

Frank Nestmann

Frank Engel

Ursel Sickendiek

Hrsg.

DAS  
HANDBUCH  
DER BERATUNG

BAND 3 Neue Beratungswelten

*Anschriften der Herausgeber:*

Prof. Dr. Frank Nestmann  
 Technische Universität Dresden  
 Fakultät Erziehungswissenschaften  
 Institut für Sozialpädagogik, Sozialarbeit und Wohlfahrtswissenschaften  
 D-01062 Dresden  
 E-Mail: Frank.Nestmann@tu-dresden.de

Frank Engel  
 Institut für Beratungsforschung und -weiterbildung  
 Breite Straße 37  
 D-33602 Bielefeld  
 E-Mail: frank.w.engel@t-online.de

Ursel Sickendiek  
 Universität Bielefeld  
 ZSB-Zentrale Studienberatung  
 Universitätsstr. 25  
 D-33501 Bielefeld  
 E-Mail: ursel.sickendiek@uni-bielefeld.de

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**  
 Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in  
 der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten  
 sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2013 dgvt-Verlag  
 Im Sudhaus  
 Hechinger Straße 203  
 72072 Tübingen

E-Mail: [dgvt-Verlag@dgvt.de](mailto:dgvt-Verlag@dgvt.de)  
 Internet: [www.dgvt-Verlag.de](http://www.dgvt-Verlag.de)

Gestaltung & Satz: Die Kavallerie GmbH, Tübingen  
 Umschlaggestaltung: Frank Engel, Bielefeld  
 Belichtung: KOPP – desktopmedia, Nufringen  
 Druck: Druckerei Deile GmbH, Tübingen  
 Bindung: Lachenmaier GmbH, Reutlingen

**ISBN 978-3-87159-247-8**

**Inhaltsverzeichnis****Band 3: Neue Beratungswelten:  
Fortschritte und Kontroversen**

<b>XIII VORWORT UND EINLEITUNG</b> .....	1321
<b>Vorwort der HerausgeberInnen</b> .....	1323
<b>Beratung: Zwischen „old school“ und „new style“</b> .....	1325
<i>Frank Nestmann, Frank Engel &amp; Ursel Sickendiek</i>	
<b>XIV INNOVATIVE ZUGÄNGE: NEUE UND WEITERENTWICKELTE KONZEPTE DES BERATENS</b> .....	1349
Übersicht .....	1350
<b>Beratung als narrative Praxis</b> .....	1353
<i>John McLeod</i>	
1 Sinn finden: Die persönliche Identität als Erzählung .....	1354
2 Fortschritte machen: Eine andere Geschichte erzählen können .....	1358
3 Ein Fazit .....	1362
Literatur .....	1363
<b>Beratung poststrukturalistisch: Von sich erzählen</b> .....	1367
<i>Melanie Plöber</i>	
1 Einführung .....	1367
2 Diskurs, Macht, Subjektivierung .....	1368

3 Performativität .....	1372
4 Resümee .....	1377
Literatur .....	1377

**SocioDynamic Counselling:****Vance Peavys konstruktivistischer Beratungsansatz .....** 1381*Annett Kupfer, Romy Simon & Frank Nestmann*

1 Einleitung .....	1381
2 Eine Welt im Wandel .....	1382
3 Probleme von Beratungsklienten und Reaktionsmöglichkeiten von Beratung allgemein und im SocioDynamic Counselling .....	1384
4 Konstruktivistische Prinzipien der Beratung .....	1386
5 Praxis und Methodik soziodynamischer Beratung .....	1389
Literatur .....	1394

**Ein soziales Modell von Beratung – John McLeods  
Vorschlag, Beratung als einen „sozialen Prozess“****zu verstehen .....** 1397*Frank Nestmann*

1 Psychologische Beratungskonzepte .....	1397
2 Sozialpädagogische Modellvorstellungen .....	1399
3 Beratung als sozialer Prozess .....	1400
4 Berater als „Grenzgänger“ – Beratung als „Brücke“ .....	1402
5 Beratung ist sozial! .....	1405
Literatur .....	1406

**Beratung als soziales Isolat? Die übersehene Rolle  
persönlicher Beziehungen und Netzwerke .....** 1409*Annett Kupfer, Frank Nestmann & Kathy Weinhold*

1 Vernachlässigte soziale Einflussfaktoren .....	1411
2 Generelle Wirkfaktoren von Beratung und Therapie .....	1412
3 Professionelle Hilfe und alltägliche Unterstützung .....	1414
4 Soziale Einflüsse auf Hilfesuche und -inanspruchnahme .....	1416
5 Soziale Einflüsse und der Beratungsprozess .....	1418
6 Soziale Einflüsse und die Wirkung von Beratung und Psychotherapie .....	1419
7 Das Verhältnis von informeller Hilfe und professioneller Hilfe .....	1420
Literatur .....	1423

**Diversität in der Beratung:****Unterschiedlichen Lebenswelten gerecht werden .....** 1429*Ursel Sickendiek*

1 Diversität als politisches Konzept .....	1431
2 Diversität als mehrdimensionaler Ansatz .....	1431
3 Inter- und multikulturelle Beratung, „cross-cultural counseling“ oder Beratung in diversen Lebenswelten? .....	1433
4 Anerkennung, Lebenswelten und soziale Gerechtigkeit .....	1438
5 Individualistische und kollektivistische Selbst- und Weltbilder .....	1441
6 In Diversität beraten: Drei Konzepte und ein Gestaltungsprinzip .....	1443
Literatur .....	1445

**Wenn etwas sicher ist, dann die Unsicherheit:****Ungewissheit, Nichtsicherheit und Zufall in der Beratung .....** 1447*Frank Nestmann & Ursel Sickendiek*

1 Beratung angesichts von Ungewissheit und Informationsflut .....	1448
2 Der Nichtsicherheit eine positive Seite abgewinnen – Gelatts „positive uncertainty“ .....	1455
3 Zufälle und ungeplante Ereignisse – eine unkonventionelle Perspektive auf berufliche Laufbahnen und Lebensläufe .....	1460
Literatur .....	1466

**Fertigkeits- und funktionsorientierte Beratung****sowie Psychoedukation .....** 1469*Ilse Kryspin-Exner*

1 Psychoedukation .....	1473
2 Internetbasierte fertigkeit- und funktionsorientierte Beratung .....	1475
3 Virtuelle Realität .....	1477
4 Resümee .....	1477
Literatur .....	1478

**Systemisch-sozialökologische Beratung .....** 1483*Franz-Christian Schubert*

1 Entwicklungslinien und theoretische Grundlagen .....	1483
2 Grundlagen sozialökologischer Handlungskonzeption .....	1486
3 Transaktionales Belastungs-Bewältigungs-Modell .....	1490
4 Sozialökologisches Beratungshandeln .....	1491
Literatur .....	1502

<b>XV BERATUNGSSETTINGS UND -RÄUME</b> .....	1507
Übersicht .....	1508
<b>Beratung und sozialer Raum</b> .....	1509
<i>Ruth Großmaß</i>	
1 Raum- und Ortlosigkeit von Beratung .....	1509
2 Verortung von Beratung .....	1511
3 Beratung im gesellschaftlichen Raum der Positionen .....	1512
4 Geografischer und sozialer Ort von Beratung .....	1516
5 Institutionen als Räume der Macht .....	1519
6 Beratungsinteraktion als Möglichkeitsraum .....	1522
Literatur .....	1523
<b>Beratung zwischen Tür und Angel</b>	
<b>Professionelle Gestaltung von offenen Settings –</b>	
<b>ein Beitrag für mehr Gerechtigkeit</b> .....	1525
<i>Maria Knab</i>	
1 Forschungsperspektiven .....	1525
2 Profilierungsperspektive Gerechtigkeit .....	1528
Literatur .....	1535
<b>Organisationsberatung und Beratung von Organisationen</b> .....	1539
<i>Hans-Jürgen Seel</i>	
1 Wie kommen Beratung und Organisation zusammen? .....	1539
2 Typen von Organisationen als Aggregationen von (natürlichen) Personen .....	1543
3 Counseling: Beratung als Organisation und Management von reflexiven Projekten .....	1547
Literatur .....	1551
<b>Community Counseling: Beratung im sozialräumlichen Kontext</b> .....	1553
<i>Vera Bamler &amp; Jillian Werner</i>	
1 Community Counseling .....	1553
2 Ausgewählte Beratungsfelder .....	1556
3 Maximen von Community Counseling .....	1560
4 Herausforderungen für Beraterinnen und Berater .....	1563
Literatur .....	1565

<b>XVI MEDIEN UND BERATUNG</b> .....	1569
Übersicht .....	1570
<b>Professionalisierung der Online-Beratung</b> .....	1571
<i>Stefan Kühne &amp; Gerhard Hintenberger</i>	
1 Institutionalisierung der Online-Beratung .....	1571
2 Vorteile schriftbasierter Online-Beratung .....	1574
3 Einschränkungen schriftbasierter Online-Beratung .....	1576
4 Mediale Ausdifferenzierung der Online-Beratung .....	1577
5 Methodische Ausdifferenzierung der Online-Beratung .....	1578
6 Professionalisierung der Aus- und Weiterbildung .....	1580
7 Qualitätsstandards und Qualitätssicherung .....	1582
8 Ausblick .....	1582
Literatur .....	1583
<b>Sozialpsychologie der Online-Beratung</b> .....	1587
<i>Nicola Döring &amp; Christiane Eichenberg</i>	
1 Einleitung .....	1587
2 Internetbasierte Beratungsangebote .....	1588
3 Sozialpsychologische Besonderheiten der Online-Beratung .....	1590
4 Qualitätsbewertung der Online-Beratung .....	1595
5 Fazit .....	1596
Literatur .....	1597
<b>Von der E-Beratung zur M-Beratung:</b>	
<b>Chancen und Grenzen des Einsatzes von Mobilmedien</b> .....	1601
<i>Nicola Döring &amp; Christiane Eichenberg</i>	
1 Von E-Health zu M-Health .....	1601
2 Mobilmedien .....	1603
3 Psychosoziale Beratungsangebote mittels Mobilmedien .....	1606
4 Chancen und Grenzen der M-Beratung .....	1612
5 Fazit für die Praxis .....	1613
Literatur .....	1614
<b>Ratgeberliteratur am Beispiel von Erziehungsfragen</b> .....	1617
<i>Nicole Keller</i>	
1 Einleitung .....	1617
2 Gegenstandsbestimmung .....	1618
3 Das Angebot und die Nachfrage im Bereich der pädagogischen Ratgeberliteratur .....	1620
4 Forschungsbedarf .....	1626
Literatur .....	1627

<b>XVII KRITIK DER BERATUNG – ALTE UND NEUE WIDERSPRÜCHE</b> .....	1629
Übersicht .....	1630
<b>Ökonomisierung der Beratung</b> .....	1633
<i>Aloys Prinz</i>	
1 Einleitung .....	1633
2 Beratung aus ökonomischer Sicht .....	1634
3 Ökonomisierung versus Kommerzialisierung .....	1636
4 Wann ist Ökonomisierung für die Beratung schädlich? .....	1638
5 Wie kann Beratung gleichzeitig wirksam und wirtschaftlich sein? ...	1639
6 Fazit .....	1641
Literatur .....	1641
<b>Aufgaben und Probleme der Professionalisierung von Beratung</b> .....	1645
<i>Hans-Jürgen Seel</i>	
1 Was heißt Professionalisierung? .....	1645
2 Beratung als Profession .....	1646
3 Konsequenzen: Klärung der „Mission“ professioneller Beratung ....	1656
Literatur .....	1659
<b>Beratung und Zwang</b> .....	1663
<i>Rainer Göckler</i>	
1 Einführung .....	1663
2 Zwangs- und sanktionsfreie Beratung als Regel .....	1664
3 Gesellschaftlich akzeptierte Formen in teilformalisierten Beratungsangeboten .....	1666
4 Gesellschaftlich umstrittene Formen von Zwangsberatungen .....	1667
5 Beratungsmethodische Hinweise für Beratung in Zwangskontexten .....	1669
6 Zwangsberatung in öffentlich-rechtlichen Institutionen .....	1672
Literatur .....	1675
<b>Beratung und Armut</b> .....	1679
<i>Hans-Peter Michels</i>	
1 Einleitung .....	1679
2 Armut .....	1680
3 Ökonomische Bedingungen der Armut und die Umgestaltung des Sozialstaates .....	1682
4 Beratung im Zwangskontext .....	1688
5 Alternativen .....	1691
6 Fazit .....	1692
Literatur .....	1692

<b>Unerkannt lassen: Gefahren und Grenzen von Aufdeckungsarbeit in der Beratung</b> .....	1695
<i>Hans Thiersch</i>	
1 Klarheit und Wahrhaftigkeit im Zusammenhang sozialer Hilfen .....	1695
2 Wahrhaftigkeit .....	1699
3 Unwahrhaftigkeit .....	1700
4 Alltag, Selbstdarstellung, Stigma-Management .....	1701
5 Die Normalität von Wahrhaftigkeit und Nichtwahrhaftigkeit .....	1702
6 Sozialpädagogische Beratung .....	1703
7 Kasuistik .....	1706
8 Beratung in der gegenwärtigen sozialpädagogischen und gesellschaftlichen Situation .....	1707
Literatur .....	1708
<b>Beratung und Ethik</b> .....	1711
<i>Ruth Großmaß</i>	
1 Ethik im fachlichen Diskurs über Beratung .....	1711
2 Professionalisierungsprozess und Ethik .....	1712
3 Die ethische Dimension professioneller Beratungsarbeit .....	1714
4 Theoretische Voraussetzungen ethischer Reflexion .....	1716
5 Ethische Reflexion und Beratungspraxis .....	1718
Literatur .....	1719
<b>Fit für was? Beratung als Aktivierungsschema fürs Hamsterrad</b> .....	1723
<i>Heiner Käuß</i>	
1 Vom Fremdzwang zum Selbstzwang: Vom Körperdrill zum Fitnessdiskurs .....	1724
2 „Verkörperung“ der Unterwerfung .....	1725
3 Die Produktion der „grauen Herren“ .....	1726
4 Inszenierung der Eliten .....	1727
5 Fitness als grenzenloses Steigerungsprinzip .....	1728
6 Proteische Karriere: Die Göttergleichheit? .....	1730
7 Ein zielloses Aktivierungsschema? .....	1731
8 ... und die Positive Psychologie? .....	1733
9 Proteus schlägt zurück: Von der Fitness zum Burn-out und zur Depression .....	1735
10 Zwei Schlussfolgerungen .....	1737
Literatur .....	1738

<b>Grenzen und Chancen der Evaluation von Beratung</b> .....	1741
<i>Franz Oberlehner</i>	
1 Einleitung .....	1741
2 Methodische Probleme .....	1742
3 Verwandte Begriffe: Qualitätssicherung, Effektivität, Effizienz .....	1743
4 Der Konsumentenreport als brauchbares Vorbild .....	1746
5 Evaluation ist Politik .....	1747
Literatur .....	1749
<b>Diagnostikkritik im Kontext von Beratung</b> .....	1751
<i>Wolfgang Schrödter</i>	
1 Beratung: Kontexte, gesellschaftliche Krise, Gesellschaftsdiagnostik .....	1752
2 Die Rolle der Profession im gesellschaftlichen Krisenmanagement .....	1755
3 Multiperspektivität als Programm und Praxis .....	1757
4 Diagnostik in kritisch-konstruktiver Perspektive .....	1758
5 Klinischer Blick, Macht, Moden, Märkte .....	1761
6 Selbstdiagnostik .....	1763
Literatur .....	1765
<b>Beratungsforschung</b> .....	1767
<i>John McLeod</i>	
1 Beratung/Counselling als eine Form der Praxis .....	1768
2 Ziele für die Beratungsforschung .....	1770
3 Methodologische Möglichkeiten der Beratungsforschung .....	1773
4 Abschließende Überlegungen: Künftige Herausforderungen und Möglichkeiten .....	1774
Literatur .....	1776
<b>Esoterik, Spiritualität und Heilslehren statt Beratung?</b> .....	1779
<i>Colin Goldner</i>	
1 Übersinnliches Heilslehren .....	1779
2 Der esoterische Psycho-Supermarkt .....	1781
3 Das Problem der Beraterqualifikation .....	1782
4 Das Geschäft mit der esoterischen Beratung und die Aufgaben der Profession .....	1786
Literatur .....	1787

<b>Counselling und Gesellschaft: Eine kritische Typologie kulturell-gesellschaftlicher Deutungskategorien zum Umgang mit psychischem Leid</b> .....	1789
<i>Colin Feltham</i>	
1 Sieben kulturell-gesellschaftliche Deutungskategorien persönlichen Leidens .....	1790
2 Anthro-pathologie .....	1794
3 Die Ursprünge und das gegenwärtige Ethos von Counselling .....	1795
4 Die Bedeutung der sieben Deutungskategorien für eine kritische Counselling-Analyse .....	1796
Literatur .....	1802

**Lesehinweis**

In den Beiträgen des Handbuches sind längere Zitate kleiner gesetzt und mit Anführungszeichen gekennzeichnet.

In ebenfalls klein gesetzten Textteilen ohne Anführungszeichen finden sich Textpassagen, in denen ausgewählte Forschungs- oder Handlungsbereiche detailliert dargestellt werden sowie Beispiele (kursiviert).

<b>Sachwortregister</b> .....	1805
<b>Personenregister</b> .....	1813
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	1826
<b>AutorInnenverzeichnis</b> .....	1828
<b>Anhang: Zweite Frankfurter Erklärung zur Beratung</b> .....	1831

- Winnicott, D.W. (1997). *Vom Spiel zur Kreativität* (9. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Zenner, B. & Gielen, L. (2009). Ein dialogischer Ansatz in der Online-Beratung. In S. Kühne & G. Hintenberger (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung* (S. 117–130). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

*Stefan Kühne* ist Dipl.-Erwachsenenbildner und Leiter wienXtra-jugendinfo. Außerdem ist er Mitherausgeber des e-beratungsjournal.net, einer Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation.

Anschrift:  
wienXtra-institut für freizeitpädagogik  
wienXtra-jugendinfo  
Albertgasse 35/II  
A-1080 Wien  
E-Mail: stefan.kuehne@wienXtra.at.

*Mag. Gerhard Hintenberger* ist an der Donau-Universität Krems als Fachbereichsleiter „Psychotherapie“ und wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig sowie Psychotherapeut in freier Praxis. Er ist Mitherausgeber des e-beratungsjournal.net, einer Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation.

Anschrift:  
Donau-Universität Krems  
Department für Psychotherapie und Biopsychosoziale Gesundheit  
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30  
A-3500 Krems an der Donau  
E-Mail: gerhard.hintenberger@donau-uni.ac.at

## Sozialpsychologie der Online-Beratung

Nicola Döring & Christiane Eichenberg

- 1 Einleitung
- 2 Internetbasierte Beratungsangebote
- 3 Sozialpsychologische Besonderheiten der Online-Beratung
- 4 Qualitätsbewertung der Online-Beratung
- 5 Fazit

### 1 Einleitung

Eine 27-jährige Jurastudentin mit einer Posttraumatischen Belastungsstörung aufgrund sexueller Missbrauchserfahrungen zwischen dem 13. und 17. Lebensjahr wendet sich per E-Mail an eine psychologische Beratungsstelle für Studierende:

„... seit Tagen schleiche ich hier in meiner Wohnung umher, wie ein Tiger im Käfig [...], mein Hirn arbeitet auf Hochtouren, schläft scheinbar nie ... Es produziert immer und immer mehr Erinnerungen, die mich erschlagen ... Ich kann einfach nicht mehr! In einer Beratungsstelle war ich diesbezüglich noch nie, da ich nicht darüber reden kann, was passiert ist ... Ich bekomme kein einziges Wort über die Lippen, kaun noch nicht einmal für mich die Dinge aussprechen ... Schreiben klappt – wie es scheint – bisher recht gut ...“

Die Empfängerin der E-Mail, eine Psychologin, ist verunsichert. Soll sie sich auf den Kontakt einlassen? Verstärkt sie damit nicht unter Umständen das Vermeidungsverhalten der Ratsuchenden? Sie bespricht die Frage in ihrer Supervisionsgruppe. Dort rät man ihr nach einigem Zögern, auf den E-Mail-Wechsel einzugehen. Für die Studentin bestehe in dieser Kommunikationsform anscheinend derzeit die einzige Möglichkeit, sich an eine professionelle Helferin zu wenden. Nach einem kurzen E-Mail-Wechsel kam der erste „reale“ Kontakt zwischen Patientin und Therapeutin in der Beratungsstelle zustande. Ohne das Einlassen der Therapeutin auf die Kontaktaufnahme via Internet wäre der folgenden Behandlung nie der Weg geebnet worden, die weiterhin von E-Mails begleitet wurde. So konnte die Patientin langsam ihre Sprachhemmung überwinden und emotionale Entlastung erfahren (Bollinger, 2004).

Viele psychosoziale Berater und Psychotherapeuten werden heute von Ratsuchenden über das Internet kontaktiert. Manche gewollt, weil ihre Beratungsstelle explizit psychosoziale Online-Beratung anbietet, manche ungewollt, weil Ratsuchende die Praxis-Homepage einer Therapeutin recherchieren und sie per E-Mail um Hilfestellung bitten. Andere Patienten kontaktieren während einer laufenden Psychotherapie ihren Therapeuten per E-Mail, weil sie in einer akuten Krise sind oder die Ferien des Therapeuten schwer ertragen können.

Für Beratende und Therapeuten stellt sich die Frage nach den Besonderheiten der netzbasierten Kommunikation im therapeutischen Setting. Auf das obige Beispiel bezogen: Worauf muss die Psychologin der studentischen Beratungsstelle achten, wenn sie das ihr bekannte Setting der Face-to-Face (F2F)-Beratung verlässt und im Internet berät? Kann sie die traditionellen Beratungstechniken anwenden? Wie wirken die Interventionen im E-Mail-Kontakt? Wie kann computervermittelt eine vertrauensvolle und produktive Arbeitsbeziehung zwischen Ratsuchenden und Beratenden aufgebaut werden?

## 2 Internetbasierte Beratungsangebote

Um die Besonderheiten des Internets als Setting für die psychosoziale Beratung herauszuarbeiten, muss zwischen verschiedenen Aspekten differenziert werden. Internetbasierte Beratungsangebote lassen sich nach einer Reihe von Dimensionen differenzieren (Berger & Andersson, 2009; Eichenberg, 2008, siehe Tabelle 1).

Demnach wird psychosoziale Online-Beratung von unterschiedlichen *Institutionen* sowie von psychosozialen Helfern verschiedener *Grundberufe* angeboten. Für potenziell Ratsuchende sind *Qualitätsnachweise* besonders wichtig: Sie wünschen sich die Garantie von Online-Sicherheit und Vertraulichkeit, Nachweis der Beraterqualifikation sowie erkennbare Gütesiegel der Angebote (Kral & Traunmüller, 2008). Allerdings machen viele Anbieter ihre Qualifikationen nicht ausreichend kenntlich. Eine Analyse von  $N=122$  Web-Beratungsangeboten ergab, dass die meisten Anbieter (81 %) keinen Hinweis wie ein Logo oder erkennbares Gütesiegel in ihre Homepage integrieren (Stetina, Sofianopoulou & Kryspin-Exner, 2009). Dass psychosoziale Online-Angebote insgesamt auf hohe Nachfrage stoßen, ist inzwischen belegt (z. B. Kral & Traunmüller, 2008; Wenzel, 2008; Christensen et al., 2004). Dabei werden *kostenlose* Dienste deutlich häufiger in Anspruch genommen als kostenpflichtige.

Insgesamt finden viele Prozesse der psychosozialen Versorgung vermehrt auch unter Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien statt (Döring, 2006): von der Nutzung des Internets als Raum für moderierte Selbsthilfegruppen, über Online-Beratungsangebote bis hin zu WWW-basierten Inventionenprogrammen zu verschiedenen *Störungs- und Problembereichen* mit und ohne (unterstützenden) Online-Kontakt zu einem Berater oder Therapeuten. Dabei ist zu unterscheiden, ob die Online-Beratung singulär durchgeführt wird oder in weitere therapeutische Interaktionen eingebunden ist, in welcher *Phase der Intervention* ihre Zielsetzung liegt und ob sie aus *computervermitteltem Kontakt* zwischen

Tabelle 1: Unterscheidungsmerkmale internetbasierter Beratungsangebote

Dimension	Beispiele
Anbietende Institution	Gesundheitseinrichtungen Krisendienste Niedergelassene Therapeuten Kliniken
Ausbildung der Beraterin/des Beraters	Arzt Psychologe (Sozial-)Pädagoge Sozialarbeiter Seelsorger
Kommerzialisierungsgrad	Kommerziell Semikommerziell Kostenlos
Seriosität bzw. Grad der Professionalität	Einhaltung bestimmter Gütekriterien wie Informationen über die Qualifikation des Beraters, Hinweise auf Grenzen (Nicht-Eignung für bestimmte Probleme etc.) Bearbeitungsdauer
Phase der psychosozialen Versorgung	Prävention Behandlung Rehabilitation
Problemfokus	Problem- und störungsbezogene Angebote Problemübergreifende Angebote
Verknüpfung mit Face-to-Face-Ansätzen	Online-Beratung zur Anbahnung und Überleitung in eine traditionelle Psychotherapie Professionell geleitete Internet-Chat-Gruppen als poststationäre Nachsorgeprogramme WWW-Programm mit wenigen ergänzenden F2F-Sitzungen Ausschließliche Online-Intervention
Ausmaß der inter-personalen therapeutischen Kontakte	Keine therapeutische Kontakte Minimale therapeutische Kontakte Ausschließlich therapeutische Kontakte
Netzdienst	E-Mail Forum Textbasierter Chat Audio- und Video-Chat World Wide Web/Social Networking Sites

*Berater und Ratsuchendem* besteht oder ob die Intervention z. B. aus der Bearbeitung von psycho-edukativen Web-Modulen zu einem bestimmten Problembereich (z. B. soziale Angst, Nikotinabhängigkeit) ohne direkte therapeutische Interaktion erfolgt.

Eichenberg und Ott (2011) berichten in einem Überblicksartikel, dass inzwischen eine Vielzahl *störungsspezifischer Online-Interventionsangebote* zu unterschiedlichen psychischen Störungen und Problembereichen (z. B. Angststörungen, Depression, Posttraumatischen Belastungsstörungen, Essstörungen, verhaltensmedizinischen Störungen) evaluiert wurden. Die Befunde zeigen, dass Online-Interventionsangebote wirksam sind, fast ausschließlich auf kognitiv-behavioralen Ansätzen beruhen und am häufigsten zur Behandlung konzipiert wurden. Für präventive und rehabilitative Internet-Angebote liegen vergleichsweise weniger Evaluationsstudien vor.

Allerdings ist der überwiegende Anteil dieser störungsbezogenen Online-Interventionsprogramme nicht öffentlich zugänglich (Griffiths & Christensen, 2006), sondern wurde lediglich zu Forschungszwecken entwickelt und entsprechend unter experimentellen Bedingungen erprobt. Es stehen jedoch auch eine Vielzahl *offener Online-Beratungsangebote* zur Verfügung, die von (meist) karitativen Einrichtungen betrieben werden (für eine Übersicht siehe [www.das-beratungsnetz.de](http://www.das-beratungsnetz.de)) und aus internetbasierten Kontakten zwischen Ratsuchenden und Beratenden bestehen.

Dabei werden verschiedene *Netzdienste* genutzt, die sich grob in *asynchrone/zeitversetzte* (E-Mail, Foren, Mailinglisten) und *synchrone/zeitgleiche* (Chats) sowie *textbasierte* (E-Mail, Foren, Mailinglisten, Chats) und *multimediale* (Audio- und Videokonferenzen) Dienste einteilen lassen. Der Einfluss des jeweiligen Netzdienstes auf die Beratungsarbeit ist spezifisch und geht mit immanenten Chancen – aber auch Problemen – einher. Inzwischen ist durch mehrere Befragungsstudien an Nutzern von Online-Beratungsangeboten belegt, dass sie gerade aufgrund der spezifischen Merkmale der internetbasierten Kommunikation auf diese Form der psychosozialen Unterstützung zurückgreifen (z. B. Eichenberg, 2007; Hinsch & Schneider, 2002; Zenner & Oswald, 2006). Es ist jedoch stets zu beachten, dass sich Online-Beratungsangebote eben in verschiedener Hinsicht unterscheiden (siehe oben Tab. 1) und die medialen Besonderheiten nur ein Aspekt unter vielen sind.

### 3 Sozialpsychologische Besonderheiten der Online-Beratung

Die Sozialpsychologie befasst sich mit dem menschlichen Erleben und Verhalten im sozialen Umfeld. Dabei spielen Prozesse der Identität, Selbstdarstellung und Eindrucksbildung eine wichtige Rolle. Weiterhin geht es um die zwischenmenschliche Kommunikation und Interaktion sowie um die Anbahnung und Gestaltung sozialer Beziehungen. All diese und weitere sozialpsychologische Phänomene weisen spezifische Besonderheiten auf, je nachdem, welche Personen beteiligt sind, welche Anforderungen die jeweilige Situation stellt und welcher Kommunikationskanal verwendet wird. Mit der Verbreitung des Internets hat sich computermedierte Kommunikation im Alltag etabliert. Dass sich Menschen auf Online-Profilen darstellen, ihren Mitmenschen per Internet-Suchmaschine nachgehen, sich nach Feierabend

im Chat treffen, alte Schulfreunde über Social-Networking-Plattformen kontaktieren, über Single-Plattformen Verabredungen treffen oder mit entfernt lebenden Verwandten via Internet telefonieren und Videokonferenzen abhalten, ist heute in vielen Bevölkerungsgruppen normal (zur Sozialpsychologie des Internets siehe zusammenfassend Döring, 2003, 2007, 2009a). Dementsprechend ist es nur folgerichtig, dass neben herkömmlicher Face-to-Face-, Brief- und Telefonberatung die Online-Beratung zunehmend an Bedeutung gewinnt (Döring, 2006).

Online-Beratung findet überwiegend textbasiert per E-Mail oder per Online-Chat statt (Castelnuovo, Gaggioli, Mantovani & Riva, 2003). Die E-Mail-Kommunikation läuft *zeitversetzt (asynchron)* ab und ähnelt dem Briefeschreiben, Chat-Kommunikation dagegen erfolgt *zeitgleich (synchron)* und stellt eine Form des schriftlichen Gesprächs dar:

- Bei der *zeitversetzten E-Mail-Beratung* kann das Gefühl unmittelbarer Nähe einerseits schwieriger vermittelt werden (weil man auf jede Antwort Stunden oder Tage warten muss). Andererseits kann wiederum mehr Nähe erlebt werden, wenn im Vergleich zum traditionellen Setting (z. B. ein Termin pro Woche) ein höherfrequenter Austausch (z. B. E-Mail-Antworten alle zwei Tage) möglich ist (Eichenberg, 2008). Darüber hinaus bietet die Asynchronizität der E-Mail-Kommunikation terminliche Flexibilität, was Beratenden wie Ratsuchenden entgegenkommen kann. Unabhängig von festen Öffnungszeiten der Beratungsstellen zu sein, kann gerade für Berufstätige oder auch Alleinerziehende den Weg in eine Beratung erleichtern oder gar erst ermöglichen. Ebenso eröffnet diese Situation eine „zone for reflection“: Hilfesuchende können ihr Anliegen ganz in Ruhe formulieren und auch reformulieren, Beratende gründlich und vorbereitet ihre Antworten verfassen. Anhand der schriftlichen Kommunikationsdokumente können sich Beratende zudem gerade in heiklen Situationen via Supervision oder Intervention detailliert unterstützen lassen, bevor sie die nächste Antwort schreiben. Andersherum birgt jedoch die Zeitverzögerung auch die Gefahr, auf eine Problemsituation des Ratsuchenden einzugehen, die aus einer bestimmten Stimmungslage heraus formuliert wurde und zum Zeitpunkt der Beantwortung gar nicht mehr aktuell ist.
- Bei der *zeitgleichen Chat-Beratung* besteht dieser Nachteil nicht, jedoch ist die Fähigkeit zu schnellem Tippen auf der Tastatur nötig, damit ein flüssiges Gespräch zustande kommt. Typischerweise muss bei einer Chat-Sitzung mehr Zeit eingerechnet werden als bei einer traditionellen Sitzung, um den gleichen Informationsgehalt zu transportieren. Chats ermöglichen grundsätzlich auch die *Beratung von Gruppen*. Dies erfordert vom Berater ein besonders hohes Maß an sozio-technischer Kompetenz, um alle Ratsuchenden gleichermaßen einzubinden und z. B. auch zu bemerken, wenn sich ein Teilnehmer zurückzieht und schweigt. Dabei besteht die Unsicherheit nicht immer zu wissen warum: Zieht er sich traurig zurück, gab es eine technische Panne oder wurde er zuhause von Familienmitgliedern gestört? Ebenso erfordert es Strategien für den Umgang mit potenziell dysfunktionalen Gruppendynamiken, z. B. im Fall von „Flaming“ (beleidigende Online-Äußerungen) oder wenn ein/e Teilnehmer/in öffentlich

suizidale Absichten äußert (Eichenberg & Pennauer, 2003). *Audio- und Video-Chats* als zeitgleiche und zudem multimediale Formen der Online-Beratung kommen seltener zum Einsatz, denn das Verlassen der Textebene bedeutet einen Kontrollverlust für die Ratsuchenden, bedroht die Anonymität des Kontakts und setzt zudem entsprechendes technisches Equipment wie z. B. eine Webkamera voraus (für ein Review der wenigen vorliegenden Studien zum Einsatz von Videokonferenzen in der Psychotherapie siehe Simpson, 2008).

Der computervermittelte Beratungskontakt wird meist über die Website der Beratungsstelle zugänglich gemacht. Dort finden sich dann entsprechende E-Mail-Adressen sowie der Zugang zum Chat-Room inklusive dessen Öffnungszeiten. Oft werden die Beratenden mit Foto und einigen Daten zur Person vorgestellt. Ratsuchende müssen also zuerst die Beratungswebsite suchen und finden, um in einen Beratungskontakt einzusteigen.

Es existieren jedoch auch Konzepte, bei denen nicht die Ratsuchenden auf die Beratenden zugehen müssen, sondern umgekehrt eine *aufsuchende Beratungsarbeit* stattfindet. Hierbei wenden sich die Beratenden ihren Zielgruppen im Netz aktiv zu, indem sie sich in deren Online-Umgebungen aufhalten und dort mit ihrem Angebot sichtbar und ansprechbar sind. So haben viele Online-Beratungsstellen mittlerweile Profile auf Social-Networking-Sites (z. B. Facebook) eingerichtet, der aktuell beliebtesten Gruppe von Netzdiensten. Manche Sexualberatungsstellen sind in Sex-Chatrooms präsent, um dort Aufklärungs- und Beratungsarbeit rund um Safer-Sex-Fragen zu leisten. Andere Berate stehen Jugendliche in Online-Welten (z. B. Second Life) oder in Online-Spielen (z. B. World of Warcraft) „vor Ort“ zur Verfügung. Die Teilnahme an diesen Online-Kontexten erfordert entsprechende Medienkompetenz der Beratenden (beispielsweise wie orientiere ich mich in der Online-Welt, wie gestalte ich meinen Avatar) sowie eine gründliche Reflexion der eingesetzten Methoden (z. B. Abgrenzung zwischen Spielhandlung und echter Beratungskommunikation). Wieder andere Beratende diskutieren in Online-Foren oder nehmen an Online-Selbsthilfegruppen teil, in denen die Mitglieder sich wechselseitig bei psychosozialen Problemen helfen (Peer-Beratung) und bringen so ihre professionelle Stimme ein (z. B. in Transsexuellen-/Transgender-Foren, Döring, 2009b). Entsprechende Aktivitäten erfordern es immer, sich mit den sozialen Regeln der jeweiligen Online-Community vertraut zu machen: Manche Online-Selbsthilfegruppen freuen sich über die Präsenz von Experten, andere lehnen dies als Eingriff in ihre Autonomie ausdrücklich ab.

Welche sozialpsychologischen Besonderheiten ergeben sich nun aus dem computervermittelten Beratungskontakt? Wir gliedern die Darstellung im Folgenden nach wichtigen Theorien der computervermittelten Kommunikation (für eine umfassende Darstellung siehe Döring, 2003).

### Die Kanalreduktionstheorie

Oft wird der computervermittelte Kontakt als eine im Vergleich zum persönlichen Gespräch defizitäre Kommunikationsform verstanden: Bei einem textbasierten Online-Kontakt per E-Mail, Forum oder Chat reduziert sich der Austausch auf Textzeichen am Monitor. Nonverbale Kommunikation wie Mimik, Gestik, Blick-

kontakt usw. fehlen. Gemäß der *Kanalreduktionstheorie* handelt es sich bei computervermittelter Kommunikation dementsprechend um einen unpersönlichen, entemotionalisierten, ja geradezu *entmenschlichten Kontakt*, der das persönliche Gespräch weder ersetzen kann noch soll. Diese einseitig kritische Sichtweise ist jedoch auf der Basis des aktuellen Forschungsstandes zurückzuweisen. Praxiserfahrungen sowie systematische empirische Studien belegen, dass in bestimmten sozialen Situationen der Online-Austausch sogar als emotionaler und persönlicher empfunden wird als der Face-to-Face-Kontakt, der oft von Unsicherheit, Zurückhaltung, Hemmungen usw. geprägt ist. Ratsuchende, die ihre Probleme im „realen Leben“ bzw. im Face-to-Face-Kontakt nicht thematisieren können und sich erstmals online offenbaren, widerlegen das pessimistische Medienbild der Kanalreduktionstheorie. Ebenso birgt das Schreiben – im Unterschied zum Sprechen – teilweise verbesserte Möglichkeiten der Selbstreflexion.

### Die Filtertheorie

Die *Filtertheorie der computervermittelten Kommunikation* (Döring, 2008) betont, dass das mediale Herausfiltern von Hintergrundinformationen beim textbasierten Online-Austausch (z. B. Aussehen und Auftreten des Gegenübers sowie der eigenen Person) oft zu einer *sozialen Enthemmung und gesteigerten Emotionalität* führt (Suler, 2004). Dies kann sich positiv auswirken, wenn Personen es im Online-Austausch ohne lange Anlaufzeiten wagen, sich offen und ehrlich über persönliche und intime Themen auszutauschen. Es ist nicht untypisch, dass Ratsuchende berichten, ihr Problem im Rahmen anonymen Online-Kommunikation zum allerersten Mal im Leben überhaupt artikuliert zu haben. Die erhöhte Bereitschaft zur Selbstoffenbarung wird als ein wesentlicher Wirkfaktor der Online-Beratung gesehen (Knatz & Dodier, 2003; Schultze, 2007; Vogt, 2007). Andererseits kann Enthemmung im Falle von Frustrationen oder Konflikten aber auch die *negativen Affekte* begünstigen, das Aufbauen von Feindbildern fördern, zu plötzlichem Kontaktabbruch oder zu hemmungslosen Beleidigungen (Flaming) und normverletzendem Verhalten (z. B. Online-Mobbing) führen. Gerade in Online-Foren, die der Peer-Beratung dienen, eskalieren Konfliktsituationen immer wieder. Für Ratsuchende kann es dann belastend sein, wenn ihnen z. B. im Online-Forum nicht geglaubt wird und sie als „Fake“ bezeichnet werden oder wenn ihnen die Schuld für ihre Probleme zugeschrieben wird.

### Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung

Die *Theorie der sozialen Informationsverarbeitung* betont, dass die Qualität computervermittelter Kommunikation keineswegs deterministisch durch die Medienmerkmale vorgegeben ist. Vielmehr haben die Nutzerinnen und Nutzer wesentlichen Einfluss darauf, was sie einander wie und wann im Online-Kontakt preisgeben.

Indem sich die Online-Berater auf einer Profilseite mit Foto, Angaben zu Qualifikation und Berufserfahrung sowie zum persönlichen Hintergrund vorstellen, können sie ihre soziale Präsenz steigern und dadurch eher verhindern, zu einer beliebigen Projektionsfläche zu werden. Zudem können Textbotschaften durch sogenannte Emoticons (z. B. Smileys) oder die ausdrückliche Benennung von Gefühlen und Beschreibung von Gedanken sehr persönlich gestaltet werden. Umgekehrt

müssen Beratende darauf achten, dass sie selbst genügend Informationen über ihr Gegenüber bekommen, um sinnvoll reagieren zu können und der Gefahr von Missverständnissen, Projektionen und Überinterpretationen zu entgehen. Dabei ist zu beachten, dass die textbasierte Online-Kommunikation einerseits nonverbale Informationen mitliefert (z. B. Absendezeitpunkt der E-Mail, verwendeter Nickname der ratsuchenden Person etc.), andererseits aber auch Hintergrundinformationen zielgerichtet gesucht werden können. So ist es nicht unüblich, dass Ratsuchende oder Patienten ihre Berater und Therapeuten „googlen“ (d. h. mit der Suchmaschine „Google“ Nachforschungen anstellen), um sich ein genaueres Bild von ihnen zu machen (Zur, Williams, Lehavot & Knapp, 2009). Daraus ergibt sich die Empfehlung an die Beratenden, ihre Online-Selbstdarstellung bewusst zu gestalten und ihr Online-Image immer wieder durch eigene Suchmaschinen-Recherchen zu überprüfen.

Generell werden einerseits Ratsuchende in Online-Foren ernster genommen, wenn sie detailliert und nachvollziehbar über ihr Problem berichten und somit im Sinne der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung ihren Kommunikationspartnern aktiv viele Hintergrundinformationen liefern. Hierbei ist jedoch andererseits ein Schutz der eigenen Privatsphäre wichtig. Detailangaben zu Orten, Berufen, Krankheiten usw. können rasch zur ungewollten Identifizierbarkeit der Ratsuchenden und ihrer Angehörigen führen. In Online-Foren ist es nicht unüblich, dass Mitdiskutanten einen Beitrag kritisch prüfen und z. B. eine Anfrage mit anderen Postings der betreffenden Person vergleichen oder den Nickname googeln. Beratern und Therapeuten wird jedoch in aktuellen Fachdiskursen davon abgeraten, durch Online-Recherchen Hintergrundinformationen über die Ratsuchenden einzuholen. Dies sei ethisch fragwürdig, weil damit möglicherweise die Privatsphäre der Ratsuchenden verletzt wird. Zudem könne das Vertrauensverhältnis gestört werden oder auch der Berater in ein Dilemma geraten, wenn er auf Widersprüche zwischen den Selbstantgaben des Ratsuchenden einerseits und recherchierten Hintergrundinformationen andererseits stößt (Lehavot, Barnett & Powers, 2010).

#### Die Theorie der hyperpersonalen Interaktion

Die *Theorie der hyperpersonalen Interaktion* weist darauf hin, dass Online-Kontakte und insbesondere längere Online-Beziehungen, die sich über eine Reihe von E-Mails oder Chats entwickeln, zuweilen als näher und persönlicher empfunden werden als entsprechende Face-to-Face-Kontakte. Dies kann zum einen auf die Setting-Bedingungen zurückgeführt werden, denn bei zeitversetztem E-Mail-Austausch können Ratsuchende jederzeit Mails an den Berater senden und frühere Mails erneut lesen. Allerdings kann dadurch zum anderen das Phantasma einer Omnipräsenz des Therapeuten entstehen (Kächele, 2008), was vom Online-Berater reflektiert und ggf. korrigiert werden muss, um Abhängigkeit vorzubeugen.

Ein weiterer Katalysator für hyperpersonale Nähe in Online-Beziehungen kann die mediale Distanz darstellen, wenn diese von den Ratsuchenden im Falle eines positiven Kontakts mit Fantasievorstellungen gefüllt wird. Auf diese Weise kann ein idealisiertes Bild des Beraters aufkommen, das sich – mangels möglicherweise irritierender oder frustrierender Face-to-Face-Begegnungen – länger erhalten lässt. Übertragungs- und Gegenübertragungsprozesse sind im Online-Kontext deswegen besonders gründlich zu überdenken.

#### Die Medienwahl-Theorien

*Medienwahl-Theorien* gehen darauf ein, dass in vielen sozialen Kontexten – so auch im Beratungskontext – meist mehrere verschiedene mediale Kommunikationskanäle zur Verfügung stehen. Online-Beratung nachzufragen oder anzubieten, ist somit Ergebnis einer Wahlentscheidung. Ratsuchende, die sich für das computervermittelte Setting entscheiden, etwa um zeitlich flexibel zu sein, aufgrund persönlicher Scham-schwellen oder einer Präferenz für schriftlichen Selbstaussdruck, profitieren dann vermutlich auch stärker von der Beratung, als wenn ihnen der Kommunikationskanal vorgegeben wird. Allerdings sollte im Einzelfall immer wieder hinterfragt werden, ob und wann ggf. ein Wechsel zu einem anderen Kommunikationskanal (z. B. Telefon oder Face-to-Face-Kontakt) sinnvoll ist.

#### 4 Qualitätsbewertung der Online-Beratung

Studien, die quantitatives oder qualitatives Feedback der Klientel von Online-Interventionsangeboten erhoben haben, ermittelten insgesamt ein hohes Maß an *Zufriedenheit* (z. B. Griffiths & Christensen, 2006). Die Zufriedenheit bezog sich auf die Compliance mit dem Programm, aber auch – in Fällen der direkten Interaktion mit einem Berater oder Therapeuten – auf die therapeutische Beziehung. Insgesamt belegen wissenschaftliche Befunde, dass ein stabiles Arbeitsbündnis im Internetsetting herstellbar ist: Von den Beteiligten wird meist eine mindestens ebenso vertrauensvolle und produktive Beziehung erlebt wie im traditionellen Setting (z. B. Cook & Doyle, 2002; Eichenberg, 2007; Hanley, 2009; Knaevelsrud & Maercker, 2006; Leibert, Archer, Munson & York, 2006; Wolf & Kordy, 2006).

Eine Befragung der Ratsuchenden des psychosozialen Online-Beratungsangebots von pro familia SEXTRA ([www.sextra.de](http://www.sextra.de); Eichenberg, 2007) zeigte, dass die Ratsuchenden die internet-spezifischen Besonderheiten der E-Mail-Beratung als sehr positiv erlebten. Den Ratsuchenden fiel es leicht, ihre Gefühle schriftlich zu äußern, und sie erlebten diese Form der Problembeschreibung als wenig anstrengend. Das textbasierte Beratungssetting vermittelte Vertrauen zum Berater und führte nach Angaben der Betroffenen kaum zu Missverständnissen. Auch die Person der Beraterin bzw. des Beraters und die Interaktion mit ihr bzw. ihm wurden in verschiedenen Aspekten deutlich positiv bewertet: Die typischen Charakteristika eines professionellen Beraters wurden generell wahrgenommen (z. B. einfühlsam, Vertrauen erweckend, kompetent), was sich in der Resonanz auf die Interaktion (z. B. sich ernst genommen, vertrauensvoll behandelt und verstanden fühlen) widerspiegelte. Nach Aussagen der befragten Ratsuchenden scheint lediglich das Herstellen persönlicher Nähe („fühle mich dem/der Berater/in nahe“) bei E-Mail-Beratung etwas erschwert. Angesichts der als mäßig bewerteten Verständlichkeit der Antwort des Beraters war es sicher von Vorteil, dass die Ratsuchenden sie mehrfach durchlesen konnten.

Auch in der Online-Beratung tätige Fachleute berichten von positiven Erfahrungen –speziell bezogen auf das Erleben der therapeutischen Beziehung (z. B. Hunner & Wagner, 2008). In der Psychotherapie- und Beratungsforschung hat sich

das sogenannte *Drei-Parteien-Modell* nach Strupp und Hadley (1977) etabliert, das zur Beurteilung des Erfolgs von therapeutischer Arbeit neben der Einschätzung des Patienten und seiner sozialen Umwelt die Experteneinschätzung berücksichtigt. Hier ist weitere Forschung nötig, die in diesem Sinne bei der Qualitätsbewertung der therapeutischen Beziehung die Perspektive der Beratenden stärker miteinbezieht.

Allerdings muss bei den insgesamt positiven Befunden auch berücksichtigt werden, dass bei Online-Interventionangeboten zu bestimmten Störungsbildern (v. a. Suchterkrankungen, depressive Störungen) hohe *Drop-out-Raten* verzeichnet wurden, so dass der Anteil der Zufriedenen tendenziell überschätzt wird. Erste Studien deuten darauf hin, dass die Drop-out-Raten durch verschiedene Variablen moderiert werden. So steigt z. B. die Abbrecherquote, wenn internetbasierte Interventionsprogramme ohne – zumindest minimale – therapeutische Online-Kontakte angeboten werden. *Minimalkontakt* heißt hier in der Regel, dass neben dem zur Verfügung gestellten Online-Material noch kurze, aber regelmäßige (meist wöchentliche) E-Mail-Kontakte zu Beratenden stattfinden (Berger & Andersson, 2009; Spek, Nyklicek, Cuijpers & Pop, 2008). Dieses Ergebnis ist aus der Forschung zur Effektivität von Patientenratgebern und Selbsthilfebüchern bekannt (siehe Eichenberg, 2008; Eichenberg & Moritz, 2012).

Online-Beratung mit direkter Berater-Ratsuchenden-Interaktion ist rein selbstgesteuerten Web-Anwendungen überlegen. Zu diesem Ergebnis kommen auch Studien, die zwei identische internetbasierte Selbsthilfeprogramme verglichen, die jeweils mit oder ohne therapeutische Kontakte via E-Mail realisiert wurden. Am Beispiel sozialphobischer Personen konnte belegt werden, dass die Bedingung mit den minimalen therapeutischen Kontakten gegenüber der Bedingung ohne Kontakte hinsichtlich Wirksamkeit und Abbrecherquote deutlich überlegen war (Titov et al., 2008).

## 5 Fazit

Aus sozialpsychologischer Sicht ist zwischenmenschliche Online-Kommunikation nicht als defizitärer Ersatz für Face-to-Face-Kommunikation zu betrachten, sondern als eine spezifische Form des Austauschs, die – genau wie die Face-to-Face-Kommunikation – bestimmte Vor- und Nachteile mit sich bringt. Es liegen verschiedene Theorien der computervermittelten Kommunikation vor, die jeweils unterschiedliche Erlebnisdimensionen des Kontaktes hervorheben (Döring, 2003).

Bei der Betrachtung der sozialpsychologischen Besonderheiten computervermittelter Beratung im Vergleich zur Telefon- oder Face-to-Face-Beratung ist immer zu beachten, dass die medialen Aspekte neben – und in Wechselwirkung mit – anderen Einflussfaktoren gesehen werden müssen. Die Medienpräferenzen des Ratsuchenden, die Art des Problems, die Qualifikation des Beraters usw. sind wesentliche Faktoren, deren Einfluss auf den Erfolg der Interaktion oft größer ist als der reine Medieneffekt.

Aus sozialpsychologischer Sicht ist der Umgang mit *Selbstdarstellung und Eindrucksbildung* von besonderer Bedeutung für die Online-Beratung. Beim schriftlichen

Online-Austausch haben die Beteiligten zunächst mehr Kontrolle über das, was sie einander ausdrücklich mitteilen oder nicht mitteilen. Selbst sehr offensichtliche Personenmerkmale (z. B. Körperumfang, Hautfarbe, Alter, Geschlecht) können im computervermittelten Kontakt zunächst unsichtbar bleiben. In dem Maße, in dem die Online-Kommunikation das gesamte Leben durchdringt und Internet-Nutzende somit vielfältige Spuren hinterlassen, kann es jedoch auch zu ungewollter Identifizierbarkeit und Verletzungen der Privatsphäre kommen, z. B. wenn Ratsuchende und Beratende einander wechselseitig googeln.

Ein weiterer zentraler Faktor der Online-Beratung aus sozialpsychologischer Sicht ist die *mediengestützte Beziehungsgestaltung*. Eine soziale Beziehung entsteht durch wiederholte soziale Interaktionen. Sie besteht dabei in den Kontaktpausen weiter, indem die Beziehungspartner aneinander denken, sich an zurückliegende Interaktionen oder Treffen erinnern und zukünftige planen. Im Kontext der Online-Beratung sind z. B. folgende Setting-Bedingungen zu reflektieren: Wie schnell ist mir einer E-Mail-Antwort zu rechnen? Wie umfangreich dürfen Anfragen sein? Wie ausführlich fallen die Antworten aus? Wie viele Beratungskontakte sind möglich? Unter welchen Bedingungen ist ein Medienwechsel von E-Mail zu Telefonat oder Face-to-Face-Kontakt mit demselben Berater möglich?

Unter welchen Rahmenbedingungen Online-Beratung angeboten wird, hängt entscheidend von den Ressourcen der jeweiligen Beratungsstelle ab, sollte aber auch auf die Klientel abgestimmt und vor allem von Anfang an transparent gemacht werden. Medienspezifische Verunsicherungen (z. B. Warten auf E-Mail-Antworten), die sich negativ auf die Vertrauensbildung auswirken, können auf diese Weise reduziert werden. Entsprechende Rahmenbedingungen zu definieren ist besonders wichtig bei aufsuchender Online-Beratung, in deren Rahmen sich die Beratenden an den informellen Online-Treffpunkten der potenziell Ratsuchenden aufhalten (z. B. in Online-Foren, auf Sozialen-Netzwerk-Plattformen, in Online-Spielen, virtuellen Welten oder Chatrooms).

## Literatur

- Berger, T. & Andersson, G. (2009). Internetbasierte Psychotherapien: Besonderheiten und empirische Evidenz. *Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie*, 59 (3–4), 159–170.
- Bollinger, S. (2004). E-Mail-Kontakte und Psychotherapie. *Psychotherapeut*, 49, 126–128.
- Castelnuovo, G., Gaggioli, A., Mantovani, F. & Riva, G. (2003). From Psychotherapy to e-Therapy: The Integration of Traditional Techniques and New Communication Tools in Clinical Settings. *CyberPsychology & Behavior*, 6, 375–382.
- Christensen, H., Griffiths, K.M., Korten, A.E., Brittliffe, K. & Groves, C. (2004). A Comparison of Changes in Anxiety and Depression Symptoms of Spontaneous Users and Trial Participants of a Cognitive Behavior Therapy Website. *Journal of Medical Internet Research*, 6 (4): e46.
- Cook, J.E. & Doyle, C. (2002). Working alliance in online therapy as compared to face-to-face therapy: preliminary results. *Cyberpsychology & Behavior*, 5, 95–105.

- Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen* (2. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N. (2006). Beratung und Medien. In C. Steinebach (Hrsg.), *Handbuch Psychologische Beratung* (S. 96–116). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Döring, N. (2007). Vergleich zwischen direkter und medialer Individualkommunikation. In U. Six, U. Gleich & R. Gimmler (Hrsg.), *Lehrbuch Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie* (S. 297–314). Weinheim: Beltz-PVU.
- Döring, N. (2008). Reduced Social Cues/Cues Filtered Out Approach. In N. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Schlüsselbegriffe der Medienpsychologie* (S. 290–297). Stuttgart: Kohlhammer.
- Döring, N. (2009a). Mediatisierte Beziehungen. In K. Lenz & F. Nestmann (Hrsg.), *Handbuch Persönliche Beziehungen* (S. 651–675). Weinheim: Juventa.
- Döring, N. (2009b). Internetangebote von und für Transsexuelle. *Psychotherapie im Dialog*, 10, 69–74.
- Eichenberg, C. (2007). Online-Sexualberatung: Wirksamkeit und Wirkweise. Evaluation eines Pro Familia-Angebots. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 20 (3), 247–262.
- Eichenberg, C. (2008). Bedeutung der Medien für klinisch-psychologische Interventionen. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 503–530). Berlin: Springer.
- Eichenberg, C. & Moritz, S. (2012). Bibliothek bei Zwangserkrankungen. *Zeitschrift für Psychotraumatologie, Psychotherapiewissenschaft und Psychologische Medizin*, 4, 81–90.
- Eichenberg, C. & Ott, R. (2011). Klinisch-psychologische Intervention im Internet: Ein Review zu empirischen Befunden störungsspezifischer Angebote. *Psychotherapeut*, 57 (1). doi: 10.1007/s00278-011-0832-5.
- Eichenberg, C. & Pennauer, J. (2003). Krisenintervention im und via Internet: Angebote und Möglichkeiten. *Psychotherapie im Dialog*, 4, 411–415.
- Griffiths, K.M. & Christensen, H. (2006). Review of randomised controlled trials of internet interventions for mental disorders and related conditions. *Clinical Psychologist*, 10 (1), 16–29.
- Hanley, T. (2009). The working alliance in online therapy with young people: preliminary findings. *British Journal of Guidance & Counselling*, 37 (3), 257–269.
- Hinsch, R. & Schneider, C. (2002). Evaluationsstudie zum Modellprojekt „Psychologische und Sozialpädagogische Beratung nach dem KJHG im Internet“ – Onlineberatung. *Arbeitsbericht des Instituts für angewandte Familien-, Kinder- und Jugendforschung an der Universität Potsdam*. Verfügbar unter [www.beranet.de/content/artikel/downloads/0568729001061916955EvaluationsstudieOnlineberatungfinal.pdf](http://www.beranet.de/content/artikel/downloads/0568729001061916955EvaluationsstudieOnlineberatungfinal.pdf) [02.07.2010].
- Hunner, S. & Wagner, C. (2008). Die Perspektive von Onlinetherapeuten. In S. Bauer & H. Kordy (Hrsg.), *E-Mental-Health* (S. 289–302). Berlin: Springer.
- Kächele, H. (2008). Der Therapeut im Internet: Nur noch ein „human companion“? In S. Bauer & H. Kordy (Hrsg.), *E-Mental-Health* (S. 303–312). Berlin: Springer.
- Knaevelsrud, C. & Maercker, A. (2006). Does the quality of working alliance predict treatment outcome in online psychotherapy for traumatized patients? *J Med Internet Res*, 8 (4): e31.
- Knatz, B. & Dodier, B. (2003). *Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-mail*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Kral, G. & Traunmüller, R. (2008). Psychologische Online-Beratung. Was erwarten die (potenziellen) NutzerInnen? *E-Beratungsjournal*, 4 (2). Verfügbar unter: [www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/kral.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/kral.pdf) [02.07.2010].

- Lehavot, K., Barnett, J.E. & Powers, D. (2010). Psychotherapy, professional relationships, and ethical considerations in the myspace generation. *Professional Psychology: Research and Practice*, 41 (2), 160–166.
- Leibert, T., Archer, J., Munson, J. & York, G. (2006). An Exploratory Study of Client Perceptions of Internet Counseling and the Therapeutic Alliance. *Journal of Mental Health Counseling*, 28 (1), 69–83.
- Schultze, N.G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Setting in der psychologischen Internet-Beratung. *e-Beratungsjournal*, 3 (1). Verfügbar unter: [www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/schultze.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf) [03.07.2010].
- Simpson, S. (2008). Psychotherapy via videoconferencing: a review. *British Journal of Guidance & Counselling*, 37 (3), 271–286.
- Spek, V., Nyklíček, I., Cuijpers, P. & Pop, V. (2008). Predictors of outcome of group and internet-based cognitive behavior therapy. *Journal of Affective Disorders*, 105 (1–3), 137–145.
- Stetina, B.U., Sofianopoulou, A. & Kryspin-Exner, I. (2009). AnbieterInnen, Angebote und Kennzeichen von Online-Interventionen. In B.U. Stetina & I. Kryspin-Exner (Hrsg.), *Gesundheit und Neue Medien* (S. 171–204). Berlin: Springer.
- Strupp, H. & Hadley, S. (1977). A tripartite model of mental health and therapeutic outcome. With special reference to negative effects. *American psychologist*, 3, 187–196.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology and Behavior*, 7, 321–326.
- Titov, N., Andrews, G., Choi, I., Schwencke, G. & Mahoney, A. (2008). Shyness 3: An RCT of guided versus unguided internet based CBT for social phobia. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 42, 1030–1040.
- Vogt, B. (2007). Schreiben, ein wirksamer Prozess. Acht Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von E-Mail-Beratung. *e-Beratungsjournal*, 3 (2). Verfügbar unter: [www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0207/vogt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/vogt.pdf) [03.07.2010].
- Wenzel, J. (2008). Vom Telefon zum Internet. Onlineberatung der Telefonseelsorge. In S. Bauer & H. Kordy (Hrsg.), *E-Mental-Health* (S. 89–103). Berlin: Springer.
- Wolf, M. & Kordy, H. (2006). Die therapeutische Beziehung in einem E-Mail-Modell post-stationärer Psychotherapie. *Psychodynamische Psychotherapie*, 5 (3), 137–146.
- Zenner, B. & Oswald, G. (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). *e-Beratungsjournal*, 1. Verfügbar unter: [www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/zenner.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/zenner.pdf) [03.07.2010].
- Zur, O., Williams, M., Lehavot, K. & Knapp, S. (2009). Psychotherapist self-disclosure and transparency in the Internet Age. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40 (1), 22–30.

Prof. Dr. Nicola Döring ist Diplom-Psychologin und Professorin für Medienpsychologie und Medienkonzeption an der Technischen Universität Ilmenau, Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft ([www.nicola-doering.de](http://www.nicola-doering.de)).

Anschrift:  
Technische Universität Ilmenau IfMK  
(Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft)

Ernst Abbe Zentrum für Forschung und Transfer (EAZ)  
Ehrenbergstr. 29  
D-98693 Ilmenau  
E-Mail: nicola.doering@tu-ilmenau.de

PD Dr. Christiane Eichenberg ist Diplom-Psychologin, Psychologische Psychotherapeutin (i. A.) sowie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Department Psychologie – Klinische Psychologie und Psychologische Diagnostik – der Universität zu Köln (www.christianeichenberg.de).

Anschrift:  
Universität zu Köln  
Klinische Psychologie und Psychologische Diagnostik  
Höninger Weg 115  
D-50969 Köln  
E-Mail: christiane@rz-online.de

Vorwort  
und  
EinleitungInnovative  
ZugängeBeratungs-  
settings-  
und -räumeMedien  
und  
BeratungKritik  
der  
Beratung

Register

Anhang

## Von der E-Beratung zur M-Beratung: Chancen und Grenzen des Einsatzes von Mobilmedien

Nicola Döring & Christiane Eichenberg

- 1 Von E-Health zu M-Health
- 2 Mobilmedien
- 3 Psychosoziale Beratungsangebote mittels Mobilmedien
- 4 Chancen und Grenzen der M-Beratung
- 5 Fazit für die Praxis

Medienunterstützung in der Beratung ist nicht neu. Schriften wurden schon in der Antike zu therapeutischen Zwecken im engeren und weiteren Sinne eingesetzt, der Buchdruck erschloss weitere Kreise und – um nochmals einen Zeitsprung zu machen – die Telefonberatung stellt ihre Dienste seit über 50 Jahren bereit. Bis heute verändern Medieninnovationen immer wieder Angebot und Nachfrage psychosozialer Beratung. So bieten eine Vielzahl psychosozialer Einrichtungen seit den 1990er-Jahren Beratung via Internet, sogenannte E-Beratung, an. Der Boom der Mobilkommunikation eröffnet für die Beratung weitere Optionen, die bisher insbesondere im Bereich der Gesundheitsförderung aufgegriffen werden. Der Beitrag zeigt entsprechende Pilotprojekte und Entwicklungen auf und skizziert Perspektiven für die psychosoziale Beratung per Handy bzw. Smartphone, die sogenannte M-Beratung.

### 1 Von E-Health zu M-Health

„E-Health“ ist ein Sammelbegriff für alle gesundheitsbezogenen Angebote, die über das Internet lokal oder weltweit zur Verfügung gestellt werden (zur Begriffsdefinition siehe Oh, Rizo, Enkin & Jadad, 2005). „E-Mental-Health“ grenzt das Feld auf psychosoziale Versorgung ein (Bauer & Kordy, 2008). Für die heutigen Internet-Nutzerinnen und -Nutzer ist es in vielen Teilen der Welt mittlerweile alltäglich, bei gesundheitlichen oder psychosozialen Fragen und Problemen eine Google-Suche im Web durchzuführen, in Online-Foren Rat einzuholen oder sich per E-Mail an

Vorwort  
und  
EinleitungInnovative  
ZugängeBeratungs-  
settings-  
und -räumeMedien  
und  
BeratungKritik  
der  
Beratung

Register

Anhang