

Onlineberatung – zur digitalen Ausdifferenzierung von Beratung

RICHARD REINDL

Zusammenfassung

Der quantitativ und qualitativ zunehmenden Bedeutung der Onlineberatung insb. in Deutschland wird einmal nicht unter dem Gesichtspunkt der Unterschiede zur Präsenzberatung nachgegangen, sondern stattdessen wird deren eigenständiger Beitrag zu einer digitalen Erweiterung von Beratung aufgezeigt. Dabei kommen neben den Nutzungszahlen und den Formen der Onlineberatung die bisher vorliegenden Ergebnisse zur Wirkung von Onlineberatung zur Sprache. Dass diese noch auf einen erheblichen Forschungsbedarf verweisen, überrascht angesichts der noch jungen Geschichte der Onlineberatung nicht. Die vorläufigen Erkenntnisse weisen auf die Erschließung neuer Zielgruppen für Beratung hin ebenso wie sie die Vergleichbarkeit der Wirkung von Onlineberatung mit herkömmlichen Beratungssettings betonen. Darüber hinaus zeigen neuere Forschungen zur digitalen Ungleichheit den zugangssteuernden Einfluss formaler Bildung bei der Nutzung sozialer Unterstützung im Internet, so dass diese Form der internetgestützten Beratung ihr demokratisierendes Potential erst noch entfalten muss. Dennoch: Beratung online boomt und erzeugt hybride Beratungssettings, die Präsenz- und Onlineberatung mehr und mehr miteinander verschränken.

Schlüsselwörter: *Onlineberatung, Internet, computervermittelte Kommunikation, digitale Ungleichheit*

Summary

Online counseling is gaining importance both on qualitative and quantitative level, especially in Germany. This article doesn't focus on the contrast to face-to-face-consultation but points out the independent contribution of online counseling to the digital extension of advice.

Apart from taking a look at the amount of utilization and variation the paper studies outcome and efficiency of online counseling which, due to its short-termed history, certainly require further extensive research. According to preliminary results online counseling is able to address new groups of clients and its efficiency is quite comparable with traditional methods. But recent studies show as well that online access to social support depends on educational levels. However, advice by Internet booms and generates hybrid settings of consultation in which face-to-face- and online counseling increasingly merge.

Keywords: *Computer-mediated communication, online-counseling, internet, digital inequality*

In der Einschätzung zur Onlineberatung dominiert das Modell der face-to-face-Beratung als Referenzmaßstab. Entsprechend wurde und wird Onlineberatung als Surrogat für die eigentliche Form der Beratung, die face-to-face-Beratung angesehen. Insbesondere in den Anfangszeiten der Onlineberatung Mitte der 90er Jahre war es nur schwer vorstellbar, dass eine vollständige Beratung rein virtuell stattfinden kann. Ihre Funktion als »Notlösung« einer Beratung lässt sich u. a. ablesen an den primären Zielgruppen der Onlineberatung. Demzufolge eignet sich Onlineberatung vorwiegend für Personen, die keinen Zugang zur herkömmlichen Beratung haben oder Personen, die in ländlichen Gebieten leben oder deren Mobilität eingeschränkt ist, etc. (vgl. Janssen 1998, 22f.; Wimmer 2004, 290; Zimmermann 2004, 152). Diese Vorstellung aus den Anfängen der Onlineberatung ist heute so nicht mehr haltbar. Neuere Studien zeigen deutlich, dass das Angebot einer internetgestützten Beratung vorwiegend von Personen genutzt wird, die problemlos auch Zugang zur Präsenzberatung haben (vgl. Klein 2008, 76).

In Deutschland liegt der Schwerpunkt der Onlineberatung im Unterschied zu den USA in der kostenlosen Beratung von Netznutzerinnen und -nutzern

durch freie Träger, meist einem der Spitzenverbände der Wohlfahrtspflege zugehörig. Davon profitieren insb. jüngere Menschen, deren Internetzugangsquote überdurchschnittlich hoch ist. Kostenpflichtige Angebote, wie sie in den USA üblich sind, trifft man in Deutschland nur vereinzelt an. Und Onlinekliniken, wie die E-Klinik »HelpHorizons.com« von John Grohol, einem der Protagonisten der Onlinetherapie, existieren hierzulande gar nicht.

Onlineberatung – Begriffsklärung

Beratung online bedeutet, »formelle Situationen herzustellen, in der sich eine Beziehung zwischen dem Ratsuchenden und (professionellen oder ehrenamtlichen) Berater aufbaut und die Möglichkeit besteht, gemeinsam Problemsituation und Lösungsvarianten zu erkunden« (Risau; Schumacher 2005, 245). Mit eingeschlossen sind alle technisch vermittelten Interaktionen, die über Internetdienste (z. B. E-Mail, Chat) realisiert werden. In den Richtlinien zur Onlineberatung des amerikanischen National Board of Certified Counselors findet sich eine eher formale Definition von Onlineberatung: «... distance counseling ... involves the use of ... the computer to enable counselors and clients to communicate at a distance when circumstances make this approach necessary or convenient.» Entsprechend beinhaltet Internet counseling «... asynchronous and synchronous distance interaction among counselors and clients using e-mail, chat, and videoconferencing features of the Internet to communicate» (NBCC 2008). Zudem wird hier betont, dass distance counseling, unter das auch Onlineberatung subsumiert wird, dann erforderlich ist, wenn Umstände diesen Ansatz notwendig oder passend erscheinen lassen.

Galt und gilt Onlineberatung als zusätzliche oder ergänzende Form eines physische Anwesenheit voraussetzenden Beratungsprozesses, die vorwiegend dazu dient, eine face-to-face-Beratung anzubahnen oder eine bereits abgeschlossene face-to-face-Beratung weiter zu begleiten (vgl. Hinrichs 2003, 61; Siekmeier 2006, 157), so existieren mittlerweile eine Reihe von Onlineberatungsstellen, deren Selbstverständnis sich keineswegs nur mit einem die eigentliche Beratung anbahnenden oder ergänzenden Beitrag deckt. Vielmehr verstehen sich diese Stellen auch als ein eigenständiges Angebot neben den herkömmlichen face-to-face-Beratungsformen (vgl. Knatz 2003, 15; bke 2003, 11). Sie betonen dabei

insbesondere die Vorteile, die Onlineberatung gegenüber der herkömmlichen Beratung besitzt:

Onlineberatung ist ein besonders niedrigschwelliges Angebot, das jederzeit für jedermann erreichbar ist. Insb. profitieren Personen davon, die eine reale Beratungsstelle nicht aufsuchen würden, die sich stigmatisiert fühlen und Distanz zum Berater wahren wollen (vgl. Siekmeier 2006, 154ff.; Tossmann 2007, 21).

Die Anonymität des Internet stellt die Grundlage für einen enthemmenden Effekt dar, der verstärkte Offenheit und Ehrlichkeit bei den Nutzer/innen hervorruft und für die Beratung nutzbar gemacht werden kann (vgl. Siekmeier 2006, 126).

Bereits die Tatsache, dass Probleme und Anfragen in der Onlineberatung schriftlich fixiert werden (müssen), bewirkt, dass im Prozess des Schreibens Selbsthilfekräfte mobilisiert werden und ein Beitrag zur Problemlösung geleistet wird (vgl. Tossmann 2007, 21; Knatz; Dodier 2003, 18).

Zum Verständnis eines eigenständigen Beratungsangebotes beigetragen hat auch die Erfahrung, dass die internetgestützte Beratung »eine andere Klientel als bisher« (bke 2003, 10) erreicht.

Darüber hinaus haben die rasante Verbreitung des Internets und seine Nutzung als Kommunikationsmedium dafür gesorgt, dass man sich schnell und anonym Rat und Hilfe online holen kann. Denn mittlerweile sind zwei Drittel (65,1%) aller Deutschen ab 14 Jahre online (2003: 50,1%). In der Altersgruppe der 14 – 19 Jährigen beträgt der Anteil der Onliner sogar 93,7 Prozent (vgl. (N)Onlineratlas 2008, 12ff.).

Parallel dazu hat sich das Angebot an virtueller Beratung ebenso rasant entwickelt und ist fast unüberschaubar geworden. Vielfältig sind die Themen und ebenso vielfältig die Anbieter: von der Beratung in Finanzfragen, der Beratung in rechtlichen Dingen über die psychosoziale Beratung, die Beratung und Unterstützung im Gesundheitsbereich und im medizinischen Bereich bis hin zur esoterischen Lebensberatung. Allerdings ist die Seriosität vieler dieser im Netz vorfindbaren Anbieter kritisch zu hinterfragen. Vielfach verbergen sich hinter den Onlineangeboten zur Beratung und Hilfe keine ausgebildeten Fachkräfte für Beratung, so dass die Qualität der angebotenen Beratungsleistung zumindest zweifelhaft ist. Um sich von den weniger seriösen Anbietern abzugrenzen, organisieren z. B. große Verbände der freien Wohlfahrtsverbände ein zentrales Ber-

tungsportal (s. <http://www.beratung-caritas.de/>) oder betreiben gemeinsam ein Beratungsportal (s. <http://www.das-beratungsnetz.de/>). Einen anderen Weg der Qualitätssicherung geht der Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen, der seit 2001 ein Gütezeichen für qualitativ hochwertige Onlineberatung vergibt (s. www.bdp-verband.org/html/service/service/siegel.html).

Zahlen zur Nutzung der Onlineberatung

Einer bundesweiten Online-Umfrage unter Beratungsstellen und Selbsthilfeorganisationen im Jahr 2003 zufolge geben mehr als 80 Prozent der Organisationen an, dass sie E-Mail-Anfragen erhalten. 41 Prozent davon bis zu fünf Anfragen pro Monat, 23 Prozent bis zu 20 Mail-Anfragen und 14 Prozent erhalten mehr als 20 Anfragen im Monat (vgl. Wimmer 2004, 290).

Wie verbreitet die Suche nach virtueller Unterstützung insb. unter Jugendlichen ist, belegen mittlerweile mehrere repräsentative Studien. So sucht unter britischen Jugendlichen jeder vierte jugendliche Internetnutzer explizit nach Rat und Hilfe, nach einer amerikanischen Erhebung sind es 22% der Jugendlichen, die über schwierige persönliche Themen, wie Drogengebrauch, Sexualität oder Depression im Internet nach Hilfe suchen. Einer vergleichbaren deutschen Studie des Kompetenzzentrums Informelle Bildung (KIB) der Universität Bielefeld zufolge fragten 2006 bereits mehr als 40 Prozent der Jugendlichen Hilfe und Unterstützung bei persönlichen Problemen im Internet nach, davon 20 % ausschließlich Hilfe und Unterstützung von ausgebildeten Fachkräften und 30 % explizit Unterstützung durch Peers. (vgl. Klein 2008, 16f.). Das Aufsuchen sozialer Unterstützung professioneller wie informeller Art via Internet gehört insb. bei Jugendlichen zunehmend mehr zur selbstverständlichen Form der persönlichen Lebensbewältigung.

Eines der größten Unterstützungsportale für Jugendliche im Internet (kids-hotline.de) verzeichnete innerhalb des Jahres 2007 über 225.000 Besucher in den insgesamt 23 Foren mit mehr als 21.500 Beiträgen (Postings). Etwa 17.800 junge Menschen haben sich seit Bestehen bei der kids-hotline registriert, davon allein 1.700 Neuanmeldungen in 2007 (vgl. Kids-Hotline 2007, 21f.). Die Diskrepanz zwischen den registrierten Usern und den Besuchern der Foren erklärt sich durch das Mitlesen von zahllosen nichtregistrierten Gästen (sog. Lurken).

Auf die wachsende Nachfrage nach Hilfe und Unterstützung im Internet sind viele Beratungseinrichtungen und -organisationen ungenügend vorbereitet. In der o. g. Online-Befragung unter Beratungsstellen und Selbsthilfeorganisationen gaben zwar 62% an, dass sie bereits E-Mail-Beratung durchführen, doch nur 46% haben nach eigenen Angaben Erfahrung damit. Und nur 15 % verfügen über ein für ihre Einrichtung anwendbares E-Mail-Beratungskonzept (vgl. Wimmer 2004, 291). Dies deutet zumindest auf eine ziemliche Kluft zwischen der Nachfrage nach Online-Unterstützung und den vorhandenen (professionellen) Angeboten hin.

Dass die Beratungsprofession ihrem Bedarf »hinterherhinkt«, hat möglicherweise auch mit der Ambivalenz zu tun, mit der die Neuen Medien im Umfeld der Beratung betrachtet werden. Bereits 2001 beschrieb Stephen Snow in seinem Aufsatz »Is Online Counseling Ethical?« das Dilemma der Beratungsprofessionen im Umgang mit Onlineberatung. Einerseits ist extreme Vorsicht angesagt aufgrund der kommunikativen Begrenzungen, eines relativ ungeschützten Datentransfers, wenig Wissens hinsichtlich der Wirkungen etc... Auf der anderen Seite sieht er den wachsenden Druck, der durch Ratsuchende im Internet entsteht und plädiert nüchtern für die Nutzung des Internet als Beratungsmedium: »If trained, technically competent, ethical counselors aren't online providing care, then who will be?« (Snow, 2001).

Differenz der Onlineberatung: Kommunikation online vs. offline

Dennoch lauten für viele Beratungsstellen die entscheidenden Fragen bzgl. der Onlineberatung immer noch: Kann eine Beratung per E-Mail, per Chat oder über ein moderiertes Forum ebenso gut wie eine herkömmliche Beratung mit präsenten Personen gelingen? Lässt sich über das Internet eine helfende Beziehung herstellen? Und kann Kongruenz, einführendes Verstehen und emotionale Wertschätzung ohne persönlichen Kontakt zwischen Berater und Klient/Patient ausreichend vermittelt werden?

Damit sind grundsätzliche Fragen der Kommunikation über das Internet aufgeworfen, die das Fundament der Onlineberatung berühren. In der Kommunikationsforschung werden eine Reihe von Modellen diskutiert, die auf der Differenz zwischen persönlichen und der computer- bzw. internetgestützten Kommunikation basieren. Eines der ältesten ist das Modell der Kanalreduktion. Es

geht davon aus, dass bedingt durch die Technik die meisten Sinnesmodalitäten aus dem interpersonellen Zusammenhang ausgeschlossen sind. Das kommunikative Gegenüber ist nur textuell präsent (vg. Döring 2003, 149). Mit der drastischen Reduktion von Sinneskanälen geht eine Verarmung der Kommunikation und eine Reduktion gemeinsamer Handlungsmöglichkeiten und verfügbarer Zeichensysteme einher, so dass die Kommunikation via Internet als ent-sinnlichte, ent-emotionalisierte, ent-kontextualisierte und letztlich ent-menschlichte Kommunikation gekennzeichnet werden könne (vgl. Döring 2003, 149). Diesem eher technikdeterministischen Modell stehen allerdings neuere Forschungsergebnisse entgegen, die zeigen können, dass sich die therapeutische Beziehungsqualität entlang der Triade von Rogers (Echtheit, Empathie, Wertschätzung) im computervermittelten Setting nicht signifikant von der Beziehungsqualität im personal-präsenten Setting unterscheidet (vgl. David u. a. 2005). Ähnliches berichtet Grohol aus eigener Erfahrung:

»Language, whether it be written or oral, is the core component of communication. While some might suggest that communication is best achieved via spoken dialogue only ..., there is little empirical evidence to back up such a supposition. In order for psychotherapy to be effective ..., communication needs to occur and a relationship between the client and therapist must be established. Nothing about online therapy makes these two components any more difficult to achieve. Nor does their achievement come at a cost in terms of quality or understanding« (Grohol 2001).

Auch ist laut Döring theoretisch unklar, »warum getippter Text nicht geeignet sein sollte, Gefühle zu kommunizieren, Intimität herzustellen oder sinnliche Eindrücke zu erzeugen« (Döring 2003, 150). Schließlich zeigen die sprachlichen Kunstformen der Prosa und Lyrik deutlich, »wie erfolgreich dieser Effekt der Gefühlsgenerierung über geschriebenen Text funktionieren kann« (Haug 2006, 16).

Anstelle einer Dichotomisierung von face-to-face-Kommunikation versus computervermittelter Kommunikation entlang einzelner Merkmale entwickelte Nicola Döring ein Modell, das es erlaubt, unterschiedliche Theorien der virtuellen Kommunikation in ein medienökologisches Rahmenmodell zu integrieren (vgl. Döring 2003, 127ff.). Ausgangspunkt dazu ist die Verschiebung des Blickfeldes weg vom einzelnen Medium hin zur »sozialen Kommunikation im medialen

Kontext« (Döring 2003, 189). Mit der Fokussierung auf die Nutzungssituation des Kommunikationsteilnehmers können die jeweiligen Medienmerkmale als Bedingungen verstanden werden, die dem medialen Kommunikationsverhalten einer Person als Wahlmöglichkeiten unter Berücksichtigung kurzfristiger Effekte bzw. langfristiger Folgen zur Verfügung stehen. Die Entscheidung eines Ratsuchenden, sich per E-Mail Hilfe zu suchen, wird damit erklärbar als bewusste Entscheidung für ein bestimmtes Medium (alternativ wäre u. U. auch telefonische Unterstützung möglich, s. div. Krisentelefone), das seinem Bedürfnis z. B. nach sofortiger Hilfe (im Verhältnis zur Terminabsprache einer realen Beratungsstelle), seinen Präferenzen (z. B. Favorisierung schriftlicher Kommunikation), dem konkreten Anlass (z. B. schambesetztes Thema) und dem erwarteten persönlichen Nutzen (z. B. anonyme Antwort) entspringt. In einer anderen Nutzungssituation kann dementsprechend das mediale Kommunikationsverhalten völlig anders aussehen.

Für die Beratung via Internet hat das medienökologische Rahmenmodell entscheidende Bedeutung: Die Beratung online stellt damit nicht ein Surrogat, Ersatz oder eine Konkurrenz einer realen Beratung dar, sondern wird zu einem selbstverständlichen, zusätzlichen und eigenständigen Unterstützungs- und Hilfeangebot, über deren Inanspruchnahme die Ratsuchenden je nach Nutzungssituation und –anlass entscheiden.

Umgekehrt werden für eine Beratungsstelle neue Gestaltungsräume und methodische Anforderungen für die Arbeit mit Klienten sichtbar, die sich z. B. in einer kommunikationsmethodischen Erweiterung ihres (bisher präsenten) Hilfeangebotes und in einer verbesserten Abstimmung an die Anforderungen eines Beratungsfalles niederschlagen können (vgl. Haug 2006, 14).

Formen der Onlineberatung

Derzeit lassen sich im Wesentlichen drei Formen der Onlineberatung feststellen, die im deutschsprachigen Raum vorwiegend eingesetzt werden. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der technischen Anforderungen und fordern unterschiedliche Fähigkeiten beim Nutzer ein: Die Beratung per E-Mail, per Chat und über Foren.

Die E-Mail-Beratung ist nach wie vor die häufigste Form der Onlineberatung. Dies dürfte auch damit zusammenhängen, dass E-Mail der am häufigsten genutzte Internetdienst ist. Zeitversetzt werden textbasierte Botschaften zwischen

einem Ratsuchendem und einem Berater ausgetauscht. Die vorausgehende Botschaft kann in der Antwort zitiert werden (Quoting), so dass ein schriftlicher Dialog entsteht. Der Ratsuchende hat allerdings keinen Einfluss darauf, wann die E-Mail gelesen wird. Die meisten seriösen Anbieter von Onlineberatung garantieren eine Antwort in der Regel innerhalb von zwei Werktagen. Dadurch, dass eine E-Mail vor dem Abschicken mehrfach gelesen und geändert werden kann, sind E-Mails häufig zielgerichtet formuliert. Dadurch kommt dem geschriebenen Wort eine sehr viel höhere Bedeutung zu als dem gesprochenen. Dies erfordert andererseits vom Berater ein vertieftes Textverstehen (vgl. Knatz; Dodier 2003, 56ff.)

Um das Mitlesen von E-Mails zu vermeiden und einen geschützten Online-Mailverkehr sicherzustellen, verwenden die meisten seriösen Onlineberatungsstellen webbasierte Beratungslösungen, bei denen die Nachrichten auf einem gesicherten Server verbleiben und nicht an den unsicheren Mailclient des Ratsuchenden bzw. des Beraters zugestellt werden.

Nicht so verbreitet wie die Beratung per E-Mail ist die Chatberatung. Hierbei handelt es sich um eine synchrone Kommunikation mit einem (Einzelchat) oder mehreren (Gruppenchat) Ratsuchenden. Berater und Ratsuchende müssen gleichzeitig eingeloggt sein, um über die Tastatur miteinander »sprechen« zu können. Dazu werden Terminabsprachen getroffen, zu denen der Beratungschat geöffnet ist. Damit wird ähnlich wie in einer Präsenzberatung eine Terminvergabe möglich. Wetzstein vergleicht den Chat mit der Telekommunikation, er ist wie sie »eine Dialogsituation, die sich durch Non-Visibilität des Kommunikationspartners auszeichnet« mit dem Unterschied, dass jede Information schriftlich über die Tastatur eingegeben werden muss und so die »umständlichste Form des Telefonierens« darstellt (Wetzstein u.a. 1995, 59). Chats, die sich einem bestimmten Thema widmen, sind in der Regel teilnehmerbegrenzt, so dass eine Anmeldung dazu erforderlich ist.

Insbesondere für Themen mit einer breiten Zielgruppe ist das Forum geeignet. Jeder potentielle Ratsuchende kann in einem thematisch benannten Forum seine Fragen und Probleme posten, im übertragenen Sinn an das »schwarze Brett« hängen, die auch von allen Teilnehmern des Forums gelesen und beantwortet bzw. kommentiert werden können. Dadurch ergeben sich »Dialoge« unter den Ratsuchenden im Sinne einer Hilfe zur Selbsthilfe. Die Form des moderierten

Forums zeichnet sich dadurch aus, dass entweder angeleitete Peerberater oder fachkundige Beratungsexperten mitschreiben.

Wirksamkeit von Onlineberatung

Bis heute liegen nur wenige empirische Wirkungsstudien zur Onlineberatung vor. Insbesondere zur allgemeinen Wirksamkeit von Onlineberatung wurden bisher vorwiegend amerikanische Studien vorgelegt. Einen Überblick dazu bietet Mallen, der sowohl Einzelfallstudien auflistet als auch Vergleichsuntersuchungen zwischen face-to-face-Beratung und Onlineberatung (vgl. Mallen 2004, 69ff.; vgl. auch David 2002):

Hinweise auf eine Effektivität lassen sich im Einsatz einer virtuellen Unterstützungsgruppe bei Personen mit Essstörungen feststellen (Walstrom 2000). Signifikant weniger Symptome nach DSM zeigten die Teilnehmer bei Bulimie nach drei Monaten in einer ausschließlich per E-Mail durchgeführten Behandlung (Robinson und Serfaty 2001). Ähnliche Effekte konnten bei Essstörungen nachgewiesen werden, die über die Chatberatung behandelt wurden (Zabinski u. a. 2001). In einer Untersuchung zur Behandlung von Angststörungen wurden die Ergebnisse bei einer per Chat intervenierten Gruppe mit einer über face-to-face-Kommunikation behandelten Gruppe verglichen. Beide Gruppen zeigten eine signifikante Abnahme des Angstlevels (Cohen und Kerr 1998). Ausschließlich über E-Mail behandelte Studenten mit posttraumatischem Stresssyndrom zeigten nach sechs Wochen zu 80 % eine signifikante Verbesserung der betreffenden Symptomatik (Lange u. a. 2001). Entsprechend diesen Befunden folgert Mallen: »Studies that have compared online modes of treatment to traditional f2f therapy have demonstrated significant effectiveness for clients« (Mallen 2004, 79).

Erste Evaluationen von Onlineberatungen in Deutschland zeigen, dass positive Wirkungen von dieser virtuellen Beratungsform ausgehen. Hinsch und Schneider konstatieren für ein sowohl per E-Mail als auch per Chat durchgeführtes Onlineberatungsangebot hohe Zufriedenheitsraten der Nutzer/innen mit den Berater/innen sowie mit dem Erfolg der Beratung, der sich ausdrückt in Äußerungen wie »die Probleme sind weniger belastend«, »die Beratung hat mitgeholfen«, »ich fühle mich nun besser« (vgl. Hinsch; Schneider 2002, 15). Ähnlich positive Effekte kann die Fallstudie von Schlösser bei einer überwiegend forenba-sierten Onlineberatung (kids-hotline.de) zeigen (vgl. Schlösser 2008, 18). Auch

die Evaluation der E-Mail- Beratung für Eltern der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung weist auf positive Effekte hin (vgl. bke 2003, 110).

Eine online durchgeführte Paartherapie nach dem Theratalk-Konzept verglich deren Wirksamkeit mit der Paartherapie von Angesicht zu Angesicht. Auch dabei zeigte sich kein Unterschied zwischen den beiden Behandlungsformen (vgl. Beer; Breuer 2003). Ein Befund, den der Schweizer Paarberater mit eigener Onlinepraxis Josef Lang bestätigen kann (vgl. Lang 2003).

Die Frage der Wirkungen der Onlineberatungen bzw. –therapien ist abhängig von den zugrunde gelegten Erfolgskriterien. Diese sind bis heute für die Onlineberatung nicht hinreichend geklärt. Der Nachweis eher unspezifischer Wirkungen im Hinblick auf größere Zufriedenheit und Reduzierung des Problemdrucks ist letztlich im Ergebnis nicht sehr interessant (vgl. Reiners 2005, 16). Vielmehr muss es um die Frage gehen, welche Art der Beratung besser hilft als andere, bzw. bei welcher Problematik welche Beratungsform angezeigt ist und den größten Erfolg verspricht. Insofern ist hier noch erheblicher Forschungsbedarf zu konstatieren.

Digitale Spaltung und digitale Ungleichheit

Mit der Verbreitung der Onlineberatung verbinden sich Erwartungen, die eine permanente Verfügbarkeit sozialer Unterstützung für jedermann mit Hilfe des Internet prognostizieren. Dass diesen Annahmen nicht allein technische Grenzen gesetzt sind, zeigt die neuere Forschung zur sozialen und digitalen Ungleichheit.

Trotz der zunehmenden Verbreitung des Internet hat sich der digitale Graben nicht geschlossen. Entlang den Kategorien Geschlecht, Alter und formale Bildung verläuft die Grenze zwischen Onlinern und Offlinern. Zugang zum Netz haben in 2008 zwar 72,4 % der Männer (2003: 58,8 %) aber nur 58,3 % der Frauen (2003: 42,1%). Ähnlich verhält es sich, wenn man sich den Zugang zum Internet nach Altersgruppen ansieht: Während 91,3 % der 14 – 29 Jährigen (2003: 77,2%) online sind, beträgt der Anteil der über 50 Jährigen nur 40,3 % (2003: 25,0%). Die Gruppe der Personen mit niedriger formaler Bildung (Volksschule ohne Lehre) ist mit nur 33,3 % (2003: 19,4) im Netz vertreten, während ein formal hoher Bildungsgrad (Abitur, Hochschulreife) einen Netzzugang von 86,8 % (2003: 79,3%) erreicht (vgl. (N)Onlineratlas 2008, 14ff.; (N)Onlineratlas 2003, 10ff.). Zieht man die jeweiligen Vergleichszahlen aus den

Vorjahren hinzu und betrachtet die jeweiligen Steigerungsraten, ließe sich schlussfolgern, dass die Überwindung des digitalen Grabens ein natürliches und zeitlich begrenztes Phänomen darstellt, das sich von selbst lösen wird (vgl. Klein 2008, 109).

Entsprechend optimistisch klangen in den Anfangsjahren die Vorstellungen zur professionellen Beratung im Internet. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe Jugendlicher sei die Beratung im Netz »viel näher an den Jugendlichen dran«, da das »Medium eher ihrer Realität (entspricht) als die verstaubten Räume einer Beratungsstelle« (Reiners 2005, 10). Zudem scheine das Internet «... eine im besten Sinne des Wortes »demokratische« Form der Kommunikation zu ermöglichen, jeder spricht mit jedem, auch die üblichen Barrieren, wie Alter, Titel oder Ansehen der Person entfallen« (Wolz; Schöppe 1999). Generell sollte man sich die Niedrigschwelligkeit des Internet »zu Nutzen machen, was sich auch ökonomisch positiv auswirkt, weil man sich damit eine neue Klientel erschließt« (Hinsch; Schneider 2002, 27)

In der realen Welt hat sich hinsichtlich des Zugangs zu Institutionen Sozialer Arbeit gezeigt, »dass sowohl die Verfügbarkeit (bzw. die Zugänglichkeit zu) sozialer Unterstützung als auch deren Reichweite und subjektive Angemessenheit nicht von sozial ungleichen Lebenslagen der NutzerInnen zu trennen sind« (Klein 2005)

Die Frage nach der Art des Zugangs zu sozialer Unterstützung im Netz sowie nach der Art des vorgehaltenen Online-Arrangements entlang sozialer Ungleichheiten entscheidet tendenziell auch über die Art und Qualität der Nutzungsmöglichkeiten von institutionalisierter sozialer Unterstützung: »poor clients [...] receive poor services« (Handler 1992, zit. nach Klein 2008, 10).

Dass allein der Zugang bzw. Nichtzugang zum Internet – wie in einer Reihe von politischen Programmen, z. B. »Jugend ans Netz« oder »Schulen ans Netz« postuliert, nicht ausreicht, um optimale soziale Unterstützung im Internet zu erhalten, wird bereits anhand eines Vergleichs der Nutzer/innen von professionellen virtuellen Beratungsstellen mit der Durchschnittsbevölkerung offensichtlich. Offensichtlich bestehen deutliche Zusammenhänge zwischen formalem Bildungshintergrund und Nutzer/innen virtueller sozialer Unterstützungsarrangements: Während bei den professionellen Onlineberatungsangeboten jeweils weit mehr als 50 % als höchsten Abschluss das (Fach-)Abitur nachweisen können, liegt

dieser Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt bei 25 %. Umgekehrt besitzen zwar etwa 26 % der Bevölkerung einen Hauptschulabschluss, kommen aber nur zu etwa 5 % (Ausnahme drug.com 11%) in den Genuss virtueller sozialer Unterstützung bzw. Beratung (vgl. Klein 2008, 98). Ähnliches konstatieren auch Oswald und Zenner für das Beratungsangebot der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung. Deren Zahlen »weisen darauf hin, dass User mit einem höherwertigen Bildungsabschluss in der Onlineberatung überproportional vertreten sind. Die Hoffnung, dass Onlineberatung aufgrund der Niederschwelligkeit gerade Menschen erreicht, die üblicherweise nicht zur Beratungsstelle kommen, erfüllt sich nach diesen Zahlen nicht« (Oswald/Zenner 2006).

Damit wird deutlich, dass manche postulierten Vorteile der Onlineberatung gegenüber der face-to-face-Beratung, wie sie oben beschrieben wurden, empirisch nicht haltbar sind oder zumindest nicht allen Bevölkerungsgruppen in gleichem Maß zur Verfügung stehen.

In ihrer breit angelegten Arbeit kann Klein zeigen, dass sich soziale Ungleichheit im virtuellen Raum wiederfindet (vgl. Klein 2008). Digitale Ungleichheit bezieht sich nicht nur auf den Zugang zum Internet, sondern drückt sich ebenso in einer ungleichen Nutzungsweise aus. Beispielsweise ist der Anteil der jugendlichen Hauptschüler, die E-Mails als das »Standardinstrument computervermittelter Kommunikation« (Klein 2008, 126) nicht nutzen, dreimal so hoch wie bei jugendlichen Gymnasiasten (vgl. JIM 2006, 42). Signifikante Unterschiede gibt es entlang der klassischen Variablen sozialer Ungleichheit nicht nur hinsichtlich der Nutzung unterschiedlicher Angebote, sondern sie sind auch hinsichtlich der unterschiedlichen Nutzungsweisen gleicher Angebote erwartbar (vgl. Klein 2008, 129). Folglich stehen die potentiellen Nutzungsoptionen des Internet in deutlichem Zusammenhang mit der formalen Bildung und der gesellschaftlichen Position der Nutzer (vgl. Klein 2004, 129). Dabei sind es nicht nur die digitalen Fertigkeiten im Sinne einer Internetkompetenz der Nutzer, sondern auch ihre Nutzungspraktiken und – bislang kaum berücksichtigt – die Anforderungen der virtuellen Angebote selbst, die den Interaktionsradius im Internet und damit auch die Erreichbarkeit professioneller sozialer Unterstützung formen (vgl. Klein 2008, 135). Die Frage von Oswald und Zenner, »wie die Onlineberatung organisiert sein müsste, um noch mehr Menschen mit niedrigerem Bildungsniveau

anzusprechen« (Oswald; Zenner 2006), steht damit auf der Agenda der künftigen Entwicklung von Onlineberatung ganz oben.

Ausblick

Onlineberatung ist in den vergangenen Jahren zu einem eigenständigen Beratungsangebot geworden, das die face-to-face-Beratung sinnvoll ergänzen und insgesamt bereichern kann. Onlineberatung findet ihre Grenzen dort, wo Beratung beispielsweise in die Lebenswelt der Ratsuchenden eingreift, als aufsuchende Beratung erforderlich wird oder »in andere Handlungskontexte« integriert ist (Engel 2004, 507). Dennoch stehen wir vor einem – wie Engel beschreibt – grundsätzlichen Wandel in der Einstellung zur Onlineberatung: Künftig werden wir seiner Ansicht nach Beratung »nicht ohne den Bezug zu Neuen Medien beschreiben, planen oder durchführen können«, dies weniger, weil es quantitativ zunehmend mehr Onlineberatungen geben wird, sondern – viel grundsätzlicher – aus einem im Alltag erfahrbaren Wirklichkeitsverständnis, das darauf basiert, dass Reales und Virtuelles »gegeneinander durchlässig und miteinander verwoben ist« (Engel 2004, 499).

Einen weiteren Gesichtspunkt, der die Zukunft virtueller Beratung mitprägen wird, liegt in der Marktsituation von Onlineberatung: Insb. für die USA schätzen Kraus und Zack die Onlineberatung für die Mental Health Professionals als signifikanten Markt ein. Ihrer Berechnung nach würde, wenn nur 10 Prozent der Klienten die Hilfe von Mental Health Professionals per Internet annähmen, ein Marktvolumen von mehr als 1,1 Mrd. Dollar entstehen (Kraus; Zack 2004, 149). Neben den Treibern dieser Entwicklung, zu denen sie auch die Gesundheitsindustrie zählen, identifizieren sie auch Bremser: die Zugangsmöglichkeiten ins Internet (digital divide) und die Veränderungsresistenz der eigenen Berufsgruppe (ebd. 150f.).

Solange es in Deutschland keine Möglichkeit gibt, auch Onlineleistungen über die Kassen abzurechnen, wird voraussichtlich die Zahl der freien Onlineberatungspraxen marginal bleiben im Verhältnis zu den kostenlosen Beratungsstellen der freien Träger.

Auf dem Weg zur weiteren Professionalisierung der Onlineberatung werden zunehmend (Mindest-)Standards für technisch vertretbare und fachlich qualifizierte Onlineberatung entwickelt. Bislang haben nur wenige Verbände in

Deutschland im Vergleich mit den USA Qualitätsstandards für Onlineberatung eingeführt. Neben der Deutschen Gesellschaft für Onlineberatung, der Telefonseelsorge in Deutschland, und Pro Familia ist dies der Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen (BDP), der ein Gütesiegel für die Onlineberatung entwickelt hat. Auch im Bereich der Ausbildung, Fort- und Weiterbildung ist die Situation ziemlich uneinheitlich. Es bestehen – abgesehen von den Anerkennungsrichtlinien der DGOB – kaum abgestimmte Curricula, die von allen Anbietern der Onlineberatung anerkannt sind. Eine Integration in die grundständige Ausbildung von Beratungsberufen steht noch aus, nimmt man die »Grundqualifizierung«, wie sie an der Hochschule Nürnberg für Sozialpädagoginnen und Sozialpädagogen angeboten wird, aus.

Eine künftige Entwicklung, die sowohl die herkömmliche face-to-face-Beratung als auch die Onlineberatung erweitern und ergänzen kann, bahnt sich in der M-Therapy (mobile therapy) an. Experimentiert wird derzeit im klinisch-psychologischen Einsatz mit Mobilmedien wie Handy, mobile Spielekonsole oder Handheld zur professionellen psychologischen Unterstützung bei der Bewältigung vorwiegend psychischer Beeinträchtigungen und Störungen. Neben der Beratung per SMS finden sich u. a. Projekte zur Handydiagnose und Handheld-rehabilitation (Döring; Eichenberg 2006, 127ff.). Mit den verschiedenen Formen der Online- oder E-Beratung bzw. -therapie und der M-Therapy kann störungsspezifisch die »therapeutische Unterstützung über die Therapiestunde bzw. den Klinikaufenthalt hinaus in den Alltag« ausgedehnt und so die Therapieeffizienz gesteigert werden. Letztlich trägt dies auch zur Kosteneffizienz bei, wenn »Motivation gesteigert, Diagnosen verbessert und Veränderungen im Alltag stärker unterstützt werden« (ebd. 134).

So bleibt es bei dem o. g. Zitat von Engel: Künftig wird Beratung oder Therapie nicht ohne den Bezug zu Neuen Medien zu beschreiben, zu planen oder durchzuführen sein.

Literatur

Beer, Ragnar & Peter Breuer (2004): Eheberatung online und Partnerschaftstests online im Projekt Theratalk (www.theratalk.de). Verfügbar unter: http://www.theratalk.de/pdf/dajeb_artikel_theratalk.pdf (aufgerufen am 16.08.2008).

- Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e. V. (2003): Online-Beratung. Hilfe im Internet für Jugendliche und Eltern. Fürth: Eigenverlag (zit.: bke).
- David, Niklas (2002): Online Therapie – Eine Einführung. Verfügbar unter: <http://www.fob.uni-tuebingen.de/fachpublikum/forschung/uebersichtsartikel.php> (aufgerufen am 16.08.2008).
- David, Niklas, Peter Day & Uwe Prudlo (2005): Zur therapeutischen Beziehung im virtuellen Raum (Internet) – Eine explorative Online-Studie. Verfügbar unter: <http://www.fob.uni-tuebingen.de/fachpublikum/forschung/feldstudie.php> (aufgerufen am 18.07.2008).
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe.
- Döring, Nicola & Christiane Eichenberg (2006): Klinisch-Psychologische Interventionen mit Mobilmedien. Ein neues Praxis und Forschungsfeld. *Psychotherapeut*, 2, 127-135.
- Haug, Volker (2006): Die lautlose Schuldnerberatung. Kommunikative Kennzeichen einer Online-Schuldnerberatung. Verfügbar unter: http://www.sfz-mainz.de/dateien/abhandlungen/Aufsatz-Die_lautlose_Schuldnerberatung.pdf (aufgerufen am 15.07.2008).
- Engel, Frank (2004): Beratung und Neue Medien. In Frank Nestmann, Frank Engel & Ursel Sickendieck (Hg.), *Das Handbuch der Beratung*, Bd.1: Disziplinen und Zugänge (S. 497-509). Tübingen: dgvt.
- Grohol, John (2001): Best Practices: e-therapy. Clarifying the Definition. May 2001. Verfügbar unter: <http://psychcentral.com/best/best5.htm> (aufgerufen am 18.07.2008).
- Hinsch, Rüdiger & Carola Schneider (2002): Evaluationsstudie zum Modellprojekt »Psychologische und Sozialpädagogische Beratung nach dem KJHG im Internet« -Onlineberatung-. Arbeitsbericht des Instituts für angewandte Familien-, Kindheits- und Jugendforschung an der Universität Potsdam. Verfügbar unter: <https://www.beranet.de/content/artikel/downloads/0.568729001061916955EvaluationsstudieOnlineberatungfinal.pdf> (aufgerufen am 10.08.2008).
- Initiative D21 (2008): (N)Onlineratlas 2008. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Nutzung und Nichtnutzung des Internets,

- Strukturen und regionale Verteilung. Verfügbar unter: http://www.initiative21.de/fileadmin/files/08_NOA/NONLINER2008.pdf (aufgerufen am 28.07.2008).
- Janssen, Ludwig (Hg.) (1998): Auf der virtuellen Couch. Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. Bonn: Psychiatrie-Verlag.
- Kids-Hotline/Ki-Konzept (2007): Jahresbericht. München.
- Klein, Alexandra (2005): Online-Beratung für alle? Themenfelder, Unterstützungsmuster und Reichweiten netzbasierter Beratung. Verfügbar unter: <http://www.kib-bielefeld.de/externelinks2005/OnlineBeratungfueralle.pdf> (aufgerufen am 14.06.2008).
- Klein, Alexandra (2008): Soziales Kapital online. Soziale Unterstützung im Internet. Eine Rekonstruktion virtualisierter Formen sozialer Ungleichheit. Verfügbar unter: <http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2008/1260/> (aufgerufen am 18.06.2008).
- Knatz, Birgit & Bernard Dodier (2003): Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail. Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta.
- Kraus, Ron & Jason Zack (2004): The Business Aspects of Online Counseling. In Ron Kraus, Jason Zack & George Stricker (Ed.), Online Counseling. A Handbook For Mental Health Professionals (pp. 145-160). San Diego: Elsevier Academic Press.
- Lang, Josef (2003): Onlineberatung zeigt Wirkung. Verfügbar unter: http://onlineberatungen.com/Wirkung_OB_03.pdf (aufgerufen am 16.08.2008).
- Mallen, Michael (2004): Online Counseling Research. In Ron Kraus, Jason Zack & George Stricker (Ed.), Online Counseling. A Handbook For Mental Health Professionals (pp. 69-89). San Diego: Elsevier Academic Press.
- National Board for Certified Counselors (NBCC): The Practice of Internet Counseling. Verfügbar unter: <http://www.nbcc.org/AssetManagerFiles/ethics/internetCounseling.pdf> (aufgerufen am 11.08.2008).
- Oswald, Gerhard & Bettina Zenner (2006): Onlineberatung im Bereich der Ehe-, Familien- und Lebensberatung – Eine Erhebung im Rahmen des Modellprojekts Onlineberatung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung (KBK). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/zenner.pdf (aufgerufen am 12.08.2008).

- Reiners, Bernd (2005): E-Mail Beratung in der Jugendhilfe. Ein Handbuch für die Fortbildung. Köln: Eigenverlag.
- Risau, Petra & Martin Schumacher (2005): Onlineberatung im Netz. Hilfe oder Scharlatanerie? In Kai Lehmann & Michael Schetsche (Hg.), Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens (S. 243-252). Bielefeld: transcript.
- Schlösser, Christina (2008): Beratung im Internet. Eine Fallstudie. Verfügbar unter: http://www.kinderschutz.de/local/media/File/Pressematerialien%20kids-hotline/Studienergebnisse_Beratung-im-Internet_Eine-Fallstudie_Schloesser.pdf (aufgerufen am 18.08.2008).
- Snow, Stephen (2001): Is Online Counseling Ethical? Verfügbar unter: <http://www.commcure.com/ethiconline.html> (aufgerufen am 14. Juli 2008).
- Tossmann, Peter (2007): Neue Wege in der Prävention des Drogenkonsums – Onlineberatung am Beispiel von Drugcom.de. Köln BZgA.
- Wetzstein, Thomas A. u. a. (1995): Datenreisende. Die Kultur der Computernetze. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wimmer, Andreas (2004): 24 Stunden Hilfe auf einen Klick – Psychosoziale Beratung über das Internet. In Wolf Müller & Ulrike Scheuermann (Hg.), Praxis Krisenintervention. Ein Handbuch für helfende Berufe: Psychologen, Ärzte, Sozialpädagogen, Pflege- und Rettungskräfte (S. 289-299). Stuttgart: Kohlhammer.
- Wolz, Eberhard & Arno Schöppe (1999): Der virtuelle Rat. Email-Beratung im Internet. Verfügbar unter: <http://www.sextra.de/main.html?page=1194> (aufgerufen am 14.06.2008).

Autorenhinweis

Richard Reindl

Richard Reindl, Dipl.-Pädagoge, Dipl.-Theologe, Dr. rer. soc., Professor für Soziale Arbeit, Sozialmanagement und Sozialinformatik an der Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg, Leiter der Studienwerkstatt Onlineberatung. Arbeitsschwerpunkte: Sozialinformatik und Usability, Organisationsberatung, Qualifizierungsprogramm für Online-Berater/innen.

*Richard Reindl, Dipl.-Pädagoge, Dipl.-Theologe, Dr. rer. soc.
Bahnhofstr. 87
D-90402 Nürnberg*

E-Mail: richard.reindl@ohm-hochschule.de