

1 Einführung: Menschen mit digitalen Medien erreichen und unterstützen

Unser Alltag ist stark von digitalen Medien durchdrungen. Gemäß der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 nutzen in Deutschland 100 Prozent der unter 50-Jährigen das Internet. In der Gruppe der 50- bis 69-Jährigen sind es 95 Prozent, bei Personen ab 70 Jahren immer noch 80 Prozent. Nicht nur steigt die Anzahl der Personen, die das Internet nutzen, sondern auch die Nutzungsintensität (Beisch & Koch 2022). Die Entwicklung in anderen deutschsprachigen Ländern ist vergleichbar (für die Schweiz bspw. Latzer et al. 2021): Das Internet nimmt nicht nur im Alltag von Jugendlichen einen bedeutenden Stellenwert ein, sondern immer stärker auch bei älteren Bevölkerungsgruppen. Es ist daher naheliegend, dass sich Personen auch dem Internet zuwenden, wenn sie Informationen oder Unterstützung zu ihren individuellen Problemlagen suchen. Der Einsatz digitaler Medien in der Beratung entspricht diesem Bedürfnis und der Lebenswelt der Klient*innen. Insofern hat sich Beratung in den vergangenen Jahren rasant weiterentwickelt.

Digitale Medien

Medien können in primäre, sekundäre, tertiäre und quartäre (Kommunikations-)Medien unterschieden werden. Mit Primärmedien sind Körpermedien gemeint, die ihre Ausprägung in den Sinneswahrnehmungen Sehen, Hören, Tasten, Riechen und Schmecken finden. Sekundärmedien sind Objektmedien, künstliche Objekte, zu deren Produktion technische Hilfsmittel (z. B. Buchdruck) verwendet werden. Sie können durch Körpermedien i. d. R. ohne Hilfsmittel decodiert werden. Beispiele dafür sind Bild, Brief, Buch oder Zeitschrift. Als Tertiärmedien

werden elektronische Medien bezeichnet, für deren Erstellung und für deren Rezeption technische Geräte erforderlich sind, z. B. Radio oder Fernsehen. Quartärmedien sind digitale Medien. Die dabei zum Einsatz kommenden technischen Geräte sind Computer bzw. Computernetze (z. B. E-Mail oder Chat). Aufgrund der technischen Entwicklung können Tertiärmedien heutzutage in den meisten Fällen ebenfalls zu Quartärmedien gezählt werden, wie die Beispiele Digitalradio oder Internet-Telefonie zeigen (Wenzel 2013).

Internet als Medium erster Ordnung

Das Internet kann techniksoziologisch als Medium erster Ordnung charakterisiert werden. Es stellt eine technische Infrastruktur dar, auf der verschiedene Medien zweiter Ordnung wie z. B. E-Mail oder das World Wide Web (kurz Web) aufbauen können (Beck & Jünger 2019).

Digitale Ungleichheiten und digitale Teilhabe

Um mit einem Beratungsangebot die anvisierte(n) Zielgruppe(n) im bzw. über das Internet zu erreichen, braucht es dennoch einen differenzierten Blick. Schaut man sich die Gründe für die Nichtnutzung des Internets an, so fällt auf, dass neben bewusstem Nutzungsverzicht auch sozialer Ausschluss eine Rolle spielt. Schon längere Zeit gibt es einen Diskurs um digitale Spaltung (Kutscher & Iske 2021). Ungleichheiten zeigen sich dabei nicht nur bei der Nichtnutzung des Internets (first-level digital divide), sondern auch in unterschiedlichen Nutzungsweisen (second-level digital divide) oder sogar auf einer infrastrukturellen Ebene (zero-level digital divide). Benachteiligung kann dadurch im digitalen Raum reproduziert werden und das Internet kann zu neuen Ausschlussmechanismen führen, die sich auch im Kontext von Beratung zeigen (Klein 2007).

Wird der Alltag von Menschen in allen seinen Facetten zunehmend durch digitale Medien (mit-)bestimmt, so wird klar, dass gesellschaftliche Teilhabe nur möglich wird, wenn Menschen digital teilhaben können. Soziale Teilhabe bedingt zunehmend digitale Teilhabe. Organisationen der

Sozialen Arbeit machen es sich daher zum Ziel, benachteiligte Personengruppen in diesem Prozess zu unterstützen. Trotz der Diskussion um digitale Ungleichheiten: Ein zentrales Potenzial digitaler Medien in der Beratung liegt darin, neue Zugangsmöglichkeiten zu Beratungsangeboten zu schaffen.

Niedrigschwelligkeit digitaler Medien in der Beratung

Für viele Menschen sind solche Zugänge niedrigschwelliger als herkömmliche Zugangswege. Ob ein Angebot eher niedrigschwellig oder hochschwellig ist, hängt vom jeweiligen individuellen Kontext ab. Niedrigschwelligkeit ist gegeben, wenn vielfältige Zugangsmöglichkeiten zu Beratung bestehen, die Klient*innen möglichst passgenau zu ihren Bedürfnissen in Anspruch nehmen können (Wenzel 2013). So ist eines der wesentlichen und herausragenden Kennzeichen die zeitliche und räumliche Flexibilität, die bspw. die Mailberatung bietet. Klient*innen können ein Anliegen deponieren, unabhängig davon, an welchem Ort sie sich gerade befinden (Internetzugang vorausgesetzt) und wie spät es gerade ist (dazu ausführlich ► Kap. 2).

Etablierung der Onlineberatung

Neben der örtlich-zeitlichen Flexibilität, die durch digitale Medien ermöglicht wird, wird häufig betont, dass es vielen Personen leichter fällt, insbesondere schambehaftete oder stigmatisierende Themen anonym anzusprechen. Onlineberatung wird im deutschsprachigen Raum primär als anonyme Beratung gefasst, die schriftbasiert in Form von Mail, Chat oder Forum umgesetzt wird. Die Onlineberatung hat sich u.a. aus der Telefonseelsorge entwickelt und sich in den letzten 20 bis 25 Jahren als eigenständiges Angebot in der psychosozialen Beratungslandschaft etabliert (Kühne 2009, Reindl 2018). »Ihr spezifischer Beitrag zur Weiterentwicklung der Beratung liegt vor allem darin, den Ratsuchenden wie auch den Beratungsfachkräften die Möglichkeit der Anonymität zu verschaffen, mit dem Effekt der themen- und personenbezogenen Niedrigschwelligkeit« (Reindl 2018, 23).

Neue Perspektiven in der Beratung im digitalen Setting

Digitale Medien können selbstverständlich auch bei nicht-anonymer Beratung eingesetzt werden. In diesem Kontext sind in den letzten Jahren verschiedene Möglichkeiten diskutiert, erprobt und realisiert worden, die die Perspektive auf Onlineberatung öffnen.

Während im englischsprachigen Diskurs videobasierte Formen der Beratung schon seit einiger Zeit diskutiert werden, wird die Videoberatung im deutschsprachigen Raum erst in jüngster Zeit stärker berücksichtigt. Ein Zusammenhang mit der Corona-Pandemie scheint hier nicht von der Hand zu weisen zu sein. In vielen Beratungsorganisationen wurde Videoberatung eingeführt, aufgrund des Handlungsdrucks zum Teil ohne vorgängige konzeptionelle Überlegungen, so dass Beratungsangebote trotz Kontaktbeschränkungen weiterhin angeboten werden konnten.

Zudem wird der Einsatz von Messengern in der Beratung immer häufiger diskutiert und erste Pilotprojekte dazu realisiert. Messenger haben eine hohe Bedeutung in der Alltagskommunikation erlangt, so dass sich hier die Frage stellt, welchen Stellenwert Messenger in der Beratung haben (können) und inwiefern sich durch neue Mediennutzungsweisen Beratung zukünftig verändern könnte (Engelhardt & Piekorz 2022).

Mit Blended Counseling wird eine Beratungsform diskutiert und in der Praxis etabliert, die versucht, die Vorteile der Beratung im physischen Präsenzsetting mit den Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien zu kombinieren. Blended Counseling wird dabei verstanden als systematische, konzeptionell fundierte Kombination von digitalen und analogen Kommunikationssettings im Beratungsprozess (Hörmann & Engelhardt 2022, ► Kap. 3.).

Beratung im digitalen Setting

Um diesen neueren Entwicklungen Ausdruck zu verleihen, benutzen wir in diesem Band den Begriff »Beratung im digitalen Setting«. Wir möchten damit der Vielfalt der Einsatzmöglichkeiten von digitalen Medien in der Beratung gerecht werden. Die Setzung von Onlineberatung als anonyme schriftbasierte Beratung in Form von E-Mail, Chat

und Forum wird dem nicht (mehr) gerecht. Den Begriff »Onlineberatung« verwenden wir dort, wo explizit dieses ursprüngliche Verständnis gemeint ist.

Medialisierung in der Sozialen Arbeit

Eingebettet ist die Thematisierung dieser neuen Perspektiven in eine mittlerweile breit geführte Diskussion um die Mediatisierung bzw. Digitalisierung Sozialer Arbeit (Überblick bei Kutscher et al. 2020). In dieser wiederum nimmt der Diskurs um Onlineberatung bzw. die Beratung in digitalen Settings einen prominenten Stellenwert ein. Von Mediatisierung wird gesprochen, da der derzeitige Wandel von Medien und Kommunikation immer weitere Bereiche des menschlichen Lebens durchdringt. Die Soziale Arbeit sieht sich durch diese Veränderung der Lebenswelten ihrer Adressat*innen herausgefordert (Steiner 2015).

Digitalisierung

Mit Digitalisierung werden ganz unterschiedliche Sachverhalte benannt. Auf einer technischen Ebene kann Digitalisierung verstanden werden als Überführung kontinuierlicher (analoger) Signale in diskrete (digitale) Werte eines Binärcode. Aus Sicht der Sozialen Arbeit interessiert Digitalisierung jedoch weniger als technologisches Phänomen, sondern vielmehr als sozialer Transformationsprozess. In diesem Zusammenhang wird in Anlehnung an den soziologischen Begriff des Wandels auch von digitalem Wandel gesprochen (Kreidenweis 2018a). Der Begriff digitale Transformation wiederum wird i.d.R. eher auf Organisationen bezogen, um deren Umgang mit Digitalisierung zu umschreiben.

Medialisierung

Mit dem Begriff Mediatisierung ist die zeitliche, räumliche und soziale Durchdringung des Alltags mit Medien gemeint. Medien verändern

tiefgreifend und wechselseitig Kultur und Gesellschaft. Mediatisierung lenkt den Blick auf diese Transformationsprozesse (Krotz 2012, 2020). Als Teil der Gesellschaft ist Soziale Arbeit ebenfalls in vielfältiger Weise von neuen digitalen Informationstechnologien und Medien durchdrungen (Kutscher et al. 2015).

Übersicht über diesen Band

Mit der Perspektive der Mediatisierung schließt sich in dieser Einführung der Kreis zur eingangs thematisierten Internetnutzung im deutschsprachigen Raum. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich dieser Band mit den dazwischen angesprochenen Diskurslinien und wie Beratung in einem digitalen Setting realisiert werden kann.

Zum Auftakt widmet sich Kapitel 2 der Beratung im digitalen Setting im klassischen Format: der anonymen schriftbasierten Onlineberatung. Im Fokus steht die Niedrigschwelligkeit mit ihren Teilespekten der Anonymität und der Vervielfältigung der Zugänge. Hier gilt es die kommunikativen Settings von Beratung näher zu betrachten: neben der Mailkommunikationen haben mittlerweile die Videokommunikation sowie die Messenger- und Chatkommunikation an Bedeutung in der beraterischen Praxis gewonnen (► Kap. 2).

Das anschließende Kapitel 3 stellt die systematische Verbindung von analogen und digitalen Settings in der Beratung in den Mittelpunkt: Blended Counseling als Beratungsformat der Zukunft (Engelhardt & Reindl 2016) nutzt gezielt die jeweiligen Vorteile eines kommunikativen Settings und kombiniert diese Vorteile im Beratungsprozess. Hier gibt es mittlerweile Erfahrungen aus verschiedenen beraterischen Handlungsfeldern wie bspw. der Suchtberatung. Das Kapitel möchte dieses ›noch junge‹ Thema fachlich fundieren und eine erste Basis für die Realisierung von Blended Counseling bieten (► Kap. 3).

Vertraulichkeit ist eine wesentliche Voraussetzung für Beratung. Kapitel 4 beschäftigt sich daher mit dem Thema Datenschutz und wie Vertraulichkeit in einem digitalen Setting (technisch) sichergestellt werden kann (► Kap. 4).

Technische Aspekte stehen im Zentrum von Kapitel 5. Ohne entsprechende Hard- und Software lässt sich Beratung im digitalen Setting nicht umsetzen. Das Kapitel gibt einen Überblick über typische Software und deren Möglichkeiten für die Beratung (► Kap. 5).

Kapitel 6 rundet diesen Band mit einem Ausblick auf aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Feld der Beratung ab (► Kap. 6).

Obwohl die Frage immer wieder auftaucht: *Ob* digitale Medien gewinnbringend für die Beratung eingesetzt werden können, hat sich geklärt. Vielmehr gilt es das *Wie* zu diskutieren und zu konkretisieren, wie Beratung im digitalen Setting so gestaltet werden kann, dass sie Menschen unterstützt, dass sie zusätzliche Möglichkeiten eröffnet und somit auch zur digitalen Teilhabe beiträgt. Dazu möchte der vorliegende Band einen Beitrag leisten.

2 Niedrigschwellige Zugänge – Beratung im digitalen Setting

Überblick

Beratung im digitalen Setting hat sich seit zwei Jahrzehnten zusehends etabliert und über die Pandemie zudem an Verbreitung gewonnen. Dieses Kapitel verdeutlicht,

- wie ein Beratungsprozess in der Mailberatung konkret aussehen kann und was die beraterischen Überlegungen dazu sind,
- welche Formate die Beratung im digitalen Setting umfasst,
- welche Chancen die Beratung in digitalen Setting kennzeichnen,
- weshalb die Niedrigschwelligkeit ein so relevantes Kennzeichen von Beratung im digitalen Setting ist und welche Elemente dies umfasst,
- welche Herausforderungen die Beratung in digitalen Setting kennzeichnen.

2.1 Fallbeispiel: Onlineberatung

Das Fallbeispiel wurde aus Datenschutzgründen anonymisiert und verfremdet.

Ratsuchende:

Hannah, 14 Jahre

Beratungsthema:

Mobbing im schulischen Umfeld

Beraterin:	Laura, Sozialpädagogin B.A., Systemische Beraterin (DGSF), 26 J.
Beratungsstelle:	Jugendberatung eines freien Jugendhilfeträgers einer Großstadt
Beratungsmedium:	Webbasierte Mailberatung
Beratungsdauer:	Sieben Monate
Beratungsfrequenz:	21 Mails in 28 Wochen: Durchschnitt: 0,75 pro Woche
Länge der Mailanfragen:	Von wenigen Sätzen bis zu mehreren DIN-A4-Seiten

Hannah wendet sich in ihrer ersten Mail wie folgt an die Beratungsstelle.

girl08berlin

»null anung ob ich richtig. ist bei mir nicht so schlimm. andere erwischt noch shlimmer. mir gehts aber nicht gut. werd gemobbt. meine alten sind cringe pur. habt ihr zeit für sowas? aber helfen könnt ihr bestimt nicht.«

Beratungsfachliche Betrachtung

Dieser Beginn einer Onlineberatung ist in vielerlei Hinsicht recht typisch für Erst-Mails von Jugendlichen. Hannah fängt ohne Anrede an zu schreiben und schreibt im Stil von Kurznachrichten eines Messenger-Chats: Nur Kleinbuchstaben, getrennt durch Punkte, und kurze Sätze, die abgehackt wirken und grammatisch nicht vollständig sind. Dabei benutzt sie einen Ausdruck aus der Jugendsprache »*cringe pur*«, der Erwachsenen nicht unbedingt bekannt sein dürfte. Am Ende unterschreibt sie nicht mit ihrem Namen und bleibt möglichst anonym. Lediglich ihr Benutzername »girl08berlin« wird der Beraterin bekannt. Hannah macht einige Rechtschreibfehler, die jedoch v.a. Flüchtigkeitsfehler darstellen dürften.

Inhaltlich deutet sie ihre Themen eher an, als dass sie ihr Anliegen ausdrücklich macht. Zu Beginn und am Ende stellt sie infrage, dass sie in dieser Onlineberatung überhaupt richtig sei und dass ihr hier geholfen werden kann. Dabei bagatellisiert sie ihr Problem »*ist bei mir nicht so schlimm*« und den ersten Satz »*null anung ob ich richtig*« kann man in einer doppelten Bedeutung auch so verstehen, dass sie infrage stellt, ob sie denn selbst ›richtig‹ sei. Unbewusst drückt das vermutlich eine doppelte Unsicherheit aus, in Bezug auf sich selbst, aber auch bezogen auf den Beratungskontakt, der noch abstrakt und nicht greifbar ist.

Als Jugendliche steht sie vermutlich vor Entwicklungsherausforderungen, die in der Pubertät nicht selten vorkommen und die sich bereits in einer so kurzen Mail widerspiegeln: Bin ich O.K.? Interessiert sich mein Gegenüber für mich?

In ihrer Mailanfrage wird auch eine gewisse Angst vor Enttäuschung deutlich, wenn sie schreibt »*helfen könnt ihr bestimt nicht*«. Indem sie das so benennt, nimmt sie eine mögliche Enttäuschung bereits vorweg und schützt sich damit vor Verletzungen.

Mit der Verwendung des Begriffs »*cringe*« zeigt sie entweder, dass sie bei einer Jugendberatung davon ausgeht, dass dort Jugendsprache verstanden wird, oder vielleicht testet sie das einmal aus, um herauszufinden, ob sie altersgemäß als Jugendliche auch verstanden wird und in der Beratung richtig ist.

Die erste Antwort der Beraterin kann nur auf wenige inhaltliche Informationen zurückgreifen. Wie die beratungsfachliche Betrachtung zeigt, stecken aber verschiedenste Anfragen und vielleicht sogar versteckte Beziehungsangebote darin, die es in der Beratung zu nutzen und an die es anzuknüpfen gilt.

Beraterin, 10 Stunden später

Hallo girl08berlin oder wie soll ich Dich nennen?

Vielen Dank für Deine Mail. Es ist schön, dass Du dich bei uns gemeldet hast.

Ich bin Laura, 26 Jahre alt, und arbeite als Sozialpädagogin in der Beratungsstelle.