

## **Einmal, nochmal, immer wieder – Mailberatung zwischen professionellem Handeln und Brieffreundschaft**

*Stefan Kühne*

### **Zusammenfassung**

Die Angebote der Mailberatung sind vielfältig, sie reichen von einmaligen Kontakten bis hin zu teils mehrjährigen Mailwechseln. Diese Vielfalt muss berücksichtigt werden, wenn es aus Sicht der Ratsuchenden, der BeraterInnen und der Organisationen darum geht, Mailberatung zu gestalten und gute Beratungsarbeit zu gewährleisten. Der Artikel gliedert die verschiedenen Formen der Mailberatung und skizziert, welche Auswirkungen diese Formen für die Beratungsarbeit haben können.

### **Schlüsselwörter**

Mailberatung; Erstberatung; Einmalberatung; Mehrfachkontakte; Dauerkontakte

### **Abstract**

Mail-counseling is highly diverse: The broad range of varieties becomes visible through single contacts to mails extending over several years. This diversity must be considered from the perspectives of the clients, the counselors and organizations to ensure good counseling. The article breaks down the various forms of mail-counseling and outlines the impact on the counseling process.

### **Keywords**

Mail-Counseling; One-off contacts; Single contacts; Multiple contacts; Initial consultation

### **Autor**

- **Stefan Kühne, MSc**
- Dipl. Erwachsenenbildner, Herausgeber e-beratungsjournal.net
- Mitherausgeber „Handbuch Online-Beratung“ (2009)
- Co-Autor „Einführung Onlineberatung und -therapie“ (2014)
- Leiter der wienXtra-jugendinfo / <http://www.jugendinfowien.at>
- **Kontakt:** Ferrogasse 12/28  
A-1180 Wien  
Web: <http://www.stefankuehne.net>  
E-Mail: [office@stefankuehne.net](mailto:office@stefankuehne.net)

## **1. Einleitung**

In der Praxis der Mailberatung tauchen immer wieder Fragen nach den spezifischen Rahmenbedingungen dieser Beratungsform auf. Das Spektrum reicht dabei von Überlegungen zur Frequenz der Mailkontakte (Einmalkontakte / Dauerkontakte), über die Möglichkeiten der Steuerung von Beratungsprozessen bis hin zu den Verpflichtungen, die MitarbeiterInnen und Beratungsstellen eingehen, wenn ein Onlineberatungsangebot für Ratsuchende per Mail erreichbar

ist. Dieser Artikel reflektiert die Dimensionen der Erwartungen, des Prozesses und der Verpflichtungen aus den Perspektiven der Ratsuchenden, MitarbeiterInnen und der Organisation (Träger des Beratungsangebotes). Grundlage dieser Überlegungen sind Gespräche, Diskussionen und Arbeitsergebnisse aus zahlreichen Seminaren und Workshops zur Mail-Beratung der letzten Jahre. Der Beitrag ist zugleich die verschriftlichte Form eines Vortrags auf der Jahrestagung der Deutschen Telefonseelsorge im April 2013.

## **2. Kontakte in der Mailberatung**

Für die Reflexionen zur Mailberatung ist es zunächst sinnvoll, sich die verschiedenen Möglichkeiten des Beratungskontaktes zu vergegenwärtigen.

### *Erster Kontakt (erstmals) – Ratsuchende/r nimmt Kontakt auf*

Allen Beratungskontakten gemeinsam ist es, dass es einen *ersten Kontakt* gibt. Ratsuchende wenden sich aktiv an eine Onlineberatungsstelle und schicken eine (webbasierte) Mail mit einer Frage bzw. einem Anliegen ab. Dies setzt bereits die Bereitschaft auf Seiten der Ratsuchenden voraus, sich mit einem Thema an eine Beratungsstelle zu wenden. Zusätzlich zu dieser grundlegenden Bereitschaft kommt die Tatsache des eigentlichen Schreibens hinzu. Die Ratsuchenden schreiben in der Mailberatung das Anliegen selbst auf, sie wählen das Thema, Formulierungen, Beschreibungen und auch die Länge der Nachricht aus.

Sind diese beiden Schritte, die Bereitschaft und das Schreiben, gesetzt, sind die Grundvoraussetzungen für das „in-Kontakt-treten“ mit einer Beratungsstelle gegeben. Ist die Nachricht bei der Beratungsstelle eingetroffen und wird sie dort gelesen und bearbeitet, ist der erste Kontakt hergestellt.

### *Einzigiger Kontakt (einmalig) – eine Antwort, dann ist der Kontakt zu Ende*

Ist die Anfrage der Ratsuchenden eingelangt und erfolgt eine Antwort von Seiten der Beratungsstelle, kann der Beratungsprozess durch diesen *einmaligen Kontakt* bereits zu Ende sein. Ein Sonderfall tritt ein, wenn das Schreiben des Anliegens bei dem Ratsuchenden bereits so viel zur Klärung des Anliegens beigetragen hat, dass er (obwohl er die Anfrage abgeschickt hat) keine Antwort mehr erwartet und diese im System vielleicht gar nicht mehr abrufen.

Wurde die Antwort geschickt und von dem Ratsuchenden gelesen, muss nicht notwendiger Weise ein weiterer Kontakt geschehen. Diese einmaligen Kontakte finden sich in der Praxis z.B. bei Erstberatungsstellen oder auch bei Anfragen, die einen hohen Anteil von Sachinformation in der Antwort beinhalten. Wurde die Information von der Beratungsstelle zur Verfügung gestellt, ist das Anliegen mitunter geklärt.

Bei dieser Form der einmaligen Kontakte ist es selten, dass Ratsuchende ein Feedback an die BeraterInnen schicken. Es bleibt bei „Frage – Antwort“.

### *Erneuter Kontakt (nochmals) – Folgemail der Ratsuchenden auf die erste Antwort*

Wurden in dem einmaligen Kontakt nicht alle Fragen und Anliegen zufriedenstellend für den Ratsuchenden geklärt bzw. haben sich durch die Antwort weitere Aspekte des Anliegens ergeben, kann es zu einem *erneuten*

*Kontakt* kommen. Dieser Kontakt dient der Klärung von offenen Punkten, dem Verschriftlichen von Feedback oder einfach der Ergänzung des zuvor dargestellten Anliegens. Nach einer erneuten Antwort kann auch dieser Beratungsprozess zu Ende sein.

#### *Weiterer Kontakt*

Kommt es nach dem ersten Kontakt zu erneuten Kontakten (es bleibt also nicht beim einmaligen/nochmaligen Kontakt), sind zwei Varianten in der Praxis zu beobachten.

Einerseits kann es zum gleichen Thema (Anliegen) *mehrmals in Folge* einen Mailwechsel geben, dies geschieht immer dann, wenn die Klärung eines Anliegens mehrere Mails benötigt. Es entwickelt sich ein Beratungsprozess, der eine Beziehungsentwicklung zwischen BeraterIn und Ratsuchenden beinhaltet. In diesem Setting erhält der Beratungskontakt „Dauer“, d. h. er zerdehnt sich asynchron in einen meist vorher nicht klar festgelegten Zeitrahmen. Der Zeitrahmen kann dabei durch die zur Verfügung stehenden Ressourcen oder auch durch das Erreichen eines Zieles definiert sein. Ist die längere Begleitung des Ratsuchenden an sich das Ziel der Beratung, ist die Dauer ohnehin offen.

Neben diesem aufbauenden mehrmaligen Kontakt ist zudem eine weitere Variante denkbar: Ratsuchende, die bereits gute Erfahrungen mit einer Beratungsstelle gemacht haben, werden sich bei weiteren und anderen Anliegen *immer wieder* an die Beratungsstelle wenden. Auch hier liegt somit ein Beratungsverlauf mit Dauer vor, der jedoch seine Kontinuität nicht im Arbeiten an einem einzigen Anliegen hat, sondern der immer wieder neue Anliegen zum Thema hat. Es entwickelt sich somit eine Kontinuität, die sich durch die Aneinanderreihung mehrerer in sich abgeschlossener Beratungskontakte manifestiert.

Betrachtet man diese verschiedenen Formen der Mailberatung, kann man für die praxisrelevante Umsetzung in das Beratungshandeln jeweils unterschiedliche Ableitungen daraus ziehen. Im Folgenden werden diese Ableitungen aus den Perspektiven der Erwartungen, des Prozesses sowie der Verpflichtungen beschrieben.

### **3. Perspektiven der Erwartungen**

Die Sichtweise der Erwartungen beschreibt die antizipierten Handlungen und Prozesse, die von Ratsuchenden, MitarbeiterInnen und der Organisation vor dem eigentlichen „in-Kontakt-treten“ da sind.

*Ratsuchende*, die sich mit einem Anliegen an eine Onlineberatungsstelle wenden möchten, werden sich vorher dazu Gedanken machen, an wen sie sich wenden und was sie sich von dem jeweiligen Angebot erwarten. „Was bekomme ich dort?“ beschreibt die Erwartungen, die KlientInnen haben können. Anbieter von Onlineberatung können diese Erwartungen der KlientInnen z. B. durch transparente und aktuelle Informationen auf der Homepage steuern: Was wird angeboten? Ist es eine Einmalberatung oder kann auch ein längerer Kontakt entstehen? Wann (in welchem zeitlichen Rahmen) kann der/die Ratsuchende mit

einer Antwort rechnen? Wer berät? Ist das Angebot kostenlos? Bleibe ich als Ratsuchende/r anonym? Was passiert mit meinen Daten?

Anbieter von Onlineberatungsangeboten steuern diese Erwartungen durch transparente Informationen. Die Telefonseelsorge Rhein-Neckar beschreibt dies für das Angebot der „Mailberatung der Telefonseelsorge“ wie folgt.

Beispiel: Mailberatung der Telefonseelsorge Rhein-Neckar

*Manchmal ist es leichter, die Dinge, die uns belasten und beschäftigen, schriftlich, z.B. in einer E-Mail, zu formulieren. Schreiben hilft, Struktur in das Gefühlschaos zu bringen, und oft entlastet bereits der Schreibvorgang an sich. Sie können die Anregungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Ruhe auf sich wirken lassen und – wenn Sie möchten – darauf antworten. Die TelefonSeelsorge Rhein-Neckar ist bereits seit über zehn Jahren in der Mailberatung tätig. Selbstverständlich gelten für die Seelsorge und Beratung über das Internet die gleichen Grundsätze wie für den telefonischen Kontakt:*

*Jede und jeder kann anonym bleiben. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterliegen der Schweigepflicht. Der Datenaustausch in der Mail- und Chatarbeit wird in einem besonders sicheren Standard verschlüsselt, so dass auch von außen niemand Einblick in die Kontakte nehmen kann. Für Ratsuchende entstehen keine Kosten, außer für ihre Internetverbindung bei ihrem Provider.*

*Und so erreichen Sie unsere Mailberatung:*

*Legen Sie anonym einen Account an, ohne Ihre E-Mail-Adresse anzugeben. Die gesamte Kommunikation geschieht webbasiert und wird automatisch verschlüsselt. Sie bekommen auf Ihre Erstanfrage hin i.d.R. innerhalb von drei Tagen eine persönliche Antwort. An Wochenenden oder bei technischen Problemen kann sich dieser Zeitraum auch einmal verlängern. Die Antwort auf Ihre Anfrage erhalten Sie direkt von der Mitarbeiterin/dem Mitarbeiter, der/dem Ihre Anfrage zugeordnet wird und die/der auch gegebenenfalls nachfolgende Mails beantwortet.*

Quelle: <http://www.telefonseelsorge-rhein-neckar.de/Sie-suchen-Hilfe.html>

Diese Beschreibung verdeutlicht für die Ratsuchenden, mit welchen Erwartungen sie sich an die Telefonseelsorge wenden können und welches Versprechen (Verpflichtung) die Telefonseelsorge gibt.

*BeraterInnen* erwarten sich z. B. vor Beginn eines Kontaktes, dass ihre Lust an der Mailberatung gelebt werden kann und dass es die Infrastruktur der Beratungsstelle gibt, die ihnen die Möglichkeit bietet, diese Tätigkeit auszuüben. MitarbeiterInnen erwarten auch oftmals im Kontakt mit Ratsuchenden, dass sie ein Feedback auf die geschriebenen Antworten bekommen. Bleibt dieses Feedback aus, wie es in der Onlineberatung z. B. bei Einmalkontakten oder in Folge von Kontaktabbrüchen häufig der Fall ist, kann dies zu Verunsicherung und Demotivation führen. Gelegentlich kommt es vor, dass dadurch die längeren Mailkontakte als „höherwertig“ gegenüber den Einmalkontakten eingestuft werden, da in längeren Mailkontakten die MitarbeiterInnen immer wieder ein Feedback zu ihrem Tun bekommen, was als befriedigend erlebt werden kann.

Dies wird gelegentlich von OnlineberaterInnen artikuliert als: „Nur lange Mehrfachkontakte sind gute Kontakte, dann habe ich meine Arbeit gut gemacht.“ Diese Erwartungshaltung sollte in der Supervision besprochen werden, denn leitend für die Dauer eines Kontaktes sollte die Notwendigkeit für den Beratungsprozess sein und nicht das erhoffte Feedback auf Seiten der BeraterInnen. Eine Leitfrage zur Klärung der Erwartungen von MitarbeiterInnen kann sein: „Was wird von mir verlangt?“

Aus Sicht der *Organisation* können ebenfalls Erwartungen an die Mailberatung beschrieben werden. So wird erwartet, dass das Angebot im Internet verfügbar ist, von Ratsuchenden angenommen wird und dass diese mit ihren Beratungsanliegen gut beraten werden. Erwartungen an die MitarbeiterInnen sind im Idealfall klar ausgesprochen. Eine Leitfrage zur Beschreibung der Erwartungen der Organisation kann sein: „Was bieten wir für wen an?“

#### **4. Perspektiven des Prozesses**

Kommt es im Rahmen der Mailberatung zu einem Beratungsprozess, so bedeutet dies für die *Ratsuchenden* in der Regel, dass ihnen ein Angebot gemacht wurde, in diesen einzusteigen. Die Aufforderung der BeraterIn „schreiben sie mir gerne wieder“ wird als Einladung verstanden, die von Ratsuchenden genutzt werden kann; vorausgesetzt natürlich, es ist der Wunsch der Ratsuchenden erneut zu schreiben.

Für *BeraterInnen* bedeutet der Prozess, dass abhängig von der beabsichtigten Form der Mailberatung verschiedene Methoden eingesetzt werden müssen. BeraterInnen benötigen eine Auswahl an Methoden, um Erst-, Einmal- oder Mehrfachkontakte professionell gestalten zu können. Sie haben zudem die Verantwortung für den Rahmen des Mailkontakts. Sie sind sich der Besonderheiten der zeitversetzten Kommunikation bewusst (Zerdehnung) und berücksichtigen diese bei der Gestaltung der Beratungsprozesse. Bezogen auf die Gestaltung des Mailkontakts als Einmal- oder Mehrfachkontakt kommt den BeraterInnen eine besondere Steuerungsfunktion zu. Zu diesen Steuerungsfunktionen gehören die aktive Gestaltung des Anfangs und des Aufbaus der Erstantwort ebenso, wie das Beenden einer Mail und der damit einhergehenden Einladung zu einem „schriftlichen Gespräch“ oder eine Formulierung, die mit der ersten Antwort das Beratungsgespräch schon wieder abschließt. Leitend für die Gestaltung dieses Rahmens sind dabei sowohl die Abstimmung mit dem Konzept der Beratungsstelle wie auch die professionelle Einschätzung, welcher Rahmen für die Klärung des Anliegens notwendig ist. Ist aus fachlicher Sicht ein Rahmen notwendig, der einen längeren Beratungsprozess bedingen würde und sieht das Konzept der Beratungsstelle nur die Erstberatung/Einmalberatung vor, kann es hier bereits nötig sein, eine Grenze zu ziehen. Dann ist das Anliegen u. U. nicht per Mail von der BeraterIn dieser Beratungsstelle zu behandeln. Daraus kann resultieren, dass die BeraterIn auf einen anderen Kommunikationskanal oder auch auf eine andere Beratungsstelle hinweist, wo das Anliegen bearbeitet werden kann.

*Organisationen* ermöglichen diese Beratungsprozesse. Sie bieten Ressourcen (technisch, finanziell, personell) und Unterstützung für gutes fachliches Handeln

(z. B. durch Methodentraining, Supervision). Ein weiteres Interesse der Organisation kann darin bestehen, zu überprüfen, ob die von den BeraterInnen gestalteten Prozesse den schriftlich vereinbarten Prozessen entsprechen. In dem oben skizzierten Fall wird eine Beratungsstelle, deren Ziel die Erst- und Einmalberatung ist, ein Interesse daran haben, BeraterInnen im Umgang mit Anfragen, die umfangreicher sind zu schulen, um Mehrfachkontakte und damit längere Beratungsverläufe gar nicht erst entstehen zu lassen.

## 5. Perspektiven der Verpflichtungen

*Ratsuchende* haben in der Mailberatung einen hohen Grad an Autonomie. Abgesehen von den schriftlich vereinbarten Zielen und Zusagen, die Ratsuchende und BeraterInnen gemacht haben (Contracting), haben Ratsuchende keine Verpflichtungen im Beratungsprozess zu erfüllen. Der Kontaktabbruch ist einfach möglich und das Formulieren eines Feedbacks zu einer Antwortmail der BeraterInnen ist keine Verpflichtung der Ratsuchenden. Diese hohe Autonomie ist gleichbleibend bei allen Formen der Mailberatung (wie der Onlineberatung überhaupt). Ratsuchende haben in der Mailberatung eine Art „unverbindliche Verbindlichkeit“, sie treten in Kontakt und gestalten diesen, allerdings ohne mit Sanktionen rechnen zu müssen, wenn der Kontakt von ihnen selbst abgebrochen wird.

Auf Seiten der *BeraterInnen* gibt es hingegen mehrere Verpflichtungen, die sich zudem je nach Form der Mailberatung unterscheiden können. So ist es z.B. bei *nochmaligen* und *weiteren* Kontakten notwendig, dass die BeraterInnen den Prozess der Mailberatung im Blick haben und die Prozesse (s. 3.) gestalten können. BeraterInnen sind für den Rahmen der Mailberatung verantwortlich.

Wenn also beispielsweise die Mail einer BeraterIn mit den Worten endet „bitte schreiben Sie mir doch ausführlicher zu Ihrem Anliegen, ich antworte Ihnen gerne“, dann geht die BeraterIn eine Verpflichtung ein, dieses Angebot auch einzulösen. Wenn es sich bei der Organisation dieser BeraterIn jedoch um eine Erstberatungsstelle handelt, die vom Konzept her nur Einmalberatungen vorsieht, bringt sich die BeraterIn mit dieser Formulierung zwangsläufig in einen Widerspruch zum eigentlichen Auftrag der Beratungsstelle. Dies wird gelegentlich bei der Diskussion um ein Für und Wider von Mehrfach- oder Dauerkontakten übersehen: BeraterInnen brauchen methodisches Handwerkszeug, um die Beratungsprozesse in der Mailberatung zu gestalten. Zugleich braucht es Methoden, um die Erwartungen auf Seiten der Ratsuchenden zu steuern bzw. diese zu klären. Der oben genannte Abschluss einer Mail wäre daher nicht passend, wenn es der Auftrag der BeraterIn ist, keine Folgekontakte und damit keine Beratungsbeziehung über eine Erstantwort hinaus aufzubauen.

Jede *Organisation*, die Mailberatung anbietet, hat die Verpflichtungen, im Rahmen des Konzepts und des Qualitätsmanagements dafür Sorge zu tragen, dass Ratsuchende und BeraterInnen über das Ziel des Angebots und die Art der Beratung informiert sind. Bei Ratsuchenden klärt diese Kommunikation der Organisation (z. B. über die Website) die Erwartungen und ermöglicht es somit, sich für oder auch gegen ein Beratungsangebot zu entscheiden. Gegenüber den BeraterInnen ist die klare Kommunikation des Ziels und des Konzepts notwendig

(verpflichtend), damit beraterisches Handeln im Rahmen des Konzepts durchgeführt werden kann. BeraterInnen sollten diesen Rahmen kennen, um fachlich gut und methodisch geschult Mailberatung anbieten zu können.

Diese Verpflichtung ist von Seiten der Organisation durch Konzeptarbeit, MitarbeiterInnenschulung und Qualitätssicherung einzulösen. Ist es z. B. das Ziel der Organisation, dass es Mehrfach- oder Dauerkontakte in der Mailberatung geben soll, müssen Maßnahmen getroffen werden, die es den BeraterInnen ermöglichen, dieses Ziel zu erreichen: Methodische Schulungen für den Aufbau, die Gestaltung und das Ende von Mailkontakten, sowie die Gewährleistung von Kontinuität auf Seiten der BeraterInnen; denn BeraterInnen benötigen für Einmalkontakte andere Ressourcen als für Mehrfachkontakte.

Ein wichtiger Aspekt ist zudem, ob die Organisation als Kontakt zu den Ratsuchenden im Vordergrund steht oder ob hinter der Organisation MitarbeiterInnen als Personen in den Vordergrund treten. So ist es bei Einmalkontakten leichter für die Organisation, als solche von Ratsuchenden wahrgenommen zu werden, denn es gibt nur einen Kontakt, unabhängig davon, welche BeraterInnen gerade im Dienst sind. Für Ratsuchende ist es in diesem Fall wichtig, dass sie eine Antwort bekommen, allerdings nicht so wichtig, von welcher Person sie diese Antwort bekommen. Es antwortet eine Person (BeraterIn) im Rahmen der Organisation.

Bei Mehrfachkontakten hingegen wird mit jeder weiteren Mail, die sich Ratsuchende und BeraterInnen schreiben, die Person (der BeraterIn) immer stärker aus der Organisation heraus sichtbar. Das ist ein normaler Vorgang, wenn Beziehungen aufgebaut werden, allerdings kann dies konzeptionell zu Verwirrungen führen, wenn z. B. die Telefonseelsorge als „Telefonseelsorge“ (Organisation) nach außen hin auftritt. Am Telefon bleiben die BeraterInnen in ihrer Anonymität geschützt bei einem einmaligen Telefonat in der Organisation verborgen. In einem längeren Mailkontakt treten dann jedoch die TelefonseelsorgerInnen als Personen stärker in den Vordergrund, da eine personelle Kontinuität den Beziehungsaufbau begünstigt. Im Rahmen eines Telefonats entsteht zwar auch eine Beziehung, diese ist jedoch oftmals auf die zeitliche Dauer des einmaligen Gesprächs begrenzt, wenn per Telefon keine Folgekontakte vorgesehen sind

Als Hypothese kann formuliert werden: Im Telefonat adressieren Ratsuchende die „Telefonseelsorge als Organisation“, in einem längeren Mailkontakt adressieren Ratsuchende zunehmend mit der Länge des Kontakts die „Person in der Organisation Telefonseelsorge“.

## **6. Fazit: Mailkontakte mit Folgen**

Einmal kann gut sein. Nochmal kann gut sein. Mehrmals kann gut sein. Immer wieder kann gut sein.

Es ist eine Frage des Konzepts der Beratungsstelle und wie dieses im Beratungsalltag umgesetzt wird. Wenn das Ziel klar formuliert ist, können die Erwartungen auf Seiten der Ratsuchenden und auch der MitarbeiterInnen gut

gesteuert werden. Ratsuchende wissen dann, mit welchem „Service“ sie rechnen können und MitarbeiterInnen können, den Zielen entsprechend, Methoden einsetzen, die den Beratungsprozess und die Erwartungen an ihn steuern.

Ist das Ziel der Einrichtung, eine einmalige Beratung anzubieten, werden die Einleitung, der Beratungsprozess und auch der Abschluss der (Erst-)Antwort anders zu gestalten sein, als wenn das Ziel der Einrichtung der Aufbau eines längeren Kontakts ist. Dann wird man als BeraterIn andere Methoden einsetzen, wie man die Antwort beginnt (z. B. ob man selbst Fragen stellt oder „nur“ das Gelesene spiegelt) oder ob man am Ende der Mail aktiv zu einer weiteren Antwort einlädt (oder nicht).

Durch die klare Zielsetzung im Konzept werden zugleich Prozesse definiert, die verschieden aussehen können. Die Prozesse für eine Einmalberatung werden anders zu gestalten sein, als die Prozesse für eine Mehrfachberatung, da in diesem Fall u. U. die zeitliche Kontinuität und Erreichbarkeit der BeraterIn (einer bestimmten BeraterIn) in den Arbeitsprozessen geplant werden muss.

Für den Bereich der Verpflichtungen ist es naheliegend, dass unabhängig von der Art der angebotenen Mailberatung, die anbietende Organisation die Verantwortung für das Angebot übernehmen muss. Dazu gehören sowohl die Gewährleistung der technischen Sicherheit, wie auch die Bereitstellung qualifizierten Personals und die Umsetzung der formulierten Standards (z. B. Antwort innerhalb von 48 Stunden an Werktagen).

Es zeigt sich, dass Bewertungen zu „einer guten Mailberatung“ an der Sache vorbeigehen, wenn allein die Frequenz und die Dauer der Beratungskontakte für die Bewertung herangezogen werden. Beides, Frequenz und Dauer, muss im Rahmen des Konzepts mit den Zielen der Beratungsstelle und der fachlichen Begründung, welche Art des Mailkontaktes das Anliegen braucht, in Übereinstimmung gebracht werden. Denn auch eine Brieffreundschaft per Mail kann zwar reizvoll sein – allerdings gilt es den Unterschied zwischen einem fachlich begründeten längeren Beratungskontakt per Mail und einer Brieffreundschaft stets präsent zu haben und zu reflektieren.