Diplomarbeit

Wirkfaktoren in der E-Mail-Beratung-

Empirische Untersuchung bei den katholischen Online-Beratungseinrichtungen der Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung

vorgelegt von Jasmin Hartel

aus Düsseldorf

angefertigt für den abschließenden Teil der Diplomprüfung
für den Studiengang Sozialpädagogik am Fachbereich
Sozial- und Kulturwissenschaften der Fachhochschule Düsseldorf

Bearbeitungszeitraum: 12.09.2007 – 14.01.2008

Art der Diplomarbeit: Empirische Diplomarbeit

Betreuer: Prof. Dr. Joachim Kosfelder

Zweite Prüferin: Prof. Dr. Doris Krumpholz

Inhaltsverzeichnis:

0. Einleitung 01

0.1 Zusammenarbeit und die Danksagung..... 01
0.2 Situationsbeschreibung von Onlineberatung und die Motivation..... 02
0.3 Zielsetzung der Diplomarbeit..... 03
0.4 Aufbau der Diplomarbeit..... 03

I. Theoretische Grundlagen 05

1. Entwicklung und Stand der Psychotherapie- und Beratungsforschung..... 05

1.1 **Prozessforschung und Wirkfaktoren der Psychotherapie**..... 06
1.1.1 Die spezifischen Wirkfaktoren..... 06
1.1.2 Die unspezifischen Wirkfaktoren..... 07
1.1.3 Das Verhältnis von spezifischen und unspezifischen Wirkfaktoren..... 10

1.2 Die therapeutische Beziehung..... 11
1.2.1 Definition..... 13
1.2.2 Wichtige Komponenten..... 13
1.2.3 Förderliche Therapeutenvariablen..... 14
1.2.4 Die Klientenperspektive..... 17
1.2.5 Die therapeutische Beziehung aus unterschiedlicher Sicht..... 19
1.2.5.1 Die Klientenzentrierten Beratung nach Rogers..... 19
1.2.5.2 Der Lösungsorientierte Ansatz nach de Shazer..... 22
1.2.5.3 Die Verhaltenstherapie..... 23
1.2.5.4 Der Ansatz nach Grawe..... 24
1.2.5.5 Der Ansatz von Petzold..... 25
1.2.6 Die therapeutische Beziehung im Kontext von Beratung..... 26

1.3 Die E-Mail-Beratung ... 26
1.3.1 Definition, Arten und Anfragtypen der E-Mail-Beratung ... 27
1.3.2 Zielgruppe ... 28
1.3.3 Besonderheiten der E-Mail-Beratung ... 29
1.3.4 Wirksamkeit der E-Mail-Beratung ... 30
1.3.5 Berater-Klient-Beziehung in der E-Mail-Beratung ... 32
1.3.6 Methodik der E-Mail-Beratung ... 35

1.4 Die Peer-Beratung ... 37
1.4.1 Definition ... 37
1.4.2 Konzeption ... 38
1.4.3 Stärken der (Online-) Peer-Beratung ... 39

II. Empirische Untersuchung 41

2. Kooperationspartner ... 41
2.1 Rahmenbedingungen des Projektes ... 41
2.2 Beratungsangebot ... 42
2.3 Zielsetzung ... 43
2.4 Mitarbeiterstruktur ... 43

3. Forschungsauftrag/-vorhaben ... 44
3.1 Fragestellung ... 44
3.2 Ziel ... 46

4. Rahmenbedingungen der Studie ... 46
4.1 Vorbereitung der Untersuchung ... 46
4.2 Messinstrument ... 47
4.3 Datenquelle ... 47
4.4 Entwicklung und Grundlagen des Fragebogens ... 48
4.5 Aufbau des Fragebogens ... 52
4.6 Untersuchungsplan ... 54
4.7 Datenschutz ... 55

5. Auswertung der Ergebnisse 56

5.1 Auswahl und Umfang der Stichprobe 56

5.2 Die Ergebnisse zu den Fragestellungen 57
5.2.1 Soziodemographischen Faktoren der Klienten 57
5.2.2 Rahmenbedingungen der Beratungsinanspruchnahme 59
5.2.3 Darstellung der Ergebnisse der Items und Bewertungsfragen 61
5.2.4 Darstellung der Ergebnisse der offenen Frage 72

5.3 Verknüpfung des Datenmaterials 75
5.3.1 Getesteter Zusammenhang von dem Klientenerleben des Beraterverhaltens und dem Geschlecht des Klienten 75
5.3.2 Getesteter Zusammenhang von der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und dem Geschlecht des Klienten 76
5.3.3 Getesteter Zusammenhang von dem Klientenerleben des Beraterverhaltens und der Aktualität der Beratung 77
5.3.4 Getesteter Zusammenhang von der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und der Aktualität der Beratung 78
5.3.5 Getesteter Zusammenhang von dem Klientenerleben des Beraterverhaltens/ der Beratungsbeziehung und der Beratungsanzahl 78
5.3.6 Getesteter Zusammenhang von der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und der Beratungsanzahl 79

III. Diskussion der Ergebnisse 80

6. Methodenkritische Diskussion 80
7. Diskussion der Ergebnisse 81
8. Eigenes Fazit 92

Literatur

Anhang

Erklärung

Abb. 1: Slogan des Jugendportals Ratingen der Diakonie Düsseldorf/Mettmann

0. Einleitung

0.1 Zusammenarbeit und Danksagung

Im Rahmen der empirischen Untersuchung meiner Diplomarbeit kooperiere ich mit der Diakonie Düsseldorf/Mettmann, die durch ihr Internetportal Jugendlichen und jungen Erwachsenen u.a. E-Mail-Beratung anbietet. In Zusammenarbeit mit der Diakonie wird ein Link, der zu der Online-Umfrage führt, auf dem Jugendportal www.schreib-dich-nicht-ab.de (oder entsprechend www.jugendportal-ratingen.de) installiert. Zudem wird ein Link an die Peerberater-E-Mails gehängt und durch ein gezieltes Anschreiben der User, die ihre E-Mail-Adresse bei der Registrierung auf dem Jugendportal angegeben haben, näher gebracht.

Über die Kooperation bin ich sehr dankbar, nachdem die Katholische Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung nach anfänglicher Zusammenarbeit diese abgebrochen hat. Der Rücktritt zog leider eine Reihe von Schwierigkeiten nach sich. Da ich in der Themaformulierung für die Zulassung zur Diplomarbeit diesen Kooperationspartner angegeben hatte, so wie er auch auf dem Titelblatt der Diplomarbeit zu lesen ist, war es aus prüfungsrechtlicher Sicht leider nicht mehr möglich, das Thema zu verändern. Trotz des formalen Titels lautet das Thema meiner Diplomarbeit, so wie ich es hier ausführlich darstelle:

Wirkfaktoren in der E-Mail-Beratung

Eine empirische Untersuchung der Beratungsbeziehung aus der Klientenperspektive anhand des Jugendportals Ratingen der Diakonie Düsseldorf/Mettmann

Ein weiterer Dank gilt der Firma Bytesconnect, die mich bei der technischen Realisierung meiner Online-Umfrage kompetent und kreativ unterstützt hat. Ohne diese Hilfe wäre die Durchführung der empirischen Untersuchung und somit auch das von mir gewählte Diplomarbeitsthema nicht realisierbar gewesen.

0.2 Situationsbeschreibung von Onlineberatung und Motivation

Durch den rasanten Anstieg der Internetnutzung hat dieses Medium einen immer höheren Stellenwert. Seit 1996 hat sich die Anzahl der Internet-User* in Deutschland verfünffacht: Jeder zweite Haushalt besitzt nach Aussage des Statistischen Bundesamts einen Internetzugang (Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung, 2007).

Diese Entwicklung zeichnet sich auch im psychologischen, sozialen und gesundheitlichen Sektor ab. Seit über zehn Jahren wird Online-Beratung angeboten, die sich bislang als eigenständiges ergänzendes Beratungsangebot zur Face-to-Face- und Telefonberatung etabliert hat. Online-Beratung bietet eine Reihe von Vorteilen, die es dem Klientel ermöglicht, zeitlich flexibel und anonym von den niederschwelligen Angeboten Gebrauch zu machen.

Diese Beratungsform erscheint mir als zeitgemäß und bedürfnisorientiert. Internetberatung hat in den letzten Jahren durch den Ausbau weiterer Onlineportale (vgl. www.telefonseelsorge.de; www.katholische-eheberatung.de; www.gib-aids-keine-chance.de, um nur ein paar der größten Betreiber zu nennen) an erheblicher Bedeutung gewonnen. Insbesondere junge Menschen im Alter von 18 bis 24 Jahren nutzen das Internet (Forschungsgruppe Wahlen, 2007 zit. in Beranet/Zone 35, S. 6). Aus der Jim-Studie (Jugend, Information und [Multi-]Media-Studie) im Jahre 2006 geht ebenfalls hervor, dass gerade die Zielgruppe der Jugendlichen mit dem Internet vertraut ist. So nutzen bereits Kinder im vierten Schuljahr das Internet für den Kontakt zu Gleichaltrigen mit Instant Messagers. Dies sind Programme, die es dem User mittels einer Software erlauben, in Echtzeit mit anderen Teilnehmern zu kommunizieren. Instant Messaging kann daher mit Nachrichtensofortversand übersetzt werden. 90 % aller 12- bis 17-Jährigen verwenden das Internet und benutzen Chats zur Kommunikation. 77% dieser Gruppe sind täglich online und aktiv im Netz (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2006). Diese Entwicklungen zeigen deutlich, dass sich insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene des Internets alltäglich und selbstverständlich bedienen. Sie sind vor allem in den letzten Jahren verstärkt Zielgruppe von Jugendforen und -chats geworden. Es liegt nahe, dass Jugendliche Onlineangebote nutzen, welche auf ihre Situation zugeschnitten sind und in denen sie anonym, kostenlos und unverbindlich ihre Probleme und Sorgen ansprechen können. Als besonders attraktiv stellen sich hierbei Peerberatungen heraus, in denen ausgebildete Jugendliche und junge Erwachsene hilfsbedürftige Jugendliche beraten, um mit Problemen besser umgehen zu können.

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird durchgängig das generische Maskulinum verwendet, welches männliche und weibliche Personen einschließt.

Durch die steigende Nutzung von Online-Beratung, insbesondere durch ein junges Klientel, das bislang durch „traditionelle“ Beratung schwierig zu erreichen war, sehe ich die Beschäftigung mit dieser Thematik als sinnvoll an. Das Arbeitsfeld wird in Zukunft voraussichtlich weiter wachsen, und ich kann mir gut vorstellen, in diesem Umfeld beruflich tätig zu sein. Zudem bereitet es mir viel Freude mit diesem Medium zu arbeiten, und ich verbringe im Internet sowohl beruflich als auch im privaten Bereich viel Zeit, da ich die Vielfältigkeit der Angebote sehr schätze und es viele Aufgaben für mich vereinfacht.
Eine weitere Motivation, sich mit dem Thema der Online-Beratung zu beschäftigen, ist die Tatsache, dass bislang auf diesem Gebiet wenige Studien veröffentlicht wurden. Daher erweisen sich empirische Untersuchungen für die Evaluation von Online-Beratung als notwendig und äußerst nützlich.

03. Zielsetzung der Diplomarbeit

Im Auftrag der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung möchte ich im Rahmen meiner Diplomarbeit einen Beitrag zur Online-Beratungsforschung leisten. Ich möchte die Beratungsbeziehung in der E-Mail-Beratung anhand des Jugendportals (vgl. www.schreib-dich-nicht-ab.de oder entsprechend www.jugendportal-ratingen.de) der Diakonie Düsseldorf/Mettmann untersuchen, um Ergebnisse über die Perspektive der Klienten in der E-Mail-Beratung zu erhalten. Ziel ist es, die gewonnenen Ergebnisse im Anschluss an diese Studie für die Praxis nutzbar zu machen und nach Möglichkeit die neuen Erkenntnisse dort realisieren zu lassen. Zusammenfassend gesagt ist die Zielsetzung meiner Diplomarbeit, die E-Mail-Beratung zu evaluieren, wenn möglich das Angebot im Rahmen der Beratungsbeziehung besser auf die Bedürfnisse der Klienten abzustimmen und einen kleinen Beitrag für die psychotherapeutische bzw. beraterische Prozessforschung zu leisten.

04. Aufbau der Diplomarbeit

Die Diplomarbeit lässt sich in drei große Abschnitte gliedern

Der erste Teil *„**Theoretische Grundlagen** – Entwicklung und Stand der Psychotherapie- und Beratungsforschung*“ beginnt mit einer kurzen Einführung der Prozessforschung und geht in diesem Rahmen explizit auf spezifische und unspezifische Wirkfaktoren und deren

Verhältnis zueinander ein (s. Abs. 1.1). Dieser Abschnitt führt den Leser zu dem Kernstück des ersten Teils, in dem auf Theorien und Studien zu der Beratungsbeziehung bzw. zur therapeutischen Beziehung eingegangen wird (s. Abs. 1.2). Hier werden eine Definition der Klient-Therapeut-Beziehung gegeben, wichtige Komponenten aufgezeigt und empirische Ergebnisse im Hinblick auf allgemein wirksame Therapeutenfaktoren (Eigenschaften und Interventionen des Therapeuten) genannt. Ebenfalls wird die Bedeutung der Klientenperspektive für die Beurteilung der therapeutischen Beziehung angeführt. Daran schließt sich die Darstellung der therapeutischen Beziehung aus der Sichtweise unterschiedlicher Therapieschulen an, welche im Wesentlichen die Grundlage meiner entwickelten Online-Umfrage bildet. Auch im Kontext von Beratung wird dieser bedeutende Wirkfaktor kurz angesprochen. Im Abschnitt 1.3 gehe ich auf die allgemeinen Grundlagen und Besonderheiten der E-Mail-Beratung ein und beschäftige mich zudem mit den für die E-Mail-Beratung spezifischen Wirkfaktoren. Da die Beziehung zwischen Klient und Online-Berater noch kaum untersucht wurde, leite ich aus den Besonderheiten und Theorien der computervermittelten Kommunikation wichtige Rahmenbedingungen für die Klient-Berater-Beziehung im virtuellen Setting ab. Da ich die Beratungsbeziehung nicht nur im Kontext von Online-Beratung, sondern auch in Peer-Beratung unter Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen analysieren möchte, werden in Abschnitt 1.4 eine Begriffserklärung dazu gegeben und eine Konzeption sowie Stärken der (Online-)Peer-Beratung vorgestellt.

Teil II **„Empirische Untersuchung“** befasst sich mit der Konzipierung, Durchführung und Auswertung der Online-Umfrage. Zunächst werde ich die wichtigsten Eckdaten meines Kooperationspartners präsentieren (s. Abs. 2). Darüber hinaus werden der Forschungsauftrag, danach Fragestellung und Zielsetzung der Studie beschrieben (s. Abs. 3) sowie die Rahmenbedingungen der empirischen Untersuchung (s. Abs. 4) wie Entwicklung und Aufbau des Fragebogens, Zugang zum Feld, zeitlicher Ablauf, Datenschutz etc. dargestellt. Abschließend werden die gewonnenen Ergebnisse der Studie anhand der kategorisierten Fragen abgebildet (s. Abs. 5), wobei auch auf die Methodik der Auswertung eingegangen wird.

Im dritten Teil **„Diskussion der Ergebnisse“** werde ich auf methodische Schwächen der Arbeit eingehen sowie mich mit den erhaltenen Befunden auseinandersetzen und diese anhand vorhandener Literatur vergleichen. Es folgt eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und deren Bedeutung für die Praxis und ein abschließender Ausblick.

I. Theoretische Grundlagen

1. Entwicklung und Stand der Psychotherapie- und Beratungsforschung

Die Psychotherapieforschung ist ein breites und komplexes Feld, welches sich mit der Wirksamkeit und der Wirkweise psychotherapeutischer Verfahren beschäftigt.
Die kontinuierliche Psychotherapieforschung geht bis in die 1950er Jahre zurück. 1952 stellte Eysenck, ein britischer Psychologe, die Effektivität von Psychotherapie in Frage, indem er an bis dahin vorliegenden Ergebnisstudien Kritik übte. Er behauptete, dass die Psychotherapie, die zu der Zeit überwiegend der Psychoanalyse entsprach, keine Erfolge über eine spontane Heilung hinaus aufweise (Fuchs, 1998, S. 6). Zur Widerlegung von Eysencks Aussage und im Bestreben, Psychotherapie zu legitimieren, wurden eine Reihe von Therapieforschungen angestoßen mit dem Ziel, die Wirksamkeit der Psychotherapie zu beweisen. In Effekt- bzw. Ergebnisstudien konnte festgestellt werden, dass Psychotherapie durchaus wirksam ist. Meta-Analysen, durch welche die Wirksamkeit beurteilt und der Versuch unternommen wurde, die Unterschiede in der Effektivität verschiedener Behandlungsformen und -methoden nachzuweisen, erbrachten jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den verschiedenen therapeutischen Ansätzen. Die Überlegenheit einer therapeutischen Schulrichtung konnte somit nicht nachgewiesen werden. Diese Ergebnisse erhärteten die Vermutung, dass die Wirksamkeit von Psychotherapie nicht so sehr von spezifischen bzw. schulengebundenen Wirkfaktoren abhängt, als vielmehr von allgemeinen Komponenten, die in allen Therapierichtungen in gewissem Maß zum Tragen kommen mussten. (Krause Jacob, 1992, S. 20f). Unter anderem beschäftigt sich die Prozessforschung mit den sog. unspezifischen Wirkfaktoren. Sie geht der Frage nach, welche Faktoren innerhalb einer Therapie zum Erfolg führen. Forscher wie Frank, Garfield, Goldfield, Strupp und Bastine u.a. beteiligten sich in den 70er- und 80er Jahren an der sog. „common-factor“-Forschung. Diese suchte nach gemeinsamen unspezifischen Wirkfaktoren, die auf das Therapieergebnis Einfluss nehmen (Sidiropoulou, 1998, S. 8).
In den letzten Jahren entwickelte sich ein verstärktes Interesse an den Forschungsinhalten der „Differentiellen Psychotherapie-Effizienz-Forschung“, die sich einem noch höheren Anspruch verschrieben hat. Sie stellt „die“ entscheidende Frage der Psychotherapieforschung: „Welche Behandlungsmaßnahme durch wen, zu welchem Zeitpunkt, führt bei diesem Individuum mit diesem spezifischen Problem unter welchen Bedingungen zu welchem Ergebnis in welcher Zeit?“ (Meyer et al., 1991 zit. in Fuchs,

1998, S. 20). Bislang ist eine Beantwortung dieser komplexen Fragestellung nicht möglich. Auch heute liegt der Fokus auf der Prozessforschung. Bastine et al. (1989 zit. in Fuchs, 1998, S. 20f) skizziert die drei Gegenstandsbereiche psychotherapeutischer Prozesse. Die Veränderungsprozesse des Klienten müssen zum einen im Kontext seiner allgemeiner Lebensbedingungen und -geschichte verstanden werden, zweitens im Zusammenhang mit den persönlichen und methodischen Bedingungen des psychotherapeutischen Vorgehens und zum dritten unter Berücksichtigung der institutionellen Rahmenbedingungen der Psychotherapie.

1.1 Prozessforschung und Wirkfaktoren der Psychotherapie

Die Effektivität von Psychotherapie konnte in zahlreichen Studien (vgl. Bergin, 1971; Bergin & Lambert, 1978; Smith, Glass & Miller, 1980) der letzten sechs Jahrzehnte eindeutig nachgewiesen werden. Nach der Studie von Smith & Glass (1980 zit. in Asay & Lambert, 2001, S.42) zu urteilen geht es 80% der durch Psychotherapie behandelten Klienten im Durchschnitt besser als den nicht behandelten Personen. Allerdings blieb somit die Frage offen, welche unterschiedlichen Wirkungsweisen verschiedener therapeutischer Ansätze im psychotherapeutischen Prozess zu einem erfolgreichen Ergebnis führen. Hiermit befasst sich die Prozessforschung, die Bastine et al. (1989, zit. in Sidiropoulou, 1998, S. 28) in „Typ A“ und „Typ B“ untergliedert. Die Forschung konzentriert sich beim „Typ A“ auf die Erforschung von Kern-Bedingungen, die das therapeutische Geschehen durchgehend beeinflussen. Faktoren wie die therapeutische Beziehung oder therapeutische Techniken können hierunter gefasst werden. In der „Typ B“- Forschung werden veränderungsrelevante Zeitpunkte oder Segmente im therapeutischen Prozess untersucht.
Die Psychotherapie-Prozessforschung beschäftigt sich im Rahmen der „Typ-A“-Prozessforschung mit Wirkfaktoren, die sich nach spezifischen und unspezifischen Wirkfaktoren unterscheiden lassen.

1.1.1 Die spezifischen Wirkfaktoren

Unter spezifischen Wirkfaktoren sind schulengebundene Interventionen zu fassen, die auf einem bestimmten Theoriekonzept basieren. Ziel dieser Wirksamkeitsforschung stellt der Nachweis der differenziellen Effektivität unterschiedlicher Therapieansätze dar, geleitet von der Motivation, die Wirksamkeit des eigenen therapeutischen Konzeptes zu

untermauern bzw. zu belegen. Der empirischen Psychotherapieforschung ist es zwar gelungen, den Beleg über die Wirksamkeit der unterschiedlichen Therapieansätze zu erbringen, jedoch nicht oder nur bedingt über die spezifische Wirkung bestimmter Verfahren bzw. therapeutischer Methoden (Krause Jacob, 1992, S. 19). Diese Tatsache wird als „Äquivalenz-Paradoxon“ bezeichnet (Mayer, 1990 zit. in Sidiropoulou, 1998, S. 30).

Spezifische Wirkkomponenten sind Modell- und Technikfaktoren bzw. Methoden, die charakteristisch für spezielle Therapieansätze sind. Diese liefern über die therapeutische Vorgehensweise hinaus Begründungen, welche eine Problemerklärung für die Klienten bereithalten und Strategien, die angewandt werden, um die Situation der Ratsuchenden zu verbessern. Nach Lambert (1992, zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 28) tragen sie nur zu 15% zum Therapieerfolg bei. Dieser Kategorie wird im Gegensatz zu anderen Wirkkomponenten die geringfügigste Bedeutung beigemessen.

Dadurch wurde das Forschungsinteresse auf gemeinsame, unspezifische Wirkfaktoren gelenkt. Wenn hinsichtlich der Effektivität der Therapieansätze keine wesentlichen Unterschiede zu verzeichnen sind, die Methoden sich aber grundlegend voneinander unterscheiden, müssen darüber hinaus zusätzliche Wirkgrößen, die alle Therapieansätze beinhalten, für den Therapieerfolg von Bedeutung sein. Dieser Untersuchung hat sich die sog. „common-factor“-Forschung angenommen (Sidiropoulou, 1998, S. 30).

Neben den genannten Unterschieden verfolgen alle Therapierichtungen ein gemeinsames Ziel: Klienten sollen dabei unterstützt werden, ihre Selbstheilungskräfte zu aktivieren, sprich sich selbst zu helfen, indem sie sich verändern (Hubble, 1993; Miller et al., 1997 zit. in. Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 29).

1.1.2 Die unspezifischen Wirkfaktoren

Als Schlussfolgerung der dargestellten Entwicklungen müssen theorieübergreifende Elemente verschiedener psychotherapeutischer Ansätze wirksam sein.

Lange bevor sich die Forschung den unspezifischen Faktoren zuwandte, erkannte Saul Rosenzweig im Jahre 1936, dass die gemeinsamen Elemente der therapeutischen Richtungen, insbesondere die Beziehung zwischen Klient und Therapeut – im Gegensatz zur theoretischen Fundierung der Therapieansätze – von größter Wichtigkeit für die Effektivität der Psychotherapie ist. Er veröffentlichte seine Einschätzung in einem Artikel im Journal of Orthopsychiatry (Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 24).

Empirische Befunde der Laienforschung, in denen die Erfolge von professionellen Helfern bzw. therapeutischen Fachkräften mit denen von Nicht-Professionellen, z.B. nahen Bezugspersonen, ehrenamtlich Tätigen etc. verglichen wurden, zeigen, dass keine wesentlichen Unterschiede zwischen den verglichenen Personengruppen bezüglich des Therapieerfolges zu verzeichnen sind (Blaser, 1982; Bozok, 1986 zit. in Huf, 1992, S. 149). Die Vergleichsstudien beweisen ebenfalls, dass andere Faktoren als die Qualifizierung von Therapeuten und die theoriespezifischen Methoden auf das Therapieergebnis Einfluss nehmen. Im Abschnitt 1.4 meiner Arbeit werde ich noch genauer auf die Ergebnisse der Laienforschung Bezug nehmen.

Eine Reihe von Forschern und Psychologen haben sich auf die Suche nach allgemeinen Wirkfaktoren gemacht. Unspezifische Wirkfaktoren sind unterschiedlich in der Literatur definiert, werden im Kontext dieser Arbeit jedoch im Sinne von Baumann & von Wedel (1981 zit. in Huf, 1992, S. 150) als Variablen, die allen Therapieformen gemeinsam sind, bestimmt. Castonguay (1993 zit. in Heim, 2000, S. 307) empfiehlt, von gemeinsamen anstatt von unspezifischen Faktoren zu sprechen, da die vermeintlich schulenspezifischen Merkmale auch eine Rolle in anderen Therapieformen spielen.

Diese gemeinsamen Wirkparameter lassen sich anhand unterschiedlicher Literatur zur Psychotherapieforschung in folgende fünf Variablenklassen unterteilen: Klientenvariablen, Therapeutenvariablen, zeitliche Strukturvariablen, Erwartungs- und Placeboeffekte und die therapeutische Beziehung. Allerdings ist die Anzahl der gemeinsamen Faktoren so groß und unüberschaubar, dass diese Einteilung nur beispielhaft sein kann.

Als wichtigste Komponente werden Klientenvariablen betrachtet (Sidiropoulou, 1998, S. 36f). Nach Lambert (1992 zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 27) tragen Klientenfaktoren und extratherapeutische Faktoren (individuelle Patientenvariablen und Erfahrungen, die der Patient außerhalb der Therapie macht) zu 40% zum Behandlungserfolg bei. Klientenvariablen stellen auch nach Tallmann & Bohart (1996; 1999) den stärksten gemeinsamen Faktor dar. Ihrer Meinung nach erklärt sich diese Annahme aus dem sog. Dodo-Verdikt, d. h., alle Therapieformen sind ungefähr ähnlich effektiv. Aus der Vielzahl der vorhandenen Klientenvariablen kann in diesem Rahmen nur eine Auswahl genannt werden. Huf (1992, S. 155f) klassifiziert diese zum einen nach der Handlungsweise des Klienten in der Therapie (Verhaltensweisen, Aktivitäten) und nach seinen Kompetenzen (Eigenschaften wie sozialer Status, Alter, Bildungsniveau, Motivation etc.), zum anderen nach seinen Erwartungen (bezüglich der Prognose, des Therapieerfolgs etc.) und der Beziehung, die er zu seinem Therapeuten eingeht.

Der zuletzt genannte Gesichtspunkt soll in dieser Arbeit differenzierter untersucht werden und wird in der überwiegenden Literatur als eigenständige Variable betrachtet, da die Therapiebeziehung den interaktiven Aspekt zwischen dem Klienten und dem Therapeuten unterstreicht (vgl. z.B. Bachelor & Horvath, 2001).

Therapeutenvariablen lassen sich laut Huf (1992, S. 170f) in personale (demographische, biographische und personalistische), stilistische (individuelle therapeutische Mittel) und instrumentale Charakteristika gliedern. Tscheulin (1982 zit. in Sidiropoulou, S. 40) untergliedert die instrumentalen Therapeutenvariablen wiederum in technologische und relationale Variablen. Die erste Unterteilung geht auf die Fähigkeit ein, therapeutische Techniken umzusetzen, und die zweite beschäftigt sich mit den sog. relationalen Variablen, welche die Fähigkeit des Therapeuten beinhalten, eine Beziehung zum Klienten herzustellen, z.B. mit Hilfe der gesprächstherapeutischen Basisvariablen nach Rogers (vgl. Abs. 1.2.4.1). Im Gegensatz zu den Klientenvariablen wird der Einfluss von Therapeutenvariablen bis auf die instrumentellen Variablen, die signifikant das Therapieergebnis beeinflussen, aufgrund weniger stichhaltiger Befunde als eher geringfügig eingeschätzt (Tscheulin, 1982 zit. in Sidiropoulou, S. 188-191).

Die zeitlichen Strukturvariablen, als letzte Variablenklasse, berücksichtigen die allgemeine Therapiedauer. Eine Reihe von Forschern wie Seligman (1995) und Luborski et al. (1971) konnten in Studien belegen, dass die Therapiedauer – gemessen an der Anzahl der Therapiesitzungen – positiv mit dem Therapieerfolg korreliert. Allerdings muss hierbei der Schweregrad des Störungsbildes Berücksichtigung finden, da er über die erforderliche Behandlungsdauer entscheidet (Howard, Orlinsky & Lueger 1994 zit. in Sidiropoulou, 1998, S. 41f).

Erwartungs- und Placeboeffekte sind nach Lambert (1992, zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 59) genauso effektiv für die Veränderung der Klienten wie Modell- und Technikfaktoren. Diese tragen zu etwa 15% zur Verbesserung in der Therapie bei. Mit Erwartungs- und Placeboeffekten ist die Einstellung der Klienten, meist schon im Vorfeld der Therapie, gemeint, die mit der Hoffnung verknüpft ist, eine Verbesserung durch die Therapie und deren Methoden zu erreichen. Nach Frank und Franks Ansatz (1991, zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 28) glauben beide Therapiebeteiligten, Klient und Therapeut, in erfolgreichen Therapien an die heilende Kraft der Behandlungsformen und Behandlungsrituale.

Auf die therapeutische Beziehung wird im nächsten Abschnitt gesondert und genauer eingegangen, da sie das Kernstück dieser Arbeit bildet.

Um einen Überblick über die vielfältigen Variablen zu erhalten, die den Psychotherapieprozess zu unterschiedlichen Teilen mitbestimmen, haben Orlinsky & Howard (1986 zit. in Fuchs, 1998, S. 22) ein Allgemeines Modell von Psychotherapie (AMP), „Generic Model of Psychotherapy“, entwickelt. Das Modell zeigt sehr anschaulich das komplexe Gefüge, auf dem Psychotherapie basiert, und darüber hinaus differenziert es die Komponenten der unspezifischen Faktoren, welche am Therapieprozess mitwirken bzw. das Therapieergebnis beeinflussen. Besondere Bedeutung kommt hier dem psychotherapeutischen Prozess zu, der sechs wesentliche Aspekte, wie den therapeutischen Vertrag, therapeutische Maßnahmen, die therapeutische Beziehung, die innere Selbstbezogenheit von Patient und Klient, die unmittelbare Auswirkung der Therapiesitzung und den zeitlichen Aspekt der Therapie beinhaltet.
Über die unterschiedlichen Variablenklassen und das AMP hinaus gibt es therapeutische Modellvorstellungen zum Einfluss unspezifischer Wirkfaktoren (vgl. Frank, 1989; Bandura, 1977; Karasu, 1986; Grawe, Bernauer & Donati, 1994; Petzold, 1993; Walter, 1985). Im Rahmen des Teilaspekts der therapeutischen Beziehung werden einzelne Modelle im Abschnitt 1.2 näher beschrieben.

1.1.3 Das Verhältnis von spezifischen und unspezifischen Wirkfaktoren

Es wurde festgestellt, dass spezifische Interventionen nicht isoliert wirken, das bedeutet, sie sind mit allgemeinen Wirkfaktoren verknüpft. Unspezifische Wirkfaktoren werden durch spezifische Faktoren wie eine therapeutische Methode transportiert. Wiederum im Sinne eines ganzheitlichen Therapieverständnisses können spezifische Wirkungen nur dann zum Tragen kommen, wenn auch allgemeine Wirkfaktoren verwirklicht werden, wie z.B. eine entspannte und vertrauensvolle Atmosphäre oder eine gute therapeutische Beziehung. Dabei bleibt die Frage offen, welches therapeutische Verhalten ein günstiges Therapieklima bzw. dem Klienten ein tragfähiges Beziehungsangebot schafft (Fuchs, 1998, S. 72-78). Diese Arbeit soll u.a. zur Erforschung dieser Fragestellung beitragen.
Spezifische Anteile sind für die Wirkung von Psychotherapie, wie bereits in den vorangegangenen Abschnitten dargelegt, nicht entscheidend. Allerdings kann man durch sie auch positive Wirkungen erzielen, wenn Therapeuten ihre spezielle Methode überzeugend und konsequent vertreten. Den Klienten wird somit Glaubwürdigkeit in die Kompetenz des Therapeuten vermittelt und das Vertrauen in das therapeutische Vorgehen verstärkt (Bozok & Bühler, 1988, zit. in Fuchs, 1998, S. 73).

Wichtig ist bei dieser Diskussion festzuhalten, dass eine klare inhaltliche Unterscheidung zwischen spezifischen und unspezifischen Wirkfaktoren nicht möglich ist, allenfalls kann die Abgrenzung einer begrifflichen Orientierung dienen. Es sollte nach Zimmer (1983, S. 11) eher um die Beantwortung der Frage gehen, welche Bedingungen im Sinne eines Zusammenspiels von Techniken und Beziehungsgestaltung gegeben sein sollten, um Veränderungen bei Klienten zu erzielen.

1.2 Die therapeutische Beziehung

Der therapeutischen Beziehung kommt in der gesamten Psychotherapie eine zentrale Bedeutung zu. Der Therapieerfolg wird in starkem Maße von der therapeutischen Beziehung bestimmt, zunächst einmal völlig unabhängig von den unterschiedlichen Behandlungsformen, den Problemfeldern und den Erfolgsmassen (Ackermann & Hilsenroth, 2001; Orlinsky, Grawe & Parks, 1994; Orlinsky et al., 2004; Wampbold, 2001 zit. in Egger, 2007, S. 8). Die Qualität der Beziehung kann als gemeinsamer bzw. allgemeiner Wirkfaktor betrachtet werden. Die verschiedenen Therapieansätze stimmen mit unterschiedlicher Gewichtung darin überein, dass die Beziehungsfaktoren zu einem erheblichen Teil auf ein günstiges Therapieergebnis einwirken. Nach Lambert (1992, zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 53) sind die therapeutischen Beziehungsvariablen bis zu 30 % an einem positiven Therapieergebnis beteiligt. Über das Ausmaß dieses Zusammenhangs gibt es allerdings unterschiedliche Ansichten. So gehen z.B. Horvath & Symonds (1991 zit. in an der Heiden, 2003, S. 15) und Beutler (2003 zit. in an der Heiden, 2003, S. 15) von einem deutlich geringeren Einfluss auf das Therapieergebnis aus, und zwar von 7 und 17 %.

Auch wenn sich bis heute noch nicht klären lässt, zu welchem Anteil Beziehungsfaktoren das Therapieergebnis beeinflussen, so besteht doch der allgemeine Konsens, dass sie eine zentrale Rolle im Therapieprozess spielen und in ein komplexes Gefüge eingebettet sind (vgl. AMP von Orlinsky & Howard, 1986). Aus einer Vielzahl von Studien geht hervor, dass die Beiträge von Klient und Therapeut zur Beziehungsgestaltung für den Therapieerfolg entscheidend sind (Orlinsky et al., 2004).

Die Qualität der Beziehung resultiert nicht ausschließlich aus positiven Therapieergebnissen, die während der Behandlung zu verzeichnen sind, sondern ist als eigenständiger Faktor zu bewerten, der allein Veränderungen beim Klienten herbeiführen kann. Ebenfalls bzw. im Rückschluss entscheidet die Beziehung auch über Misserfolg der Therapie bzw. über einen frühzeitigen Abbruch der Behandlung (Beutler et al., 2004, S.

282 u. S. 288). Ebenfalls können negative Ansichten des Klienten bezüglich des Therapeuten einen wichtigen Hinweis für einen Therapieabbruch liefern (Clarkin & Levy, 2004, S. 198). Umso wichtiger scheint es auf Seiten des Therapeuten, eine positive Beziehung zum Klienten in einer frühen Phase der Therapie zu etablieren bzw. sich um ein positives Beziehungsklima zu bemühen und Schwierigkeiten, die in der Klient-Therapeut-Beziehung am Anfang der Behandlung entstehen, direkt anzusprechen und zu bearbeiten (Bachelor & Horvath, 2001 zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 144f). Insbesondere mit Blick auf die Bedeutung des Beziehungsmaßes im Verlauf der Therapie sollte die vorher beschriebene Bedingung erfüllt werden. Dies bedeutet, dass das Ausmaß der Beziehungsqualität, ermittelt zwischen der dritten und fünften Therapiesitzung, einen sicheren und einheitlichen Vorhersagewert für das Therapieergebnis liefert (Costanguay, Goldfried, Wiser, Raue & Hayes, 1996; Gaston, Thompson, Gallager, Cournoyer & Gangnon, 1998; Hersaug, Monsen, Havik & Hoglend, 2002; Regli, Bieber, Mathier & Grawe, 2000 zit. in Egger, 2007). Bei der therapeutischen Beziehung handelt es sich um den meisterforschten gemeinsamen Faktor, der Lambert zufolge (1992 zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 49f) nach den Klientenfaktoren die wichtigste Variablengruppe darstellt. Zudem liefert die Wirkgröße der Therapeut-Klient-Beziehung in Bezug auf den Therapieerfolg den empirisch fundiertesten Beleg (Czogalik, 1990, S. 14).

Enke & Czogalik (1990 zit. in Czogalik, 1990, S. 15) sind der Auffassung, dass eine tragfähige zwischenmenschliche Beziehung zwischen Klient und Therapeut das Fundament effektiver therapeutischer Interventionen ist, also Vorgehensweisen, die eine Veränderung im Sinne einer integrierbaren Neuerfahrung und Neubewertung beim Klienten erwirken. Strupp (1999, S. 14f) sieht die Bedeutung der professionellen Beziehung zwischen den Beteiligten als essenziell. Er geht davon aus, dass Klienten eine Psychotherapie aufsuchen, weil sie mit ihrem Verhalten oder eigenen zwischenmenschlichen Beziehungen unzufrieden sind und sich wünschen, diese zu verbessern. Das kann nach Strupp gelingen, indem sie sich in eine Beziehung zum Therapeuten begeben. Die therapeutische Beziehung hat demnach die Funktion, das menschliche, bei Klienten unbefriedigte Bedürfnis nach Zuneigung durch eine ihnen gut gesonnene Person zu befriedigen. Zusätzlich zur korrektiven zwischenmenschlichen Erfahrung kann der Kontakt in einer professionellen Beziehung zum Therapeuten einen Lerneffekt für den Klienten haben.

Bedingt durch die Fülle von Erkenntnissen zur therapeutischen Beziehung und die vielfältigen Facetten dieses Komplexes beschränkt sich diese Arbeit vorwiegend auf das Therapeutenverhalten bzw. auf die Therapeutenmerkmale aus der Sicht des Klienten, also

auf die Weise, in der er den Therapeuten und dessen Interventionen bezüglich des Beziehungsangebotes erlebt.

1.2.1 Definition

Es gibt bislang keine einheitliche Definition der therapeutischen Beziehung, noch nicht einmal im Bezug auf die wesentlichen Komponenten der Hilfebeziehung.
In der Literatur wird allein der Beziehungsfaktor „die therapeutische Beziehung" mit den unterschiedlichsten Begriffen umschrieben bzw. benannt. Nach Einsicht der Psychotherapieliteratur lassen sich die unterschiedlichen Definitionen der therapeutischen Beziehung darauf zurückführen, dass je nach Therapierichtung andere Schwerpunkte gesetzt wurden. Eine andere Begründung liefert die Tatsache, dass das Konstrukt der Therapeut-Klient-Beziehung komplex und vielschichtig ist, so dass es schwierig ist, einen Konsens in einer einheitlichen Formulierung zu finden. Gelso und Carter (1994 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 142) äußerten diesen Mangel und präsentierten eine sehr allgemein gehaltene Begriffsbestimmung dieses gemeinsamen Faktors: *„Die therapeutische Beziehung umfasst die Gefühle und Einstellungen, die die Beratungsteilnehmer füreinander haben, und die Art und Weise, wie sie ausgedrückt werden."* Eine detailliertere, jedoch allgemeingültige Beschreibung liefert die Definition von Orlinsky (1994a, zit. in Strauß und Wittmann, 2000, S. 74f) zum interpersonalen Aspekt: *„Das zwischenmenschliche Beteiligtsein oder die Allianz zwischen Patient(en) und Therapeut(en) beschreibt den Einfluss ihres wechselseitigen Beziehungsverhaltens auf die globale Qualität und die ‚Atmosphäre' des zwischen ihnen entstehenden dyadischen bzw. des Gruppenprozesses. Dieser wird insbesondere durch die unterschiedliche Intensität der therapeutischen Zusammenarbeit (individuelle Umsetzung der entsprechenden Rollen, Abstimmung der Interaktion) sowie des ‚individuellen Raports' (gegenseitiger Kontakt, wechselseitige Gefühlsbeteiligung) charakterisiert"*. Im „Handbook of Psychotherapy and Behavior Change" (2004, S. 319) führen Orlinsky & Hill diese Definition noch genauer aus. Die Begriffsbestimmung von Orlinsky dient in diesem Rahmen als Arbeitsdefinition.

1.2.2 Wichtige Komponenten

Die therapeutische Beziehung umfasst eine Vielzahl von Beziehungskomponenten. Eines der wichtigsten Kriterien stellt die therapeutische Allianz bzw. die Arbeitsbeziehung zwischen Klient und Therapeut dar. Oftmals wird der Begriff der therapeutischen Allianz

als Synonym für die Klient-Therapeut-Beziehung verwendet, an anderer Stelle hebt er den Aspekt der Arbeitsbeziehung hervor. In diesen Ausführungen wird der Begriff als Synonym gebraucht. Gaston (1990 zit. in Lambert & Ogles, 2004, S. 174) fasst vier Aspekte, die überwiegend mit gegenwärtigen Einstufungsskalen gemessen werden, unter das Konstrukt „therapeutische Allianz“:

(1.) „die affektive Beziehung des Klienten zum Therapeuten,
(2.) die Fähigkeit des Klienten, zielstrebig in der Therapie arbeiten zu können,
(3.) das empathische Verständnis und Engagement des Therapeuten und
(4.) die Übereinstimmung von Klient und Therapeut hinsichtlich der Ziele und Aufgaben der Therapie.“

Der zuletzt genannte Aspekt gilt als ein generelles Wirkelement in der therapeutischen Beziehung (Orlinsky et al., 2004, S. 350). Nach Horvath & Symonds (1991 zit. in Asay & Lambert 2001, S. 56) nimmt die Qualität der therapeutischen Allianz 26% des Therapieerfolges für sich in Anspruch. Das Bündnis ist ein geeigneter Prädiktor für ein positives Endergebnis, unabhängig von der Art des angewandten psychotherapeutischen Verfahrens. Die therapeutische Allianz wird als notwendige, jedoch nicht als hinreichende Bedingung angesehen, um Persönlichkeitsveränderungen zu erwirken. Allianz-Einstufungsskalen beinhalten zudem eine starke Betonung von Patientenvariablen und konzentrieren sich zunehmend auf die Fähigkeit der Klienten, sich konstruktiv in die Therapie einzubringen (Lambert & Ogles, 2004, S. 174). Grundsätzlich beeinflusst die Fähigkeit und das Verhalten von Klient sowie Therapeut das therapeutische Bündnis, wenn sie miteinander in Interaktion treten.

1.2.3 Förderliche Therapeutenvariablen

Im Hinblick auf die Ziele der empirischen Untersuchung soll im Weiteren der Schwerpunkt auf solche Therapeutenvariablen gelegt werden, die vor allem durch die dritte Komponente der therapeutischen Allianz angesprochen werden. Es geht demnach um förderliche Einstellungen und Interventionen des Therapeuten, welche vom Klienten als hilfreich und wichtig für die therapeutische Beziehung erachtet werden und einen positiven Einfluss auf das Behandlungsergebnis nehmen.
Für die Erforschung von hilfreichen instrumentellen Therapeutenfaktoren wurde in der Vergangenheit eine Vielzahl von Messinstrumenten verwendet. Einen Überblick über diese Skalen, über die untersuchten Komponenten sowie über die Perspektiven, aus denen die

Bewertung erfolgte, zeigt die Tabelle 4.2 „Most frequently Used Measures“ im „Handbook of Psychotherapy and Behavior Change“ (Hill & Lambert, 2004, S. 92).

Im Folgenden sollen allgemeine Charakteristika des Therapeutenverhaltens angeführt werden, welche teilweise unabhängig von der therapeutischen Ausrichtung Gültigkeit haben. Manche der hier aufgeführten Therapeuteneigenschaften bzw. Therapeuteninterventionen werden in den nachfolgenden Abschnitten vertieft.

Es gibt eine Reihe von förderlichen Qualitäten, welche von therapeutischer Bedeutung sind. Ein wesentliches Merkmal, das mit dem Therapieerfolg korreliert, stellt das Konstrukt „Verständnis und Engagement“ (Gaston & Marmar, 1994 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 148) oder „Wärme und Freundlichkeit“ (Gomes-Schwartz, 1978 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 148) dar. Diese Elemente stehen zudem in einem positiven Zusammenhang mit der Klientenzufriedenheit. In 13 Studien zwischen 1992 und 2001 wurde sowohl das Engagement als auch die Glaubwürdigkeit des Therapeuten in Beziehung zum jeweiligen Therapieausgang betrachtet. Diese und ältere Ergebnisse aus weiteren 39 Untersuchungen belegen einen positiven Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen und dem Therapieresultat (Orlinsky et al., 2004, S. 347f). Darüber hinaus haben auch ähnliche Qualitäten des Therapeuten einen positiven Einfluss auf das Therapieergebnis. Klienten, die ihren Therapeuten als „einfühlsam-emphatisch, als verständnisvoll und akzeptierend, als für das Wohl des Patienten engagiert, als vertrauenswürdig und zuverlässig, als warm und unterstützend und als kompetent“ charakterisierten, erzielen die besten Therapieergebnisse (vgl. Orlinsky, Grawe & Parks, 1994; Bohart, Elliot, Greenberg & Wotson, 2003; Horvath & Bedi, 2003; Lambert & Barley, 2003 zit. in Grawe, 2004, S. 404). Lambert (1994 zit. in Fuchs, 1998, S. 9) entnahm wiederum ähnliche Therapeutenmerkmale aus Klienteneinschätzungen, die ebenfalls in einem positiven Zusammenhang mit ihrem Therapieerfolg standen. Diese kennzeichneten ihren Therapeuten überwiegend als „verständnisvoll, ermutigend, sensibel, ehrlich, interessiert usw.“.

Die Ergebnisse zu Interventionen der Therapeuten sind weniger einheitlich und eindeutig. Unter Interventionen versteht man Strategien und therapeutische Vorgehensweisen, die vom Therapeuten angewandt werden und an unterschiedliche Therapieformen angelehnt sein können (Beutler et al., 1994 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 149). Folgende Interventionen konnten nicht eindeutig, sondern nur differenziert einen positiven Einfluss auf das Therapieergebnis belegen oder ihre Wirkgröße wurde durch neuere Studien widerlegt: Rat geben, direktives Vorgehen, Reflexion, offene Fragen, Unterstützung im

Sinne von Ermutigung, Selbstoffenbarung des Therapeuten und Deutungen (vgl. Bachelor & Horvath, 2001, S. 149ff).

Da vermutlich die verschiedenen Klienten-Typen unterschiedlich auf das jeweilige therapeutische Vorgehen reagieren, lassen sich keine allgemeinen bzw. einheitlichen Schlüsse bezüglich der Therapeuteninterventionen auf das Therapieergebnis ziehen. Zudem kann laut Beutler et al. (1991 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 149) die Wirkung von Interventionen möglicherweise über vielfältige Klienten- und Therapeutenvariablen transportiert werden. Auch erfordert die Art und Ausprägung des individuellen Krankheitsbildes spezifische Techniken für das jeweilige positive Therapieergebnis. Dementsprechend zeigte sich bei depressiven Klienten, welche zum Widerstand neigten, direktives Therapeutenverhalten als nützlich; nichtdirektives Vorgehen war wiederum bei denjenigen Patienten hilfreich, die nicht viel Widerstand zeigten. Die Motivation im Zusammenhang mit der Stabilität des Selbstkonzeptes des Klienten bedarf ebenfalls eines spezifischen Therapeutenverhaltens: so stellten sich erklärende Interventionen für motivierte Klienten mit stabilem Selbstbild als günstiger und bei der gegenteiligen Fallkonstruktion unterstützendes Vorgehen als geeigneter heraus (Horowitz, Marmar, Weiss, De Witt & Rosenbaum, 1984 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 149).

Es kann somit zusammengefasst werden, dass effektive Therapeuten sich dadurch auszeichnen, „dass sie spezifische Methoden anwenden, tragfähige Beziehungen anbieten und sowohl unterschiedliche Methoden als auch Beziehungsangebote differenziert an der individuellen Person und am jeweiligen Rahmen ausrichten“ (Norcross, 2002, zit. in Loth, 2003). Diese Forderung wird auch von Bachelor und Horvath (2001, S. 151) benannt. Durch die unterschiedliche Aufgeschlossenheit der Klienten sollten die spezifischen Interventionen auf die individuelle Persönlichkeit und Situation der Klienten abgestimmt werden.

Loth (2003) stellt die wichtigsten Erkenntnisse des Buches von Norcross (2002) in einem Überblick dar. Dabei beziehen sich die Ergebnisse auf zwei vorgegebene Ziele: Zum einen auf die Identifikation effektiver Bestandteile einer therapeutischen Beziehung und zum anderen auf die Bestimmung wirksamer Methoden, so dass diese in der Therapie auf die Klienten individuell zugeschnitten werden können.

Die erforschten wirksamen Elemente, die in einem signifikanten Zusammenhang mit einer günstigen therapeutischen Beziehung stehen, werden unterteilt in „effektiv und vielversprechend“. Beide Aspekte werden jeweils im Hinblick auf die Passung zwischen der therapeutischen Beziehung und den individuellen Klienten analysiert und die

Ergebnisse dargestellt. Unter Passung wird in diesem Kontext das „individuelle Eingehen des Therapeuten auf die Besonderheiten des Klienten“ verstanden (Loth, 2003).

Zu den so genannten effektiven Elementen zählen die therapeutische Beziehung an sich, der spezielle Aspekt der Gruppenkohäsion, Empathie sowie der Zielkonsens und die Kooperation zwischen Klient und Therapeut. Diese als wirksam deklarierten Aspekte sind in Bezug auf die spezifische Situation des Klienten der erfolgreiche Umgang des Therapeuten mit Widerstand, mit funktionellen Beeinträchtigungen sowie mit dem Copingstil des Hilfesuchenden. Loth (2003) entnimmt dem Herausgabewerk von Norcross (2002) eine Reihe von vielversprechenden Elementen, die leider undifferenziert bzw. nicht genau erläutert werden: Als vielversprechende Therapeutenfaktoren werden die positive Zuwendung zum Klienten und das kongruente Verhalten bezeichnet. Weiterhin vielversprechend bezüglich der positiven Wirkung auf das Behandlungsergebnis sind Interventionen des Therapeuten, wie dem Klienten eine Rückmeldung über sein Verhalten etc. geben, persönliche Mitteilungen des Therapeuten und die Verwendung beziehungsrelevanter Interpretationen. Bachelor & Horvath (2001, S. 159) präzisieren den Einfluss von Interpretationen. Nach Critis-Christoph, Demorest & Connolly (1990), Luborsky & Critis-Christoph (1990) und Singer (1985) sind bei einigen Klienten Deutungen effektiv, die zentrale Beziehungsmuster des Hilfesuchenden thematisieren, wie die Beziehung zu anderen Mitmenschen oder zum Therapeuten bzw. nach Norville, Sampson & Weiss, (1996) und Weiss (1986) „zentral falsche oder fehlangepasste Annahmen, die der Klient in der Therapie zu überwinden sucht“. Diese Art von Interpretation kann deshalb als wirksam gelten, weil damit eine stärkere emotionale Involvierung des Klienten erreicht wird, welches sich wiederum günstig auf die Beziehung zwischen Klient und Therapeut auswirken kann.

Als weitere vielversprechende Elemente nennt Loth (2003) den adäquaten Umgang des Therapeuten mit Unterbrechungen der therapeutischen Allianz sowie den Umgang mit Gegenübertragung. Vielversprechende Aspekte, welche die Besonderheiten des Klienten berücksichtigen, sind das spezielle Eingehen auf die Veränderungsmotivation, Erwartungen und Vorlieben. Als letzter vielversprechender Aspekt wird nochmals das Copingverhalten des Klienten angesprochen.

1.2.4 Die Klientenperspektive

Um die therapeutische Beziehung erforschen zu können, ist die Sicht des Klienten von zentraler Bedeutung. Elliott und James (1989 zit. in Jacob, 1992, S. 32) betonen, dass der

therapeutische Prozess und damit auch das therapeutische Bündnis von Klient und Therapeut erst dann umfassend verstanden und erforscht werden kann, wenn genügend Informationen über das subjektive Erleben des Klienten bekannt sind. Das Therapeutenverhalten und spezifische Interventionen erzielen eine ganz bestimmte individuelle Wirkung beim Hilfesuchenden, unabhängig davon, wie sie objektiv eingeschätzt werden oder beabsichtigt sind. Oftmals erkennen Klienten die Intention des Therapeuten bezüglich der Beziehungsgestaltung nicht bzw. nehmen diese anders war (Hill, Helms, Spiegel & Tichenor, 1988; Hill & O'Grady, 1985; Horvath, Marx & Kaman, 1990 zit. in Bachelor und Horvath, 2001, S. 145).

Demnach kommt dem Erfassen des aktuellen und subjektiven Erlebens des Klienten eine zentrale Funktion zu. Erst dadurch wird es ermöglicht, die therapeutischen Interventionen auf die individuellen Erfahrungen zuzuschneiden und allgemeingültige Feststellungen hieraus abzuleiten (Elliott & James, 1989 zit. in Fuchs, 1998, S. 91).

Ein wichtiger Faktor, der ebenfalls für die Erforschung des therapeutischen Bündnisses aus der Perspektive des Klienten spricht, ist der, dass der Beziehungsbeitrag des Therapeuten über unterschiedliche Behandlungskontexte hinweg besonders dann konsistent mit einem positiven Therapieergebnis verbunden zu sein scheint, wenn er durch den Klienten selbst und nicht durch externe Beobachter eingeschätzt wird (Orlinsky et al., 2004, S. 282). Auch in Bezug auf die Allianzbewertung, die am Anfang und zwischenzeitlich in der Therapie durch den Klienten abgegeben wurde, konnte festgestellt werden, dass sie in einem deutlichen Zusammenhang zum Behandlungserfolg steht (Krupnick et al., 1996 zit. in Asay & Lambert, 2001, S. 57).

Wichtig ist ebenfalls herauszustellen, dass es aus Sicht des Klienten und Therapeuten unterschiedliche Wahrnehmungen bezüglich der therapeutischen Beziehung gibt (z.B. Golden & Robbins, 1990 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 145). Die geringe Übereinkunft bei der Einschätzung der Bündnisqualität sieht Mallinckrodt (1991 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 145) in der Orientierung an unterschiedlichen Bezugspunkten von Klient und Therapeut. Während z.B. Therapeuten für den Therapieerfolg die Klientenbeiträge hervorheben, machen Klienten eher Therapeutenkomponenten bzw. -verhaltensweisen wie bereitgestellte Unterstützung, Wärme, Mitgefühl und emotionales Engagement für die Qualität der Beziehung verantwortlich (z.B. Bachelor, 1991 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 146).

1.2.5 Die therapeutische Beziehung aus unterschiedlicher Sicht

Im Folgenden möchte ich die therapeutische Beziehung und deren Bedeutung vom Standpunkt der jeweiligen Therapierichtung erläutern. Es werden bevorzugt die Dimensionen des Bündnisses von Klient und Therapeut näher beschrieben, die für meine Arbeit und insbesondere mit Hinblick auf die empirische Studie relevant sind. Überwiegend werden die für die jeweilige Therapie- bzw. Beratungsform charakteristischen Elemente vorgestellt.

1.2.5.1 Die klientenzentrierte Beratung nach Rogers

In der Gesprächspsychotherapie bzw. in der klientenzentrierten Beratung kommt der Qualität der Beziehung eine entscheidende Bedeutung zu. Carl R. Rogers sieht die Beziehung zwischen Berater und Klient selbst als wirksames Element, um Persönlichkeitsveränderungen beim Hilfesuchenden zu erzielen. Er geht davon aus, dass bestimmte Einstellungen bzw. Grundhaltungen des Beraters Veränderungen beim Klienten herbeiführen können. Voraussetzung hierfür ist immer, dass dem Klienten diese Einstellungen während der Beratung nähergebracht werden müssen bzw. erfahrbar sind (Rogers, 2004, S. 22).
Rogers benannte 1957 sechs Voraussetzungen für ein förderliches Beziehungsklima, welche Persönlichkeitsveränderungen beim Klienten erwirken können. Diese Auflistung enthält zudem ein Beziehungskonzept, in dem er die Grundlagen hilfreicher Beziehungen beschreibt:

„1. Klient und Ratsuchender müssen einen psychischen Kontakt zueinander haben.
2. Die eine Person, der Ratsuchende befindet sich in einem Zustand der Angst, der Disharmonie, der Verletzbarkeit.
3. Der Berater muss in der Beratungssituation flexibel, natürlich und ausgeglichen, d. h. kongruent und in die Beziehung integriert sein.
4. Der Berater muss unbedingt eine positive Einstellung gegenüber dem Klienten aufbringen, er muss ihn akzeptieren.
5. Der Berater muss Einfühlung in die psychische Situation, d.h. ein emphatisches Verstehen des inneren Bezugsrahmens des Klienten entwickeln und er muss dieses Verständnis dem Ratsuchenden mitteilen können.

6. Diese Mitteilung muss so individuell gestaltet sein, dass der Klient sie wahrnehmen und erfahren kann, d. h. die Basisvariablen müssen transparent sein.“ (Rogers, 1957 in Brem-Gräser, 1993, S. 84)

Die drei hier enthaltenen Beziehungsvariablen – Empathie, Wärme oder Akzeptanz und Echtheit oder Authentizität – werden von Rogers als notwendige und ausreichende Wirkgrößen für den Beratungserfolg gesehen (Nestmann, 2004, S. 792). Diese zentralen Grundhaltungen bedingen sich in ihrer Wirksamkeit gegenseitig, gehören demnach zusammen und bauen aufeinander auf (Brem-Gräser, 1993, S. 85). Zahlreiche empirische Studien konnten in der Vergangenheit belegen, dass die Basisvariablen nach Rogers bei Hilfe bedürftigen Personen positive Veränderungen herbeiführen können (Saschße, 1999 zit. in Straumann, 2004, S. 648). Um die Beziehungsfaktoren nach Rogers genauer zu erläutern, werden im Folgenden die einzelnen Kernbedingungen Empathie, Wertschätzung und Kongruenz kurz beschrieben, auf die Wirkung der Therapeuteneinstellungen auf den Klienten eingegangen und zudem jeweils empirische Befunde angeführt.

Unter Empathie versteht Rogers das Einfühlungsvermögen des Beraters in die Gefühls- und Problemlage des Klienten. Der Berater ist demnach angehalten, sich in die Rolle der Hilfe suchenden Person hineinzuversetzen, ihre Gefühlswelt zu verstehen und den nachvollzogenen Sinngehalt dem Klienten zu vermitteln.

Es kann davon ausgegangen werden, dass allein die Intention des Beraters, seinen Klienten verstehen zu wollen bzw. dieses zu versuchen, vom Hilfesuchenden wahrgenommen wird. Die gezeigte Anteilnahme und Einfühlung kann somit positiv auf die Berater-Klient-Beziehung Einfluss nehmen (Brem-Gräser, 1993, S. 85f). Ebenfalls teilt sich dem Klienten durch diese Bemühung „die Wertschätzung mit, ... und vermittelt ihm das Gefühl, dass der Berater seine Empfindungen und Ansichten als etwas ansieht, das wert ist, verstanden zu werden“ (Rogers, 2004, S. 217). Darüber hinaus stärkt die Empathie des Therapeuten das Vertrauen des Klienten in seine Fähigkeit, sich verständlich zu machen bzw. seinen Gefühlen und Sorgen adäquat Ausdruck zu verleihen. Nachdem Rogers 1957 die Kernbedingungen seines theoretischen Konzeptes veröffentlichte, beschäftigten sich eine Menge empirischer Untersuchungen mit dem einfühlenden Verstehen des Therapeuten. Allerdings ging die Anzahl der Studien, die sich mit diesem Aspekt im Zeitraum von 1992 bis 2001 befassten, rapide zurück. Der Grund für diese Abnahme liegt darin, dass diese Beziehungsvariable als allgemeiner Wirkfaktor anerkannt ist und demnach in einem klaren Bezug zum Therapieerfolg steht. Diese Basisvariable wurde zuletzt in einer Metaanalyse von Bohart und Kollegen im Jahre 2002 bestätigt (Orlinsky et al., 2004, S. 350).

Abschließend möchte ich noch eine Studie von Bachelor (1988 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 151) erwähnen, in der er zwischen zwei unterschiedlichen Klienten-Typen unterscheidet, die jeweils eine kognitiv und eine affektiv getönte emphatische Kommunikation des Therapeuten als hilfreich einschätzen und demnach bevorzugen. Dieses Ergebnis zeigt, dass das Empathieverhalten des Therapeuten aus der Perspektive des Hilfesuchenden kein einheitliches Konstrukt darstellt, welches als nützlich erachtet wird. Um dem individuellen Bedürfnis des Klienten gerecht zu werden und die Therapieeffektivität zu erhöhen, müsste laut Dolan et al. (1993 zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 153) der Therapeut ein flexibel einsetzbares Repertoire von Beziehungshaltungen zur Verfügung haben, um es auf die jeweiligen Klientenbedürfnisse abstimmen zu können.

Ein zweites wesentliches Element in der Beziehungsgestaltung zum Klienten ist die Wertschätzung. Der Klient soll vom Berater wertgeschätzt und so angenommen werden, wie er ist, ohne spezielle Anforderungen bzw. Bedingungen erfüllen zu müssen. Durch das unbedingte Akzeptieren von Seiten des Beraters kann es dem Klienten gelingen, sich zu öffnen und auch verborgene Erfahrungen oder Problembereiche zuzulassen und anzusprechen (Brem-Gläser, 1993, S. 87ff). Nach Binder & Binder (1979 zit. in Brem-Gläser, 1993, S. 89) wird durch die positive Wertschätzung die Selbstachtung des Klienten erhöht und die Beziehung wird somit konstruktiv erfahrbar. Aus früheren Studien ergaben sich insgesamt 151 Befunde, welche einen positiven Zusammenhang zwischen dem wertschätzenden Therapeutenverhalten und dem Therapieergebnis aufzeigen. Diese Wirkung auf den Therapieerfolg konnte immer dann in besonderem Maße festgestellt werden, wenn aus Klientensicht die unbedingte Wertschätzung des Therapeuten erfolgte (Orlinsky, 2004, S. 353).

Eine dritte Variable stellt die Kongruenz dar, welche die Echtheit des Beraters betont, das heißt, der Berater sollte der Hilfe suchenden Person authentisch und ehrlich gegenübertreten, ohne sich hinter einer (professionellen) Maske zu verstecken. Der Berater sollte sich seinen Empfindungen bewusst sein und diese, wenn es angebracht ist, auch äußern. Rogers geht davon aus, dass der Klient die Ehrlichkeit und Echtheit des Beraters spürt und sich auf diese Weise besser öffnen kann bzw. erreichbarer und der Beratungserfolg somit größer wird. Rogers beurteilt diese Einstellung als die grundlegendste unter den Basisvariablen in Bezug auf die Beziehungsqualität. Gleichzeitig schätzt er die Umsetzung dieser Grundhaltung im Gegensatz zur Erfüllung der anderen beiden Bedingungen jedoch als schwierig ein, weil diese voraussetzt, eigene Gefühle zuzulassen bzw. sich diesen bewusst zu sein und einen sensiblen Umgang mit dem Klienten zu pflegen (Rogers, 2004, S. 30ff). Aus 35 Studien zwischen 1950 und 1992, aus

drei Untersuchungen zwischen 1992 und 1996 sowie aus zwei Meta-Analysen im Jahre 2001 und 2002 geht hervor, dass die Therapeutenvariable Kongruenz manchmal, aber nicht konsistent in Beziehung zu einem positiven Therapieergebnis steht (Orlinsky et al., 2004, S. 355).

Nach den vorigen Ausführungen zu urteilen, gelten die beschriebenen Basisvariablen grundsätzlich als wesentliche und notwendige Indikatoren für eine erfolgreiche Beratung. Aus diesem Grund bilden sie neben dem personenzentrierten Ansatz auch die Basis für viele andere Beratungskonzepte. Durch Carkhuff (1969) wurden noch zusätzliche Beziehungsdimensionen angeführt, wie Unmittelbarkeit, Konkretheit und Konfrontation, die ich an dieser Stelle nicht weiter ausführe, sondern auf die ich lediglich verweisen möchte (Nestmann, 2004, S. 792f).

1.2.5.2 Der lösungsorientierte Ansatz nach de Shazer

Studien zum lösungsorientierten Ansatz zeigen, dass die therapeutische Beziehung auch in dieser Methode von zentraler Bedeutung ist und die Voraussetzung für den Einsatz lösungsorientierter Techniken darstellt (An der Heiden, 2003, S. 20). Aus Klientensicht, die in Effektivitätsstudien erhoben wurde, wird die Berater-Klient-Beziehung sogar als das hilfreichste Element erachtet (Miller, Hubble & Duncan, 2000, zit. in Bamberger, 2004, S. 742). Zudem schätzen Klienten ein respektvolles, sorgendes Therapeutenverhalten und einen Berater, der sich Zeit zum Zuhören nimmt (Shilts et al, 2007 zit. in an der Heiden, 2003, S. 18f) sowie die Unterstützung und die Bestätigung von Seiten des Beraters (Lee, 1997 zit. in an der Heiden, 2003, S. 19).

Eine bedeutsame Technik, die zu einer tragfähigen Beziehung zwischen Ratsuchendem und Berater beitragen kann, indem sie die Wertschätzung des Klienten fördern, stellen für Bamberger (2004, S. 742) Komplimente dar. Ratsuchende, die mit weniger und großem Erfolg ihre Therapie beendeten, bewerten diese lösungsorientierte Methode als das hilfreichste Therapie-Element (Allmaier, 2002, S. 54).

Die Zusammenarbeit zwischen Berater und Klient bildet im lösungsorientierten Ansatz ein Grundprinzip. Eine gute Arbeitsbeziehung kann nach Berg (2006, S. 58) Motivation, Zusammenarbeit und Offenheit beim Ratsuchenden erwirken. Beide Teilnehmer werden als Experten für ihre Bereiche gesehen: der Klient für sein Leben, seine Probleme und Ziele etc. (durch diese Sicht auf den Klienten wird ihm Anerkennung, Würde und Kompetenz zugesprochen) und der Berater für die Gesprächsführung und die Schaffung der Rahmenbedingungen, um Lösungen im Beratungsprozess herbeizuführen. Demnach ist

es Aufgabe des Beraters, in der Beziehung eine Kooperation aufzubauen (Berg, 2006, S. 22 u. 59). In diesem Kontext zeigte eine Studie von Preckel & Sauerwald (1997 zit. in an der Heiden, 2003, S. 19), „dass das Bemühen des Therapeuten um Ankoppelung und Stärkung, sowie die Achtung der Autonomie und der Ziele des Klienten in Kombination mit dem Bemühen des Therapeuten, für den Klient konkret hilfreich zu sein, mit einer hohen Qualität der Beziehung einhergeht".

Grundsätzlich sehen die Begründer des lösungsorientierten Ansatzes die Berater-Klient-Beziehung als Grundlage für therapeutische Veränderungen, allerdings erwirkt die therapeutische Beziehung selbst keine Besserung, sondern die Problemlösung als solche. Die Interventions- bzw. Beziehungsgestaltung des Beraters orientiert sich in diesem Ansatz an dem Konzept der Beziehungstypen: Kunden-, Klagenden- und Besucher-Beziehung (vgl. Berg, 2006, S. 37-44).

1.2.5.3 Verhaltenstherapie

In der kognitiven Verhaltenstherapie kommt der therapeutischen Beziehung, welche in der Anfangsphase der Therapie zu etablieren ist, ebenfalls eine wichtige Bedeutung zu. Allerdings wurde dieser Aspekt erst sehr spät als notwendiges Element entdeckt (Borg-Laufs, 2004, S. 637).

In der Therapeut-Klient-Beziehung wird vor allem die angstreduzierende Wirkung des Therapeuten, der Therapeut als Verstärker und als Modell hervorgehoben (vgl. Zimmer, 1983). Einen anderen bedeutenden Aspekt betont Schindler (1991, S. 19). Aus einer frühen Studie im Jahre 1976 von Alexander, Barton, Schiavo & Parsons lässt sich schließen, dass über zentrale Beziehungsfertigkeiten, wie Wärme, Humor etc. auch Strukturierungsvariablen in Verbindung mit den erst genannten Therapeutenmerkmalen für den Behandlungserfolg entscheidend sind. Nach Alexander und Kollegen bilden die strukturierenden und direktiven Verhaltensweisen die Grundlage für die Entfaltung der Beziehungsvariablen. Das direktive Vorgehen ist insofern förderlich, als die Struktur, Anleitung und die Transparenz, die der Therapeut dem Klienten im Gesprächsverlauf vermittelt, eine strukturierende und zur Mitarbeit motivierende Funktion hat (Schindler, 1991 zit. in Fuchs, 1998, S. 68).

Der heutige Stand der Forschung offenbart, dass diese Ergebnisse in ihrer Allgemeingültigkeit so nicht mehr bestätigt werden können. Neuere Studien belegen den Zusammenhang zwischen der Wirkung des direktiven Therapeutenverhaltens und der Ausprägung des Klienten-Widerstandes (Beutler et al., 2004, S. 249f).

1.2.5.4 Der Ansatz nach Grawe

Im Kontext seines Allgemeinen Psychotherapie-Konzeptes hat Grawe (2000, S. 315f) zwei umfangreichen Meta-Analysen vier wesentliche Wirkprinzipien entnommen: Ressourcenaktivierung, Problemaktualisierung, Problembewältigung und die motivationale Klärung. Grawe (1998, S. 134f) betrachtet die Therapiebeziehung vor allem unter der Ressourcenperspektive. Unter dem gut fundierten Wirkfaktor der Ressourcenaktivierung, versteht Grawe et al. Folgendes: „Eine Fülle über die verschiedensten Therapieformen und -settings verteilter Forschungsergebnisse weist darauf hin, dass man Patienten besonders gut helfen kann, indem man an ihre positiven Möglichkeiten, Eigenarten, Fähigkeiten und Motivationen anknüpft, indem man die Art der Hilfe so gestaltet, dass der Patient sich in der Therapie auch in seinen Stärken und positiven Seiten erfahren kann“ (Grawe & Grawe-Gerber, 1999, S. 67). Grawe (1998, S. 134f) ist der Ansicht, dass die therapeutische Beziehung von Seiten des Therapeuten vorrangig unter der Ressourcenperspektive gestaltet werden sollte, so dass die Therapiebeziehung selbst zu einer positiven Ressource für den Klienten werden kann. In diesem Aspekt sieht Grawe den Ausgangspunkt für jede Veränderung des Klienten und somit für positive Behandlungsergebnisse. Um das Bündnis zwischen Therapeut und Klient für diesen als positive Ressource erfahrbar zu machen, müssen im Hinblick auf die therapeutische Beziehung und das Therapeutenverhalten bestimmte von Schulte (1996 zit. in Grawe, 1998, S. 135) zusammengefasste Bedingungen erfüllt sein: „Der Therapeut sollte auf den Patienten professionell und als kompetenter Experte wirken. Beide Forderungen ergeben sich aus der Bedeutung der Induktion positiver Besserungserwartungen. Sie begründet auch, dass der Therapeut als Person einen glaub- und vertrauenswürdigen Eindruck auf den Patienten machen muss. Der Patient sollte sich vom Therapeuten wertgeschätzt fühlen und das Gefühl haben, dass dieser auf seiner Seite steht. Er sollte sich von ihm in seinen eigenen Anliegen verstanden und unterstützt fühlen. Er sollte das Gefühl haben, dass der Therapeut und er die gleichen Ziele verfolgen, dass die Therapie seinen eigenen Anliegen dient, dass in der Therapie nicht über ihn verfügt und bestimmt wird, sondern dass er Herr seiner selbst bleibt.“ Die zuvor genannten Merkmale einer guten Therapiebeziehung verfolgen das Ziel, das Selbstwertgefühl des Klienten zu stärken und das Bindungs- und Kontrollbedürfnis des Ratsuchenden zu befriedigen (Grawe, 2004, S. 404f). Zudem erhöhen die positiven Erfahrungen des Klienten, die im Therapieprozess mit dem Therapeuten gemacht werden können, das Vertrauen in den Helfer. Von Bedeutung ist auch, dass das Bestärken der

Ressourcen des Klienten die Aufnahmebereitschaft für Veränderungsvorschläge und seine aktive Mitwirkung in der Therapie wachsen lässt (Sanders, 2004, S. 802).
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Therapeut alle vom Klienten mitgebrachten Ressourcen und schlummernden Bereitschaften und Möglichkeiten aktivieren sollte, um sie für den Therapieprozess nutzbar zu machen (Grawe, 1998, S. 135).

1.2.5.5 Der Ansatz von Petzold

Aus einer konzeptanalytischen Untersuchung, welche auf 120 Studien basiert, entnimmt Hilarion Petzold (1993, zit. in. Fuchs, 1998, S. 37ff) allgemeine Wirkfaktoren, die teilweise auch beziehungsrelevante Variablen enthalten. Neben den Basisvariablen von Rogers, den „Hilfen bei der praktischen Problem- und Lebensbewältigung“ sowie der „Förderung emotionalen Ausdrucks, rationaler Einsicht, kommunikativer Kompetenz“ etc. (vgl. Petzold 1993, zit. in. Fuchs, 1998, S. 37f) werden in der Auflistung auch Faktoren wie „emotionale Stütze“ an zweiter und „Erarbeitung von positiven Zukunftsperspektiven an letzter Stelle genannt“.
Unter „emotionaler Stütze“ werden Variablen wie „Akzeptanz, Entlastung, Trost, Ermutigung, positive Zuwendung, insbesondere Förderung positiver selbstreferentieller Gefühle, z.B. Selbstwertgefühl, Selbstsicherheit, Selbstvertrauen, was eine Reduktion negativer selbstreferentieller Gefühle erforderlich macht“ verstanden. Die „Erarbeitung von positiven Zukunftsperspektiven“ umfasst den „Aufbau und die Bekräftigung von Hoffnung und Plänen sowie den Abbau von Katastrophenerwartungen“. Petzold spricht den angeführten allgemeinen Wirkfaktoren eine bedeutende Rolle für alle Therapien zu, sofern diese Faktoren „in einer spezifischen, situativen Zupassung ...“ untereinander verknüpft werden (Petzold 1993, S. 998, zit. in. Fuchs, 1998, S. 38).
Unabhängig von Petzolds Modell wurden diese Faktoren, welche in einem Zusammenhang mit dem Beziehungsaufbau bzw. der -gestaltung stehen, auf ihre Wirkung geprüft. Variablen wie emotionale Entlastung/Katharsis, geistig-seelische Verfassung (Unterstützung/ Ermutigung/Hoffnung) etc. haben in einer Vielzahl von Studien überwiegend positive Auswirkungen auf das Therapieergebnis bewiesen. In insgesamt sieben Untersuchungen zu den beiden zuvor genannten Faktoren konnte ebenfalls ein positiver Zusammenhang mit Klientenerfolgen gezeigt werden (Orlinsky et al., 2004, S. 357f).

1.2.6 Therapeutische Beziehung im Kontext von Beratung

Auch wenn der Psychotherapie und der Beratung unterschiedliche Denkmodelle zugrunde liegen (Psychotherapie ist in erster Linie eine auf psychische Störungen bezogene Heilbehandlung, Beratung hingegen versteht sich als Unterstützung bei Planungen, Entscheidungen und Bewältigungen von lebensweltnahen Problemen), so haben sie vor allem auf der Handlungsebene Gemeinsamkeiten (Engel, Nestmann & Sickendiek, 2004, S. 36f). Das Konzept von Rogers oder die systemische Familientherapie nach Minuchin z.B. finden in Psychotherapie und Beratung Anwendung (Großmaß, 2004, S. 89f). Ebenfalls wird dem zwischenmenschlichen Aspekt bei beiden Interventionsformen – der Psychotherapie und der Beratung – eine zentrale Bedeutung beigemessen, die sich dadurch ergibt, dass Helfer und Hilfesuchende für die Zeit der Beratung bzw. Therapie eine Beziehung eingehen, die durchaus förderlich für den Klienten sein kann (Sanders, 2004, S. 791ff).

In diesem Kontext ist wiederum die Gemeinsamkeit von Psychotherapie und Beratung wichtig festzuhalten. Bei beiden Unterstützungsformen handelt es sich um eine zwischenmenschliche Interaktion und Kommunikation, welche von zentraler Bedeutung für den Hilfeprozess ist.

Da es bereits eine Vielzahl von Veröffentlichungen zur Psychotherapie-Forschung gibt, habe ich mich hauptsächlich aus diesem Bereich der Literatur bedient.

1.3 Die E-Mail-Beratung

Die E-Mail-Beratung stellt das am meisten verbreitete und genutzte Instrument der Online-Beratung dar. Sie hat sich seit 1995 in Deutschland sowohl als selbstständiges als auch ergänzendes Angebot zur Face-to-Face-Beratung etabliert. Pionier auf diesem Gebiet war die Telefonseelsorge, welche als erste Einrichtung Beratung per Internet anbot (Knatz & Dodier, 2003, S. 15f). Mittlerweile gibt es eine Fülle von Online-Portalen und virtuellen Beratungsstellen in Deutschland, die u.a. E-Mail-Beratung bereitstellen. Eine Übersicht dieser Anlaufstellen findet man z.B. unter www.beranet.de (ein Anbieter, der Systemlösungen für Online-Beratungsstellen etc. zur Verfügung stellt).

1.3.1 Definition, Arten und Anfragtypen der E-Mail-Beratung

Die E-Mail-Beratung basiert auf einer asynchronen computervermittelten Kommunikation (Döring, 2003, S. 49). Das bedeutet, dass die an der E-Mail-Beratung Beteiligten, der professionelle Helfer und der Klient, nicht zeitgleich und an einem einheitlichen Ort in Kontakt zueinander treten, sondern dass die elektronische Post zeitversetzt von ihnen gelesen und beantwortet wird. Es handelt sich bei der E-Mail-Beratung um eine interpersonale Kommunikation, die eine niederschwellige und anonyme Kontaktaufnahme und Hilfeleistung bietet: Der Ratsuchende schildert in schriftlicher Form seine Sorgen und seine Problemstellung und erhält je nach Angabe des Online-Anbieters in einem festgelegten Zeitraum, der sich von einigen Stunden bis hin zu mehreren Tagen erstrecken kann, eine Antwort auf sein Schreiben (Knatz & Dodier, 2003, S. 19f).

Grundsätzlich lassen sich drei Arten der E-Mail-Beratung unterscheiden: Aus Gründen des Datenschutzes und der Professionalität bietet die webbasierte Einzelberatung die komfortabelste Möglichkeit, in Kontakt zu treten, und sollte allgemeiner Standard in der Online-Beratung sein (Knatz, 2005, S. 2). Der Klient richtet sich einen eigenen Account ein (der eine Art virtuelles Postfach auf der Website der Beratungsstelle zur Verfügung stellt), indem er einen Benutzernamen und ein Passwort angibt. Diese Daten kennt nur der Ratsuchende. Im virtuellen Postfach kann die Anfrage des Klienten für den Online-Berater hinterlegt werden. Dieser hinterlässt ebenfalls seine Antwort an den Hilfesuchenden in diesem „virtuellen Briefkasten“ (Englmayer, 2005, S. 15f).

Darüber hinaus gibt es für den Klienten die Möglichkeit, mit Hilfe seiner privaten E-Mail-Adresse die jeweilige Einrichtung zu kontaktieren und über diese eine Antwort zu erhalten. Manche virtuellen Beratungsstellen bieten auch ein Formular an, in das der Klient seine Anfrage, seine E-Mail-Adresse und sonstige Informationen, wie soziodemografische Daten, einträgt und eine Antwort zu seiner eigenen E-Mail-Adresse erhält. Die letzten zwei Arten der E-Mail-Beratung sind im Hinblick auf den Schutz des Klienten und die Wahrung seiner Anonymität nicht empfehlenswert (Englmayer, 2005, S. 15).

In der E-Mail-Beratung können laut bke-Projektgruppe Online-Beratung (2004, zit. in Seus-Seberich, 2007, S.54f) drei Hauptanfragetypen unterschieden werden: Der erste zeichnet sich dadurch aus, dass er konkrete und sachliche Informationen zu alltäglichen und rechtlichen Fragestellungen erbittet. Der zweite Anfragetyp beinhaltet Schilderungen zu klar umrissenen bzw. eingegrenzten, demnach konkreten Problemlagen, wie Fragen zur sexuellen Entwicklung oder schulischen/beruflichen Entscheidungen. Die E-Mail-Beratung besteht dann aus wenigen Mailwechseln, beinhaltet jedoch mehr emotionale Anteile, als

dies beim ersten Anfragetyp der Fall ist. Der letzte Typ nimmt auf äußerst komplexe und vage Problemstellungen Bezug, die in vielen Mailwechseln genauer bearbeitet werden und nicht selten in klassische Beratungsangebote aufgrund schwerwiegender zutage tretender Symptomatiken etc. überführt werden müssen.

1.3.2 Zielgruppe

Es gibt ganz unterschiedliche Gruppen von Menschen, die mit der Online-Beratung angesprochen werden. Nach Sommers (1996 zit. in Döring, 2000, S. 532) sind Zielgruppe der Internet-Beratung vor allem Menschen, die aus finanziellen Gründen keine herkömmliche Beratung bzw. Therapie in Anspruch nehmen können (das trifft nach heutigem Stand wohl zumeist auf kostenpflichtige psychotherapeutische Angebote zu, weniger auf kostenlose psychosoziale Beratung durch Institutionen der freien Wohlfahrtspflege etc.). Zielgruppe der Online-Beratung sind weiterhin Internet-Nutzer, die anonym bleiben wollen, in der Beziehung zu dem Berater eine gewisse Distanz wahren möchten und demnach zunächst einmal einen unverbindlichen Kontakt vorziehen. Zudem werden mit Online-Beratung diejenigen Personen erreicht, welche aus terminbedingten Gründen (Klapproth et al., 2000, S. 3), z..B. durch eine volle Berufstätigkeit, in psychosozialen infrastrukturarmen Regionen leben und/oder aufgrund körperlicher Beeinträchtigungen keine herkömmlichen Hilfsangebote aufsuchen können. Weissenböck und Kollegen (2006, S. 4) benennen insbesondere Jugendliche als wichtige Zielgruppe, da diese mit dem Internet vertraut sind und Online-Angebote, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind, attraktiv finden. Ebenfalls werden durch dieses Beratungsmedium auch junge zurückgezogene Menschen angesprochen, welche viel ihrer freien Zeit „opfern“, um sich mit dem Computer auf unterschiedlichste Weise zu beschäftigen (Seus-Seberich,2007, S. 53). Vor allem stellt Online-Beratung bzw. E-Mail-Beratung eine schnelle, kostengünstige bzw. kostenlose (es fallen lediglich Gebühren für den Internetzugang an, der vermutlich in den meisten Fällen von den Eltern bereitgestellt und bezahlt wird) und unkomplizierte Möglichkeit dar, zu jeder Zeit über Probleme zu sprechen und sich im akuten Bedarfsfall Rat zu holen. Der zu letzt benannte Aspekt kann nach heutigem Stand nur mit Hilfe der Online-Beratung realisiert werden, da in vielen herkömmlichen Beratungsstellen Termine vergeben werden und dies gleichzeitig bedeutet, dass Wartezeiten in Kauf genommen werden müssen, die u.a. „den besonderen Bedürfnissen jugendlicher Lebenslagen und -stile [nicht] entgegenkommt“ (Seus-Seberich, 2007, S. 57). Döring (2000, S. 532) betont ebenfalls, dass vor allem durch Online-Beratungsangebote

ein jüngeres Klientel und zusätzlich männliche Personen angesprochen werden, die sonst eher keine herkömmliche Beratung in Anspruch nehmen würden.

1.3.3 Besonderheiten der E-Mail-Beratung

E-Mail-Beratung unterscheidet sich in einigen grundsätzlichen Merkmalen von der herkömmlichen Face-to-Face-Beratung. Vor allem der interpersonale Austausch bzw. die computervermittelte Kommunikation zwischen Klient und Berater, welche auch andere Formen der Online-Beratung miteinschließt, hebt sich deutlich von der realen Begegnung der beteiligten Personen ab (Englmayer, 2005, S. 88f).

Die Kommunikation per E-Mail ist textbasiert, das bedeutet, der Kontakt zwischen Klient und Berater beruht lediglich auf schreibenden und lesenden Handlungen (Knatz & Dodier, 2003, S. 61). Walthers (1996 zit. in Klapproth et al., 2000, S. 2) Modell zum Kommunikationsverhalten im Internet, die sog. hyperpersonale Interaktion, macht deutlich, dass keine zusätzlichen Informationen, weder persönlicher oder sozialer Art noch das Aussehen des Kommunikationspartners, bei der virtuellen Begegnung im Internet zur Verfügung stehen. Auf ebenfalls nonverbale Anteile wie Gestik und Mimik, die bei der computervermittelten Kommunikation entfallen, weisen Knatz & Dodier (2003, S. 60) hin. Diese Merkmale sowie die Tatsache, dass das Beratungsgespräch asynchron verläuft, bewirken eine gesteigerte Anonymität, wie sie in einem „persönlichen“ Beratungsgespräch nicht besteht. Schulze (2007, S. 3) verweist zu diesem Aspekt auf die Möglichkeit des Klienten, die E-Mail-Beratung jederzeit folgenlos zu beenden. Der Hilfesuchende hat im Gegensatz zum traditionellen Beratungssetting eine Rückzugsoption und die Kontrolle darüber, wie er die E-Mail verfasst, ggf. Passagen löscht, verändert oder verwirft (van Well, 2000 zit. in Schulze, 2007, S. 3). Ein weiteres Merkmal der Kommunikation per E-Mail ist die Möglichkeit der Protokollierung der ausgetauschten Informationen zwischen Berater und Klient. Die Technik des Computers verhilft dazu, einzelne verfasste oder erhaltene E-Mails und sogar komplette Briefwechsel zu dokumentieren bzw. zu speichern (Walther, 1996 zit. in Klapproth et al., 2000, S. 2f). Nach Schultze (2007, S. 7) birgt dies einen doppelten Vorteil: Da dem Klienten die Antworten des Beraters dauerhaft zur Verfügung stehen, kann er diese mehrfach reflektierend lesen, wodurch sie ihm als eine Art Leitfaden dienen.

Die hier angeführten Charakteristika der E-Mail-Beratung werden teilweise im nächsten Abschnitt in ihrer Wirkungsweise genauer dargestellt bzw. erläutert.

1.3.4 Wirksamkeit der E-Mail-Beratung

Im Gegensatz zum traditionellen Beratungssetting können zur Wirksamkeit der E-Mail-Beratung noch keine umfassenden fundierten Aussagen gemacht werden. Einer Studie von Klapproth und Niemann (2000) lässt sich entnehmen, dass ca. ein Drittel (35,4%) der Personen, die psychologische E-Mail-Beratung in Anspruch genommen haben, diese positiv bewerteten und/oder ein Beratungserfolg zu verzeichnen war. Die Bewertung der E-Mail-Beratung erfolgte durch positive Rückmeldung der Klienten, und der Erfolg der Beratung wurde anhand von mindestens einem Ansatz zur Problemlösung, die durch die Ratsuchenden erfolgte, gemessen. Allerdings betonen die Autoren, dass die Ergebnisse dieser Studie aufgrund von messmethodischen Schwierigkeiten (z.B. keine vergleichende Kontrollgruppe) keine sicheren Schlüsse auf die allgemeine Wirksamkeit der E-Mail-Beratung zulassen (Klapproth et al., S.15f). 26 von 30 (86,7%) von Ott (2003 zit. in Kral, 2005, S.5) zusammengefassten empirischen Untersuchungen, die bis 2003 durchgeführt wurden, belegen positive Auswirkungen internetgestützter Interventionen. Unklar bleibt allerdings, welche Formen bzw. Instrumente der Online-Beratung unter „internetgestützte Interventionen“ gefasst wurden. In den meisten Beratungen wurde mit kognitiv verhaltenstherapeutischen Ansätzen gearbeitet. Vor allem für Problemfelder wie Angst- und Panikstörungen, Essstörungen und psychische Erkrankungen aufgrund von körperlichen Beeinträchtigungen konnten positive Ergebnisse erzielt werden.

Im Folgenden werden einzelne wirksame Faktoren angeführt, die spezifisch für die E-Mail-Beratung sind und sich dementsprechend deutlich von der traditionellen Beratungssituation unterscheiden.

Schultze (2007, S. 2f) benennt über den Patientenschutz hinaus, der in der Online-Beratung noch stärker ausgeprägt ist als im traditionellen Kontext von psychologischer Beratung, noch einen anderen bedeutenden Aspekt: die „psychologische Anonymität“. Dieser psychischen Kategorie weist der Autor neben dem Datenschutz eine wesentliche Bedeutung zu. Schultze (2007, S. 2) fasst darunter das „sichere Gefühl von subjektiver Geschütztheit“, das der Klient in seiner vertrauten Umgebung der Beratungssituation in Anspruch nehmen kann. Da der Klient in der virtuellen Begegnung selbst entscheiden kann, welche äußerlichen und persönlichen Informationen er preisgeben möchte, und keiner persönlichen Bewertung unterliegt, bewahrt er seine psychologische Unversehrtheit und Unbekanntheit. Folgen der psychologischen Anonymität auf die Berater-Klient-Beziehung werden im Abschnitt 1.3.7 beschrieben. Nach Vogt (2007), Knatz & Dodier (2003) und Knatz (2005) stellt bereits das Schreiben, also das Verfassen einer E-Mail

durch den Klienten, einen wirksamen Prozess dar. Dafür gibt es aus Sicht der Autoren mehrere Begründungen, die hier nur kurz erläutert werden sollen: Die Verschriftlichung der eigenen Probleme erfordert vom Ratsuchenden eine erhöhte Aufmerksamkeit und eine besondere Abstraktionsleistung im Sinne einer Strukturierung und Reduzierung des komplexen psychischen Zustandes auf die wichtigsten Gefühls- und Erlebnisinhalte. Durch das Verfassen und ggf. Lesen der E-Mail kann der Klient seine Lage reflektieren (Knatz & Dodier, 2003, S.123ff). Nach Knatz et al. ist der Hilfesuchende Produzent und Rezipient seines Geschriebenen. Vogt (2007, S. 3f) fügt hinzu, dass dieses Phänomen beim Klienten eine gewisse Distanz zu sich selbst hervorruft, eine erste Klärung seiner Situation ermöglicht und außerdem unbewusste Anteile zu Tage treten lässt. Darüber hinaus bringt das Niederschreiben der Gefühle und Probleme im Sinne von „sich was von der Seele schreiben“ Entlastung und Erleichterung im Hinblick darauf, die schwierige Situation benannt zu haben und sie so für sich greifbar zu machen. Knatz & Dodier sprechen dem Schreibprozess beim Verfassen der Erstmail auch deshalb Wirksamkeit zu, da Klienten im Sinne der Basisvariablen nach Rogers (die sonst durch den Berater verwirklicht werden) ihre eigenen Gefühle spiegeln und dadurch eine Wertschätzung ihrer selbst erfahren. Knatz et al. (2003, S.127) betont, dass die „Echtheit durch die Abwesenheit von einer anderen Person nicht in Frage zu stellen ist“. Somit kann es bereits von vornherein, ohne Intervention des Beraters, zu einer Selbstexploration kommen, das bedeutet, die Hilfe suchende Person reflektiert sich selbst und wird sich ihrer Gefühle, Bedürfnisse und Wünsche bewusst. Die auf die Erstanfrage folgenden Beratermails dienen als supervisorische Funktion bzw. als Rückschau und Auswertung dessen, was im letzten Schreiben vom Klienten thematisiert wurde. Vogt (2007, S.6) bewertet den Prozess des Schreibens als kreativ im Sinne einer Problemlösung, da der Klient dadurch die Chance erhält, Erlebtes unter einem veränderten Blickwinkel zu betrachten bzw. zu interpretieren. Das Schreiben als kreativer Akt fördert nach Knatz (2005, S.5) zudem die Autonomie des Klienten, weil dieser mit Hilfe dieses Mediums jenen Gefühlen Ausdruck verleihen kann, welche er vielleicht in einer realen Kommunikation nicht ansprechen könnte.

Als weiteren effektiven Aspekt der E-Mail-Beratung spricht Schultze (2007, S. 3f) eine wichtige Selbstschutzfunktion des Klienten an: Indem der Ratsuchende nicht in unmittelbarem Kontakt zum Online-Berater steht, kann er seine Würde als autonome Person aufrechterhalten. Die Voraussetzung für die Inanspruchnahme jeder Art von Beratung ist die Einsicht des Klienten, sich selbst alleine nicht mehr weiterhelfen zu können (Knatz & Dodier, 2003, S. 123f). Dazu muss er sich aber im Kontext von E-Mail-Beratung nicht von Angesicht zu Angesicht vor seinem Berater bekennen. Das

Selbstwertgefühl des Hilfesuchenden bleibt so weitestgehend unbeschädigt, und er kann „einen unbelasteten Zugang zu seinen eigenen Ressourcen behalten“ (Schute, 2007, S. 4). Zudem ist der Klient vor Etikettierung und somit vor Diskriminierung geschützt. Ebenfalls benennt der Autor als Folge der von ihm benannten Aspekte, wie die psychische Anonymität und Wahrung des Selbstwertgefühls, dass der Hilfesuchende offener agieren kann und sich sicher und geschützt fühlt. Durch dieses spezielle virtuelle Setting erhält der E-Mail-Berater einen einfacheren Zugang zu seinem Klienten. Dies bedeutet, dass dieser offener und mit einer geringeren Abwehrhaltung dem Berater gegenüber auftritt, in dem Sinne, dass der Ratsuchende eine erhöhte Veränderungsbereitschaft aufweist. Schultze (2007, S. 6) führt als Beleg hierfür an, dass in einem Projekt zur Online-Beratung von der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung, in dem Eltern und Jugendlichen psychologische Erziehungsberatung angeboten wurde, nur in 10% der durchgeführten E-Mail-Beratungen von den Eltern weitere Folgeanfragen gestellt wurden.

1.3.5 Berater-Klient-Beziehung in der E-Mail-Beratung

Döring (2000, S. 535f) zeigt deutlich auf, dass die Beziehung zwischen Klient und Berater im Kontext der Online-Beratung und dementsprechend der E-Mail-Beratung noch kaum untersucht wurde. Da die Beziehungsgestaltung im traditionellen Beratungs- bzw. Therapiesetting von enormer Bedeutung ist, lässt sich annehmen, dass sie auch in der E-Mail-Beratung eine wichtige Rolle spielt. Brunner (2006, S. 9) bestätigt diese Annahme und weist darauf hin, dass sich der Beziehungsaufbau aufgrund des vorliegenden Textmediums grundsätzlich vom dem in der Face-to-Face-Begegnung unterscheiden muss. Der Berater hat lediglich die Gelegenheit, zu dem Beratungstext eine „Beziehung herzustellen“ und über diesen dann einen Kontakt zum Klienten aufzubauen. Folglich entsteht ein Beziehungsaufbau zum Ratsuchenden durch „intensives, methodisches und engagiertes Lesen des Textes“ sowie durch das Erfassen und die Wiedergabe der vom Klienten bewusst formulierten und beabsichtigten oder unbewussten Bedeutungsinhalte (Brunner, 2006, S. 9). Brunner sieht als zentrale Bedingung für das Gelingen der Beratungsbeziehung das Verständnis für den Kommunikationspartner und das darauf basierende Vertrauen, welches auch im klassischen Beratungssetting von enormer Bedeutung ist.

Im Folgenden werden einige Aspekte angeführt, die Hinweise darauf geben können, welche Charakteristika für die Berater-Klient-Beziehung in der E-Mail-Beratung spezifisch sind und auf diese Einfluss nehmen.

In einem Modellprojekt zur Online-Beratung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung (Zenner & Oswald, 2006, S. 13) konnte Folgendes aufgezeigt werden: Entgegen der allgemeinen Einschätzung bzw. Erwartung lässt sich sehr wohl eine persönliche und verbindliche Beratungsbeziehung auch im Kontext von E-Mail-Beratung realisieren. Ergebnisse der Evaluation des Beratungsangebotes der Katholischen Telefonseelsorge Köln, welche ab Dezember 1995 ebenfalls eine Online-Beratung einrichtete, offenbaren, dass in der E-Mail-Beratung im Gegensatz zur Telefonberatung viel persönlichere Beziehungen entstehen können. Die starken Bindungen resultieren meist aus einem langen E-Mail-Austausch, der mit dem gleichen Berater kontinuierlich vollzogen wird (Christl, 2000, S. 562). Die Berater-Klient-Beziehung ist durch die Besonderheiten des virtuellen Settings gekennzeichnet (siehe Abschnitt 1.3.3 und 1.3.4) wird durch Rahmenbedingungen, wie die Häufigkeit des Kontaktes zwischen den Kooperationspartnern sowie durch die Länge und Intensität der E-Mails, definiert (Döring, 2000, S. 535). Grundsätzlich wird die Beziehung zwischen Ratsuchendem und Helfer über die textbasierte Kommunikation transportiert, das bedeutet, sie realisiert sich durch den Austausch von E-Mails (Knatz & Dodier, 2003, S.141). Trotz der Anonymität und des Informationsdefizits persönlicher und sozialer Charakteristika der an der E-Mail-Beratung beteiligten Personen konnte empirisch belegt werden, dass dies weder zu einer Verarmung des zwischenmenschlichen Kontaktes noch zu einer Reduktion der Beziehungsqualität führt (Knatz, 2005, S. 3). Döring (zit. in Knatz, 2005, S. 3) sieht die Chance, jene Einschränkungen, die aus der computervermittelten Kommunikation resultieren und im theoretischen Modell der Kanalreduktion beschrieben werden, in Form von u.a. kreativen Ausdrucksmitteln auszugleichen. Diese Mittel verhelfen auf vielfältige Weise dazu, gefühlsbetonte Äußerungen kommunizierbar zu machen und somit bestimmte persönliche Haltungen auszudrücken: Mit der Verwendung von Textzeichen, wie Emoticons (Walther & Burgoon, 1992 zit. in Döring, 2000, S. 362), kann der Sender die ausgedrückte Gefühlsintensität symbolisieren und variieren oder mit Aktionswörtern (Wetzstein et al., 1995 zit. in Döring, 2000, S. 363) die Beziehungsebene der Kommunikationspartner ansprechen und Emotionalität übermitteln. Untersuchungen und Praxiserfahrungen zeugen von einer großen emotionalen Intensität der in der Online-Beratung geknüpften Kontakte (Knatz, 2005, S. 5). Darüber hinaus ist die bereits angesprochene psychologische Anonymität für den Beziehungsaufbau zwischen den beiden Kommunikationspartnern bedeutend. Sie bewirkt, dass der Ratsuchende sich angstfrei dem Berater offenbaren und intime und schambesetzte Inhalte einfacher ansprechen kann. Nach Schultze (2007, S. 3ff) begünstigt die psychologische Anonymität des Klienten den Beziehungsaufbau bzw.

überspringt diesen, da eine Vertrauensbasis als wichtige Voraussetzung für eine tragfähige Beziehung von Anfang an geschaffen ist. Knatz (2005, S. 5) beschreibt dieses Phänomen als „paradoxe Situation einer Nähe durch Distanz“. Dadurch drückt die Autorin den Gegensatz zwischen Nähe, Intimität und Vertrautheit in den E-Mail-Kontakten auf der einen Seite und Anonymität und Distanz beim virtuellen Setting auf der anderen Seite aus. Laut Schultze (2007, S. 4) ist in der E-Mail-Beratung das Machtgefälle zwischen Klient und Beratung fast vollständig aufgehoben, da der Hilfesuchende anonym bleibt, seine Würde aufrechterhält und keine Etikettierung bzw. Klientifizierung stattfindet. Kaliske (1997 zit. in Christl, 2000, S. 562) sieht den Vorteil des weniger stark ausgeprägten Machtgefälles darin, dass ein stärker partnerschaftlicher und gleichberechtigter Umgang zwischen Ratsuchendem und Berater möglich wird anders als im klassischen Beratungssetting. Auch Knatz & Dodier (2003, S. 131) fordern im von ihnen formulierten Beratungsverständnis von Klient und Berater, gleichrangige Kooperationspartner zu sein. Insbesondere sollte der Berater dem Klienten mit Respekt, Anerkennung sowie Kompetenz begegnen. Auch wenn der Hilfesuchende als Experte seiner Situation gilt, sollte der Expertenstatus des Beraters nicht aberkannt werden.

Döring (2003, S. 168ff) beschreibt ein weiteres Phänomen der computervermittelten Kommunikation, das Imaginationsmodell, welches in der Regel positiv auf die Beziehung zwischen den Kommunikationspartnern in der E-Mail-Beratung Einfluss nehmen kann. Das Imaginationsmodell nach Walther (1996 zit. in Döring, 2000, S. 369f) beinhaltet, dass mit der Personenwahrnehmung im Internet Projektionen einhergehen, die durch einen kognitiven Konstruktionsprozess ausgelöst werden, der wiederum aus dem Mangel an Informationen bezüglich der Kontaktperson resultiert. Der Autor geht davon aus, dass eine Person, die mit einem ihr unbekannten virtuellen Gegenüber in Kontakt tritt, abhängig von dem situativen Kontext, der Motivationslage und den individuellen Bedürfnissen, diesen oftmals positiv wahrnimmt. Das Fehlen eines physischen Bildes oder anderer Informationen des Kommunikationspartners begünstigt gemäß den eigenen Erwartungen eine positive Eindrucksbildung des Anderen. Überträgt man dieses Modell auf die E-Mail-Beratung, so könnte der Klient, der sich an eine virtuelle Beratungsstelle wendet und somit das Bedürfnis nach Unterstützung zeigt, eine positive Erwartungshaltung gegenüber seinem Berater entwickeln, der bis dahin überwiegend unbekannt und dessen Persönlichkeit „abstrakt“ geblieben ist. Der Hilfesuchende wird die von ihm empfundene Sympathie und Dankbarkeit gegenüber dem Berater in seinem Kommunikationsverhalten ausdrücken und eine dementsprechend positive Rückmeldung erhalten. Schultze (2007, S.

5) fügt ebenfalls hinzu, dass dem Berater durch die Imagination bzw. Projektion positive oder sogar idealisierte Seiten durch den Klienten zugesprochen werden.
Für die Etablierung einer guten (Arbeits-)Beziehung in der E-Mail-Beratung könnte somit von der ersten Kontaktaufnahme an ein Fundament gelegt sein. Darüber hinaus lassen auch die anderen thematisierten Aspekte eine vertrauensvolle und tragfähige Beziehung zu bzw. können den Beziehungsaufbau von Klient und Berater fördern.

1.3.6 Methodik der E-Mail-Beratung

Um E-Mail-Beratung umzusetzen, sind eine Reihe von Vorüberlegungen wie formale Rahmenbedingungen notwendig, welche die Gestaltung einer E-Mail bzw. eines Mailwechsels bestimmen. Darunter können die Form, die Formulierung, die Anrede und Ansprache gefasst werden. Zudem entscheidet die Art der Sprache, also der Sprach- bzw. Schreibstil, über die Verstehbarkeit des verfassten Textes. Knatz & Dodier (2003, S.138ff) merken an, dass beim Schreiben einer E-Mail soziodemografische Daten des Klienten, sofern sie bekannt sind bzw. sich der Mailanfrage entnehmen lassen, das Befinden und die Aufnahmebereitschaft des Ratsuchenden berücksichtigt werden müssen. Dabei sollte allerdings die Authentizität der Sprache des Beraters gewahrt bleiben.
Ein Überblick über die Literatur zeigt, dass viele verschiedene methodische Konzepte bzw. Strategien von Beratern verwandt werden und im eklektischen Sinn miteinander kombiniert werden (Seus-Seberich,2007, S. 58), die im Kontext der E-Mail-Beratung realisiert werden. Darunter fällt z.B. der klientenzentrierte Ansatz von Carl R. Rogers und der lösungsorientierte Ansatz nach Steve de Shazer. Diese beiden Konzepte bilden die methodische Grundlage von Online-Beratung, weil sie grundsätzliche Haltungen beinhalten, die für den Klienten förderliche Bedingungen schaffen und für Problemlösungen wichtig sein können. Verwendung findet auch das Kommunikationsmodell von Schulz von Thun, das den Online-Beratern eine Hilfestellung bei der Identifizierung der vier übermittelten Botschaften (Sachaspekt, Selbst-Aussage, Appell und Kontakt- bzw. Beziehungswunsch) bietet, die sich aus der E-Mail des Klienten ergeben. Zudem hat sich die SET-Kommunikation von Jerold J. Kreismann und Hal Straus, ursprünglich für die am Boderline-Syndrom erkrankten Menschen entwickelt, in der Online-Beratung bewährt (Knatz, 2006, S. 3ff). Auch finden hier Techniken der kognitiven Verhaltenstherapie Verwendung (Seus-Seberich, 2007, S. 58).

Genauer wird auf das speziell für die E-Mail-Beratung von Knatz & Dodier entwickelte Vier-Folien-Konzept eingegangen, da dieses die Grundlage für das methodische Handeln meines Kooperationspartners darstellt.

Das Vier-Folien-Konzept hat sich auf nationaler und europäischer Ebene in der E-Mail-Beratung bewährt und dient als Orientierungshilfe bzw. beinhaltet einen Leitfaden, anhand dessen sich Erstanfragen der Klienten beantworten lassen (Knatz & Dodier, 2004, S.1). Die Autoren machen deutlich, dass mit der Antwort des Beraters ein Kontakt zu dem Klienten hergestellt werden soll, der eine vorsichtige Annäherung an das von der Hilfe suchenden Person formulierte Problem beinhaltet. Auf diesem Weg soll dem Klienten ein Beziehungsangebot gemacht werden, das jedoch erst einmal offen und unverbindlich gestaltet werden sollte (Knatz & Dodier, 2003, S. 142). Zudem sollte sich der Berater vor der Beantwortung der E-Mail bewusst sein, dass es sich um formulierte Sorgen und die Befindlichkeit der Ratsuchenden handelt, die sich aufgrund des zeitversetzten Lesens bereits verändert haben können. Auch könne der Online-Berater nicht zwangsläufig vom einwandfreien Wahrheitsgehalt des Geschriebenen ausgehen (Knatz, 2006, S. 6).

Das Vier-Folien-Konzept besteht aus vier Teilen (der eigene Resonanzboden, das Thema und der psychosoziale Hintergrund, die Diagnose und die Intervention), welche wiederum Fragen beinhalten, worauf der Berater für sich selbst nach dem Lesen der E-Mail eine Antwort finden sollte. Die erste Folie geht auf Fragen der Wahrnehmung des Beraters ein und, zwar u.a. welche Gefühle, Bilder und Fantasien in ihm entstehen, ob er das vom Klienten angesprochene Problem für lösbar hält und ob er mit dem Mailer in Beziehung treten möchte. Die zweite Folie bezieht sich auf die Person des Klienten (soziodemographische Faktoren, Stärken und Schwächen etc.) und sein Problem. Eine Diagnose wird im dritten Teil des Vier-Folien-Konzeptes erstellt. Hier gilt es zu untersuchen, was genau den Klienten beschäftigt, was seine Ziele, Fragen und Wünsche an den Berater sind usw. Wenn der Online-Berater für sich selber geklärt hat, was für ihn bislang unklar geblieben ist und dieser eigene Hypothesen formuliert hat, beginnt die eigentliche Intervention, die vierte Folie. Der Berater fängt die Antwort-E-Mail an und überlegt sich eine Anrede und eine Einleitung: Wenn es sich z.B. um eine Erstmail handelt, stellt er die Einrichtung und seine eigene Person vor. Danach können generelle Fragen des Klienten beantwortet werden. Wichtig ist zudem, dass ihm Wertschätzung entgegengebracht wird und sich diese in den Formulierungen des Online-Beraters wiederfindet. Rückmeldungen sollten sich darauf beziehen, welche Inhalte und Emotionen der Berater verstanden bzw. nicht verstanden hat. Vermutungen im Hinblick auf die problematische Situation des Ratsuchenden sollten in Fragen gekleidet werden. Der

Berater kann zudem Problemlösungswege aufzeigen, allerdings sollten seine Vorschläge Alternativen offen lassen bzw. begründet sein. Zum Abschluss der E-Mail sollte der Berater in Bezug auf die vorgeschlagene Problemlösung nachfragen, ob die Idee dem Klienten annehmbar erscheint. Zudem können Wünsche für den Ratsuchenden formuliert werden, die Hoffnung und Anteilnahme signalisieren. Wichtig ist nicht nur, dem Klienten aufzuzeigen, welches Angebot der Berater machen kann, sondern genauso, wo die Grenzen seiner Arbeit liegen. Als Abschluss unter den E-Mail-Text kann sich etwa eine Ermutigung zum Verfassen einer weiteren E-Mail, ein Hinweis auf technische Rahmenbedingungen, z.B. in welchem Zeitraum eine Antwort des Beraters zu erwarten ist, oder einfach eine abschließende Grußformel anschließen (Knatz & Dodier, 2003, S. 143ff).
Eine detaillierte Übersicht des Vier-Folien-Konzeptes findet sich in dem Buch von Knatz & Dodier (2003).

1.4 Peer-Beratung

In diesem Abschnitt wird die Peer-Beratung zwischen Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen und ihrer Gleichaltrigengruppe im Kontext der Online-Beratung dargestellt. Ergänzende Informationen finden sich zu diesem Thema in Abschnitt 2, in dem der Kooperationspartner vorgestellt wird, welcher auf dem Jugendportal Ratingen Peer-Beratung anbietet.

1.4.1 Definition

Peer-Beratung stellt einen speziellen Peer-Education-Ansatz dar, wobei Peer-Education ein Sammelbegriff für die Arbeit mit und durch Jugendliche ist. Unter Peer-Beratung bzw. Peer-Counseling wird eine bestimmte Form von Beratung verstanden, bei der ehrenamtliche Jugendliche Gleichaltrige in einem Face-to-Face-Kontakt oder auch per Internet beratend unterstützen (Kaestner, 2003, S. 52). Nörber (2003, S. 10) macht darauf aufmerksam, dass der Begriff „Peers“ noch eine weitere Bedeutung hat, die über das gleiche Alter hinausgeht. Vielmehr drückt die Bezeichnung aus, dass es sich im Kontext von Peer-Education um „einen Zusammenschluss von Gleichaltrigen handelt, die sich gegenseitig beeinflussen und etwa einen gleichen bzw. ähnlichen Status (...) besitzen“.
Bei Peer-Beratung bzw. Peer-Counseling handelt es sich um eine Primär- bzw. Sekundärprävention mit dem Ziel, dem jugendlichen Klienten ein Beratungsangebot zu

bieten, indem Wissen zu verschiedenen Themen und alternative Handlungsmöglichkeiten vermittelt und Entscheidungshilfen bereitgestellt werden (Kaestner, 2003, S. 56).

1.4.2 Konzeption

Die Grundidee von allen Peer-Education-Ansätzen und demnach auch der Peer-Beratung ist die, dass die Gleichaltrigengruppe einen wichtigen Bezugspunkt für Jugendliche darstellt (Nörber, 2003, S.10). Im Jugend- bzw. jungen Erwachsenenalter kommt der Peer Group deshalb eine enorme Bedeutung zu, weil sie Jugendliche bei den zentralen zu bewältigenden Entwicklungsaufgaben, wie z.B. bei der Identitätsfindung und bei der Ablösung von den Eltern, unterstützen kann (Gudjons, 2003, S. 130). Jugendliche fühlen sich ihrer Gleichaltrigengruppe zugehörig und identifizieren sich mit dieser. Sie sind Bezugs- und Orientierungspunkt, bieten Unterstützung sozialer, emotionaler und informationeller Art in schwierigen Situationen und sind somit Bewältigungsressourcen für anstehende Probleme (Kirchler et al., 1992 zit. in Nörber, 2003, S. 9f). Das Zugehörigkeitsgefühl und die Identifikation mit Gleichaltrigen aufgrund einer ähnlichen Lebenssituation und dementsprechend von vergleichbaren Wünschen, Bedürfnissen und Problemen schafft eine Vertrauensbasis, die in der Peer-Beratung genutzt wird (Kaestner, 2003, S. 56). Beratende Jugendliche können ebenfalls aus lerntheoretischer Sicht eine Vorbild- und Modellfunktion besitzen und erleichtern somit die Aneignung von Verhaltensweisen und Fertigkeiten, die Übernahme von Werten und Normen und die Beurteilung von Situationen (Kaestner, 2003, S. 60).

Peer-Berater sind Laienhelfer, die in Schulungen dazu „ausgebildet“ werden, Rat suchende Jugendliche im Umgang mit ihren Sorgen und Problemen zu unterstützen und Fragen zu jugendrelevanten Themen, wie Sexualität, Drogenkonsum, Konflikten mit den Eltern und Freunden sowie Schwierigkeiten in der Schule und Ausbildung etc., zu beantworten (Armbrust, 2003, S. 292). Zudem begleiten junge Menschen, wie das Projekt [U25] der Arbeitsgemeinschaft Jugendhilfe (AGJ) Freiburg zeigt, in Krisensituationen suizidale bzw. suizidgefährdete Jugendliche per E-Mail oder in Form von Face-to-Face-Kontakten. Belastete Jugendliche erhalten somit die Möglichkeit und insbesondere durch Online-Beratung per E-Mail oder per Chat einen niederschwelligen und unkomplizierten Zugang, sich mit ihren aktuellen Problemen an junge Peer-Berater zu wenden (Ball, 2006, S. 1f). Das Webportal youth-life-line.de ist ein weiteres Beispiel für Peer-Beratung u.a. in Krisensituationen, welches seit März 2003 angeboten wird und überwiegend von einem zu 70% weiblichen Klientel im Alter zwischen 15 und 20 Jahren genutzt wird. Aus der

wissenschaftlichen Begleitforschung geht hervor, dass sich die E-Mail-Beratung durch lange und intensive Kontakte auszeichnet. Im Durchschnitt bewegt sich der Mailwechsel einer Peer-Beratung zwischen 5 und 50 E-Mails in einem Zeitraum von mehreren Wochen bzw. Monaten. Innerhalb von zwei Jahren haben ca. 650 Jugendliche das Beratungsangebot in Anspruch genommen (Weinhardt, 2005, S. 26).

Die Laienforschung liefert Hinweise darauf, dass ehrenamtliche bzw. nicht-professionelle Helfer ähnlich effektiv beraten können wie ausgebildete und demnach fachlich qualifizierte Berater. Zwar sind diese Erfolge nicht so beständig und können insbesondere bei speziellen Rat suchenden Personengruppen und durch bestimmte Vorgehensweisen realisiert werden (Gunzelmann et al., 1987 zit. in Huf, 1992, S. 141ff). Doch kann dieses Ergebnis trotz der Vorbehalte als Beleg für folgenden Sachverhalt verwandt werden: Peer-Berater können, z.B. aufgrund eines erhöhten Engagements, eines besonderen Beziehungsangebotes oder anderer positiver Merkmale, in der Arbeit mit ihresgleichen erfolgreich sein.

1.4.3 Stärken der (Online-)Peer-Beratung

Aus den angeführten Praxisbeispielen geht hervor, dass sich das Konzept der Peer-Beratung auch in Form von E-Mail-Beratung realisieren lässt. Nach Nörber (2003, S. 11) bewirken Peer-Education-Ansätze und somit auch die (Online-)Peer-Beratung zweierlei Erfolge: Zum einen erhält die junge Zielgruppe des Beratungsangebotes Unterstützung und zum anderen profitieren auch die Peer-Berater selbst von ihrer Tätigkeit. Die vorausgegangene Qualifizierung der engagierten Jugendlichen fördert ihre soziale Kompetenzen, trainiert ihre Kommunikationsfähigkeit und lässt sie vor allem durch die Aufgabe als Peer-Berater neue wertvolle Erfahrungen machen, die sie im Vergleich zu Gleichaltrigen reifer, selbstbewusster und offener werden lassen. Wenn Jugendliche als Peer-Berater tätig sind, wird zudem die eigene Problemlösekompetenz gestärkt (Ball, 2006, S. 2).

Online-Peer-Beratung insbesondere bietet Jugendlichen einen anonymen, schnellen, unverbindlichen und deshalb durchaus niederschwelligen Zugang zum Hilfesystem. Ball (2006, S.1) merkt an, dass Jugendliche auf diesem Wege besser erreichbar sind als durch klassische Beratungsangebote. Über die Vorteile hinaus, die das Online-Setting bietet, wird der Zugang über eine weitere Komponente erweitert. Die Hemmschwelle, sich professionellen Erwachsenen mit den eigenen jugendspezifischen Problemen, intimen und schambesetzten Themen anzuvertrauen, ist groß. Durch Peer-Beratung, Beratung auf

gleicher Augenhöhe, wird diese Befangenheit reduziert, da sich Rat suchende Jugendliche durch Gleichaltrige besser verstanden fühlen und sich möglicherweise viel schneller eine Vertrauensbasis etablieren kann (Kaestner, 2003, S. 56). Als besonders günstig erweist sich auch für Ball (2006, S. 2) der kommunikative Aspekt: Jugendliche sprechen eine ähnliche Sprache, was zu wachsendem Vertrauen und somit zu einer tragfähigen (Arbeits-) Beziehung führen kann.

Jugendliche Ratsuchende wünschen sich vor allem Peer-Berater, die sie und ihre Probleme ernst nehmen, die jederzeit verfügbar sind bzw. für sie ein offenes Ohr haben. Darüber hinaus wollen sich Jugendliche und junge Erwachsene in ihren Gefühlen wahrgenommen fühlen und erwarten sowohl eine Bestätigung ihrer Stärken als auch alternative Handlungsmöglichkeiten für ihre Probleme (Kohel, 2005 zit. in Englmayer, 2003. S. 49). Wischnewski (2003 zit. in Englmayer, 2003, S. 49) fasst wie folgt/folgendermaßen zusammen: Die Chance, eine Kommunikation über mehrere E-Mails aufrechtzuerhalten, hängt davon ab, ob sich der Klient bei der ersten Antwort verstanden, ernst genommen und akzeptiert fühlt sowie mit den richtigen Informationen versorgt wird.

II. Empirische Untersuchung

2. Kooperationspartner

Das Jugendportal Ratingen (erreichbar unter den Webadressen www.jugendportal-ratingen.de und www.schreib-dich-nicht-ab.de), ein Online-Beratungsangebot für Jugendliche und junge Erwachsene, wird von der Diakonie im Kirchenkreis Düsseldorf-Mettmann gGmbH durchgeführt und leistet mit seiner Arbeit einen wesentlichen Beitrag zur Förderung und Unterstützung von jungen Menschen in Not.

Abb. 2: Website-Ausschnitt des Jugendportals Ratingen

2.1 Rahmenbedingungen des Projektes

Auf Anregung von jugendlichen Klienten der Ambulanten Jugendhilfe der Diakonie in Ratingen, welche seit 1991 junge Menschen im Rahmen der Jugendhilfemaßnahme „Betreutes Wohnen“ begleitet, wurde das Online-Beratungsangebot im Sommer 2005 ins Leben gerufen. Das Projekt ist vorerst auf drei Jahre angelegt. Es wird seit Beginn durch die Evangelische Fachhochschule Bochum bzw. Herrn Prof. Bellermann wissenschaftlich begleitet und durch die Organisation Aktion Mensch realisiert und gefördert.

Da im Einzugsbereich der Diakonie im Kirchenkreis Düsseldorf-Mettmann gGmbH keine Jugendberatungsstelle vorhanden ist, versteht sich die virtuelle Beratungsstelle als wichtige Anlauf- und Kontaktstelle für junge Menschen. Aus Angaben des Einwohnermeldeamtes in Ratingen geht hervor, dass ca. 60.000 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 24 Jahren im Kreis Mettmann leben. Hierunter zählen die Städte Ratingen, Mettmann, Langenfeld, Velbert, Hilden, Haan, Erkrath, Heiligenhaus, Wülfrath und Monheim, wobei der überwiegende Anteil der Rat suchenden Jugendlichen (ca. 70%) aus den fünf zuerst genannten Städten kommt. Ziel ist es, über ca. 2% der potenziellen Zielgruppe innerhalb der Projektlaufzeit durch das Online-Angebot zu erreichen. Die Regio- und Rheinbahn wirbt mit Plakaten in ihren regionalen Fahrzeugen für die Peer-Beratung und spricht somit auch Jugendliche und junge Erwachsene in angrenzenden Gebieten des Kreises Mettmann an, wie z.B. in der Stadt Düsseldorf. Da für die Registrierung bzw. Anmeldung auf dem Jugendportal Ratingen einige Angaben der Klienten erforderlich sind, um das Online-Beratungsangebot in Anspruch nehmen zu können, wurde bislang die Zugangsmöglichkeit technisch über einen Postleitzahlenfilter beschränkt. Diese schränkte die gewünschte Zielgruppe auf Personen des Kreises Mettmann ein, welche die Online-Beratung ausschließlich nutzen konnten und personelle sowie zeitliche Kapazitäten der Einrichtung somit nicht übermäßig beanspruchten. Seit kurzer Zeit sind das Jugendportal und seine Beratungsangebote auch Jugendlichen aus angrenzenden Gebieten zugänglich.

2.2 Beratungsangebot

Auf dem Jugendportal Ratingen wird E-Mail-Beratung sowie einmal pro Woche ein (Gruppen-)Chat für Jugendliche und junge Erwachsene angeboten. Der Kontakt per E-Mail erfolgt über ein Beratungspostfach, einen virtuellen Briefkasten, indem Anfragen junger Klienten und Antworten der Peer-Berater hinterlegt werden können. Die Beratung per E-Mail bzw. per Chat erfordert eine Anmeldung bzw. Registrierung unter Angabe eines selbst gewählten Benutzernamens und eines Passwortes sowie einer einmaligen Angabe einiger persönlicher Daten, wie z.B. E-Mail-Adresse, Alter und Postleitzahl. Diese sensiblen Daten sind für die Mitarbeiter des Portals nicht sichtbar, sondern dienen lediglich zu statistischen Zwecken und zur Überprüfung der Benutzungsberechtigung. E-Mails werden den einzelnen Peer-Beratern zugewiesen und in der Regel alle ein bis zwei Tage von ihnen in der Einrichtung oder von zu Hause aus beantwortet. Junge Menschen im Alter von 13 bis 24 Jahren wenden sich in Krisensituationen mit den unterschiedlichsten

Problemen an die Peer-Berater. Nach Auswertung der E-Mail-Anfragen der letzten zwei Jahre sind vor allem psychische Beeinträchtigungen (11%), Alltagsbewältigung sowie Einsamkeit (jeweils 10%) und Partnerschaftsprobleme (7%) Anlässe mit den jungen Mitarbeitern des Jugendportals Ratingen per E-Mail Kontakt aufzunehmen. Manche Jugendliche holen sich auch allgemeine Auskünfte ein, sprechen über körperliche Beeinträchtigungen, über Ängste, depressive Stimmungsbilder, Familienprobleme usw.

2.3 Zielsetzung

Das Projekt verfolgt im Sinne des Peer-Counseling-Ansatzes das Ziel, ein auf Selbstbestimmung gerichtetes Hilfsangebot für Ratsuchende bereitzustellen und deren aktuelle Lebensbedingungen zu verbessern. Jugendliche sollen somit in schwierigen Lebenssituationen begleitet werden sowie Unterstützung bei jugendalters- und gesellschaftlich bedingten Entwicklungsaufgaben erhalten und frühzeitig, also am besten vor bzw. bei der Entstehung der Problematik, einen Ansprechpartner kontaktieren können. Daraus lässt sich ein weiteres Ziel ableiten. Das Projekt stellt zudem ein Präventivangebot dar, welches für das junge Klientel jederzeit und von vielen Orten in Anspruch genommen werden kann. Es soll rechtzeitig Unterstützung liefern, bevor Probleme ein größeres Ausmaß annehmen und zu Überschuldung, Abbruch der Schul- und Berufskarriere, Suchtverhalten, Kriminalität und psychischer Krankheit führen. Das Jugendportal Ratingen versteht sich auch als ergänzendes Angebot der „Institution Jugendhilfe“ und soll das bislang lückenhafte Netz verdichten.

2.4 Mitarbeiter

An dem Projekt beteiligen sich elf Peer-Berater, neun weibliche und zwei männliche, welche für im Vorfeld ihrer Tätigkeit sechs Monate lang geschult wurden. Schulungsinhalte sind vor allem das Vier-Folien-Konzept nach Knatz & Dodier, welches in der Bearbeitung und Beantwortung der E-Mails hilfreich sein kann. Zudem werden die Mitarbeiter z.B. in das 5-Säulen-Konzept nach Petzold eingeführt, erfahren Wichtiges zum Thema Krisenintervention, erhalten theoretische Informationen über Störungsbilder und werden auch sonst mit für die Tätigkeit relevanten Informationen versorgt. Zudem nehmen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen an regelmäßig stattfindenden Teambesprechungen und Supervisionen teil. Die Peer-Berater sind ehrenamtlich tätige junge Mitarbeitende im Alter von 18 bis 24 Jahren, welche keine Bezahlung für ihr

Engagement erhalten. Durch ihre altersbedingte Nähe zu den Jugendlichen sind sie mit ihren Nöten und Problemen vertraut. In ihrer Online-Beratungsarbeit werden sie von drei Sozialpädagogen bzw. -arbeitern unterstützt. Die Fachkräfte helfen im Umgang mit schwierigen Themen, beantworten E-Mail-Inhalte wie z.B. Suizid jedoch aufgrund der Brisanz und der vermeintlichen aktuellen Gefährdung selbst und besprechen mit den Peer-Beratern vor dem Absenden auch die zu allen anderen Themen verfassten E-Mails.

3. Forschungsvorhaben

Im Rahmen meiner empirischen Diplomarbeit habe ich einen Kooperationspartner gesucht, der in der Online-Beratung tätig ist und ein Interesse an einer kleinen Evaluation seiner praktischen Arbeit hat. Durch Zone 35 (www.beranet.de), eine Agentur, in der Informatiker, Psychologen und Pädagogen zusammenarbeiten und die Systemlösungen zur Realisierung von virtuellen Beratungsstellen anbieten, bin ich zuerst auf die Ehe-, Familien- und Lebensberatungsstelle der Diözese Freiburg verwiesen worden. Diese Einrichtung wurde mir empfohlen, da ihre Online-Beratungsangebote sehr stark genutzt und bereits in der Modellprojektphase evaluiert wurden. Eine Mitarbeiterin regte nach Rücksprache mit ihren Kollegen eine interessante, bisher im Online-Setting kaum erforschte Fragestellung an, die sich später durch meinen aktuellen Kooperationspartner noch spezifizierte und auf diesen übertragen ließ. Sie schlugen vor zu untersuchen, wie sich die Qualität einer hinreichend guten Beratungsbeziehung definieren lässt bzw. welche Faktoren Einfluss darauf nehmen, wenn die Beziehung zum Berater in der E-Mail-Beratung vom Klienten als hinreichend gut erlebt wird.

3.1 Fragestellungen

Aus diesem Vorschlag entnahm ich folgende Untersuchungsfragen:

1. Welche beziehungsfördernde Beratervariablen (Verhalten, Einstellungen und Interventionen des Peer-Beraters) werden von den Rat suchenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Peer-Beratung per E-Mail wahrgenommen und wie wird die Beratungsbeziehung erlebt?

Mit Hilfe dieser Frage soll zunächst analysiert werden, welche Verhaltensweisen des Peer-Beraters überhaupt in der E-Mail-Beratung realisiert werden bzw. in dieser vorkommen. Darüber hinaus zielt die Frage darauf ab zu erkunden, welches Beraterverhalten für den

jungen Klienten erfahrbar wird, das bedeutet, welches er konkret in den E-Mail-Kontakten mit dem Peer-Berater erlebt hat. Auch soll die Fragestellung darüber Aufschluss geben, wie die jugendlichen Ratsuchenden die Beratungsbeziehung zwischen sich und den Peer-Beratern erleben.

2. Wie werden die einzelnen Beratervariablen von den jungen Klienten bewertet und welche allgemeinen Aspekte der E-Mail-Beratung halten sie für wichtig?
   Welche Bedeutung kommt der Beratungsbeziehung aus Sicht der Klienten zu?

Diese Fragestellung versucht eine Antwort darauf zu finden, wie wichtig bzw. hilfreich einzelne Beratervariablen bzw. -verhaltensweisen nach Einschätzung der jungen Rat suchenden Menschen sind. Darüber hinaus kann die Klientenbewertung auch Aufschluss über Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede zwischen dem Online- und dem herkömmlichen Beratungssetting im Hinblick auf die einzelnen Beratervariablen geben.

Ziel der beiden verknüpften Fragen ist es demnach zu untersuchen, wie die Beratungsbeziehung zwischen den Jugendlichen und dem Peer-Berater aus der Klientenperspektive erlebt und bewertet wird.
Neben diesen beiden zentralen Fragestellungen interessierte die Mitarbeiter der Online-Peer-Beratung, welche jungen Klienten ihr E-Mail-Beratungsangebot in Anspruch nehmen. Daher verfolge ich noch eine dritte wichtige Frage, die sich auf die soziodemografischen Faktoren und allgemeinen Angaben bezüglich der E-Mail-Beratung bezieht.

3. Welche Personen nehmen die Peer-Beratung per E-Mail in Anspruch und welche Rahmenbedingungen liegen bei der Inanspruchnahme vor?
   Gibt es Zusammenhänge zwischen den soziodemografischen Faktoren/den Rahmenbedingungen der Beratung und dem Klientenerleben/der Klientenbewertung bzw. der Beratungsbeziehung?

Diese letzte Frage soll bei der Auswertung der ersten beiden Fragestellungen in Zusammenhang gebracht werden, um z.B. mögliche Bezüge zwischen dem Erleben sowie der Bewertung der Beratungsbeziehung in der E-Mail-Beratung und soziodemographischer Faktoren der Klienten sowie Rahmenbedingungen der Beratungsinanspruchnahme aufzeigen zu können.

3.2 Ziel

Im Rahmen meiner empirischen Diplomarbeit möchte ich die zuvor genannten Fragestellungen untersuchen mit dem Ziel, einen Beitrag für die Online-Beratungsforschung zu leisten. Im Kontext der E-Mail-Beratung soll der Beratungsbeziehung als ein bedeutender Wirkfaktor Aufmerksamkeit geschenkt werden. Ziel ist es zu erforschen, welche Beziehungsfaktoren, denen im klassischen Beratungssetting eine zentrale Bedeutung zukommt, für jugendliche und junge, erwachsene Klienten eine wichtige Rolle in der E-Mail-Beratung einnehmen. Forschungsziel der empirischen Untersuchung soll nicht die Wirksamkeit von Beratervariablen sein und um die frage, ob sie positive Beratungserfolge hervorrufen, sondern sie soll vielmehr zeigen, wie wichtig bzw. hilfreich die Klienten einzelne Verhaltensweisen und Einstellungen des Peer-Beraters für sich einschätzen.

4. Rahmenbedingungen der Studie

Im Folgenden möchte ich meine Studie vorstellen, die ich anhand der E-Mail-Peerberatung meines Kooperationspartners, der Diakonie im Kirchenkreis Düsseldorf-Mettmann gGmbH, durchgeführt habe.

4.1 Vorbereitung der Untersuchung

Die wichtigste und schwierigste Aufgabe war zu Beginn, einen geeigneten Kooperationspartner zu finden, nachdem die Zusammenarbeit mit der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung von ihrer Seite vorzeitig abgebrochen wurde. Da ich bereits den Fragebogen fertiggestellt hatte, war ich in meiner Suche eingeschränkt. Ich brauchte einen Kooperationspartner, der sich in seinem Profil bzw. Aufgabenfeld nicht zu sehr von meinem letzten unterschied. Demnach machte ich mich nach einer Einrichtung auf die Suche, die ebenfalls E-Mail-Beratung anbot, genügend Anfragen von Klienten erhielt und mit den unterschiedlichsten Problemfeldern vertraut sein musste. Durch eine mir bekannte Peer-Beraterin wurde ich auf das Jugendportal aufmerksam und kontaktierte eine hauptamtliche Mitarbeiterin. Diese sicherte mir die Zusammenarbeit mit der Diakonie zu, nachdem ich ihr mein Vorhaben näher gebracht sowie Ziele und Vorgehensweise erläutert hatte. Dabei klärten wir auch organisatorische Fragen und überprüften bzw. stimmten die bisher entwickelte Online-Umfrage auf die

Wünsche und das Profil des Kooperationspartners ab. Die von mir kontaktierte Mitarbeiterin übermittelte mein Vorhaben an die jugendlichen Peer-Berater des Jugendportals Ratingen und informierte diese über die Durchführung.

4.2 Messinstrument

Aus den zuvor dargestellten Fragestellungen und meiner Zielsetzung geht hervor, dass im Rahmen meiner empirischen Untersuchung die Klienteneinschätzung bezüglich wahrgenommener und hilfreicher Beratervariablen und der Beratungsbeziehung analysiert werden soll. Im Hinblick auf mein Erkenntnisinteresse zeigen sich quantitative Verfahren der empirischen Sozialforschung als geeignet. Da ich Fragestellungen nachgehen möchte, die sich auf Einstellungen und Bewertungen aus Sicht der Klienten beziehen, bietet sich insbesondere die quantitative Methode der schriftlichen Befragung an, welche am häufigsten Anwendung in wissenschaftlichen Untersuchungen findet (Diekmann, 2007, S. 434f).

Im Rahmen meiner empirischen Studie habe ich mich für die standardisierte Online-Befragung entschieden, mit deren Hilfe im Internet ein elektronischer Fragebogen bereitgestellt bzw. durch dieses Medium übermittelt wird. Die gesamte Online-Umfrage ist unter der Website www.bytesconnect.de/Umfrage einzusehen. Die Zielgruppe der Umfrage, also junge Menschen, welche die E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen in Anspruch nehmen, können somit anonym und mit geringem Aufwand erreicht werden. Der Anonymitätswahrung der Klienten kommt von Seiten der virtuellen Beratungsstelle eine wichtige Priorität zu, so dass eine Online-Umfrage die einzige Möglichkeit darstellt, die zu befragende Zielgruppe überhaupt auf diskretem Weg zu erreichen. Jede andere Befragungsform setzt telefonischen oder persönlichen Kontakt voraus, der in diesem Fall nicht zweckmäßig und deshalb unerwünscht ist.

4.3 Datenquelle

Datenquelle sind bei der Online-Befragung Nutzer und Nutzerinnen des Jugendportals Ratingen, welche die E-Mail-Beratung durch Peer-Berater in Anspruch genommen haben bzw. momentan noch nehmen. Dabei spielt die Anzahl der E-Mail-Beratungen oder der Zeitraum, in dem sie stattfanden, keine Rolle. Die jungen Klienten eignen sich am besten als Datenquelle (vgl. Abs. 1.2.4), weil eine subjektive Einschätzung von Beratervariablen abgegeben werden soll, und Einstellungen und Bewertungen zur Beratungsbeziehung aus

Sicht der Nutzer des Beratungsangebotes erforderlich sind. Die Online-Umfrage richtet sich an alle Klienten, auch an diejenigen, die bisher nur eine E-Mail mit dem Peer-Berater ausgetauscht haben oder bereits die Beratung abgeschlossen haben bzw. zur Zeit keine in Anspruch nehmen.

4.4 Entwicklung und Grundlagen des Fragebogens

Im Vorfeld der Erstellung des Fragebogens gab es eine Reihe von Überlegungen anzustellen.

Der Fragebogen sollte eine bestimmte Bandbreite von Items (s. Anhang 2) Einschätzung des in den E-Mail-Kontakten wahrgenommenen Verhaltens, der Einstellungen und der Interventionen des Peer-Beraters beinhalten, die in einem positiven Zusammenhang zur Beratungsbeziehung stehen bzw. auf diese Einfluss nehmen. Zusätzlich sollten auch Aussagen enthalten sein, welche explizit auf die Berater-Klient-Beziehung eingehen. Voraussetzung für die Verwendung von Items aus vorhandenen Fragebögen der Literatur bzw. selbst entwickelten Items ist, dass diese auf unterschiedlichen Theorien und Modellen basieren, die in der Beratung per E-Mail Anwendung finden. Zusammengefasst sind die Items der Klientenzentrierten Beratung nach Rogers, dem Lösungsorientierten Ansatz nach de Shazer, der Verhaltenstherapie und dem Ansatz nach Grawe sowie nach Petzold entlehnt. Diese Konzepte habe ich gewählt, weil sie in den Schulungen der Peer-Berater vermittelt werden oder Grundlagen der von mir verwendeten Fragebögen darstellen. Demnach habe ich mehrere Therapie- und Beratungskonzepte aus verschiedenen Schulrichtungen in Items übersetzt, um ein möglichst breites Spektrum von Verhaltensweisen des Beraters abzudecken, die von den Klienten eingeschätzt werden sollen. Dieses Vorgehen bietet die Möglichkeit, unterschiedliche Methoden und Vorgehensweisen des Peer-Beraters zu erfassen. Das erscheint mir wichtig, da jeder Jugendliche bei der Beantwortung der E-Mails vermutlich seinen eigenen Stil entwickelt hat und, mit unterschiedlicher Dosierung und auf den jeweiligen Klienten individuell abgestimmt, Elemente aus verschiedenen Beratungsansätzen verwendet, auch wenn alle Peer-Berater sich an dem Vier-Folien-Konzept von Knatz & Dodier als grobem Leitfaden orientieren. An jede der verwendeten Aussagen, die Aufschluss über das Beraterverhalten und die Beratungsbeziehung geben können, sollte sich eine weitere Frage anschließen, die sich auf die vorangegangene Feststellung bezieht. Im Hinblick auf meine Zielsetzung der empirischen Untersuchung und die im 3. Abschnitt formulierten Fragestellungen sollen die jeweiligen Fragen die Klienten dazu veranlassen, eine Bewertung darüber abzugeben, wie

nützlich bzw. hilfreich die jeweilige vorher angesprochene Aussage für den Klienten ist. Um persönliche bzw. sozialstatistische Angaben von den Nutzern der E-Mail-Beratung zu erhalten und diese auf die von ihnen abgegebene Einschätzung und Bewertung beziehen zu können, müssen auch Skalen verwendet werden, die soziodemografische Merkmale der Klienten erfragen.

Als Grundlage und wesentliche Orientierungshilfe bei der Erstellung des Fragebogens diente insbesondere der Bonner Fragebogen für Therapie und Beratung (BFTB) und der Patientenbogen der Psychotherapeutischen Praxisstelle der Universität in Bern (zur Vereinfachung sog. Berner Fragebogen).

Der BFTB ist ein katamnestisches und nach den Gütekriterien konstruiertes Instrument, das entwickelt wurde, „um Veränderungen durch Therapie oder Beratung und wesentliche Faktoren des therapeutischen Prozesses zu erfassen“ (Fuchs, 1998, S. 98f). Der Fragebogen gliedert sich in zwei Teile, und zwar einen Ergebnis- und einen Prozessbogen. Für die Konstruktion meines Fragebogens gilt lediglich der Prozessbogen als Vorlage, bei dem der Klient seine Einschätzung in Bezug auf wesentliche Wirkfaktoren abgeben kann. Diese Faktoren spielen im Beratungsprozess eine wichtige Rolle und sind mehr oder weniger in allen Therapie- und Beratungsformen anzutreffen. Der Beratungsprozess wird mit Hilfe unterschiedlicher Techniken bzw. Interventionen des Beraters erfasst, die sich im Beraterverhalten darstellen. Die Wirkprinzipien sind zwar unterschiedlichen Schulrichtungen entnommen, aber so allgemeingültig formuliert, dass alle Klienten durch die Items angesprochen werden können. Sie sind jeweils in zehn Prozessskalen gefasst (Sidiropoulou, 1998), von denen sich vier Skalen auf das Erleben der Beratungsbeziehung beziehen. Drei dieser Kategorien bzw. Skalen, die dem Konzept von Carl R. Rogers entlehnt sind, gehen jeweils auf eine der drei Basisvariablen Empathie, Echtheit und Wertschätzung ein (vgl. Abs. 1.5.2.1; 3., 4. u. 5. Kategorie des unten angeführten Fragebogens). Eine andere Prozessskala nimmt Bezug auf die in der Verhaltenstherapie wichtige Strukturierung des Beratungs- bzw. Therapieprozesses, die im Zusammenhang mit der Etablierung einer hilfreichen Beratungsbeziehung steht (vgl. Abs. 1.2.5.3; 8. Kategorie, Item 29 u. 30). Die Prozessskalen bestehen aus jeweils zehn Items, aus denen ich für meinen Fragebogen bestimmte Feststellungen ausgewählt (Sidiropoulou, 1998, S. 123ff u. S. 129) und auf die zu erforschende Fragestellung angewendet habe. Dieses ist vor allen Dingen deshalb erforderlich, da bestimmte Formulierungen aus dem klassischen Beratungshintergrund auf das Online-Setting übertragen werden mussten. Ebenso verhält es sich mit der Auswahl und Umformulierung mancher Items aus dem Berner Fragebogen.

Der Berner Fragebogen ist an der Universität in Bern unter Leitung von Prof. Grawe entwickelt worden und basiert auf den vier von Grawe in seinem Allgemeinen Psychotherapie-Konzept formulierten Wirkprinzipien (vgl. Abs. 1.2.5.4). Der Fragebogen enthält ebenfalls zwei Teile, einen Therapeuten- und einen Patientenstundenbogen zur Einschätzung bzw. zum Erleben der Therapiesitzung aus der jeweiligen Sicht der beteiligten Personen (s. Anhang 1 „Patientenstundenbogen der psychotherapeutischen Praxisstelle, Universität Bern“). Auch hier habe ich Items aus dem Patientenstundenbogen für die Befragung entnommen, die auf den Wirkfaktor der Ressourcenaktivierung nach Grawe im Sinne von positiver Kontroll- und Selbstwerterfahrung Bezug nehmen (Items 21, 25 u. 31). Zudem wurden die Feststellungen ausgewählt, die mit einer positiven Bindungserfahrung im Sinne von Aufgehobensein/-fühlen (Items 15 u. 32) sowie einer positiven Therapiebeziehung (Items 1, 2 u. 16) im Zusammenhang stehen. Die im Berner Fragebogen verwendeten Aussagen decken unterschiedliche thematische Bereiche ab, so dass z.B. Items eine enge Verbindung zu den Basisvariablen nach Rogers (Items 15 u. 16) oder auch eine thematische Ähnlichkeit zu gewissen Kategorien aufweisen (Items 10 u. 25 zur Kategorie „Unterstützung“ sowie Items 31 u. 32 zur Kategorie „Strukturierung“) und ich sie deshalb in die passende Kategorie integriert habe. Die meisten Items können bestimmten von mir gewählten Kategorien zugeordnet werden und ergänzen somit inhaltlich den Fragebogen.

Über die zwei Fragebogenquellen hinaus habe ich im Sinne der von Hilarion Petzold benannten Wirkfaktoren, die im Zusammenhang mit dem Aufbau einer positiven Beratungsbeziehung stehen können, Items zu den Kategorien „Emotionale Stütze“ und „Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven“ formuliert (vgl. Abs. 1.2.5.5; 2. u. 7. Kategorie). Für die Kategorie „Unterstützung“ sind ebenfalls jeweils zwei Aussagen verfasst worden, die sich an spezifisches Beraterverhalten und -interventionen aus der Lösungsorientierten Beratung von Steve de Shazer (vgl. Abs. 1.2.5.2; Items 20 u. 24) sowie an das Vier-Folien-Konzept von Birgit Knatz und Bernhard Dodier (vgl. Abs. 1.3.6; Items 22 u. 23) anlehnen. Zur Einführung in den Fragebogen habe ich ebenfalls drei Items selbst entwickelt, die teilweise allgemein gefasst sind, aber auch Auskünfte über das Erleben der Beratungsbeziehung (Items 3 u. 4) und über die Erwartungshaltung des Klienten bezüglich der Unterstützung des Beraters im Sinne des Imaginationsmodells von Döring (vgl. Abs. 1.3.5; Item 5) liefern können.

Bei der Erstellung der selbst konstruierten Items habe ich mich an die Grundregeln der Fragebogenformulierung gehalten (vgl. Diekmann, 2007, S. 479-483) und bin dem Wortlaut der aus anderen Fragebögen entnommenen Items gefolgt. Da ich davon

ausgegangen bin, dass vor allem Klienten, die aktuell in Beratung sind, aufgefordert werden, den Fragebogen auszufüllen, sind die Items in Form einer Feststellung und in Gegenwartsform formuliert. Zur Überprüfung der Verständlichkeit habe ich die Items einem Pretest unterzogen, wobei die Formulierungen von den hauptamtlichen Mitarbeitern des Jugendportals Ratingen, die die Peer-Berater bei der E-Mail-Beratung unterstützt, kontrolliert wurden. Da ich mit dem Thema der Online-Beratung nur theoretisch vertraut bin und mir keine Fragebögen, die auf das Online-Setting Bezug nehmen, zur Verfügung standen, habe ich die Mitarbeiterin auch die Itemsammlung auf Relevanz prüfen lassen. Um den Klienten die Möglichkeit zu eröffnen, wichtige bzw. hilfreiche, aber möglicherweise von meinem Fragebogen nicht erfasste Dimensionen der Beratungsbeziehung, des Beraterverhaltens oder auch des Online-Settings ansprechen zu können, habe ich ein freies Textfeld erstellt, welches von den Klienten bei Bedarf ausgefüllt werden kann.

Für die Beantwortung durch den Klienten bzw. für die Bewertung des Ausmaßes, in dem die dargebotenen Aussagen zutreffen, habe ich mich an den beiden Vorlagen orientiert, allerdings verwende ich eine siebenstufige (in Anlehnung an den Berner Fragebogen), und nicht wie der BFTB eine fünfstufige Intervallskala, um die Antwortmöglichkeiten zu erhöhen und somit eine differenziertere Einschätzung des Klienten zu schaffen. Die gewählte Intervallskala enthält die folgenden Antwortkategorien als Ausdruck einer (eher) ablehnenden Haltung: „überhaupt nicht“, „nein“ und „eher nicht“. Um der Aussage zuzustimmen, gibt es die Antwortmöglichkeiten „eher ja“, „ja“ und „ja, ganz genau“. Sollte sich der Klient nicht sicher sein, ob er der Feststellung zustimmen oder sie ablehnen möchte – z.B. weil er das Item nicht einschätzen kann bzw. das zu bewertende Beraterverhalten (noch) nicht erlebt hat und demnach keine Aussage dazu machen kann –, gibt es die Antwortkategorie „weder noch“. Den einzelnen Antworten sind zur Visualisierung und Codierung Zahlen von –3 bis +3 zugeordnet. Die Antwortkategorien bei der Abfrage der soziodemografischen Faktoren richten sich nach dem verwendeten Fragetyp. Die Antwortskalen bestehen bis auf eine aus Skalen, die mehrere Antwortmöglichkeiten zur Verfügung stellen. Allerdings kann nur jeweils eine Vorgabe pro Antwortskala von den Klienten gewählt werden. Nur bei der Merkmalskategorie „Berufstätigkeit“ werden keine Antwortvorgaben gemacht, da die Eingabe der individuellen Berufsbezeichnung für den Klienten wesentlich einfacher/unkomplizierter ist, als erst aus einer langen Liste die passende Berufsbezeichnung herauszusuchen.

4.5 Aufbau der Online-Umfrage

Die Online-Umfrage (s. Anhang 3) setzt sich aus mehreren Bausteinen zusammen.
Sie beginnt mit einem Anschreiben (s. Anhang 3a), dass an die Personen adressiert ist, welche an der Befragung teilnehmen möchten. In dem Anschreiben wird auf die Rahmen- und Teilnahmebedingungen der empirischen Untersuchung eingegangen sowie Anlass und Zielsetzung der Studie erläutert, so dass sich Interessenten im Vorfeld über mein Vorhaben informieren können und sich je nach Motivation für oder gegen eine Teilnahme entscheiden können. Zudem werden die verantwortlichen Personen vorgestellt, die für die Entwicklung und Durchführung sowie für die technische Umsetzung der Online-Umfrage zuständig sind. Diese Angaben befinden sich auf jeder Seite der Befragung, so dass die Verantwortlichen bei technischen Fragen oder anderen Problemen mit der Umfrage jederzeit kontaktiert werden können. Durch Anklicken des Start-Buttons gelangen die Teilnehmer auf die nächste Seite der Online-Umfrage.
Hier befindet sich die erste Filterfrage (s. Anhang 3b). Diese ermittelt, ob die jeweilige Person zum ersten Mal an der Studie teilnimmt oder den Fragebogen bereits schon einmal ausgefüllt hat. Wählt der Teilnehmer die Antwortoption „ja“, so wird er auf die dritte Seite der Online-Befragung weitergeleitet. Wird die Frage mit „nein“ beantwortet, so öffnet sich eine weitere Seite, auf der für das Interesse und den bereits ausgefüllten Fragebogen gedankt wird. Durch diese Anfrage wird sichergestellt, dass der Fragebogen von jedem Teilnehmer nur einmal ausgefüllt werden kann. Bei den Filterfragen sowie den Fragebogenitems werden keine Antwortvorgaben gemacht, das bedeutet, es sind keine Felder vormarkiert, so dass der Teilnehmer den Text aufmerksam lesen und das zutreffende Feld anklicken muss, um auf die jeweilige nächste Seite des Fragebogens zu gelangen.
An diese Fragestellung schließt sich die zweite und letzte Filterfrage an (s. Anhang 3c), welche nachfragt, ob auf dem Jugendportal Ratingen E-Mail-Beratung in Anspruch genommen wurde. Nur Personen, die diese Beratungsform genutzt haben, können den Fragebogen ausfüllen, und nicht etwa Klienten, die andere Beratungsangebote des Kooperationspartners wahrgenommen haben. Wird die Frage verneint, so wird die Teilnahme an der Online-Umfrage beendet und für das Interesse gedankt sowie darauf hingewiesen, dass sich nur Personen an der Befragung beteiligen können, die E-Mail-Beratung auf dem Jugendportal Ratingen in Anspruch genommen haben. Trifft dieser Sachverhalt jedoch auf den betreffenden Klienten zu, so werden sie auf die vierte Seite weitergeleitet.

Auf dieser Seite der Online-Befragung wird auf das Kernstück, den Fragebogen, eingegangen, indem eine kurze Anleitung zur Vorgehensweise und zum Ausfüllen der nachfolgenden Items gegeben und auf die Hilfefunktion hingewiesen wird, die auf dieser und jeder nachfolgenden Seite des Fragebogens zur Verfügung steht (s. Anhang 3d). Die Funktion steht nach Anklicken des Hilfe-Buttons dem Klienten zur Verfügung, indem sich ein kleines neues Fenster öffnet. In diesem Kasten findet der Klient ausführliche Informationen zum Ausfüllen des Fragebogens. Dort werden die Antwortkategorien näher beschrieben und die Antwortmöglichkeiten an einem Beispiel genau erklärt, damit mögliche Verständnisschwierigkeiten, welche beim Ausfüllen entstehen können, behoben und somit unnötige Fehler bei der Beantwortung der Items im Vorfeld beseitigt werden. Diese Hilfe-Funktion hat demnach zum Ziel, die Antwortqualität zu erhöhen.

Der eigentliche Fragebogen beginnt somit erst auf der fünften Seite der Online-Umfrage und umfasst acht Seiten mit jeweils acht Fragen, wobei vier Items jeweils mit der sog. Hilfreich-Frage verknüpft sind (s. Anhang 3e). Der Fragebogen besteht dementsprechend aus 32 Feststellungen und 32 dazugehörigen Hilfreich-Fragen, also insgesamt 64 zu beantwortenden Items, welche sich auf die Einschätzung und Bewertung des Beraterverhaltens und die Beratungsbeziehung beziehen. Die Fragebogenitems, die unter Abs. 4.4 dargestellt wurden, sind bis auf die ersten fünf allgemeinen Einführungsfragen, die als Eisbrecherfragen fungieren bzw. auf die Thematik des Fragebogens hinführen sollen, nach dem Zufallsprinzip durchmischt worden. Auf diese Weise sind Items, die thematisch einer Kategorie angehören, an unterschiedlichen Stellen im Fragebogen platziert, so dass die Reihenfolge interessanter und abwechslungsreicher gestaltet ist und man davon ausgehen kann, dass auch bei der Bewertung ähnlicher Iteminhalte jede einzelne Feststellung differenziert, gewissenhaft und aufmerksam beantwortet wird (Diekmann, 2007, S. 483f). Die Fragebogenlänge sollte in der Regel in Online-Umfragen nicht mehr als 25 Fragen enthalten (Gräf, 1999, S. 161), es sei denn, die Teilnehmer werden dementsprechend in einem Anschreiben darüber informiert und unterstützen das Ziel der Studie etc. Die gewählte Itemanzahl meines Fragebogens überschreitet zwar den Richtwert um über das Doppelte, allerdings handelt es sich bei der Anzahl um 32 Items mit jeweils einer verknüpften Bewertungsfrage, so dass der Aufwand der Beantwortung dieser geringer bleibt, als wenn sich der Umfrageteilnehmer thematisch auf 64 einzelne Sachverhalte einlassen müsste. Somit wird der geistige und zeitliche Aufwand (geschätzte zehn Minuten) relativiert. Es müssen von dem Klienten jeweils alle acht Fragen pro Seite beantwortet werden, damit dieser auf die nächste Seite gelangt. Vergisst der Teilnehmer das Ausfüllen eines Items, so erscheint ein Hinweis. Mit diesem Verfahren soll bezweckt

werden, dass der Fragebogen vollständig ausgefüllt wird und keine Frage übersehen werden kann. Aus Gründen der Übersichtlichkeit sowie der Platzersparnis habe ich bei der Gestaltung der Antwortmöglichkeiten eine Vorgabematrix gewählt. Daran knüpft sich die offene Frage an, welcher Aspekt der E-Mail-Beratung am wichtigsten für den Klienten ist (s. Anhang 3f). – unabhängig davon, ob dieser in den vorigen Items beinhaltet war, Als Antwortmöglichkeit ist ein kleines Textfeld vorgegeben, das freiwillig ausgefüllt werden kann.

An diese Fragestellung schließt sich die Abfrage sozidemographischer Merkmale der Klienten an (s. Anhang 3g), die ebenfalls nicht ausgefüllt werden müssen. Dieser Teil wird am Ende der Online-Befragung angeführt, da dieser weniger interessant für Klienten ist und am wenigsten Konzentration erfordert (Diekmann, 2007, S. 484f). Hier werden das Geschlecht, das Alter, der Familienstand, der Bildungsgrad, die Berufstätigkeit und die Rahmenbedingungen der Inanspruchnahme der E-Mail-Beratung wie die Anzahl, die Aktualität, der Kontaktweg und der Anlass der E-Mail-Beratung nachgefragt. Beim Beratungsanlass gibt es verschiedene Antwortvorgaben, die sich zunächst auf grobe Problemfelder beziehen und sich nach Auswahl eines Feldes in noch differenziertere Problemkategorien gliedern.

Nach dem Anklicken des Weiter-Buttons werden die Daten abgeschickt, und die Klienten erhalten ein Dankeschön für die Teilnahme und die Mitarbeit an der empirischen Untersuchung.

4.6 Untersuchungsplan

Einige wichtige Komponenten des Untersuchungsplanes wurden auch schon in den letzten Abschnitten angesprochen. Es sollen hier noch zentrale Aspekte ergänzt werden, die sich auf die Rahmenbedingungen der empirischen Studie beziehen.

Die Untersuchung startete am 17.09.2007 und endete am Freitag, dem 25.11.2007. Die Studiendauer betrug demnach zehn Wochen. Ursprünglich war in der Planungsphase ein größerer Zeitraum für die Untersuchung angedacht gewesen mit dem Ziel, mehr Klienten für die Teilnahme zu gewinnen. Dies ließ sich allerdings nicht realisieren, da es mehrere Wochen dauerte, einen neuen Kooperationspartner zu finden.

Um trotzdem genug Umfrageteilnehmer, also Klienten der E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen, auf die Online-Befragung hinzuweisen, wurden drei verschiedene Wege der Kontaktaufnahme gewählt. Um Klienten zu erreichen, die aktuell die E-Mail-Beratung in Anspruch nehmen, wurden die gesendeten E-Mails der Peer-Berater mit einem

Link zur Online-Umfrage und einem kurzen Hinweis auf diesen versehen. Mit dem Ziel, möglichst eine Vielzahl von Personen und auch ehemalige Klienten, also Jugendliche und junge Erwachsene, die sich bereits zu einem früheren Zeitpunkt per Mail beraten ließen, zu kontaktieren, wurde der Link zu dem Fragebogen auch auf der Website des Jugendportals Ratingen unter der Kategorie „Umfrage“ installiert. Ebenfalls wurden durch gezieltes Anschreiben der Personen, die bei der Registrierung eine E-Mail-Adresse angegeben hatten, durch den Kooperationspartner auf die Online-Umfrage hingewiesen.

Alle Klienten der E-Mail-Beratung konnten sich an der Befragung beteiligen, auch solche, die erst eine einzige Beratung in Anspruch genommen hatten. Es kann zwar davon ausgegangen werden, dass ein Klient mit erst einer erhaltenen Antwortmail des Peer-Beraters das Verhalten bzw. die Beratungsbeziehung noch nicht so gut einschätzen kann, jedoch erhoffe ich mir je nach Messzeitpunkt, differenzielle Effekte zu erfassen, die mit der Anzahl der Beratungskontakte zusammenhängen, und z.B. der Frage nachgehen, ab wann die Beratungsbeziehung durch den Klienten einschätzbar ist. Würde sich der Fragebogen nicht auch an die Zielgruppe mit einem einzigen Beratungskontakt richten, so könnten sich vermutlich nur sehr wenige an der Umfrage beteiligen. Schließlich werden die Peer-Berater auch bei kleineren Problemen kontaktiert, die schon nach wenigen Beratungskontakten gelöst sein können, oder es werden Informationen von ihnen erbeten, welche in einer einzigen Antwortmail übermittelt werden können.

Die ausgefüllten Fragebögen werden automatisch an meine private E-Mail-Adresse gesandt und zudem in Datenbanken gespeichert, so dass die Daten für die Auswertung zur Verfügung stehen.

4.7 Datenschutz

Der Datenschutz bleibt bei dieser Umfrage in jeder Weise gewahrt.

Da grundsätzlich keine persönlichen Daten der Klienten zur Kontaktaufnahme benötigt werden, bleiben diese anonym. Eine Zuordnung der Fragebogenantworten zu einem bestimmten Klienten ist somit nicht möglich.

Die ausgefüllten Fragebögen werden auf dem Server der Website www.bytesconnect.de für den Untersuchungszeitraum gespeichert, so dass sie für die Auswertung dort zur Verfügung stehen und als doppelte Datensicherung mir, der Untersuchungsleiterin, elektronisch zu meinem passwortgeschützten E-Mail-Account zugesandt werden. Die Datenbank, in der die erhobenen Daten nach Ausfüllen des Fragebogens gespeichert

wurden, ist ebenfalls durch ein Passwort gesichert, so dass Dritte nicht auf die Daten der Klienten zugreifen können.

5. Auswertung der Ergebnisse

Zur statistischen Auswertung werden alle elektronischen Daten der Klienten verwendet, welche den Fragebogen komplett ausgefüllt haben. Diese Vorgehensweise erleichtert die Auswertung, weil pro Klient ein kompletter Datensatz zur Verfügung steht und somit jeweils mit dem gleichen Stichprobenumfang gearbeitet werden kann.
Die Daten, die in der Datenbank gespeichert sind, werden zunächst grafisch dargestellt, so dass diese übersichtlich zur Verfügung stehen. Mit dem speziell auf meine Bedürfnisse angepasstem Tool und mit Unterstützung des Mitarbeiters von Bytesconnect können ebenfalls Häufigkeitszählungen, Mittelwerte und andere auf deskriptive Statistik beruhende Rechnungen durchgeführt werden. Nachdem die Daten geordnet und u.a. visuell aufgearbeitet sind, können in einem nächsten Schritt im Rahmen der Inferenzstatistik mögliche Zusammenhänge untersucht werden.

5.1 Auswahl und Umfang der Stichprobe

Das Hauptkriterium der Stichprobenauswahl war, dass die Klienten mindestens eine Beratung per Mail auf der Website des Jugendportals Ratingen seit Existieren des Projektes in Anspruch genommen haben mussten. Das bedeutet, wenigstens ein Austausch zwischen der Anfragemail eines Jugendlichen und der entsprechenden Antwortmail eines Peer-Beraters musste erfolgt sein. Diese Auswahl wurde durch die 2. Filterfrage der Online-Befragung bereits getroffen, d. h., es mussten lediglich die Fragebögen aussortiert werden, die nicht komplett ausgefüllt wurden.
Im Zeitraum zwischen dem 17.09.2007 und dem 25.11.2007 haben insgesamt 84 Personen den Fragebogen ausfüllen wollen. Darunter befinden sich 5, welche an der ersten, bzw. 35 Umfrageteilnehmer, welche an der zweiten Filterfrage gescheitert sind. Dazu haben 10 Personen das Ausfüllen des Fragebogens mittendrin abgebrochen. Aus diesen Daten lässt sich schlussfolgern, dass zwar eine große Anzahl von Jugendlichen auf die Umfrage aufmerksam geworden sind, diese die E-Mail-Beratung auf der Seite des Jugendportals Ratingen allerdings nicht in Anspruch genommen haben und deshalb für das Ausfüllen des Fragebogens nicht zulässig waren. Insgesamt beträgt die Stichprobe demnach N=34. Die an der Online-Befragung teilnehmenden Personen haben den kompletten Fragebogen im

Zeitraum vom 27.09.2007 bis zum 02.11.2007 ausgefüllt. Die Ausfüllzeiten erstrecken sich von 10.00 Uhr am Morgen bis gegen 01.00 Uhr in der Nacht.
Die genaue Stichprobenzusammensetzung erfolgt in Abschnitt 5.2.1.

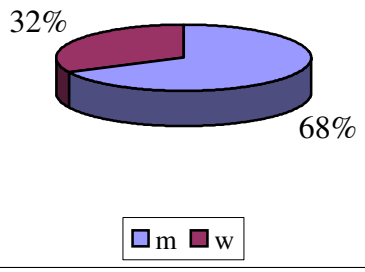
5.2 Die Antworten auf die kategorisierten Fragen

Im Folgenden sollen die Ergebnisse in Bezug auf die soziodemografischen Merkmale bzw. auf die Rahmenbedingungen der Inanspruchnahme der E-Mail-Beratung dargestellt werden. Zudem werden die Resultate zum Erleben und zur Bewertung des Peer-Berater-Verhaltens aus Sicht der jugendlichen Klienten sowie der Beratungsbeziehung angeführt, die Ergebnisse der offenen Frage und der auf Zusammenhänge untersuchten Variablen dargelegt.

5.2.1 Soziodemografische Faktoren

Die Stichprobe setzt sich aus 11 weiblichen und 23 männlichen Teilnehmern zusammen, so dass eine deutliche Überrepräsentation der Männer vorliegt.

Abb. 3: Geschlechtsverteilung



Aus Abbildung 3 geht hervor, dass sich etwa 2/3 Männer und 1/3 Frauen an der Online-Umfrage beteiligten.

Wie aus Tabelle 1 ersichtlich wird, liegen die Klienten zu einem Anteil von 50% in der Altersklasse von „16 bis 18“ Jahren. Somit sind vor allem das Jugendalter und das junge Erwachsenenalter vertreten.

Tab. 1: Altersklassenverteilung

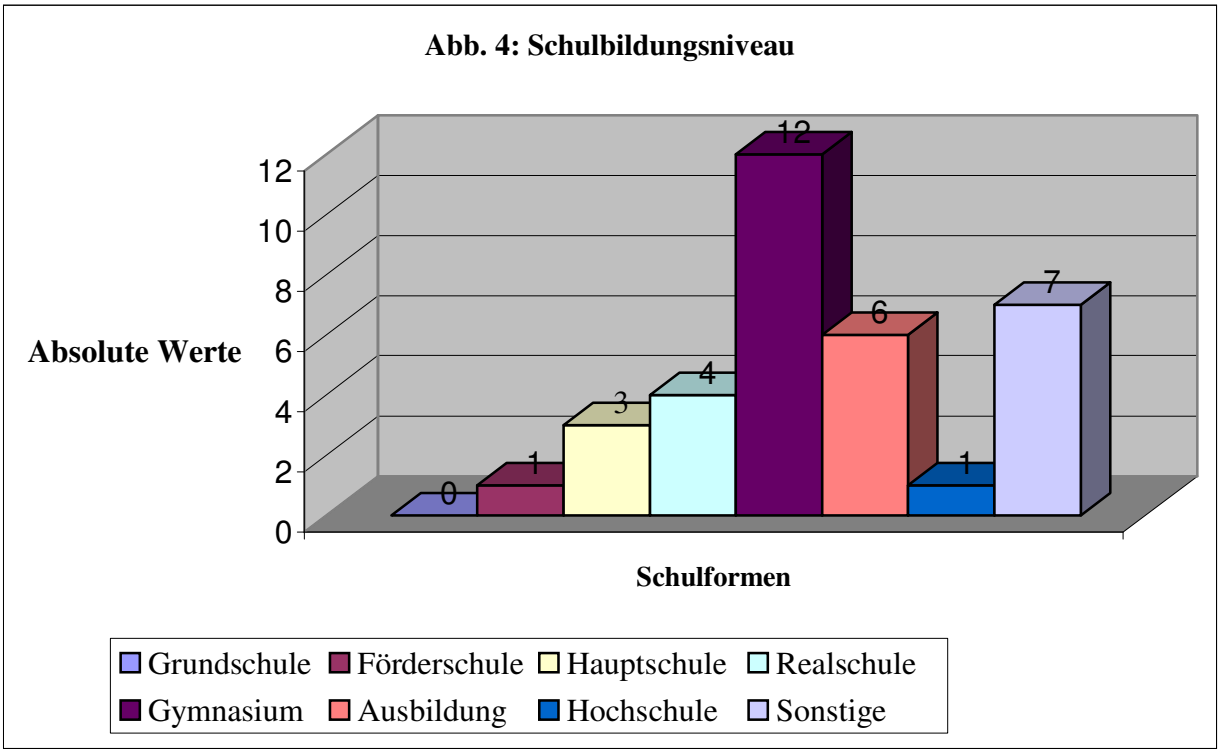
Altersklasse	Absolute Häufigkeit	Prozent
0-11	0	0
12-15	5	14,71
16-18	17	50,00
19-22	8	23,53
23-25	1	2,94
< 24	3	8,82
Gesamt	**34**	**100**

Die Zahlenangaben dieser Tabelle sind aus Gründen der Übersichtlichkeit auf zwei Nachkommastellen gerundet.

Die Kontaktaufnahme zur Onlineberatungsstelle erfolgte bei 24 Klienten über die Webadresse www.schreib-dich-nicht-ab.de und bei 8 Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen über den Zugriff www.jugendportal-ratingen.de. Zwei Personen kontaktierten die Online-Berater auf anderem Wege, vermutlich über die auf der Homepage angegebenen dienstlichen E-Mail-Adressen der hauptamtlichen Mitarbeiterinnen.

In Abbildung 4 zeigt sich die detaillierte Verteilung der besuchten Schulform:

Abb. 4: Schulbildungsniveau



Auffällig ist, dass genauso viele Umfrageteilnehmer eine Haupt- oder Realschule besuchen oder sich derzeit in einer Ausbildung befinden (N=13, die in der Regel den Abschluss der Mittleren Reife voraussetzt), wie einen höherwertigen Bildungsabschluss (Abitur und Hochschulabschluss; N=13) anstreben. Insgesamt sieben Klienten konnten ihren

Bildungsstand den von mir gewählten Kategorien nicht zuordnen, so dass man hieraus schließen kann, dass die gegebene Liste unvollständig ist bzw. nicht alle Schulformen oder Bildungsabschlüsse erfasst wurden.

Die Kategorie „Berufstätigkeit“ wurde nur von 8 Personen ausgefüllt, so dass die größte Anzahl der Untersuchungsteilnehmer keine Angabe hinsichtlich ihrer Berufstätigkeit gemacht hat. Unter den Menschen, die eine Angabe tätigten, befinden sich 4 Schüler, 1 Student, 1 Selbstständiger und 2 Arbeitslose.
Beinahe 2/3 der Umfrageteilnehmer (67,64%) sind ledig, welches aufgrund des Durchschnittsalters für unseren gesellschaftlichen Hintergrund als üblich gilt und demnach nicht verwundert. 7 weitere Personen gaben an, einen Partner zu haben, und 4 Jugendliche bzw. junge Erwachsene wählten die Kategorie „Sonstige“ im Rahmen der Angabe des Familienstandes, vermutlich weil sie ihre Lebensform nicht unter den vorgegebenen Gruppen wiederfanden.

5.2.2 Rahmenbedingungen der Beratungsinanspruchnahme

Abb. 5: E-Mail-Beratungskontakte

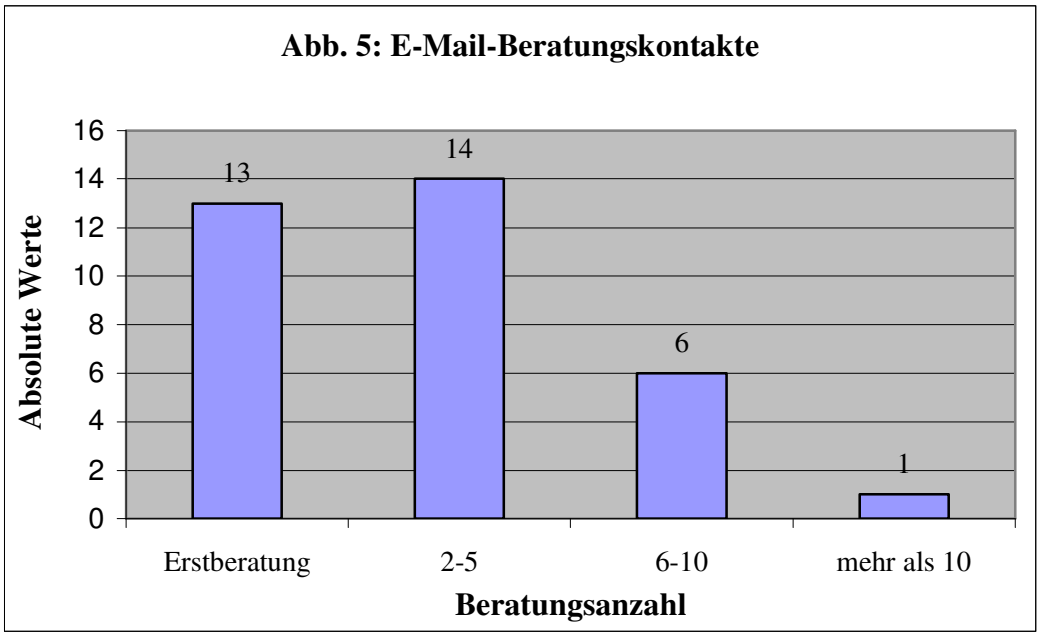


Abbildung 5 zeigt deutlich, dass die an der Umfrage teilgenommenen Personen zum größten Teil (79,41%) zwischen einer und fünf Beratungen in Anspruch genommen haben. Der Median liegt beim Wert Md=2 bis 5, das bedeutet, die Mehrzahl der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die sich an der Online-Befragung beteiligten, haben bisher zwischen 2 und 5 E-Mail-Beratungen in Anspruch genommen. Klienten, die mehr als sechs Beratungskontakte hatten, sind vergleichsweise unterrepräsentiert.

In Bezug auf die Aktualität der Beratung lässt sich Folgendes feststellen: 24 Klienten standen zum Zeitpunkt des Fragebogenausfüllens aktuell im E-Mail-Kontakt zu einem Peer-Berater, 10 Untersuchungsteilnehmer hatten bereits in vergangener Zeit E-Mail-Beratung in Anspruch genommen, sie aber momentan entweder abgeschlossen oder überhaupt keine genutzt.

Abb. 6: Beratungsanlässe

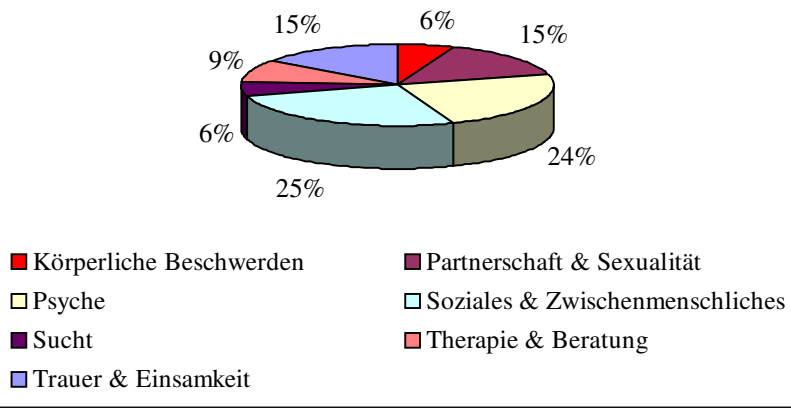
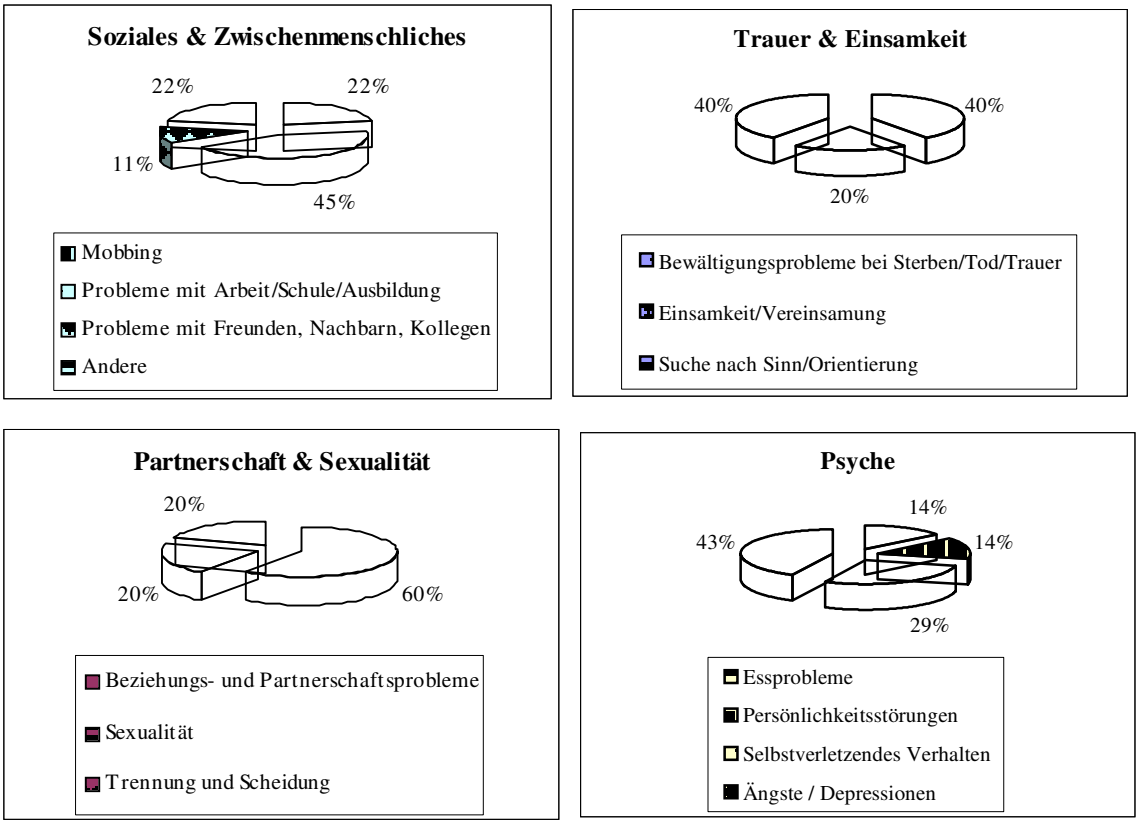


Abbildung 6 zeigt sieben große Kategorien von Beratungsanlässen, welche in noch detailliertere Problemfelder untergliedert wurden. Vier der Untergruppen werden in der Abbildung 7 genauer dargestellt.

Die Kategorien der Beratungsanlässe sind der Homepage der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung entnommen (vgl. www.katholische-eheberatung.de).

Wie Abbildung 6 zeigt, sind vor allem soziale und zwischenmenschliche Probleme und psychische Erkrankungen Anlass für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen, eine (E-Mail-)Beratung aufzusuchen. Diese beiden Problemkategorien machen die Hälfte der Beratungsanlässe aus. Die anderen 50 % setzen sich zu gleichen Teilen aus konfliktbehafteten Situationen zusammen, welche durch Partnerschaft und Sexualität sowie durch Trauer und Einsamkeit entstanden sind. Zudem wurden Beratungsanlässe angegeben, wie Schwierigkeiten mit Therapeuten (eine Nennung) und andere Probleme, die in Verbindung mit Therapie und Beratung stehen können (zwei Nennungen). Darüber hinaus gaben jeweils zwei Personen an, die E-Mail-Beratung aufgrund von Suchtproblematiken und körperlichen Beschwerden in Anspruch zu nehmen.

Abb. 7: Ausgewählte Problemfelder



5.2.3 Ergebnisse der Items und der Bewertungsfragen

Bedeutende Verteilungskennwerte der einzelnen Ergebnisse des Fragebogens bezüglich der Items und Bewertungsfragen sind in Tabelle 2 zusammengefasst.

Tab. 2: Datenverteilung der Items und der Bewertungsfragen

Item-Nr.	Fragebogen-Kategorie	M	SD	Range/min.-max.	N
1	1. Kategorie: Allgemeines/ Einführungsfragen	1,62	0,98	4/ (-1)-(3)	34
1a		2,15	0,89	3/ (0)-(3)	34
2		1,76	1,10	5/ (-2)-(3)	34
2a		2,06	0,85	3/ (0)-(3)	34
3		2,06	0,85	3/ (0)-(3)	34
3a		2,26	0,71	3/ (0)-(3)	34
4		1,85	0,96	3/ (0)-(3)	34
4a		1,97	1,09	4/ (-1)-(3)	34
5		1,82	1,14	5/ (-2)-(3)	34
5a		2,09	0,83	4/ (-1)-(3)	34

6		1,94	1,10	4/ (-1)-(3)	34
6a		2,24	0,89	3/ (0)-(3)	34
7	2. Kategorie:	1,96	1,17	6/ (-3)-(3)	34
7a	Emotionale Stütze	2,09	0,90	3/ (0)-(3)	34
8		1,79	1,26	5/ (-2)-(3)	34
8a		2,12	0,77	3/ (0)-(3)	34
9		2,24	0,85	3/ (0)-(3)	34
9a		2,26	0,87	3/ (0)-(3)	34
10		1,71	1,14	4/ (-1)-(3)	34
10a		2,18	0,84	3/ (0)-(3)	34
11	3. Kategorie:	1,50	1,19	5/ (-2)-(3)	34
11a	Empathie	1,97	0,97	3/ (0)-(3)	34
12		1,74	1,05	5/ (-2)-(3)	34
12a		2,00	0,89	3/ (0)-(3)	34
13		1,97	0,97	4/ (-1)-(3)	34
13a		2,18	0,71	3/ (0)-(3)	34
14	4. Kategorie:	1,94	0,95	4/ (-1)-(3)	34
14a	Echtheit	2,18	0,91	4/ (-1)-(3)	34
15		- 1,06	1,89	5/ (-3)-(2)	34
15a		1,41	2,00	6/ (-3)-(3)	34
16		2,06	0,88	3/ (0)-(3)	34
16a		2.15	0,93	4/ (-1)-(3)	34
17	5.Kategorie:	2,15	0,96	3/ (0)-(3)	34
17a	Wertschätzung	2,32	0,69	3/ (0)-(3)	34
18		1,97	0,94	3/ (0)-(3)	34
18a		2,26	0,79	3/ (0)-(3)	34
19		1,94	0,85	3/ (0)-(3)	34
19a		2,26	0,71	3/ (0)-(3)	34
20		2,00	0,89	3/ (0)-(3)	34
20a		2,21	0,73	2/ (1)-(3)	34
21		1,85	1,21	5/ (-2)-(3)	34
21a		2,03	0,91	3/ (0)-(3)	34
22	6. Kategorie:	1,82	0,94	3/ (0)-(3)	34
22a	Unterstützung	1.97	0,97	4/ (-1)-(3)	34
23		1,85	1,08	4/ (-1)-(3)	34
23a		2,03	1,03	5/ (-2)-(3)	34
24		1,76	0,95	4/ (-1)-(3)	34
24a		2,12	0,73	2/ (1)-(3)	34
25		1,71	1,09	4/ (-1)-(3)	34
25a		1,88	1,12	5/ (-2)-(3)	34
26		1,74	0,90	3/ (0)-(3)	34
26a		2,00	0,82	3/ (0)-(3)	34
27	7. Kategorie:	1,97	1,14	5/ (-2)-(3)	34
27a	Erarbeitung positiver	2,18	0,84	3/ (0)-(3)	34
28	Zukunftsperspektiven	2,12	0,73	3/ (0)-(3)	34
28a		2,21	0,73	3/ (0)-(3)	34

29 29a		1,68 1,79	1,27 1,12	5/ 5/	(-2)-(3) (-2)-(3)	34 34
30 30a	8. Kategorie: Strukturierung	1,41 1,62	1,48 1.37	6/ 5/	(-3)-(3) (-2)-(3)	34 34
31 31a		2,00 2,24	0,89 0,74	4/ 3/	(-1)-(3) (0)-(3)	34 34
32 32a		-1,12 0,88	1,89 2,09	6/ 6/	(-3)-(3) (-3)-(3)	34 34

Die Zahlenangaben dieser und der nachfolgenden Tabellen und Abbildungen sind aus Gründen der Übersichtlichkeit auf zwei Nachkommastellen gerundet.

Zusammenfassend geht Folgendes aus den Verteilungskennwerten hervor: Es gibt eine Tendenz, die Items und die Bewertungsfragen in Schlüsselrichtung zu beantworten. Das bedeutet, sowohl die Items zum Erleben des E-Mail-Beraters als auch die Bewertungsfragen wurden überwiegend positiv eingeschätzt. Aus Tabelle 2 geht ebenfalls hervor, dass jede Bewertungsfrage im Mittel deutlich mehr Zustimmungen im Sinn von positiveren Antworten erhalten hat als die Items, die sich auf die Einschätzung bzw. das Erleben des Beraterverhaltens beziehen. Die größten Differenzen sind vor allem bei den folgenden Items und den dazugehörigen Bewertungsfragen zu verzeichnen:

Nr. 1 : Mein Online-Berater und ich verstehen einander.
Nr. 11: In der Regel spürt mein Online-Berater, was in mir vorgeht.

Es muss allerdings anmerkend gesagt werden, dass die beiden größten Differenzen – resultierend aus dem Vergleich der einzelnen Mittelwerte von Items und Bewertungsfragen – jeweils 0,53 und 0,47 betragen und man somit von verhältnismäßig kleinen Unterschieden sprechen kann. Die Differenzen dreier weiterer Items, und zwar von Nr. 10 „Kategorie Empathie“, Nr. 16 „Kategorie Wertschätzung“ und Nr. 24 „Kategorie Unterstützung“, liegen zwischen 0,35 und 0,37. Ein Blick auf die detaillierte Verteilung der einzelnen Werte zeigt jedoch auch hier: Zum überwiegenden Teil liegen sie trotz der Mittelwertdifferenzen im positiven Bereich der Skalen. Diese Angaben werden dementsprechend in ihrer Aussagekraft relativiert und sprechen nicht dafür, dass das Beraterverhalten und die Beratungsbeziehung negativ erlebt werden, sondern vielmehr für eine hohe Bewertung seitens der Klienten.
Vergleicht man die Standardabweichungen der Items und der Bewertungsfragen untereinander, so wird eines ersichtlich: Bei den Feststellungen und deren jeweiligen Bewertungen hinsichtlich der Wichtigkeit herrscht Einigkeit in der Einschätzung, das bedeutet, die Werte weichen geringfügig vom Mittelwert ab. Dieses trifft beinahe auf alle Aussagen zu, bis auf die zwei negativ formulierten Items:

Nr. 15: Manchmal habe ich das Gefühl, der Online-Berater denkt etwas anderes über mich, als er mir schreibt.

Nr. 32: Ich glaube, ein anderes beraterisches Vorgehen wäre für mich besser geeignet.

Aus dem Vorhergehenden lässt sich Folgendes schlussfolgern: Die Items und Bewertungsfragen werden überwiegend sehr ähnlich beurteilt. Die bei den Items Nr. 15 und Nr. 32 recht starke heterogene Verteilung lässt vermuten, dass diese die einzigen Items sind, die negativ formuliert sind, und demnach die Einschätzung der Skalen für die Klienten schwieriger waren. Auf eine detailliertere Auswertung dieser Items wird jeweils unter den zugehörigen Kategorien an späterer Stelle dieses Abschnitts eingegangen.
Dem Vergleich der Mittelwerte der einzelnen Kategorien insgesamt lässt sich entnehmen, dass in Bezug auf das Erleben und die Bewertung des Beraterverhaltens sowie die Beratungsbeziehung vor allem die Kategorien „Wertschätzung“ und „Emotionale Stütze“ am höchsten platziert sind (vgl. Tab. 3). Die Einschätzung und die Bewertung im Hinblick auf das wertschätzende Verhalten des Peer-Beraters durch den Klienten sind beinahe identisch, das bedeutet, die Klienten empfinden ihren Berater als wertschätzend und beurteilen diesen Aspekt als sehr hilfreich bzw. wichtig. Eine deutliche Übereinstimmung von Erleben und Bewertung trifft auch in leicht abgeschwächter Form für die Kategorie „Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven“ zu. Die Wahrnehmung und die Beurteilung des Beraterverhaltens in Bezug auf die Echtheit differiert am stärksten. Einen etwas kleineren Unterschied der zwei beleuchteten Aspekte liefert die Kategorie „Strukturierung“. Demnach erleben die Klienten ihren Berater durchschnittlich als etwas weniger strukturierend, als sie es sich wünschen würden, im dem Sinne, wie es für sie hilfreich bzw. wichtig wäre.

Tab. 3.: Mittelwerte der einzelnen Kategorien

Kategorie	Item	Bewertungs-frage
1. Allgemeines	1,82	2,11
2. Emotionale Stütze	1,98	2,18
3. Empathie	1,65	2,05
4. Echtheit	0,95	1,92
5. Wertschätzung	2,03	2,25
6. Unterstützung	1,83	2,04
7. Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven	1,94	2,13
8. Strukturierung	0,99	1,63

Im Folgenden werden die jeweiligen Ergebnisse zur Einschätzung (Klientenerleben) und die Bewertung des einzelnen Beraterverhaltens genau dargestellt. Bei zwei Kategorien (1.

und 6. Skala) werden die Items jeweils einzeln aufgeführt und beschrieben, weil sie Items beinhalten, die auf unterschiedliche Sachverhalte Bezug nehmen. Bei allen anderen Kategorien beziehen sich die zu einer Skala gehörenden Items auf einen Inhalt, so dass sie bei der Auswertung zusammengefasst werden konnten.

1. Kategorie: Allgemeines

Von den Items der ersten Kategorie stimmten die Klienten insbesondere zwei Aussagen zu. Die Umfrageteilnehmer waren zu 94,12 % der Meinung („eher ja/ja/ja, ganz genau"), dass sie zu jeder Zeit ihrem Online-Berater die Dinge schreiben können, die sie sehr beschäftigen (Item Nr. 3). Bei der Einschätzung dieses Items ist zudem auffällig, dass kein Klient sich diesbezüglich negativ äußerte, das bedeutet, alle teilnehmenden Personen stimmten der Aussage zu oder äußerten sich ambivalent. Dieser Fall traf allerdings nur bei 2 Klienten zu. 31 Personen (91,18 %) gaben an, zuversichtlich zu sein, Unterstützung von ihrem Online-Berater zu erhalten (Item Nr. 5). Hierbei gab jeweils ein Umfrageteilnehmer eine negative Stimme ab („eher nicht") und einer wählte die Angabe „weder noch" aus. In Bezug auf die zugehörigen Bewertungsfragen 3a und 5a wird besonders deutlich, dass ca. 97% der Personen die zwei Aussagen auch als wichtig („eher ja/ja/ja, ganz genau") ansehen.

Bei den Items 1 und 2, die jeweils ganz konkret die Beratungsbeziehung ansprechen, zeigten sich jeweils vier Klienten ambivalent bezüglich dieser Einschätzung. Da nahezu alle dieser Personen (7 von 8 Klienten) zum Ausfüllungszeitpunkt des Fragebogens lediglich eine Beratung in Anspruch genommen hatten, liegt die Vermutung nahe, dass sie aufgrund der Erstberatung, die eine Anfrage- und eine Antwortmail enthält, keine Einschätzung der Beratungsbeziehung abgeben konnten.

Tab. 4: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 1. Kategorie

	1. Kategorie: Allgemeines	**über-haupt nicht -3**	**nein -2**	**eher nicht -1**	**weder noch 0**	**eher ja 1**	**ja 2**	**ja, ganz genau 3**
1	**M. O.-B. und ich verstehen einander.**	0 0	0 0	1 2,94	4 11,76	7 20,59	17 50,00	5 14,71
1a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	3 8,82	2 5,88	16 47,06	13 38,24
2	**Ich fühle mich in der Beziehung zum O.-B. wohl.**	0 0	1 2,94	0 0	4 11,76	3 8,82	19 55,88	7 20,59
2a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	3 8,82	2 5,88	19 55,88	10 29,41

3	**Ich kann jeder Zeit m. O.-B. die Dinge schreiben, die mich sehr beschäftigen.**	0 0	0 0	0 0	2 5,88	5 14,71	16 47,06	11 32,35
3a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	1 2,94	2 5,88	18 52,94	13 38,24
4	**Ich vertraue auf das Fachwissen m. O.-B.**	0 0	0 0	0 0	4 11,76	6 17,65	15 44,12	9 26,47
4a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	2 5,88	2 5,88	2 5,88	17 50,00	11 32,35
5	**Ich bin zuversichtlich, das ich Unterstützung von m. O.-B. erhalte.**	0 0	1 2,94	1 2,94	1 2,94	6 17,65	16 47,06	9 26,47
5a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	1 2,94	0 0	4 11,76	19 55,88	10 29,41

Der oberster Wert einer Zelle gibt die absolute Häufigkeit und der untere Wert die dazugehörige Prozentangabe der Einschätzung an.
Die Begriffe „mein/(e)“ und „Online-Berater“ wird in der oberen Tabelle aus Platzersparnis mit „m.“ und „O.-B.“ abgekürzt.

2. Kategorie: Emotionale Stütze

Diese Kategorie ist die Gruppe mit dem zweitgrößten Mittelwert. Sieht man sich die Werte der Skala genauer an, so stellt man fest, dass sie durchweg eine große Zustimmung von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen erhält. Insgesamt erleben sich die Klienten (79,41%) durch ihren Berater bzw. die Möglichkeit der E-Mail-Beratung emotional unterstützt. Nur 11,77% der Umfrageteilnehmer bestätigten mit der Antwortkategorie „eher ja“, sich emotional gestützt zu fühlen.

Die Bewertungsfragen erhalten durchweg nur Zustimmung von den jungen Menschen. Diese Kategorie wird im Unterschied zu den anderen Skalen von den Klienten durchschnittlich am besten bewertet. Nach Meinung der Jugendlichen (94,13%) ist der Aspekt, von ihrem Peer-Berater Trost, Mut und neue Kraft zu erhalten, wichtig und hilfreich. Dieses Beraterverhalten wurde sogar von 82,36% zu identischen Anteilen als bedeutsam oder sehr bedeutsam beurteilt. Ein sehr kleiner Teil der Klienten (5,88%) waren sich bei der Bewertung der Feststellungen unsicher, das heißt, sie äußerten sich neutral und beurteilten die durch den Berater erfahrene emotionale Stütze weder als positiv noch negativ.

Tab. 5: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 2. Kategorie

2. Kategorie: Emotionale Stütze	überhaupt nicht -3	nein -2	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1	ja 2	ja, ganz genau 3
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	1	2	4	15	12
Prozentangabe	0	0	2,94	5,88	11,77	44,12	35,29
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	2	4	14	14
Prozentangabe	0	0	0	5,88	11,77	41,18	41,18

3. Kategorie: Empathie

Die meisten Klienten (85,20%) schätzen ihren Peer-Berater als empathisch ein. Dieser Prozentsatz verteilt sich wie folgt auf die Zustimmungsabstufungen: Beinahe die Hälfte der Angaben beziehen sich auf die Antwortmöglichkeit „ja“, 23,53% auf „eher ja“ und 20,59% auf „ja, ganz genau“. Ein Prozentsatz von 8,82 zeigte sich ambivalent bezüglich der Einschätzung des empathischen Verhaltens des Peer-Beraters, das heißt, dieser Anteil von Klienten konnte sich weder für eine Zustimmung noch für eine Ablehnung des Iteminhaltes entscheiden. Lediglich 5,88% der Jugendlichen erlebten ihren Online-Berater als nicht bzw. eher nicht empathisch.

Zu 94,12% bewerten die Klienten das Einfühlungsvermögen des Beraters als wichtig, wobei für 35,29% dieser Aspekt besonders hilfreich und für 38,24% hilfreich ist. 5,88% der Umfrageteilnehmer verneinten weder diese Aussage noch gaben sie ihre Zustimmung. Keine Person beantwortete die Bewertungsfrage negativ.

Tab. 6: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 3. Kategorie

3. Kategorie: Empathie	überhaupt nicht -3	nein -2	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1	ja 2	ja, ganz genau 3
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	1	1	3	8	14	7
Prozentangabe	0	2,94	2,94	8,82	23,53	41,18	20,59
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	2	7	13	12
Prozentangabe	0	0	0	5,88	20,59	38,24	35,29

4. Kategorie: Echtheit

3 Klienten gaben an, den Peer-Berater als unecht in den E-Mail-Beratungen empfunden zu haben. Das entspricht einem Prozentsatz von 8,82%, wovon 2 Personen die Antwort „nein“ und 1 Person „eher nein“ wählten. Im Vergleich zu den anderen Items dieser Skala ist der

angegebene Prozentsatz, der dem Iteminhalt eine ablehnende Haltung gegenüber einnimmt etwas höher, was möglicherweise auf den Umstand zurückzuführen ist, dass die Feststellung 15 negativ formuliert ist und dies Unsicherheit bei der Beantwortung hervorrief. 82,36% erlebten ihren Online-Berater als authentisch, während sich 3 (8,82%) Umfrageteilnehmer unsicher bei der Einschätzung bezüglich der Echtheit ihres Peer-Beraters zeigten.

89,22% der Jugendlichen und jungen Erwachsenen empfinden es als wesentlich bzw. 76,48% als „wichtig" und „besonders wichtig", wobei sich dieser Prozentsatz genau zur Hälfte auf die beiden zuletzt genannten Kategorien aufteilt. Insgesamt 2 Personen gaben an, für sie sei es nicht relevant, ob ihr Online-Berater glaubwürdig und authentisch ist. 2 der Klienten äußerten sogar, die Echtheit des Beraters sei ihnen überhaupt nicht wichtig. Da diese Bewertung vorwiegend in Bezug auf die verneinende Aussage getätigt wurde, ist auch hier von einer leichten Verfälschung der Antworten auszugehen. Hinzu kommt der Umstand, dass die Bewertungsfrage aufgrund ihrer negativen Formulierung schwer verständlich und unangemessen erscheint. Weitere 2 Umfrageteilnehmer zeigten sich gespalten hinsichtlich der Beurteilung dieses Items.

Tab. 7: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 4. Kategorie

4. Kategorie: Echtheit	**über-haupt nicht -3**	**nein -2**	**eher nicht -1**	**weder noch 0**	**eher ja 1**	**ja 2**	**ja, ganz genau 3**
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	2	1	3	5	13	10
Prozentangabe	0	5,88	2,94	8,82	14,71	38,24	29,41
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	2	0	0	2	4	13	13
Prozentangabe	5,88	0	0	5,88	11,76	38,24	38,24

5. Kategorie: Wertschätzung

Die Kategorie „Wertschätzung" erhielt im Vergleich zu den anderen sieben Skalen in Bezug auf die Items und die Bewertungsfragen die größte Zustimmung. Die Klienten erlebten ihren Berater zu 91,18% als wertschätzend, während sogar 76,47% ihren Peer-Berater als wertschätzend bzw. sehr wertschätzend empfanden. Drei Umfrageteilnehmer zeigten sich ambivalent bei der Einschätzung dieser Skala. Kein Jugendlicher oder junger Erwachsener äußerte, er empfinde seinen Online-Berater als nicht wertschätzend bzw. nicht annehmend. Bezüglich der Frage, wie hilfreich bzw. wichtig die Klienten diesen Aspekt einschätzen, antwortete die Mehrzahl der Klienten (97,06%), die ihnen vom Peer-Berater entgegengebrachte Wertschätzung sei bedeutungsvoll. Selbst etwa 88,24%

bewerteten die Wertschätzung als hilfreich bzw. sehr wichtig. Bei dieser Fragestellung war nur 1 Klient bezüglich der Beantwortung unentschlossen.

Tab. 8: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 5. Kategorie

5. Kategorie: Wertschätzung	überhaupt nicht -3	nein -2	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1	ja 2	ja, ganz genau 3
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	3	5	15	11
Prozentangabe	0	0	0	8,82	14,71	44,12	32,35
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	1	3	16	14
Prozentangabe	0	0	0	2,94	8,82	47,06	41,18

6. Kategorie: Unterstützung

Unter diese Skala fallen eine Vielzahl von unterschiedlichen Verhaltens- und Vorgehensweisen seitens des Beraters. Insgesamt 32 Klienten (N=34) stimmten dem Item 20 zu, von ihrem Online-Berater motiviert worden zu sein, Lösungswege für ihr Problem zu entwickeln und diese auch umzusetzen. Ebenfalls gaben 31 Umfrageteilnehmer an, ihr Online-Berater habe ihnen in der E-Mail-Beratung mitgeteilt, was ihm an den Klienten positiv aufgefallen war. Diese beiden Items (20/24) wurden von allen Aussagen aller Skalen am besten beurteilt in Bezug auf die Frage, wie hilfreich bzw. wichtig den Jugendlichen der jeweils angesprochene Aspekt sei. Die gesamte Stichprobe bewertete diese zwei Iteminhalte als bedeutsam, der größte Teil dessen, 1/3 der Personen, sogar als sehr wichtig. Als etwas weniger wichtig als die zwei letztgenannten Aussagen wurde Item 22 beurteilt. 30 Umfrageteilnehmer gaben an, von ihrem Online-Berater manchmal Lösungswege zur Verfügung gestellt zu bekommen. Beinahe genauso viele Personen (31) fanden dieses Verhalten wichtig (Antwortkategorie 1-3). Genauso viele Klienten erlebten ihren Peer-Berater als gleichrangigen Kooperationspartner und bewerteten diesen Umstand ebenfalls als hilfreich bzw. bedeutungsvoll.

Tab. 9: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 6. Kategorie

	6. Kategorie: Unterstützung	über-haupt nicht -3	nein -2	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1	ja 2	ja, ganz genau 3
20	**M. O.-B. motiviert mich, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und anschließend in die Tat umzusetzen.**	0 0	0 0	0 0	2 5,88	7 20,59	14 41,18	11 32,35
20a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	0 0	6 17,65	15 44,12	13 38,24
21	**M. O.-B. lässt mich spüren, wo meine Fähigkeiten und Stärken liegen.**	0 0	1 2,94	1 2,94	2 5,88	5 14,71	14 41,18	11 32,35
21a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	3 8,82	4 11,76	16 47,06	11 32,35
22	**M. O.-B. stellt mir manchmal Lösungswege zur Verfügung.**	0 0	0 0	0 0	4 11,76	6 17,65	16 47,06	8 23,53
22a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	1 2,94	2 5,88	4 11,76	17 50,00	10 29,41
23	**Ich erlebe m. O.-B. als gleichrangigen Kooperationspartner.**	0 0	0 0	2 5,88	2 5,88	4 11,76	17 50,00	9 26,47
23a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	1 2,94	0 0	1 2,94	4 11,76	17 50,00	11 32,35
24	**M. O.-B. teilt mir mit, was ihm positiv aufgefallen ist.**	0 0	0 0	1 2,94	2 5,88	8 23,53	16 47,06	7 20,59
24a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	0 0	0 0	0 0	7 20,59	16 47,06	11 32,35
25	**M. O.-B. unterstützt mich darin, wie ich gerne sein möchte.**	0 0	0 0	1 2,94	5 14,71	5 14,71	15 44,12	8 23,53
25a	**Ist dieser Aspekt für dich wichtig?**	0 0	1 2,94	0 0	3 8,82	4 11,76	16 47,06	10 29,41

7. Kategorie: Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven

Der überwiegende Teil der Klienten (91,18%) erhielt durch Zuspruch und Ermutigung von Seiten des Beraters neue und positive Zukunftsperspektiven. Die größte Zustimmung aller Fragebogen-Items verzeichnete Aussage 28: „Wenn ich mir manchmal Sorgen um die Zukunft mache und alles schlecht sehe, steuert mein Online-Berater dagegen und macht mir Mut.“. 31 Umfrageteilnehmer stimmten diesem Item zu, wobei lediglich 5 Personen

die Antwortkategorie „eher ja“ wählten. Kein Jugendlicher gab an, keine neue Hoffnung auf die Lösung seiner Probleme durch den Peer-Berater geschöpft zu haben. 8 Personen zeigten sich ambivalent in Bezug auf die Beantwortung dieser drei Kategorieaussagen.
Zur Frage, wie wichtig die Klienten das Erarbeiten positiver Zukunftsperspektiven finden, beinhaltet diese Skala den zweitbedeutsamsten Aspekt. Beinahe alle Umfrageteilnehmer (94,11%) bewerteten diesen Gesichtspunkt als hilfreich, während ihn etwa 1/3 der Personen als sehr hilfreich einschätzten. Kein Klient bewertete das Beraterverhalten, ihn zur Lösung seiner Probleme zu ermutigen, als negativ. 2 Personen waren sich unsicher bei der Beurteilung.

Tab. 10: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 7. Kategorie

7. Kategorie: Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven	**über-haupt nicht -3**	**nein -2**	**eher nicht -1**	**weder noch 0**	**eher ja 1**	**ja 2**	**ja, ganz genau 3**
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	3	5	17	9
Prozentangabe	0	0	0	8,82	14,71	50,00	26,47
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	0	0	0	2	4	17	11
Prozentangabe	0	0	0	5,88	11,76	50,00	32,35

8. Kategorie: Strukturierung

Zur Strukturierung der E-Mail-Beratung lässt sich Folgendes feststellen: Die Gesamteinschätzung fällt auch in dieser Kategorie zwar positiv aus, allerdings erlebten im Vergleich zu anderen Kategorien „nur“ 79,42% der Klienten den Ablauf der Beratung als strukturierend. Dieser Anteil ist im Unterschied zu den anderen Kategorien etwas geringer, was aber auch hier wieder an den Schwierigkeiten bei der Beantwortung aufgrund der verneinten Aussage Nr. 32 liegen mag. Die geringste Zustimmung im Unterschied zu den Items der gleichen und der anderen Skalen erhielt Feststellung 30: „Zu Beratungsbeginn besprachen mein Online-Berater und ich die Regeln und Bedingungen unserer gemeinsamen Arbeit.“. 11,76% der Umfrageteilnehmer empfanden den Beratungsablauf und das beraterische Verhalten als (überhaupt) nicht bzw. eher weniger strukturierend. 3 Personen äußerten sich ambivalent.
Das gleiche Phänomen ist bei der Beurteilung der Iteminhalte anzutreffen. In dieser Skala fällt die positive Bewertung des strukturierenden Verhaltens nur geringfügig höher aus (82,35%) als die Einschätzung des erlebten Verhaltens. Auch hier vertritt ein verhältnismäßig großer Prozentsatz von Klienten (8,82%) die Meinung, dass ihnen ein strukturgebendes Beraterverhalten weniger wichtig ist. Diese Antworten mögen auch hier

ein Ergebnis der schwer verständlichen und unpassenden „Hilfreich-Frage“ zu Item 32 sein. 3 Klienten waren auch hier unsicher bei der Bewertung des Beraterverhaltens.

Tab. 11: Einschätzung und Bewertung des beraterischen Verhaltens: 8. Kategorie

8. Kategorie: Strukturierung	**über-haupt nicht -3**	**nein -2**	**eher nicht -1**	**weder noch 0**	**eher ja 1**	**ja 2**	**ja, ganz genau 3**
Klientenerleben							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	1	2	1	3	5	14	8
Prozentangabe	2,94	5,88	2,94	8,82	14,71	41,18	23,53
Klientenbewertung							
Absolute Häufigkeiten (N=34)	1	2	0	3	5	12	11
Prozentangabe	2,94	5,88	0	8,82	14,71	35,29	32,35

5.2.4 Ergebnisse der offenen Frage

Die offene Frage, die da lautet: „Welchen Aspekt der E-Mail-Beratung siehst du für dich persönlich als sehr hilfreich und sehr wichtig an?“, wurde mit Hilfe der Inhaltsanalyse ausgewertet und dient dazu, ergänzende Informationen bezüglich wichtiger Aspekte der E-Mail-Beratung zu erhalten.

Von insgesamt 34 an der Umfrage beteiligten Klienten haben 22 Angaben entsprechend der Fragestellung getätigt. Dementsprechend haben 12 Personen das Textfeld nicht ausgefüllt. Dieses entspricht jeweils einem Prozentsatz von gerundeten 65% und 35%. 14 Klienten haben eine, 3 Personen zwei, 3 Klienten drei und 2 Personen fünf Aussagen gemacht. Das entspricht insgesamt 39 Aussagen, welche sich in elf Kategorien aufteilen lassen., wie Tabelle 12 zeigt.

Tab. 12: Inhaltsanalytische Auswertung der Kommentare zur E-Mail-Beratung

Kategorien	**Absolute Häufigkeiten**
1. Anonymität	6
2. Schnelle Hilfe	6
3. Man kann das sagen, was man möchte	3
4. Altersnähe und Verständnis	3
5. Lob an das Projekt/Peer-Berater	3
6. Hilfe und Informationen	2
7. Man wird ernst genommen	2
8. Man ist mit Problemen nicht mehr alleine	2

9. Ehrlichkeit und Offenheit	2
10. Man kann jederzeit schreiben	2
11. Sonstiges	8

Zum überwiegenden Teil (22 Aussagen) werden in den Feststellungen bestimmte Vorzüge der E-Mail-Beratung bzw. des Projektes angesprochen und 17 Aussagen stehen im Zusammenhang mit den Peer-Beratern. Eine eindeutige Einteilung in diese zwei Hauptkategorien war aufgrund der teilweise kurz formulierten Sätze bzw. Satzfragmente der Klienten oftmals schwierig. So wäre je nach Schwerpunktsetzung und Interpretation auch bei einigen Gruppen eine andere Einordnung denkbar. Zusammenfassend betreffen alle Feststellungen der einzelnen Kategorien positive Aspekte, die sich aus dem E-Mail-Kontakt mit bzw. der Unterstützung durch die gleichaltrigen, jugendlichen Peer-Berater ergeben. Die Aussagen der Kategorien werden im Folgenden nach der von mir vorgenommenen Aufteilung in die zwei Hauptkategorien dargestellt.

Die beiden meistgenannten Themen waren „Anonymität“ und „Schnelle Hilfe“, welche in den ersten zwei Kategorien zusammengefasst sind. Sie wurden durchgängig als Vorteile der Online-Beratung beschrieben. In Verbindung mit der Kategorie „Anonymität“ wurde z.B. von einem Klienten deutlich gemacht, dass die Unbekanntheit Hemmschwellen senkt und dass er sich als Konsequenz dessen so geben kann, wie er ist, und sich dem Berater vollständig öffnen kann. Innerhalb der Kategorie „Schnelle Hilfe“ wurden verschiedene Aspekte von den jungen Klienten angesprochen. Folgende Vorteile wurden in dem Kontext hervorgehoben: Zum einen ermöglicht die Beratung per E-Mail unmittelbar konkrete Hilfe, und zum anderen ist es unkompliziert und komfortabel, die Unterstützung von zu Hause aus empfangen zu können und keine Beratungsstelle aufsuchen zu müssen. Aus vielen Aussagen der zwei zuvor angesprochenen Gruppen betonen diese den als wichtig erachteten Aspekt der Niederschwelligkeit in Bezug auf den unkomplizierten Zugang zum Online-Beratungsangebot. Drei Aussagen wurden im Hinblick auf die Tatsache geäußert, dass die E-Mail-Beratung es für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen vereinfacht, wichtige, intime und schambesetzte Themen unbefangen anzusprechen oder auch nur das über sich preiszugeben, was der Klient selber möchte. Hierbei geht es also auch um die Möglichkeit für den Klienten, das Maß der Selbstoffenbarung selber zu bestimmen. Auch diese 3. Kategorie steht insbesondere mit dem Gesichtspunkt der Anonymität in Zusammenhang, weil sie aus dieser resultieren kann. Einen weiteren Vorteil sehen zwei Klienten darin, ihre Probleme in einer E-Mail zu jeder Tages- und Nachtzeit schildern zu können (10. Kategorie). Drei Klienten sprachen ihr Lob für das Projekt bzw. auch für die

Tätigkeit der Peer-Berater aus, zeichneten die Idee und die Umsetzung des Online-Angebotes als gelungen u. sehr gut aus (5. Kategorie).

Die in der 4. Kategorie „Altersnähe und Verständnis“ gemachten Aussagen beziehen sich auf den Sachverhalt, dass die Klienten von Peer-Beratern beraten und begleitet werden, und aufgrund der Altersnähe und dementsprechend ähnlicher Lebenssituationen größeres Verständnis für die Probleme Jugendlicher haben, als es erwachsene Personen, wie Lehrer, Bekannte und Eltern, aufbringen können. Kategorie 6 „Hilfe und Informationen“ beinhaltet zwei Aussagen. Eine stellt allgemein heraus, dass die E-Mail-Beratung Unterstützung anbietet und ein anderer Klient äußert, dass dieser sich mit Hilfe des Online-Angebotes unverbindlich über andere Beratungsangebote informieren kann. Die Kategorien 7 und 9 nehmen genauso wie die 4. Kategorie Bezug auf Aspekte der Beratungsbeziehung. Zwei Jugendliche gaben an, sich von ihrem Peer-Berater ernst genommen zu fühlen, und zwei weitere Klienten betonten, ihnen seien Ehrlichkeit (zwei Nennungen) und Offenheit (eine Nennung) am wichtigsten in der E-Mail-Beratung. Allerdings wird hier nicht ersichtlich, ob diese Eigenschaften vom Peer-Berater erwartet bzw. gewünscht werden oder ob damit gemeint das Bedürfnis der Klienten gemeint ist, sich ehrlich und offen äußern zu dürfen bzw. zu können. Einen weiteren Aspekt präsentiert Kategorie 8. Zwei Jugendliche gaben als das Wichtigste an der E-Mail-Beratung an, durch den Kontakt mit den Peer-Beratern mit ihrem Problem nicht mehr alleine zu sein und darin Unterstützung zu erhalten.

Die acht Aussagen der 11. und letzten Kategorie fallen unter beide Hauptgruppen. Im Hinblick auf die Vorzüge der E-Mail-Beratung bezeichnete ein Klient das Online-Angebot als sehr modern und für Jugendliche äußerst attraktiv und hob die Kostenfreiheit der Beratung hervor. Ein weiterer Umfrageteilnehmer bat darum, das Projekt aufgrund seines guten Angebotes nicht zu beenden und nannte die mögliche Beendigung einen Rückschritt für die Jugendarbeit. Einem weiteren Klienten war es ein Anliegen, die Beratung und/oder seine Problematik mit Hilfe des Online-Angebotes vor den Eltern geheim halten zu können.

In Bezug auf die Peer-Berater wurden die folgenden Aspekte genannt. Für einen Jugendlichen eröffnete die E-Mail-Beratung die Möglichkeit, mit einer anderen Person über sein Problem sprechen zu können, und nicht immer seine Freunde damit belasten zu müssen. Eine Person versprach sich von der E-Mail-Beratung, eine unabhängige Meinung des Peer-Beraters einholen zu können, und ein weiterer Klient fand es am wichtigsten ein gutes Verhältnis zu dem Berater aufbauen zu können.

5.3 Verknüpfung des Datenmaterials

Mit Hilfe des Statistik-Programms SPSS habe ich einige soziodemografische Faktoren und Rahmenbedingungen der Inanspruchnahme der E-Mail-Beratung in Beziehung zum Klientenerleben und zur Klientenbewertung gesetzt und auf mögliche Zusammenhänge hin analysiert.
Da jedoch die Verteilung der einzelnen Skalen sehr homogen ist, legt dieser Umstand nahe, dass nur wenige signifikante Unterschiede zwischen den zu prüfenden Variablen bestehen. Daher wird bei allen Untersuchungen die Nullhypothese vorausgesetzt, das bedeutet, die getesteten Variablen sind voneinander unabhängig.
Für die vier ersten getesteten Korrelationen habe ich Pearson's Chi-Quadrat-Test und für die letzten beiden die Rangkorrelation nach Spearman's Rangkorrelation verwandt. Die sieben Ausprägungen der Antwortskalen wurden zu drei Einschätzungs- bzw. Bewertungskategorien zusammengefasst, und zwar für Antwort –3 bis –1 negativ, für Antwort 0 neutral und für Antwort 1 bis 3 positiv. Bei den Kategorien des Beraterverhaltens und der soziodemografischen Daten bzw. der Rahmenbedingungen der Inanspruchnahme der E-Mail-Beratung, welche untereinander auf Zusammenhänge getestet werden, handelt es sich nur um eine kleine Auswahl. In diesem Rahmen beschränke ich mich auf nur einige wenige interessante Korrelationen, weil die Untersuchung aller verwendeten Variablen den Umfang dieser Arbeit sprengen würde.
Die Ergebnisse der bivariaten Auswertung stelle ich in diesem Abschnitt vor.

5.3.1 Getesteter Zusammenhang zwischen dem Klientenerleben des Beraterverhaltens und dem Geschlecht des Klienten

An dieser Stelle soll getestet werden, ob das Geschlecht des Klienten einen wichtigen Einfluss auf das Erleben des Verhaltens des Peer-Beraters und der damit einhergehenden Beratungsbeziehung hat. Die Hypothese lautete hierbei:
Es besteht kein Unterschied zwischen dem Klientenerleben und dem Geschlecht.
Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson liefert bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% keinen signifikanten Zusammenhang für die in Tabelle 13 dargestellten Kategorien und dem Geschlecht. Dieses Ergebnis zeigt, dass sich die weiblichen und männlichen Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen nicht wesentlich hinsichtlich des erlebten Peer-Berater-Verhaltens bzw. der damit empfundenen Beratungsbeziehung unterscheiden.

Tab. 13: Geschlecht des Klienten vs. Klientenerleben des Beraterverhaltens

	Chi-Quadrat-Wert	df	Asymp. Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	1,702	2	,427
Empathie	,149	2	,928
Echtheit	,216	2	,897
Wertschätzung	0,88	1	,767
Erarbeitung pos. Zukunftsperspektiven	1,653	2	,438
Strukturierung	,108	2	9,47

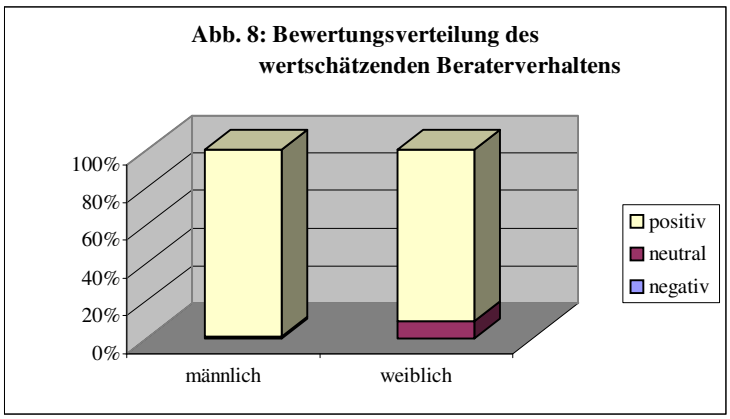
5.3.2 Getesteter Zusammenhang zwischen der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und dem Geschlecht des Klienten

Hier wird der Frage nachgegangen, ob sich die männlichen und weiblichen Jugendlichen darin signifikant unterscheiden, wie hilfreich bzw. wichtig sie das einzelne Verhalten des Peer-Beraters finden. Auch an dieser Stelle wurde angenommen, dass kein erheblicher Unterschied zwischen der Bewertung der Frauen und der Männer bezüglich der verschiedenen relevanten Verhaltensweisen der gleichaltrigen Berater existiert.
Die Hypothese konnte für fast jedes geprüfte Verhalten bestätigt werden (s. Tab. 14).

Tab. 14: Geschlecht des Klienten vs. Klientenbewertung des Beraterverhaltens

	Chi-Quadrat-Wert	df	Asymp. Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	2,072	1	0,150
Empathie	,907	1	0,341
Echtheit	2,899	2	0,235
Wertschätzung	9,040	2	0,011
Erarbeitung pos. Zukunftsperspektiven	1,836	1	,175
Strukturierung	2,272	2	0,321

Bei der Beurteilung des wertschätzenden Verhaltens des Peer-Beraters durch die männlichen und weiblichen Klienten zeigt sich in Abbildung 8 ein wesentlicher Unterschied in der Verteilung:



Für die genauen Werte wird auch über die grafische Darstellung hinaus eine Kreuztabelle verwendet:

Tab. 15: Bewertungsverteilung des wertschätzenden Verhaltens

Geschlecht	Antwort			Gesamt
	negativ	neutral	positiv	
männlich	1,1 %	0 %	98,9 %	100,0 %
weiblich	0 %	9,1 %	90,9 %	100,0 %
Gesamt	0,7 %	2,9 %	96,3 %	100,0 %

Für die 5. Kategorie „Wertschätzung“ muss die Nullhypothese (das bedeutet, Frauen und Männer unterscheiden sich nicht hinsichtlich des geprüften Merkmals) verworfen werden, da der p-Wert (=0,011) etwas kleiner als 0,05 ist. Folglich sind auf einem Signifikanzniveau von 5% die Bewertung bezüglich des wertschätzenden Beraterverhaltens und das Geschlecht voneinander abhängig sind. Nach dem Chi-Quadrat-Test besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen den geprüften Variablen: Männliche und weibliche Jugendliche unterscheiden sich in ihrer Einstellung zum wertschätzenden Verhalten des Peer-Beraters.

5.3.3 Getesteter Zusammenhang zwischen dem Klientenerleben des Beraterverhaltens und der Aktualität der Beratung

Ebenfalls habe ich die Vermutung aufgestellt, dass es keinen signifikanten Unterschied zwischen dem Klientenerleben des Peer-Berater-Verhaltens und der Aktualität der E-Mail-Beratung gibt. Diese Annahme kann, wie Tabelle 16 zeigt, beibehalten werden, denn Jugendliche und junge Erwachsene, welche entweder aktuell in Beratung sind oder in vergangener Zeit diese in Anspruch genommen haben, unterscheiden sich nicht wesentlich in ihrer Beurteilung.

Tab. 16: Aktualität der Beratung vs. Klientenerleben des Beraterverhaltens

	Chi-Quadrat-Wert	df	Asymp. Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	4,618	2	0,099
Empathie	2,218	2	0,330
Echtheit	1,479	2	0,480
Wertschätzung	0,279	1	0,598
Erarbeitung pos. Zukunftsperspektiven	2,395	2	0,302
Strukturierung	4,892	2	0,087

5.3.4 Getesteter Zusammenhang zwischen der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und der Aktualität der Beratung

Parallel zum Klientenerleben gibt es auch bei der Klientenbewertung des beraterischen Verhaltens zur Frage, ob die E-Mail-Beratung in der Gegenwart oder Vergangenheit in Anspruch genommen wurde, keinen statistischen Zusammenhang.

Tab. 17: Aktualität der Beratung vs. Klientenbewertung des Beraterverhaltens

	Chi-Quadrat-Wert	df	Asymp. Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	3,075	1	0,080
Empathie	2,656	1	0,103
Echtheit	2,817	2	0,244
Wertschätzung	4,075	2	0,130
Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven	2,191	1	0,139
Strukturierung	1,812	2	0,404

5.3.5 Getesteter Zusammenhang zwischen dem Klientenerleben des Beraterverhaltens/ der Beratungsbeziehung und der Beratungsanzahl

Tabelle 18 zeigt, dass das einzelne erlebte Beraterverhalten bzw. die erlebte Beratungsbeziehung mit der Anzahl der E-Mail-Beratungskontakte überwiegend sehr schwach oder schwach miteinander korreliert. Demnach steht das Klientenerleben des Beraterverhaltens bzw. der Beratungsbeziehung in keinem signifikanten Zusammenhang mit der von den Jugendlichen in Anspruch genommenen Anzahl von Beratungen.

Tab. 18: Anzahl der Beratungen vs. Klientenerleben des Beraterverhaltens und der Beratungsbeziehung

	Spearman's Korrelations-koeffizent	Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	0,259 (**)	0,002
Empathie	0,061	0,541
Echtheit	0,014	0,886
Wertschätzung	0,202 (*)	0,019
Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven	0,164	0,100
Strukturierung	-0,085	0,232
Beratungsbeziehung	0,305 (**)	0,002

*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.
**Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

5.3.6 Getesteter Zusammenhang zwischen der Klientenbewertung des Beraterverhaltens und der Beratungsanzahl

Ein ähnliches Ergebnis erhält man bei der Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Klientenbewertung und der Beratungsanzahl. Nach den Werten der Tabelle zu urteilen, korrelieren auch die zwei Variablen nur sehr schwach oder schwach miteinander.

Tab. 19: Anzahl der Beratungen vs. der Klientenbewertung des Beraterverhaltens

	Spearman's Korrelations-koeffizent	Sig. (2-seitig)
Emotionale Stütze	0,120	0,167
Empathie	-0,050	0,617
Echtheit	-0,066	0,511
Wertschätzung	0,224 (**)	0,009
Erarbeitung pos. Zukunftsperspektiven	0,194	0,049
Strukturierung	-0,030	0,726

*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.
**Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

III. Diskussion der Ergebnisse

6. Methodenkritische Diskussion

Im Folgenden möchte ich auf mögliche Fehlerquellen eingehen, die spezifisch für die Methode der Online-Befragung sind oder sich maßgeblich auf meinen erstellten Fragebogen beziehen.

Es handelt sich bei der internetbasierten Umfrage um eine standardisierte Befragung, die – wie auch die traditionellen Befragungsmethoden der quantitativen empirischen Umfrageforschung – bezüglich der Selektivität und Repräsentativität ähnlichen Mängeln unterliegt. Spezifisch für die Methode der Online-Befragung ist jedoch, dass natürlich nur Personen erreicht werden können, die über einen Internetzugang verfügen bzw. die Möglichkeit haben, das Internet anderer Institutionen, wie z.B. der Schule, der Universität, der Arbeitsstelle und des Internetcafés zu benutzen oder über Freunde und Bekannte ins Internet zu gelangen. Diese Einschränkung ist bei meiner Web-Befragung allerdings weniger von Relevanz, weil bei den Umfrageteilnehmern aufgrund der erfolgten Online-Beratung ein Internet-Kontakt vorauszusetzen war. Wichtig ist deshalb herauszustellen, dass sich die Untersuchungsergebnisse der Online-Befragung nur auf das Online-Beratungsangebot beziehen können. Repräsentative Befunde können nur hinsichtlich der Klienten der E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen erzielt werden und sind nicht auf die Gesamtheit der Jugendlichen und jungen Erwachsenen übertragbar. Zudem möchte ich auf die Gefahr der Stichprobenverzerrung hinweisen, da junge Klienten aus bestimmten Gesellschaftsschichten, wie z.B. Akademikerfamilien, häufiger über einen Internetzugang verfügen. Demnach selektiert sich die Stichprobe in diesem Fall selber.

Eine weitere methodische Schwäche meiner Untersuchung liegt darin, dass der Stichprobenumfang bei meiner Online-Umfrage klein ist, wenngleich dieser für die wöchentlich 5 bis 6 eingehenden E-Mail-Anfragen, Erst- und laufende Beratungen eingeschlossen, verhältnismäßig groß erscheint. Aufgrund der vergleichsweise geringen Beteiligung konnte auch keine weitere Stichprobenziehung durchgeführt werden. Folglich kann also nicht der Anspruch auf Repräsentativität geltend gemacht werden, jedoch können die gewonnenen Ergebnisse eine Tendenz aufzeigen.

Zudem muss in diesem Kontext angemerkt werden, dass die selbst formulierten Items sich zwar den Standards der Frageformulierung orientierten, eine explizite Prüfung der Güte dieser Items aber nicht durchgeführt wurde.

Ebenfalls anzumerken ist die Länge des Online-Fragebogens, die den empfohlenen Umfang um das Doppelte überschreitet. Auch wenn die verhältnismäßig kurze Bearbeitungszeit von etwa 10 Minuten die Fragebogenlänge relativiert, so mag dies vermutlich ein Grund sein, warum ein kleiner Teil der Teilnehmer den Fragebogen frühzeitig abgebrochen hat. Eine weitere Ursache ist möglicherweise auch darin zu finden, dass den Umfrageteilnehmern Verbindungskosten beim Ausfüllen des Online-Fragbogens entstehen (es handelt sich um eine Web-Befragung, die nur online beantwortet werden kann) und es deshalb auch schwierig war, Klienten für die Bearbeitung des Fragebogens zu gewinnen. Dieses Argument trifft jedoch nur auf diejenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu, denen keine Flatrate zur Verfügung steht, bei der es keinen Unterschied macht, wie oft bzw. wie lange die Person das Internet nutzt.

7. Diskussion der Ergebnisse

Anhand der drei Fragestellungen möchte ich die gewonnenen Ergebnisse vorstellen und mit denen der Literatur, welche ich im Theorieteil angeführt habe, vergleichen.

1. Welche beziehungsfördernden Beratervariablen werden von den Rat suchenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Peer-Beratung per E-Mail wahrgenommen und wie wird die Beratungsbeziehung erlebt?

Alle Verhaltensweisen, Einstellungen und Interventionen des Peer-Beraters, die im Fragebogen integriert sind bzw. untersucht wurden, sind von den Klienten der E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen erlebt worden, wenngleich auch in einem marginalen unterschiedlichen Ausmaß. Daraus lässt sich Folgendes schließen: Die Auswahl an beziehungsfördernden Beratervariablen, die der klassischen Psychotherapie- und Beratungsliteratur entnommen wurden und in Zusammenhang mit einem positiven Behandlungsergebnis stehen und/oder von Klienten als hilfreich erachtet werden, sind auch für die Praxis der Beratung per E-Mail relevant, jedoch mit einer anderen Gewichtung. Das mag daran liegen, dass sich die beiden Beratungssituationen in Bezug auf die Umsetzung in ihren Grundzügen voneinander unterscheiden und es sich bei meiner untersuchten Online-Beratung um Unterstützung durch Peers handelt. Aus diesem Grund werden vermutlich andere Schwerpunkte bei diesem speziellen Beratungsangebot gesetzt. Vor allem unterscheidet sich das Beraterverhalten in der E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen insofern von der herkömmlichen Beratung, als im virtuellen Setting – bedingt

durch das Vier-Folien-Konzept – viel mehr Mut und Hoffnung vermittelt wird, Wünsche am Ende eines jeweiligen Beratungskontaktes mit auf den Weg gegeben und auch konkrete Problemlösungswege aufgezeigt werden.

Die Auswertung bezüglich des Klientenerlebens zeigt: Jeweils ein kleiner Prozentsatz von ca. 3% bis 6% der Jugendlichen waren hinsichtlich der Beantwortung mancher Items unsicher. Das ist meines Erachtens darauf zurückzuführen, dass sie möglicherweise aufgrund weniger Beratungskontakte noch kein breites Spektrum von Verhaltensweisen des Peer-Beraters kennen lernen konnten, oder diese wenig intensiv im Sinne von kurz waren, da es sich dabei um reine Sachfragen handelte. Man könnte auch annehmen, dass je nach Beratungsphase wieder andere Verhaltensweisen der Berater im Vordergrund stehen und aufgrund dessen gewisse Beratervariablen den Klienten noch präsenter sind und dementsprechend ihre Einschätzung beeinflussen. Vermutlich bedürfen auch Einschätzungen bezüglich Items, die insbesondere auf die Beziehungsebene von Klient und Berater abzielen, mehrerer E-Mail-Wechsel. Eine andere Begründung hierfür besteht in bestimmten Verhaltensweisen des Beraters, die für die jugendlichen Klienten nicht in allen E-Mail-Kontakten kontinuierlich zu spüren waren. Das Erleben verschiedener Verhaltensweisen aus mehreren „Briefwechseln“ erschwerte die Einschätzung der Beraterpersönlichkeit für die Klienten. Darüber hinaus ist zu bedenken, dass die Auswertung auf einer sehr kleinen Stichprobe beruht, die immer nur einen Ausschnitt des Klientenerlebens zeigen kann, und dass das vom Berater intendierte Verhalten und dessen tatsächliche Wirkung auf den Klienten durchaus differieren kann (Hill, Helms, Spiegel & Tichenor, 1988; Hill & O’Grady, 1985; Horvath, Marx & Kaman, 1990 zit. in Bachelor und Horvath, 2001, S. 145). Grundsätzlich zeigen die Ergebnisse Folgendes auf: Viele methodische Konzepte, insbesondere einige Elemente des Vier-Folien-Konzeptes von Knatz und Dodier (2003), welche unterschiedliche Grundhaltungen, Verhaltensweisen und Techniken anderer Ansätze integrieren, finden in der E-Mail-Beratung des Jugendportals Ratingen Verwendung:

Bezugnehmend auf die Klientenzentrierte Beratung nach Rogers (1975) wurde von den drei Basisvariablen vor allem die Wertschätzung durch den Peer-Berater von den Klienten des Online-Beratungsangebotes erfahrbar. Sogar von allen untersuchten Beratervariablen, ist die Wertschätzung diejenige Kategorie, welche die Jugendlichen und jungen Erwachsenen am meisten erlebt haben (M=2,03). Aus einer großen Anzahl von Studien geht hervor (Orlinsky, 2004, S. 353), dass dieser Beziehungsfaktor vor allem dann in besonderem Ausmaß in Verbindung mit einem positiven Therapieergebnis steht, wenn die Einschätzung der unbedingten Wertschätzung aus Klientensicht erfolgte. Da die Wertung

in dieser Untersuchung ausschließlich aus der Klientenperspektive erhoben wurde, kann bei den Rat suchenden Personen, welche eine zustimmende Antwort diesbezüglich abgegeben haben, durchaus auf ein gutes Beratungsresultat geschlossen werden. Ebenso verhält es sich mit der von Rogers formulierten Basisvariable Empathie. Dieser Wirkfaktor wurde ebenfalls von den Jugendlichen wahrgenommen. Es zeigt sich anhand des Mittelwertes von 1,65 eine etwas weniger deutliche Zustimmung, als dies bei der unbedingten Wertschätzung der Fall ist. Der Literatur zufolge stellt auch das empathische Beraterverhalten einen allgemeinen Wirkfaktor dar, es steht also demnach in einem klaren Bezug zum Beratungserfolg (Orlinsky et al., 2004, S. 350). Die Hilfesuchenden erlebten ihren Peer-Berater überwiegend als echt (M=0,95) im Sinne von authentisch. Das deutlich schlechtere und im Vergleich zu den anderen analysierten Beziehungsfaktoren negativste Ergebnis lässt sich vermutlich auf den Umstand zurückführen, dass die Formulierung eines Iteminhaltes der Kategorie verneint und demnach für den Klienten schwieriger zu beantworten war. Darüber hinaus beurteilt jedoch Carl Rogers die Umsetzung dieser Grundhaltung im Gegensatz zur Erfüllung der anderen beiden Bedingungen als schwierig, weil diese voraussetzt, eigene Gefühle zuzulassen bzw. sich diesen bewusst zu sein und einen sensiblen Umgang mit dem Klienten zu pflegen (Rogers, 2004, S. 30ff). Insbesondere im Hinblick auf die spezielle Beratungssituation, die den Besonderheiten der Online-Beratung unterliegt, entfallen nach dem Kanalreduktions-Modell von Döring (1999) wichtige Informationen hinsichtlich der Gestik und Mimik, welche sowohl Einstellungen und Verhaltensweisen transportieren können als auch für den Hilfesuchenden die Echtheit des Peer-Beraters möglicherweise einfacher erkennen lässt. Diese Basisvariable steht zwar manchmal, aber nicht konstant in Beziehung zu einem positiven Therapieergebnis (Orlinsky et al., 2004, S. 355), wenngleich Rogers – im Vergleich zu den anderen von ihm definierten Basisvariablen – diese als den grundlegendsten Faktor bezüglich der Beziehungsqualität versteht. Zu einem überwiegenden Teil erlebten die Klienten beziehungsfördernde Verhaltensweisen bzw. Grundeinstellungen des Beraters, die vor allem in der Lösungsorientierten Beratung nach de Shazer von Bedeutung und charakteristisch für diesen Ansatz sind. Vor allem stimmten die Ratsuchenden zu (32 von 34), von ihrem jungen Helfer dazu motiviert worden zu sein, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln, also eigenständig eine Strategie zu finden, um Probleme zu bewältigen und diese auch anschließend in die Tat umzusetzen. Demnach nahmen die Jugendlichen ihren Peer-Berater als engagierten und bestärkenden Helfer hinsichtlich ihrer eigenen Autonomie und Verantwortung wahr. Somit nimmt die Hilfe bedürftige Person Einfluss auf das Vorgehen in der E-Mail-Beratung und auf die Auswahl

der geeigneten Wege, da sie vom Berater als Experte hinsichtlich ihrer eigenen Angelegenheiten betrachtet wird. Werden diese Aspekte laut einer Studie von Preckel & Sauerwald realisiert, so gehen diese mit einer hohen Beziehungsqualität einher (1997, zit. in an der Heiden, 2003, S. 19). Überdies erfuhren sie (91,18%) von Seiten ihres Ratgebers Bestätigung und Wertschätzung in Form von positiver Rückmeldung über ihre Erfolge. Die Klienten fühlten sich durch das Lob der Peers, die positive Dinge hervorhoben, in ihrem Selbstwert und in ihrer Kompetenz gestärkt. Komplimente machen, eine bedeutsame Technik des Lösungsorientierten Ansatzes, kann nach Bamberger (2004, S. 742) zu einer tragfähigen Beziehung zwischen Ratsuchendem und Berater beitragen. Neben der positiven Rückmeldung sowie der Achtung der Autonomie und der Kompetenz des Klienten wird in diesem Ansatz die Beratungsbeziehung als kooperatives Unternehmen angesehen. Deshalb ist auch der Aspekt der Zusammenarbeit „auf gleicher Augenhöhe“ so sehr von Bedeutung. Auch wenn der Klient und der Berater Experten für ihre Bereiche sind – der Ratsuchende für sein Leben und der Helfer in seiner Aufgabe, in der (professionelle) Beziehung eine Kooperation aufzubauen (Berg, 2006, S. 22 u. 59) –, so werden sie nach de Shazer als gleichrangige Partner angesehen. 88,24% der Hilfe suchenden Personen empfanden dementsprechend. Das gute Ergebnis spricht dafür, dass durch die aus der Peer-Beratung resultierende gleiche Altersklasse und die dadurch bedingte ähnliche Lebenssituation eine gleichberechtigte Zusammenarbeit begünstigt wird. Nach Schultze (2007, S. 4) und Kaliske (1997 zit. in Christl, 2000, S. 562) ist generell das Machtgefälle zwischen Klient und Berater fast vollständig aufgehoben, da der Hilfesuchende seine Anonymität und Würde besser wahren kann als bei der realen Begegnung in einem klassischen Beratungskontakt. Knatz & Dodier (2003, S. 131) fordern ebenfalls in ihrem formulierten Beratungsverständnis einen partnerschaftlichen Umgang von Klient und Berater. Dennoch weisen sie darauf hin, dass der Expertenstatus des Beraters, obgleich nach dem Lösungsorientierten Ansatz der Hilfesuchende Fachmann seiner Angelegenheiten ist, nicht durch den Klient aberkannt werden dürfe. Obwohl es sich in diesem Kontext um eine besondere Beratungssituation handelt, in der junge Menschen bzw. sog. Laien zu Peer-Beratern ausgebildet wurden und mit Hilfe von E-Mail-Kontakten Gleichaltrigen in schwierigen Zeiten unterstützend zur Seite stehen, vertrauen die Klienten auf deren Fachwissen und fühlen sich spürbar gut aufgehoben. Trotz des gleichen altersbedingten Status sprechen 88,24% der Ratsuchenden ihrem Peer-Berater Kompetenz zu. Dieses Ergebnis verwundert insbesondere deshalb nicht, da die ehrenamtlichen jungen Erwachsenen trotz Fehlens einer expliziten Professionalisierung für ihre Aufgabe speziell geschult worden sind und sie sich jederzeit durch eine Fachkraft Unterstützung holen

können. Darüber hinaus ist das Vertrauen auf das Fachwissen des Peer-Beraters von Seiten der Hilfe bedürftigen Person auch immer mit einer ganz bestimmten Erwartungshaltung verbunden. Diese vom Selbstverständnis her zuversichtliche Grundhaltung des Klienten – er kontaktiert eine (virtuelle) Beratungsstelle in der positiven Erwartung, Unterstützung zu erhalten, oder laut Frank und Franks Ansatz (1991, zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 28) glauben beide Therapiebeteiligten, der Klient und der Berater, an die heilende Kraft der Behandlungsformen – wird auch noch durch die Annahme des Imaginationsmodells (Walther, 1996 zit. in Döring, 2000, S. 369f) bestärkt. Dieses Modell besagt, dass das Fehlen eines physischen Bildes oder anderer Informationen des Kommunikationspartners aufgrund des virtuellen Settings gemäß der eigenen Erwartungen eine positive Eindrucksbildung des Anderen fördert. Angewandt auf diesen Kontext kann das Modell Folgendes bedeuten: Das Bedürfnis des Ratsuchenden nach Unterstützung verstärkt eine positive Erwartungshaltung gegenüber seinem Berater, demnach ist der Klient zuversichtlich, Hilfe von diesem zu erhalten. 91,18% der Jugendlichen erlebten diesen Optimismus und vertrauten somit auf die Unterstützung des Peer-Beraters. Im Hinblick auf strukturierende Verhaltensweisen und Grundhaltungen des Beraters im Sinne der kognitiven Verhaltenstherapie lässt sich meiner Studie entnehmen, dass die Jugendlichen diese – im Unterschied zu den anderen untersuchten Beratervariablen – deutlich weniger (M=0,99) erlebt haben. 79,42% der jungen Klienten nahmen ihren Peer-Berater bzw. die E-Mail-Beratung als eher strukturiert bis sehr strukturiert wahr. Das offensichtliche Abweichen dieses Ergebnisses von der Einschätzung anderer Beratermerkmale hängt vermutlich von mehreren Gesichtspunkten ab: Zum einen befindet sich in der Kategorie ebenfalls ein negativ formuliertes Item, das die Antwort der Ratsuchenden vermutlich beeinflusst bzw. verzerrt hat, zum anderen scheinen gemäß Item Nr. 30 auch nicht in jeder E-Mail-Beratung zu Beratungsbeginn die Regeln und Bedingungen der Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Personen besprochen worden zu sein. Diese Absprache zwischen Klient und Peer-Berater traf „lediglich“ in 79,41% der Fälle zu. Für die Qualität der Beratungsbeziehung ist dieser Umstand jedoch eher unbedeutend, wie Schindler (1991 zit. in Fuchs, 1998, S. 68) zeigt. Strukturierendes Verhalten des Beraters steht nur in Verbindung mit zentralen Beziehungsfertigkeiten in einem Zusammenhang zum Therapieerfolg, welche hier allerdings überwiegend realisiert wurden. Bezugnehmend auf die von Petzold (1993, zit. in. Fuchs, 1998, S. 37f) definierten und beziehungsfördernden Wirkfaktoren lässt sich feststellen, dass diese nach der Beratervariable Wertschätzung am meisten Zustimmung erhielten. 91,18% der Klienten fühlten sich durch ihren Peer-Berater emotional unterstützt (M=1,98), indem er ihnen Trost spendete sowie neuen Mut und neue

Kraft gab, wenn sie verzweifelt waren. Zudem fühlten sich die Klienten dadurch erleichtert, dass sie ihre Gefühle in einer E-Mail schildern konnten, und waren beruhigt, wenn sie eine Antwortmail von ihrem Berater bekamen. Die Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven, das heißt u.a. der Aufbau von Hoffnung und der Abbau von Katastrophenerwartungen, sind ebenfalls von 91,18% (M=1,94) der Hilfe bedürftigen Jugendlichen erlebt worden. Auch bei den in einem Zusammenhang mit dem Beziehungsaufbau bzw. der -gestaltung stehenden Beraterverhaltensweisen konnte in mehreren Studien ein positiver Einfluss auf den Beratungserfolg nachgewiesen werden (Orlinsky et al., 2004, S. 357f).

Aus der Auswertung geht hervor, dass die Klienten des Jugendportals Ratingen die Beratungsbeziehung zu ihrem Peer-Berater als durchgängig positiv wahrnahmen. Als Grundlage dieser Einschätzung wird die überwiegend zustimmende Haltung der beziehungsfördernden Verhaltensweisen der helfenden Peers bzw. das mit der Berater-Klient-Beziehung positiv in Zusammenhang stehendem Beraterverhalten gesehen. Auch wenn manche Verhaltensweisen des Beraters „weniger“ erlebt wurden (Echtheit und Strukturierung), so müssen die Ergebnisse vor dem Hintergrund relativiert werden, da diese Einschätzungen nur vergleichsweise geringer negativ ausfallen, aber immer noch von mindestens 2/3 der Jugendlichen Zustimmung erhielten. Items, die nach dem Allgemeinen Psychotherapie-Konzept von Grawe entwickelt wurden und in Verbindung mit einer positiven Beratungsbeziehung stehen bzw. diese konkret ansprechen (vgl. Abs. 1.2.5.4), wurden positiv durch die jungen Klienten bestätigt. Zudem wurden auch Feststellungen, die sich auf die von Grawe als wichtig benannte Ressourcenaktivierung beziehen, in der überwiegenden Mehrheit von Klienten (30 von 34 Jugendlichen) erfahrbar. Demnach lässt sich schlussfolgern, dass das Bündnis zwischen den Beratungsbeteiligten für den Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen zu einer positiven Ressource wird, da diese aktiviert und nutzbar gemacht werden konnte. Beide Aussagen des Fragebogens, welche die positive Bindungserfahrung messen sollen, sind vergleichsweise „nur“ von ca. 68% des Klientel bestätigt worden. Aufgrund der Negativ-Formulierung beider Items lässt sich m.E. auch dieses Ergebnis abschwächen und bedeutet, dass das Bedürfnis der Klienten nach Bindung dennoch befriedigt werden konnte. Die Auswertungsresultate zeigen zudem im Sinne von Wetzstein und Kollegen (1995 zit. in Döring, 2000, S. 363), in welchem Maße die Beziehungsebene der Kommunikationspartner angesprochen und Emotionalität übermittelt werden kann. Demnach können die Ergebnisse meiner Studie die aus anderen Untersuchungen und aus Praxiserfahrungen erhaltene Erkenntnis bestätigen, dass bei den in der Online-Beratung geknüpften Kontakten eine große emotionale Intensität möglich ist

(Knatz, 2005, S. 5). Abschließend lässt sich meine Untersuchung als Bestätigung für folgenden Sachverhalt ansehen: Im Kontext der E-Mail-Beratung lässt sich eine verbindliche Beratungsbeziehung realisieren, wie sie auch in einem Modellprojekt zur Online-Beratung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung möglich war (Zenner & Oswald, 2006, S. 13).

2. Wie werden die einzelnen Beratervariablen von den jungen Klienten bewertet und welche allgemeinen Aspekte der E-Mail-Beratung halten sie für wichtig?
   Welche Bedeutung kommt der Beratungsbeziehung aus Sicht der Klienten zu?

Im Rahmen dieser Fragestellung möchte ich lediglich die Aspekte vorstellen, die besonders auffällig sind und nicht auf jede einzelne Klientenbewertung detailliert eingehen.
Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass alle in der Online-Umfrage untersuchten Beratervariablen – Verhaltensweisen, Einstellungen und Interventionen des Peer-Beraters – sehr positiv und jeweils besser durch das Klientel beurteilt wurden als vom Berater selbst. Daraus resultiert eine kleine Diskrepanz zwischen den real wahrgenommenen und den wünschenswerten Beratermerkmalen aus Sicht der Klienten. Demnach sind alle Verhaltensweisen und Grundhaltungen der Peers nach Meinung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwar wichtig, werden jedoch nicht in dem Maße realisiert, wie diesen Bedeutung beigemessen wird.
Die positive Wertschätzung im Sinne von Carl R. Rogers empfanden etwa 97% der Klienten als bedeutsam, wobei der größte Teil der Umfrageteilnehmer der Fragestellung mit „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ zustimmte. Diese Grundhaltung wird von den Jugendlichen weiterhin als wichtig erachtet durch die lösungsorientierte Technik „Komplimente machen“, die von ihnen als sehr gut beurteilt worden ist und ebenfalls eine Methode darstellt, die Wertschätzung ausdrückt. Für ausnahmslos alle Klienten war es hilfreich, über ihr Verhalten, über kleine Erfolge oder Ähnliches eine positive Rückmeldung zu erhalten, wobei 16 Umfrageteilnehmer diese Technik als „wichtig“ und 11 Personen sogar als „sehr wichtig“ einschätzten. Da 100% der Jugendlichen (M=2,12) diese Ansicht vertreten, handelt es sich bei dieser Strategie um die zweithilfreichste von allen zu bewertenden Beratervariablen. Noch wichtiger als diese Methode empfanden sie die Anregung durch den Berater, eigene Lösungsmöglichkeiten selbstständig zu entwickeln und auszuprobieren. Diese ebenfalls für den Lösungsorientierten Ansatz charakteristische Vorgehensweise, welche auf der Wahrung der Autonomie, der Stärkung der Problemlösungskompetenz sowie der Umsetzung vereinbarter Ziele beruht, wurde

ebenfalls von jedem der 34 Umfrageteilnehmer als wichtig erachtet (M=2,21). Im Vergleich dazu empfinden es 91,18% der Klienten als hilfreich, Problemlösungswege in Form von Verhaltensalternativen vom Peer-Berater aufgezeigt zu bekommen, wie sie von Knatz & Dodier im Vier-Folien-Konzept als Anregung im Sinne von konkreten Hinweisen und Ratschlägen verstanden werden. Das kann anfänglich von großer Bedeutung sein, um die belastete Situation des Klienten zu entschärfen und womöglich erste kleine Erfolge zu initiieren. Bezugnehmend auf die Basisvariable „einfühlendes Verstehen" nach Rogers ist ebenfalls eine überwiegend positive Beurteilung vorzufinden. Allerdings ist der Mittelwert (M=2,05) gegenüber der Bewertung der bisher angesprochenen Beratervariablen verhältnismäßig gesehen etwas kleiner. Aus einer Studie von Bachelor (1988, zit. in Bachelor & Horvath, 2001, S. 151) geht hervor, dass das Empathieverhalten des Therapeuten aus der Perspektive des Hilfesuchenden kein einheitliches, Nutzen bringendes Konstrukt darstellt. Vielmehr muss zwischen zwei verschiedenen Klienten-Typen – der eine bevorzugt eine kognitiv und der andere eine affektiv getönte Kommunikation – unterschieden werden. In meiner Untersuchung wurde diese Differenzierung nicht berücksichtigt, da lediglich im Sinne von Rogers die Anteilnahme des Beraters an der gegenwärtigen Gefühls- und Problemlage des Klienten im Vordergrund stand. Es wurde demnach eher die affektiv empathische Kommunikation mit Hilfe der Items erfasst, und nicht die kognitiv getönte Kommunikation, also das verstehende Einfühlen in die Gedankenwelt des Klienten. Kohel's These (2005, zit. in Englmayer, 2003, S. 49), dass Jugendliche in ihren Gefühlen (und in ihrem kognitiven Geschehen) wahrgenommen werden wollen und sowohl eine Bestätigung ihrer Stärken als auch alternative Handlungsmöglichkeiten für ihre Probleme erwarten, kann durch die zuvor angeführten Untersuchungsergebnisse bestätigt werden. Die Klientenbewertung und das Klientenerleben der Basisvariable „Echtheit" weist die größte Mittelwertsdifferenz (0,97) von allen analysierten Einschätzungen auf. Danach sahen alle Jugendlichen und auch die Rat suchenden Personen, welche die Echtheit des Beraters weniger erlebt hatten, das authentische Verhalten des Peer-Beraters als wichtig an. Im Hinblick auf die strukturierenden Elemente lässt sich Folgendes feststellen: Während es für 33 der 34 jungen Klienten wichtig war, selber zu entscheiden, was sie in der E-Mail-Beratung thematisieren wollten, war es für „nur" ca. 78% der Jugendlichen von Bedeutung, mit dem Online-Berater zu Beratungsbeginn die Regeln und Bedingungen ihrer Zusammenarbeit zu besprechen. Die beziehungsfördernden Aspekte nach Petzold wie Entlastung und Aufbau neuer Hoffnung im Sinne von Ermutigung wurden nach der Basisvariable „positive Wertschätzung" als wichtigste Faktoren benannt. Dieses Ergebnis verwundert nicht, wenn

man sich vor Augen hält, dass diese Variablen den Klienten in der belasteten Situation möglicherweise dazu ermutigen können, sich mit seinen Problemen konstruktiv auseinanderzusetzen sowie diese unter einem positiveren Blickwinkel zu betrachten.
Mit Hilfe der offen formulierten Frage sollte erkundet werden, welche Aspekte der E-Mail-Beratung für die Jugendlichen persönlich als sehr hilfreich bzw. sehr wichtig angesehen werden, wobei diese Fragestellung allgemein gefasst war bzw. sich nicht explizit auf die Beratungsbeziehung richtete. Aus den Antworten dieser Frage lassen sich ebenso eine Reihe von Erkenntnissen ableiten, wobei an dieser Stelle nur auf Aspekte eingegangen wird, die bereits die zuvor thematisierten ergänzen können bzw. ausdrücklich in Zusammenhang mit der Beratungsbeziehung stehen (für weiterführende Informationen vgl. Abs. 5.2.4). Die häufigste Nennung und deshalb aus Klientensicht wichtigsten Aspekte, stellen die Aussagen „Anonymität“ und „schnelle Hilfe“ dar. Sie beziehen sich auf Rahmenbedingungen des Peer-Projektes, stellen jedoch auch eine Verbindung zur Berater-Klient-Beziehung her. So wurde z.B. von einem Ratsuchenden geäußert, dass die anonymisierte Beratung Hemmschwellen senkt und er sich dem Peer-Berater aufgrund dessen vollständig öffnen kann. Dieser Vorteil, der aus dem Setting der Online-Beratung resultiert, kann sich somit förderlich auf die „professionelle“ Beziehung der an der E-Mail-Beratung Beteiligten auswirken, weil nicht erst ein vertrautes Klima geschaffen werden muss, zumindest nicht in dem Maße, wie es anfänglich bei der realen Face-to-Face-Beratung von Nöten ist (Schultze, 2007, S. 3ff). Diese Falldarstellung trifft insbesondere auf Jugendliche zu, für die es schwierig ist, Nähe und Distanz ins Gleichgewicht zu bringen. Für sie bietet diese Form der Kontaktaufnahme einen erheblichen Vorteil (Seus-Seberich, 2007 S. 54). Unter der Kategorie „schnelle Hilfe“ wurde von einem Klienten als Vorzug benannt, dass er in seiner vertrauten häuslichen Umgebung zu einem Zeitpunkt E-Mail-Beratung in Anspruch nehmen kann, wenn es für ihn dringend erforderlich ist. Auch Seus-Seberich (2007, S. 54) betont, es sei für Jugendliche oftmals wichtig und hilfreich, in akuten Krisensituationen Hilfe anzufordern und auch zuverlässig zu erhalten. Darüber hinaus wird die psychologische Anonymität nach Schultze (2007, S. 2) angesprochen, welche es dem Klienten durch den heimischen Ort ermöglicht, geschützt und dadurch psychologisch unversehrt zu bleiben. Diese psychologische Anonymität des Klienten begünstigt die Berater-Klient-Beziehung insofern, als der Beziehungsaufbau quasi übersprungen wird, da nach Schultze (2007, S. 3ff) eine Vertrauensbasis als wichtige Voraussetzung für eine tragfähige Beziehung von Anfang an geschaffen ist. Seus-Seberich (2007, S. 60) unterstreicht ebenfalls diesen Aspekt, aber schwächt diese Aussage, indem sie betont, die durch die (psychologische) Anonymität hervorgerufene Unbekanntheit

erleichtere zumindest eine erste Kontaktaufnahme. Die Vertrauensbasis wird, nach Ansicht des Klientel, auch dadurch gestärkt, dass sie von Gleichaltrigen beraten werden, von denen sie sich nach ihrer Einschätzung am besten verstanden fühlen (vgl. Kaestner, 2003, S. 56). In Anknüpfung an die bisher beleuchteten Gesichtspunkte wiesen unterschiedliche Jugendliche auf den Vorteil hin, bedingt durch die spezielle Beratungssituation, wichtige, intime und schambesetzte Themen unbefangen anzusprechen und selber entscheiden zu können, was thematisiert werden soll. Damit ist vermutlich aus Sicht der Ratsuchenden die Angst verbunden, tabuisierte Themen und persönliche Dinge offenbaren zu müssen, die sie (noch) nicht bereit sind mit ihrem Berater zu besprechen. Daraus lässt sich eine weitere förderliche Variable für die Beratungsbeziehung ableiten: Die Online-Beratung kann den Jugendlichen die Angst davor nehmen, die Kontrolle über Gesagtes und Verschwiegenes zu verlieren. Die Befürchtung, von ihrem Helfer in die Ecke gedrängt zu werden, relativiert sich, da sie jederzeit ohne soziale Folgen die Beratung abbrechen bzw. sich dieser Situation entziehen können. Zudem empfinden die Klienten des Jugendportals Ratingen Ehrlichkeit und Offenheit im E-Mail-Kontakt als wichtig und möchten von ihrem Berater ernst genommen werden. Ein einziger Jugendlicher nahm ganz konkret zur Beratungsbeziehung Stellung, indem er es für sich als hilfreich erachtete, ein gutes Verhältnis zum Peer-Berater aufbauen zu können.

Wie bereits die Anzahl der Nennungen erkennen lässt, die unmittelbar mit der Berater-Klient-Beziehung in Verbindung stehen bzw. durch Vorzüge der Online-Beratung sowie durch das Thematisieren für wichtig befundener Verhaltensweisen des Peer-Beraters mit dieser zumindest verwoben sind, kommt der Beratungsbeziehung von Seiten der Ratsuchenden eine große Bedeutung zu. Vor allem kann sie innerhalb der E-Mail-Beratung, wie bereits angemerkt, für ein junges Klientel hilfreich sein, welches die Anonymität bzw. zunächst einen unverbindlichen Kontakt vorzieht und erst mal in der Beziehung zum Berater eine gewisse Distanz wahren möchte (Sommers, 1996, zit. in Döring, 2000, S. 532). Grundsätzlich sind – eben durch Aspekte wie die (psychologische) Anonymität und andere Vorteile, die sich aus der virtuellen Beratungssituation ergeben, sowie die Tatsache, dass es sich beim Jugendportal Ratingen um Peer-Beratung handelt, die mit förderlichen Faktoren für die Beratungsbeziehung einhergehen kann – dem Bündnis von Ratsuchendem und Helfer andere der Beziehung dienliche Grundvoraussetzungen gesetzt, als dies bei klassischen Beratungsangeboten der Fall ist. 91,18% der Umfrageteilnehmer bestätigen aus ihrer Sichtweise folgende These von Brunner (2006, S. 9): Der Beratungsbeziehung als solcher (gemessen an den Items, die nach Grawe konkret auf eine positive Berater-Klient-Beziehung hindeuten) sowie der

Gestaltung des Beziehungsangebotes von Seiten des E-Mail-Beraters (untersucht anhand der als hilfreich bewerteten Beratervariablen) kommt eine zentrale Bedeutung zu. Lediglich drei Klienten konnten nicht entscheiden, welche Wichtigkeit dieser Aspekt für sie hat. Sie zeigten sich hinsichtlich der Bewertung neutral.

3. Welche Personen nehmen die Peer-Beratung per E-Mail in Anspruch und welche Rahmenbedingungen liegen bei der Inanspruchnahme vor? Gibt es Zusammenhänge zwischen den soziodemografischen Faktoren/den Rahmenbedingungen der Beratung und dem Klientenerleben/der Klientenbewertung bzw. der Beratungsbeziehung?

Bezugnehmend auf die dritte Fragestellung sollen jene Aspekte komprimiert dargelegt werden, die besonders auffällig sind und konkrete sowie aussagekräftige Ergebnisse liefern. Für umfassende Informationen verweise ich auf die Abschnitte 5.2.1, 5.2.2 und 5.3. In Verbindung mit den soziodemografischen Faktoren der Klienten fällt auf, dass zwei Drittel der Umfrageteilnehmer männlichen Geschlechts sind, das heißt, diese sind deutlich überrepräsentiert. Zwar kann es sich hierbei um einen Zufall handeln, dennoch lässt dieses Ergebnis den Schluss zu, dass ein bestimmter Prozentsatz von Männern das E-Mail-Beratungsangebot des Jugendportals Ratingen in Anspruch nimmt. Somit bestätigt das Resultat folgende Zielsetzung, welche von Döring (2000, S. 532) formuliert wurde: Durch Beratungsangebote im Internet sollten insbesondere männliche Personen erreicht werden, weil das männliche Klientel eher keine herkömmliche Beratung in Anspruch nimmt. Aus der Evaluation des Peer-Projekts youth-life-line im Jahre 2005 (Weinhardt, 2005, S. 26) und der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (bke) im Jahre 2006 (2007, zit. in Seus-Seberich, 2007, S. 53) geht hervor, dass trotzdem noch ein deutlich höherer Anteil von Mädchen bzw. Frauen, jeweils ca. 70 bzw. 88%, die E-Mail-Beratung in Anspruch nimmt. Das durchschnittliche Alter der an der Umfrage beteiligten Jugendlichen lag zwischen 16 und 18 Jahren. Mit Blick auf ähnliche Altersangaben der zwei zuvor angeführten E-Mail-Beratungen kann angenommen werden, dass der Durchschnitt des Stichprobenalters meiner Studie repräsentativ für jene Altersklasse ist, die tatsächlich das Klientel dieses Online-Angebotes darstellt (vgl. bke, 2007, zit. in Seus-Seberich, 2007, S. 53; Weinhardt, 2005, S. 26). Bezugnehmend auf die Rahmenbedingungen der Inanspruchnahme der E-Mail-Beratung zeigen meine Untersuchungsergebnisse: Vor allem psychische Beeinträchtigungen, Beziehungs- und Partnerschaftsprobleme sowie Trauer und Einsamkeit waren Anlässe, sich an die Peer-Beratung zu wenden. Ähnliche Resultate lässt

die Evaluierung des Online-Angebotes des Jugendportals Ratingen in den letzten zwei Jahre erkennen (vgl. Abs. 2.2 und 5.2.2).

Von den auf Zusammenhänge untersuchten Variablen konnten bis auf eine Kombination von Faktoren keine Bezüge hergestellt werden. Lediglich die Bewertung der Beratervariable „Wertschätzung“ korrelierte signifikant mit dem Geschlecht (vgl. Abs. 5.3.2). Demnach unterscheiden sich männliche und weibliche Jugendliche bzw. junge Erwachsene dieses Online-Angebotes in ihrer Einstellung zum wertschätzenden Verhalten des Peer-Beraters. Ca. 9% der Mädchen und Frauen konnten hinsichtlich der Fragestellung, wie wichtig ihnen das wertschätzende Verhalten des Peer-Beraters sei, keine konkrete Aussage tätigen. Hingegen bewerteten die Männer diese Beratervariable um ca. 8% hilfreicher als die Frauen. Um den Unterschied aussagekräftig und sinnvoll interpretieren zu können, da dieser vermutlich auch von anderen Faktoren abhängt und in ein komplexes Gefüge von Variablen eingebettet ist, müssten auch im Hinblick auf den kleinen Stichprobenumfang weitere Untersuchungen durchgeführt werden. Nach Schultze (2007, S. 3ff) begünstigt die psychologische Anonymität des Klienten den Beziehungsaufbau bzw. überspringt diesen, da eine Vertrauensbasis als wichtige Voraussetzung für eine tragfähige Beziehung von Anfang an geschaffen ist. Um diese These zu überprüfen, wurde die Anzahl der Beratungskontakte mit dem Erleben der Beratungsbeziehung in Verbindung gebracht und auf mögliche Zusammenhänge hin untersucht. Die Auswertung zeigt, dass keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen analysierten Variablen zu verzeichnen ist (vgl. Abs. 5.3.5). Als Schlussfolgerung dessen kann die Anzahl der Beratungskontakte keinen verlässlichen Anhaltspunkt auf das Erleben der Beratungsbeziehung liefern. Unabhängig davon, wie viele Beratungen der jeweilige Klient in Anspruch genommen hat, wurde die „professionelle“ Beziehung ungefähr gleich gut erlebt. Demnach entscheidet nicht die Häufigkeit, sondern vermutlich vielmehr die Länge und Intensität der E-Mails (gemeint sind die Abstände zwischen den Beratungskontakten bzw. die Anzahl der E-Mail-Wechsel in einem bestimmten Zeitraum) über die empfundene Beziehungsqualität, die den drei von Seus-Seberich (2007, S. 54ff) definierten Anfragetypen zugeordnet werden können.

8. Eigenes Fazit

Unter diesem letzten Punkt möchte ich die zentralen Erkenntnisse meiner Untersuchung im Hinblick auf die Beratungsbeziehung darlegen und einen Ausblick geben.

Aus den erhaltenen Antworten der Klienten des Jugendportals Ratingen gehen eine Reihe von Faktoren hervor, die einen Einfluss darauf nehmen, dass die Beziehung zum Berater als hinreichend gut erlebt wird. Allerdings handelt es sich bei den untersuchten Beratervariablen nur um eine kleine Auswahl wichtiger Elemente. Somit könnte es für den Erwerb von detaillierten Auskünften wichtig sein, in nachfolgenden Studien zu prüfen, welche speziellen Faktoren für das Klientenerleben einer positiven Beratungsbeziehung in der Online-Beratung unerlässlich sind bzw. welche anderen Beratervariablen sowie weiteren Rahmenbedingungen auf die Berater-Klient-Beziehung einwirken. Bei diesen und weiteren Ausführungen muss auch immer bedacht werden, dass es sich hierbei um eine besondere Beratungsbeziehung handelt, da Gleichaltrige Jugendliche sowie junge Erwachsene beraten und demnach eine Reihe von Voraussetzungen geschaffen sind, eine positive (Arbeits-)Beziehung einfacher zu etablieren.

Grundsätzlich zeigt die durchgeführte Untersuchung, dass der therapeutischen Beziehung – wie es parallel in der gesamten Psychotherapie bzw. Beratung der Fall ist (Ackermann & Hilsenroth, 2001; Orlinsky, Grawe & Parks, 1994; Orlinsky et al., 2004; Wampbold, 2001, zit. in Egger, 2007, S. 8), wenn auch mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen bzw. verschiedenen Erklärungsmodellen für diesen Wirkfaktor – in der E-Mail-Beratung eine wichtige Bedeutung zukommt. Vermutlich hat die Qualität der Berater-Klient-Beziehung, ebenfalls in Anlehnung an herkömmliche Hilfsangebote (Orlinsky et al., 2004), zentrale Auswirkungen auf die Effektivität von virtueller Beratung, denn immerhin wird ein Beratungsabbruch grundsätzlich viel wahrscheinlicher, wenn die Beratungsbeziehung vom Ratsuchenden als nicht hinreichend gut erlebt wird (Beutler et al., 2004, S. 282 u. S. 288). Dementsprechend können negative Ansichten des Klienten bezüglich seines Beraters ein Hinweis auf einen Beratungsabbruch liefern, der in jeder Phase der E-Mail-Beratung von den Jugendlichen vollzogen werden kann (Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V., 2007, S. 47, zit. in Seus-Seberich, 2007, S. 60). Dies trifft vor allem dann zu, wenn sich der Klient nicht verstanden, ernst genommen und akzeptiert fühlt sowie nicht mit den richtigen Informationen versorgt wird bzw. die Beziehung nicht tragfähig genug ist oder seine Erwartungen nicht erfüllt werden können (Wischnewski, 2003, zit. in Englmayer, 2003, S. 49). Genauere Zusammenhänge sollten insbesondere für das Online-Setting in Zukunft genauer erforscht werden. Um einen Beratungsabbruch zu vermeiden, sollten sich vor allem die Berater um ein gutes Beziehungsklima bemühen, am besten in einer frühen Phase des Beratungskontaktes, und Schwierigkeiten, die (anfangs) in der Beziehung entstehen können, unmittelbar thematisieren (Bachelor & Horvath, 2001 zit. in Hubble, Duncan & Miller, 2001, S. 144f). Am hilfreichsten für die E-Mail-Beratung wäre es, die Probleme

bezüglich des (nicht adäquaten) Beraterverhaltens anzusprechen, indem regelmäßig bzw. bei Bedarf ein Feedback durch den Klienten – mit Hilfe einer kleinen Meinungsumfrage, die ihm jederzeit zur Verfügung steht und auf die er vom Berater explizit hingewiesen wurde – abgegeben werden kann. So kann dem Hilfesuchenden signalisiert werden, dass auch seine Empfindungen und Wahrnehmungen hinsichtlich des Beratungsprozesses und des Beziehungsklimas ernst genommen werden. Vielleicht wäre es auch sinnvoll, zu Beginn der E-Mail-Beratung die Bedürfnisse und Erwartungen der Jugendlichen zu erfragen, um dem von Norcross (2002, zit. in Loth, 2003) formulierten Ideal – sowohl die Methoden als auch die Beziehungsangebote auf die individuellen Wünsche des Klienten abzustimmen – näher zu kommen, soweit dies sinnvoll und erforderlich ist. Ergänzend zu den von Seus-Seberich (2007, S. 60) gemachten Praxiserfahrungen und denen anderer Fachkräfte (Knatz, 2005, S. 5) kommt meine Studie zu folgender Schlussfolgerung: Der E-Mail-Beratung mangelt es nicht etwa an emotionalem Gehalt, sondern ein Beziehungsaufbau kann vielmehr auch ohne direkten Kontakt realisiert werden. Man kann sogar annehmen, dass gerade die anonymisierte Beratung, wie sie von meinen Umfrageteilnehmern erlebt und in der Literatur dargestellt wird, den Beziehungsaufbau fördert. Dies geschieht nach Schultze (2007, S. 5), indem dem Berater durch Imagination bzw. Projektion positive oder sogar idealisierte Seiten durch den Klienten zugesprochen werden können, bzw. die psychologische Anonymität laut Schultze (2007, S. 3ff) den Beziehungsaufbau unterstützt. Zudem erreicht die Online-Beratung ein bestimmtes Klientel, für das diese Bedingung eine optimale Voraussetzung schafft und das vermutlich auch im Wissen dessen bevorzugt gewählt wurde. Ähnlich wie in der herkömmlichen Beratung mögen nicht die Anzahl der Beratungskontakte bzw. nur bedingt der Beratungsanlass, sondern vor allem der Anfragetyp in der E-Mail-Beratung den emotionalen Anteil und somit die Intensität der Beratungsbeziehung entscheiden (bke-Projektgruppe Online-Beratung 2004, S. 215f, zit. in Seus-Seberich, 2007, S. 54ff). Leider habe ich in der Online-Beratung lediglich den Beratungsgrund, nicht aber den Anfragetyp berücksichtigt, so dass mir hierzu keine Ergebnisse zur Verfügung stehen. Auch wenn sich eine Reihe von Gemeinsamkeiten, insbesondere in Bezug auf die Bedeutung der Beratungsbeziehung – im Vergleich zwischen dem klassischen Beratungskontext und den Hilfsangeboten des Internets – aufzeigen lässt, muss herausgestellt werden, dass es sich um eine neuartige Form der Beratungsbeziehung handelt (Seus-Seberich, 2007, S. 60). Denn aufgrund des vorliegenden Textmediums kann sich ein anderer Beziehungsaufbau im Sinne von Brunner (2006, S. 9) entwickeln. Genaueres hierzu müsste in weiterführenden Untersuchungen analysiert werden.

In diesem Kontext sollte eines noch grundsätzlich beachtet werden: Die Beratungsbeziehung stellt ein vielschichtiges Konstrukt im Sinne der Definition nach Orlinsky (1994a, zit. in Strauß und Wittmann, 2000, S. 74f) dar, das von den unterschiedlichsten Faktoren abhängt und anhand verschiedener Perspektiven messbar wird. Auch sollte jener Anteil der Klienten – seine persönlichen Voraussetzungen, Eigenschaften und Verhaltensweisen, wie z.B. sein teilnehmendes Engagement, welche auf die Beratungsbeziehung Einfluss nehmen – nicht vergessen werden. Dieser Aspekt bleibt in meiner Untersuchung allerdings weitestgehend unberücksichtigt, weil sonst z.B. auch die Einschätzung des Peer-Beraters oder eines neutralen Beobachters erforderlich gewesen wäre und die weiteren Bewertungs-Perspektiven den Aufwand der Untersuchung enorm gesteigert hätten.

Aus den Ausführungen des 8. Abschnitts wird Folgendes deutlich: Grundsätzlich ist eine tragfähige und intensive Arbeitsbeziehung zwischen Peer-Berater und Jugendlichen möglich, in der nicht nur die Bedürfnisse und Gefühle der Klienten Berücksichtigung finden sollten, sondern in der auch verstärkt auf jene der gleichaltrigen Helfer geachtet werden sollte. Auch wenn das bei den jungen Mitarbeitern des Jugendportals Ratingen der Fall ist – nicht zuletzt deshalb, weil sie permanente Unterstützung durch die pädagogischen Fachkräfte erhalten, – möchte ich die Wichtigkeit des ständigen Austausches der Peer-Berater untereinander sowie mit den Professionellen innerhalb von Teambesprechungen und Supervisionen deutlich unterstreichen. So erhalten vor allem die Peer-Berater die Möglichkeit, ihre eigenen Gefühle und Gedanken zu reflektieren und sich mit den gewonnenen Eindrücken auseinanderzusetzen sowie die erfahrenen Klientenschicksale zu verarbeiten.

Da es sich bei der Beratungsbeziehung vermutlich um den am wenigsten erforschten Wirkfaktor handelt, dieser aber auch in der E-Mail-Beratung einen fundierten Beleg für die Effektivität bieten kann, sollte die Berater-Klient-Beziehung in Zukunft verstärkt untersucht werden.

Abschließend lässt sich Folgendes feststellen: Den Peer-Beratern ist es gelungen bzw. sie sind auf dem besten Wege, mit den Klienten, die an der Online-Umfrage teilgenommen haben, eine tragfähige Beziehung zu erarbeiten. Insbesondere mit Blick auf die Untersuchungsergebnisse lässt sich feststellen, dass die Klienten nicht nur sehr zufrieden mit dem Beratungsangebot sind, sondern dass das erlebte Beraterverhalten denkbar nah an den Idealzustand heranreicht, wie er für den einzelnen Klienten wichtig bzw. wünschenswert ist.

Im Hinblick auf die Zielsetzung meiner Diplomarbeit ist es insbesondere wichtig, den Peer-Beratern, die von den Jugendlichen als hilfreich erachteten Elemente zu übermitteln. Dadurch können die wichtigen Beratervariablen verstärkt realisiert und diese somit von den Klienten wahrgenommen werden.

Literaturverzeichnis

Alexander, J. F., Barton, C., Schiavo, S. & Parsons, B. V. (1976). Systems-behavioral intervention with families of delinquents: Therapist characteristics, family behavior and outcome. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 849-853.

Allmaier, K. (2002). *Die Lösungsorientierte Kurzzeittherapie aus der Perspektive der Klienten – Wie hilfreich schätzen Patienten mit Angststörungen verschiedene Elemente dieser Therapie ein? –*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Bielefeld.

An der Heiden, I. (2003). *Spezifische und allgemeine Wirkfaktoren in der lösungsfokussierten Therapie nach de Shazer*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Westfälische Wilhelms Universität, Münster.

Armbrust, J. (2003). Jugendline.de – Jugendliche beraten Jugendliche. In M. Nörber (Hrsg.), *Peer Education. Bildung und Erziehung von Gleichaltrigen durch Gleichaltrige* (S. 284-296). Weinheim: Beltz.

Asay, T. P. & Lambert, M. J. (2001). Empirische Argumente für die allen Therapien gemeinsamen Faktoren: Quantitative Ergebnisse. In M. A. Hubble, B. L. Duncan & S. D. Miller (Hrsg.), *So wirkt Psychotherapie. Empirische Ergebnisse und praktische Folgerungen* (S. 41-82). Dortmund: verlag modernes lernen.

Bachelor, A. (1988). How clients perceive therapist empathy: A content analysis of „received" empathy. *Psychotherapy: Theory, Research and Practise*, 25, 227-240.

Bachelor, A. (1991). Comparison and relationship to outcome of diverse dimensions of the helping alliance as seen by client and therapist. *Psychotherapy: Theory, Research and Practise*, 28, 534-549.

Bachelor, A. & Horvath, A. (2001). Die therapeutische Beziehung. In M. A. Hubble, B. L. Duncan & S. D. Miller (Hrsg.), *So wirkt Psychotherapie. Empirische Ergebnisse und praktische Folgerungen* (S. 137-193). Dortmund: verlag modernes lernen.

Ball, D. (2006). Methodik der E-Mail-Beratung am Beispiel der Krisenintervention suizidaler Jugendlicher – Ein Erfahrungsbericht des Projektes [U25] der AGJ Freiburg. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/ball.pdf [Zugriff am 02.11.2007].

Bamberger, G. G. (2004). Beratung unter lösungsorientierter Perspektive. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 2: Ansätze, Methoden und Felder* (S. 737-748). Tübingen: dgvt

Bastine, R., Fiedler, P. & Kommer, D. (1989). Was ist therapeutisch an der Psychotherapie? Versuch einer Bestandsaufnahme und Systematisierung der Psychotherapeutischen Prozessforschung. *Zeitschrift für Klinische Psychologie*, 18, 3-22.

Baumann, U. & von Wedel, B. (1981). Stellenwert der Indikationsfrage im Psychotherapiebereich. In Baumann, U. (Hrsg.): *Indikation zur Psychotherapie, Fortschritte der Klinischen Psychologie*, 25, München, Wien, Baltimore: Urban & Schwarzenberg.

Beranet/Zone 35 (2007). *Stand und Perspektiven der Online-Beratung.* Skript für die Fachtagung Online-Beratung in Hamburg am 15.06.2007.

Berg, I. K. (2006). *Familien – Zusammenhalt(en) (8. Aufl.)*. Dortmund: Verlag modernes lernen

Beutler, L. E., Engle, D., Mohr, D., Daldrup, R. J., Bergan, J. Meredith, K. & Merry, W. (1991). Predictors of differential and self-directes psychotherapeutic procedures. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 59, 333-340.

Beutler, L. E., Malik, M., Alimohamed, S. , Harwood, T.M., Talebi, H., Noble, S. & Wong, E. (2004). Therapist Variables. In M.J. Lambert (Ed.), *Bergin and Garfield's Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (pp. 227-306)*, 5. ed. New York: Wiley.

Binder, U. & Binder , H.-J. (1979). Klientenzentrierte Psychotherapie bei schweren psychischen Störungen. Frankfurt am Main (keine Angabe des Verlags)

bke-Projektgruppe Online-Beratung (2004). Hilfe im Internet für Jugendliche und Eltern. In A. Hundsalz & K. Menne (Hrsg.), *Jahrbuch für Erziehungsberatung*, Band 5 (S. 205-226). Weinheim: Juventa.

Blaser, A. (1982). Wirkfaktoren der Psychotherapie. In R. Bastine et al. (Hrsg.), Grundbegriffe der Psychotherapie. Weinheim, Deerfield Beach, Florida, Basel: edition Psychologie.

Bohart, A. & Tallman, K. (1996). The active client: therapy as self-help. *Journal of Humanistic Psychology*, 36, 7-30.

Bohart, A. & Tallman, K. (1999). *How clients make therapy work: The Process of active self-healing.* Washington, DC: American Psychological Association.

Borg-Laufs, M. (2004). Verhaltensberatung nach dem kognitiv-behavioristischen Modell. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 2: Ansätze, Methoden und Felder* (S. 629-639). Tübingen: dgvt

Bozok, B. (1987). *Wirkfaktoren der Psychotherapie.* Dissertation. Universität, Würzburg.

Bozok, B. & Bühler, K.-E. (1988). Wirkfaktoren der Psychotherapie – spezifische und unspezifische Faktoren. *Fortschr. Neurol. Psychiat.*, 56, 119-132.

Brem-Gräser, L. (1993). Handbuch der Beratung für helfende Berufe. Band 3: F. Die Klienten- bzw. Personenzentrierte Beratung/Psychotherapie; G. Die psycho-soziale, kooperative Beratung. München; Basel: E. Reinhardt.

Brunner, A. (2006). Methoden des digitalen Lesens und Schreibens in der Online-Beratung. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/brunner.pdf [Zugriff am 01.11.2007].

Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V. (2007). *Erziehungs- und Familienberatung im Internet. Die Virtuelle Beratungsstelle. Projektbericht 1. Januar 2006 bis 31. Dezember 2006.* Fürth: Eigenverlag.

Carkhuff, R. R. (1969). *Helping and human relations* (Vol. 1 & 2). New York: Holt, Rinehart & Winston.

Christl, F. (2000). Psychologische Beratung im Internet – ein Erfahrungsbereicht. In B. Batinic (Hrsg.), Internet für Psychologen (S. 549-568), 2. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen: Hogrefe.

Clarkin, J. F. & Levy, K. N. (2004). The Influence of Client Variables on Psychotherapy. In M.J. Lambert (Ed.), *Bergin and Garfield's Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (pp. 194-226)*, 5. ed. New York: Wiley.

Castonguay, L. G., Goldfried, M. R., Wiser, S., Raue, P. J. & Hayes, A. M. (1996). Predicting the effect of cognitive therapy for depression: A study of unique and common factors. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64, 497-504.

Critis-Christoph, P., Dernorest, A. & Connolly, M.B. (1990). Quantitative assesment of interpersonal thernes over the course of psychotherapy. *Psychotherapy*, 27, 513-521.

Czogalik, D. (1990). Wirkfaktoren in der Einzelpsychotherapie. In V. Tschunke & D. Czogalik (Hrsg.), *Psychotherapie – Welche Effekte verändern? Zur Fragen der Wirkmechanismen therapeutischer Prozesse* (S. 7-30). Berlin, Heidelberg: Springer.

Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (2007). *Hintergrundinformationen zu Online-Beratung*. Verfügbar unter: http://www.dg-online-beratung.de/links.html [Zugriff am 09.09.2007].

Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 18. vollst. überarb. u. erw. Aufl. Reinbeck: Rowohlt.

Dolan, R., Arnkoff, D. & Glass, C. (1993). Client attachment style and the psychotherapist's interpersonal stance. Psychotherapy: Theory, research, and Practise, 30, 408-412.

Döring, N. (2000). Kommunikation im Internet: Neun theoretische Ansätze. In B. Batinic (Hrsg.), Internet für Psychologen (S. 345-378), 2. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen: Hogrefe.

Döring, N. (2000). Identitäten, soziale Beziehungen und Gemeinschaften im Internet. In B. Batinic (Hrsg.), Internet für Psychologen (S. 379-416), 2. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen: Hogrefe.

Döring, N. (2000). Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. In B. Batinic (Hrsg.), *Internet für Psychologen* (S. 509-547), 2. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen: Hogrefe.

Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.

Egger, O. (2007). *Der Prozess differentieller Psychotherapie. Eine therapiezielorientierte Analyse des psychotherapeutischen Geschehens.* Unveröffentlichte Dissertation. Universität Bern

Elliott, R. & James, E. (1989). Varieties of client experience in Psychotherapy : An analysis of the literature. *Clinical Psychology Review*, 9, 443-467

Engel, F., Nestmann, F.& Sickendiek, U. (2004). „Beratung" – Ein Selbstverständnis in Bewegung. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 1: Disziplinen und Zugänge* (S. 33-43). Tübingen: Dgvt

Englmayer, S. I. (2005). *Online-Jugendberatung. Eine kommunikations-wissenschaftliche Arbeit über eMail-, Chat- und Foren-Beratung.* Veröffentlichte Diplomarbeit. Universität Wien

Enke, H. & Czogalik, D. (1990). Allgemeine und spezielle Wirkfaktoren in der Psychotherapie. In A. Heigl-Evers, F. Heigl, J. Ott (Hrsg.), *Lehrbuch der Psychotherapie.* Stuttgart: G. Fischer

Forschungsgruppe Wahlen (2007). *Internet-Strukturdaten. Repräsentative Umfrage – I. Quartal 2007*. Verfügbar unter: http://www.forschungsgruppewahlen.de/Studien/Internet-Strukturdaten/web_I_07.pdf [Zugriff am 09.09.2007].

Fuchs, T. (1998). *Entwicklung und Validierung eines katamnestischen Fragebogens: Der Bonner Fragebogen für Therapie und Beratung*. Veröffentlichte Dissertation. Witterschlick/Bonn: Wehle.

Gaston, L. & Marmar, C. (1994). The California Psychotherpy Alliance Scales. In A.O. Horvath & L.S. Greenberg (Eds.), *The working lliance: Theory, research and practise* (S. 85-108). New York: Wiley.

Gaston, L., Thompson, L., Gallager, D., Cournoyer, L. G. & Gagnon, R. (1998). Alliance, technique, and their interactions in predicting outcome of behavioral, cognitive, and brief dynamic therapy. *Psychotherapy Research*, 8, 190-209.

Gelso, C. J. & Carter, J.A. (1994). Components of the psychotherapy relationship: Their interaction and unfolding during treatment. *Journal of Counceling Psychology*, 41, 296-306.

Golden, B. R., Robbins, S. B. (1990). The working alliance within time-limited therapy: A case analysis. Professional Psychology: Research and Practise, 21, 47 6-48 1.

Gomes-Schwartz, B. & Schwartz, J.M. (1978). Psychotherpy process variables distinguishing the „inherently helpful“ person from the professional psychotherapist. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46, 196-197.

Gräf, L. (1999). Optimierung von WWW-Umfragen: Das Online Pretest-Studio. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.). *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse* (S. 159-178). Göttingen: Hogrefe.

Grawe, K. (1998). *Psychologische Therapie*. Göttingen: Hogrefe.

Grawe, K. & Grawe-Gerber, M. (1999). Ressourcenaktivierung. Ein primäres Wirkprinzip der Psychotherapie. *Psychotherapeut*, 44, 63-73.

Grawe, K. (2000). Allgemeine Psychotherapie. In W. Senf & M. Broda (Hrsg.), *Praxis der Psychotherapie. Ein integratives Lehrbuch: Psychoanalyse, Verhaltenstherapie, Systemische Therapie*. 2. neu bearb. u. erw. Aufl. (S. 314-325). Stuttgart, Berlin: Thieme.

Grawe, K. (2004). *Neuropsychotherapie*. Göttingen: Hogrefe.

Großmaß, R. (2004). Psychotherapie und Beratung. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 1: Disziplinen und Zugänge* (S. 33-43). Tübingen: dgvt

Gudjons, H. (2003). *Pädagogisches Grundwissen (8. Aufl.).* Regensburg: Julius Klinkhardt.

Gunzelmann, Th., Schiepek, G. & Reinecker, H. (1987). Laienhelfer in der psychosozialen Versorgung: Meta-Analyse zur differentiellen Effektivität von Laien und professionellen Helfern. *Gruppendynamik*, 18, 4, 361-384.

Hersoug, A. G., Hoglend, P., Monsen, J. & Havik, O. E. (2001). Quality of working alliance in psychotherapy. Therapist variables and Patient/Therapist similarity as predictors. *Journal of Psychotherapy Practice and Research*, 10, 205-216.

Hill, C. E., Helms, J. E., Spiegel, S. B. & Tichenor, V. (1988). Development of a system for categorizing client reactions to therapist interventions. *Journal of Counseling Psychology*, 35, 27-36

Hill, C. E. & Lambert, M. J. (2004). Methodological Issues in Studying Psychotherapy Processes and Outcomes. In M.J. Lambert (Ed.), *Bergin and Garfield's Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (pp. 84-136)*, 5. ed. New York: Wiley.

Hill, C. E. & O'Grady, K. E. (1985). List of therapist intentions illustrated in a case study and with therapists of varying theoretical orientations. *Journal of Counceling Psychology*, 32, 3-22

Horowitz, M. J., Marmar, C. R., Weiss, D., De Witt, K. N. & Rosenbaum, R. (1984). Brief Psychotherapy of bereavement reactions: The relationship of process to outcome. *Archives of General Psychiatry*, 41, 438-448.

Horvath, A. O., Marx, R. W. & Kaman, A. M. (1990). The development and decay of the working alliance during time-limited counselling. *The Canadian Journal of Counselling*, 24, 240-259.

Horvath, A. O. & Symonds, B.D. (1991). Relation betwwen working alliance and outcome in psychotherpy. A meta-analysis. *Journal of counseling Psychology,* 38 (2) 139-149.

Howard, K. I., Orlinsky, D. E. & Lueger, R. J. (1994). Clinically Relevant Outcome Research in Individual Psychotherapy. *British Jornal of Psychiatry*, 165, 4-8.

Hubble, M. A. (1993). Therapy research: The bonfire of the uncertain ties. *The Family Psychologist Bulletin of the Division of Family Psychology* (Division 43), 9 (2), 14-16.

Hubble, M. A., Duncan, B. L. & Miller, S. D. (2001). Einleitung. In M. A. Hubble, B. L. Duncan & S. D. Miller (Hrsg.), *So wirkt Psychotherapie. Empirische Ergebnisse und praktische Folgerungen* (S. 17-38). Dortmund: verlag modernes lernen.

Huf, A. (1992). *Psychotherapeutische Wirkfaktoren.* Weinheim: Psychologie-Verl.-Union.

Kaestner, M. (2003). Peer-Education – ein sozialpädagogischer Arbeitsansatz. In M. Nörber (Hrsg.), *Peer Education. Bildung und Erziehung von Gleichaltrigen durch Gleichaltrige* (S. 50-64). Weinheim: Beltz.

Kaliske, D. (1998). Supervision im Internet. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Gesamthochschule Kassel.

Kirchler, E., Palomonari, A. & Pombeni, M. L. (1992). Auf der Suche nach einem Weg ins Erwachsenenalter. Jugendliche im Dickicht ihrer Probleme und Unterstützung seitens Gleichaltriger und der Familienangehörigen. In: *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 39. Jg., 277-295.

Klapproth, F. & Niemann, J. (2000). *Psychologie und Internet: Eine Untersuchung zur Wirksamkeit von psychologischer E-Mail-Beratung*. Verfügbar unter: http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2005/570/pdf/Artikel1.pdf [Zugriff am 24.10.2007].

Knatz, B. & Dodier, B. (2003). *Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail.* Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta.

Knatz, B. & Dodier, B. (2004). *Das Vier Folien Konzept*. Verfügbar unter: http://www.schreiben-tut-der-seele-gut.de/pdf/folien.pdf [Zugriff am 31.10.2007].

Knatz, B. (2005). *Rat und Hilfe aus dem Internet – Die Beratung per Mail. Standards und Herausforderungen*. Verfügbar unter http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/knatz.pdf [Zugriff am 23.10.2007].

Knatz, B. (2006). *Methodische Konzepte der TelefonSeelsorge im Internet.* Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/knatz.pdf [Zugriff am 31.10.2007].

Kohel, S. (2003). Beratung per Mausklick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit, Münchendorf.

Kral, G. (2005). Psychologische Beratung im Internet – Notwendigkeiten und Möglichkeiten. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/kral.pdf [Zugriff am 24.10.2007].

Krause Jacob, M. (1992). *Erfahrungen mit Beratung und Therapie: Veränderungsprozesse aus der Sicht von KlientInnen.* Freiburg im Breisgau: Lambertus.

Krupnick, J. L., Stotsky, S. M., Simmons, S., Moyer, J., Elkin, L. Watkins, J. & Pikonis, P.A. (1996). The role of the therapeutic alliance in psychotherapy and pharmacotherapy outcome: Findings in the National Institute Mental Health Treatment of Depression Collaborative Research Program. Jornal of Consulting and Clinical Psychology, 64, 532-539.

Lambert, M. J. (1992). *Implications of outcome research for psychotherapy integration*. In J.C. Norcross & M.R. Goldfried (Eds.) Handbook of psychotherapy integration (S. 94-129). New York: Wiley.

Lambert, M. J. (1994). Introduction to Psychotherapy Research. In L. E. Beutler & M. Crago (Eds.), Psychtherapy Research. An International Review of Programmatic Studies (2nd ed., pp. 1-11). Washington: American Psychological Association.

Lambert , M. J. & Ogles, B. M. (2004). The Efficacy and Effectiveness of Psychotherapy. In M.J. Lambert (Ed.), *Bergin and Garfield's Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (pp. 139-193)*, 5. ed. New York: Wiley.

Lee, M. Y. (1997). The study of solution-focused brief family therapy: Outcomes and issues. *American Journal of Family Therapy*, 25 (1), 3-7.

Loth, W. (2003). Therapeutische Beziehungen empirisch gestützt: Die Task Force der APA Division 29 legt ihre Ergebnisse vor. Verfügbar unter: http://www.kopiloth.de/norc.htm [Zugriff am 08.10.2007].

Luborsky, L. & Critis-Christoph, P. (1990). Understanding transference: The Core Conflictual Relationship Theme Mothod. New York: Basic Books.

Mallinckrodt, B. (1991). Clients' representations of dynamic psychotherapy. New York: Plenum.

Mayer, A.E. (1990) Eine Taxonomie der bisherigen Psychotherapieforschung. *Zeitschrift für Klinische Psychologie*, 14, 287-291.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2006). *Jugend, Information und (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis19- Jähriger in Deutschland.* Verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf [Zugriff am 11.09.2007].

Meyer, A.E.; Richter, R.; Grawe, K.; Schulenburg, J.M. Graf v.; Schulte, B. (1991). *Forschungsgutachten zu Fragen eines Psychotherapeutengesetzes.* Hamburg: Universitäts-Krankenhaus Hamburg-Eppendorf.

Miller, S. D., Duncan, B.L. Hubble, M.A. (1997). *Escape from Babel: Twoward a unifying language for pschotherapy practise.* New York: Norton.

Miller, S. D., Hubble, M. & Duncan, B. (2000). *Jenseits von Babel. Wege zu einer gemeinsamen Sprache in der Psychotherapie*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Nestmann, F. (2004). Beratungsmethoden und Beratungsbeziehung. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 2: Ansätze, Methoden und Felder* (S. 783-796). Tübingen: dgvt

Nörber, M. (2003). Peers und Peer-Education. Vorwort. In M. Nörber (Hrsg.), *Peer Education. Bildung und Erziehung von Gleichaltrigen durch Gleichaltrige* (S. 9-15). Weinheim: Beltz.

Norcross, J. C. (2002). Psychotherapy Relationships That Work. Therapist Contributions and Responsiveness to Patients. New York: Oxford University Press

Norville, R. Sampson, H. & Weiss, J. (1996) Accurate interpretations and brief psychotherapy outcome. *Psychotherapy Research*, 6, 16-29

Orlinsky, D. E. (1994). Researched-based knowledge as the emergent foundation for clinical practise in psychotherapy. In P.F. Talley, H.H. Strupp & S.F. Butler (Eds.), *Psychotherapy research and practise* (p. 99). New York: Basic Books.

Orlinsky, D. E., Ronnestad, M.H. & Willutzki, U. (2004). Fifty years of Psychotherapy Process-Outcome Research: Continuity and Change. In M.J. Lambert (Ed.), *Bergin and Garfield's Handbook of Psychotherapy and Behavior Change* (pp. 307-390*)*, 5. ed. New York: Wiley.

Ott, R. (2003). Klinisch-psychologische Intervention und Psychotherapie im Internet: Ein Review zu empirischen Befunden. In R. Ott & C. Eichenberg (Hrsg.), *Klinische Psychologie und Internet*. Göttingen: Hogrefe

Petzold, H. (1993). *Integrative Therapie. Modelle, Theorien und Methoden für eine schulenübergreifende Psychotherapie*, Bd. 2: Klinische Theorie. Paderborn: Junfermann.

Preckel, F. & Sauerwald, S. (1997). *Therapeutenverhalten und Klientenerleben. Systematische Unterschiede von Therapeutenverhalten in von Klienten als hilfreich und nicht hilfreich erlebten lösungsorientierten Kurztherapien*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Münster.

Regli, D., Bieber, K., Mathier, F. & Grawe, K. (2000). Beziehungsgestaltung und Aktivierung von Ressourcen in der Anfangsphase von Therapien. *Verhaltenstherapie und Verhaltensmedizin*, 21(4), 399-420.

Rogers, C. R. (1957). The necessary and sufficent conditions of therapeutic personality change. *J. Consult Psychol.* 21, 95-103.

Rogers, C. R. (2004). Die Therapeutische Beziehung und ihre entscheidende Bedeutung. In. W. M. Pfeiffer (Hrsg.), *Therapeut und Klient. Grundlagen des Gesprächspsychotherapie* (S. 22-31), 18. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer

Rogers, C. R. (2004). Die zwischenmenschliche Beziehung: Das tragende Element in der Therapie. In. W. M. Pfeiffer (Hrsg.), *Therapeut und Klient. Grundlagen des Gesprächspsychotherapie* (S. 211-231), 18. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer

Sanders, R. (2004). Die Beziehung zwischen Ratsuchendem und Berater. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 2: Ansätze, Methoden und Felder* (S. 797-807). Tübingen: dgvt

Saschße, R. (1999). *Dokumentation zur Anerkennung der Gesprächspsychotherapie als wissenschaftliches Psychotherapieverfahren.* Ruhruniversität Bochum

Schindler, L. (1991). *Die empirische Analyse der therapeutischen Beziehung*. Berliner: Springer

Schulte, D. (1996). *Therapieplanung*. Göttingen: Hoegrefe.

Schultze, N. G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internet-Beratung. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf [Zugriff am 25.10.2007].

Seus-Seberich, E. (2007). „Du bist die Erste, die mir glaubt, dass ich mich ernsthaft mit meinen Problemen auseinandersetzen will!“. Jugendberatung online. *SOS-Dialog*, 52-63.

Shilts, R., Rambo, A. & Hernandez, L. (1997). Clients helping therapists find solution to their therapy. *Contemporary Familiy Therapy*, 19, 117-132.

Sidiropoulou, E. (1998). *Standardisierung und Normierung eines katamnestischen Fragebogens - Ergebnisse zum Bonner Fragebogen für Therapie und Beratung*. Witterschlick/Bonn: Wehle.

Smith, M. L., Glass, G.V. & Miller, T. 1. (1980). *The benefits of psychotherapy.* Baltimore: John Hopkins University Press.

Sommers, D. I. (1996). Descriptive Data and Outcome. [WWW Document] URL http://nicom.com/~davids/outcomes.htm.

Straumann, U. E. (2004). Klientenzentrierte Beratung. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek. *Das Handbuch der Beratung. Band 2: Ansätze, Methoden und Felder* (S. 641-654). Tübingen: dgvt

Strauß, B. & Wittmann, W.W. (2000). Wie hilft Psychotherapie. In W. Senf & M. Broda (Hrsg.), *Praxis der Psychotherapie. Ein integratives Lehrbuch: Psychoanalyse, Verhaltenstherapie, Systemische Therapie.* 2. neu bearb. u. erw. Aufl. (S. 734-745). Stuttgart, Berlin: Thieme.

Strupp, H.H. (1999). Können PraktikerInnen von der Forschung lernen?. In H. Petzold & M. Märtens (Hrsg.), *Wege zu effektiven Psychotherapien. Psychotherapieforschung und Praxis. Band I: Modelle, Konzepte, Settings* (S. 13-30). Opladen, Leske + Budrich

Tscheulin, D. (1982). Therapeutenmerkmale in der Psychotherapie. In R. Bastine, P.A. Fiedler, K. Grawe, S. Schmidchen & C. Sommer (Hrsg.), *Grundbegriffe der Psychotherapie*. Weinheim: edition psychologie.

van Well, F. (2000). *Psychologische Beratung im Internet*. Bergisch-Gladbach: E-Ferger

Vogt, B. (2007). *Schreiben, ein wirksamer Prozess. Acht Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von E-Mail-Beratung*. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/vogt.pdf [Zugriff am 29.10.2007].

Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersoanl interaction. *Communication Research*. 23 (1), 3-43.

Walther, J. B. & Burgoon, J. K. (1992). Relational Communication in Computer-Mediated Communication. *Human Communication Research*, 19 (1), 50-88.

Weinhardt, M. (2005). Gleichaltrige als Ansprechpartner in Lebenskrisen. Krisenhilfe durch Peerberatung. *Pädagogik*, 57, 4, 22-26.

Weissenböck, S., Ivan, I., Lachout, S. (2006). Standards in der Online-Beratung – erarbeitet von der Einrichtung kids-hotline (D), Partypack (A) und ChEck-iT! (A). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/checkit_layout.pdf [Zugriff am 23.10.2007].

Wesiss, J. (1986). Part 1: Theory and clinical observations. In J. Weiss, H. Sampson & The Mount Zion Psychotherapy Research Group (Eds.), *The psychoanalytic process: Theory, clinical observation, and empirical research* (pp. 3-138). New York: Guilford Press.

Wetzstein, Th. A., Dahm, H., Steinmetz, L., Lentes, A., Schampaul, St. & Eckert, R. (1995). Datenreisende. Die Kultur der Computernetze. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Zenner, B. & Oswald, G. (2006). Onlineberatung im Bereich der Ehe-, Familien- und Lebensberatung – Eine Erhebung im Rahmen des Modellprojekts Onlineberatung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung (KBK). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/zenner.pdf [Zugriff am 28.10.2007].

Zimmer, D. (1983). Die Therapeut-Klient-Beziehung in der Verhaltenstherapie. In D. Zimmer (Hrsg.) *Die therapeutische Beziehung – Konzepte und empirische Befunde zur Therapeut-Klient-Beziehung und ihrer Gestaltung* (S. 82-97). Weinheim: Edition Psychologie

Anhang:

Anhang 1: Patientenstundenbogen der psychotherapeutischen Praxisstelle, Universität Bern

Anhang 2: Fragebogen-Items

Anhang 3: Online-Befragung

Patientenstundenbogen 2000

Pat.-Nr.: .....

Datum: .....

Sitzung: .....

Anleitung:
Wie haben Sie die heutige Therapiesitzung erlebt? Bitte geben Sie dazu an, wie sehr die nachfolgenden Feststellungen für Sie zutreffen.

		überhaupt nicht -3	-2 nein	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1	2 ja	ja, ganz genau 3
1.	Heute habe ich mich in der Beziehung zum Therapeuten wohlgefühlt.							
2.	Ich habe das Gefühl, dass ich mich selbst und meine Probleme besser verstehe.							
3.	Heute sind wir dem Kern meiner Probleme näher gekommen.							
4.	Heute sind wir in der Therapie wirklich vorwärts-gekommen.							
5.	Der Therapeut lässt mich spüren, wo meine Stärken liegen.							
6.	Heute ist mir klarer geworden, weshalb ich gegenüber bestimmten Menschen gerade so und nicht anders reagiere.							
7.	Der Therapeut und ich verstehen einander.							
8.	Ich finde, der Therapeut müsste meinen Gefühlen mehr Beachtung schenken.							
9.	Ich glaube, der Therapeut ist wirklich an meinem Wohlergehen interessiert.							
10.	Im Moment fühle ich mich durch den Therapeuten darin unterstützt, wie ich gerne sein möchte.							
11.	Ich traue mir jetzt mehr zu, meine Probleme aus eigener Kraft zu lösen.							

BITTE WENDEN (Fortsetzung auf der Rückseite)

	überhaupt nicht -3		nein -2	eher nicht -1	weder noch 0	eher ja 1		ja 2	ja, ganz genau 3
12. Ich finde die Sichtweise des Therapeuten von meinen Problemen zu einfach.									
13. Ich weiss jetzt besser, was ich will.									
14. Heute hatte ich das Gefühl, der Therapeut denkt etwas anderes über mich, als er mir sagt.									
15. Heute war ich gefühlsmässig stark beteiligt.									
16. Ich spüre, dass der Therapeut mich wertschätzt.									
17. Was wir heute gemacht haben, ging mir sehr nahe.									
18. Ich fühle mich jetzt Situationen besser gewachsen, denen ich mich bisher nicht gewachsen gefühlt habe.									
19. Ich glaube ein anderes therapeutisches Vorgehen wäre für mich besser geeignet.									
20. Ich habe den Verlauf der Sitzung aktiv mitgestalten können.									
21. Ich kann selber entscheiden, was in der Therapie besprochen wird.									
22. Der Therapeut lässt mich in der Therapie meinen eigenen Weg gehen.									

Anhang 2: Fragebogen-Items

1. Kategorie: **Allgemeines**

    1. Mein Online-Berater und ich verstehen einander.
    2. Ich fühle mich in der Beziehung zum Online-Berater wohl.
    3. Ich kann jeder Zeit meinem Online-Berater, die Dinge schreiben, die mich sehr beschäftigen.
    4. Ich vertraue auf das Fachwissen meines Online-Beraters.
    5. Ich bin zuversichtlich, dass ich Unterstützung von meinem Online-Berater erhalte.

2. Kategorie: **Emotionale Stütze**

    6. Mein Online-Berater gibt mir Trost.
    7. Ich fühle mich sehr erleichtert, wenn ich meine Situation und meine Gefühle in einer Email schildere.
    8. Wenn ich hilflos/verzweifelt bin, gibt mein Online-Berater mir neuen Mut und neue Kraft.
    9. Ich fühle mich sehr erleichtert, wenn ich eine Antwort meines Online-Beraters erhalte.

3. Kategorie: **Empathie**

    10. Bei meinen Äußerungen kann mein Online-Berater meine Gefühle „zwischen den Zeilen“ erkennen und mir mitteilen.
    11. In der Regel spürt mein Online-Berater, was in mir vorgeht.
    12. Mein Online-Berater versteht, was ich gefühlsmäßig erlebe.

4. Kategorie: **Echtheit**

    13. Mein Online-Berater drückt mir gegenüber seine ehrliche Meinung aus.
    14. Mein Online-Berater ist mir gegenüber offen.
    15. Manchmal habe ich das Gefühl, der Online-Berater denkt etwas anderes über mich, als er mir schreibt.

5. Kategorie: **Wertschätzung**

    16. Ich glaube, mein Online-Berater ist wirklich an meinem Wohlergehen interessiert.
    17. Ich kann mich darauf verlassen, dass das Interesse meines Online-Beraters dem gilt, was mich in der E-Mail-Beratung beschäftigt.
    18. Bei meinem Online-Berater fühle ich mich gut aufgehoben.
    19. Ich fühle mich als Person von meinem Online-Berater angenommen.

6. Kategorie: **Unterstützung**

    20. Mein Online-Berater motiviert mich, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und anschließend in die Tat umzusetzen.
    21. Mein Online-Berater lässt mich spüren, wo meine Fähigkeiten und Stärken liegen.
    22. Mein Online-Berater stellt mir manchmal Lösungswege zur Verfügung.
    23. Ich erlebe meinen Online-Berater als gleichrangigen Kooperationspartner
    24. Mein Online-Berater teilt mir mit, was ihm positiv aufgefallen ist.
    25. Mein Online-Berater unterstützt mich darin, wie ich gerne sein möchte.

7. Kategorie: **Erarbeitung positiver Zukunftsperspektiven**

    26. Mein Online-Berater lässt mich positiv in die Zukunft blicken.
    27. Mein Online-Berater erweckt in mir neue Hoffnungen, meine Probleme lösen zu können.
    28. Wenn ich mir manchmal Sorgen um die Zukunft mache und alles schlecht sehe, steuert mein Online-Berater dagegen und macht mir Mut.

8. Kategorie: **Strukturierung**

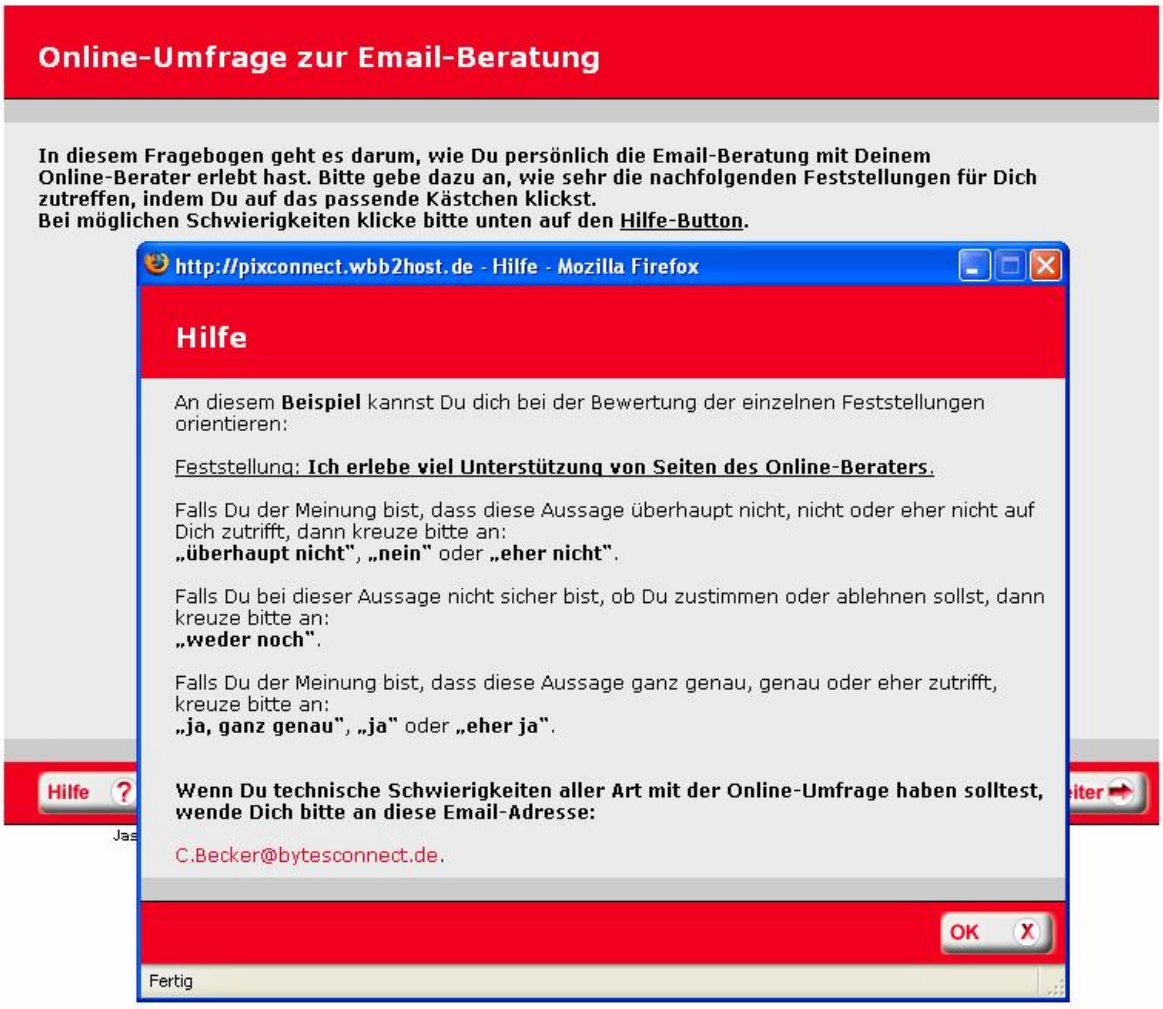
    29. Gemeinsam klärten der Online-Berater und ich, was ich in der E-Mail-Beratung erreichen möchte.
    30. Zu Beratungsbeginn besprachen mein Online-Berater und ich die Regeln und Bedingungen unserer gemeinsamen Arbeit.
    31. Ich kann selber entscheiden, was in der E-Mail-Beratung besprochen wird.

Anhang 3a: Anschreiben

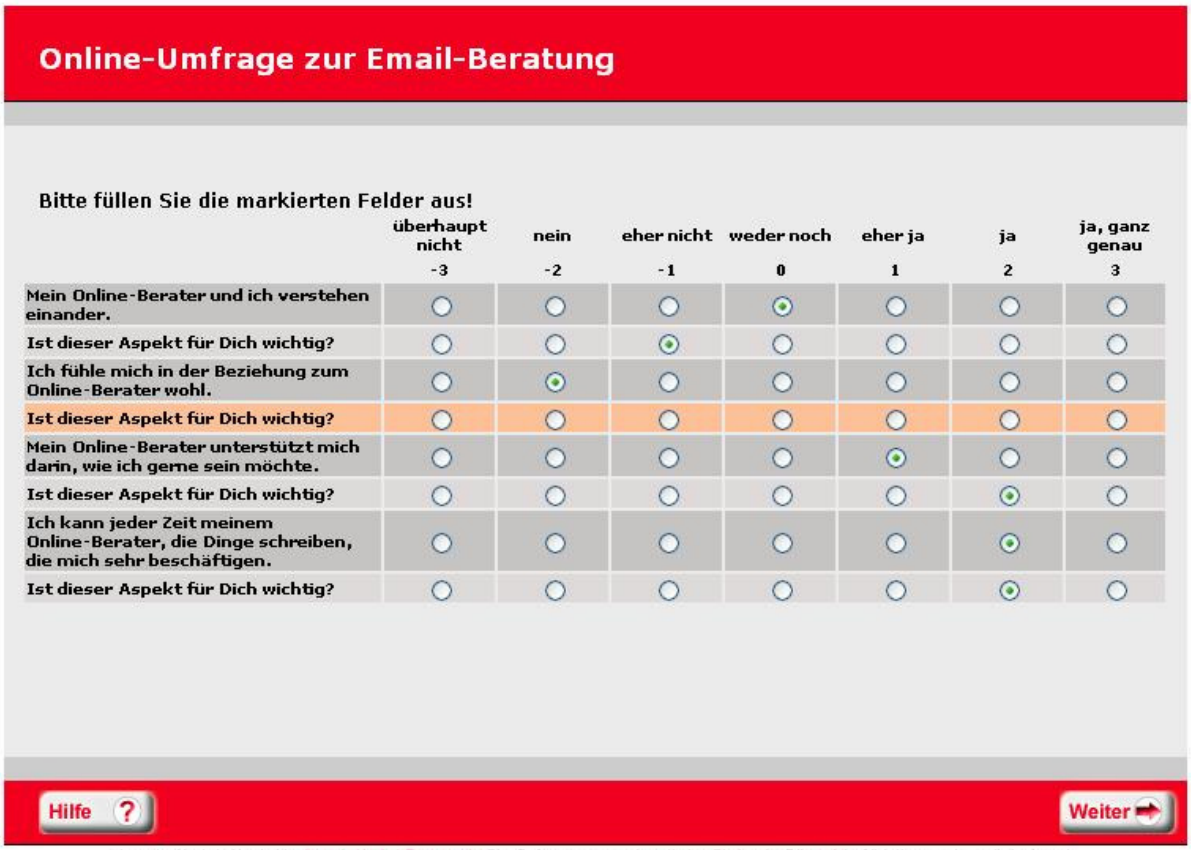
Anhang 3b: 1. Filterfrage

Anhang 3c: 2. Filterfrage

Anhang 3d: Anleitung und Hilfefunktion



Anhang 3e: Beispielseite des Fragebogens

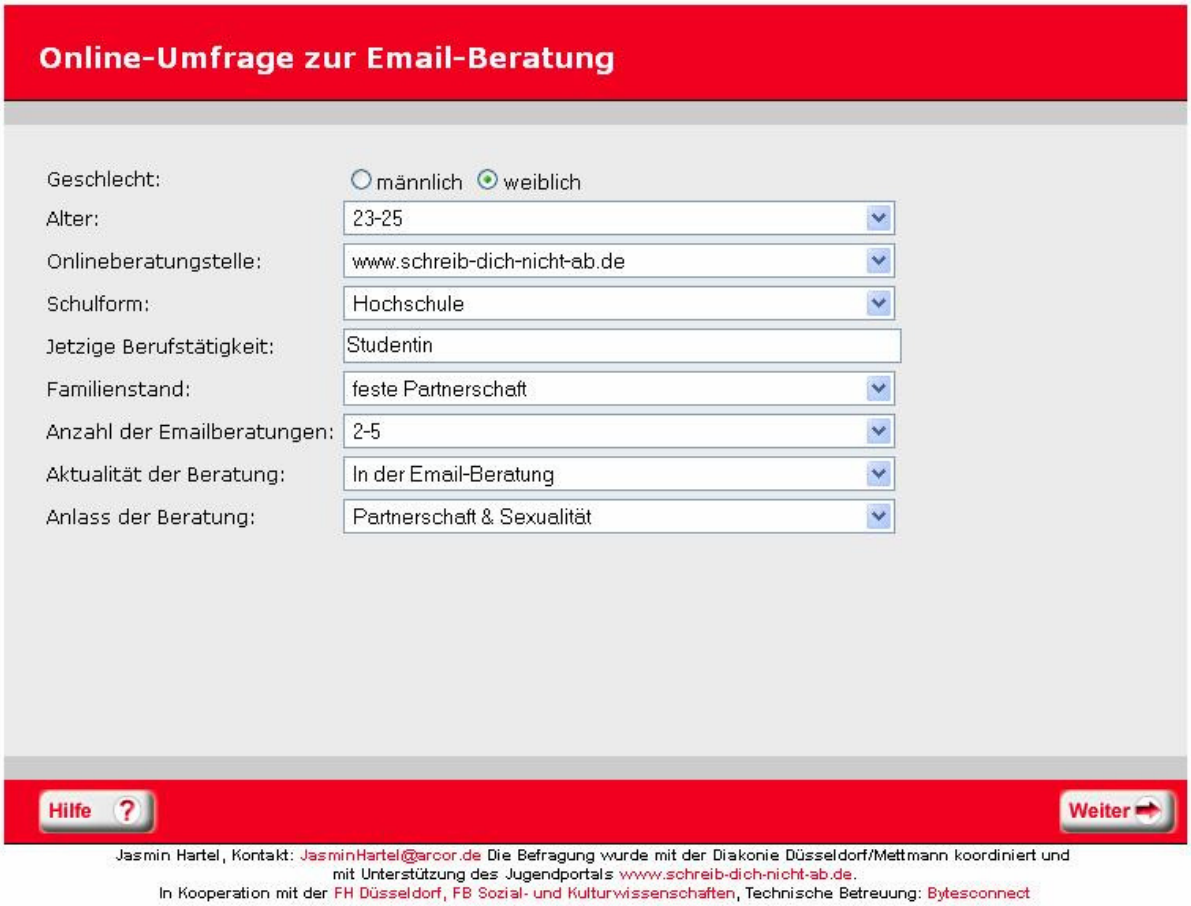


Jasmin Hartel, Kontakt: JasminHartel@arcor.de Die Befragung wurde mit der Diakonie Düsseldorf/Mettmann koordiniert und mit Unterstützung des Jugendportals www.schreib-dich-nicht-ab.de.
In Kooperation mit der FH Düsseldorf, FB Sozial- und Kulturwissenschaften, Technische Betreuung: Bytesconnect

Anhang 3f: Offene Frage

Jasmin Hartel, Kontakt: JasminHartel@arcor.de Die Befragung wurde mit der Diakonie Düsseldorf/Mettmann koordiniert und mit Unterstützung des Jugendportals www.schreib-dich-nicht-ab.de.
In Kooperation mit der FH Düsseldorf, FB Sozial- und Kulturwissenschaften, Technische Betreuung: Bytesconnect

Anhang 3g: Abfrage der soziodemografischen Faktoren und der Rahmenbedingungen der Beratungsinanspruchnahme



E R K L Ä R U N G

Hiermit bestätige ich, dass ich meine Diplomarbeit

Wirkfaktoren in der E-Mail-Beratung
Empirische Untersuchung bei den katholischen Online-Beratungseinrichtungen der Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung

selbständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen benutzt habe. Alle Stellen, deren Ausführungen anderer Autoren wörtlich oder sinngemäß entnommen sind, habe ich durch Angabe von Quellen als Zitate kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher weder in Teilen noch insgesamt einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Ich bin damit einverstanden, dass ein Exemplar meiner Diplomarbeit im Diplomarbeitenraum zur Einsicht ausgelegt wird.

_____ _____

Datum Unterschrift