

Inhaltsverzeichnis

Dr. Stefan Schumacher	Zu diesem Heft	2
Birgit Knatz	Gesellschaftliche Nutzung und Wirkung der neuen Medien – insbesondere des Internets	3
Eva-Maria Schumacher	Beratung im Internet, Konzeptionelle Überlegungen von der Präsentation bis zur Internet-Beratung	9
Ulrike Borinski	Der Webauftritt	20
Dr. Ragnar Beer, Dr. Peter Breuer	Eheberatung online und Partnerschaftstests online im Projekt Theratalk	24
Birgit Knatz, Bernard Dodier	Analoge Kommunikation - digitale Kommunikation	41
Birgit Knatz, Bernard Dodier	Das Vier-Folien-Konzept	43
Dr. Stefan Schumacher	Sprachliche Tiefenstrukturen ergründen Meta-Modell-Arbeit in der E-Mail-Beratung	47
Eva-Maria Schumacher	Schriftsprachliche Kommunikationsstrategien für die Gestaltung von Online-Prozessen	59

Zu diesem Heft

Liebe Leserinnen und Leser,

mit diesem Heft möchte ich mich vorerst bei Ihnen als Redakteur verabschieden, da ich aus der Vorstandsarbeit ausgeschieden bin, um meine Energie auf meine familiäre Erziehungsphase zu konzentrieren. Dies tue ich jedoch nicht ohne mich für die vielen freundlichen Rückmeldungen ihrerseits zu bedanken, die ich zu Beiträgen und Themen der Infos bekommen habe. Und besonders danken möchte ich an dieser Stelle auch dem Mitarbeiter der Geschäftsstelle in München, Herrn Jürgen Licht, der sowohl die gesamte Layoutarbeit des Informationsrundschriftens bearbeitet, sowie stets eine wichtige Unterstützung für mich bei der Planung und Erstellung der Infos war. Es ist eine wirklich erleichternde Hilfe für eine ehrenamtliche Tätigkeit wie diese, auf technische und auf mitdenkende Unterstützung bauen zu können.

Auf das vorliegende Informationsrundschriftens bin ich besonders stolz, bündelt es doch die Aufgaben der redaktionellen Arbeit mit der des Internetausschusses. Das Heft "Internet @ Beratung" spiegelt gewissermaßen vier Jahre aufmerksame Beobachtung der Internetszene in Sachen Online-Beratungskompetenz. Es hat das Ziel, die wichtigsten Aspekte für die Nutzung des Internets im Beratungsfeld zu umreißen. Das Spektrum reicht von allgemeinen Beschreibungen bis hin zu detaillierten Konzepten. Ich möchte behaupten, dass Sie bei sorgfältiger Durchsicht der Beiträge, einigen praktischen Übungen und dem Besuch der in den Artikeln erwähnten Internetadressen fit sind, die Chancen und Grenzen der Internetnutzung im Bereich der Beratungsarbeit zuverlässig einzuschätzen.

Bei den Artikeln habe ich Wert darauf gelegt, dass sie von Autorinnen und Autoren stammen, die für unterschiedliche fachliche Fragestellungen eine entsprechende Perspektive einnehmen: Birgit Knatz und Bernard Dodier gehören zu den Pionieren der Internetberatung; Eva-Maria Schumacher und Ulrike Borinski sind Expertinnen für neue Lern- und Kommunikationstechnologien; Ragnar Beer und Peter Breuer arbeiten und forschen an der wissenschaftlichen Entwicklung und Evaluation der Online-Beratung.

Entsprechend will dieses Heft nicht bloß das Für oder Wider einer Beratung im Internet in Augenschein nehmen, sondern vielmehr die Relevanz des Internet für die Beratung fokussieren und zwar unter den Gesichtspunkten präsentieren – informieren – beraten mit der besonderen Berücksichtigung von sprach- und kommunikationspsychologischen Aspekten.

Mit herzlichem Gruß und besten Wünschen,

Stefan Schumacher

Birgit Knatz

Gesellschaftliche Nutzung und Wirkung der neuen Medien – insbesondere des Internets

1. Mailen Sie schon oder gehen Sie zum Briefkasten?

Texten Sie Ihre Mitteilungen oder telefonieren Sie? Bestellen Sie Ihre Bücher online oder stöbern Sie in der Buchhandlung und trinken dabei einen Kaffee? Stauen Sie über Ihre Kinder, die ihre Hausaufgaben am PC machen, die ihre Musik aus dem Internet downloaden und mit Freundinnen und Freunden chatten? Haben Sie eine eigene Webseite oder verteilen Sie Flyer? Hat Ihre Beratungsstelle neben der Tür auch ein Internetportal? Kennen Sie den Unterschied zwischen einem Browser und einem Provider? Sind Sie ein Newbie (ein Neuling, ein Anfänger bei dem aber man die Hoffnung noch nicht ganz aufgegeben hat, oder Oldie? oder eigentlich: ein DAU (DAU Abkürzung für "dümmerster anzunehmender User")

Liebe Leserin, lieber Leser, wahrscheinlich gehen Sie zur Post und holen Ihre Mails ab. Sie bestellen online und gehen auch mit einer Freundin shoppen. Es ist Ihnen selbstverständlich geworden, das Eine zu tun ohne das Andere zu lassen. Sie genießen das Stöbern auf dem Flohmarkt und das Ersteigern oder Verkaufen bei ebay.

Und da sind Sie in guter Gesellschaft.

2. Die Zahl der bundesdeutschen Haushalte mit Internetzugang liegt bei 50%.

- Die Zahl der 14-19 jährigen Surfer ist bei 92%.
 - Es gibt keine Schule mehr ohne Internetanschluss.
 - Fast jede Zehnte hat eine eigene Webseite.
 - Die Zahl der Beratungsstellen der DAJEB im "Beratungsführer online" beträgt zurzeit 12.555 (Stand 01.03.2004).
 - Seit ebay verbucht die Post eine Umsatzsteigerung von 15%.
- (Alle Zahlen sind in nationalen oder internationalen Medien erschienen)

Wie Sie lesen gehört die Nutzung des Internet zu unserem Alltag und wirkt auch auf diesen. Das Internet hat sich neben Fernseher, Radio und Zeitung als viertes tagesaktuelles Medium etabliert. Wir leben heute nicht mehr entweder oder, sondern sowohl als auch, eben multitasking. Unsere Kommunikation, unsere Beziehungsgestaltung unser Kontakt im Umgang miteinander verändert sich.

(Ein typisches Beispiel: Linn sitzt vor dem Computer und schreibt an ihrer Abschlussarbeit: Es läuft Musik, immer wieder greift sie in die Chipstüte und

manchmal meldet sich ein Freund über ihr Handy. Bei dem Nebenerwerb von Tätigkeiten ist das Gehirn im Dauereinsatz: Es muss von Sekunde zu Sekunde entscheiden, was im Moment wichtig und richtig ist - ohne dass Konzentration und Kreativität leiden. Es ist das neue Leistungsideal "Multitasking" - ein Begriff aus der Computersprache: Multitasking: Gleichzeitiges Ausführen von mehr als einem Programm.)

Die Kommunikation im Netz ermöglicht einen schnellen und unmittelbaren Kontakt, zum Zeitpunkt unserer Wahl, unseres Bedürfnisses. Wir sind nicht mehr auf Geschäfts- oder Öffnungszeiten angewiesen, wir können unsere "Post" zu jeder Tages- und Nachtzeit erledigen. Informationen zu allen möglichen und unmöglichen Themen sind jederzeit zugänglich. Wir erleben ein Gefühl von Selbstbestimmung in unserem Alltag, der in der Regel eher fremdbestimmt ist.

Die Nutzung des Internet hat durchaus einen langfristigen psychologischen Effekt. Die zahlreichen Multimedia-Angebote stimulieren unsere Interessen und fördern manchmal neue Aspekte unserer Identität zu Tage. Durch die kommunikativen Dienste des Internet lassen wir neue weltweite persönliche Beziehungen entstehen. Die durch Medien vermittelte wachsende non-personale Kommunikation verändert die emotionale Beziehung zwischen uns Menschen. Die vielfachen Möglichkeiten bieten eine große Faszinationskraft.

Das Internet ist Informationsquelle und Kommunikationsmöglichkeit. In der Nutzung des Internets verschwimmen die Grenzen zwischen privaten und beruflichen Interessen. Herkömmliche Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen verändern sich. Durch die sichere Distanz kann eine andere Form von Nähe entstehen. Wir können im Netz die eigene Identität verbergen, uns eine andere geben und uns darin bewegen.

Das Internet bringt Informationsgewinn, Problemlösungen und Kommunikationsmöglichkeiten begleitet von Verlässlichkeit und Aktualität der Informationen und Daten und der Übersichtlichkeit des Informationsangebots.

3. Was ist aber das wirklich Faszinierende am Internet, das wir so viele Stunden freiwillig vor dem Bildschirm verbringen?

Eine mögliche Antwort ist die Tatsache, dass das Internet interaktiv ist. Es bietet uns die Möglichkeit selber zu gestalten, kreativ zu werden und damit produktiv zu sein, eine Potenz zu fühlen, die uns in unserem Alltag erst einmal nicht so entgegenkommt. Wir sind aktiv und das ist das Neue, das Interessante, das Faszinierende am Netz. Wir können uns mit unseren uns zur Verfügung stehenden intellektuellen Fähigkeiten einbringen, sei es bei der Gestaltung unserer Homepage, beim chatten, mailen, ersteigern, suchen und finden, kommunizieren... ist.

Vielleicht fragen Sie sich gerade, wer bezahlt diese Frau für ihre glorifizierenden Äußerungen über das Internet? Wer hat sie beauftragt? Weiß sie denn nicht um die Gefahren? Was ist mit der Internetsucht? Mit den sexuellen Perversionen... im Netz?

Natürlich weiß sie es, und Sie können es sich auch denken. Sonst wäre ich nicht angefragt worden für das seriöse DAJEB-Informationsheft einen Artikel zu schreiben. Selbstverständlich weiß ich um die Gefahren. Es gibt sie genauso wie beim Autofahren und im Straßenverkehr. Und obwohl wir alle darum wissen, fahren wir doch Auto und bewegen uns als Verkehrsteilnehmende.

Mein Interesse ist es, Sie anzuregen sich mit der Beratungsarbeit im Internet auseinander zu setzen. Ich möchte Sie gewinnen, sich mit den positiven Nutzen der Beratungsarbeit per E-Mail anzufreunden, denn für die Ratsuchenden gehört der Weg sich über das Internet Hilfe zu suchen zu ihrem Alltag.

Wie ich zu Beginn in meinem Artikel erwähnt habe, ist die Nutzung des Netzes genauso selbstverständlich wie das Zeitungslesen, Radiohören und Fernsehen.

- Wir lesen Zeitung, hören Radio, sehen fern und surfen im Netz um mitreden zu können.
- Wir holen uns Denkanstöße aus der Zeitung, dem Internet, Fernseher und Radio.
- Wir informieren uns, entspannen uns und haben Spaß, wenn wir Medien nutzen.
- Sie vertreiben uns die Langeweile, lassen uns den Alltag vergessen, und helfen uns diesen besser zu gestalten. Wenn wir uns alleine fühlen, surfen wir, sehen fern, lesen Zeitung und/oder hören Radio.

Fast die Hälfte unserer Zeit verbringen wir mit Medien. Sie begleiten, informieren, unterhalten uns. Medien sind Teil unsers Lebens, sowohl privat als auch beruflich. Sie vertreiben uns die Langeweile, sie leisten uns Gesellschaft. Manchmal beschäftigen sie uns in unseren Träumen, sie machen einen Teil unserer Wirklichkeit aus, auch wenn es sich um virtuelle Realitäten handelt.

Medien inspirieren uns, wir bewundern sie, wir ärgern uns über sie. Wer kennt das nicht, der Computer stürzt ab, und wir sind mehr als nur nervös. Wir erwarten allerhand von ihnen, den Medien, manchmal behandeln wir sie wie Menschen, geben ihnen Kosenamen oder beschimpfen sie. Sie sind längst nicht nur Vermittler und Instrumente, sondern sie sind eine eigenen Welt.

Vielleicht sagt vieles, was wir über die Medien sagen, z. B. sie sind schuld, dass wir vereinsamen oder uns zu Tode amüsieren, mehr über uns als über die Medien. Ihr Gebrauch spiegelt Tendenzen in unserer Gesellschaft, sie sind unser Spiegel. Wie wir sie benutzen, ob wir uns informieren oder sie zum tratschen, unterhalten oder beschimpfen nutzen, wie wir mit ihnen umgehen, wie viel Zeit wir mit ihnen verbringen, sagt mehr über unser Verhalten als über die Medien selbst.

So wie sich in unseren Träumen die Grenzen zwischen virtuellen Wirklichkeiten und wirklichen Wirklichkeiten verwischen, wir nicht wissen, ob wir schwarz/weiß oder farbig träumen, werden im world wide web örtliche und zeitliche Grenzen

aufgehoben. Wir sind Teil eines Ganzen, unsere Kontaktmöglichkeiten sind schier unbegrenzt.

Räumliche Distanzen spielen keine Rolle, unser Wissen schwirrt in einem riesigen Wissenspool. Egal welche Frage wir haben, welche Krankheiten uns plagen, im Netz finden wir Antworten und Gleichgesinnte.

Wir sind nicht alleine, wir sind Teil einer Gemeinschaft, der big community. Unser Platz am Rechner ist das Tor zur großen weiten Welt.

Der PC und die Nutzung des Internets sind aus unserem Alltag genauso wenig wegzudenken wie Fernseher, Radio und Zeitung. Und sie wirken auf uns.

4. Vielleicht fragen Sie sich, was die Menschen bewegt, die sich per Mail an eine Beratungsstelle wenden?

Warum schreiben sie und rufen nicht an? Was bringt ihnen das Schreiben? Wieso brauchen sie kein reales Gegenüber?

Mailen ist ein Weg sich zu verständigen, sich zu begegnen. Manchmal macht dieses Medium es dem Menschen erst möglich nach Unterstützung zu suchen, in Kontakt zu kommen. Menschen äußern sich freier über ihre Gefühle, wenn sie alleine sind. Der Spiegel schreibt: "Trauer, Verlust, Angst: Wenn solche Gefühle die Seele quälen, braucht man Hilfe. Doch nicht jeder traut sich, zur Seelsorge oder zu einer Beratungsstelle zu gehen. Internet-Lebenshilfe will diese Menschen aus der Isolation holen. Die Leute können jederzeit die Trauer rausschreiben."

(<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,269641,00.html>)

Mailen erlaubt Menschen mit einer Scheu vor direktem und spontanem Kontakt ein vorsichtiges Herantasten und Ausprobieren und kann so z. B. eine hilfreiche Vorstufe zu intensiveren Kontakten am Telefon oder in der persönlichen Beratung sein und zu diesen hinführen. "Ich bin jetzt zum ersten Mal hier. Ich hatte schon öfter den Telefonhörer in der Hand und die Nummer gewählt, aber hab mich dann doch nicht getraut. Ich weiß, dafür gib'ts das ja, aber trotzdem... Ich war auch mal für ein paar Sitzungen beim Psychotherapeuten, aber nach einem Terminproblem konnten wir uns gegenseitig nicht mehr erreichen und das war's dann. Außerdem haben wir nur ein Problem angepackt, wobei er mir auch geholfen hat, aber da ist noch so viel mehr. Ich hab niemanden, der mir bei meinen Problemen hilft. Wenn's mir schlecht geht bin ich immer allein. Das war schon immer so. Das ist sehr grausam und tut weh. Aber das will niemand hören..."

Aleine das Abfassen und Schreiben einer Mail kann Erleichterung, Klarheit oder Entlastung verschaffen; "Das war ein langer Brief. Danke, dass ich mit Ihnen reden konnte. Es tut so gut. Ein schönes Wochenende und viel Kraft für Ihre Arbeit."

Ich kann mir 'mal alles von der Seele schreiben, bin den ersten Druck los, habe wieder Luft zum Atmen, kann meine Situation noch einmal in Ruhe überdenken. Ich kann emotionaler reagieren, etwas weniger höflich schreiben, mich intensiver beschweren, offener im Austausch sein. "Danke für den letzten Brief. Ist es ok, wenn ich etwas Abstand zwischen den Briefen halte? Ich hab oft nicht die Zeit, über mich und meine Gefühle nachzudenken. Dann weiß ich nicht, wie ich "mich" formulieren soll. Wenn es mir gut geht, d. h. wenn ich mich nicht traurig fühle oder zumindest so stark, dass ich damit klarkomme, hab ich es schwer, über mich zu reden. Also über die Sachen, die mir wehtun. Das kann ich irgendwie nur, wenn es mal wieder über mich hereinbricht. Trotzdem möchte ich gerne den Kontakt behalten. Das hilft mir. Ich musste meinen letzten Brief jetzt selber noch mal lesen...."

Beim Mailen verraten mich nicht meine Stimme, meine Haltung, meine Tränen oder mein Stöhnen. Niemand sieht meine Scham, ich kann immer noch kontrollieren, was ich abschicke und ich kann meine Mail schreiben, wann immer mir es ein Bedürfnis ist, wann es nötig ist. "Hallo, ich nehme an, es ist immer schwierig, diesen ersten Schritt zu wagen. Vielleicht deshalb, weil einem dadurch erst so richtig bewusst wird, dass man wirklich eine Situation im Leben erreicht hat, mit der man nicht (mehr) klar kommt".

In der Telefonseelsorge erreichen uns täglich viele Mails auf die fast 200 ausgebildeten Beraterinnen und Berater eingehen. Vielleicht stellen Sie sich auch eine oder mehrere der folgenden Fragen:

- Setzt Persönlichkeitsentwicklung und menschliche Veränderung nicht personale Begegnung voraus?
- Kann man ohne Blickkontakt und ohne die Wahrnehmung von Stimme und Tonalität überhaupt erfolgreich beraten?
- Ist es sinnvoll, sich hinsichtlich der zunehmenden Individualität, kommunikativen Sprachlosigkeit und Virtualisierung von Lebensvollzügen nun auch noch beraterisch anzugleichen?
- Was bedeutet es, von einem Problem zu lesen statt es zu hören, schriftlich darauf zu antworten statt zu sprechen?
- Wie kann durch die Briefform eine Beziehung aufgebaut werden?

Das Verfassen einer Mail kann schon heilsam sein.

"Das Schreiben mit Ihnen, der Austausch und Ihre Anregungen haben mir sehr geholfen und ich muss auch sagen, dass mir der Abschied sehr schwer fällt. Aber mir ist auch klar, dass ich, wie Sie schon schreiben, so langsam und sicher wieder alleine zurecht komme und natürlich auch besser als früher, da ich durch Sie sehr viel dazu gelernt habe...." Das Ende einer E-Mail-Beratung nach ca. 30 hin- und her gegangenen E-Mails.

"Ich hab dir jedenfalls viel zu verdanken, du warst lange die Einzige die mir zugehört und mich gestärkt hat. Ich weiß nicht, ob ich es ohne dich auch geschafft

hätte, mein Leben wieder selber in die Hand zu nehmen und mir zu sagen, wenn mir was nicht passt. Ich habe viel an mir trainiert und werde weiter machen. Lisa"

"Danke für die schnelle Antwort. Es tut mir gut mit Ihnen zu sprechen, es nimmt wirklich viel Druck von mir. Danke"

"Ich bin total froh, dass Sie mir geantwortet haben. Aber es ist so, dass ich niemanden, auch meiner Therapeutin nicht, meine schlimmen Gedanken, vor denen ich selber Angst habe, nicht mitteilen kann. Bis jetzt eigentlich noch niemanden. Es ist doch nicht NORMAL, solche Gedanken und solche Angst zu haben. Ich kann es ja selbst nicht einordnen, warum mir das so passiert. Ich will doch nicht als verrückt gelten. Stellen Sie sich das mal vor den eigenen Kindern vor! Oder vor dem Mann! Da würde ich mich zu sehr schämen... Ihnen habe ich es geschrieben, es ist nichts passiert oder nach außen gedrungen. Schön für mich, Sie schreiben mir trotzdem zurück. Dadurch habe ich wieder etwas Vertrauen bekommen. Ich danke Ihnen sehr."

"Das war ein langer Brief, danke, dass ich mit Ihnen reden konnte. Es tut so gut."

"Ich danke Ihnen von Herzen für die viele Zeit, die wir miteinander verbringen durften. Für viele gute Worte und wie Sie mich geacoacht haben. Ich glaube ich sollte mich jetzt verabschieden, noch einmal lieben Dank. Sie haben mich durch viele dunkle Tage begleitet und waren mir Trost und Hilfe, eine Freundin, der ich alle Sorgen erzählen konnte."

Diese Mails sprechen für sich. Ich hoffe ich habe Ihre Neugier geweckt, sich auf diese Form der Beratung einzulassen. Wie dies konkret aussehen kann, erfahren Sie in dem von Bernard Dodier und mir entwickelten Vier-Folien-Konzept.

Literaturverzeichnis

- Knatz B., / Dodier, B. *"Hilfe aus dem Netz", Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail, Leben lernen 164, Pfeiffer bei Klett-Cotta*
www.schreiben-tut-der-seele-gut.de
die Jahresberichte (2001,2002.2003) der Telefonseelsorge Hagen,
www.telefonseelsorge-hagen
- Van Well, F. *Psychologische Beratung im Internet, Bergisch Gladbach, 2000*
- Janssen, L. (Hrsg.) *Auf der virtuellen Couch, Bonn, 1998*
- Sanders, R in *Beratung Aktuell*, Heft 1, Februar 2004

Beratung im Internet / Konzeptionelle Überlegungen von der Präsentation bis zur Internet-Beratung

Dieser Artikel wendet sich an Interessierte, die sich über die Möglichkeiten, die das Internet Beratungsstellen und Beratung bietet, informieren wollen und einschätzen wollen, inwiefern es für sie interessant ist, sich näher damit zu befassen und welche konzeptionellen Bedingungen für ein web-Projekt (web steht als Abkürzung für www = world wide web und meint das Internet) notwendig sind. Dabei werden verschiedene Phasen des web-Projektmanagements vorgestellt und mit den Erfahrungen von Berater(inne)n der DAJEB-Fortbildung "Beratung@Internet" – auch in pointierterweise – verknüpft.

Beratungsstellen haben verschiedene Optionen: Sie können ihr Angebot präsentieren und über die Arbeit informieren, sie können aber auch Teile der Beratungsorganisation wie Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung über das Internet organisieren oder weitergehende Informationen zur Verfügung stellen. Und sie können darüberhinaus Internet-Beratung anbieten mit verschiedenen Internetwerkzeugen wie E-Mail oder Chat. Dabei gilt es zu überlegen, ob die Tür zur virtuellen Welt alleine oder in Form eines Netzwerks z. B. über die Homepage des eigenen Trägers stattfinden soll oder ob das Beratungsangebot gar in einem überregionalen Beratungsportal wie z. B. dem Beratungsnetz verortet wird.

Der Artikel ist zugleich ein Plädoyer für die Chancen der Internet-Beratung als spezifische Beratungsform, die aber ernsthaft betrieben nicht unerhebliche Konsequenzen und Kosten für eine Beratungsstelle und ihren Träger mit sich bringt.

Und: Internet-Beratung verlangt von Berater(inne)n eine für sie eher ungewohnte Klientenzentrierung.

Ja, aber...

Für manche Beratungstätige ist das Internet und seine "unendlichen Weiten" eine noch recht unbekannte Welt und der Gedanke "im Netz" zu sein und dort mit Klient(inn)en zu kommunizieren, löst manchmal Befremden und einige Befürchtungen aus.

Auch die Vorstellung der eingeschränkten Kommunikationskanäle und der Möglichkeit, eine andere soziale Identität übers Netz zu kommunizieren (vgl. Knatz/Dordier), scheinen zunächst der direkten und auf Echtheit angelegten face-to-face-Beziehung in der Beratung zu widersprechen und damit einen "wirklichen" Beratungsprozess unmöglich zu machen.

Diese Befürchtungen sind in einem gewissem Maße gut so. Denn bevor sich Beratungsstellen auf den Weg in Richtung "Beratung im Internet" begeben, sollten sie sich intensiv mit den Chancen und Besonderheiten der Internet-Beratung auseinandersetzen und sich über die Besonderheiten der "Internet-Welten" und das Verhalten ihre User(innen) bzw. Nutzer(innen) genau informieren, zeigen doch Forschungen und Projekte, dass Internet-Beratung gerade für Jugendliche, Männer und Paare eine ernstzunehmende Beratungsform geworden ist.

"Man" ist heutzutage im Netz vertreten und bietet Internet-Beratung an. Nicht selten wollen Träger dem derzeitigen Trend entsprechen und fordern ihre Beratungsstellen auf, bei gleichbleibenden Ressourcen sozusagen nebenher auch Internet-Beratung anzubieten – oft mit verheerenden Folgen. Deshalb sollten Beratungsstellen und Berater(innen), die ins Netz wollen, sich im Rahmen des web-Projektmanagements über eine Reihe von Fragen klar werden, damit sie die Möglichkeiten die das Internet bietet, auch wirklich erfolgreich einsetzen und um zu klären, was sie anbieten wollen und können.

Klientenzentriert online

Beratungsstellen, die sich mit der Frage des Internets beschäftigen, begeben sich erfahrungsgemäß zunächst in einen Selbstvergewisserungs- oder gar Organisationsentwicklungsprozess. Denn wer ins Netz will muss "schwarz auf weiß" (bzw. bunt) darstellen, wer er ist, was er will, wen er anspricht und wie dieses Angebot an die User(innen) kommt. Es ist ein Schritt in die Öffentlichkeit, dem ein innerer Klärungsprozess vorausgeht. Ähnlich vielleicht wie die Entwicklung einer Broschüre – nur mit anderen Rahmenbedingungen, Möglichkeiten und eben kommunikativ, interaktiv und stärkeren (und auch oft nicht vorhersehbaren) Effekten.

Bevor es ins Netz geht sollte sie also folgenden zwei Phasen ausreichend Raum geben – die eigentliche technische Umsetzung geht dann umso schneller:

1. Ein Selbstvergewisserungsprozess der Beratungsstelle, um zu klären, was sie im Netz will sowie
2. die "klientenzentrierte Übersetzung", nämlich die zunächst inhaltliche Gestaltung dieser Ergebnisse in die Rahmenbedingungen des "Internetsettings" und das Verhalten potentieller User(innen).

Denn wie es in der Beratung tradierte Rituale, Abläufe und Rollen gibt, finden sie auch im Internet bestimmte Rahmenbedingungen und Abläufe, die dem üblichen Beratungs-Setting in mancherlei Hinsicht diametral entgegen stehen und von Ihnen als Berater(innen) andere Kompetenzen und Arbeitsweisen abverlangen.

Beispielszenario eines üblichen Beratungsverlaufs

Eine Klientin hat ein Problem und informiert sich über das Telefonbuch über die örtlichen Beratungsstellen, fragt dort telefonisch nach und bekommt einen Termin. Sie sucht dann die Beratungsstelle am vereinbarten Termin auf, wird in ei-

nem Raum empfangen, dem Arbeitsraum der Beraterin, die dort sozusagen den "Heimvorteil" hat. Die Rollen sind eindeutig definiert als Beraterin und Klientin, und die Beraterin legt zunächst den Rahmen für einen möglichen Beratungsprozess gemeinsam mit der Klientin fest. Hat sich die Klientin für die Beratung entschieden, erhält sie weitere Termine und sucht die Beratungsstelle noch mehrmals auf.

Beispielszenario eines Beratungsverlaufs im Internet:

Ein Klient hat ein Problem und da er viel im Internet ist und zunächst anonym bleiben möchte, gibt er in eine Suchmaschine Schlagworte ein, die sein Problem beschreiben. Die Suchmaschine gibt alle Suchergebnisse als Liste heraus. Das sind zum Thema "Beziehungsprobleme" bei der Suchmaschine google derzeit ca 21000 links, also Verweise auf Internetseiten. Gibt er "Beziehungsprobleme, Beratung" ein, dann sind es noch 6600. Und bei "Beziehungsprobleme Beratung Berlin" sind es noch 600 Internetseiten.

Der User beginnt die ersten Websites also Internetseiten anzuklicken. Er wird mit der entsprechenden Homepage verbunden und entscheidet nun in Sekundenschnelle, ob ihn die Website anspricht. Folgende Phänomene erlebt er dabei:

- eine Homepage, die ca. 2 Minuten braucht, bis alle Bilder im Bildschirm zu sehen sind – der User klickt nach ca. 20 Sekunden weiter
- die Homepage einer Selbsthilfegruppe, die Informationen über seine Problembeschreibung zusammengetragen hat und auf weitere Internetseiten verweist
- die Homepage eines Fachverbands zum Thema mit wissenschaftlichen Artikeln zum Herunterladen
- die Homepage eines kirchlichen Trägers, der seine Einrichtungen vorstellt, aber keine weiteren Angaben
- die Homepage einer Beratungsstelle, die sich im Netz präsentiert, aber keine Online-Beratung anbietet
- die Homepage der TelefonSeelsorge, die zur eigenen Online-Beratung verweist
- die Homepage eines kommerziellen Beratungsanbieters, der seine Konditionen und Preise darlegt
- eine Homepage mit Kontaktanzeigen für Singles
- und noch viele mehr

Aus der Perspektive des Users wird somit deutlich, dass die eindeutige Verortung und Positionierung einer Beratungsstelle im Internet im Gegensatz zum eigentlichen Ort überhaupt nicht gegeben ist. Der User "surft" durch die Ergebnisse der Suchmaschine und wählt sich sozusagen durch einen großen "Zettelhaufen", in dem keine Sortierung, Hierarchisierung oder Kategorisierung zu erkennen ist. Der User folgt dabei ganz eigenen

wahrnehmungspsychologischen Gesetzen, die bei der Gestaltung von Internetseiten dringend zu beachten sind – nicht umsonst gibt es Ausbildungsberufe und Disziplinen, die sich mit Technik, Gestaltung, Programmierung, Navigation, Datensicherheit, Texten fürs Web und mehr beschäftigen.

Deshalb an dieser Stelle ein Plädoyer: Sie brauchen enorm viel Zeit und Nerven bis Sie Rahmenbedingungen, Inhalte, Struktur, Aufbau, Kompetenzen und Beratungsorganisation geklärt haben – überlassen Sie den Rest Profis – Sie bauen ja, wenn Sie etwas transportieren wollen auch nicht das Transportmittel selber.

Wie also vorgehen? Konzeptionelle Überlegungen zu Beratung und Internet
Im Folgenden werden Aspekte und Überlegungen zum web-Projektmanagement und zur Konzeption vorgestellt, die als Handreichungen bei der eigenen Projektplanung helfen können.

Zielsetzung

Beratungsstellen, die ins Netz gehen wollen, stehen vier Zielsetzungen zur Verfügung, die unterschiedliche Möglichkeiten und Anforderungen an die Gesamtkonzeption und Ressourcen stellen. Sie können sich präsentieren, sie können informieren, sie können kommunizieren und sie können beraten.

Präsentieren

Sie können Ihre Beratungsstelle im Internet präsentieren, so wie Sie sich vielleicht durch einen Flyer nach außen darstellen. Das Internet bietet Ihnen hier eine vielfältigere Option der Öffentlichkeitsarbeit und ist vergleichbar mit einem ausführlichen Branchenbuch. Klient(inn)en erfahren über die Internetsuche von Ihrer Beratungsstelle und wenden sich an sie.

Dazu brauchen Sie eine domain-Adresse (z. B. www.beratungsstelle-xyz.de) und eine Homepage, die im Sinne einer Visitenkarte die Darstellung der Beratungsstelle und ihrer Angebote und Kontaktdaten beinhaltet. Es macht auch bei der Visitenkarte Sinn eine E-Mail-Adresse einzurichten, die der Kontaktaufnahme dient.

Oft haben auch die Träger der Beratungsstellen bereits eine domain-Adresse und Sie können die Beratungsstelle dort integrieren. Dann ist die Gestaltung des Trägers Vorgabe und Sie werden im Gesamtauftritt platziert. Erfahrungsgemäß dient diese Form des Internetauftritts eher der Selbstdarstellung des Trägers als der Ansprache der potentiellen Klient(inn)en – die erfahrungsgemäß Ihre Beratungsstelle, die vielleicht erst nach 5 "Klicks" auf der Homepage zu finden ist, gar nicht entdecken.

Präsentieren Sie Ihre Beratungsstelle also als Form der Öffentlichkeitsarbeit, zur Profilbildung und als zusätzliches Angebot für Internet-erprobte Klient(inn)en.

Das Internet lebt von Vernetzung. Deshalb sollten Sie sicherstellen, dass Ihre virtuelle Visitenkarte mit anderen Internetseiten wie dem Träger, der Stadt etc. verlinkt ist.

Informieren

Sie haben über die Darstellung Ihrer Beratungsstelle im Internet die Möglichkeit, das spezifische Angebot und Profil zu kommunizieren und Klient(inn)en bereits vorab einige Informationen zu bieten. So bieten manche Beratungsstellen neben der üblichen Präsentation der Beratungsstelle und ihrem Angebot spezifische Informationen, die im Internet zu betrachten sind oder aber downloadbar sind. So kann beispielsweise ein Artikel oder Bericht als Datei auf den eigenen PC gespeichert, ausgedruckt und auf dem Sofa gelesen werden.

Informationen können sich beziehen auf die Organisation. In Form von Wegbeschreibungen oder auch ein Link mit einem Routenplaner von wo Klient(inn)en eine direkte Wegbeschreibung von ihrem eigenen Zuhause zur Beratungsstelle erhalten. Aber auch Informationen über das Beratungsteam und Kompetenzprofile. Links und Verweise auf Tests im Internet, die zur Orientierung oder zum Einstieg in eine mögliche Beratung helfen können.

Ein ebenfalls hilfreiche Form der Information im Internet sind die sogenannten FAQs. In den Frequently Asked Questions sind die häufigsten Fragen, die der Beratungsstelle gestellt werden. Auf Ihrer Internetseite können Sie eine FAQ-Liste einrichten und so das Sekretariat entlasten. Beispielfragen können sein: Was kostet die Beratung? Wie lange geht die Beratung? Welche Ausbildung haben die Berater(innen)? usw.

Kommunizieren

Das Internet ist ein schnelllebiges und unmittelbares Kommunikationsmedium. Und so bietet es sich an, Organisationsabläufe wie Anfragen und Terminvereinbarungen über E-Mail zu organisieren. Auch schicken Beratungsstellen ihren Klient(inn)en sogenannte Hausaufgaben, in denen sie beispielsweise die Erwartungen an die Beratung formulieren sollen oder neue Verhaltensweisen einüben sollen. Eine Beraterin aus der DAJEB-Fortbildung berichtete beispielsweise, dass sie gute Erfahrungen damit macht, dass sich Paare zwischen den Beratungen E-Mails schreiben, weil der reduzierte und mittelbare Kommunikationskanal die eingefahrenen Kommunikationsmuster unterbricht und so wieder Platz schafft für sozusagen "schriftliches zuhören". Solche Erfahrungen fließen dann später wieder in den Beratungsprozess ein.

An späterer Stelle wird noch berichtet, welche Effekte die Öffnung zur unendlichen Internetwelt mit sich bringen kann.

Beraten

Wenn Sie in Ihrer Beratungsstelle Internet-Beratung anbieten wollen, sollten Sie ein Internet-Beratungs-Konzept erstellen, um sich über die Zielsetzung, das Medium, das Verfahren und weitere Aspekte des web-Projektmanagement klar zu werden. (Aspekte, die den eigentlichen E-Mail-Beratungsprozess betreffen, werden ausführlich von Knatz und Dortier in ihrem Buch *Hilfe aus dem Netz* beschrieben.)

Wollen Sie die Internet-Beratung für den Erstkontakt und die Nachbetreuung wie es in der psychosozialen Beratung eingesetzt wird oder möchten Sie eine "eigenständige" Internet-Beratung anbieten? Wie sieht der Verlauf aus? Informieren Sie die User(innen) auf ihrer Website darüber. Bis wann können sie mit Antwort rechnen? Wer wird ihnen antworten? Und welche Qualifikationen hat die Beraterin?

In verschiedenen Kontexten werden derzeit Standards für Internet-Berater/innen und deren Fortbildung entwickelt. Neben einem gewissen technischen Know-how und schriftsprachlicher Kompetenzen sind vor allem die Vertrautheit mit dem Medium und die Lust am Schreiben gefragt.

Wer also macht die Internet-Beratung bei Ihnen und wo? Manche Beratungsstellen stellen Mitarbeiterinnen extra dafür ab, andere engagieren Honorarkräfte für diese Aufgabe. Wichtig ist die Einbindung ins Team und selbstverständlich Supervision.

Für die Internet-Beratung sollten Sie einen geeigneten Arbeitsplatz einrichten mit der geeigneten PC-Hardware und Software. Manche Berater(innen) finden aber zuhause am ehesten die Ruhe auf die E-Mails zu antworten.

Halten Sie sich immer wieder vor Augen, dass Sie mit Eintritt in die Internet-Welt eine Welt mit eigenen Regeln, Kommunikationsgewohnheiten und Zeiterfahrungen betreten. Manche Berater(innen) erwarten, dass es so läuft wie in der Beratungsstelle auch. Zitat einer Fortbildungs-Teilnehmerin: "In der Internet-Beratung verlieren Sie Ihren Heimvorteil. Der User kommt nicht zu Ihnen in Ihre "heiligen Hallen" und huldigt Ihrem Expertinnenstatus. Schminken Sie sich die Vorstellung ab, dass es so läuft wie in der Beratung."

Manche Berater(innen) beraten mit dem verdeckten Ziel durch die Internet-Beratung die Klient(inn)en nach ein paar E-Mail-Kontakten dann doch zu einem Treffen in der Beratungsstelle zu bringen. Sie vergraulen damit unter Umständen Klient(inn)en, die eben nie die Hemmschwelle zur Beratungsstelle überschreiten werden und durch E-Mail-Beratung zum ersten Mal die Möglichkeit bekommen haben, sich "auszusprechen".

Seien Sie sich also über Ihre Absichten und Intentionen im Rahmen der Internet-Beratung bewusst, sonst fangen sie an Sie zu verfolgen. Am besten verhindern Sie dies, indem Sie auf Ihrer Internetseite Ihr Angebot und die Rahmenbedingun-

gen klar benennen. Teil Ihres Konzeptes kann es ja sein, dass die Internet-Beratung eine Art Vorstufe ist. Sie sprechen damit eben die Klient(inn)en an, zu denen dies passt.

Projektmanagement

Um mit Ihrer Beratungsstelle ins Internet zu kommen, können Sie sich bei der Konzeption an den Phasen des web-Projektmanagements orientieren: Planung, Produktion, Pflege und Qualitätssicherung. Damit erhalten Sie einen einigermaßen realen Überblick über das, was auf Sie zukommt. (Projektleiter aus der Industrie unken, dass in der Projektplanung alles mal zwei zu nehmen ist, um eine annähernd realistischen Größe zu erhalten.)

Zur Planung gehören folgende Schritte:

- Welche Zielsetzung verfolgen wir?
- Welche Rahmenbedingungen finden wir vor? Finanziell, personell, technisch, kapazitätsmäßig, verbandspolitisch...
- Recherche über vorhandene Projekte; Erfahrungsberichte und Empfehlungen von Kolleg(inn)en
- Selbstvergewisserungsphase der Beratungsstelle
- Projektbeschreibung
- ggfs. Entwicklung eines Internet-Beratungs-Konzepts
- Beschreibung eines Budget-, Zeit- und Resourceplanes für die Zeit der Produktion, Durchführung, Pflege und Qualitätsentwicklung
- ggfs. Fördermittelantrag
- Akzeptanz innerhalb der eigenen Einrichtung entwickeln
- Verortung des Angebots klären, z. B. durch eine eigene Domain-Adresse oder im Rahmen eines Verbundes...

Zur Produktion gehören folgende Schritte:

- Content – bezeichnet im Englischen die eigentliche Erarbeitung der Inhalte.
- Strukturierung der Inhalte für die Kategorisierung innerhalb der Internetseite
- Außerdem müssen in einem nächsten Schritt die Inhalte in webtaugliche Texte – also auch wieder klientenzentriert – "übersetzt" werden was beispielsweise Menge und Form betrifft
- Gestaltung und funktionales Design
- Programmierung
- Testlauf und Überprüfung
- Offizieller Start der website z. B. www.beratungsstelle-xyz.de

Zur Pflege gehören folgende Schritte:

- Wer übernimmt die regelmäßige Pflege der Website, wenn Inhalte oder Daten verändert werden sollen?
- wer ist bei technischen Problemen zuständig?
- wie werden E-Mails und Chatprotokolle organisiert, dokumentiert und datensicherungstechnisch behandelt?

Zur Qualitätssicherung gehören folgende Schritte:

- regelmäßige Überprüfung und Bewertung des Internet-Auftritts
- Reflexion der Erfahrungen in Bezug auf die Zielsetzung
- mögliche neue Zielsetzungen und Erweiterungen als neue Schleife des Projektmanagements

Weitere konzeptionelle Überlegungen

Verortung

Sie können für Ihr Vorgehen eine eigene Domain-Adresse www.beratungsstelle-xy.de wählen oder finden sich innerhalb der Domain-Adresse Ihres Trägers www.wohlfahrtsverband-xy.de wieder. Manche Beratungsstellen schließen sich in regionalen Verbänden zusammen www.beratungsstellen-kreis-xy.de und verlinken ihre eigene Domain-Adresse im Sinne eines Portals oder lassen diese Homepage dann für alle gemeinsam gestalten und sind dann unter dieser Adresse jeweils mit dem gleichen Layout vertreten.

Eine weitere große Initiative im Internet ist das Beratungsnetz, wo sich Beratungsstellen und Berater(innen) verorten können. E-Mail und Chat können dort ebenso genutzt werden, wie Informationen und weiterführende Veranstaltungen gesammelt werden.

Im Rahmen der DAJEB-Fortbildung wurde von einer Gruppe ein inhaltlicher Verbund mit passender Domain-Adresse diskutiert, da es sich gezeigt hat, dass Klient(inn)en eher nach Themen und problembezogen suchen z. B. "Einnässen" – auch hier gilt es also die klientenzentrierte Perspektive einzunehmen.

Beschreiben Sie deshalb die Stichworte für die Suchmaschine aus der Perspektive ihrer Klient(inn)en (statt Beziehungsstörung oder Beziehungsunfähigkeit z. B. Beziehungsproblem, Einsamkeit) – damit sie nicht die Nadel im Heuhaufen bleiben.

Gütesiegel

Durch die zunehmende Verbreitung von Internet-Beratungen besteht ein verstärktes Bedürfnis nach Qualitätssicherung. So hat der Berufsverband deutscher Psychologen beispielsweise im Jahr 2001 ein Gütesiegel für

psychologische Online-Beratung entwickelt, das hochwertigen Beratungsforen verliehen wird. Folgende Qualitätskriterien wurden erstellt: Kurzfristige Beantwortung, hohe Qualifikation, Schweigepflicht, Anonymität und Vertraulichkeit, Technische Sicherheit, verantwortlicher Umgang mit den Grenzen und Benennung dieser auf der Homepage sowie das Vorhandensein des Gütesiegels auf der jeweiligen Homepage.

Konsequenzen und Effekte

Wer online ist, ist jederzeit und von jedem Menschen erreichbar. Sie müssen damit rechnen, dass die Anfragen steigen und müssen klären, wie sie damit umgehen. Eine Beratungsstelle in Berlin hat beispielsweise ihr offenes Chatangebot kurzfristig aus dem Netz genommen, weil eben auch User(innen) aus dem ganzen Bundesgebiet das Angebot genutzt haben und der Träger aber nur für Berlin zuständig war – und auch nur eine "Berliner Kalkulation" finanziell tragen konnte. Denken sie daran: sie zahlen wenn User(innen) ihre Website besuchen.

Das Internet ist ein sehr kommunikatives Medium und die Gewohnheiten der Kontaktaufnahmen sind anders als beim Brief. So berichtete die Leiterin einer Beratungsstelle, dass täglich 60 E-Mails mehr ein gingen, davon ca. 30 mit sehr allgemeinen Anfragen. (Wer auf eine Homepage stößt, schreibt gerne mal kurz eine Mail, um sich informieren zu lassen und erwartet auch eine unmittelbare Antwort.) So war das Sekretariat mit dem Verweisen auf passende Stellen und Beantworten von E-Mails beschäftigt. Schließlich wurde auf der Homepage nochmals verändert, eine FAQ-Liste eingerichtet und deutlich betont, was die Beratungsstelle für wen anbietet – damit sind die Anfragen dann geschrumpft. Beratung im Internet bleibt also ein fortlaufender Organisationslernprozess.

Zwischen hellem Wahn und dumpfer Trübung – weitere Erfahrungen

Das Modell aus der Transaktionsanalyse beschreibt eindrücklich die extremen Erfahrungen, von denen Teilnehmende der DAJEB-Fortbildung berichten.

Manchmal gibt es begeisterte Technikfreaks in Beratungsstellen, die ihr Hobby nun ausüben können, sich aber in bunten plakativen überbordenden Designs verlieren, wie sie es vielleicht von PowerPoint-Filmen in Vorträgen kennen. Diese bauen mit günstigen Homepagepaketen für 15 Euro ein Provisorium, das wenig nachhaltig ist, zumal sich Veränderungen nur schwer integrieren lassen, vor allem aber nicht klientenzentriert.

Trotzdem gibt es natürlich Projekte, wo es engagierte und neugierige Berater(innen) mit wenig Mitteln geschafft haben, ein ansprechendes Angebot ins Netz gestellt haben. Auch hier gilt: Weniger ist fast immer mehr.

Seien Sie sich einfach darüber im Klaren, dass Ihr Webauftritt quasi neben Tausenden anderer steht und professionell gestaltet sein will. Er ist auch Ihre Visitenkarte nach außen und spiegelt Ihre Organisation und Organisationskultur wieder. Das kostet enorme Zeit und Energie – nicht nur für die Konzeption und

Durchführung. Einigen Teilnehmenden waren die Erkenntnisse der Projektmanagement-Bedingungen auch eine hilfreiche Argumentationshilfe für die sogenannten "Kamikaze"-Aufträge ihrer Träger: "Sie machen jetzt noch nebenher Online-Beratung und das ohne zusätzliche Kosten."

Andere Teilnehmende berichten, dass sie mehr mit festgefahrenen Einwänden von Kolleg(inn)en oder Trägern zu kämpfen haben, da mit dem Thema Internet-Beratung eben auch viel Politik betrieben wird und die eigenen Unsicherheiten in Bezug auf diese Internet-Welten und veränderten Beratungs- und Rollen-Settings zu Widerständen führen können. Sie sollten sich deshalb von Beginn an Gleichgesinnte in Ihrem Umkreis suchen, mit denen Sie sich auf den Weg machen, sich gegenseitig stärken und so gemeinsam die Vision und die reale Arbeit gemeinsam tragen können.

Klientenzentrierte Internet-Beratung – ein Fazit

Das Fazit dieses Artikels deckt sich mit den Erfahrungen und Einschätzungen der Teilnehmer(innen) der DAJEB-Fortbildung "Beratung@Internet", die folgendermaßen aufgebaut war: Baustein 1: Ein User(innen)-orientierter Einstieg und Überblick über die Möglichkeiten des Internet. Dafür wurden die Teilnehmenden zunächst mit vorformulierten Anliegen einiger User(innen) ins Netz geschickt und sie machten so aus klientenzentrierter Perspektive die Erfahrung, was alles auf sie einströmt und welche Wahrnehmungs- und Beurteilungsphänomene dabei zu erleben waren. Danach wurden mögliche Kategorien für ein sinnvolles Internetangebot entwickelt. Nach dem 2. Baustein, der sich mit den Beratungskompetenzen und Beratungsprozessen bei der Beratung per E-Mail beschäftigt hat, wurden in einem weiteren (3.) Baustein konzeptionelle Überlegungen angestellt, um Ziele und Ideen für die eigene Beratungsstelle mitzunehmen. Dabei sind folgende Aspekte eine wichtige Hilfe für ein erfolgreiches Internet-Angebot – ob sie nun präsentieren, informieren, kommunizieren oder beraten wollen.

- Versetzen Sie sich in die Lage der User(innen). Surfen Sie regelmäßig durch's Internet.
- Internet-Beratung ist eine ernsthafte Beratungsform, mit der Sie ein anderes Klientel erreichen als bisher und Ihr Klientel anders ansprechen
- ein Internet-Angebot setzt die Hemmschwelle herunter (Niedrigschwelligkeit kann ein Segen und ein Fluch sein)
- Internet-Beratung lässt sich nicht einfach so nebenher machen
- das Internet ist eine eigene professionelle Welt, in der man sich selbst auch professionell bewegen sollte.
- Online-Beratung kostet eine Stange Geld, bis es professionell und erfolgreich läuft – wobei Sie zu definieren haben, was für Sie Erfolg in diesem Zusammenhang bedeutet
- Das beste Angebot nützt nichts, wenn Sie im Internet nicht zu finden sind.

- Sie selbst sollten Lust an einem solchen Projekt
- und Lust am Schreiben haben

Suchen und Finden – einige ausgewählte Buch- und Linkempfehlungen zum Schluss

Auf der Homepage www.kinderschutz-zentrum.org finden Sie u. a. folgende Artikel:

- "Anliegen entschlüsseln, Anfragen gerecht werden, Antworten formulieren: Chancen und Stolpersteine im "schriftlichen Gespräch" in Online-Beratung und –Therapie" (Schulte-Steinike) und
- "Online-Beratung ist anders – Möglichkeiten und Grenzen einer neuen Beratungsform." (Lang)

Wenn Sie die Möglichkeiten der Internet-Beratung kennen lernen möchten, surfen Sie mal nach www.das-beratungsnetz.de

Bei www.telefonseelsorge.org finden Sie u. a. Informationen über Organisation der Beratung und Sicherheit im Netz.

Das Beispiel eines Projektantrags finden sie unter der Internet-Adresse www.helpmails.de/konzept_helpmails.pdf

Mehr zum Gütesiegel des Berufsverbands deutscher Psychologen finden sie unter <http://www.bdp-verband.org/html/service/siegel.html>

Eine Buchempfehlung zum Thema Texten fürs Web von Stefan Heijnk.

Diplomarbeit "Konzepte, Grenzen und Perspektiven virtueller Beratung" unter www.beratungsguide.de und weitere Diplomarbeiten zum Thema "Online-Beratung" unter www.carlrogers.de

Artikel von Birgit Knatz: Neue Wege in der Beratungsarbeit

www.telefonseelsorge-hagen.de sowie von Dordier und Knatz das Buch Hilfe aus dem Netz.

Erfahrungsbericht eines Psychotherapeuten zum Thema Online-Beratung und klinische Praxis www.panikattacken.at

Erfahrungsbericht einer Klient/in unter www.schwarzeRose.home.pages.de

Eva-Maria Schumacher, Diplom-Pädagogin, Supervisorin, Expertin für neue Lerntechnologien, leitet das Institut für konstruktives Arbeiten Leben Lernen in Hagen, das sich mit Personalentwicklung und mit analogen und digitalem Lernen und Arbeiten beschäftigt. Schumacher@constructif.de, www.constructif.de

Ulrike Borinski

Der Webauftritt

Wenn Sie sich über das Internet präsentieren wollen, bedarf es allerlei Überlegungen und auch Entscheidungen. Diese sind informativer bzw. kommunikativer Art. Sie betreffen aber auch technische Aspekte. Da geht es um Pings, Klickraten und TCP-IP, um Verschlüsselungsprotokolle, Fire-Walls und Flattarife. Schnell kann man sich hier verlieren und verliert dazu gleich noch Lust und Nerven, die es braucht für die Entwicklung eines guten Webauftritts.

Hier nun einige Ratschläge, die Ihnen beim Überlegen und beim Überleben helfen sollen:

Die Anforderungen

- Das können Sie!

Überlegen Sie, wie professionell Ihre Seiten sein sollen, welche Funktionalität Sie anbieten wollen und ob Sie Ihre Wünsche und Klagen ständig einem guten Bekannten zumuten wollen.

Auch wenn Ihnen diverse Softwarehersteller in den Ohren liegen, mit wie wenig Klicks Sie Ihre Texte internetreif machen, glauben Sie es ganz einfach nicht. Überlegen Sie, was Sie wollen, was Sie können und was alles Sie – wenn's mal nicht klappt – der Software oder dem Zufall überlassen müssten.

Beauftragen Sie Fachleute, so können Sie sich konzentrieren auf die nahe liegenden Arbeiten: die Konzeptionen des Inhalts, die Texte, die Bilder.

Bevor Sie Entscheidungen fällen in Sachen Provider oder Weblayouter und Webprogrammierer sind einige Vorarbeiten nötig. Sie sollten wissen, welche Anforderungen Sie selbst an Ihr Angebot stellen. Ihre Konzeption sollte erstellt sein, die Ziele formuliert. Wenn das getan ist, dann können Fachleute Ihnen Vorschläge machen zur Umsetzung.

Überlegen Sie nicht zu früh, wie alles aussehen soll. Entscheiden Sie erst über die Inhalte und lassen Sie sich dann die passenden Funktionalitäten, das richtige Aussehen und die nötige – und zeitgemäße – Programmierung erstellen.

- Das wollen Sie!

Was wollen Sie wem mitteilen? Die Frage kann auch anders herum gestellt werden: Was soll ein Beratungsinteressent über Sie wissen, damit er Ihr Angebot annehmen will?

Es empfehlen sich an diesem Punkt Recherchen. Schauen Sie ins Internet. Schauen Sie Ihren Kollegen auf die Finger oder die Webseiten. Versuchen Sie das Netz so zu nutzen, wie es Ihre potentiellen Nutzer tun würden. Überlegen Sie, welche Unterschiede sich eröffnen, wenn man sich statt über gedruckte Bro-

schüren übers Internet präsentiert. Der Wechsel eines Präsentationsmediums kann heißen, dass sie Ihre Inhalte den neuen Bedingungen anpassen müssen.

Präsentations- und auch Marketingwerkzeuge

- Die Suchmaschine

Das Netz ist eine Summe dessen, was die Menschen hineinstellen. Die Gesamtmenge an Material ist vergleichbar mit einem gigantischen, ständig wachsenden Zettelhaufen. Auf Anhieb sieht man diesem ungeordneten und ungefilterten "Zettelhaufen" nicht an, was er enthält. Man kann auf Anhieb auch nicht entscheiden, ob er interessante Elemente enthält, nur amüsante oder nichts dergleichen. Solange das Netz so vor Ihnen liegt, kann man nicht davon sprechen, dass es Informationen enthält. Die einzelnen Zettel werden erst dann zu Informationen, wenn Sie wissen, wo sich diese befinden. Indem sie das herausfinden, entwickeln Sie Ihre eigene Ordnung, Ihre Struktur. Der beste Weg diese Struktur zu entwickeln ist, hineinzuspringen, möglichst spielerisch und neugierig zu surfen und sich und das Web dabei gut zu beobachten.

Ausgehend von dem Bedürfnis der Nutzer zu finden und dem der Anbieter gefunden zu werden, gibt es inzwischen eine große Menge verschiedener Suchmaschinen. Diese erleichtern auf unterschiedliche Weise das Finden. Man gibt der Suchmaschine einen oder mehrere Begriffe und lässt sich dann die Ergebnisse auflisten. Es gibt verschiedene Suchmaschinen. Sie unterscheiden sich in der Art und Weise wie sie suchen. Auch hier gilt: probieren und experimentieren Sie. Beobachten Sie Ihr Ergebnis und vergleichen Sie es mit dem Ziel Ihrer Suche.

Auf der einen Seite ein Suchwerkzeug, ist die Suchmaschine auch ein Präsentationswerkzeug. Wenn man über Suchmaschinen gefunden werden will, muss man seine Webseiten der Arbeit der Suchmaschinen anpassen. Wenn Sie wissen, wer Sie finden soll, dann können Sie Ihrem Gestalter oder Programmierer die Anforderungen mitteilen.

- Das Portal

Eine weitere Erfindung zur Vereinfachung des Findens ist das Portal. Auf einer gemeinsamen Webseite informieren verschiedene Anbieter unter einem inhaltlichen Nenner. Städte bieten gerne Portale an. Dort gibt es dann Angebote und Informationen z. B. der Stadtverwaltung, aber auch Verweise auf Hotels, Wirtschaftsunternehmen, Ausbildungseinrichtungen usw. Gemeinsam ist den Links in diesem Fall der regionale Bezug.

Eine Variante dieser gemeinsamen Plattform ist eine Linkliste auf einer Webseite. Wenn es solche Portale oder Linksammlungen zu Ihrem Thema gibt, sollten Sie versuchen dort unter zu kommen. Das heißt, dass Sie sich dort in kurzer, der gemeinsamen Plattform angemessener Weise vorstellen mit einem Link auf Ihre Webseite.

Ob Suchmaschine oder Portal, letztendlich ist es Ihre Webseite, die über Ihr Angebot informiert.

Die Umsetzung oder die Umsetzer

Sie haben gesurft, sich schlau gemacht, Angebote verglichen, kurz: Sie wissen nun was Sie wollen. Sie haben auch eine Ahnung, wie viel Zeit das alles braucht und wie viel Zeit Sie investieren wollen. Sie können jetzt losgehen und Fachleute beauftragen. In welchem Umfang das geschieht, ist von Ihren Anforderungen und Wünschen und vom Verhandlungsgeschick abhängig.

Sie können eine Full-Service-Agentur beauftragen oder einen webbegeisterten Informatik-Studenten als Programmierer. Beides hat immer Auswirkungen auf Ihre Arbeitsweise und führt unter Umständen zu langjährigen Bindungen. Wer immer die Programmierung und die Gestaltung übernimmt, schlussendlich werden die Daten bei einem Provider liegen müssen, um von dort über Ihre Adresse im Internet erreichbar zu sein.

- Der Provider

Provider sind als Dienstleister eine Art Kontaktstelle zum Internet. Sie sorgen dafür, dass Ihr Angebot unter der von Ihnen ausgewählten Adresse erreichbar ist und Tag und Nacht zur Verfügung steht. Das heißt, Sie übergeben dem Provider die Daten Ihrer Webseiten, der legt sie auf seine Rechner und garantiert, dass diese auch ständig im Internet zur Verfügung stehen.

Es ist also angebracht, genau zu vergleichen, was bietet der Provider und wie zuverlässig sind seine Angebote. Die einzelnen Angebotspakete sind in der Funktionalität verschieden und ebenso verschieden teuer. Teurer kann allerdings auch solide heißen.

- Der Name

Über den Provider können Sie sich auch Ihre Domain-Adresse buchen lassen. Da die Adresse einen Namen enthält, ist es nahe liegend einen zu wählen, der möglichst genau Ihre Aktivitäten beschreibt. Inzwischen sind aber viele Namen belegt, so dass eine Prüfung der gewünschten Adresse unumgänglich ist. Auf den Webseiten vieler Provider kann man ganz einfach und unverbindlich testen, ob die gewählte Adresse noch frei ist. Auch wenn das der Provider für Sie erledigt, diese Registrierung erfolgt immer bei der DENIC der deutschen Stelle für Domainregistrierung.

Falls Sie aber Registrierungsprobleme bei einem eventuellen Providerwechsel vorbeugen wollen, können Sie die Namensregistrierung natürlich auch selbst bei der DENIC vornehmen: www.denic.de. Dort gibt es neben der Registrierung auch eine Fülle von Informationen, die man zur Auswahl von Providern und zur Beurteilung der angebotenen Services gebrauchen kann.

Zum Schluss

Bedenken Sie, alles ist in Bewegung. Inhalte auf Webseiten können sich ändern. Namen, Telefonnummern, Adressen sind nicht so langlebig, wie es den Anschein hat. Sie müssen korrekturfähig bleiben. Dazu sollten Sie Zugriff auf die entscheidenden Daten erhalten, mit wem immer Sie auch zu tun haben. Sie sollten über

die Daten verfügen und diese müssen in Ihren Elementen vorhanden sein. Text soll als Text da sein und alle Buttons, Bilder oder Grafiken sollten Ihnen ebenfalls vorliegen.

Berücksichtigen Sie auf jeden Fall neben der ersten Einrichtung Ihres Webangebotes, die Folgearbeit und die Folgekosten. Nicht nur Korrekturen werden notwendig sein, auch die Funktionalitäten ändern sich über die Jahre. Mitunter sind auch echte Verbesserungen darunter, die Sie unbedingt integrieren wollen. Das sollte Ihnen möglich sein, auch wenn Ihr Informatikstudent längst nach Neuseeland ausgewandert ist.

Ulrike Borinski; Diplom-Designerin, Schwerpunkt: Visuelle Kommunikation; Expertin für neue Lerntechnologien (ENLT); Beschäftigt am Institut für Verbundstudium in Hagen

Ragnar Beer, Peter Breuer

Eheberatung online und Partnerschaftstests online im Projekt Theratalk (www.theratalk.de)

Theratalk ist ein Forschungsprojekt am Georg-Elias-Müller-Institut für Psychologie der Universität Göttingen. Die Arbeit an diesem Projekt begann im Jahr 1996 und hat zum Ziel, kostenlose Partnerschaftstests sowie Eheberatung bzw. Paartherapie online zur Verfügung zu stellen. In diesem Artikel werden beide Angebote vorgestellt. Der Artikel wendet sich in erster Linie an Eheberater. Da gerade in diesem Beruf eine große Zahl engagierter Laien und Quereinsteiger anzutreffen ist, soll auf psychologische Fachbegriffe so weit wie möglich verzichtet werden. Da die Unterscheidung zwischen den Begriffen Paartherapeut und Eheberater sowie Paartherapie und Eheberatung äußerst unscharf ist, werden diese Begriffe im Text synonym verwendet.

1. Kostenlose Angebote für Therapeuten und Berater

Obwohl sich das Angebot an kostenlosen Partnerschaftstests (www.theratalk.de/tests.html) nicht nur an Paartherapeuten und Eheberater wendet, ist es für diese jedoch besonders attraktiv. Die Partnerschaftstests sind zwar auch als Werkzeuge für die Forschung einsetzbar, haben jedoch in erster Linie den Zweck einer therapiebegleitenden Diagnostik. Wichtig dabei sind die sehr einfache Auswertung – sie erfolgt sofort am Computer – sowie die unmittelbare Rückmeldung des Ergebnisses in grafischer und verbaler Form.

1.1. Partnerschafts-Bereichs-Fragebogen (PBF)

Der Partnerschafts-Bereichs-Fragebogen (PBF, auf der Theratalk-Website zu finden unter "Partnerschaftstest Zufriedenheit") wurde entwickelt, um auf einen Blick die Zufriedenheit der Partner in wichtigen Bereichen ihrer Partnerschaft erfassen zu können. Der Partnerschaftstest besteht aus einer Liste von 35 Einzelbereichen (z. B. Interesse aneinander, Ausmaß an Liebe und Zuneigung, Eifersucht) sowie einer Gesamteinschätzung der Zufriedenheit, die jeweils auf einer sechs-stufigen Skala von "sehr zufrieden" bis "sehr unzufrieden" eingeschätzt werden sollen.

Da sich die problematischsten Bereiche so auf einen Blick erschließen, ist der PBF sehr gut geeignet um durch gezieltes Nachfragen bereits in den ersten Gesprächen einen guten Überblick über die Probleme eines Paares zu bekommen.

Die Auswertung besteht zum einen aus einem grafischen Teil (Abb. 1), in dem die Zufriedenheit des ausfüllenden Partners als Prozentrang im Vergleich zu anderen Partnern gleichen Geschlechts dargestellt wird. Ein Prozentrang von 80

gibt dabei beispielsweise an: Wenn 100 Personen den Test ausfüllen würden, wären davon wahrscheinlich 79 unglücklicher als der ausfüllende Partner.

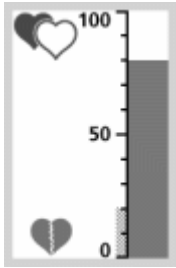


Abb. 1: Grafische Darstellung des Prozentrangs

In einem weiteren Teil der Auswertung werden Stärkebereiche, potentielle Stärkebereiche und Wachstumsbereiche übersichtlich in einer Tabelle dargestellt (Abb. 2). Stärkebereiche sind dabei jene Bereiche, in denen die Zufriedenheit mit "sehr zufrieden" oder "zufrieden" angegeben wurde. Potentielle Stärkebereiche sind die Bereiche, in denen mit "eher zufrieden" geantwortet wurde. Diese Antwort wird in der Regel in Bereichen gegeben, die sich als leicht problematisch abzeichnen, jedoch ohne dass bereits ernste Probleme vorhanden sind. Die Arbeit mit diesen Bereichen kann insbesondere bei insgesamt glücklichen Paaren vor der Eheschließung lohnen, um absehbare Probleme frühzeitig vorbeugend zu besprechen. Wachstumsbereiche schließlich sind die Bereiche, bei denen die Antwort im unzufriedenen Bereich liegt ("eher unzufrieden", "unzufrieden" bzw. "sehr unzufrieden"). Neben der grafischen Darstellung des Prozentranges ist auch die Verteilung der Stärkebereiche, potentiellen Stärkebereiche und Problembereiche in der tabellarischen Darstellung sehr aufschlussreich. Abb. 2 beispielsweise zeigt eine typische Verteilung eines unglücklichen Partners.

Die am meisten verbreiteten Partnerschaftstests zur Erfolgsmessung in Paartherapie und Eheberatung erfassen die eigentliche Partnerschaftszufriedenheit lediglich mit einer einzigen Frage, während aus den Antworten auf die übrigen Fragen indirekt auf die Partnerschaftszufriedenheit geschlossen wird. So wird z. B. davon ausgegangen, dass zufriedene Paare in ihrer Meinung in größerem Maße übereinstimmen als unzufriedene, gemeinsam planen, wie sie das Wochenende verbringen können und sich beim sexuellen Vorspiel streicheln. Erfolgen die Antworten in der erwünschten Richtung, wird auf eine hohe Partnerschaftsqualität geschlossen. Diese Art der Messung nennt sich korrelativ, weil anstatt des eigentlich zu messenden Merkmals (Partnerschaftszufriedenheit) dessen Korrelate erfasst werden. Bei vielen Fragestellungen in der Forschung ist jedoch die korrelative Erfassung von Partnerschaftszufriedenheit deswegen

problematisch, weil es leicht zu inhaltlichen Überlappungen in den Fragen verschiedener Tests kommen kann, die dann nicht vorhandene Zusammenhänge vortäuschen können. Deswegen ist eine direkte Erfassung wie im PBFB der Partnerschaftszufriedenheit der korrelativen in der Forschung in der Regel vorzuziehen.

Stärkebereiche	Potentielle Stärkebereiche	Wachstumsbereiche
<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsame Aktivitäten / Zeit füreinander • Verteilung der Rollen / Aufgabenteilung • Übernahme von Arbeit im Haushalt / in und an der Wohnung • Karriere / Berufstätigkeit • Umgang mit Geld / Einteilung unseres Geldes • Familienplanung und Verhütung • Religion / Weltanschauung • Alkohol- / Drogenkonsum • Handgreiflichkeiten / Sexuelle Übergriffe • Möglichkeiten zur eigenen Entfaltung / Freiraum / Persönliche Freiheiten • Beziehung zu Eltern / Schwiegereltern / Verwandten 	<ul style="list-style-type: none"> • Äußere Erscheinung / Attraktivität • Ausmaß an Zeit / Energie, die für die Partnerschaft aufgebracht wird • Ausmaß an praktischer Unterstützung bei Erreichen persönlicher Ziele 	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse aneinander • Gegenseitige Annahme / Akzeptanz • Lebendigkeit / Spontaneität in unserer Beziehung • Ausmaß an Liebe und Zuneigung • Gemeinsam lachen / Humor • Zärtlichkeit /körperliche Zuwendung • Sex /Erotik • Treue • Eifersucht • Vertrauen • Art und Weise, negative Gefühle oder Kritik zu zeigen oder zu äußern • Gesprächsverhalten, wenn es Probleme in unserer Partnerschaft zu lösen gilt • Teamgeist • Persönliche Gewohnheiten oder Eigenheiten haben / pflegen / ablegen • Erwartungen aneinander • Unsere Unterschiedlichkeit / Ähnlichkeit / gleichen Interessen • Änderungsbereitschaft • Ausmaß an Einfluss bei Entscheidungen • Beziehungen zu Freunden / Bekannten

Abb. 2: Tabellarische Übersicht über die Zufriedenheit in den verschiedenen Bereichen.

1.2. Kommunikations-Fragebogen (KF)

Der Kommunikations-Fragebogen (KF, auf der Theratalk-Website zu finden unter "Partnerschaftstest Zufriedenheit und Kommunikation") erfasst gezielt einen Aspekt des Kommunikations-Verhaltens eines Paares bei Problemgespräche: Die gegenseitige Unterstützung beim Erreichen eines guten Gesprächs. Während sich verbesserte Kommunikation der Partner allein in verschiedenen Studien nicht als entscheidend für die Wirksamkeit von Eheberatung erwiesen hat, konnte gegenseitige Unterstützung als wichtige Variable bei der Erklärung der Wirksamkeit von Eheberatung identifiziert werden. Aus diesem Grund wird im KF nur der unterstützende Anteil der Kommunikation in Problemgesprächen erfasst, der sich grob in drei Anteile einteilen lässt: Unterstützung durch die Art und Weise,

- wie sich die Partner zuhören,
- wie die Partner erzählen und
- wie die Partner einander Wertschätzung zeigen.

Die Auswertung zu diesen drei Anteilen (dessen weitaus wichtigster die gezeigte Wertschätzung ist), wird in grafischer und verbaler Form mit kurzen Hinweisen präsentiert, die den ausfüllenden Partnern den Handlungsbedarf gegebenenfalls deutlich machen sollten.

1.3. Sexuelle Wünsche (SW)

Der Partnerschaftstest Sexuelle Wünsche (SW, auf der Theratalk-Website zu finden unter "Partnerschaftstest Sex und Zufriedenheit") hat folgende Grundidee: Partner reden in der Regel zu wenig über ihre sexuellen Wünsche, weil dieses mit Scham behaftet ist. Durch den Partnerschaftstest SW soll eine möglichst niederschwellige Möglichkeit angeboten werden, diese Scham zu überwinden und die Wünsche des Partners herauszufinden, die am leichtesten erfüllbar sind. Das funktioniert folgendermaßen:

Beide Partner werden für eine große Anzahl an potentiell angenehmen sexuellen Handlungen jeweils danach gefragt,

- wie gern sie sie mögen,
- wie viel öfter sie sie gern hätten,
- wie gern sie sie für den Partner tun und
- wie viel häufiger sie bereit wären, sie für den Partner zu tun.

Um diesen Partnerschaftstest sinnvoll auswerten zu können, müssen beide Partner ihn ausgefüllt haben. Für die Auswertung werden die Antworten beider Partner dann folgendermaßen kombiniert: Jeder der Partner erhält als Rückmeldung die Handlungen, die

1. er selbst gern und häufiger für den Partner zu tun bereit ist und die
2. der Partner gern mag und auch gern häufiger hätte.

Dieses sind die Handlungen, die für diesen Partner am leichtesten umzusetzen sind und die auch mit hoher Wahrscheinlichkeit auf ein positives Echo stoßen werden. Auf diese Art und Weise bekommen beide Partner Änderungsvorschläge mit denen sie mit geringstmöglichem Aufwand eine maximale Wirkung erreichen können. Anschließend Befragungen der beteiligten Partner haben ergeben, dass die Partner sich ihre Rückmeldungen häufig auch gegenseitig vorlesen und so miteinander ins Gespräch über Ihre sexuellen Wünsche kommen. Dieses ist natürlich sehr erwünscht.

Wie leicht ersichtlich ist, handelt es sich bei diesem Test um eine Mini-Therapie, die auch ohne Therapeuten bzw. Berater durchgeführt werden kann, was die Hemmschwelle nochmals senkt. Die Wirksamkeit dieser Intervention zur Steigerung der sexuellen Zufriedenheit - gerade auch im Verhältnis zum minimalen Aufwand - zeichnet sich bereits als sehr gut ab. Eine entsprechende Untersuchung hierzu wird in Kürze abgeschlossen sein.

1.4. Ausblick

Die kostenlosen Angebote auf der Theratalk-Website werden Schritt für Schritt erweitert. Die Autoren sind dabei für Wünsche und Anregungen dankbar, auch wenn sie wegen begrenzter Ressourcen nicht immer bzw. nicht immer sofort umgesetzt werden können. Für das laufende Jahr sind derzeit folgende Erweiterungen in Planung:

Darstellung zeitlicher Verläufe

In der Eheberatung online im Projekt Theratalk gehörte die grafische Darstellung der zeitlichen Entwicklung von Ergebnissen der Partnerschaftstests (Abb. 3) von Anfang an zum Standard. So ist es für Berater wie auch für Klienten leicht möglich festzustellen, wie sich z. B. die Partnerschaftszufriedenheit im Laufe des Beratungsprozesses verändert - eine visuelle Erfolgskontrolle. Diese Möglichkeit gibt es bei den kostenlosen Partnerschaftstests derzeit noch nicht. Die Software hierzu wird jedoch derzeit programmiert, so dass mit dieser zusätzlichen Möglichkeit noch im Laufe dieses Jahres zu rechnen ist.

Fragebogen zur Bewältigung der Folgen von Seitensprüngen

Die Bewältigung der Folgen von Seitensprüngen ist eine große Herausforderung für die Eheberatung und gleichzeitig ein häufig präsentiertes Problem. Um dabei den Grad der Bewältigung seitens des Verletzten wie auch seitens des Untreuen erfassen zu können, sind derzeit weitere Partnerschaftstests in Vorbereitung.

2. Angebote für Klienten

Das zweite Angebot im Projekt Theratalk richtet sich direkt an unglückliche Paare: Seit 1996 wurde ein Konzept für die Eheberatung bzw. Paartherapie online mit der zugehörigen Software kontinuierlich entwickelt. Dabei wurde großer Wert darauf gelegt,

1. den Therapeuten oder Berater mit den im World-Wide-Web (WWW) zur Verfügung stehenden Mitteln möglichst gut bei der Intervention zu unterstützen,
2. möglichst geringe Anforderungen an die Software der Klienten zu stellen um möglichst viele Paare erreichen zu können und
3. den Datenschutz auf einem hohen Niveau zu gewährleisten.

Während die Partnerschaftstests kostenlos angeboten werden, ist die Eheberatung online kostenpflichtig. Der Gedanke dahinter ist, dass kostenlos angeboten werden soll, was keine Arbeitszeit kostet, während die Arbeitszeit der Therapeuten bzw. Berater selbstverständlich vergütet werden soll.

Die Entwicklung des Theratalk-Konzeptes fand in mehreren Stufen statt und wurde von empirischen Untersuchungen begleitet. Dies war nötig, da mit der Entwicklung eines Konzeptes zur Online-Therapie von Partnerschaftsproblemen absolutes Neuland betreten wurde. Kritiker wenden häufig ein, dass eine Therapie oder Beratung online nicht oder zumindest nicht leicht möglich ist, weil sich die beteiligten Personen nicht sehen können und so wichtige Informationen verloren gehen. Dies war zu Anfang auch die Überzeugung der Autoren, die jedoch durch empirische Vorstudien widerlegt werden konnte. So wurde beispielsweise im Rahmen einer universitären Lehrveranstaltung sehr früh ein Kommunikationstraining online durchgeführt, das sehr gute Ergebnisse zeigte.

Im Laufe der Jahre wurde immer klarer, dass im WWW zwar einerseits einige Möglichkeiten fehlen, die die Kommunikation von Angesicht zu Angesicht bietet. Andererseits erschließen sich durch dieses Medium aber auch eine Fülle neuer Möglichkeiten. Diese galt es zunächst zu entdecken und dann in einem störungsspezifischen Behandlungskonzept umzusetzen.

Das soll jedoch keinesfalls heißen, dass der Besuch beim Therapeuten oder Berater von Angesicht zu Angesicht eines Tages generell überflüssig werden wird. Bislang gibt es lediglich zwei ausgereifte und empirisch überprüfte Konzepte zur Online-Behandlung von Problemen im Bereich der Klinischen Psychologie. Das Theratalk-Konzept zur Behandlung von Partnerschaftsproblemen ist eines davon. Bei der Entwicklung störungsspezifischer Behandlungskonzepte muss stets beachtet werden, ob die Vorteile der Behandlung im Internet deren Nachteile aufwiegen können. Nur wenn dies möglich ist, ist die Behandlung online ratsam.

2.1. Verhaltenstherapeutische Kurzzeit-Paartherapie

Grundlage der Eheberatung nach dem Theratalk-Konzept war die verhaltenstherapeutische Kurzzeit-Paartherapie nach Halford, Osgarby und Kelly, die jedoch im Laufe der Zeit deutlich erweitert und angepasst wurde. Diese Therapieform wurde am Institut für Psychologie der Universität Göttingen einige Jahre lang von Angesicht zu Angesicht durchgeführt, unter anderem, um deren Wirkmechanismen zu erforschen.

Bei der verhaltenstherapeutischen Kurzzeit-Paartherapie handelt es sich um einen sehr stark strukturierten Ansatz, der in seiner ursprünglichen Form aus folgenden Elementen besteht:

1. Mit den Partnern wird eine gründliche Diagnostik durchgeführt.
2. Die Partner erhalten vom Therapeuten eine Rückmeldung zur Diagnostik.
3. Die Partner besprechen mit dem Therapeuten Ziele für die Partnerschaft.

Dabei wird darauf gebaut, dass nach der Intervention Selbstregulationsprozesse bei den Partnern einsetzen, die schließlich zu einer höheren Partnerschaftszufriedenheit führen. Mit dieser extrem verkürzten Intervention konnten in einer australischen Studie beachtliche Erfolge erzielt werden. Sie wird andererseits aber vielen Paaren nicht gerecht, vor allem dann, wenn den Partnern die Ziele zwar klar sind, sie aber keinerlei Idee haben, wie sie die gesteckten Ziele erreichen können.

Aus diesem Grund wurde am Institut für Psychologie in Göttingen ein weiteres Element hinzugefügt: Basierend auf einer verhaltenstherapeutischen Standard-Intervention, wurden zu den selbst gewählten Zielen mit den Partnern nun auch einzelne Schritte entwickelt, wie diese Ziele erreicht werden können. Dieses Vorgehen hat sich im Setting mit Paaren von Angesicht zu Angesicht sehr gut bewährt.

Aufgrund der starken Strukturiertheit wurde diese Vorgehensweise als Grundlage des Theratalk-Konzeptes zur Eheberatung online gewählt. Es ist eine generelle Eigenschaft von Software, dass sich stark strukturierte Abläufe leichter abbilden lassen als schwach strukturierte. So wurden durch die Wahl eines stark strukturierten therapeutischen Vorgehens als Grundlage optimale Voraussetzungen für eine Online-Version geschaffen.

2.2. Erweiterte Möglichkeiten der Eheberatung im World-Wide-Web (WWW)

Ein über das Internet vermittelter Kontakt findet in der Regel schriftlich statt und verzichtet dann größtenteils auf Körpersprache (mit Ausnahme der sogenannten Emoticons, die Gesichtsmimik abbilden sollen), Tonlage und Dynamik der Lautstärke (mit Ausnahme von in Großbuchstaben geschriebenen Passagen, die in der Regel eine höhere Lautstärke und Betonungen abbilden sollen). Durch die Schriftlichkeit ergibt sich auch eine Verlangsamung bzw. zeitliche Entzerrung des

gesamten Ablaufs. Diese Kommunikationsart spielt für die meisten Menschen im Alltag eine untergeordnete Rolle, ist daher eher ungewohnt und unterscheidet sich deutlich von der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht. Diesen Umständen sollte in einem Konzept zur Beratung online Rechnung getragen werden, denn neben den möglichen Nachteilen ergeben sich daraus auch große Vorteile - gerade in der Eheberatung:

Zeitliche Entzerrung

Einer der größten Vorteile für die Eheberatung ist dabei die zeitliche Entzerrung. Gerade bei eskalierenden Streitgesprächen berichten Paare immer wieder über eine fehlende Kontrolle über das eigene Verhalten. Das ist kein Wunder, denn das problematische Streitverhalten ist in der Regel so gut geübt ("überlernt"), dass es völlig automatisiert ohne bewusstes Nachdenken abläuft. Eine der wichtigsten Aufgaben eines Paartherapeuten bzw. Eheberaters ist das rechtzeitige Unterbrechen dieser automatisierten Vorgänge beim Paar, um immer wieder eine brauchbare Arbeitsatmosphäre herzustellen. Diese schwierige Aufgabe nimmt in der Ausbildung verhaltenstherapeutischer Paartherapeuten deshalb auch einen besonderen Stellenwert ein. Allein mit dieser Aufgabe kann ein Therapeut - je nach Härtefall - einen großen Teil einer Sitzung von Angesicht zu Angesicht verbringen.

Während die beschriebene Art von Eskalationen in der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht eher den Regelfall darstellt, kommt sie online so gut wie nie vor. Der Hauptgrund dafür ist die Verlangsamung bzw. zeitliche Entzerrung: Das Streitverhalten kann einfach nicht wie gewohnt ablaufen, weil das Medium dafür nicht geeignet ist. Dies ist für Therapeuten bzw. Berater eine große Erleichterung, denn so können sie sich deutlich leichter auf das Wesentliche konzentrieren. Durch die eingesparte Zeit können die Klienten mehr Therapie erhalten, was sich positiv auf die Fortschritte auswirken kann.

Für die Partner ist es zudem sehr beruhigend zu wissen, dass sie durch die zeitliche Entzerrung immer in Ruhe ausreden können, ohne dass ihnen jemand ins Wort fallen kann. Dadurch brauchen sie keine entsprechenden Gegenstrategien anzuwenden und so wird Kapazität zum Zuhören frei.

Zeitliche und örtliche Unabhängigkeit

Ein Problem, das in der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht regelmäßig auftritt, besteht darin in der Arbeitszeit des Beraters Termine zu finden, zu denen beide Partner kommen können. Da in der Regel mindestens einer der Partner berufstätig ist, kommen für eine regelmäßige Beratung über einen längeren Zeitraum eher Termine am späten Nachmittag sowie am frühen Abend in Frage. Viele hilfesuchende Paare haben zudem noch kleine Kinder, für die sie in dieser Zeit einen Babysitter organisieren und bezahlen müssen, was die Terminschwierigkeiten noch deutlich verschärfen kann. Je nach Wohnlage der Partner und des Beraters kann dann auch noch eine weite Anfahrt dazu kommen. Diese

Probleme entfallen bei einer Eheberatung online nicht automatisch, können aber durch ein gutes Konzept von Anfang an vermieden werden.

Visualisierung

Durch die vielfältigen grafischen Möglichkeiten des WWW ist es relativ leicht, Zusammenhänge wie z. B. Hierarchien von Zielen zu visualisieren. Diese können standardisiert werden, stehen sofort und ständig zur Verfügung, beanspruchen keinen Platz in der Patientenakte und kosten kein Verbrauchsmaterial. Beispiele hierfür sind die schon oben angesprochene Darstellung zeitlicher Verläufe von Testergebnissen (Abb.3) oder die hierarchische Darstellung von Zielen (Abb. 4).

Mittlere Zufriedenheit



Abb. 3: Darstellung zeitlicher Verläufe von Testergebnissen.

Ziel-Tabelle

	▲	☁	☞	▬	Umsetzung durch	1 neue Nachricht
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	IP_	
<u>Weniger Streits, mehr gute Gespräche.</u>						
					IP_	
<u>Anstatt abends Fernsehen: Reden.</u>						
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	__	
<u>Nachfragen, woran es liegt, wenn Martina schlecht gelaunt ist, anstatt gleich zu explodieren.</u>						
		■	■		__	✉
<u>In der Situation dran denken, daß ich nachfragen wollte.</u>						

Abb. 4: Hierarchische Darstellung von Zielen mit verschiedenen Visualisierungen.

Da diese erweiterten Möglichkeiten in einer gut benutzbaren Form nur im WWW zur Verfügung stehen, wurde der Einsatz von E-Mails zur Therapie im Theratalk-Konzept von Anfang an ausgeschlossen. Dies hat aber noch einen weiteren wichtigen Grund: Der Einsatz von E-Mails ist aus Gründen des Datenschutzes äußerst bedenklich, was später noch näher dargestellt werden wird.

Nachvollziehbarkeit durch Speicherung

Jeder Berater wünscht sich, dass die Beratungssitzungen einen bleibenden Eindruck hinterlassen sollen, und ist sich dabei dennoch im Klaren, dass es in der Regel nicht so ist. Aus diesem Grund werden verschiedene Techniken ange-

wandt, um die Sitzungen für die Klienten zu speichern. Die Sitzungen können beispielsweise auf Video- oder Audiokassette aufgenommen werden, die die Klienten nach Hause mitnehmen können, um sie sich nochmals anzusehen bzw. anzuhören. Hierbei ist es jedoch schwierig, lediglich eine einzelne Passage nochmals zu finden, weil dazu viel hin und her gespult werden muss, was vielen zu mühsam ist. Die Aufnahme ist natürlich auch ein Kostenfaktor, weshalb viele Berater ein Band immer wieder verwenden. In diesem Fall sind lediglich die letzten Sitzungen nachvollziehbar.

In der Verhaltenstherapie hat sich die Praxis etabliert, Videoaufnahmen nur für die Supervision zu machen und den Klienten statt dessen ein Blatt mit den wichtigsten Themen und Gedanken der Sitzung mitzugeben, welches der Therapeut während der Sitzung anfertigt. So lassen sich Gedanken leicht finden, es steht aber nur eine Auswahl zur Verfügung.

Durch die in jeden Browser eingebaute Suchfunktion, lässt sich bei der Beratung online jede Stelle der Beratung leicht mit entsprechenden Suchworten finden, wenn die Kommunikation gespeichert wird und für die Klienten abrufbar ist. Hierfür ist weder zusätzliches Material nötig, noch hat der Therapeut zusätzlichen Aufwand. Dies hat jedoch erfahrungsgemäß den Nachteil, dass einige Klienten erwarten, dass der Berater ihren Fall quasi auswendig parat hat, denn alles ließe sich ja leicht nachschlagen. Dass dieses mit einem vertretbaren Zeitaufwand nicht möglich ist, muss dem Klienten dann gegebenenfalls erklärt werden.

Betonung auf verbalen Ausdruck

Nonverbale Signale können einem Berater zwar Hinweise geben, jedoch liegt die Hauptproblematik der meisten Paare weniger auf der nonverbalen Seite. Dies wird in der Regel dann deutlich, wenn mit den Partnern neutrale oder positiv besetzte Themen besprochen werden und die nonverbale Kommunikation schnell entsprechend unproblematisch wird. Aus diesem Grund liegt auch bei den meisten Kommunikationstrainings für Paare das Hauptaugenmerk auf der verbalen Komponente der Kommunikation.

Die schriftliche Kommunikation bietet hier den Vorteil, dass Bedenkzeiten geschaffen werden können, so dass eigene Beiträge deutlich sorgfältiger formuliert werden können als bei der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht. Die Schaffung dieser Bedenkzeiten ist eine wichtige Voraussetzung zur Bildung neuer besserer Kommunikationsgewohnheiten. Gerade Menschen, die sich im verbalen Ausdruck unsicher fühlen, kann es so aber zunächst auch einfach sehr erleichtert werden, ihre Gedanken auszudrücken. Dafür ist es jedoch wichtig, dass vom Berater kein druckreicher Stil vorgegeben wird, was eher verängstigend wirken würde.

Im Zusammenhang mit der bereits erwähnten zeitlichen Entzerrung kann sich auch noch ein weiterer Vorteil ergeben: Wenn Reaktionen nicht unmittelbar erfolgen müssen, können die Partner praktisch beliebig viel Zeit zum Nachdenken

gewinnen. Dies ist gerade bei schwierigen Gedankengängen ein großer Vorteil, muss aber im Beratungskonzept entsprechend vorgesehen sein.

Relative Anonymität

Da sich Berater und Klienten bei einer schriftlichen Form der Eheberatung nicht sehen oder hören, ergibt sich ein höherer Grad an subjektiv empfundener Anonymität. Dies ist selbst dann der Fall, wenn dem Berater Name und Adresse des Klienten bekannt sind. Die typischen Auswirkungen hat eine Klientin sehr treffend folgendermaßen formuliert:

"Spontan meint man vielleicht zunächst, dass man sich bei einer Online-Therapie nicht so leicht kennenlernt und an die wesentlichen Problempunkte kommt, doch genau das Gegenteil ist der Fall. Bestimmte Hemmungen und Vorbehalte fallen eher weg und man äußert sich frei von der Leber weg, was für das Fortkommen der Therapie unbedingt von Vorteil ist. Gerade die Anonymität birgt also die Möglichkeit der Nähe - ein interessantes Paradox."

Besonders stark ist dieses Wegfallen von Hemmungen zu beobachten, wenn es um Sexualität geht. Während es bei der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht eher der Berater ist, der das Thema einfühlsam ansprechen und vertiefen muss, legen die Klienten bei der Eheberatung online ihre sexuellen Probleme deutlich bereitwilliger dar.

2.3. Entwicklung des Theratalk-Konzeptes

Nachdem wichtige Aspekte der erweiterten Möglichkeiten einer Eheberatung im WWW dargestellt wurden, soll nun die Entwicklung des Theratalk-Konzeptes zur Eheberatung online kurz umrissen werden. Die Kürze der Abhandlung soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Entwicklung in einem mehrere Jahre dauernden Prozess stattfand. Dabei wurde immer wieder die Nutzbarkeit überprüft, empirische Untersuchungen durchgeführt und Korrekturen eingearbeitet. Die im Projekt verwendete Software wurde im Laufe der Jahre drei mal in verschiedenen Programmiersprachen von Grund auf neu programmiert um Aspekte der Pflébarkeit und des Datenschutzes zu optimieren. Viele Studenten, Praktikanten, Diplomanden und Kollegen waren an der Entwicklung beteiligt.

Eins der beiden Hauptziele bei der Entwicklung des Theratalk-Konzeptes zur Eheberatung online war es, den Verlauf der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht so genau wie möglich nachzubilden, wo immer dies sinnvoll erschien. Hierzu gehört beispielsweise auch eine Supervision online als fester Bestandteil einer qualitätsgesicherten Eheberatung.

Das zweite Hauptziel bestand darin, die oben dargestellten erweiterten Möglichkeiten einer Eheberatung im WWW möglichst konsequent zu nutzen.

Als Grundform zur Kommunikation wurde ein Chat entwickelt, der eng an den Zweck der Beratung online angepasst ist:

- Er hat nur sehr wenige Bedienelemente. So wird eine einfache Bedienbarkeit gewährleistet.
- Eine Bezugnahme auf frühere Nachrichten ist sehr leicht möglich. Das fördert die Übersicht.
- Alle Nachrichten im Chat werden gespeichert (wie in einem Forum), so dass jederzeit auf den gesamten Ablauf zurückgegriffen werden kann.

Letzteres hat zudem den Vorteil, dass so eine völlige zeitliche Unabhängigkeit möglich wird. Die beteiligten Personen müssen sich nicht zu einem festen Zeitpunkt zum Chat verabreden, sondern jeder kann den Chat immer dann aufsuchen, wenn es ihm gut passt. Dabei wird mit den Klienten lediglich verabredet, dass es für den Zeitraum der Beratung täglich von Montags bis Freitags einen Besuch im Chat gibt.

Die in der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht verwendete Test-Diagnostik wurde in Form von Online-Tests umgesetzt. Dabei haben die Klienten die Möglichkeit, die Testergebnisse unmittelbar nach dem Ausfüllen (und natürlich auch jederzeit später) selbst einzusehen.

In der Eheberatung von Angesicht zu Angesicht ist es sinnvoll, Sitzungen nicht nur mit beiden Partnern gemeinsam zu haben, sondern auch mit jedem Partner einzeln. Nur so können die Partner besonders heikle Themen ungezwungen ansprechen. Genauso sollte es auch in der Eheberatung online gehandhabt werden. Deshalb gehören zur Grundausstattung für jeden Partner in der Eheberatung online zwei Chats: Einer mit dem Berater unter vier Augen und ein weiterer mit Partner und Berater gemeinsam. In diesen Chats kann natürlich gleichzeitig gearbeitet werden.

Den wichtigsten Anteil des an die verhaltenstherapeutische Kurzzeit-Paartherapie angelehnten Konzeptes bildet die Arbeit mit Zielen. Zu diesem Zweck wurde eine Möglichkeit zur hierarchischen Darstellung von Zielen geschaffen (Abb. 4). Um an den Zielen dann entsprechend gezielt arbeiten zu können, wird automatisch zu jedem Ziel ein eigener Chat eröffnet. So wird eine maximale Übersichtlichkeit erreicht und damit eins der größten Probleme konventioneller Chats gelöst.

Da Kommunikationsprobleme bei unglückliche Paaren häufig auftreten, wurde ein Kommunikationstraining entwickelt, bei dem die Partner gezielt trainieren können, sich bei Problemgesprächen gegenseitig zu unterstützen. An bisherigen standardisierten Kommunikationstrainings für Paare wurde von mehreren Seiten bemängelt, dass jedem dabei die gleichen Fertigkeiten beigebracht werden. So werden "zu liebe" Partner beispielsweise noch in ihrer Rolle bestärkt. Um dies zu verhindern, wird im Kommunikationstraining im Projekt Theratalk kein festes Repertoire vermittelt. Statt dessen können sich die Partner aus einem Katalog

wünschen, was sie lernen möchten bzw. was der Partner lernen soll. Dabei kann der Berater natürlich hilfreich zur Seite stehen.

2.4. Settings

Beim Standard-Setting der Eheberatung online nach dem Theratalk-Konzept nehmen beide Partner an der Eheberatung teil. Diese dauert zunächst sechs Wochen und kann dann nach Bedarf verlängert werden. Es ist für die Klienten aber auch möglich, zunächst nur für zwei Kennenlern-Wochen teilzunehmen, um besser einschätzen zu können, wie gut ihnen diese Form der Eheberatung zusagt.

Ein häufiges Problem im Zusammenhang mit der Eheberatung besteht darin, dass nur einer der Partner daran teilnehmen möchte, während der andere sich weigert. Dies ist für Eheberater ein Problem, weil gängige Konzepte zur Eheberatung mit dem Ziel der Verbesserung der Partnerschaftszufriedenheit die Teilnahme beider Partner voraussetzen. Dagegen sind die Möglichkeiten bei der Arbeit mit nur einem Partner deutlich eingeschränkt, und diese Arbeit führt in der Praxis nicht selten zu einer Trennung, weil der behandelte Partner sich dabei immer weiter vom Anderen entfernt und schließlich eine unüberwindbar erscheinende Kluft zwischen den beiden steht.

Dieses Problem wurde bei der Konzept-Entwicklung explizit berücksichtigt, und so ist es im Rahmen des Theratalk-Konzepts auch für einzelne Partner möglich, gezielt an ihrer Partnerschaftszufriedenheit zu arbeiten. Ein Kommunikationstraining kann mit einzeln teilnehmenden Partnern allerdings nicht durchgeführt werden.

2.5. Wirksamkeit

Die Wirksamkeit der Eheberatung online nach dem Theratalk-Konzept wurde für Paare bereits in einer empirischen Untersuchung überprüft. Behandelt wurden im Rahmen der Studie insgesamt 42 Paare, von denen 20 von Angesicht zu Angesicht mit verhaltenstherapeutischer Kurzzeit-Paartherapie und 22 online nach dem Theratalk-Konzept behandelt wurden. Dabei konnte kein bedeutsamer Unterschied in der Wirksamkeit der beiden Behandlungsformen festgestellt werden, beide wirken also vergleichbar gut. In beiden Gruppen ergab sich eine bedeutsame Zunahme der Partnerschaftszufriedenheit. 95% der online behandelten Paare und 90% der von Angesicht zu Angesicht behandelten Paare konnte geholfen werden. 59% der Männer und 52% der Frauen, die vor der Therapie von Angesicht zu Angesicht im unglücklichen Bereich lagen, lagen hinterher im glücklichen Bereich. 63% der Männer und 55% der Frauen, die vor der Eheberatung online im unglücklichen Bereich lagen, lagen hinterher im glücklichen Bereich.

Aufgrund der vergleichbaren Wirksamkeit der beiden Therapieformen kann vermutet werden, dass Therapeuten und Berater die Wichtigkeit der persönlichen Präsenz für den Erfolg der Eheberatung systematisch überschätzen. Die Daten

sprechen dafür, dass diese nicht unbedingt erforderlich ist, wenn bei der Eheberatung online ein ausgereiftes und spezifisch auf Partnerschaftsprobleme zugeschnittenes Konzept zur Anwendung kommt.

Besonders auffällig war in der Studie eine noch bessere Qualität der therapeutischen Beziehung bei den online behandelten Paaren im Vergleich zu den von Angesicht zu Angesicht behandelten Paaren. Dies lag vor allem daran, dass die online behandelten Paare den Therapeuten durch den täglichen Kontakt nach kurzer Zeit eher als einen alltäglichen Begleiter empfanden, an den sie sich schnell gewöhnten, während der wöchentliche Termin von Angesicht zu Angesicht eher als Fremdkörper im gewohnten Tagesablauf empfunden wurde. Als angenehmer Nebeneffekt ist dabei zu sehen, dass die Partner in der Eheberatung online sich durch den täglichen Kontakt schnell angewöhnen, täglich einen gewissen Zeitraum für die Beschäftigung mit der Partnerschaft frei zu halten.

Eine weitere empirische Untersuchung, bei der es speziell um die Wirksamkeit bei einzeln teilnehmenden Partnern geht, wird in Kürze abgeschlossen sein. Dabei zeichnen sich bereits sehr gute Ergebnisse ab.

3. Datenschutz

Nicht ohne Grund ist heute bei vielen Benutzern eine große Verunsicherung festzustellen, wenn es um Fragen der Vertraulichkeit und Sicherheit von Informationen im Internet geht. Dies ist u.a. auf die Vielzahl von Meldungen über Computerhacker, Bespitzelung durch Arbeitskollegen, Einbrüche in Netze sowie Würmer und Viren zurückzuführen. Menschen, die gerade so gut mit dem eigenen Rechner umgehen können, dass sie in der Lage sind Texte zu bearbeiten, im Internet zu surfen und E-Mails zu verschicken, sind hoffnungslos überfordert, wenn es darum geht, Sicherheits-Aspekte von mit dem Internet verbundenen Computern zu berücksichtigen. Auch fehlt ihnen in der Regel die Bereitschaft sich mit diesen Problemen näher auseinander zu setzen. Gerade an diese Menschen richtet sich das Angebot der Eheberatung online aber mehrheitlich.

3.1. Handlungsbedarf auf Anbieterseite

Die Lebensbereiche, für die im Projekt Theratalk Beratung angeboten wird, sind sehr persönlicher und intimer Natur. Die Notwendigkeit eines ganz besonderen Schutzes dieser Informationen liegt auf der Hand. Angestellte, die den E-Mail-Verkehr ihrer Kollegen mitlesen, um sich so berufliche Vorteile zu verschaffen, sind heute beispielsweise leider keine Seltenheit mehr. Solch eine Bespitzelung ist praktisch von jedermann mit einfachsten und frei verfügbaren Mitteln zu bewerkstelligen ohne dass dabei eine Gefahr besteht entdeckt zu werden.

Den Betroffenen die Bedrohung deutlich zu machen und sie darüber hinaus auch noch zum Handeln zu motivieren ist jedoch nicht leicht. Es gelingt relativ leicht zu vermitteln, dass eine E-Mail mit einer Postkarte vergleichbar ist, die im Prinzip je-

der lesen kann, der sie zu Gesicht bekommt. Daher ist auch gut vermittelbar, dass von einer Beratung per einfacher E-Mail bei vertraulichen Inhalten Abstand genommen werden sollte. Die fehlerfreie und gewissenhafte Nutzung von Programmen zur Verschlüsselung von E-Mails setzt bei allen Beteiligten jedoch schon ein hohes Maß an Verständnis sowie aufgrund der aufwändigen Bedienung die Bereitschaft zur Aufgabe eines nicht unerheblichen Ausmaßes von Komfort voraus. Dies ist wahrscheinlich der Hauptgrund, warum diese technisch schon seit langem verfügbare Möglichkeit selbst von Experten kaum und von Normal-Verbrauchern erfahrungsgemäß praktisch gar nicht eingesetzt wird.

Relativ häufig wird stattdessen versucht, durch die Verwendung anonymer E-Mail-Adressen einen Mißbrauch zu verhindern. Gerade in den besonders kritischen Fällen, in denen potentielle Mitleser in nächster Nähe, also z. B. am nächsten Schreibtisch sitzen, ist diese Maßnahme aber wirkungslos, denn der Absender lässt sich dann auch auf andere Weise leicht ermitteln.

Ist der Leidensdruck groß, führt das zudem schnell dazu, dass alle Sicherheitsbedenken über Bord geworfen werden und selbst intimste Details per E-Mail verschickt werden. Immer wieder gehen im Projekt Theratalk trotz aller Warnungen auf der Website unaufgefordert E-Mails dieser Art ein. Die Erfahrung zeigt: Wer verzweifelt ist, kümmert sich nicht um den Schutz der eigenen Daten. Um so mehr sollten sich Berater und Therapeuten als Anbieter dieser Dienste online ihrer hohen Verantwortung bewusst sein und wirksame Maßnahmen ergreifen, um die Privatsphäre ihrer Klienten optimal zu schützen.

Das Angebot, dass eine Kommunikation per E-Mail auch verschlüsselt erfolgen kann, hat bestenfalls die Funktion eines Alibis: So kann die Schuld bequem auf den Klienten abgeschoben werden, wenn er dieses Angebot nicht nutzt. Aus oben dargestellten Gründen sollte die Eheberatung im Interesse der Klienten ausschließlich verschlüsselt erfolgen.

3.2. Maßnahmen zum Schutz der Daten

Bei der Entwicklung des Theratalk-Konzeptes wurde ein Ansatz gewählt, der an Klienten nur minimale Anforderungen stellt: Einen Browser, der starke Verschlüsselung ermöglicht. Dabei wird auf alle wegen Sicherheits-Mängeln in die Kritik geratenen Techniken wie z. B. Java, Javascript oder Cookies verzichtet, was auch einen wichtigen Schritt zur immer häufiger geforderten Barrierefreiheit darstellt. So können auch sicherheitsbewusste Besucher, die diese Techniken in ihrer Browserkonfiguration abgeschaltet haben, die Website ohne Einschränkungen benutzen. Der Einfachheit auf Anwenderseite steht ein ganzes Bündel sorgfältig aufeinander abgestimmter Maßnahmen auf der Serverseite gegenüber, die zum Teil auch im laufenden Betrieb sehr arbeitsintensiv sind:

Information

Auf der Theratalk-Website wird an den entsprechenden Stellen immer wieder auf Datenschutz-Aspekte und -Maßnahmen hingewiesen. Dies soll Klienten ei-

nerseits für die Problematik sensibilisieren. Andererseits soll ihnen aber auch vermittelt werden, dass sie ein seriöses und vertrauenswürdige Internet-Angebot benutzen, ohne dies im Detail verstehen zu müssen. Natürlich muss das System auch gezielten sicherheitskritischen Fragen standhalten, die aber immer noch eine Ausnahme darstellen.

Verschlüsselung

Eine der wichtigsten Maßnahmen zum Schutz der Klientendaten ist die Verschlüsselung. Da die Kommunikation über einen Webbrowser erfolgt, kann bequem auf einen Blick festgestellt werden, ob verschlüsselt übertragen wird. Während es aber beispielsweise beim Online-Shopping in der Regel möglich ist, Kreditkartendaten wahlweise auch unverschlüsselt zu übertragen, ist dies bei der Eheberatung auf der Theratalk-Website nicht möglich. Sobald vertrauliche Daten übermittelt werden sollen, werden die Klienten automatisch auf die verschlüsselte Kommunikation geleitet. So kann ausgeschlossen werden, dass durch einen Tippfehler des Klienten versehentlich vertrauliche Daten unverschlüsselt übertragen werden.

Klassische schriftliche Kommunikation

Ein wichtiges Prinzip beim Datenschutz besteht darin, die Speicherung von Daten, anhand derer ein Benutzer leicht zu identifizieren wäre, wann immer möglich zu vermeiden. Aus diesem Grund erfolgt die Anmeldung zur Eheberatung online auf dem klassischen Postweg. So kann die Speicherung von Namen, Adresse, usw. auf einem Computer vermieden werden. Diese Daten werden konventionell schriftlich in einem Hängeregisterschrank aufbewahrt und sind so vor unberechtigten Zugriffen über das Internet maximal geschützt.

Anonymisierung und Pseudonymisierung

Die Benutzung der eingangs beschriebenen kostenlosen Partnerschaftstest erfolgt völlig anonym. Die Benutzer müssen sich dafür weder anmelden, noch wird nach Namen oder E-Mail-Adressen gefragt.

Aber auch in der Eheberatung online tauchen die wirklichen Namen der Klienten nicht auf. Hierfür wird die Pseudonymisierung verwendet: Schon bei der Anmeldung geben die Klienten einen Phantasienamen an, mit dem sie dann in der Eheberatung angesprochen werden.

Sicherung gegen Einbrüche

Nicht nur auf dem Weg vom Klienten zum Server sind die Daten gefährdet, sondern auch auf dem Server selbst. Denn durch mögliche Sicherheitslücken in der verwendeten Software inklusive des Betriebssystems besteht die Gefahr eines Einbruchs durch sogenannte Hacker, Cracker oder Script-Kiddies. Diese Gefahr wird durch eine sicherheitsoptimierte Gestaltung des derzeit aus sieben Servern bestehenden Gesamtsystems minimiert. Neben einer sehr kritischen Auswahl

des verwendeten Betriebssystems sowie der verwendeten und eigens programmierten Software wird dabei auch auf eine ständige Überwachung auf Einbruchsversuche Wert gelegt.

Pflege

Leider ist Datenschutz kein einmaliger Zustand, sondern ein laufender Prozess, der viel Zeit in Anspruch nimmt. Immer wieder werden neue Sicherheitslücken beispielsweise in Betriebssystemen entdeckt, die dann geschlossen werden müssen. Die sorgfältige Auswahl der Software verhindert zwar, dass dieser Fall häufig eintritt, spart aber nicht die Zeit, die mit der Suche nach Sicherheitslücken in entsprechenden Quellen täglich verbracht werden muss um angemessen schnell reagieren zu können, wenn dies erforderlich sein sollte.

Ein großer Teil der im Theratalk-Projekt verwendeten Software wurde eigens programmiert. Auch dabei wurde auf eine Optimierung nach Sicherheitsaspekten geachtet. Zusätzlich wurde bzw. wird die Programmierung von mehreren Programmierern durchgeführt, die den erzeugten Programmcode gegenseitig regelmäßig auf potentielle Sicherheitsprobleme untersuchen.

So bleiben Aufrechterhaltung und Perfektionierung der Sicherheit des Systems eine dauerhafte, anspruchsvolle und kostenintensive Herausforderung an die Betreiber.

4. Fazit

Wenn eine Eheberatung online nicht einfach aus dem hohlen Bauch heraus erfolgt, sondern nach einem lang ausgereiften und empirisch überprüften Konzept wie dem in diesem Artikel vorgestellten Theratalk-Konzept, kann sie eine Eheberatung von Angesicht zu Angesicht in vielen Fällen ersetzen. Die Entwicklung eines solchen Konzeptes und der zugehörigen Software ist sowohl zeit- als auch personalaufwändig und erfordert sehr spezielles Fachwissen, das von Eheberatern nicht erwartet werden kann. Der Aufwand ist aber lohnend, denn auf diese Art und Weise können Menschen erreicht werden, denen eine fachkundige Eheberatung ansonsten - beispielsweise wegen Terminproblemen oder wegen einer unzumutbar weiten Anfahrt - versagt bliebe.

Die Autoren

Dr. Ragnar Beer (rbeer@uni-goettingen.de) ist Diplom-Psychologe und approbiert als Psychologischer Psychotherapeut mit der Fachrichtung Verhaltenstherapie. Er promovierte über Wirkmechanismen in der Paartherapie und leitet die Therapie-Entwicklung sowie die projektbegleitende Forschung im Projekt Theratalk.

Dr. Peter Breuer (pbreuer@uni-goettingen.de) ist Diplom-Psychologe. Er promovierte über die Gestaltung von Benutzeroberflächen bei der Mensch-Computer-Interaktion und leitet die Software-Entwicklung im Projekt Theratalk.

Beide Autoren sind unter folgender Adresse erreichbar:

Institut für Psychologie
Georg-August-Universität
Goßlerstr. 14
37073 Göttingen

Birgit Knatz, Bernard Dodier

Analoge Kommunikation - digitale Kommunikation

Die Online-Beratung bedient sich eines Computers und fällt technisch unter den Begriff der digitalen Kommunikation. Was wir bisher in der face-to-face-Beratung und am Telefon taten, fällt unter den "technischen Begriff" der analogen Kommunikation.

In der persönlichen Beratung erfahren wir die Ratsuchende mit all unseren Sinnen. Wir hören die Stimme, den Dialekt, eine Vielzahl akustischer Signale, wir sehen die Haltung, die Kleidung, ob jemand gepflegt ist oder nicht, übergewichtig oder mager... Aus all diesen Informationen wie Haltung, Aussehen, Sprechweise können wir möglicherweise darauf schließen, ob die Person unter Drogeneinfluss steht, wir können aus Stimmhöhe, Sprechgeschwindigkeit, Rhythmus, Lautstärke, Wortwahl und anderem zusätzliche wichtige Informationen gewinnen. Wir sind in der Regel in der Lage, Aussagen zu machen über Geschlecht, ungefähres Alter, Bildung, regionale Herkunft und auch möglicherweise über das aktuelle Befinden

Wir hören und sehen, ob der Ratsuchende erkältet ist, hören wenn sie ein Sprechproblem hat, z. B. stottert, oder wenn sie weint oder lacht. Kurzum, diese Person wirkt auf uns, und wir können alle verfügbaren akustischen, visuellen, kinästhetischen und olfaktorische Signale aufgrund unseres Wissen und unserer Erfahrung zu einem Bild zusammenfügen. Dies alles sind Informationen aus den analogen Bestandteilen der Kommunikation.

Wenn wir jedoch eine Mail lesen, ist dieser Aspekt der Information verändert. Der Text spricht zu uns, und zwar auf eine sehr eigentümliche Weise. Eigentlich ist es nicht der Text, der spricht, sondern wir sind es selbst, - quasi ein Dialog mit uns selbst.

Geschriebene Worte sind Anordnungen von Symbolen und Zeichen, die in ihrem Muster eine Bedeutung geben. Wenn Sie die Buchstaben B, A, U, M aneinander reihen, ergibt sich das Wort Baum. Ihre Augen nehmen die Buchstaben auf, Sie erkennen das Wort und in Ihnen entsteht das Verständnis, dass es sich um den Begriff "Baum" handelt. Im weiteren Prozess entsteht vor Ihrem inneren Auge das Bild eines Baumes.

Wenn Sie in einem Text den Satz lesen "mitten in der Einöde steht ein Baum", dann kommt ein Bild in Ihnen auf, das Bild eines Baumes, das Bild einer Einöde. Es ist aber Ihr Baum, und Ihre Einöde. Es kann eine Palme in der Wüste sein oder eine verkrüppelte Kiefer mitten in einer kargen Felslandschaft. Oder eine einzelne Tanne mitten in einer weiten Schneelandschaft. Alleine schon der Begriff "Baum" als solches lässt für Ihre Vorstellungskraft unzählige Varianten an möglichen Bäumen zu. Die Kombination von zwei Worten "Baum" und "Einöde"

potenziert die möglichen Variationen ins Unendliche. Sie neigen wahrscheinlich dazu, sich "real denkbare" Szenarien dieser Kombination vorzustellen, also Bilder, die Sie schon mal gesehen haben, oder die Sie für real halten. Sie greifen also auf ihre Erfahrungen zurück, auf Gelerntes. Wenn Sie ihre Fantasie jedoch ein wenig mehr herausfordern, dann könnte auch ein Bild einer Palme in der Eiswüste entstehen, oder ein Weihnachtsbaum auf dem Meer. Die Möglichkeiten sind unendlich und müssen nicht zwangsweise "logisch" oder "wirklichkeitsnah" sein. Es sind nur zwei Worte, was Sie daraus machen, ist Ihre Sache.

Sich zu "verschriftlichen", bewirkt eine Beschränkung der Aussage. Dies hat damit zu tun, dass die Aussagemöglichkeiten des gesprochenen Wortes weniger an Konventionen gebunden sind als die Schriftsprache. Ich darf sprechen "wie mir der Schnabel gewachsen ist", schreiben muss ich nach bestimmten Regeln, - ich kann nicht einfach nur mein Reden protokollieren. Und, die gesprochene Sprache wird durch die nonverbalen Anteile des Sprechens, also Mimik, Gestik usw. unterstützt.

Nun könnten Sie ja noch einen handschriftlichen Brief schreiben, - damit würde etwas Persönliches von Ihnen "begreifbar" werden. Vielleicht auf Umweltpapier, oder auf rosa Briefpapier, vielleicht mit einem Kaffeeflecken drauf oder von einer Träne verwischter Tinte?

Die eine hat eine "gestochene" Handschrift, der andere eine "Klaue".

Wenn Sie eine Mail versenden, ist jede persönliche Note (außer dem Inhalt natürlich) von Ihnen verschwunden. Es zählen nur die reinen Buchstaben und Worte. Sie können sich noch so viel Mühe geben, die Mail richtig ansprechend zu gestalten - vielleicht eine schöne Schrifttype und einen Zierrahmen aussuchen -, wenn aber der Empfängercomputer dies nicht interpretieren kann - also die entsprechende Schrift auf diesem Rechner nicht installiert ist, wird er es anders darstellen, selbst Absätze und Zeilenumbrüche wird er nach seinen Einstellungen darstellen und nicht nach den von Ihnen gewollten.

Dies ist also einer der wesentliche und bedeutende Unterschied zwischen einem unmittelbaren, zeitlich synchron stattfindenden Beratungsgespräch und dem Verfassen und Lesen einer E-Mail.

In dem einen Falle steht uns eine Fülle an zusätzlichen anderen Informationen dieser analogen Kommunikationsform zur Verfügung, im Falle der Computergestützten digitalen Kommunikationsform per E-Mail sind diese zusätzlichen Informationsquellen verschlossen.

Und darum geht es bei der Umstellung eines Beratungsprozesses von persönlicher Begegnung oder telefonischem Kontakt auf E-Mail. Es geht um Lesen statt Hören, und um Schreiben statt Sprechen.

Aus B. Knatz / B. Dodier, *Hilfe aus dem Netz, Theorie und Praxis der Beratung* per E-Mail, Leben lernen 164, Pfeiffer bei Klett-Cotta, Sept. 2003

Birgit Knatz, Bernard Dodier

Das Vier-Folien-Konzept

An dieser Stelle stellen wir Ihnen das erste national und europäisch erprobte Ausbildungskonzept für die Beratung per Mail vor. In der Mailberatung geht es um die Umstellung eines Beratungsprozesses, anstelle der persönlichen Begegnung oder des Telefonierens geschieht hier die Kontaktaufnahme und Beziehungsgestaltung per Mail. Es geht um Lesen statt hören, und um Schreiben statt Sprechen.

Ziel der Beratung per Mail ist es, einen gelingenden Kontakt zu schaffen, der eine vorsichtige Annäherung an die Ratsuchende oder den Ratsuchenden formuliert, der Anliegen und Probleme benennt, aber auch offen und allgemein genug ist, um einladend zu sein für weitere Kontakte.

Wir möchten Sie einladen, nachdem Sie diesen Artikel gelesen haben, die Beispielmail zu beantworten. Sie können dies für sich tun, Sie können die Antwort aber auch gerne an uns (www.schreiben-tut-der-seele-gut.de) schicken, und wir geben Ihnen ein Feedback auf Ihre Mail. Na, haben Sie Lust?

Bevor sie allerdings antworten, beachten Sie bitte folgendes:

Wenn Sie eine Beratungsanfrage per Mail erhalten, drucken Sie sich die Mail aus, es ist wichtig, ein physisch greifbares Produkt in Händen zu halten. Denken Sie daran, Sie wissen nicht, ob der Inhalt der Mail authentisch ist. Die Bilder die entstehen, sind Ihre Bilder, nicht die der Mailerin oder des Schreibers. Im Internet herrscht häufig ein salopper Umgangsstil, dies bedeutet auch eine herabgesetzte Hemmschwelle, für die Ratsuchenden als auch für Sie! Wichtig: Sie schreiben zeitversetzt. Die Stimmung, in der die Schreiberin oder der Mailer war, wenn Sie die Mail lesen, war gestern oder vorgestern. Heute kann es ihm schon ganz anders gehen.

Hier ist nun Ihre Beispiel- oder Übungsmail:

Betreff: ratlosigkeit

Autor: Jennifer

Schönen guten Tag.

Ich bin 20 Jahre alt und *fühle mich wie ein kleines dummes Kind!*

Ich wohne mit meiner Mutter bei meinem Onkel und dieser ist ein Tyrann wie er im Buche steht. Er hat aus meiner Mutter eine Alkoholikerin gemacht, mit schweren Depressionen. Wenn er ausrastet *schlägt er zu, beschimpft uns bis aufs Blut*, wie minderwertig wir sind, da wir aus dem Osten kommen. *Wir wären nichts Wert* etc. Das ist noch harmlos beschrieben. Ich halte es dort nun nach 11 Jahren nicht

mehr aus, bin verzweifelt, habe regelmäßig Angstzustände und Depressionen, wenn ich allein bin. Ich mache mir Sorgen um meine Mutter, wenn ich ausziehe, da sie den Auszug meines Bruders vor einigen Jahren immer noch nicht ganz verkraftet hat. Ich habe Angst, dass sie sich was antut, wenn ich auch noch weg bin! Wer fischt sie dann bewusstlos aus der Badewanne, wenn sie dort betrunken rein ist? Ich habe auch Angst, dass ich es nicht allein schaffe. Ich bin in einer schulischen Ausbildung zur Erzieherin, verdiene kein Geld. Jedoch halte ich es dort nicht mehr lange aus, bin total am Ende, habe das lachen verlernt, hasse mich selbst, da mein Onkel mir viel Schuldgefühle einredet. Ich habe leider nicht genügend Zeit, um ihnen das genauer zu beschreiben und muss diesen Brief nun auch schon beenden. Ich hoffe jedoch trotzdem, dass sie mir ansatzweise helfen können. Meine Mutter möchte keine Therapie eingehen und ich befürchte, dass ich bald eine brauche, wenn ich das nicht verarbeiten kann! Ich habe nun schon etwas getan, von dem ich sagte dass ich es nie mache, dass ich stark genug bin, alles so auszuhalten. Doch ich bin es nicht. Ich habe mir an meinen Armen herum geschnitten und fühle mich elendig. Wie konnte ich nur? Ich weis doch, dass das blöd ist und nichts bringt!!! Ich danke ihnen, dass sie sich das von mir anhören.

Einen schönen Tag noch, ich muss jetzt aufhören.

Mit freundlichen Grüßen und Dankbarkeit

Jennifer

Legen Sie nun die 1. Folie Der eigene Resonanzboden - wie eine Folie über die Mail und lesen Sie die Mail. Beantworten Sie für sich folgende Fragen:

- Was ist das erste Gefühl das ich beim Lesen verspüre?
- Welche Bilder und Phantasien sind beim Lesen der E-Mail bei mir entstanden?
- Halte ich das Problem für lösbar, auch per E-Mail
- Oder möchte ich lieber weiter verweisen?
- Kann ich mir vorstellen, mit Jennifer in Beziehung zu treten

Notieren Sie sich Ihre Bilder, Ideen, Fragen ... Am Rande der Mail oder im Kopf.

Nun lesen Sie die Mail ein zweites Mal mit der Folie Das Thema und der psychosoziale Hintergrund und beantworten auch da wieder folgende Fragen für sich:

- Was ist das Thema der jungen Frau? Unterstreichen Sie die Schlüsselwörter
- Bekomme ich ein Bild von der Mailerin in ihrem eigenen sozialen Kontext (z. B. Alter, Geschlecht, Familienstand ...)
- Wo sehe ich Stärken und Schwächen der jungen Frau?

Verfahren Sie mit der dritten Folie Diagnose genauso:

- Was sind die Fragen oder Wünsche an mich?
- Ist das Ziel, das Anliegen von Jennifer klar?
- Welche Fragen habe ich noch?
- Was würde ich ihr spontan wünschen?

Die vierte Folie ist dann Ihre Intervention

- Anrede
wenn möglich an den Stil anpassen, z. B: Guten Tag Jennifer, oder Hallo Jennifer ...
- Einleitung - Vorstellen der Institution und der eigenen Person
(ihre Anfrage ist bei uns in der Beratungsstelle ... angekommen. Mein Name ist ..., ich antworte Ihnen gerne)
- Auf generelle Fragen eingehen
unser Kontakt ist vertraulich
die Anonymität ist im Rahmen der Standards des Internet gewährleistet
- Positive Wertschätzung ausdrücken
Lob und Anerkennung ausdrücken, dass sie sich dem Problem stellt und eine Problemlösung anstrebt (Ich finde es toll, dass Sie den Mut gefunden haben uns zu schreiben. Wie ich lesen kann, ist es Ihnen nicht leicht gefallen ...)

Feedback

- Mitteilen, was ich sachlich und emotional verstanden habe
 - (Aus ihren Zeilen konnte ich deutlich ihre Verzweiflung, Wut, Trauer, Ärger und Hoffnung lesen ... und ich kann mir vorstellen ...
- Mitteilen, was ich nicht verstanden habe, klären fehlender und unverständener Dinge
 - mir ist nicht ganz klar warum Sie ...
- Hypothesen und Vermutungen in Fragen kleiden
 - könnte es möglich sein, dass ...
 - ich vermute mal, das ... liege ich damit richtig?
 - wenn ich davon ausgehe, dass ... dann würde das bedeuten ... trifft das vielleicht zu?
- Problemlösungswege aufzeigen und begründen, Alternativen offen lassen

- Vielleicht sollten Sie mal versuchen ..., denn ich glaube, dass wenn Sie es schaffen würden ..., dann ..., ... aber vielleicht wäre für Sie auch eine Möglichkeit es zunächst mal ..., denn ...
- Nachfragen, ob dieser vorgestellte Weg gehbar ist
 - Können Sie sich vorstellen dies einmal zu versuchen?
- Einen Wunsch für die Ratsuchende oder den Ratsuchenden formulieren
 - Ich wünsche Ihnen, dass Sie es schaffen mit Ihrer Mutter, Lehrerin, Freundin ... das Thema anzuschneiden.
- Angebot und Grenzen deutlich machen
 - ich bin bereit mit Ihnen zusammen herauszuarbeiten, wie Sie ...
 - Was ich nicht leisten kann, ist Ihre ... zu behandeln, ... dies erfordert sicherlich eine Behandlung durch einen Therapeuten vor Ort.
- Abschluss
 - Einladung zu einer Antwort
 - Ich würde mich freuen von Ihnen eine Antwort zu bekommen ...
- Mitteilen der technischen Modalitäten /Antwortadresse, Antwortfrequenz usw.
 - Bitte antworten Sie mir an die Adresse name@beratung.de.
 - Ich werde mich bemühen, innerhalb einer Woche Ihnen wieder zu antworten.

Mit freundlichen (lieben) Grüßen

Bis dann

Wir hoffen, dass Sie jetzt den großen Wunsch verspüren, Jennifer zu antworten. Und wie Anfangs versprochen, Sie können Ihre Mail gerne an uns schicken. Sie bekommen auf jeden Fall eine Antwort, auch innerhalb von 10 Tagen.

Mehr dazu in *Hilfe aus dem Netz, Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail, Leben lernen* 164, Pfeiffer bei Klett-Cotta

Stefan Schumacher

Sprachliche Tiefenstrukturen ergründen Meta-Modell-Arbeit in der E-Mail-Beratung

Bei der textorientierten Beratungsarbeit haben wir nur die "nackte" Sprache vor uns – ohne Tonalität und ohne Gestik – in digitaler Form. Sie bildet die Oberflächenstruktur einer Mitteilung, die uns der/die Ratsuchende macht. Darunter verbergen sich die "tatsächlich gemeinten" Aussagen in einer Tiefenstruktur. Zwischen der gemeinten Schilderung und der niedergelegten sprachlichen Konkretisierung liegen Welten. So gesehen ist Sprache nicht wohlgeformt im Hinblick auf das subjektive Erleben, d. h. sie verkürzt und vereinfacht das eigentliche Anliegen – so auch (leider ;-) bereits in diesen ersten geschriebenen Zeilen ganz erheblich. Die Vokabeln und Begriffe, die ich benutze sind nicht für jeden Menschen in gleicher Weise nachvollziehbar. Je nach Kultur, Beruf, Bildungsgrad oder Geschlecht gibt es unterschiedliche "Sprachspiele", die auf entsprechenden Spielregeln basieren. Dazu ein kleines Beispiel:

Vater und Sohn machen am Wochenende einen gemeinsamen Ausflug mit dem Auto zu einer nahe gelegenen Talsperre. Dabei werden sie in einen Verkehrsunfall verwickelt. Während der Vater nur leichte Verletzungen erleidet und mit dem Krankenwagen in ein ortsnahes Krankenhaus gefahren wird, muss der Junge mit einem Rettungshubschrauber zu einer Operation in eine Spezialklinik geflogen werden. Als der Junge auf einer Trage in den OP gerollt wird, erblickt ihn der diensthabende Chirurg und sagt: "Oh Gott, das ist ja mein Sohn! Nein, den kann ich nicht allein operieren, da muss mir ein Kollege beistehen".

Wie kann das auch der Sohn sein? Bevor Sie weiter lesen, versuchen Sie es doch bitte erst selbst herauszufinden und lesen Sie nochmals genau. Die Lösung dieses Rätsels unterliegt einem eben solchen Sprachspiel, das inzwischen allerdings auch sehr umstritten ist. Es lautet sinngemäß: Bei Berufsbezeichnungen, das beiderlei Geschlechter umfasst, benutzen wir aus traditioneller Gewohnheit auch bei weiblichen Personen oft noch die maskuline Form – z. B.: sie ist von Beruf Kaufmann, Anwalt, Schreiner usw. Die Lösung: Der Chirurg ist seine Mutter. Aha – Haha sagen Sie vielleicht jetzt, aber ist vor Ihrem inneren Auge beim Lesen "der Chirurg sagt..." zunächst nicht auch ein männlicher "grüner" oder "weißer" Kittel aufgetaucht? Das genau ist der Unterschied von Oberflächen- und Tiefenstruktur innerhalb eines Sprachspiels. Und in dem Maße, wie sich die Wahrnehmung und Interpretation von Wirklichkeit wandelt, ändert sich auch die Begrifflichkeit, mit der diese Erfahrungen adäquat zur Sprache gebracht werden. Aus diesem Grunde ist es wichtig, männliche wie weibliche Bezeichnungen zu wählen, um die innere sinnesspezifische Repräsentation zu erweitern.

Beim Lesen von Texten muss ich also davon ausgehen, dass der Autor /die Autorin eine eigene "Konstruktion subjektiver Wirklichkeit" zum Maßstab hat, die sprachlich nicht repräsentiert ist oder in meinem Sprachspiel, d. h. meiner Dekodierung von Gelesenem nicht wiedergegeben wird. Dazu gehört die Kompetenz, die eigene Versprachlichung von Inhalten zu reflektieren aber auch die sprachpädagogische Kompetenz, die Verbalisierungen von Ratsuchenden auf ihre semantische wie syntaktische "Wohlformuliertheit", d. h. Vollständigkeit hin zu überprüfen. Und dies hat bei der E-Mailberatung erheblichen Einfluss für ein adäquates Verstehen.

Der kommunikationspsychologische Hintergrund

Die grundlegenden kommunikationspsychologischen Hilfsmittel, die ich hier vorstellen möchte, bilden Elemente des Neurolinguistischen Programmierens (NLP). In dem hier vorgestellten Konzept spielt vor allem das so genannte Meta-Modell der Sprache eine zentrale Rolle, eines der ersten grundlegenden Modelle des NLP. Es wurde 1975 von dem Mathematiker und Psychologen R. Bandler und dem Linguisten J. Grinder erstmals beschrieben.¹

Als Hintergrund für das Modell gilt ein Axiom, das der Sozialwissenschaftler Noam Chomsky prägnant in Form einer Metapher formuliert hat: "Die Landkarte ist nicht das Gebiet". Dieser Grundgedanke will besagen, dass wir nicht in der Lage sind, die Welt so wahrzunehmen, wie Sie insgesamt ist, sondern nur ausschnitthaft bzw. modellhaft. Wir "erschaffen" uns gewissermaßen "unser" Modell von der Welt ähnlich einer Landkarte. Sie hilft uns, sich in der Welt zurechtzufinden.² Entsprechend kommunizieren wir anhand unserer je unterschiedlichen Landkarten untereinander, und diese sind nur scheinbar relativ ähnlich. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der sogenannten Realität in dreierlei Hinsicht:

1. Einschränkungen auf der neurologischen Ebene: Wir nehmen mit Hilfe unserer Sinnesorgane nur einen Teil der existierenden Schwingungen (Töne, Farben, Sensorik, Gerüche) wahr.
2. Soziale Einschränkungen: Kulturelle und soziale Formgebungen bilden starke Filterbedingungen für unsere Verarbeitung von Erfahrung.
3. Individuelle Einschränkungen im Sinne eigener Prägungen und Konditionierungen. Sie kanalisieren die eigenen Erfahrungen von der Welt.

Die Fähigkeit, Wirklichkeit gefiltert wahrzunehmen, erlaubt es uns, ein Modell von der Wirklichkeit zu erschaffen, das einerseits so einfach ist, dass es

¹ Erstmals erschienen unter dem Titel: *The Structure of Magic*, Palo Alto 1975; deutsche Ausgabe: R. Bandler; John Grinder, *Metasprache und Psychotherapie. Die Struktur der Magie (Bd.1)*, Paderborn 1992.

² Kommunikationspsychologische Beiträge zum Thema Konstruktivismus vgl. P. Watzlawick, *Die erfundene Wirklichkeit*, München 1981; ders., *Wie wirklich ist die Wirklichkeit*, München 1982.

handhabbar und übersichtlich bleibt, andererseits so komplex ist, dass es nützlich ist, um sich orientieren zu können.

Ganz ähnlich verhält es sich mit dem Gebrauch unserer Sprache. Sie repräsentiert einerseits einen bestimmten Anteil unserer verarbeiteten Sinneswahrnehmungen, die in unserem bewussten und vorbewussten Selbst verankert sind, ferner macht sie diese Informationen mitteilbar, jedoch wiederum in eingeschränkter Form, um nur das "Wesentliche" nach Außen zu bringen. Sprache hat demnach zwei Funktionen: einerseits ist sie Repräsentantin einer oben bereits erwähnten Tiefenstruktur des Menschen, darüber hinaus ist sie auch Mittlerin derselben in vereinfachter kommunizierbarer Form, der entsprechenden Oberflächenstruktur.³ Sprache ist sozusagen ein Modell unseres Modells von Wirklichkeit, denn die Sprache erscheint als Abbild unseres Modells von Wirklichkeit. Die Sprache drückt das aus, was auf dem je eigenen Landkartensystem verzeichnet ist und dessen wir uns im Moment des Sprechaktes gewahr werden.

Auf den Punkt gebracht möchte ich für die Frage nach der schriftlichen Kommunikation festhalten, dass Menschen im Verlauf ihres Lebens ein je eigenes Modell von Wirklichkeit erschaffen, mit dessen Hilfe sie sich in der Welt zurechtfinden können. Unsere jeweiligen Modelle unterscheiden sich dabei in dem Maße, wie jedes Individuum einzigartigen Charakter hat. Sie sind demnach nicht gleichartig und müssen einander vermittelt werden, um die unterschiedlichen Facetten von Wirklichkeit zu integrieren.

Für die Beratung per E-Mail ist es von besonderem Vorteil, die Regeln und Prinzipien zu kennen, wie die Sprache geformt ist, die diese Modelle repräsentiert und wie sich der Übergang von der Tiefenstruktur zur Oberflächenstruktur vollzieht. Sowohl die Art, wie wir Modelle unserer Welt erschaffen, als auch unsere geistige Fähigkeit, aus einer Tiefenstruktur eine Oberflächenstruktur zu formulieren sind gleichen Prinzipien unterworfen. Die Prinzipien, die im Prozess der Modellbildung wie auch im Prozess des Sprechens wirksam sind, um komplexe Zusammenhänge übersichtlich und handhabbar auszudrücken sind: *die* Generalisierung, die Tilgung und die Verzerrung. Alle drei Prinzipien haben die Funktion, die Komplexität von Sachverhalten so zu vereinfachen, dass das daraus resultierende Modell der Welt nützlich ist, um sich in der Wirklichkeit zu orientieren.

Die Funktionsweise von Generalisierung, Tilgung und Verzerrung soll nun im Einzelnen kurz vorgestellt werden.

Kriterien der Modellbildung

³ Die Unterscheidung von Oberflächen- und Tiefenstruktur haben Bandler und Grinder einer Richtung der Psycholinguistik entliehen, die zwar hilfreich für die Entwicklung des Modells war, jedoch nicht durchgängig auf das Meta-Modell der Sprache übertragen werden kann. Ausschlaggebend ist hier N. Chomskys Werk: *Language and Mind*, New York 1968.

1. Die Generalisierung

Mit Generalisierung ist die Eigenschaft beschrieben, Erfahrungen zu verallgemeinern, d. h. individuelle Ereignisse auf Geschehnisse zu übertragen, die eine gewisse Ähnlichkeit (Analogie) aufweisen. Wir müssen also nicht alles immer wieder neu am eigenen Leib erfahren, sondern sind in der Lage, ursprüngliche Erfahrungen zu übertragen. Wer in einem Schwimmbad schwimmen gelernt hat, kann auch in einem See schwimmen und wer auf einem Klapprad im Hof Fahrradfahren gelernt hat, wird es auch auf einem Rennrad auf der Straße können. Ein Kind, das beim Klettern vom Kirschbaum fällt, weil ein Ast bricht, wird lernen, zukünftig vorsichtiger auf Bäume zu klettern oder brüchige Kirschbäume zu meiden. Ohne die Möglichkeit der Verallgemeinerung wären wir nicht in der Lage aus "Dummheit klug zu werden" bzw. aus der Geschichte und unserem Leben zu lernen. Allerdings sind Generalisierungen nicht immer nützlich, sondern können auch Blockaden und Einschränkungen hervorrufen. Wenn beispielsweise das Kind mit der Kirschbaumerfahrung plötzlich eine generelle Angst verspürt, irgendwo hinaufzusteigen, sei es an Zäunen, Leitern oder offenen Gittertreppen, dann ist die Erfahrung zu einer Blockade und Einschränkung geworden. Unsere Sprache hält eine Reihe von Begriffen bereit, um Generalisierungen auszudrücken: *immer, nur, alle, wir, die, grundsätzlich*, bekanntlich, im Allgemeinen... etc.

2. Die Tilgung

Tilgungen sind die zweite Gruppe von modellbildenden Faktoren. Bei der Tilgung wird das Augenmerk nur auf einen bestimmten Ausschnitt einer Erfahrung gelenkt. Andere Erfahrungsanteile bleiben unberücksichtigt oder werden gar nicht wahrgenommen. Diese Fokussierung von Erfahrung ermöglicht die Konzentration auf das Wesentliche, so dass nur das wirklich Wichtige in Augenschein tritt. Getilgt werden Anteile, die im momentanen Erleben ablenkend oder irrelevant erscheinen. Wer beispielsweise ein Konzert besucht und während der Musik jedes Räuspern, Husten, Rascheln und wohlmöglich noch jede Person wahrnimmt, die kommt oder geht, wird wenig Genuss empfinden können. Hier helfen Tilgungen, sich ganz dem jeweiligen Interesse zu widmen. Auf der Ebene von Wertmaßstäben kann es jedoch wiederum zu fatalen Blockaden kommen. Ein Mensch, der früh gelernt hat, nicht gelobt zu werden, wenn er oder sie etwas geleistet hat, kann die Tendenz haben, jedes Lob, das er/sie bekommt zu "überhören" oder geringer zu bewerten, als die Kritik, die evtl. auch geäußert wurde. Die Freude an Lob und Anerkennung wurde gelöscht. Sprachlich zeigen sich Tilgungen durch bestimmte Formulierungsstrukturen: den Gebrauch von unspezifischen Verben, Adverbien oder Begriffen wie "müssen, sollen, dürfen" etc.

3. Die Verzerrung

Die dritte Art der Modellbildung ist die Verzerrung. Bei Verzerrungsprozessen kann nicht generell von Verfälschungsprozessen im negativen Sinne gesprochen

werden, wie es der deutsche Sprachgebrauch möglicherweise nahe legt. Ähnlich wie bei einem Blick durch die Lupe das beobachtete Objekt größer (verzerrt) wahrgenommen wird, ermöglicht das Phänomen der Verzerrung, individuelle Erfahrungen umzuformen. Alle Arten der phantasievollen Gestaltung sind Verzerrungsprozesse. Ohne das Phänomen der Verzerrung gäbe es keine Maler, Kabarettisten, Schriftsteller oder Musiker. Verzerrung ist nötig für Kreativität, Erneuerung, Planung und Gestaltung. Für all diese Prozesse ist es wichtig, Vorhandenes umzuwandeln in Neues. Verzerrung hat damit in erster Linie eine positive Funktion. Sie kann allerdings einschränkend wirken, zum Beispiel, wenn wir beginnen, in unseren Gedanken zu "katastrophisieren". Die Vorstellung, mit einem scharfen Küchenmesser beim Käseschneiden abzurutschen und sich tief in den Finger zu ritzen und den gleißenden Schmerz zu verspüren erscheint oft bedrohlicher, als das Ereignis selbst. Sprachlich lassen sich Verzerrungen an Satzkonstruktionen erkennen, die Prozesse statisch oder in festgelegten Ursache-Wirkungs-Mechanismen wiedergeben.

Das Meta-Modell der Sprache

An den oben dargestellten Beispielen über die Grundprinzipien der Modellbildung eines Menschen, die nützlichen oder einschränkenden Charakter haben können, wird bereits deutlich, dass sich die Art der Einschränkung – so es eine gibt – widerspiegelt in der Ausdrucksweise. In dem Moment, in dem ich beginne etwas, was mir in den Sinn kommt, zu formulieren und auszusprechen d. h., es aus der Tiefenstruktur in eine Oberflächenstruktur überführe, unterliegen meine Formulierungsmuster den Phänomenen von Generalisierung, Tilgung und Verzerrung. Dazu ist es wichtig zu überprüfen, wie die Modelleinschränkungen aller Art sprachlich erkennbar sind. Genau dieses Anliegen hatten die beiden "Modellbauer" Bandler und Grinder, die diese Vorgehensweise bei der Beobachtung von anerkannten Therapeutinnen und Therapeuten entdecken konnten.⁴ Was diese intuitiv machten, versuchten die beiden Beobachter in ein erlernbares Schema zu bringen, das sie dann als "Meta-Modell der Sprache" bezeichneten, weil es ein Modell ist, das die Wohlgeformtheit von Sprache charakterisiert.

Das Meta-Modell der Sprache umfasst drei wichtige Bereiche:

1. Es definiert die Möglichkeiten sprachlicher Auslassungen.
2. Es beschreibt, wie die Auslassungen erkannt werden können.
3. Es gibt eine Fragetechnik vor, die es ermöglicht, Auslassungen zu identifizieren.

⁴ Beobachtet und ausgewertet wurden das Therapieverhalten von dem Hypnotherapeuten Milton Erickson, der Familientherapeutin Virginia Satir und dem Gestalttherapeuten Fritz Perls.

Ein Überblick über die wichtigsten "Meta-Modellaussparungen" ist in der folgenden Tabelle enthalten⁵. Im Anschluss an jede Kategorie befinden sich zur Übung und Vertiefung einige Beispielsätze, deren relevanter Satzteil entsprechend markiert ist.

vergleichende Adjektive Das Wichtigste ist x.; ich mache lieber x.	Wo ist der Vergleichspunkt?	'X' in Bezug auf was? Lieber als was?
---	-----------------------------	--

Aussparungen bei Generalisierungen

Art der Vereinfachung	Merkmal und Identifikation	Mögliche Fragestellung
Fehlender Bezugsindex Jeder ist in persönlichen Dingen sensibel.	Nach Subjektspezifikation suchen	Wen betrifft das? Wer genau ist so?
Universalquantoren Nie ist er da, wenn man ihn braucht.	Worte wie: immer, niemals, nie	Wann ist er denn da? Wirklich nie?
Dichotomes Denken Es ist falsch, seine Gefühle zu verstecken.	Schwarz-Weiß Begriffe wie gut/schlecht usw.	Für wen gilt das? Was würden Sie tun?
Äquivalenzen Sie schreibt mir nicht. Sie liebt mich nicht.	Suche nach implizitem Kausalbezug: weil...darum	Wenn Sie jemandem nicht schreiben heißt das, dass...

Beispielsätze:

1. *Gesetzestexte* sind für mich *nur* leere Worthülsen.
2. *Immer* scheitert er an denselben Fehlern, die er macht.
3. *Es ist falsch* nach dem Essen Sport zu treiben.
4. Ich habe Liebe *nie erfahren*. *Es kann* wahre Liebe *nicht geben*.

Aussparungen bei Tilgungen

Art der Vereinfachung	Merkmal und Identifikation	Mögliche Fragestellung
unvollständige Verben Er ist nicht sehr zuverlässig gewesen.	Stelle die Frage: wie tut er/sie das?	In Bezug auf was? In Blick auf wen?
Adverbien Peinlicherweise war das Klavier verstimmt.	Wandle um in: es ist peinlich, dass...	Für wen war das peinlich? Warum war das peinlich?
Modaloperatoren Man muss lernen, sich anzupassen.	Frage nach den Konsequenzen	Was hindert Sie daran? Was würde passieren?

⁵ Die Tabelle ist in Anlehnung an: R. Bandler/J. Grinder, S. 63 ff; L.C. Bandler, *Wieder Zusammenfinden*. NLP - Neue Wege der Paartherapie, Paderborn 1992; sowie D. Reventstorf, *Kritik der Struktur der Magie*, in: *Hypnose und Hypnotherapie nach Milton H. Erickson* (hg. V. B. Peter), München 1985, S. 252-253.

Beispielsätze:

1. Der Deutschlehrer hat mich damals sehr *verletzt*.
2. *Logischerweise* versteht sich der Staat als Garant für Freiheit und Solidarität.
3. *Man muss* in den Streik treten, damit die merken, dass es ernst ist.
4. *Das Wichtigste* ist, zu wissen wovon man überzeugt ist.

Auslassungen bei Verzerrungen

Art der Vereinfachung	Merkmal und Identifikation	Mögliche Fragestellung
Nominalisierungen Meine Bitten sind nicht erhört worden.	Ein Prozess ist substantiviert	Wie haben Sie gebetet? Was tun sie, wenn Sie beten?
Vorannahmen Der Bürgermeister wird wieder schlecht reden.	Implizite Annahme: er predigt schlecht	Worin zeigt sich das? Was heißt schlecht predigen?
implizite Begründungen Ich würde ja gerne, aber ich kann nicht.	Suche nach "ja...aber" Strukturen	Was hält Sie davon ab? Was wäre, wenn...?
Ursache - Wirkung Er macht mir schreckliche Angst.	Etwas "verursacht" Gefühle	Wie genau macht/ verursacht er das bei Ihnen?
Gedankenlesen Sie will nur mehr Aufmerksamkeit.	Interpretation von Wahrnehmungen	Woran erkennen Sie das? Was macht Sie so sicher?

Beispielsätze:

1. Meine *Scheidung* war eine schmerzliche *Erfahrung*.
2. Ich fürchte, das Stadtfest wird wieder so ein *Reinfall* wie *das letzte Mal*.
3. *Wenn* er mir verzeihen würde, *könnte* ich ja noch mal von vorne anfangen.
4. *Die leere Fußgängerzone* *schreckt* die meisten Menschen vom Kaufen *ab*.
5. Ich *merke* ganz genau, *dass* der Vorstand *mich ablehnt*.

Die Bedeutung des Meta-Modells der Sprache für die Online-Beratung

Das Meta-Modell der Sprache eignet sich gut zur textanalytischen Arbeit. Im Chat wie bei der E-Mail erscheinen Formulierungen und Satzkonstruktionen "Schwarz auf Weiß". Ich kann sowohl auf dem Bildschirm wie auf dem Papierausdruck sprachliche Auslassungen identifizieren und gegebenenfalls ansprechen. Der Vorteil bei der E-Mail-Arbeit ist, dass ich viel mehr Zeit für eine angemessene

Formulierung habe. Im Chat muss ich praktisch intuitiv reagieren und das erfordert einige Routine im Umgang mit dem Meta-Modell der Sprache. Die folgenden drei Ausschnitte aus der E-Mail-Beratung sollen exemplarisch andeuten, wie sich Meta-Modell-Auslassungen sprachlich wahrnehmen lassen. Jeweils eine Auslassungsform häuft sich pro Beispiel besonders.⁶ Generalisierungen sind in jedem Text fett markiert, Auslassungen sind *kursiv* gedruckt und Verzerrungen sind unterstrichen.

1. Beispiel: Achim, 21 Jahre

"Hallo, mein Problem ist, dass ich mich immer wie ein Versager *benehme*. Denn ich bin über 20 und hatte noch nie in meinem Leben eine Freundin. Das ist schon die ganze Schulzeit so gewesen. Meine Mitschüler hatten *bereits mehrere* Freundinnen. Die sind da echte *Profis*. Praktisch alle Männer sind *erfolgreicher* als ich, wenn es darum geht mit Frauen zu reden. Die gehen da *einfach cooler* ran. Ich kann mein Versagen auch nicht vor anderen verbergen. *Peinlicherweise* kommt es immer dann zutage, wenn ich mich irgendwo in der Öffentlichkeit aufhalte...."

2. Beispiel: Berta 43 Jahre

"Guten Tag, *vermutlich* werden Sie mir auch nicht weiterhelfen können, aber außer Ihnen weiß ich keinen mehr, an den ich mich noch wenden kann. *Ich habe* den Ruf, dass sich alle Therapeuten bei mir *die Zähne ausbeißen*. Schon meine Mutter hat nie viel von mir *gehalten*. *Glücklicherweise* macht mir das heute nicht mehr *so viel* aus. Mein Hausarzt hat gemeint, ich solle mich mal um eine Therapie *bemühen*. Aber vor einem halben Jahr ist da nichts *zu machen*. Und ich *weiß ehrlich gesagt nicht*, ob ich das so lange noch *aushalte*...."

3. Beispiel Claudia, 36 Jahre

"Liebes *Beratungsteam*, ich hoffe, dass ich bei Ihnen bald noch einen Termin "zur Nachsorge" bekommen kann, denn meine Ehe ist nun leider doch endgültig gescheitert. Da mein Mann beim letzten Termin ja wieder mal nicht dabei war, konnte er sich auch nicht auf meinen Kompromissvorschlag einlassen. *Damit* ist jetzt für immer Schluss! *Vermutlich* heult er sich jetzt bei seiner neuen Freundin aus. Aber *inzwischen* juckt mich *das auch* nicht mehr. Sein Verhalten ist trotzdem eine einzig Katastrophe. Und sein Benehmen zwingt mich dazu, jetzt endgültig eigene Wege zu gehen. Darüber wollte ich mit Ihnen noch mal sprechen...."

Zunächst einmal machen die drei Beispiele deutlich, dass es "auslassungsfreie" Sprache nicht gibt. Alle Arten von Auslassungen kommen in allen Texten vor, allerdings in unterschiedlicher Häufigkeit und Kopplung. Um das Meta-Modell der Sprache sinnvoll in der Beratung einzusetzen, brauche ich Kriterien für die An-

⁶ Die Beispiele sind natürlich so verfremdet, dass sie keine Rückschlüsse auf reale Personen zulassen.

wendung und die lauten: Gibt es Vorlieben bzw. Häufungen bei Auslassungen? Tauchen bestimmte Auslassungen systematisch auf? Sind Auslassungen miteinander gekoppelt? Verfestigen jene Auslassungen den Problemzustand? Und darüber hinaus: Welche Auslassungen würden einen Ressourcezustand etablieren? Gibt es positive, ressourcvolle Beschreibungen in der E-Mail. Über welche Auslassungen werden diese repräsentiert?

Menschen neigen dazu, sich auf bestimmte Satzkonstruktionen zu "spezialisieren", d. h. in Stress- oder Belastungssituationen tauchen bestimmte Auslassungsmuster immer wieder auf und tragen dazu bei, dass nicht mehr die Real-situation sprachlich repräsentiert wird, sondern umgekehrt die Sprache die Realitätswahrnehmung prägt – nach dem Motto "Je häufiger ich mir sage, dass ich das nicht schaffen werde, um so sicherer kann ich mir dessen sein." So kommt es, dass Menschen ihre Probleme generalisieren wie zum Beispiel Achim. Andere bleiben durch Auslassungen unklar, schwammig oder produzieren Gedankensprünge wie Berta, während dritte "mit Vorliebe" nominalisieren bzw. ihre Ausführungen nach bestimmten Kriterien verformen wie Claudia in ihrer Enttäuschung es tut, indem sie Gedanken liest und daraus Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge aufbaut. Umgekehrt ist es allerdings genauso: auch positive Zustände werden durch spezielle Auslassungsformen repräsentiert. So gibt es quasi "Problemerhaltende Satzkonstruktionen" und "Lösungsetablierende Satzkonstruktionen".

Sobald ich im Laufe eines E-Mail-Kontaktes verstehen lerne, wie mein Gegenüber seine jeweiligen Erfahrungen vereinfacht und welche Wirkung das auf die Problemsituation hat, kann ich Hypothesen bilden, an welchen Stellen blinde Flecken, ungenutzte Ressourcen oder unberücksichtigte Perspektiven schlummern. Das Meta-Modell der Sprache erlaubt es im Rahmen von E-Mail-Beratung sprachliche Entwicklungsmöglichkeiten zu fördern, um Problemzustände zu ent-machen und Ressourcezustände zu verstärken. Für den Berater und die Beraterin gilt als ressourcefördernde Generalisierung "Die Lösung lauert überall".

Der rote Faden bei der Meta-Modell-Arbeit lässt sich über sieben Schritte systematisieren:

1. Rapport herstellen, Beziehung aufbauen, Würdigung des Problems formulieren
2. Die Auslassungen identifizieren und systematisieren
3. Den Effekt und die Funktion der Auslassungen herausfinden
4. Konsequenzen hinsichtlich der Problematik definieren
5. Reframingansätze überlegen (d. h. sprachliche Problemumdeutung)
6. Schriftlich antworten, dabei die Schritte 1-5 induzieren
7. Feedback einholen, Hypothesen erneut prüfen, Vertiefung einleiten.

Damit das Ganze nicht zu abstrakt bleibt, möchte ich am Beispiel von Achim die sieben Schritte exemplarisch für eine Erstantwort durchformulieren:

1. *Rapport* bei Achim heißt für mich, sein Alter und damit seine vermutete Lebenskultur und zugehörigen Sprachspiele beachten sowie angemessen zu spiegeln ohne dabei salopp bzw. künstlich zu wirken; ferner ein Begleitangebot machen, dabei aufgrund seines Hanges zu Generalisierungen selbst auch noch indirekt und ein wenig allgemein bleiben. *Beziehung* heißt ein Begleitangebot zu machen und in Kontakt mit vermuteten Empfindungen und Überzeugungen zu gehen. *Würdigung* heißt, die Scham zu reduzieren, indem der Anlass wertgeschätzt wird. Darüber hinaus werden bei dem gesamten Antworttext "förderliche Auslassungen" in Form von unspezifischen Verben, Nominalisierungen und Ursache-Wirkungs-Gefügen formuliert, um einen Ressourcezustand für die Beratung zu etablieren. Im folgenden Beispiel sind unter Schritt 6 die Begriffe und Kommentare quasi als roter Faden fett markiert (natürlich nur hier zur Transparenz, in der E-Mail sollen sie ja zwischen den Zeilen wirken)
2. Die Auslassungen von Achim sind überwiegend Generalisierungen, die eine starke Abgrenzung zwischen seinem Selbstbild und seinem Wunschbild über männliche Beziehungskompetenz etablieren. Was das Männerbild von Erfolg und Coolness genau meint, bleibt allerdings unklar (Löschung). Die Generalisierungen lassen alles gleich wirken. Ausnahmen und Unterschiede scheint es nicht zu geben. Ebenfalls keine formulierten Wünsche, Hoffnungen oder Lernziele. Er achtet mehr auf die Ähnlichkeiten seiner negativen Erfahrungen denn auf mögliche positiv verknüpfbare Unterschiede seiner Erfahrungen.
3. Eine Funktion der Generalisierungen könnte sein, das Problem wirklich groß wirken zu lassen, um Bagatellisierungen zu vermeiden im Sinne von "der Psychologe lacht mich wohlmöglich aus". Ferner scheint das Thema mit Leistung (erfolgreich) als Motor und Scham (peinlich) als Effekt gekoppelt zu sein.
4. Interessant wäre es, mehr über sein Selbstbild und den Zugehörigkeitswünschen zu "erfolgreichen Männern" zu erfahren. Es gilt herauszufinden, ob sein Thema aufgrund fehlender Verhaltensstrategien (andere sind cooler, geschickter, besser) oder aufgrund problematischer Glaubenssätze (ich bin ein Versager, Verlierer...) besteht (bzw. was wovon abhängt). An dieser Stelle wird sich zeigen, ob E-Mail-Beratung ausreicht oder tiefgreifendere Veränderung auf der Identitätsebene nötig ist, im Sinne von Persönlichkeitsentwicklung oder Therapie.
5. Als ein Versuchsballon bietet sich die Umdeutung von Leistung in Chance an, um damit die Möglichkeit des Lernens zu aktivieren. Dies würde zeigen, ob weiter an den Verhaltensstrategien oder eher an dem Selbstbild gearbeitet werden sollte.
6. "Hallo Achim, ich habe Deine E-Mail erhalten und möchte Dich gerne in der nächsten Zeit bei Deiner "Suche" unterstützen – natürlich nach der Suche

wie Du mit Deinem Problem besser klarkommst ;-).⁷ Ich finde es sehr mutig von Dir, Dich mit Deinem Thema an uns zu wenden, denn ich habe schon einige Leute kennen gelernt, die in einer ähnlichen Situation waren wie Du, aber sich nicht so recht getraut haben, ihre Bedürfnisse nach Nähe anzusprechen oder so offen darüber zu reden, dass sie andere insgeheim beneiden, weil sie etwas können, was einem selbst noch nicht leicht fällt. Ich hoffe, ich habe Deine Situation da in etwa richtig erfasst. Mir fällt auf, dass Du anscheinend eine Menge Erfahrungen gemacht hast, mit Frauen in Kontakt zu kommen und (Auflösung der Generalisierungen) ich würde natürlich gerne ein typisches Beispiel von Dir kennen lernen, wie das so läuft – z. B. wenn es so richtig daneben geht – und natürlich auch, wenn es zwar nicht nach Deinen Vorstellungen, aber zumindest glimpflich abgelaufen ist. Eines in Deiner E-Mail stimmt mich im Übrigen besonders zuversichtlich (Reframing): Denn es gibt Leute, die glauben, dass das gar nichts mit ihren Fähigkeiten zu tun hat, sondern dass das Schicksal ist. Du dagegen schreibst, dass andere das besser können als Du, dass Du gewissermaßen (noch) nicht dazu fähig bist – im Gegensatz zu anderen Männern. Und ich denke, das ist genau der Punkt – herauszufinden, wie es geht und sich dann zuzutrauen, den eigenen Stil zu entwickeln. Und (Verzerrung durch ressourcervolle Vorannahme) ich bin gespannt, was von meinen Überlegungen Dich jetzt wohl animiert bzw. mit Deinen Fragen weiterbringen wird...."

7. Feedback (Antwort von Achim) auswerten. Mit folgenden Möglichkeiten würde ich zunächst rechnen:
- A) Er traut sich noch nicht in die Tiefe zu gehen und bleibt unklar – Priorität der nächsten mail: Beziehung verbessern.
 - B) Er wirkt offen, bleibt aber bei seinen Generalisierungen – Priorität der nächsten mail: Funktion prüfen, evt. Konfrontation.
 - C) Er reagiert ressourcenschwach, antriebslos, wertet die Resourceangebote ab – Priorität der nächsten mail: auf Beziehung achten, Selbstbild stärken, mit Glaubenssätzen arbeiten, personale Beratung vorbereiten.
 - D) Er arbeitet mit und geht auf die Fragen ein – Priorität der nächsten mail: vertiefen, weiter Ressourcen und die Wahrnehmung von Unterschieden stärken.

Das Entwicklungspotential für Achim – im Sinne des Meta-Modells der Sprache – besteht aus meiner Sicht darin, eigenes Problemverhalten sprachlich angemessener, d. h. mit mehr Unterscheidungen zu formulieren und Zielvorstellungen (Vergleiche mit anderen) sinnesspezifisch konkret und lernbar zu artikulieren. Das ist über E-Mail-Beratung leistbar. Würde sich im Beratungsverlauf zeigen,

⁷ Um in E-Mails Gefühle oder bestimmte emotionale Nuancen ausdrücken zu können, gibt es so genannte "Emoticons"; das sind "Smilies", die sich aus Sonderzeichen zusammensetzen, z.B.: :-) oder :-(, d. h. erfreut bzw. betrübt. Das oben verwendete Emoticon " ;-)" bedeutet "Augenzwinkern/Humor".

dass die Sprachgestaltung von Achim nicht nur im Themenfeld "Freundin", sondern sich in vielen Bereichen seiner Persönlichkeit widerspiegelt, sollte die E-Mail-Beratung in personale Begegnung überführt werden, weil dann für die Persönlichkeitsentwicklung mehr sinnesspezifische Erfahrungen und Lernschritte nötig sind als die digitale Kommunikation es leisten kann.

Und nun bin ich gespannt, welches Entwicklungspotential Sie für Berta und Claudia vermuten werden... 😊.

Dr. Stefan Schumacher (www.drschumacher.de) ist Theologe, Sozialwissenschaftler, NLP Lehrtrainer (DVNLP), Eheberater (DAJEB) und ist Leiter der TelefonSeelsorge Hagen.

Schriftsprachliche Kommunikationsstrategien für die Gestaltung von Online-Prozessen

Eine wichtige Option zur Gestaltung textsprachlicher Kommunikations- und Beratungsprozesse ist die Berücksichtigung der Repräsentationssysteme des Menschen. Repräsentationssysteme meinen unsere fünf Sinne, die sich unter anderem auch in der Sprache *niederschlagen*. Dahinter *steht* die Annahme, dass die Wahrnehmung und Kommunikation des Menschen durch die je unterschiedlich kanalisierte Sinneswahrnehmung und -verarbeitung *geprägt* ist. Ausgehend von der konstruktivistischen Vorannahme "Die Landkarte ist nicht die Landschaft" nehmen Menschen die gleiche Situation also sinnesspezifisch unterschiedlich wahr, speichern sie ab und kommunizieren dies auf unterschiedliche sinnesspezifische Art und Weise (vgl. R. Bandler; John Grinder, *Metasprache und Psychotherapie*. Die Struktur der Magie (Bd.1), Paderborn 1992).

Sprichworte und Redewendungen deuten darauf hin: Während manche "schwarz sehen" oder ein "Einsehen haben", "klingt es für andere Spanisch" oder "wie Musik in deren Ohren". Wieder andere "begreifen das alles nicht" oder "haben endlich wieder den Rücken frei". Manche Redewendungen beinhalten auch mehrere Repräsentationssysteme, wie zum Beispiel "Das *klingt* für mich *einleuchtend*."

In textsprachlichen Online-Prozessen bietet sich die Möglichkeit einen Text auf seine sinnesspezifische Sprache hin wahrzunehmen und in der "sinnesspezifischen" Weise des Gegenübers zu antworten und darüber eine Beziehung aufzubauen. Der Effekt ist eine "sinnlich-wahrnehmbare" und damit konkrete und motivierende Textsprache, die den Rapport, das heißt konstruktiven Kontakt und die Kommunikation zwischen Klient(in) und Berater(in) fördern kann.

Sinnesspezifische Worte sind:

Visuell (Sehen): Sehen, Bild, Fokus, Vorstellung, Einsicht, Szene, leere Leinwand, visualisieren, Perspektive, scheinen, reflektieren, klarmachen, durchblicken, beäugen, fokussieren, vorhersehen, Illusion, illustrieren, beobachten, Aussicht, enthüllen, Vorschau, schauen, zeigen, überwachen, Vision zugucken, offenbaren, verschwommen, dunkel.

Auditiv (Hören): Sagen, Akzent, Rhythmus, laut, Ton, erklingen, Geräusch, taub, monoton, klingen, fragen, betonen, hörbar, verständlich, diskutieren, verkünden, anmerken, zuhören, Schall, rufen, sprachlos, mündlich, mitteilen, Stille, dissonant, harmonisch, schrill, ruhig, dumpf.

Kinästhetisch (Fühlen): Berührung, umgehen mit, Kontakt, drücken, rubbeln, fest, warm, kalt, rau, in Angriff nehmen, schieben, Druck, einfühlsam, Stress, greifbar, Spannung, anfassen, kompakt, sanft, begreifen, halten, kratzen, solide, schwer, glatt.

Olfaktorisch (Riechen): Parfümiert, schal, fischig, duftend, muffig, wohlriechend, frisch, verraucht.

Gustatorisch (Schmecken): Sauer, Würze, bitter, Geschmack, salzig, saftig, süß.

Neutral - im Sinne von nicht sinnesspezifisch: Entscheiden, denken, erinnern, wissen, meditieren, teilnehmen, wiedererkennen, verstehen, bewerten, Prozess, bestimmen, lernen, motivieren, verändern, bewusst, überlegen.

Die fünf Repräsentationssysteme können mit Sprachen verglichen werden, wobei die visuellen, auditiven und kinästhetischen Begriffe häufiger und natürlich immer auch kombiniert auftauchen. In der folgenden Tabelle werden Aussagen in unterschiedliche Repräsentationssysteme "übersetzt".

visuell	auditiv	kinästhetisch
Für mich <i>sieht</i> das so aus.	Für mich <i>hört</i> sich das so an.	Ich <i>nehme</i> an, dass...
Jetzt ist es <i>klar!</i>	Jetzt <i>klingelt</i> es!	Jetzt <i>begreife</i> ich!
Da muss man verschiedene <i>Blickwinkel</i> betrachten.	Da müssen wir alle <i>Stimmen</i> hören.	Da müssen wir alle <i>Standpunkte</i> beachten.
Mir <i>scheint</i> das in Ordnung zu sein.	Das <i>klingt</i> gut.	Ich habe das <i>Gefühl</i> , das ist o.k.
Lass mal <i>sehen!</i>	Lass mal <i>hören!</i>	Schieß los!
Maier ist ein richtiger <i>Schwarzmalerei</i> .	Maier ist ein richtiger <i>Unkenrufer</i> .	Maier ist ein richtiger <i>Querdenker</i> .
So rückt sich für mich das <i>Bild</i> zurecht.	So kann ich mir einen <i>Reim</i> darauf machen.	So wird es für mich <i>begreifbar</i> .

Hinter jedem Begriff gibt es eine zugehörige Tiefenstruktur, die sich sinnesspezifisch beschreiben lässt. Im Beratungsprozess wird zunächst durch Fragen das Anliegen der Klienten und Klientinnen exploriert, und bei der genaueren Betrachtung werden die sinnesspezifischen und damit sinnlich wahrnehmbaren und fühlbaren Aspekte der Thematik deutlich. Bei Personen mit Hang zum Rationalisieren ist dies besonders wichtig, da sie zu sinnesunspezifischen also neutralen Beschreibungen neigen und damit konkrete Erfahrungswelten vermeiden.

Manche Klient(inn)en schreiben also "Ich habe ein Problem mit meinem Vorgesetzten." Nun kann ich mit Meta-Modell-Fragen (vgl. Artikel von S. Schumacher) die Tiefenstruktur erfragen und eben auch die sinnesspezifische Wahrnehmung, woran sich für den Klienten fest macht "wo denn der Schuh drückt." So schreibt jemand vielleicht: "Wenn ich ihn *sehe*, dann..." oder "wenn ich nur seine *Stimme*

höre" oder "sobald der den *Raum betritt*, bekomme ich ein beklemmendes Gefühl". An dieser Stelle bekomme ich Hinweise darüber mit welchen Sinneskanälen das Problem erlebt wird.

Nun kann ich zur weiteren Problemexploration fragen, was genau an dieser Wahrnehmung den Stress auslöst oder aber in Richtung Lösung fokussieren – hier auch wieder möglichst konkret sinnesspezifisch beschreibend: "Was könnte ihnen den die Last von den Schultern nehmen?" oder "wie könnte denn in ihrem Büro wieder eine angenehme Stimmung erklingen" oder "wo sehen sie den Möglichkeiten wieder Licht in diese trübe Situation zu bekommen?" statt "was könnte den eine Lösung sein?"

Sinnesspezifische Beschreibungen zeichnen also ein konkretes Bild, die Landkarte des Klienten oder der Klientin: "Jetzt habe ich wieder wie zur Bestätigung gesagt bekommen, dass ich ein Versager bin" "Wer sagt ihnen das?" "Das ist diese Stimme in meinem Kopf, die mir immer wieder sagt: das schaffst Du eh nicht." "Erkennen Sie den Klang dieser Stimme?" "Ja, es ist mein Vater. Er hat immer so zu mir gesprochen als er noch gelebt hat. Und er sagte dann immer auch, dass er es nur gut meint mit mir. Komisch eigentlich, dass er immer noch so eine Macht hat, obwohl er tot ist." "Beschreiben sie mir doch mal, wie sie ihren Vater sehen und welche Erinnerungen sie bewegen." ...

Sinnesspezifische Beschreibungen sind also hilfreich, um die Landkarte der Klient(inn)en genauer wahrnehmen zu können, in diese zunächst mit einzusteigen, um dann innerhalb dieser subjektiven Weltsicht lösende Bilder zu entwickeln. Dabei kann es auch wichtig sein bei der Fokussierung auf Ressourcen nach weiteren sinnesspezifischen Eindrücken zu fragen, da Menschen im Stress dazu neigen, ihre Wahrnehmung einzuschränken. Nicht umsonst findet sich der innere Kritiker oft als Stimme im Kopf wieder, wo doch Erziehung gerade auch auditiv stattfindet.

Haben Sie Interesse an einem kleinen Experiment?

Dann erinnern Sie sich bitte an die gestresste Stimme eines Ihrer Erziehungsberechtigten. Wie klingt diese Stimme? Von wo kommt sie, hinten – oben – innen? Was löst diese Wahrnehmung bei Ihnen aus? Was fühlen Sie?

O.K. das war der erste Teil und ich bitte Sie kurz auf die Uhr zu schauen, um aus diesem Zustand wieder rauszukommen.

Nun stellen Sie sich vor, es gäbe ein Mischpult in Ihrem Kopf. Diese modernen Geräte haben ja alle möglichen Funktionen und Schalter. Sie können die Lautstärke verändern, den Ton, die Helligkeit und noch vieles mehr. Nehmen Sie sich das Band "Gestresste Elternstimme" und legen Sie es ins Mischpult ein. Experimentieren Sie nun damit: Machen Sie das Band einmal lauter – was passiert bei Ihnen? Dann leiser, so leise, dass die Stimme fast nicht mehr zu hören ist. Nun verändern Sie die Bandgeschwindigkeit. Die Stimme klingt nun wie ein Kassettenrekorder mit fast leeren Batterien – was passiert bei dieser Vorstellung mit Ihnen?

Nun speichern Sie das Band "Gestresste Elternstimme" so wie es für Sie in Ordnung ist und wie es für Sie am hilfreichsten ist.

Es gibt Personen, die weniger Stress im Job empfinden, weil sie sich vorstellen, der Chef spricht wie Micky Mouse. Sie können dann ressourcenvoller in Situationen kommunizieren und kämpfen weniger aus der Defensive heraus. Es geht also nicht darum, andere schlecht zu machen, sondern die Repräsentationen im eigenen Kopf und Bauch so zu verändern, dass sie mich nicht mehr behindern.

Wie das Experiment mit dem Mischpult gezeigt hat, haben sinnesspezifische Repräsentationen Untereigenschaften, so genannte Submodalitäten. Es zeigt sich, dass wir Denken und Fühlen aufgrund ganz spezieller sinnesspezifischer Erinnerungen. Ein bestimmtes Urlaubsgefühl muss für mich ganz bestimmte Bilder, Geräusche und Eindrücke haben, damit es sich stimmig anfühlt.

Mit Problemen ist es genauso und ein möglicher Lösungsweg ist, die Wahrnehmung zu erweitern oder sinnesspezifisch zu verändern, um von einem Problemzustand in einen entspannten oder sogar ressourcenvollen Zustand zu gelangen. Dies ist ein ähnlicher Umdeutungsprozess, wie er bei Reframing-Techniken abläuft.

Um die sinnesspezifischen Landkarten anderer wahrnehmen zu können ist es wichtig zu wissen, mit welchen sinnesspezifischen Brillen man selbst durch die Welt geht und die eigene Wahrnehmung zu schulen. Zum Schluss deshalb noch die Einladung, den eigenen Sinnen ein wenig auf die Spur zu kommen:

In der Gestaltung von Online-Prozessen geht es unter anderem um die Option, als Beratende die Repräsentationssysteme (und natürlich auch darüber hinaus gehende Bilder und Metaphern), die Ihnen in den Texten angeboten werden, aufzugreifen.

Dazu gilt es zunächst sich darüber klar zu werden, welche Repräsentationssysteme ich als Beraterin oder Berater selbst in guten und schlechten Zuständen nutze. Denn im Sinne des Paradigmas "Die Landkarte ist nicht die Landschaft" gehe ich von meiner Landkarte (meinen Repräsentationssystemen) aus und bin an diesen Stellen wahrnehmungsgeschärft, während ich an anderen Stellen eher eine "Sehschwäche" oder ein "Taubheitsgefühl" habe.

Schreiben Sie deshalb einmal einen kurzen Text mit einem erfreulichen positiven Ereignis sowie einen kurzen Text über ein Problem. Problembeschreibungen weisen nämlich manchmal andere Sinne auf als positive Erzählungen.

Schreiben Sie nicht "darüber" sondern versetzen sie sich ganz in die jeweilige Situation und schreiben sie "aus dem Bauch heraus". Danach dürfen sie mit Analytikerblick darauf schauen und die sinnesspezifischen Worte herausfinden. Manchmal sind sie erst auf den zweiten Blick zu erkennen oder der Groschen fällt erst beim näheren Hinhören.