

5. Jahrgang, Heft 1, Artikel 7 – April 2009

E-Mail-Kommunikation als Form der Online-Beratung – Einzelfallstudie aus dem Fallmanagement eines SGB-II-Trägers

Katharina Katz

Zusammenfassung

Die Autorin hat eine Einzelfallstudie über die E-Mail-Kommunikation einer Fallmanagerin mit ihren Beratungskunden im JobCenter angefertigt. Hierfür hat sie sowohl die grundsätzlichen Möglichkeiten in der Arbeitslosenberatung des JobCenters ergänzend zur persönlichen Beratung per E-Mail zu kommunizieren als auch den konkreten E-Mail-Verlauf binnen dreier Wochen ausgewertet. Ein Abdruck beispielhafter E-Mail-Kommunikationsverläufe rundet die Arbeit ab.

Keywords

Fallmanagement im JobCenter, Arbeitslosengeld-II-Empfänger, Online-Beratung, Kombination von E-Mail- und face-to-face-Beratung, E-Coaching

Autorin

- **Katharina Katz**
- Germanistin M.A.
- Journalistin
- Masterstudentin der „berufs- und organisationsbezogenen Beratungswissenschaften“, Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
- **Kontakt:** Münchhausenstr. 27
37085 Göttingen
katharina-katz@web.de

1. Einleitung

*„Wir werden Beratung in Zukunft nicht ohne den Bezug zu Neuen Medien planen, beschreiben oder durchführen können.“
(Engel, 2004, S. 499)*

Als in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts die ersten Computer in die Geschäftswelt Einzug hielten, wurden Für und Wider heiß diskutiert. Nur wenige Jahre später gab es ähnliche Grundsatzdiskussionen pro und contra Internet. Zwischen Teufelszeug und euphorischen Visionen vom papierfreien Büro oder tausenden von Homeoffice-Arbeitsplätzen war jede Meinung vertreten. All das ist längst von der Realität eingeholt worden: PC und Internet sind für eine nachwachsende Generation fast schon so selbstverständlich wie Stromversorgung oder fließendes Wasser im Haus. Wer nun also Menschen in ihrer Lebenswelt erreichen will, um zu wirken, sollte diese Entwicklung

wahrnehmen und berücksichtigen – und im optimalen Fall gewinnbringend für sein Anliegen nutzen.

Engel fordert in seinem oben angeführten Zitat BeraterInnen aller Sparten auf, genau dies zu tun: Neue Medien als Bestandteil unserer Lebenswirklichkeit wahrzunehmen und sie in die Beratungstätigkeit einzubauen. Zur Zeit steht vor allem der Bereich der anonymen Internet-Beratung im Fokus der Diskussion. Was ist aber mit der Online-Beratung, die ergänzend zur persönlichen Beratung praktiziert wird? Nach meinen Recherchen gibt es hierzu bisher noch wenig Untersuchungen.

Für diese Arbeit wurde exemplarisch die Praxis einer Fallmanagerin, die in der Arbeitslosenberatung tätig ist, untersucht. Diese Fallmanagerin steht zwischen den persönlichen Beratungsgesprächen im Amt mit vielen KundInnen auch im E-Mail-Kontakt. Mich interessierte für die Studie insbesondere die Frage, welche Bedeutung der elektronische Austausch im Beratungsprozess einnimmt. Hierfür habe ich die computervermittelte Kommunikation für das Fallmanagement von Langzeitarbeitslosen unter ausgewählten Aspekten betrachtet. Grundlage der Untersuchung sind die konkret erhobenen Daten aus der E-Mail-Kommunikation der Fallmanagerin über einen Zeitraum von drei Wochen. Alle Daten aus dem JobCenter wurden anonymisiert.

2. Die computervermittelte Kommunikation

Während noch vor gut zehn Jahren der junge, akademisch gebildete Mann als typischer Internetnutzer galt – der Frauenanteil im Netz wurde auf ca. 5 % geschätzt – nähert sich heute die Internet-Population hinsichtlich Bildung, Geschlecht und zunehmend auch Alter immer weiter der Struktur der Gesamtbevölkerung an, da sich die Nutzungsdichte massiv erhöht hat. Nicola Döring konstatiert dies in ihrem zum Standardwerk der Online-Beratung zählenden Buch „Sozialpsychologie des Internet“. Sie erkennt eine weitgehende Annäherung in Bezug auf Geschlecht und Alter (vgl. Döring, 2003, S. 13), signifikante Unterschiede sieht sie lediglich noch hinsichtlich Bildung und sozioökonomischem Status (S.14).

Nach den aktuellen Strukturdaten der „Forschungsgruppe Wahlen“ sieht die Statistik jedoch weniger ausgewogen aus als es Döring darstellt (Golem, 2008). Danach nutzten im letzten Quartal 2007 zwar ca. 3/4 (70%) der deutschen Privathaushalte das Internet. Dies gliedert sich aber nach wie vor stark nach Altersgruppen auf:

Alter	Nutzung
18-24	94%
25-29	87%
30-39	88%
40-49	80%
50-59	65%
Über 60	25%

Tab. 1: GOLEM, 2008

Die Forschungsgruppe stellt ferner fest, dass Frauen mit 54% immer noch stark hinter den Männern mit 72% zurück liegen. Auch der Bildungsgrad spielt nach wie vor eine gewichtige Rolle:

Bildung	Nutzung	
HochschulabsolventInnen	90%	
Mittlere Reife	76%	
HauptschulabsolventInnen	43%	
- mit abgeschlossener Lehre		28%
- ohne Lehre		

Tab. 2: GOLEM (2008)

Es existieren noch viele andere Ergebnisse über die Internetnutzung von Zielgruppen (z.B. Agof, 2008, Initiative D21, 2008). Die Ergebnisse weichen mal weniger, mal stärker voneinander ab, je nach Datenbasis und vermutlich auch AuftraggeberIn und Ziel der Erhebung. Grundsätzlich tendieren die Ergebnisse der Untersuchungen aber insgesamt klar in der Richtung, wie sie hier von der Forschungsgruppe Wahlen dargestellt sind und nicht wie eingangs von Döring vorgestellt.

Festzuhalten ist, dass sich die Forschung seit den 90er Jahren in den unterschiedlichsten Disziplinen immer intensiver mit der Kommunikation via Internet befasst. Aus dem NutzerInnenverhalten lassen sich nicht nur wichtige Forschungsgrundlagen ziehen, sondern insbesondere für die Wirtschaft ist dies im strategischen Marketing von größter Bedeutung, u.a. um zielgruppengerichtet zu werben. Auch für die Beratung muss es zur Herstellung von Lebensweltnähe, Beziehungsaufbau und für eine gelingende Kommunikation von Bedeutung sein, wie der/die einzelne Ratsuchende bevorzugt kommuniziert.

Innerhalb der Wirtschafts- und Sozialpsychologie wurden zur computervermittelten Kommunikation (cvK) seit Beginn der 90er Jahre eine Reihe von Theorien aufgestellt, da die sozial-interaktiven Möglichkeiten hier ein breites Forschungsfeld eröffnen. Einen umfassenden Überblick über die aktuellen Theorien hierüber bietet z. B. Fischer, 2005. Im Zusammenhang mit der hier beschriebenen Fallstudie sind insbesondere die beiden Theorien der rationalen und der normativen Medienwahl von Bedeutung (s.Kap. 6.2).

3. Formen der Online-Beratung

Online-Beratung „bezeichnet eine computergestützte Beratung, die über das Internet medial vermittelt und interaktiv stattfindet. Unter dem Sammelbegriff Online-Beratung werden sehr verschiedene Interaktionsprozesse zusammengefasst. Konkrete Kommunikationsformen sind hierbei: E-Mail-Beratung, Chatberatung, Beratung in Foren. Inhaltlich unterscheidet sich Online-Beratung in Zielgruppenausrichtung, Themenfeld (rechtlich, psychologisch, pädagogisch) und Beratungskonzepten (Fachberatung oder Prozessberatung).“ (Wikipedia, 2009: Definition Online-Beratung)

3.1 Besonderheiten der E-Mail-Kommunikation

Für diese Arbeit richtet sich der Blick ausschließlich auf die E-Mail-Beratung. Als ein Element der Online-Beratung ist die Beratung per E-Mail gekennzeichnet durch ihre Asynchronität, Individualkommunikation (dyadisch) und Text-Basiertheit. Sie ist zeit- und ortsunabhängig und kostengünstig (vgl. Risau, 2007, S. 4). In der maßgeblichen Literatur wird zudem stets auf den wichtigen Vorteil der Chance auf Anonymität und damit ihre Niedrigschwelligkeit für eine Kontaktaufnahme verwiesen (vgl. z.B. Knatz, 2003, 2006, Risau/Schumacher, 2005 und div. Beiträge im www.e-beratungsjournal.net). Diese Eigenschaften teilt die E-Mail-Beratung mit den anderen Formen der Online-Beratung.

3.2 Parallelität von f2f- und E-Mail-Beratung im E-Coaching

Keinen Einzug in die wissenschaftliche Betrachtung der Online-Beratung hat bisher die Ko-Existenz von f2f und Online-Beratung gefunden. Eine Nachfrage bei zwei Erziehungsberatungsstellen, einer Suchtberatung sowie des Kinder- und Jugendtelefons vor Ort ergab, dass diese denkbare Mischform in der Praxis offenbar nicht oder nur in sehr geringem Maße stattfindet. [1]

Dies stellt sich für das Feld des Coachings anders da. Angebote, Coaching per E-Mail (ausschließlich oder ergänzend zum f2f-Coaching oder Telefon-Coaching) auszuüben, finden sich inzwischen unter zahlreichen Coaching-Angeboten. Insgesamt findet sich jedoch auch hier fast keine inhaltliche Konkretisierung oder gar eine Methodik zur Praxis des E-Coaching. Wie Lippmann/Bruseberg (2006) bereits feststellten, konnte auch jetzt lediglich eine Studie zum Thema gefunden werden. Diese wurde als Seminararbeit am Psychologischen Institut der Universität Wien vorgelegt und untersucht den Einsatz elektronischer Medien im Coaching (Fritsche et al, 2002). Sie kommt zu dem Schluss, dass E-Coaching insbesondere im Zusammenwirken mit einer f2f-Beratung hilfreich ist. Der erfolgsversprechende Einsatz ist dabei vorrangig von den individuellen Vorlieben und Bedürfnissen des Coachee abhängig.

4. Einsatz der E-Mail-Kommunikation in der Praxis

Diese Studie betrachtet die E-Mail-Kommunikation zwischen einer Fallmanagerin und ihren KundInnen. Ziel ist zunächst eine erste Bestandsaufnahme und Analyse der E-Mail-Nutzung beider KommunikationspartnerInnen, auf deren Grundlage Ideen und Verfahren zur Optimierung dieses Kommunikationsinstruments und besseren Einsatzes zu Beratungszwecken entwickelt werden sollen.

Die Untersuchung befasst sich mit drei Aspekten:

1. die Gesamtheit der KundInnen unter den Gesichtspunkten Geschlecht, Alter, E-Mail-Adresse (Kap. 6.1)
2. eine quantitative Analyse des E-Mail-Verkehrs über einen Zeitraum von drei Wochen (Kap. 6.2)
3. inhaltliche Auswertung einiger exemplarischer E-Mail-Kontakte (Kap. 6.3).

Bevor der konkret untersuchte E-Mail-Verkehr unter den drei benannten Gesichtspunkten vorgestellt wird, sollen einleitend die Rahmenbedingungen der Beratung von Alg-II-EmpfängerInnen in der untersuchten Kommune beschrieben werden, da sie die Grundlage für das beraterische Handeln der Fallmanagerin (FM) bilden.

Um den Einsatz, die Möglichkeiten und Grenzen der E-Mail-Kommunikation für diese konkrete Studie einzuschätzen, soll zunächst ein Blick auf die Rahmenbedingungen geworfen werden, unter denen Fallmanagerin und KundIn in Kontakt kommen. Dazu zählt die Form der Arbeitslosengeld-II-Betreuung im JobCenter des Trägers, das Aufgabenfeld der Fallmanagerin sowie die Themen Rechtsverbindlichkeit und Datenschutz.

Die Fallmanagerin arbeitet im JobCenter des zuständigen kommunalen Trägers als eine von ca. 60 „persönlichen Ansprechpartnerinnen“ (so die Bezeichnung im SGB II) mit einem KundInnenpool von ca. 170 Arbeitslosengeld-II-EmpfängerInnen. Ihre KundInnengruppe ist einerseits altersmäßig definiert, d.h. die KundInnen sind zwischen 25-47 Jahre alt. Die anderen Altersgruppen werden in separaten Teams betreut. Zum Anderen gibt es eine Branchenaufteilung. Zusammen mit sechs KollegInnen ist die Fallmanagerin vorrangig für die meisten akademischen (hierzu zählen auch StudienabbrecherInnen) sowie die kaufmännischen Berufe zuständig (von der ungelerten Verkaufshilfe ohne Schulabschluss bis zu gut qualifizierten Personen wie z.B. IT-Systemkaufmann, Industriekauffrau).

Diese Voraussetzungen beschränken alle Schlussfolgerungen aus den erhobenen Daten auf diese klar umgrenzte KundInnengruppe, die also keinesfalls repräsentativ für alle Arbeitslosengeld-II-EmpfängerInnen sein können, sondern sich ausschließlich auf den konkret untersuchten KundInnenkreis beziehen.

Im Kundenbüro erhalten die KundInnen einen Termin für ein Erstgespräch bei der Fallmanagerin (FM). In diesem Gespräch stellt sich die FM vor, ihr Beratungsangebot sowie auch den behördlichen Hintergrund im Hinblick auf die gesetzliche Vorgabe des „Förderns und Forderns“, die auch finanzielle Sanktionsmöglichkeiten einschließt. (Die Beratung im JobCenter fällt unter die sogenannte „Zwangsberatung“, da die KundInnen verpflichtet sind, am Beratungsprozess mitzuwirken.) Es folgt eine umfassende Anamnese. Im Laufe des Gesprächs wird die Telefonnummer wie auch die Kontaktmöglichkeit über E-Mail erfragt. Im Gegenzug erhält der/die Kunde/Kundin die Visitenkarte der FM, der er/sie den Namen der FM, Behörde, Anschrift, Fax, Rufnummer und E-Mail-Adresse entnehmen kann. Die FM informiert über die verschiedenen Möglichkeiten der Erreichbarkeit und lädt meist ausdrücklich zum E-Mail-Kontakt ein.

Datenschutz und Datensicherheit spielen für die Qualitätsstandards in der Online-Beratung eine sehr wichtige Rolle. In allen Veröffentlichungen hierzu gilt als Norm des Datenschutzes der SSL Standard für einen geschützten Kommunikationsweg. Darüber hinaus wird die Einhaltung der Vorschriften zum

Sozialdatenschutz gemäß § 35 SGB I und §§ 67-85a SGB X als gegeben vorausgesetzt. Wie stellt sich nun die Situation für die E-Mail-Kommunikation beim untersuchten SGB-II-Träger dar?

Das Ergebnis ist schnell genannt: Es gibt keine Regelung, es gibt keine elektronische Verschlüsselung (SSL) und es gibt keine qualifizierte elektronische Signatur. Zudem ist der Zugang zum PC zwar passwordgeschützt. Der Zugang zu den in der Datenbank gespeicherten Personendaten aller KundInnen ist jedoch für alle MitarbeiterInnen offen lesbar und auch bearbeitbar. Bemerkenswert im Hinblick auf den politisch hoch gehängten Anspruch an Datensicherheit ist allerdings die Tatsache, dass bislang keine/r der insgesamt ca. 600 KundInnen der FM seit dem 1.1.2005 eine Frage in diese Richtung oder nach der Sicherheit des E-Mail-Verkehrs gestellt hat, geschweige denn Einsicht in seine/ihre elektronische Akte gefordert hätte. Eventuell besteht hier ein großer Vertrauensvorschuss der KundInnen gegenüber dem Träger. Eventuell gehen die Personen aber auch schlicht leichtsinnig mit ihren Daten um.

Eine wichtige Frage im Zuge des gesetzlichen Auftrags im JobCenter stellt sich für E-Mails mit rechtserheblichem Inhalt. Dies können u.a. Förderzusagen und Rechtsaufklärungen sein. Von KundInnenseite aus können dies z.B. Widersprüche sein. Sind die elektronischen Schreiben rechtsverbindlich? Hierzu gibt es bislang beim Träger keine Regelung. Ein Urteil des Hessischen Landessozialgerichts vom 11.07.2007 klärt allerdings:

„Für Dokumente, die wie der Widerspruch nach § 84 Abs. 1 SGG, einem schriftlich zu unterzeichnenden Schriftstück gleichstehen, ist zudem eine qualifizierte elektronische Signatur nach § 2 Nr. 3 des Signaturgesetzes (SigG) vorzuschreiben, § 65 a Abs. 1 Satz 3 SGG“ (Aktenzeichen L 9 AS 161/07 ER).

In Bezug auf die Rechtsverbindlichkeit gibt es also gegebenenfalls Handlungsbedarf beim Träger.

5. Form und Ziel der Datenerhebung

Für diese Studie wurden zunächst die Merkmale Geschlecht und Alter für alle im Untersuchungszeitraum als aktuelle, arbeitsfähige LeistungsempfängerInnen herausgefilterten KundInnen, deren E-Mail-Adresse bekannt ist, erhoben. Anschließend wurden über einen Zeitraum von drei Wochen alle E-Mails dokumentiert, die zwischen Fallmanagerin und KundInnen gesendet wurden. Sie wurden ebenfalls nach den Merkmalen Geschlecht, Alter sowie Kontaktaufnahme und Kommunikationsrichtung ausgewertet. Schließlich wurden in einem dritten Schritt exemplarisch einige Schriftwechsel inhaltlich-qualitativ ausgewertet. Zielsetzung war herauszufinden,

- welche Besonderheiten es gibt im Vergleich zu vorliegenden Untersuchungen zur E-Mail- bzw. computervermittelten Kommunikation und
- welche Hinweise sich ggf. für das Beraterische Handeln der FM daraus ergeben.

6. Ergebnisse

6.1 Quantitative Analyse der E-Mail-Adressen

6.1.1 KundInnen allgemein

Von 145 aktuellen arbeitsfähigen KundInnen verfügt die Fallmanagerin bei 85 Personen über eine E-Mail-Adresse. Das sind 58,6 %. Nach der Erhebung von Golem (2008) nutzen 80-88% der Altersgruppen 25-49 Jahre das Internet. Wie kommt es zu dieser deutlichen Diskrepanz? Darf gefolgert werden, dass weniger Alg-II-Empfänger im Internet aktiv sind?

Die Datenerhebung birgt einige Unsicherheiten. Zum Einen liegt eine mögliche Fehlerquelle darin, dass nicht wirklich jede/r Kundin/Kunde nach seiner/ihrer E-Mail-Adresse gefragt wurde, da sie kein Pflichtfeld im Rahmen der Datenerhebung im JobCenter darstellt. Eine weitere Fehlerquelle liegt in der naheliegenden Vermutung, dass nicht jede/r Kundin/Kunde seine/ihre E-Mail-Adresse im Amt preisgibt. Hintergrund hierfür ist erfahrungsgemäß, dass einige KundInnen so wenig Kontakt wie möglich mit dem JobCenter wünschen. Daraus folgt, dass insbesondere KundInnen mit geringerer Bereitschaft zur Zusammenarbeit ihre E-Mail-Adresse verschweigen [2]. Im Umkehrschluss heißt dies, dass unter den KundInnen mit vorliegender E-Mail-Adresse tendenziell eine größere Bereitschaft zur Kommunikation mit der FM als im Durchschnitt angenommen werden kann.

Ein weiterer Einflussfaktor, der beim Vergleich der Internetnutzung beachtet werden muss, ist die branchenspezifische Vorauswahl der Klientel: überwiegend AkademikerInnen und Personen mit kaufmännischer Vorbildung bzw. mindestens mit mittlerem Bildungsniveau; im Vergleich zu den anderen Teams auch ein geringerer Anteil von Personen mit Migrationshintergrund. [3]

Im Rahmen dieser Arbeit lässt es sich nicht nachweisen, aber es scheint unwahrscheinlich, dass die oben genannten Datenunsicherheiten bzgl. der vorliegenden Adressen die Diskrepanz zwischen 58,6% der KundInnen und 80-88% im Bevölkerungsdurchschnitt der maßgeblichen Altersstufe hinreichend erklärt. Daraus folgern lässt sich, dass tatsächlich die Gruppe der für diese Studie betrachteten Alg-II-EmpfängerInnen unterdurchschnittlich stark das Internet als Medium für sich nutzt. Zwar nicht in dem Maße, wie es die Vergleichszahl 58,6% versus 80-88% zunächst aussagt, aber gewiss in signifikanter Höhe. Das Ergebnis wird gestützt durch eine Studie aus 2003, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in Auftrag gegeben wurde. Sie besagt, dass 65% der Langzeitarbeitslosen [4] nicht online sind (Croll, 2003).

6.1.2 KundInnen männlich / weiblich

Der KundInnenstamm ist deutlich weiblich dominiert mit 57,9% bzw. 84 Frauen. Die Verteilung der E-Mail-Adressen ist mit 43 männlich / 42 weiblich hingegen fast ausgeglichen. Setzt man diese beiden Werte in Relation ergibt sich:

Von 70,5% der Kunden aber nur 50% der Kundinnen liegt eine E-Mail-Adresse vor. [5]

KundInnen aktuell	145	100,0 %
- davon m	61	42,1 %
- davon w	84	57,9 %

Tab. 3: KundInnenzahlen

mit E-Mail-Adresse	85	100,0 %
- davon m	43	50,6 %
- davon w	42	49,4 %

Tab. 4: vorliegende E-Mail-Adressen

Welche Erklärung gibt es dafür, dass tatsächlich sehr viel weniger Frauen als Männer innerhalb des KundInnenstamms über einen E-Mail-Account verfügen?

Zwei Thesen dazu: Für den Bereich der Alg-II-EmpfängerInnen scheint Bildung stärker als Herkunft und Geschlecht für die Internetnutzung bedeutsam zu sein. Denn ein Abgleich der Nutzerinnen innerhalb dieser Studie zeigt, dass es überwiegend Migrantinnen mit keiner bzw. geringer Ausbildung sind, die das oben angeführte Ergebnis verursachen. In Zahlen ausgedrückt: Von acht Migrantinnen mit E-Mail-Adresse haben sechs einen akademischen Abschluss. Von den verbleibenden 19 Migrantinnen ohne E-Mail-Adresse hat lediglich eine ein Studium absolviert. Da 27 Migrantinnen 32% aller Kundinnen ausmachen, beeinflusst deren Internetnutzung stark das Gesamtergebnis. [6]

Eine wichtige These, die sich unter anderen aus der ersten ableiten lässt, ist, dass die Deutschkenntnisse, insbesondere die Schreibfähigkeit, wesentlich Einfluss auf die Kommunikation per E-Mail nimmt. Die Hemmschwelle, ein so schriftlastiges Medium wie das Internet zu nutzen, wenn man die Sprache nur eingeschränkt beherrscht, ist groß. Interessant könnte also auch eine Untersuchung von Korrelationen zwischen Migrationshintergrund, Geschlecht und Bildung sein.

6.1.3 Altersstruktur

Für diese Studie wurden alle KundInnen in Altersgruppen von jeweils fünf Jahren zusammengefasst, um erkennen zu können, ob in den verschiedenen Altersgruppen unterschiedliche E-Mail-Nutzung vorliegt. Die Erhebung zeigt, dass in den Altersgruppen 25-29 jeweils gut über 60% eine E-Mail-Adresse angegeben haben. Die stärkste Gruppe sind jedoch die 35-39jährigen. Ein deutlicher Abfall ist sichtbar ab 40 Jahre aufwärts mit 51,5%, bei den 45-47jährigen sogar auf 47,6%.

Alter	KundInnenzahl	KundInnen mit E-mail	Anteil an KundInnen gesamt	E-Mail anteilig innerhalb der Altersgruppe
25-29	24	15	16,6 %	62,5%
30-34	33	21	22,8 %	63,6%
35-39	33	22	22,8 %	66,7%
40-44	34	17	23,4 %	51,5%
45-47	21	10	14,4 %	47,6%
gesamt	145	85	100%	

Tab. 5: E-Mail in Abhängigkeit vom Alter

Auffällig ist, dass nicht die Jüngsten sondern die 35-39jährigen die stärkste Gruppe bilden, wenn auch nur mit wenigen Prozentpunkten Vorsprung. Zu erwarten wäre nach den Daten der „Forschungsgruppe Wahlen“ gewesen, dass bei den Jüngeren eine signifikant stärkere Durchdringung vorliegt. Hier müsste für eine abgesicherte Aussage die Datenbasis geklärt werden, denn ggf. verschweigen die jüngeren KundInnen häufiger ihre Adresse.

Ebenfalls auffällig ist der drastische Rückgang bereits bei den 40-47jährigen. Dies steht im Widerspruch zu den vorliegenden Zahlen für die Gesamtbevölkerung, für die erst ab 50 Jahren eine signifikante Abnahme festzustellen ist. Um eine Erklärung für dies Phänomen zu finden, müssten die konkreten Personendaten weiter analysiert werden. [7]

6.2 Quantitative Analyse der E-Mail-Kommunikation

Während der datierten drei Wochen gab es mit 30 Personen E-Mail-Kontakt, darunter 13 Männer und 17 Frauen.

Personen kontaktiert	30	100,0 %
- davon m	13	43,3 %
- davon w	17	56,7 %

Tab. 6: E-Mail-Kontakte

In sieben Fällen folgte der Kontaktaufnahme durch die FM keine Antwort. In zwei Fällen antwortete die FM nicht auf KundInnen-E-Mails. Insgesamt wurden dabei 111 E-Mails hin und her gesandt. 57 der FM an die KundInnen, 52 von den KundInnen an die FM.

	K-FM	FM-K	Ohne Antwort FM	Ohne Antwort K-FM
Männer	8	13	2	7
Frauen	15	15	-	-

Tab. 7: Kontaktaufnahmen aufgeschlüsselt nach m / w

Innerhalb von nur drei Wochen mit 30 Personen von 85 möglichen im E-Mail-Austausch zu stehen, ist eine ansehnliche Größe (35,3%) verglichen mit

persönlichen Gesprächen, die durchschnittlich alle acht Wochen stattfinden können – individuell allerdings je nach Erfordernis stark variieren. Im Schnitt gingen dabei pro Person 3,7 E-Mails hin und her.

Auffällig ist das unterschiedliche Kommunikationsverhalten von Kunden und Kundinnen. Während das Verhältnis der vorliegenden Adressen fast ausgeglichen ist (w=49,4%, m=50,6%), stand die FM nur mit 13 Männern, aber 17 Frauen im Kontakt (anteilig: 43,3%-56,7%).

Ein weiterer Unterschied zwischen Kundinnen und Kunden ergibt sich aus dem Anfangskontakt. Während von den Männern nur in acht Fällen der Erstkontakt hergestellt wurde, waren es 15 mal Frauen, die einen Kontakt initiierten. Die Fallmanagerin war 13 mal bei den Männern und 15 mal bei den Frauen Auslöserin. [8]

Interessant zu beobachten war darüber hinaus, dass es in der Kommunikation zwischen den Frauen und der Fallmanagerin grundsätzlich auch zu Antworten kam. Kontaktaufnahmen der Fallmanagerin mit Männern blieben hingegen in sieben Fällen unbeantwortet. Auch die Fallmanagerin antwortete in zwei Fällen nicht auf Erst-E-Mails von Männern. Dass E-Mails unbeantwortet bleiben, geschieht nach Aussage der FM gelegentlich, da aufgrund der hohen Arbeitsbelastung und der Vielzahl von E-Mails die verlässliche elektronische Kommunikation nicht immer gewährleistet ist. Für eine stichhaltige geschlechtsspezifische Auswertung reichen die vorhandenen Daten jedoch nicht aus.

Zusammengenommen legen diese Ergebnisse die These nah, dass ein grundsätzlich unterschiedliches Kommunikationsverhalten im E-Mail-Verkehr zwischen Männern und Frauen vorliegt. Frauen suchen stärker die Kommunikation, den Austausch – auch im Medium E-Mail. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt eine Diplomarbeit über frauenspezifische Internetnutzung. Die Untersuchung zeigt, dass Frauen das Internet vorwiegend zur Kommunikation nutzen, während Männer im Netz vorrangig nach Unterhaltung und Information suchen (Ketchum, 2008).

Als weiterer Punkt ist das Verhalten der Fallmanagerin festzuhalten. In der Mehrzahl (55%) war sie diejenige, die den Kontakt aufgenommen hat (28 Fälle von 51).

Kontaktaufnahme durch:	
Fallmanagerin	28
Kunde/Kundin	23

Tab. 8: Kontaktaufnahmen gesamt

Diese Zahl wird untermauert durch ein weiteres Ergebnis. Von den insgesamt 111 E-Mails wurden 59 (53,2%) von der Fallmanagerin geschrieben. Die KundInnen waren mit 52 (46,8%) also leicht weniger aktiv am Kommunikationsprozess beteiligt.

E-Mails gesamt	111	100,0 %
- davon FM-K	59	53,2 %
- davon K-FM	52	46,8 %

Tab. 9: Anteilig E-Mails von Fallmanagerin und KundInnen

Offenbar nutzt die Fallmanagerin selbst gern das Medium, um mit ihren KundInnen in Kontakt zu bleiben. Eine Erklärung hierfür liegt auf der Hand und wird durch die Hierarchisierung von Rice (1993), wie er sie in seiner Untersuchung zur Angemessenheit der Medien vorgenommen hat, gestützt: Rice nennt an 1.-4. Stelle für die E-Mail-Nutzung: Information, Fragen stellen, in Verbindung bleiben, schnelle Information.

Rangliste der Medien-Eignung	Face-to-Face	Telefon	E-Mail
1	Kennenlernen	Fragen stellen	Informieren
2	Fragen stellen	In Verbindung bleiben	Fragen stellen
3	Streiten	Schnelle Information	In Verbindung bleiben
4	Verhandeln	Informieren	Schnelle Information
5	Vertrauliche Information	Entscheiden	Neue Ideen finden
6	Entscheiden	Streiten	Entscheiden
7	Neue Ideen finden	Verhandeln	Streiten
8	Informieren	Neue Ideen finden	Vertraulich informieren
9	In Verbindung bleiben	Kennenlernen	Verhandeln
10	Schnell informieren	Vertraulich informieren	Kennenlernen

(Rice, 1993, S. 463)

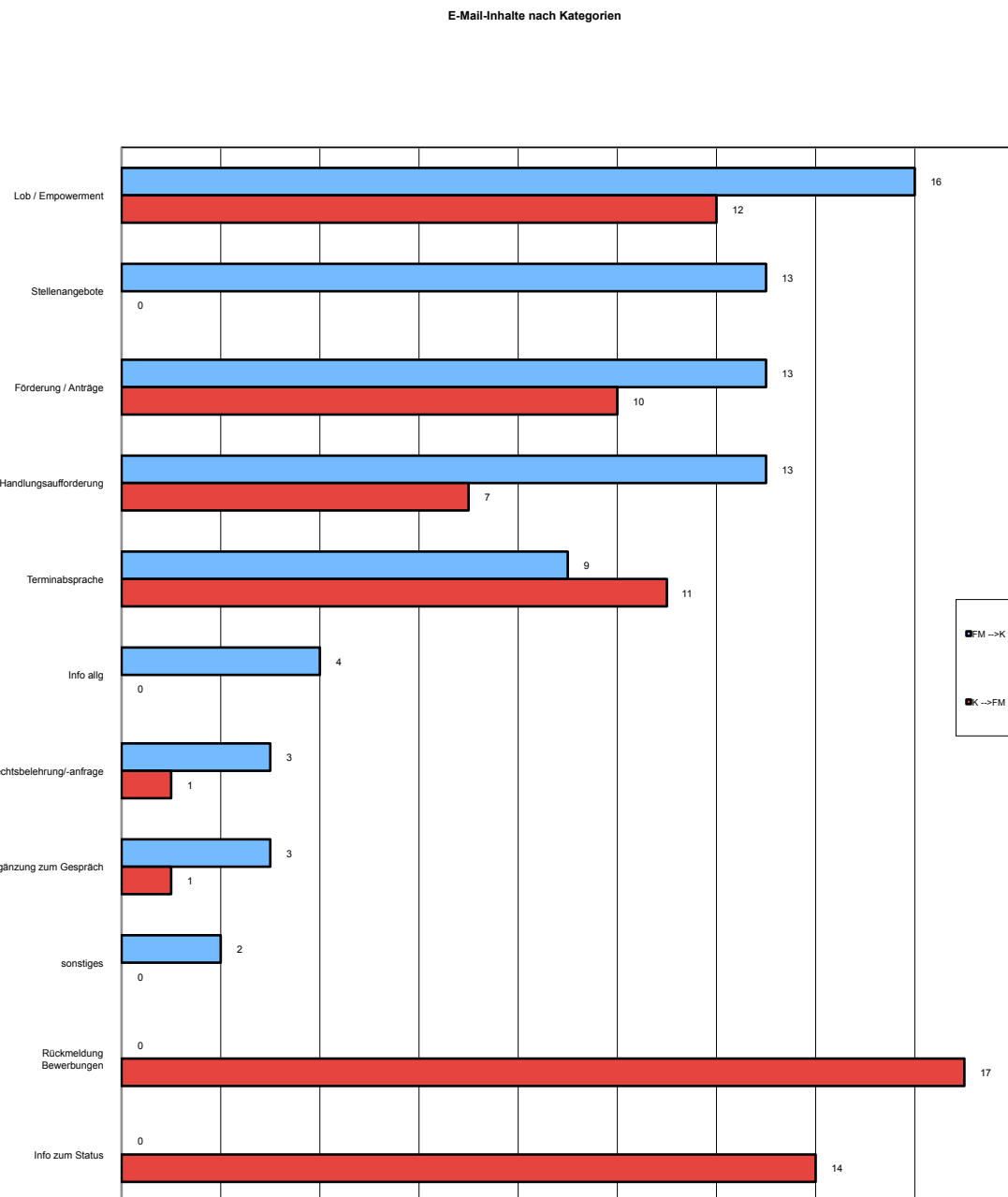
Dies sind genau die Dinge, die vorrangig in den untersuchten E-Mails praktiziert werden. Wohingegen der Erstkontakt, also das Kennenlernen, grundsätzlich f2f geschieht. Damit bewegt sich die Fallmanagerin in ihrem Kommunikationsverhalten deutlich im Rahmen der Kosten-Nutzen-Abwägung, wie sie in der rationalen Medienwahl beschrieben ist (vgl. Fischer, 2005). Informieren, Fragen stellen und Kontakt halten, um den Beratungsprozess in Gang zu halten, sind wesentliche Bestandteile der Arbeitslosengeld-II-Beratung. In diesem Licht betrachtet, bietet sich die E-Mail-Kommunikation geradezu als Kommunikationsinstrument an. Die Kosten-Nutzen-Rechnung der rationalen Medienwahl geht auf.

Eine ergänzende, pragmatische Erklärung, die sich nach Einschätzung der Autorin ebenfalls im rationalen Wahlbereich ansiedelt, findet sich in dem Umstand, dass die FM E-Mails häufig einsetzt, wenn der/die Kunde/Kundin telefonisch nicht erreichbar ist. Dies ist auch im umgekehrten Fall anzunehmen – wenn der/die Kunde/die Kundin die FM telefonisch nicht erreichen konnte.

Hier befindet sich die Untersuchung bereits an der Grenze von der reinen quantitativen zur qualitativen Betrachtung. Im nächsten Schritt soll eine Auswertung der E-Mail-Inhalte erfolgen.

6.3 Inhalte ausgewählter E-Mail-Kontakte

Anhand der Inhalte wurden elf Kategorien gebildet, in die sich die E-Mail-Nachrichten einordnen lassen. Kamen in einer E-Mail mehrere Themen zur Sprache, wurden diese einzeln erfasst. Die E-Mails wurden getrennt nach dem/der jeweiligen SenderIn (Fallmanagerin – Kunde/Kundin) ausgewertet.



Tab. 10: E-Mails zwischen Fallmanagerin und KundInnen, nach Inhalten kategorisiert

Die Inhalte der E-Mails bieten zahlreiche Ansätze für eine vertiefte Analyse des Kommunikationsverhaltens von FM und KundInnen. Für eine erste inhaltliche Bewertung werden hier drei aus Autorinnensicht bemerkenswerte Themen näher betrachtet:

1. Lob / Ermunterung
2. Ko-Existenz von f2f- und cv-Kommunikation
3. Grenzen zur psychologischen Beratung.

6.3.1 Lob / Ermunterung

In 18 von insgesamt 56 versendeten E-Mails lobt die FM explizit Ihre KundInnen. Einige Beispiele:

„... Ich finde es sehr gut, dass Sie für sich sorgen und wünsche Ihnen sehr, dass die Therapie erfolgreich verläuft. Meine Kollegin hat mir ein sehr positives Feedback auf Ihr Vorstellungsgespräch gegeben. Sie hat Sie als sehr kompetent wahr genommen...“ (5) [9]

„Donnerwetter – da haben Sie sehr gute Arbeit geleistet...“ (13)

„bestens!“ (15)

„Prima, alles klar. Ich drücke Ihnen ganz fest die Daumen!“ (33)

„wie schön von Ihnen zu hören! Weniger schön, dass Ihre Erkrankung sich als so hartnäckig erweist. Ich werte es als ein gutes Zeichen, dass Sie Ihrer „alten Arbeitsvermittlerin“ einen Gruß schicken...“ (66)

Ein unerwartetes, bemerkenswertes Ergebnis stellt die Tatsache dar, dass auch die KundInnen mit Lob und Dank nicht sparsam sind. 12 Fälle wurden gezählt. Auch hier einige Beispiele:

„Ich danke Ihnen für alles, was Sie bisher für mich getan haben.“ (30)

„Weiterhin möchte ich mich bei Ihnen für die tolle Unterstützung bedanken, die mir damals sehr geholfen hat, meinen Einstieg ins Berufsleben zu finden. Vielen Dank.“ (41)

„Sehr herzlichen Dank für Ihre Ermutigung und Unterstützung; das lässt mich die Aufgaben aufrechter angehen.“ (63)

„...möchte ich Ihnen noch sagen, dass ich mich betreuungstechnisch immer sehr gut aufgehoben gefühlt habe bei Ihnen und ich möchte mich dafür bedanken!“ (66)

Beratungsformen, in denen eine ausgewogene, partnerschaftliche Rollenverteilung zwischen BeraterIn und Ratsuchendem/Ratsuchender angestrebt

wird, verzichten auf Lob und Tadel. Denn Bewertung suggeriert in der Regel, dass der/die Bewertende die Situation dominiert.

Die Fallmanagerin setzt Lob und Ermunterung jedoch bewusst ein, um ihren Effekt zur Problemlösung zu nutzen. Ziel ist es, das Zutrauen in die eigene Leistungsfähigkeit und Zuversichtlichkeit zu fördern (vgl. Bahrenberg, 2002). Insbesondere im Zusammenhang mit der Beratung von Langzeitarbeitslosen wird dem Aufbau von Vertrauen in die eigenen Ressourcen große Bedeutung zugeschrieben (vgl. z.B. Bahrenberg, 2002, S.112ff; Epping et.al., 2001 S. 60ff; Göckler, 2003; theologischer Ansatz in Tobler, 2004).

Langzeitarbeitslosen fehlt es in vielen Fällen an adäquatem Austausch. Psychisch belastet u.a. durch ständiges Mitleid, gute Ratschläge, offene oder verdeckte Schuldzuweisungen vermeiden viele Arbeitslose mit der Zeit mehr und mehr den offenen Austausch über ihre Situation, über ihre Bewerbungserfahrungen mit allen sich weiter häufenden Frustrationserlebnissen. Die Beratungssituation im JobCenter ermöglicht es, in einer empathischen, lösungsorientierten Beratung großzügig mit motivierendem Lob und ressourcenorientiertem Fallmanagement zu arbeiten, Mut zu machen, wenn Misserfolge zu verarbeiten sind und die KundInnen auf der Suche nach Lösungen und Veränderungen zum Besseren zu begleiten. Da dies in glückenden Beratungen in der Regel ein kooperativer Prozess ist, findet sein Niederschlag im partnerschaftlichen E-Mail-Austausch „auf Augenhöhe“ statt, der sich häufig auch im gegenseitigen Dank und Lob ausdrückt.

6.3.2 Ko-Existenz von f2f- und cv-Kommunikation

Die Beratungen der FM im JobCenter bestehen aus einem Zusammenspiel von einfacher Informationsvermittlung, Experten- und Prozessberatung. Zur einfachen Informationsvermittlung zählen insbesondere Hinweise auf SGB-II-Rechte und -Pflichten, Informationen zu weiteren Beratungsstellen oder ArbeitgeberInnenadressen und die Weitergabe von Stellenangeboten (wobei die Passgenauigkeit auf dem Expertentum der FM beruht). Zur Prozessberatung sind insbesondere die Anamnese und Klärung der persönlichen Ziele sowie deren permanente Anpassung an die aktuelle Situation zu rechnen. Um Wege zur Zielerreichung zu finden und zu gehen, setzt die FM ihre Expertise als Arbeitsvermittlerin und Fallmanagerin ein. Dazu gehören insbesondere vertiefte Kenntnisse des Arbeits- und Weiterbildungsmarktes, Fördermöglichkeiten und Integrationsstrategien, (persönliche) Kontakte zu ArbeitgeberInnen, Weiterbildungsträgern und lokalen Beratungsstellen sowie Beratungs- und Kommunikationskompetenzen.

Wie spiegeln sich nun diese Beratungsfacetten in der E-Mail-Kommunikation wider?

Wesentliche Schritte der Prozessberatung finden zunächst im persönlichen Gespräch statt. Hier entwickelt der/die KundIn mit Unterstützung der FM seine/ihre Handlungsstrategie. Durch die Fortsetzung der Beratung per E-Mail zieht die zuvor in der Behörde platzierte Zusammenarbeit in das private Umfeld des/der KundIn. Dies ist eine Chance, den/die KundIn in seinem/ihrer

Lebensumfeld abzuholen, eine Beziehung zu gestalten, die über eine „Amtsvorsprache“ weit hinaus geht. Es fließen Informationen von den KundInnen, die zeitnah an ihrem eigenen Erleben gegeben werden, während sie bis zum nächsten Gespräch im Amt verloren oder zumindest verändert wären.[10] Auch aus den gewählten Themen, Sprachstil, Aussparungen oder Ergänzungen kann die FM zusätzlich zum f2f-Gespräch Informationen für den Beratungsprozess gewinnen.

In den E-Mails finden sich in 14 Fällen daraus folgende Informationen der KundInnen für die FM bezüglich aktueller Entwicklungen (Status) sowie 17 Nachrichten über konkrete Bewerbungen. Einige Beispiele:

„Heute hatte ich ein Vorstellungsgespräch im Reebok Fitnessclub...“ (1)

„Das Gespräch mit der Tagesmutter war zwar ganz nett aber die gute Frau sagt mir nicht zu ...“ (10)

„habe soeben mit Herrn R. gesprochen. Er sagt, er hätte die Stelle gerade vor 10 Minuten vergeben. Soll ich trotzdem eine Bewerbung hinschicken?“ (14)

Umgekehrt versendet die FM 13 Stellenangebote sowie 13 mal Aufforderungen, im Zuge der vereinbarten Ziele aktiv zu werden:

„Da Sie alle Papiere beieinander haben, sollten Sie jetzt dorthin gehen...“ (28)

„Mögen Sie mir bitte ein kurzes Zwischenfazit für(...)geben?“ (38)

Die E-Mails stellen hier also eine Fortsetzung der f2f-Beratung dar. Die Chancen und Vorteile der E-Mail-Kommunikation lassen sich exemplarisch am Beispiel der alleinerziehenden Mutter (s.Anhang Beispiel 2) veranschaulichen. Die Kundin ist durch die Vollzeit-Fortbildung, zusätzliche Lernzeiten daheim und die Versorgung der Kinder bis an ihre zeitlichen und nervlichen Grenzen belastet. Nun tritt durch den Wegbruch ihrer Kinderbetreuung ein akuter Notfall ein. Eine persönliche Vorsprache im JobCenter würde eine zusätzliche organisatorische Belastung bedeuten. Informationsaustausch per Post würde wertvollen zeitlichen Verzug bedeuten. Telefonate wären eine Alternative. Die Kundin hat sich aber für den elektronischen Kommunikationsweg entschieden. Die FM greift das Medium auf, da sie sicherstellen will, dass die Kundin die Informationen auch zuverlässig aufnehmen kann und nicht durch Störungen durch Kinder o.a. Informationen per Telefon verloren gehen bzw. auch, um sich vergebliche Anrufe zu ersparen. Die Punkte 1 (informieren), 2 (Fragen stellen) und 4 (schnelle Information), wie sie Rice in seiner Untersuchung zur Mediennutzung auflistet, sind in diesem Fall voll erfüllt. Die Medienwahl erfolgt hier also stark unter rationalen Gesichtspunkten. Sowohl die Geschwindigkeit als auch die inhaltlichen Ergebnisse erfüllen das Anliegen der Kundin. Die FM bietet mit ihrer Kenntnis über Kinderbetreuungsmöglichkeiten und deren Finanzierung die notwendige Experteninformation und zeigt die Fördermöglichkeiten im Rahmen des SGB II auf. Es kann von einer gelungenen Kommunikation gesprochen werden.

Als günstig erweist sich die E-Mail-Kommunikation insbesondere auch für den schnellen Informationsaustausch von Stellenangeboten. Dies veranschaulicht Beispiel 3 (s. Anhang). Die Information über eine ausgeschriebene Stelle ebenso wie die Reaktion der Kundin hierauf werden unkompliziert ausgetauscht. Per Telefon kann die komplexe Information in ihrer Gesamtheit nicht vermittelt werden. Per Post vergeht ggf. wertvolle Zeit für die Bewerbungsfrist, und es entsteht zusätzlicher zeitlicher und finanzieller Aufwand. Allerdings könnte per Post die zuverlässige Zustellung sicher gestellt werden, während die FM nicht wissen kann, zu welchem Zeitpunkt die Kundin die betreffende E-Mail abrufen. Ein weiterer Vorteil der E-Mail-Nutzung für den Versand von Stellenangeboten besteht darin, dass die FM sehr viel häufiger und mehr Stellenangebote verschickt. Denn der Versand per Post ist zeitlich ca. doppelt so aufwändig wie der elektronische.

Einschränkung der Medienwahl: Nicht geeignet ist das Versenden von Stellenangeboten per E-Mail nur dann, wenn die FM die KundInnen rechtsverbindlich zur Bewerbung auffordert. Dies kann ausschließlich auf dem Postweg erfolgen. Die FM entscheidet sich hier je nach Fallkonstellation für das eine oder das andere Medium (rationale Medienwahl).

Es gibt einen weiteren Punkt, der sich neben der mangelnden Rechtsverbindlichkeit einschränkend für die E-Mail-Kommunikation darstellt. Nachrichten, die an Termine gebunden sind, können nicht zuverlässig elektronisch versendet werden. Dies wird am Beispiel von Herrn Z. deutlich (s. Anhang Bsp. 7). Die FM fordert den Kunden auf, an einer Bildungsmaßnahme teilzunehmen. Sie erhält keine Reaktion des Kunden auf ihre E-Mail. Sie kann nicht wissen, ob der Kunde sie gar nicht gelesen hat, ob er sie gelesen hat und hingehen wird oder nicht. Die FM konnte den Kunden telefonisch nicht erreichen, stand zeitlich aber unter Druck, ausreichend TeilnehmerInnen zu buchen. Somit hat sie sich selbst mit ihrer E-Mail in eine Sackgasse manövriert. Je nach Fallkonstellation scheint hier eine sanktionsfähige, rechtsverbindliche postalische Einladung als adäquates Mittel oder wenn dies nicht gewünscht ist, schlimmstenfalls der Verzicht auf die Teilnahme des Kunden. [11]

6.3.3 Grenzen zur psychologischen Beratung

In zwei E-Mail-Kontakten stellen sich konkret psychosoziale Themen dar. Frau F. teilt der FM mit, dass sie bereits seit einer Woche in stationärer psychologischer Behandlung ist (Anhang Beispiel 1). Im zweiten Fall bittet ein alkoholabhängiger, psychisch und physisch kranker Mann um Hilfe (Anhang Beispiel 5).

Beide KundInnen legen in ihren E-Mails sehr persönliche Gefühle und Gedanken offen. Dies kann ein Hinweis auf eine vertrauensvolle Beziehung zwischen FM und Kunde/Kundin sein. Es kann aber auch die (unbewusste) Absicht der KundInnen dahinter liegen, befürchtete negative Folgen (Sanktionen, finanzielle Schlechterstellung) zu vermeiden.

Die Antworten der FM zeigen, dass sie die KundInnen in ihrer Situation ernst nimmt und ihnen Unterstützung anbietet. Die FM fühlt sich an diesem Punkt sehr unsicher. Sie besitzt weder eine psychologische noch eine therapeutische Qualifi-

kation. Ihr stellt sich – wie im Fall von Frau F. – die Frage der angemessenen Reaktion. Sind ihre Antworten tatsächlich hilfreich für die KundInnen? Ist es grundsätzlich richtig, sich auf einen E-Mail-Austausch in dieser Form einzulassen? Auch hinsichtlich ihres gesetzlichen Auftrags besteht Unsicherheit: Muss sie sich auf leistungsrelevante Fakten beschränken, darf sie Abstriche machen, sofern psychische Labilität besteht, auch wenn diese nicht amtsärztlich attestiert ist? Wie kann in derartigen Situationen eine gesetzlich vorgesehene Eingliederungsvereinbarung aussehen?

Welche Strategie kann der FM helfen, besser mit derlei Herausforderungen umzugehen?

- Das Vier-Folien-Konzept von Knatz (2003) auf einige E-Mails aus der Vergangenheit anwenden, um für den nächsten Fall gewappnet zu sein.
- Kollegiale Beratung nutzen, ggf. das Vier-Folien-Konzept hierin gemeinsam erarbeiten.
- Fallbesprechung mit Vorgesetztem, um ihn für die Problematik zu sensibilisieren.
- Austausch mit PsychologInnen suchen, die per cvK beraten.

Eine pro-aktive Befassung mit der Thematik scheint angeraten, da zwei E-Mails mit psychosozialer Beratungsthematik innerhalb von drei Wochen keine zu ignorierende Größe sind. Zum Anderen wird die Befassung mit dem Thema u.U. bereichernde Auswirkungen auch auf die f2f-Beratung der FM haben und ihre Arbeit weiter professionalisieren.

7. Fazit

Die vorliegende Arbeit hat auf verschiedenen Ebenen bemerkenswerte Ergebnisse erbracht.

Die erhobenen Daten dieses Einzelfalls konnten mit existierenden Untersuchungen und Theorien abgeglichen werden. Insbesondere in Bezug auf das Kommunikationsverhalten verschiedener NutzerInnen im Internet ergaben die Ergebnisse weitgehende Übereinstimmung, wie z.B. stärkere Kommunikationsbereitschaft der Frauen, geringere Nutzung durch Arbeitslose, Anwendung im Sinne der rationalen Medienwahltheorie.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass der E-Mail-Kontakt der Fallmanagerin kaum mit der (meist anonymen) Online-Beratung, wie sie allgemein in der Literatur beschrieben wird, vergleichbar ist, auch wenn es in Einzelfällen zu Überschneidungen mit psychotherapeutischen Fragestellungen kommt. Parallelen lassen sich sehr viel eher zum E-Coaching ziehen, da hier das Nebeneinander von f2f und cvK bereits breit praktiziert wird.

Ein bemerkenswertes Ergebnis ist schließlich auch die Tatsache, dass die KundInnen in ihrer Kommunikation großzügig mit Lob für die Fallmanagerin umgehen. Denn neben dem Hinweis auf eine gute Beratungsbeziehung zeigt dies, dass Langzeitarbeitslose trotz ihrer schwierigen Lebenssituation nicht nur

Hilfe-„EmpfängerInnen“ sind, sondern selbstbewusst und mit Engagement agieren können.

Anmerkungen

[1] Gründe hierfür wären zu hinterfragen. Ebenfalls wäre zu überprüfen, ob die Situation der vier Beratungsstellen tatsächlich repräsentativ ist. Weiterhin ließen sich versuchsweise Konzepte zur Erprobung entwickeln.

[2] Dies darf nicht vorschnell mit geringerer Aktivität bzgl. einer Verbesserung der Lebenssituation gleichgesetzt werden. Denn dies Bemühen kann durchaus unter Ausschluss des Fallmanagements und ohne dessen Kenntnis geleistet werden.

[3] Die Erfahrungen im JobCenter des Trägers zeigen die Tendenz, dass Bildung und Herkunft wichtige Faktoren für die cvK sind, denn in den Teams, in denen diese Gruppen stärker vertreten sind, findet keine namhafte E-Mail-Kommunikation statt.

[4] Langzeitarbeitslosigkeit besteht, wenn eine Person seit mindestens einem Jahr arbeitslos ist.

[5] Anders als bei der GesamtkundInnenauswertung sehe ich in diesem Ergebnis keine möglichen Fehlerquellen durch unsaubere Datenerhebung. Denn die oben beschriebenen Unsicherheiten sind für die hier hergestellte Relation unerheblich.

[6] Der Bildungsgrad ist hier lediglich für Migrantinnen erhoben worden, um die Interpretation abzusichern, nicht für die Gesamtheit der Kundinnen. Aufgrund dieses vorläufigen Flashs scheint es für eine weiterführende Untersuchung jedoch wichtig, auch die Merkmale Migration und Bildung zu berücksichtigen.

[7] Diese Daten sind im Rahmen dieser Studie nicht untersucht worden.

[8] Es gibt 51 Kommunikationsblöcke mit 30 Personen. In einigen Fällen wurde der Austausch nach dem Erhebungszeitraum noch weitergeführt.

[9] Die Zahlen in Klammer beziehen sich jeweils auf die Seite im E-Mail-Fundus der Autorin. Dieser Fundus (69 Din A4-Seiten) liegt der Hausarbeit nicht bei, um die Anonymität zu sichern und den Umfang der Arbeit zu begrenzen. Im Anhang sind zur Veranschaulichung lediglich einige ausgewählte E-Mail-Wechsel anonymisiert abgedruckt.

[10] Über Lebensweltnähe im Rahmen von sozialer Beratung vgl. Thiersch, 2004; Weissenböck, 2006

[11] Die Fallmanagerin hatte in diesem Fall Glück: Der Kunde sah keine Notwendigkeit zu antworten, da er zur Veranstaltung gegangen ist.

Literatur

Agof (2008). Berichtsband Teil 1 – zur internet facts 2007-IV. Verfügbar unter: <http://www.agof.de/if-2007-iv-teil-1-online.download.c86bcf5e846204953bc3cb16de1b4566.pdf> [14.06.2008]

Bahrenberg, R. (2002). Richtig beraten, Anregungen, Techniken. Grundwerk individueller Beratung. Bd 1. Nürnberg: Bundesagentur für Arbeit.

Croll, J. (2003). Offliner bleiben länger arbeitslos. Verfügbar unter: <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.1333/secid.16/secid2.49> [30.09.2008]

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. (2., vollst. Überarb. u. erw. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Engel, F. (2004). Beratung und Neue Medien. In: Nestmann, F., Engel, F., & Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung, Band.1 (S. 497-508). Tübingen: dgvt.

Epping, R., Klein, R., & Reutter, G. (2001). Langzeitarbeitslosigkeit und berufliche Weiterbildung. Bielefeld: Bertelsmann Verlag.

Fischer, O. (2005). Computervermittelte Kommunikation: Theorie und organisationsbezogene Anwendungen. Lengerich: Pabst Science Publishers.

Fritsche, J., Niermann, B. & Wohlmann, T. (2002). Coaching unter der Verwendung von elektronischen Medien. Coaching-magazin [online]. Verfügbar unter: http://www.coaching-magazin.de/artikel/fritsche_juergen_-_coaching_unter_der_verwendung_von_elektronischen_medien.doc [20.03.2008]

Göckler, R. (2003). Ressourcenorientierte Berufsberatung von Langzeitarbeitslosen. In: Beratung aktuell 2/2003

Golem (2008). Aktuelle Zahlen der Internet-Nutzung. Verfügbar unter: <http://www.golem.de/0801/56886.html> [20.03.2008]

Initiative D21 e.V. (Hrsg.) (2008). (N)online Atlas 2008. Verfügbar unter: http://www.initiated21.de/fileadmin/files/08_NOA/NONLINER2008.pdf [30.09.2008]

Ketchum 2008. Virtueller Kaffeeklatsch: Frauen nutzen das Internet zum Kommunizieren (Presseerklärung). Verfügbar unter: http://www.ketchum.de/sites/default/UserFiles/file/Germany/PI_Gender-spezifisches%20Nutzungsverhalten.pdf [30.09.2008]

Knatz, B. (2006). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. e-beratungsjournal.net [online], 2.Jg, Heft 1, Artikel 5. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf [20.03.2008]

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

Lippmann, C. & Bruseberg, M. (2006). E-Coaching. Ein kurzer Bericht aus der Praxis. Coaching-magazin [online]. Verfügbar unter: http://www.coaching-magazin.de/artikel/lippmann_christian_bruseberg_michael_-_e-coaching.doc [20.03.2008]

Rice, R. E. (1993). Media Appropriateness. Using Social Presence Theory to Compare Traditional and New Organizational Media. In: Human Communication Research, 19 (4) (S. 451-484).

Risau, P. & Schumacher, M. (2005). Online-Beratung im Netz. Hilfe oder Scharlatanerie. In: K. Lehmann, & M. Schetsche (Hrsg.): Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens (S. 243-252). Bielefeld: Transcript,

Risau, P. (2007). Möglichkeiten und Grenzen der Online-Beratung – ein Überblick. Studienbrief: Masterstudiengang Beratungswissenschaft ma.bob. Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

Thiersch, H. (2004). Lebensweltorientierte soziale Beratung. In: F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendiek (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung, Band.2 (S. 699-709). Tübingen: dgvt.

Tobler, S. (2004). Arbeitlose beraten unter Perspektiven der Hoffnung. Lösungsorientierte Kurzberatung in beruflichen Übergangsprozessen. Stuttgart: Kohlhammer.

Weissenböck, S., Ivan, I., & Lachout, S. (2006). Standards in der Onlineberatung – erarbeitet von den Einrichtungen kids-hotline (D), Partypack (D) und ChEck iT! (A). e-beratungsjournal.net [online], 2.Jg., Heft 1, Artikel 3 – März 2006. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/lachout.pdf [20.03.2008]

Wikipedia (2009). Online-Beratung – Definition. Verfügbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Onlineberatung> [20.03.2009]

Anhang

Insgesamt sind 111 E-Mails aus drei Wochen dokumentiert worden. Um einen Eindruck der einerseits typischen Themen andererseits aber auch der jeweils

individuellen Form jedes Schriftwechsels zwischen der Fallmanagerin und ihren KundInnen zu gewinnen, sind sieben Kontaktverläufe aus dem Fundus hier anonymisiert abgedruckt.

1-Frau F., 37 Jahre, alleinstehend, selbstständige Veranstaltungskauffrau

Frau F. an FM
Gesendet: Mittwoch, 20. Februar 2008 15:06
Betreff: *Vorstellungsgespräch*

Liebe Frau B.,

leider muss ich Ihnen mitteilen das ich ab dem 21. 02. erstmal für 6 Wochen in den A. Kliniken zu einer dialektisch behavioralen Therapie... also so nennt sich das was mich da erwartet. Eine Verhaltenstherapie. Ich komme gerade überhaupt nicht mit mir zurecht, weiss gar nicht recht was passiert ist, hatte schon wieder ne Lungenentzündung, nun werd ich mich in Behandlung geben und hoffe das alles besser wird und ich lerne für mich in meinem Alltag besser zurech t zu kommen. Liebe Frau B., ich danke Ihenn jedoch sehr für die Empfehlung Ihrerseits. Zumindest hatte ich schon mal eine Vorsprache.Führerschein habe ich ja nicht, doch das ist das nächste Ziel, denke dann auch besser arbeit zu kriegen...

Frau B., so weit erstmal liebe Grüße da ich zuhause gerade keine freigeschaltete Internetleitung habe weiss ich gar nicht genau wann ich wieder mails abrufen kann, nun, soll ich mich denn, bzw. kann ich mich denn nach dem Aufenthalt melden ?

Liebe Grüße Ihnen und einen wundervollen Tag!!!

H. (Anm.d.V.: Mit Vornamen unterschrieben)

FM an Frau F.
Gesendet: Dienstag, 26. Februar 2008 13:05
Betreff: AW: *Vorstellungsgespräch*

Sehr geehrte Frau F.,

vielen Dank für Ihre Nachricht.

Ich finde es sehr gut, dass Sie für sich sorgen und wünsche Ihnen sehr, dass die Therapie erfolgreich für Sie verläuft.

Meine Kollegin Frau S. hat mir ein sehr positives Feedback auf Ihr Gespräch gegeben. Sie hat Sie als sehr kompetent wahr genommen. Allerdings ist ihr auch Ihre Nervosität aufgefallen. Von daher ist es bestimmt gut, wenn Sie für sich ein wenig mehr Klarheit und Kraft finden.

Ich habe Ihre Abwesenheit hier zunächst bis zum 3.4 .eingetragen. Bitte melden Sie sich doch einfach, wenn Sie zurück sind bzw. wenn Ihr Aufenthalt noch länger dauert.

und dann freue ich mich auf ein Gespräch mit Ihnen, um gemeinsam mit Ihnen zu neuen Ufern zu starten.

Bis dahin wünsche ich Ihnen alles Gute

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau F. an FM

Gesendet: Mittwoch, 27. Februar 2008 15:04

Betreff: Aw: AW: Vorstellungsgespräch

Frau B. ich danke Ihnen sehr !!!

Da ich noch kein Planungsgespräch auf der Station mit den behandelnden Ärzten hatte, kann ich leider noch gar kein Datum angeben. Ich werde Ihnen aber alsbald möglich den vorraussichtlichen Entlassungstermin schreiben.

Ja, nach fast einer Woche auf Station, muss ich sagen das es richtig war mich für die Verhaltenstherapie zu entscheiden...

Neue Ufer hören sich sehr gut an :)

Frau B. ich danke Ihnen erstmal schön und wünsche Ihnen einen tollen Tag !!!

H. F.

2-Frau G., 32 Jahre, 2 Kinder (3 und 9 Jahre) alleinerziehend, holt mit Förderung des JobCenters ihren Abschluss zur Bürokauffrau nach

FM an Frau G.

Gesendet: Freitag, 11. Januar 2008 12:48

Betreff: Kinderbetreuung

Guten Tag Frau G., in der Anlage finden Sie den Antrag, wie besprochen. Bitte ausfüllen, unterschreiben und an mich zurück. Wegen eines Krippenplatzes - den Sie ja ohnehin gut gebrauchen könnten, um nach der Prüfung arbeiten zu können - nehme ich Kontakt mit der zuständigen Kollegin im Jugendamt auf. Mal sehen, was ich erreichen kann.

Bitte informieren Sie mich, welches Ergebnis Ihr GEspräch mit der Tagesmutter gebracht hat.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau G. an FM

Gesendet: Freitag, 11. Januar 2008 19:03

Betreff: *Kinderbetreuung*

Guten Tag Frau B.,

danke für Ihre Mail. Ich werde den Antrag so schnell wie möglich an Sie zurück senden. Das Gespräch mit der tagesmutter war zwar ganz nett aber die gute Frau sagt mir nicht zu, da sie mir erstens zu unordentlich mit Ihrem Haushalt ist und zweitens ist meiner Meinung nach Ihre Wohnung zu klein um dort drei kleine Kinder zu betreuen. Ich hoffe Sie können das irgendwie nachvollziehen und wäre Ihnen für die Nummer der Frau die Sie mir angeboten haben sehr dankbar.

Mit freundlichen Grüßen

E. G.

FM an Frau G.

Gesendet: Montag, 14. Januar 2008 20:22

Betreff: AW: *Kinderbetreuung*

Guten Tag Frau G.,

wie schade.

Grundsätzlich kann ich Ihnen natürlich einen Kontakt herstellen. Da meine Kundin aber nicht bei der Tagespflegebörse als zertifizierte Tagesmutter gelistet ist, kann für sie keine wirtschaftliche Jugendhilfe in Frage kommen. Ich habe mich vorhin eingehend bei Frau Sch. vom Jugendamt darüber informiert. Das heißt: Sie sollten möglichst schnell weitere Tagesmütter über die TAgespflegebörse kontaktieren, um eine passende zu finden. Zusätzlich zu den 3,-/Stunde wirtschaftl. Jugendhilfe kann ich Ihnen dann tatsächlich weitere max. 130,-€/Monat dazu geben.

Nun drücke ich die Daumen, dass Sie schnell jemand finden.

Bitte halten Sie mich auf dem Laufenden.

Bis dahin,

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau G. an FM

Gesendet: Donnerstag, 17. Januar 2008 14:45

Betreff: Re: *Kinderbetreuung*

Sehr geehrte Frau B.,

wir haben uns nun doch für die tagesmutter entschieden und ich muss sagen es war evtl garnicht so schlecht, da mein junge sich dort sehr wohlfühlt. die gute frau ist auch sonst sehr nett. allerdings nimmt sie zu dem satz des jugendamtes noch 1? pro std. und 30? essensgeld mtl extra. ich wäre ihnen sehr dankbar wenn sie mir sagen würden wie sie mir da weiterhelfen könnten denn 1? die std mehr heißt für mich 8,5? am Tag und 42,5? die woche das ist schon schwer für mich aufzubringen. ich wäre ihnen wirklich sehr dankbar für jede hilfe die sie mir geben können.

e.g.

FM an Frau G.

Gesendet: Montag, 21. Januar 2008 16:07
Betreff: AW: Kinderbetreuung

Sehr geehrte Frau G.,

das ist ja prima, wie schnell das alles geklappt hat. Wegen der zusätzlichen Kosten kann ich Ihnen tatsächlich weiterhelfen. Das Antragsformular habe ich Ihnen ja schon geschickt. Bitte schicken Sie es ausgefüllt an mich zurück. Wenn alle Voraussetzungen vorliegen, können wir Sie zusätzlich mit bis zu 130€/Monat unterstützen.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

FM an Frau G.

Gesendet: Dienstag, 29. Januar 2008 15:18
Betreff: Kinderbetreuungskosten

Guten Tag Frau G.,

Ihr Antrag für die Kinderbetreuungskosten hat mich erreicht. Ich veranlasse die Zahlung des Zuschusses. Ein Bescheid hierzu wird Ihnen zugestellt.

Bitte reichen Sie mir schon jetzt den Nachweis der Förderung durch das Jugendamt ein. Nach Abschluss Ende April dann den Nachweis Ihrer Zahlungen an die Tagesmutter.

Sollte sich etwas ändern bei Ihnen, teilen Sie es mir bitte zeitnah mit.

Ich wünsche Ihnen nun wieder Ruhe und Konzentration fürs Lernen !

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

3- Frau H., 35 Jahre, alleinstehend, Studienabbrecherin, Psychotherapie, kurz vor Abschluss einer durch das JobCenter finanzierten Umschulung zur Mediengestalterin

FM an Frau H.

Gesendet: Donnerstag, 17. Januar 2008 8:34

Guten Tag Frau H.,

ich freue mich, Ihnen folgende(s) Stellenangebot(e) übersenden zu können:

(...)

Bitte geben Sie mir eine Rückmeldung über den Verlauf der Bewerbung(en) innerhalb der nächsten zwei Wochen. Sollte es wichtige Gründe geben, sich nicht zu bewerben, so teilen Sie mir diese in den nächsten 3 Arbeitstagen mit. In beiden Fällen ist eine Rückmeldung persönlich, per Telefon oder per eMail möglich. Sollten Sie noch Fragen haben oder Unterstützung bei der Bewerbungsanfertigung benötigen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Nach telefonischer Anfrage sind auch kurzfristige Termine möglich.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Von Frau H. an FM:

Gesendet: Donnerstag, 17. Januar 2008 15:03

Betreff: RE: *Stellenangebot*

Hallo Frau B.,

bei der von Ihnen angebotenen Stelle wird ein/e Webdesigner/in gesucht. Das entspricht leider nicht meiner Qualifikation: Mediengestalterin Fachrichtung Mediendesign PRINT.

Es macht demnach wenig Sinn, sich dort zu bewerben.

Mit herzlichen Grüßen

E. H.

Von FM an Frau H.

Gesendet: Montag, 21. Januar 2008 16:10

Betreff: AW: *Stellenangebot*

Oho, da war ich wirklich auf dem falschen Dampfer.

FM an Frau H.

Gesendet: Montag, 21. Januar 2008 16:16

Betreff: AW: Stellenangebot

da fällt mir noch was ein:

in Kassel gibt es eine Firma namens B.... Die suchen z.Zt. einige Leute im Bereich mediengestaltung. Wahrscheinlich haben Sie die Stellenangebote schon selbst gefunden. Falls nicht, dann lohnt sich wohl ein Blick auf die homepage

4- Frau K., 33 Jahre, alleinstehend, Studienabbrecherin, sucht eine Ausbildungs-, Umschulungsstelle im kaufmännischen Bereich

Sequenz 1

Frau K. an FM

Gesendet: Dienstag, 22. Januar 2008 11:49

Guten Tag Frau B.!

Ich schicke Ihnen mein Bewerbungsschreiben zu. Ich denke, dass ich die wichtigsten Punkte beachtet habe. Sie können mir kurz Bescheid sagen, ob ich das so wegschicken kann. Ich wollte diese Bewerbung noch diese Woche abschicken.

Ich bedanke mich im Voraus!

mit freundlichen Grüßen

M.K.

FM an Frau K.

Gesendet: Dienstag, 22. Januar 2008 15:03

Guten Tag Frau K.,

prima Bewerbung. Ich habe Ihnen nur ein paar kleine Vorschläge (rosa) eingebaut. Überlasse es aber natürlich Ihnen, was Sie davon übernehmen möchten. Denn es ist ja IHRE und nicht meine Bewerbung.

Sobald Sie sie mir reinreichen oder im Sekretariat abgeben. leite ich sie mit meiner Visitenkarte weiter.

Eine Empfehlung: Machen Sie sich mal ein wenig schlau, welche Normen zu einem Geschäftsbrief gehören. Das wird in einer Ausbildung ohnehin dran kommen und es kann Ihnen jetzt auch beim Bewerbungsschreiben helfen. Außerdem gibt es z.B. bei <http://www.jova-nova.com/> eine Menge Infos und Tipps für das Bewerbungsverfahren.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Sequenz 2

Frau K. an FM

Gesendet: Freitag, 8. Februar 2008 12:06

Guten Tag Frau B.!

Ich wollte mich kurz bei Ihnen melden. Ich habe diese Woche ein bisschen mehr im Internet recherchiert. Ich möchte einige Bewerbungen direkt hinschicken, andere werden ich Ihnen vorlegen. Die andere Firma (Herb-Service) hat sich bei mir leider bis jetzt nicht gemeldet. Ich gebe die Hoffnung nicht auf und bewerbe mich weiter. Ich wollte mich auch bei Ihnen für Ihre Unterstützung noch einmal bedanken.

Ich wünsche Ihnen ein schönes Wochenende.

mit freundlichen Grüßen

M.K.

FM an Frau K.

Gesendet: Freitag, 8. Februar 2008 12:59

Guten TAG Frau K.,

vielen Dank für Ihren Zwischenbericht.

Ich habe soeben versucht Frau F.-M., H.-Service zu erreichen. Sie ist erst ab Montag wieder im Haus. Ich werde dann mal nachhaken.

Und dann habe ich noch eine Idee:

Bei Reedereien und Seefracht-Unternehmen kann man zur Schiffskauffrau ausgebildet werden. Auf den Agenturseiten habe ich 3 Ausbildungsplätze in Bremen und Kiel gefunden.

Ich weiß, dass in den deutschen Seehäfen jede Menge Schiffe aus Osteuropa abgefertigt werden. Evtl. könnten Sie bei einer Bewerbung mit Ihren Russisch- und Polnisch-Kenntnissen punkten. Vielleicht können Sie auch gleich Unternehmen recherchieren, die vorrangig mit Osteuropa befasst sind. Das wäre allerdings schon eine reife Recherche-Leistung. Die Idee ist aber natürlich nur gut, wenn Sie sich vorstellen können, in der Seefahrtsbranche zu arbeiten.

Soweit also erstmal mein Zwischenbericht.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau K. an FM

Gesendet: Donnerstag, 28. Februar 2008 15:47

Guten Tag Frau B.!

Ich habe mich gestern bei der O. vorgestellt. Ich möchte aber dort keine Ausbildung machen. Die Firma kam mir etwas komisch vor. Ich werde mich lieber woanders weiter bewerben. Der Kurs läuft bedingt gut. Manche Sachen kann ich gut mitmachen, manche weniger, aber auf jeden Fall bringt mich das weiter. Ich wünsche Ihnen ein schönes Wochenende und ich melde mich wieder.

mit freundlichen Grüßen

M.K.

FM an Frau K.

Gesendet: Donnerstag, 28. Februar 2008 15:55

Sehr geehrte Frau K.,

Danke für Ihre Nachricht. Ihre Entscheidung bzgl. O. ist okay. Können wir im nächsten Gespräch ja noch mal näher drauf eingehen.

Leider erreiche ich Frau F.-M. von S. nicht. Ich habe es jetzt täglich probiert. Sie ist stets in Sitzungen oder nicht im Haus. Auch eine E-Mail hat nicht geholfen. Aber ich bleibe am Ball.

Beim Kurs bleiben Sie dafür am Ball. Beißen Sie sich durch ! Bin gespannt aufs Ergebnis am Ende.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

5- Herr K., 43 Jahre, alleinstehend, alkoholkrank, weitere gesundheitliche Einschränkungen, umgeschulter Bürokaufmann, hat vor Kurzem eine stabilisierende Bildungsmaßnahme begonnen

Herr K. an FM

Gesendet: Donnerstag, 17. Januar 2008 00:35

Betreff: *Krankheit*

Sehr geehrte Frau B.,

ich gehe morgrn bzw. heute nochmals zu meinen Arzt. Ich komme aus der Krise im Moment nicht raus.

Seit ein paar Tagen habe ich schlaflose Nächte und wenn ich mal schlafe habe ich Alpträume.

Ich habe Angst wieder zur Schule zu gehen. Ich schaffe das nicht. Ich denke alle gucken mich an, weil ich ja insgesamt nur ein paar Tage da war. Ich schaff das nicht. Ich möchte die Schule kündiegen, denn ich habe ja noch nichteinmal meine "Probezeit" rum.

Aber dann habe ich auch wieder Angst das man mir mein Geld noch mehr kürzt. Ich bekomme jetzt schon nur 278,- €.

Ich weiß nicht was ich machen soll. Ich habe meine ganzen Papiere zusammen um damit zur Rentenkasse zu gehen. Bitte helfen Sie mir dabei, damit ich endlich zur Ruhe komme. Ich kann ja auch nicht ins Krankenhaus gehen, denn dann zieht mir Herr L. (Leistungssachbearbeiter, Anm. d. Verf.) wieder die Hälfte meines Geldes ab.

Bitte helfen Sie mir.

Mit freundlichen Grüßen

H. J.

FM an Herrn K.

Gesendet: Montag, 21. Januar 2008 08:31

Betreff: AW: Krankheit

Guten Tag Herr K.,

vielen Dank für Ihre vertrauensvolle Nachricht.

Wegen Kürzungen im Hinblick auf die Fortbildung brauchen Sie sich nicht zu sorgen. Um hier ganz sicher zu gehen, möchte ich Sie allerdings unbedingt um eine Krankschreibung (Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung) durch Ihren Arzt bitten.

Eine Klärung bei der Rentenkasse halte ich für sehr sinnvoll. Da Sie bereits alle Papiere beieinander haben, sollten SIE jetzt dorthin gehen und versuchen, ob Sie einen ANtrag stellen können. Die Mitarbeiter dort werden Ihnen bestimmt weiterhelfen.

Ich habe für morgen, 22.Januar, 13.15 Uhr einen Termin für SIE reserviert. Dann können wir ja noch mal im Detail sprechen.

Bis dahin: ALles Gute

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

FM an Herrn K.
Gesendet: Dienstag, 22. Januar 2008 13:57
Betreff: *Projektwerkstatt*

Guten Tag Herr K,,

ich habe eben mit Herrn H. telefoniert. Ihr Einverständnis vorausgesetzt beenden wir die Maßnahme Projektwerkstatt für Sie nunmehr zum 31.1.2008 aus gesundheitlichen Gründen. Es wird keine Sanktionen oder Zahlungsforderungen an Sie geben.

Ich bitte Sie um eine kurze Bestätigung.

Bitte melden Sie sich, wenn Sie einen weiteren Termin bei mir vereinbaren möchten.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Herr K. an FM
Gesendet: Mittwoch, 23. Januar 2008 16:55

Liebe Frau B.,

ich habe heute erst wieder in meinen Computer reingeschaut. Ich dachte Sie kommen erst am 24.01.08 aus dem Urlaub zurück. Ich werde mich jetzt bemühen meine Sachen zu klären. Ich danke Ihnen für alles was Sie bisher für mich getan haben.

Mit freundlichen Grüßen

(nur mit Vornamen unterzeichnet)

Herr K. an FM
Gesendet: Donnerstag, 24. Januar 2008 20:43
Betreff: *Ihr Schreiben vom 22.01.08*

Hallo Frau B.,

ich möchte mich bei Ihnen bedanken. Jetzt habe ich noch eine Bitte. Würden Sie mir bei meiner Renteneinreichung helfen? Wie ich erfahren habe würde ich nur 93,00 € im Monat erhalten. Wie soll ich denn davon leben?

Bitte helfen Sie mir noch einmal. Ich bin in letzter Zeit so ängstlich und unselbstständig. Ich weiss auch nicht mehr was mit mir los ist.

Mein Alkoholproblem werde ich in ca. 14 Tagen wieder im Griff haben. Dann könnte ich mit meinen sämtlichen Unterlagen bei Ihnen vorbei kommen.

Nochmals vielen Dank mit freundlichen Grüßen

H. K.

FM an Herrn K.

Gesendet: Freitag, 25. Januar 2008 08:29

Betreff: AW: *Ihr Schreiben vom 22.01.08*

Guten Tag Herr K.,

natürlich versuche ich gern Ihnen zu helfen. Alles weitere dazu sollten wir dann wohl mal persönlich besprechen. Bitte kommen SIE am Dienstag, 12. Februar, 14.30 Uhr zu mir.

Bitte um kurze Terminbestätigung.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

6- Frau Dr. L., 38 Jahre, alleinstehend, Biologin, nach ihrer Promotion auf Arbeitssuche

Frau Dr. L. an FM

Gesendet: Freitag, 18. Januar 2008 10:39

Betreff: *Vorstellungsgespräch und Kontakt*

Liebe Frau B.,

ich habe eine weitere Einladung zu einem Vorstellungsgespräch bekommen, und zwar von der Universität Bielefeld und dem dortigen Graduiertenkolleg "(...)". Dort kann ich mich am 4. Februar 2008, 11.00 Uhr, vorstellen.

Wenn ich dafür wieder eine Fahrkarte erhalten könnte, würde ich mich sehr freuen!

Zudem hatten wir bei unserem letzten Gespräch besprochen, dass ich versuchen solle, mehr Kontakte im Wissenschaftsbereich zu knüpfen. Nächste Woche findet eine Konferenz in meinem Fachgebiet an der Universität Oldenburg statt, zu der ich fahren werde.

Ich möchte mich deshalb für die Tage 22., 23., 24.1. aus Göttingen abmelden. Sollte ich diese Abmeldung bei Ihnen im Haus noch jemand anderem mitteilen oder reicht diese Mail an Sie?

Mit herzlichen Grüßen und ein schönes Wochenende

L.

Dr. des. A. L.

(vollständige

Adressdaten)

FM an Frau Dr. L.
Gesendet: Montag, 21. Januar 2008 08:36
Betreff: AW: Vorstellungsgespräch und Kontakt

Guten Tag Frau L.,

das sind ja erfreuliche Nachrichten.

*Für die Fahrkarte kommen SIE doch bitte am 30.Januar, 10 Uhr, zu mir ins Büro.
Die ABmeldung für Oldenburg ist so okay. Ich habe es vermerkt.*

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau Dr. L. an FM
Gesendet: Dienstag, 29. Januar 2008 13:54
Betreff: RE: AW: Vorstellungsgespräch und Kontakt

Sehr geehrte Frau B.,

gerade habe ich eine Mail an Sie geschickt, bin mir aber nicht sicher, ob sie angekommen ist. Es ging darum, dass ich morgen 10 Uhr einen Termin zur Abholung eines Fahrtkostenantrags bei Ihnen hatte. Inzwischen hat die Universität Bielefeld, wo ich mich am Montag vorstelle, mir geschrieben, dass Fahrtkosten von dort übernommen werden.

Ich würde daher morgen nicht zu Ihnen kommen?

Mit freundlichen Grüßen

L.

(vollständige Adressdaten)

FM an Frau Dr. L.
Gesendet: Dienstag, 29. Januar 2008 14:01
Betreff: AW: AW: Vorstellungsgespräch und Kontakt

prima, alles klar

Ich drücke Ihnen ganz fest die Daumen !

(Kleeblatt-Foto)

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)

Frau Dr. L. an FM
Gesendet: Freitag, 8. Februar 2008 11:00
Betreff: *Vorstellungsgespräch*

Liebe Frau Katz,

Ihr vierblättriges Kleeblatt hat mir geholfen: mein Vorstellungsgespräch am vergangenen Montag an der Universität Bielefeld war erfolgreich! Ich habe eine Zusage erhalten - und somit ab 1. April 2008 eine Stelle. Es ist zwar nur für ein Jahr (bis 31.3.09), aber zumindest ist nun der schwierige Einstieg in die Arbeitswelt geschafft!

Entfällt damit unser Termin am 21.2.?

Kann ich trotzdem noch meinen Antrag auf Bewerbungskosten-Erstattung abgeben?

Ich habe die letzten Monate sehr viel gearbeitet, weil der Druck groß war, eine Arbeit zu finden. Ich würde sehr gern vor April einige Tage Urlaub nehmen. Könnte ich mich für die Ostertage (17.-26.3. 2008) aus Göttingen abmelden?

Ich freue mich sehr, Ihnen einmal eine positive Nachricht geben zu können und grüße Sie sehr herzlich,

A.L.

(vollständige Adressdaten)

(Antwort der FM fällt nicht mehr in den dokumentierten Zeitraum)

7- Herr Z., 36 Jahre, alleinstehend, Studienabbrecher, ausbildungs-, umschulungssuchend

FM an Herrn Z.
Gesendet: Dienstag, 29. Januar 2008 11:55
Betreff: *Potentialanalyse*

Guten Tag Herr Z.,

leider konnte ich Sie heute telefonsich nicht erreichen. Daher diese E-Mail.

Ganz aktuell biete ich Ihnen die Möglichkeit an, vom 11.2.-31.3. an einer Potentialanalyse im Hinblick auf mögliche Ausbildungsrichtungen teilzunehmen.

Dies bietet die gute Möglichkeit, Ihre Stärken und Talente explizit sichtbar zu machen für Sie selbst, für mich und womöglich auch für potentielle Ausbildungs-Anbieter, um darauf aufbauend dann weitere Überlegungen anzustellen und unsere Strategie für eine Ausbildung weiterzuführen.

Ich habe Sie zunächst gebucht für diese Maßnahme, so dass Sie in der kommenden Woche eine konkrete Einladung vom Bildungsträger mit Angabe von Ort, Uhrzeit usw. erhalten werden.

Sollten wichtige Gründe einer Teilnahme entgegen stehen, melden Sie sich bitte bis spätestens 31.1.2008. Ansonsten gehe ich davon aus, dass Sie teilnehmen werden.

Mit freundlichen Grüßen

(vollständige Signatur)