unterscheidung ist die zwischen synchronen und asynchronen Diensten: Während bei asynchronen Diensten immer eine Zeitverzögerung zwischen den Interaktionen besteht (z.B. in Form von Wartezeiten zwischen Beratungsanfragen und Antworten in der Mailberatung, der Auswertung und Bewertung eines diagnostischen Fragebogens durch eine Fachkraft oder dem Austausch auf einem Bulletinboard), ist bei synchronen Diensten das zeitgleiche Erscheinen auf der Beratungsplattform notwendig. Bekannte Beispiele hierfür sind der Chat oder die Videokommunikation (sofern sie nicht aus der Übermittlung fertiger Interventionsbausteine wie in einigen Telehealth-Angeboten, z.B. minddistrict.com, besteht).

### *InteraktionsteilnehmerInnen*

Eine weitere Systematik kann sich durch die Unterscheidung der Ansprachemodi ergeben, also der Frage, wer in einem Angebot mit welcher Menge an bekannten oder unbekanntem AdressatInnen kommuniziert. Mailberatung ist hier ein oft genanntes Beispiel für eine One-to-One-Kommunikation. In der Regel geht die Beratungsinteraktion zwischen zwei bekannten KommunikationspartnerInnen hin- und her. One-to-Many-Kommunikation findet statt, wenn eine Person in Richtung einer bekannten oder unbekanntem grösseren Menge kommuniziert. Beispiele hierfür sind ein Informationsangebot, in dem eine Fachkraft über Problem und Unterstützungsmöglichkeiten informiert oder ein Videovortrag, dem live zugehört werden kann. Many-to-Many-Angebote ermöglichen, dass verschiedene InteraktionsteilnehmerInnen untereinander kommunizieren können. Ein Bulletinboard ist hierfür ein asynchrones, ein tastatur- oder videobasierter Chat in einem virtuellen Gruppenraum ein synchrones Beispiel.

### *Unterschiedliche Medien in der E-Intervention*

Unterscheidbar sind E-Interventionen weiterhin nach dem gewählten Kommunikationsmedium: Im Medium Internet stehen verschiedene Dienste und Protokolle bereit, um Textnachrichten, Audio- und Videodaten zu übertragen. Daneben existieren vor allem seit der Verbreitung von Mobiltelefonen und später Smartphones mediale Kommunikationsmöglichkeiten ausserhalb des eigentlichen Internets, z.B. in Form von SMS oder WhatsApp-Nachrichten. Unabhängig von der gewählten technischen Form ist ein wichtiges Kennzeichen aller medialen Beratung, dass die Kommunikation meist automatisch protokolliert und gespeichert wird, zumindest ist aber in allen Diensten die Möglichkeit dazu gegeben. Dies leitet über auf eine weitere relevante Unterscheidung, nämlich der Beheimatung der E-Interventionen auf der jeweiligen Plattform. Zum einen – das ist die Mehrzahl der Anbieter – kann eine eigene Plattform unterhalten oder zumindest angemietet werden, meist in Form einer Webpräsenz und dem zugehörigen Server. Hier sind die Anbieter der E-Interventionen auch gleichzeitig Hausherrn, können also z.B. weitgehend (im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen) darüber konzeptionell entscheiden, ob und welche Daten gespeichert werden etc. Selbstverständlich können E-Interventionen aber auch auf fremden Plattformen durchgeführt werden – im Internet operierende Fachkräfte sind dann je nach Betrachtungsweise zu Gast (z.B. im Rahmen eines Kooperationsabkommens) auf anderen Plattformen oder wirken in Form «aufsuchender Arbeit» bisweilen auch ungefragt. Ein typisches Beispiel hierfür ist das Tätigwerden

auf Sozialen Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ.<sup>13</sup> Eine vermehrt zu beobachtende Mischform ist auch das Unterhalten einer eigenen Webseite und das Multiplizieren und Bewerben des Angebotes auf Sozialen Netzwerken und anderen bedeutsamen Orten im Internet. Das Tätigwerden auf fremden Plattformen ist dabei ein häufig unterschätztes Problem, denn je nach Nutzungsordnung des jeweiligen Dienstes gibt man viele Rechte an der sich abspielenden Kommunikation preis bzw. hat keinen Einfluss darauf, wie damit weiter verfahren wird – im Zuge der Qualitätsstandards psychosozialer Beratungsarbeit wäre hier z.B. immer kritisch zu fragen, ob der gewählte Ort auch ein geeigneter Ort ist um zu werben oder eine sonstige Aussenwirkung zu erzielen.

## Mischformen/Blended Counseling

Und schliesslich ist noch eine letzte Unterscheidung in den letzten Jahren (wieder) wichtig geworden, nämlich die Frage, ob ein mediales Angebot für sich alleine steht oder mit traditionellen Präsenzangeboten verbunden werden soll. Nachdem vor allem in der Sturm- und Drangphase viele Fachkräfte medial vermittelte Angebote mehr oder weniger explizit vor allem als «Türöffner» für bestehende Dienste gesehen haben, hat sich in der daraufhin folgenden Konsolidierung herausgestellt, dass es sinnvoller ist, zunächst von der Eigenständigkeit medial inszenierter Hilfen auszugehen. Möglicherweise war dies – im Nachhinein betrachtet – ein notwendiger emanzipatorischer Prozess von Hilfe aus dem Netz, dem sich nun neue Überlegungen z.B. nach Formen des Blended Counseling<sup>14</sup> anschliessen, die einseitige medienaffirmative oder kritische Positionen auslassen.

## Rein ins Netz und los? «Risiken und Nebenwirkungen» von E-Interventionen am Beispiel von Mailberatung

Die bisherigen Darstellungen machen deutlich, dass E-Interventionen sich nicht mehr im konzeptionellen Nebel diffuser Neuartigkeit bewegen. Vielmehr gibt es für viele Fragen erste Antworten aus Best-Practice-Modellen und gescheiterten Initiativen und langsam aber stetig auch zunehmende Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Thema E-Interventionen. Etwas zugespitzt gewendet ist also einiges an Risiken und Nebenwirkungen bekannt, auf die es sich einzustellen gilt, wenn ein neues Angebot ans Netz oder ein bereits bestehendes konzeptionell weiterentwickelt werden soll. Am Beispiel der Mailberatung sollen einige solcher Überlegungen vertiefend dargestellt werden. Die Wahl fiel deshalb auf Mailberatung als zur Vertiefung geeignete E-Intervention, weil sie bis heute die am meisten praktizierte Hilfeform darstellt, über die eine Fülle von Erkenntnissen vorhanden sind. Sie ist auch gleichzeitig diejenige Hilfeform, mit der eine Einrichtung zuerst im Internet präsent ist – andere Dienste wie Chat folgen einrichtungshistorisch meist auf eine (gelungene) Phase der Implementierung von Mailberatung. Im Folgenden sollen einige zentrale Überlegungen und Erkenntnisse bezüglich der Chancen und Grenzen von Mailberatung aus einer grösseren Studie<sup>15</sup> entlang konzeptioneller, struktureller und adressatInnenspezifischer Faktoren dargestellt werden, wobei in der Praxis alle drei Faktoren in Form eines jeweils einrichtungsspezifischen Bedingungsgefüges zusammenwirken.

### *Erfordernis der medienspezifischen Konzeption von Mailberatungsdiensten*

Nur die wenigsten Dienste beginnen ihre Tätigkeit von Beginn an nur im Netz, werden also als neuer Träger gezielt für mediale Beratung gegründet. Vielmehr wird in den allermei-



sten Fällen eine Erweiterung bestehender, kopräsent erbrachter Beratungsangebote in Angriff genommen. Schon an dieser konzeptionell frühen Stelle sollten sich EntscheiderInnen aber klar darüber sein, dass eine solche Ergänzung unter zwei differenten Logiken stattfinden kann: In der Effizienzlogik besteht die ausgesprochene (problematischer: die diffus unausgesprochene) Hoffnung, vorhandene Beratungskapazitäten besser ausnutzen zu können – Mailberatung wird also unter die generelle Erwartung der Beschleunigung gestellt. Die andere Logik zur Ergänzung eines bestehenden Face-to-Face-Angebotes besteht darin, im Sinne der Bedarfslogik neue, bisher nicht erreichte KlientInnengruppen anzusprechen. Im Zuge der Konzeptionsentwicklung ist schon an dieser Stelle zu prüfen, ob die strukturellen Gegebenheiten mit dem Implementierungswunsch vereinbar sind bzw. welche Einschränkungen von Anfang an mitbedacht werden müssen. Bspw. ist bekannt, dass insbesondere in konzeptionell offen gehaltenen Mailberatungsangeboten ein nicht unerheblicher Prozentsatz der KlientInnen eine auf Dauer gestellte Begleitung wünschen – Beratungen, die sowohl aufgrund der Länge der einzelnen Anfragetexte (mitunter mehrere Seiten) und der zugehörigen Prozesse (Monate und Jahre mit konstant hohem Mailaufkommen) jegliche Ideen der Beschleunigung und besseren Kapazitätsnutzung ad absurdum führen. In ähnlicher Weise muss die Erreichbarkeithypothese gegenüber neuen KlientInnen auf den Prüfstand gerückt werden – die leitende Frage hierbei ist dann, ob die intendierte Gruppe tatsächlich durch ein internetgestütztes Beratungsangebot in der geplanten Form

erreichbar ist. Die bis heute anhaltende Diskussion um die digitale Kluft thematisiert hier z.B. die Tatsache, dass nicht alle Menschen gleichermaßen auf Internettechnologien zugreifen können und wollen.

#### *Berücksichtigung struktureller Gegebenheiten*

Mailberatung erfordert genauso wie andere professionell erbrachte Dienstleistungen eine entsprechende strukturelle Ausstattung. Dies bezieht sich sowohl auf die Mikroebene von Personalkapazität und Personalqualifikation sowie der technischen Ausrüstung als auch auf eher abstrakte Strukturmerkmale wie Finanzierungskonzepte und daran sich anschließende Verpflichtungen. Hinsichtlich der Personalkapazität ist zu berücksichtigen, dass vor allem in der ersten Zeit der Implementierung eines Mailberatungsangebotes mit stark schwankendem KlientInnenaufkommen zu rechnen ist. Wenige Mitarbeitende mit nur kleinem und unflexibel zu handhabendem Teilzeit-Mandat für Mailberatung stellen hier ernsthafte Risikofaktoren dar, die dazu führen, dass im Zuge von Bedarfsspitzen schnell die Antwortzeiten nicht mehr eingehalten werden können oder der Dienst sogar zeitweise komplett vom Netz genommen werden muss. Dies ist eine Tatsache, die häufiger zu beobachten ist und bei einer Konzeption, die explizit auf Niederschwelligkeit und gute Erreichbarkeit abstellt, aus KlientInnensicht schon fast einer medialen Paradoxie gleichkommt.

Genauso wichtig wie das Bereitstellen von genügend Personalkapazität ist die notwendige Qualifikation der Mitarbeitenden.

Es existieren sowohl trägerunabhängige als auch trägerinterne Kompetenzprofile und Mindeststandards für gute Beratungsarbeit im Internet,<sup>16</sup> an denen sich neue Angebote messen lassen müssen. Auch hier kann ein Verweis auf die prinzipielle Neuartigkeit der Sache kein Argument sein, nicht früh um geeignete Schulung der FachkollegInnen nachzusuchen.

Die Qualität ist aus struktureller Sicht auch hinsichtlich der technischen Mindeststandards einzuhalten – unverschlüsselte E-Mails, ungesicherte Plattformen oder das unhinterfragte Nutzen datenschutzkritischer Dienste wie WhatsApp sind für psychosoziale Beratung sicherlich nicht zeitgemäss. Im Zweifelsfall stehen seit einiger Zeit auch ausgereifte Mietangebote, die speziell für Beratung im Internet entwickelt wurden, bereit, so dass sowohl die technische Infrastruktur als auch die Expertise zu ihrer Wartung problemlos beschafft werden können.

Schliesslich spielen die verwendeten Finanzierungsinstrumente eine bisweilen erhebliche Rolle hinsichtlich der strukturellen Bestimmung von Mailberatung. Ein bisher ungelöstes Problem ist bspw. der prinzipiell entörtlichte Zugriff auf Beratungsangebote, der sich nicht selten mit der Verpflichtung zum Einsatz regional finanzierter Mittel bricht. Dies führt bisweilen schnell zur Idee der Einführung von Zwangsregistrierungen, um bspw. den Wohnort zu überprüfen und damit die regionale Zuständigkeit sicherzustellen – ein Vorgehen, das aus Sicht der Ratsuchenden aber die Vorteile einer niederschweligen und anonymen Beratung geradezu kolportiert.

#### AdressatInnenspezifische Faktoren

Als letzter Punkt sollen adressatInnenspezifische Faktoren in den Fokus gerückt werden. Die mediale Vermittlung von Beratung führt nicht selten zu Vorannahmen und Stereotypen gegenüber der/den erwarteten KlientInnen. In der ersten Phase der Einführung von Mailberatung konnte man bspw. regelmässig in Fallsupervisionen beobachten, dass Fälle deshalb einen unbefriedigenden Verlauf genommen haben, weil BeraterInnen ihren eigenen – noch nicht gänzlich reflektierten – Standpunkt zum Medium Internet zur Richtschnur des beraterischen Handelns gemacht haben. KlientInnen, die dann bspw. nicht von der Mailberatung in die persönliche Beratung wechseln wollten, wurden als kontaktscheu oder neurotisch klassifiziert – ihre Medienwahl also zum Teil des beraterischen Problems gemacht. Dabei wurde schon in frühen Studien deutlich, dass AdressatInnen in der Mailberatung genauso heterogen sind wie Ratsuchende, die in Beratungsstellen erscheinen: Es finden sich sowohl gut integrierte Menschen, für die das Internet vor allem praktische Vorteile hat (z. B. Wegfall von Wegzeiten) als auch Menschen, die aus nachvollziehbaren Gründen zunächst eine anonyme Beratungsform wählen, um ihr Problem im für sie gebotenen Schutzraum mit ausreichend Autonomie zu bearbeiten. Neben der Würdigung der Heterogenität von InternetadressatInnen gilt es – gleichsam im vertiefenden Gegenzug – internetspezifische Kulturen so gut es geht zu kennen und zu respektieren. Dazu gehören spezielle Formen des Ausdrucks (z. B. Emoticons oder bestimmte Redewendungen), aber auch z. B. jugendkulturelle Besonderheiten, die sich im Internet entwickelt haben. So war bspw. in den Anfangsjahren der Mailberatung die Community von sich selbst verletzenden Mädchen ein sehr spezifisches Milieu, das sich

an ausgesuchten Orten im Internet getroffen hat. MailberaterInnen mussten notwendigerweise über bestimmte Merkmale dieses Milieus Bescheid wissen, um einen ernst zu nehmenden Kontakt zu diesen oft verzweifelten Jugendlichen aufnehmen zu können.

#### Fazit

E-Interventionen sind ein nicht mehr wegzudenkender Baustein moderner psychosozialer Versorgung. Nach einer von vereinzelt Pilotprojekten gekennzeichneten Einführungsphase befinden sich E-Interventionen in vielen Arbeitsfeldern im Regelbetrieb. Ein kontinuierlich wachsender Korpus an Erfahrung und Wissen um Chancen und Risiken medial vermittelter psychosozialer Hilfen kann helfen, diesen Professionalisierungsprozess fortzusetzen. Hierzu gehört die möglichst frühe Auseinandersetzung mit konzeptionellen, strukturellen und adressatInnenspezifischen Voraussetzungen, um mit gut geplanten Angeboten erfolgreiche Unterstützungsarbeit per Internet und anderen Medien durchführen zu können. ●

#### Literatur

- Eichenberg, C./Kühne, S. (i. E., 2014): Einführung in die Onlineberatung & -therapie. Grundlagen, Interventionen und Effekte digitaler Medien. Stuttgart: UTB.
- Kühne, S./Hintenberger, G. (2009): Handbuch Online-Beratung: Psychosoziale Beratung im Internet. Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kühne, S./Hintenberger, G. (2014): Professionalisierung der Onlineberatung. S. 1571-1583 in: U. Sickendieck/F. Nestmann/F. Engel (Hg.), Handbuch der Beratung. Tübingen: DGVT.
- Neurohr, Sascha (2011): Halt in Krisen geben – Online Streetwork im SchülerVZ. SuchtMagazin 37(6): 32-35.
- Weinhardt, M. (2009a): E-Mail-Beratung : Eine explorative Studie zu einer neuen Hilfeform in der Sozialen Arbeit. Wiesbaden: VS Verlag.
- Weinhardt, M. (2009b): Konzeption, Implementierung und institutionelle Hintergründe von E-Mail-Beratung. e-beratungsjournal 5(2): 12-25.
- Weinhardt, M. (2010): Ratsuchende von E-Mail-Beratungsdiensten. Entwurf einer Typologie. e-beratungsjournal. <http://tinyurl.com/katdohn>, Zugriff: 23.04.2014.
- Weinhardt, M. (2012): Beratung im Internet. Kontext 43(1): 22-38.
- Weinhardt, M. (2013a): Beratung im Internet – Theoriebautechnische Fragen an eine nicht mehr so neue Hilfeform. e-beratungsjournal: <http://tinyurl.com/laop3vg>, Zugriff: 23.04.2014.
- Weinhardt, M. (2013b): Zur Zukunft der Onlineberatung. Beratung aktuell (2): 66-75.
- Weinhardt, M./Messmer, S. (2011): Kindeswohlgefährdung in der Onlineberatung. e-beratungsjournal 7(2): <http://tinyurl.com/lscv5w>, Zugriff: 23.04.2014.
- Weiss, S./Engelhardt, E. (2012): Blended Counseling – Neue Herausforderungen für BeraterInnen (und Ratsuchende!) e-beratungsjournal 8(1): 1-9.

#### Endnoten

- 1 Vgl. Kühne/Hintenberger 2014.
- 2 Vgl. Weinhardt 2009a; 2013a.
- 3 Z. B. e-beratungsjournal.net
- 4 Vgl. Eichenberg/Kühne i. E., 2014; Kühne/Hintenberger 2009.
- 5 Z. B. der Deutschen Gesellschaft für Onlineberatung (DGOB).
- 6 Vgl. Weinhardt 2013b.
- 7 Vgl. den Artikel von Berger in dieser Ausgabe.
- 8 Vgl. Weinhardt 2009b.
- 9 Vgl. Weinhardt 2010.
- 10 Zur Rückverfolgung muss die Polizei eingeschaltet werden.
- 11 Vgl. Weinhardt/Messmer 2011.
- 12 Vgl. Weinhardt 2012.
- 13 Vgl. Neurohr 2011.
- 14 Blended Counseling meint die (fallweise sehr unterschiedliche) Kombination von medial übermittelter und im kopräsenten Kontakt erbrachten Beratung. Vgl. Weiss/Engelhardt 2012.
- 15 Vgl. Weinhardt 2009a; 2009b; 2010.
- 16 Nachzuschlagen z. B. bei DGOB.