



**QUALITÄTSKRITERIEN**

**FÜR PSYCHOLOGISCHE ANGEBOTE**

**IM INTERNET**



# Qualitätskriterien für psychologische Angebote im Internet

Erstellt durch die Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP

Kommission für Online-Beratung KFOB: Thomas Berger, Chantal Egli, Franz Eidenbenz, Anna Flury Sorgo, Josef Lang, Anna Christina Volkart im November 2006

## Inhaltsverzeichnis

### Präambel

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>1.</b> | <b>Psychosoziale Angebote im virtuellen Raum</b>                                       | <b>3</b>  |
| 1.1.      | Grundsätzliches zur Erstellung einer Homepage  | 3         |
| 1.2.      | Überblick über Nutzung des Internets im psychosozialen Bereich                         | 4         |
| <b>2.</b> | <b>Qualitätskriterien für Homepages von PsychologInnen</b>                             | <b>4</b>  |
| 2.1.      | Identifikation der AnbieterInnen   | 4         |
| 2.2.      | Transparenz des Angebots   | 4         |
| 2.3.      | Fachspezifische Kompetenzen der AnbieterInnen  | 4         |
| <b>3.</b> | <b>Erweiterte Qualitätskriterien für AnbieterInnen psychologischer Online-Beratung</b> | <b>5</b>  |
| 3.1.      | Spezifische Angebote   | 5         |
| 3.2.      | Grenzen und Kontraindikation   | 5         |
| 3.3.      | Rahmenbedingungen, Setting   | 5         |
| 3.4.      | Vertraulichkeit, Schweigepflicht   | 5         |
| 3.5.      | Datensicherheit  | 5         |
| 3.6.      | Gütesiegel, Qualitätsdeklaration   | 6         |
| <b>4.</b> | <b>Rechtliche Aspekte</b>  | <b>6</b>  |
| <b>5.</b> | <b>Berufsethik</b>   | <b>6</b>  |
| 5.1.      | Berufsordnung der Föderation der Schweizer PsychologInnen                              | 6         |
| 5.2.      | Link   | 7         |
| 5.3.      | Werbebeschränkung  | 7         |
| <b>6.</b> | <b>Ausblick</b>  | <b>7</b>  |
| <b>7.</b> | <b>Checkliste für Homepages von PsychologInnen</b>                                     | <b>8</b>  |
| <b>8.</b> | <b>Endnotenverzeichnis</b>   | <b>9</b>  |
| <b>9.</b> | <b>Literaturverzeichnis</b>  | <b>10</b> |

Bern, im November 2006



## Präambel

Das Internet gewinnt gesamtgesellschaftlich sowohl im Berufs- als auch im Privatleben an Bedeutung. Die Recherche und Informationsbeschaffung im Netz ist meist schneller und ergiebiger als der Griff zum Telefon oder zum Lexikon – und im beruflichen Kontext oft unabdingbar.

Auch wenn dieser Kommunikationsweg im psychosozialen Bereich mittlerweile häufig verwendet wird, ist doch die professionelle Nutzung zur **Präsentation des eigenen Angebotes** (im Sinne eines elektronischen Praxisbildes) einerseits und zur **psychologischen Online-Beratung** andererseits nach wie vor wenig verbreitet. Damit die Ratsuchenden von einem qualitativ hoch stehenden Angebot profitieren können, braucht es einen professionellen Auftritt im Internet. Qualitätskriterien sollen berücksichtigt werden, damit fachlich ausgewiesene Angebote für Laien erkennbar sind. Aus diesem Grund hat der Vorstand der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP) der Kommission für Online-Beratung (KFOB) den Auftrag erteilt, entsprechende Kriterien zur Erstellung einer Homepage auszuarbeiten. Neben diesen Kriterien, die Empfehlungscharakter haben, beinhaltet der Leitfaden praktische Hinweise für PsychologInnen, die das Internet professionell nutzen.

Die **Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP)** ist der Dachverband der universitär ausgebildeten PsychologInnen und vertritt die Interessen von über 5000 Mitgliedern ([www.psychologie.ch](http://www.psychologie.ch)). Aufgrund einer Empfehlung der European Federation of Psychologists Associations (EFPA) hat die FSP im Sommer 2002 die Fachkommission Online-Beratung gegründet und sie mit der Erarbeitung eines **Kompetenzprofils für Online-BeraterInnen**<sup>i</sup> beauftragt. Dieses Kompetenzprofil definiert, über welche Ausbildungen und Fertigkeiten psychologische Online-BeraterInnen verfügen müssen, damit eine seriöse Beratung garantiert ist. Ebenso informiert es über Grenzen und Möglichkeiten von Beratungstätigkeiten im virtuellen Raum.

## 1. Psychosoziale Angebote im virtuellen Raum

Psychosoziale Angebote im Internet bewegen sich in einem besonders sensiblen Feld. Die nachfolgend aufgeführten Qualitätskriterien beziehen sich grundsätzlich auf alle Angebote im psychosozialen Bereich, jedoch sind die konkreten Beispiele auf die Anforderungen an PsychologInnen und PsychotherapeutInnen ausgerichtet.

### 1.1. Grundsätzliches zur Erstellung einer Homepage

Der erste Eindruck hinsichtlich der Qualität einer Website entsteht innerhalb von kürzester Zeit<sup>ii</sup>. Nur wenn das erste Urteil positiv ausfällt, verweilen die Besucher auf der Homepage. Webdesigner empfehlen für die erste Seite, wenige Grafiken zu verwenden und ein schnelles Laden zu garantieren<sup>iii</sup>. Wichtig ist die optimale Information: Die Seite soll interessant sein, gute Orientierung gewähren, klar strukturiert und anregend gestaltet sein, sodass sie zum Weiterlesen motiviert. Zu berücksichtigen ist auch der Hinweis aus der Wahrnehmungspsychologie, dass der Aufmerksamkeitsumfang des Menschen bei sieben plus/minus zwei Elementen<sup>iv</sup> liegt. Eine übersichtliche Darstellung mit einem gefälligen Design ist auf alle Fälle wünschenswert, doch ohne Aktualität wird diese bald als veraltet wahrgenommen. Fazit: Besser keine Homepage als einen „Ladenhüter.“

Wer die Homepage selbst erstellt oder von einer Firma so erstellen lässt, dass er sie selber updaten kann, hat den unschätzbaren Vorteil, dass er sie jederzeit selber aktualisieren kann. Die Herstellung durch eine Firma kostet ein paar hundert Franken - je nach Anspruch bzw. Aufwand. Verschiedene Internetfirmen bieten ihren Kunden aber auch eine einfache, internet-basierte Software<sup>v</sup> kostenlos an, mit welcher sich im Baukasten-System ohne grosses Vorwissen ein professioneller Internetauftritt erstellen lässt.

Eine Website ist erst dann sinnvoll lanciert, wenn sie auch gefunden wird. Es gilt also, die neue Homepage mit den zutreffenden Stichworten bei Suchmaschinen anzumelden oder sie über ein so genanntes Portal bekannt zu machen (s. auch Kap. 5.2).



Damit alle interessierten User „barrierefreien“ Zugang haben, sollte die eigene Homepage W3C-konform<sup>vi</sup> gestaltet werden. Barrierefreies Internet bezeichnet Internet-Angebote, welche unabhängig von körperlichen und/oder technischen Möglichkeiten uneingeschränkt genutzt werden können.

## **1.2. Überblick über Nutzung des Internets im psychosozialen Bereich**

Im letzten Jahrzehnt haben sich das Internet und E-Mail stark entwickelt und sind einem breiteren Publikum in den industrialisierten Ländern zugänglich geworden. Diese Entwicklung wirkt sich auf verschiedene Aspekte im Bereich der Psychotherapie und Beratung aus: Das Internet erlaubt einen schnellen Zugriff auf Informationen über psychische Störungsbilder, gewährt einen Überblick über therapeutische Angebote oder bringt den direkten Zugang zur virtuellen Praxis. Das Medium ermöglicht dem Benutzer eine relative Anonymität, was die Hemmschwelle für die Nutzung herabsetzt.

In den letzten Jahren wurden therapeutische Angebote via Internet vor allem im Bereich von Essstörungen, Angststörungen, Depression, Posttraumatische Belastungsstörung (PTSD) und Sucht evaluiert. Der therapeutische Nutzen ist gemäss Studien beachtlich und die Akzeptanz bei den Ratsuchenden ist gross<sup>vii</sup>. Selbsthilfeführer zu spezifischen psychologischen Störungen haben sich auch das Internet und E-Mail zunutze gemacht, wobei die PsychologInnen als Coach beim Fortschreiten der Therapie fungieren<sup>viii</sup>.

## **2. Qualitätskriterien für Homepages von PsychologInnen**

PsychologInnen sind gemäss Berufsordnung bei der Bekanntmachung ihrer Angebote zu Ehrlichkeit, Sachlichkeit und Verhältnismässigkeit verpflichtet (vgl. Berufsordnung der FSP, Art. 5 der berufsethischen Grundsätze sowie Kap. 5). Diese Grundsätze gelten auch für die Gestaltung einer Homepage, welche neben den allgemeinen Qualitätskriterien berufsspezifischen Anforderungen genügen muss. Während Kapitel 2 die allgemeinen Kriterien für Angebote im Sinne „elektronischer Praxisschilder“ fokussiert, beinhaltet das nachfolgende Kapitel 3 erweiterte Kriterien für Homepages von AnbieterInnen psychologischer Online-Beratung.

### **2.1. Identifikation der AnbieterInnen**

Auf der Homepage wird ersichtlich, wer die angebotenen Dienstleistungen erbringt; d.h. Name, Adresse und Telefonnummer der realen Praxis sind auf der Homepage vorzufinden. Bieten mehrere Personen über die gleiche Homepage ihre Dienstleistung an, so sind alle erwähnt. Neben Informationen zur Erreichbarkeit über E-Mail und Telefon sind auch Links zu den Berufsorganisationen aufgeführt, welchen die AnbieterInnen angehören.

### **2.2. Transparenz des Angebots**

Auf der Homepage wird das Angebot transparent aufgeführt und beschrieben. Dabei wird darauf geachtet, dass Laien verstehen, worum es sich handelt. Es ist sinnvoll, sich gegen benachbarte Angebote abzugrenzen und mit einem Link auf entsprechende Stellen oder Fachpersonen zu verweisen. Auf Homepages von PsychologInnen sollten nur wissenschaftlich fundierte psychologische Angebote verzeichnet werden. Unrealistische Erfolgsversprechen widersprechen der Berufsethik.

### **2.3. Fachspezifische Kompetenzen der AnbieterInnen**

Die Homepage sollte über den beruflichen Werdegang der AnbieterInnen stichwortartig Auskunft geben. Spezialkenntnisse werden besonders hervorgehoben. Irreführende Angaben über Aus- Weiter- und Fortbildungen, Titel oder berufliche Kompetenzen sind zu unterlassen (vgl. Berufsordnung der FSP, Art. 5.1 der berufsethischen Grundsätze).



### **3. Erweiterte Qualitätskriterien für AnbieterInnen psychologischer Online-Beratung**

Wenn PsychologInnen oder psychosoziale Institutionen über ihre Homepage Online-Beratung anbieten, so gelten besondere Sorgfaltspflichten. Sie gelangen über ein Netz zu vertraulichen Informationen, auf welches jedermann zugreifen kann. Daher müssen sie sicherstellen, dass diese nicht in unbefugte Hände gelangen können. Ausserdem sollten die KundInnen klar informiert sein, wer welche Kompetenzen hat bzw. wer wann mit welcher Berechtigung zu welchen Themen Rat erteilt. Für Homepages von AnbieterInnen psychologischer Online-Beratung gelten daher sowohl die bereits erwähnten Kriterien, sowie die nachfolgend aufgeführten.

#### **3.1. Spezifische Angebote**

Die angebotenen Schwerpunktthemen sind ausführlich und allgemein verständlich dargestellt. So bietet das Internet seinen NutzerInnen die Möglichkeit, sich über psychologische Themen sachlich richtig zu informieren.

#### **3.2. Grenzen und Kontraindikation**

Vorsicht ist bei virtuellen Beratungen v.a. bei allen akuten Krisen (Suizidalität, Gewalt etc.) geboten. Für Notfallsituationen, die einer unverzüglichen Hilfe zu jeder Tages- und Nachtzeit bedürfen, sind auf der Homepage Links auf die offiziellen Notfallnummern<sup>ix</sup> anzugeben. Nützlich können auch Hinweise auf spezifische oder lokale Angebote von Beratungsstellen sein.

#### **3.3. Rahmenbedingungen, Setting**

KundInnen psychologischer Angebote müssen wissen, innerhalb welcher Zeit sie mit einer Antwort rechnen können. Zudem sollen die Ratsuchenden darüber informiert sein, wie viel das Angebot kostet und welches die Zahlungsmodalitäten<sup>x</sup> sind.

Da fehlende Angaben zu Personen oder Situationen eine seriöse Beratung erschweren oder verunmöglichen, ist es für BeraterInnen und TherapeutInnen wichtig, einige Angaben (z.B. zu Alter und Geschlecht) zu kennen. Diese können mittels Formular zwingend verlangt werden. Die ideale Menge und die Art der Fragen sind von der Zielgruppe abhängig; sollten aber die Nutzungsschwelle keineswegs unnötig erhöhen.

#### **3.4. Vertraulichkeit, Schweigepflicht**

Vertraulichkeit und Schweigepflicht gilt für alle via Internet erfahrenen persönlichen Umstände in der gleichen Absolutheit wie beim Gespräch in der Praxis oder auch bei einem Telefonanruf (s. Berufsordnung der FSP sowie Kap. 5).

#### **3.5. Datensicherheit**

Die Frage der Datensicherheit stellt sich für alle Tätigkeiten im Internet, jedoch ganz besonders für PsychologInnen, die Onlineberatung anbieten.

Wer einzig ein elektronisches Praxisschild lanciert, braucht keine besonderen Sicherheitsbedingungen zu beachten. Virenschutz, Firewall und Update von Software braucht heute allerdings jeder PC mit Internetanschluss. Wer aber Onlineberatung anbietet, muss alle Massnahmen ergreifen, die zur Sicherheit der Datenübertragung und Datenverarbeitung nötig sind, da jede Datenübertragung gewisse Risiken in sich birgt.

TherapeutInnen, die mit „sensiblen“ Daten arbeiten, sind verpflichtet, diese zu schützen und korrekt aufzubewahren. Neben regelmässigen Sicherheitskopien (Backups zum Schutz von Datenverlust bei Systemabsturz) ist es Voraussetzung, dass der Zugang zum Computer passwortgeschützt ist und die Daten auch ausserhalb des Computers vorschriftgemäss<sup>xi</sup> aufbewahrt werden.

Klienten sollten darüber informiert werden, dass jede Datenübertragung gewisse Risiken birgt und Mailnachrichten von Dritten eingesehen werden können, falls keine Massnahmen zur Verschlüsselung (z.B. Pretty Good Privacy PGP) getroffen werden.



Zur Erhöhung der Sicherheit können neben verschlüsselten Mails auch verschlüsselte Homepages (Secure Sockets Layer SSL, erkennbar am <https://> statt <http://>) erstellt und mit Antwortformularen versehen werden. Um die damit anstehenden Sicherheitsfragen zu klären und die optimale Lösung für den individuellen Bedarf zu finden, wird der Beizug einer Fachperson empfohlen.

Die Themen um die Datensicherheit sind brennend aktuell und haben für die Onlineberatung oberste Priorität.

### **3.6. Gütesiegel, Qualitätsdeklaration**

Den schweizerischen PsychologInnen steht kein Gütesiegel einer Prüfstelle oder eines Berufsverbandes zur Verfügung, welches die Qualität des Anbieters im Internet garantiert. Im Gegensatz dazu haben die deutschen PsychologInnen im Jahr 2001 ein – allerdings umstrittenes - Gütesiegel<sup>xii</sup> eingeführt, welches den Ratsuchenden im Internet beim „Auffinden qualitativ hochwertiger Beratungen“ helfen soll.

AnbieterInnen, welche die Qualitätskriterien gemäss Checkliste (siehe Kap. 7) sowie das Kompetenzprofil für psychologische Online BeraterInnen (siehe [www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html](http://www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html)) einhalten, erfüllen damit aber wesentliche Qualitätskriterien. Sie sind aufgefordert dies auf ihrer Homepage wie folgt zu vermerken: „Diese Homepage erfüllt die Qualitätskriterien der FSP für psychologische Angebote im Internet“.

## **4. Rechtliche Aspekte**

Bis heute sind die juristischen Aspekte, die mit der Veröffentlichung einer Homepage durch PsychotherapeutInnen gegeben sind, nicht zufrieden stellend geklärt. Die mit der Publikation der Homepage gegebenen Verpflichtungen sind aber ernst zu nehmen. „Der Onlineberatungsvertrag zwischen Psychotherapeut und Patient ist als Auftrag im Sinne von Artikel 396ff des OR zu qualifizieren.“ Da uns bis heute kein Rechtsfall bekannt ist, gibt es dazu keine klärende Rechtsprechung.

## **5. Berufsethik**

Bei der Ausübung der beruflichen Tätigkeit sind berufsethische Grundsätze zu respektieren. Sie gelten ebenso und in spezifischer Ausprägung für BeraterInnen mit Onlineangeboten.

### **5.1. Berufsordnung der Föderation der Schweizer PsychologInnen**

Die Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP hat gemäss ihren Statuten (Art. 4.12) eine Berufsordnung zum Schutz der Öffentlichkeit vor missbräuchlicher Anwendung der Psychologie erlassen. Die in der Berufsordnung festgelegten Prinzipien spiegeln die verschiedenen Aspekte der Verantwortung, welche die berufliche Anwendung der Psychologie in Forschung, Lehre und Praxis mit sich bringt.

Die Berufsordnung dient der Verhaltensorientierung für die einzelnen FSP-Mitglieder, der ethischen Konsensbildung innerhalb der FSP sowie als Grundlage für die Bearbeitung von Beschwerden. Sie gilt nicht nur für den realen Praxisalltag, sondern ebenso für alle psychologischen Tätigkeiten im Netz.

Mit dem Beitritt zur FSP verpflichtet sich jedes Mitglied zur Einhaltung der Berufsordnung. Die einzelnen Mitglieder, die Gliedverbände und die Institutionen der Aus-, Weiter- und Fortbildung sind verantwortlich dafür, die Berufsordnung sowohl in ihrer Grundhaltung als auch in ihren einzelnen Bestimmungen bekannt zu machen.

Es spricht für die Seriosität eines jeden Angebotes, wenn eine Berufsordnung existiert und Ratsuchende über die zuständige Beschwerdeinstanz informiert sind. Für Angebote von PsychologInnen FSP ist die Berufsordnungs-Kommission der FSP zuständig.

## 5.2. Links

Es sind nur Links auf der eigenen Homepage anzugeben, die berufsethisch vertretbar sind. Da aber der Betreiber für Inhalte der aufgeführten Links verantwortlich gemacht werden könnte, ist es zu empfehlen, diese Verantwortlichkeit ausdrücklich abzugeben. So kann z.B. via Disclaimer darauf hingewiesen werden, dass der Betreiber jegliche Verantwortung für die Inhalte externer Seiten ablehnt. Da der Betreiber nach der Linksetzung keinen Einfluss auf die Entwicklung externer Seiten (bzgl. Vollständigkeit, Korrektheit oder Illegalität) hat, empfiehlt es sich, die angegebenen Links regelmässig selber zu konsultieren und allenfalls von der eigenen Homepage zu entfernen.

Eine gute Verlinkung der Homepage bringt allerdings auch Vorteile: sie verbessert den Bekanntheitsgrad und eine gute Position bei den Suchmaschinen.

## 5.3. Werbebeschränkung

Wenn sich jemand entschliesst, auf seiner Homepage Werbung zu betreiben, soll er sich an die Empfehlungen im HON-Code ([www.hon.ch](http://www.hon.ch)) für Anbieter im Gesundheitsbereich halten: „Sponsoren und Unterstützer der Website werden klar genannt, einschließlich kommerzielle und nicht-kommerzielle Organisationen, die finanzielle Mittel, Dienstleistungen oder Material für die Website zur Verfügung gestellt haben. Sofern Werbung eine Einnahmequelle ist, wird auf diese Tatsache klar hingewiesen. Werbung und anderes der Verkaufsförderung dienendes Material wird BenutzerInnen in einer Art und in einem Kontext dargeboten, der eine klare Trennung zwischen Werbung und originalem Inhalt, der von der Website-betreibenden Institution hergestellt wurde, ermöglicht.“ Auf gesundheitsschädigende Werbung sollen AnbieterInnen von psychologischen Dienstleistungen verzichten.

## 6. Ausblick

Es ist gewiss, dass die Entwicklung vor allem in den Bereichen der Informationstechnologie ungebremst weitergehen wird. PsychologInnen mit einer eigenen Homepage bzw. einem Online-Beratungsangebot sind fortlaufend herausgefordert, sich neuen Entwicklungen gegenüber zu öffnen, damit ihr Angebot im dynamischen Umfeld bestehen kann.

## 7. Checkliste für Homepages von PsychologInnen

Nachfolgend sind in Form einer Checkliste die wichtigsten Punkte einer qualitativ guten Homepage aufgeführt. Die nachfolgende Nummerierung orientiert sich an den Kapiteln 2, 3 und 5, aus denen die Checkpunkte abgeleitet sind.

### Qualitätskriterien für Homepages von PsychologInnen (s. Kap. 2)

Die Homepage enthält ehrliche, sachliche und verhältnismässige Angaben unter Berücksichtigung von berufsethischen Grundsätzen (Berufsordnung der FSP; Art. 5 der berufsethischen Grundsätze)

|  |                          |
|--|--------------------------|
| 2.1. Identifikation der AnbieterInnen:                                     | <input type="checkbox"/> |
| • Name, Adresse, Telefon, E-Mail   | <input type="checkbox"/> |
| • Berufsorganisationen, welchen die AnbieterInnen angehören (inkl. Links ) | <input type="checkbox"/> |
| 2.2. Transparenz des Angebots:   | <input type="checkbox"/> |
| • Allgemein verständliche Beschreibungen der Angebote                      | <input type="checkbox"/> |
| • Realistische Ziele für eine Beratung                                     | <input type="checkbox"/> |
| 2.3. Fachspezifische Kompetenzen der AnbieterInnen:                        | <input type="checkbox"/> |
| • Ausbildung und Werdegang   | <input type="checkbox"/> |

### Erweiterte Qualitätskriterien für AnbieterInnen psychologischer Online-Beratung (s. Kap. 3)

Wenn PsychologInnen oder psychosoziale Institutionen zusätzlich über Ihre Homepage Online-Beratung anbieten, gelten ausserdem folgende Kriterien:

|   |                          |
|---|--------------------------|
| 3.1. Spezifische Angebote:                                      | <input type="checkbox"/> |
| • Themen der Onlineberatung                                     | <input type="checkbox"/> |
| 3.2. Grenzen und Kontraindikation:                              | <input type="checkbox"/> |
| • Hinweis, dass Onlineberatung in akuten Krisen ungeeignet ist. | <input type="checkbox"/> |
| • Notfallnummern für Krisensituationen                          | <input type="checkbox"/> |
| 3.3. Rahmen und Setting:  | <input type="checkbox"/> |
| • Zeitrahmen für eine Antwort                                   | <input type="checkbox"/> |
| • Kosten und Art der Bezahlung                                  | <input type="checkbox"/> |
| 3.4. Vertraulichkeit, Schweigepflicht:                          | <input type="checkbox"/> |
| • Hinweis über Vertraulichkeit und Schweigepflicht              | <input type="checkbox"/> |
| 3.5. Datensicherheit:   | <input type="checkbox"/> |
| • Hinweis auf Risiken der Datenübertragung                      | <input type="checkbox"/> |
| • Massnahmen zur Datensicherheit                                | <input type="checkbox"/> |
| 3.6. Gütesiegel, Qualitätsdeklaration:                          | <input type="checkbox"/> |
| • Hinweis auf Erfüllung der Qualitätskriterien                  | <input type="checkbox"/> |

### Berufsethik (s. Kap. 5)

|  |                          |
|--|--------------------------|
| 5.1. Berufsordnung:                    | <input type="checkbox"/> |
| • Berufsordnung                        | <input type="checkbox"/> |
| 5.2. Links:                            | <input type="checkbox"/> |
| • Ethik für Links                      | <input type="checkbox"/> |
| 5.3. Werbeschränkung:                  | <input type="checkbox"/> |
| • Transparenz gewährleistet            | <input type="checkbox"/> |
| • keine gesundheitsschädigende Werbung | <input type="checkbox"/> |



## 8. Endnotenverzeichnis

<sup>i</sup> Download unter [www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html](http://www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html)

<sup>ii</sup> Gemäss Experimenten von Gitte Lindgaard von der Carleton Universität in Ottawa decken sich die Bewertungen nach 50 Millisekunden praktisch mit den Beurteilungen jener Teilnehmer, die eine Site längere Zeit aufmerksam begutachtet hatten.

<sup>iii</sup> Tipps von Marc Caudron von der Londoner Agentur Podi (vgl. Hochuli, 2006)

<sup>iv</sup> So auch in der Aufnahme einer Homepageseite gemäss G.-A. Jukl (vgl. Jukl, 2002, S. 122)

<sup>v</sup> Die Software (z.B. web-o-mat) ist internet-basiert und funktioniert mithilfe des eigenen Internet-Browsers – bedarf also keiner spezifischen Zusatzeinrichtungen. Notwendig ist ein eigener Name (so genannte Domain), der über einen Provider gekauft oder bestellt werden kann (<https://nic.switch.ch>). Die mit Namen versehene, neue Homepage (Eintragungsgebühr ca. Fr. 35.- jährlich) kommt mit Hilfe eines Hosts ins Internet. Zu den bekanntesten Anbietern zählen: [www.bluewin.ch](http://www.bluewin.ch) / [www.cybernet.ch](http://www.cybernet.ch) / [www.genotec.ch](http://www.genotec.ch) / [www.green.ch](http://www.green.ch) / [www.hostcenter.ch](http://www.hostcenter.ch) / [www.hostpoint.ch](http://www.hostpoint.ch) / [www.hoststar.ch](http://www.hoststar.ch) / [www.inethosting.ch](http://www.inethosting.ch) / [www.infomaniak.ch](http://www.infomaniak.ch) / [www.nexellent.ch](http://www.nexellent.ch) / [www.sunrise.ch](http://www.sunrise.ch) / [www.webland.ch](http://www.webland.ch) (Kostenpunkt für einen Host liegt zwischen ca. Fr. 5.00 bis 50.00 monatlich (Stand 2006).

<sup>vi</sup> Das World Wide Web Consortium (W3C) ist das Gremium zur Standardisierung von Techniken im Netz; weitere Informationen z.B. unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Barrierefreies\\_Internet](http://de.wikipedia.org/wiki/Barrierefreies_Internet) oder <http://www.w3.org/WAI/>

<sup>vii</sup> vgl. Ott, 2003

<sup>viii</sup> vgl. Carrard, 2006; Lange, 2003; Richards, 2003

<sup>ix</sup> Hinweise auf die Nummern der dargebotenen Hand (143), Telefonhilfe für Kinder und Jugendliche (147), Elternnotruf (044 261 88 66) sowie Polizei (117), Feuerwehr oder Notfallarzt (via 1811 erreichbar).

<sup>x</sup> Hinweise zum sicheren Zahlungsverkehr via Internet sind z.B. unter [www.verisign.ch](http://www.verisign.ch) oder [www.paypal.ch](http://www.paypal.ch) zu finden

<sup>xi</sup> vgl. auch eidgenössisches Datenschutzgesetz und FSP-Broschüre über Umgang mit Personendaten

<sup>xii</sup> Mehr zum Gütesiegel unter <http://www.bdp-verband.org/html/service/siegel2.html>. Eine analoge Garantie für korrekte medizinische Information auf Internetseiten wird durch den sogenannten HON-Code der Organisation Health On the Net ([www.hon.ch](http://www.hon.ch)) gegeben. Als Beispiel für eine gesicherte Extranet-Plattform im Schweizer Gesundheitswesen dient das Health Info Net ([www.hin.ch](http://www.hin.ch)).

## 9. Literaturverzeichnis

### Onlineberatung und therapeutische Angebote im Internet:

- Carrard, I., Rouget, P., Fernández-Aranda, F., Volkart, A.-C., Damoiseau, M., Lam, T. (2006). Evaluation and deployment of evidence based self-management support program for bulimia nervosa. *International Journal of Medical Informatics*, 75, 101-109.
- Dzeyk, W. (2005). *Vertrauen in Internetangebote. Eine empirische Untersuchung zum Einfluss von Glaubwürdigkeitsindikatoren bei der Nutzung von Online-Therapie- und Online-Beratungsangeboten*. Dissertation, Psychologisches Institut Universität Köln.
- Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.
- Caspar, F. (2004a). Technological developments and applications in clinical psychology and psychotherapy: Introduction. *Journal of Clinical Psychology*, 60, 221-238.
- Caspar, F. (2004b). Technological developments and applications in clinical psychology and psychotherapy: Summary and Outlook. *Journal of Clinical Psychology*, 60, 347-349.
- Knatz, B., Dodier, B. (2003). *Hilfe aus dem Netz, Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail*. Stuttgart:Klett-Cotta
- Lange, A., van de Ven, J.-P., Schrieken, B. (2003). Interapy: treatment of post-traumatic stress via the internet. *Cognitive Behaviour Therapy*, 32, 110-124.
- Ott R., Eichenberger, Chr. (Hrsg. 2003). *Klinische Psychologie und Internet*. Göttingen: Hogrefe.
- Richards, J., Klein, B., Carlbring, P. (2003). Internet-based treatment for panic disorder. *Cognitive Behaviour Therapy*, 32, 125-135.
- Zimmermann, B. L. (2004). *Jugendberatung im Internet, Was geht und was geht nicht im "Netz"?*, Norderstedt: Books on Demand GmbH.

### Homepagegestaltung:

- Hochuli, B. (2006). *Liebe auf den ersten Blick*. In: InfoWeek.ch. Das IT-Magazin für die Schweiz. Nr. 02/2006
- Jukl, G.-A.: Psychologische Aspekte des Webdesigns unter besonderer Berücksichtigung der Gestaltpsychologie. In: Brüstle, M. (Hrsg. 2002): *Kommunikation der Zukunft – Zukunft der Kommunikation*. 10. Brixener Tage. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag. S. 117-125.
- Rioux, A., St-Hilaire, F. (2002). *Guide de la psychologie branchée: 1000 sites web répertoriés*. Editions Options Santé, Québec, Canada.

### Internet:

- Brüstle, M. (Hrsg. 2002). *Kommunikation der Zukunft - Zukunft der Kommunikation*. 10. Brixener Tage für Psychologen der Arbeitsgemeinschaft Deutschsprachiger Psychologenverbände (ADP). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.
- Castells, M. (2005). *Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. (Orig.:The Internet Galaxy. 2001)
- Etzersdorfer, E., Fiedler, G., Witte, M (Hrsg.) (2003). *Neue Medien und Suizidalität, Gefahren und Interventionsmöglichkeiten*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht.
- Fischer, O. (2005): *Computervermittelte Kommunikation. Theorien und organisationsbezogene Anwendungen*. Lengerich: Pabst.

### Online:

- e-beratungsjournal, 1. Jahrgang, Heft 1, September 2005 & 2. Jahrgang Heft 1. *Eine neue Onlinezeitschrift für Praxis und Theorie der Onlineberatung*. Abrufbar unter: <http://www.e-beratungsjournal.net>
- Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP (Andermatt, O., Flury, A., Eidenbenz, F., Lang, J., Theunert, M.) (2003): *Kompetenzprofil der Psychologischen Online-BeraterInnen*. Abrufbar unter: <http://www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html>
- Föderation der Schweizer Psychologinnen und PsychologInnen FSP. *Berufsordnung der FSP*. Abrufbar unter: <http://www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html>
- HON-Code: Health on the Net Foundation (HON in the meantime has become one of most respected not-for-profit portals to medical information on the Internet): [www.hon.ch](http://www.hon.ch)

**Allgemeiner Hinweis:** Umfassende Literaturliste unter: <http://www.onlineberatungen.com/literatur.php>

**Bezugshinweis:** Dieses Papier ist abrufbar unter <http://www.psychologie.ch/fsp/dokumentation.html>