

5. Jahrgang, Heft 2, Artikel 5 – Oktober 2009

Konzeption, Implementierung und institutionelle Hintergründe von E-Mail-Beratung

Marc Weinhardt

Zusammenfassung

Vier nach dem Prinzip der maximalen Variation ausgewählte E-Mail-Beratungsdienste wurden hinsichtlich der institutionellen Hintergründe, der Konzeption und Implementierung des Angebotes befragt. Mittels ExpertInneninterviews von Fachkräften konnte die Praxis von E-Mail-Beratung rekonstruiert und in ein deskriptives Modell überführt werden. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass sich die Einführung von E-Mail-Beratung als nachgeholte Modernisierungsleistung Sozialer Arbeit auffassen lässt, in der spezifische Entwicklungsprobleme von den Trägern der Angebote gelöst werden müssen.

Keywords

E-Mail-Beratung, ExpertInnenbefragung, Institutionen, Implementierung, Konzeption

Autor

- **Dr. Marc Weinhardt**
- wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Erziehungswissenschaft, Abteilung Sozialpädagogik der Universität Tübingen
- systemischer Familientherapeut, Supervisor und Fortbildner in freier Praxis
- Arbeitsschwerpunkte: Beratung, systemische Konzepte in der Sozialen Arbeit, Neue Medien
- **Kontakt:** Institut für Erziehungswissenschaft
Münzgasse 22-30,
72070 Tübingen,
Telefon: +49 (0)7071/2774383
<mailto:marc.weinhardt@uni-tuebingen.de>

1. Einleitung

E-Mail-Beratung ist ‚in‘: Gibt man diesen oder verwandte Begriffe in eine Suchmaschine ein, dürfte man Tage mit dem Durchforsten der aufgelisteten Hilfemöglichkeiten zubringen. ‚Hilfe per Mausklick‘, ‚anonymer und schneller Zugang‘, ‚Niederschwelligkeit‘ sind die oft wiederholten und populär gewordenen Kennzeichen dieser Unterstützungsform. Innerhalb des wissenschaftlichen Diskurses der Sozialwissenschaften sind bisher vor allem Wirkmechanismen und Outcome (vgl. im Überblick Rochlen et al. 2005, Rochlen et al. 2004, Laszlo et al. 1999) in den Blickpunkt der Forschung gerückt.

Bisher kaum behandelt wurden institutionelle Faktoren und Hintergründe, die mit der Konzeption und Implementierung von E-Mail-Beratung verbunden sind. Was sind die Motive die dazu führen, dass Einrichtungen E-Mail-Beratung als ergänzende oder alleinige Hilfeform anbieten? Welche Anpassungsleistungen

müssen Institutionen und die in ihnen tätigen Fachkräfte erbringen, um eine qualifizierte medienbasierte Hilfe anbieten zu können, innerhalb derer Computertechnik erstmals in großem Maßstab nicht nur der ‚handwerklichen Erleichterung‘ (z.B. zum Zwecke der vereinfachten und systematisierten Dokumentation, vgl. Schmid 2001), sondern vor allem als inhaltliches Medium für die psychosozialen Hilfeprozesse selbst dient? Diese und weiterführende Fragen waren Gegenstand einer größeren Untersuchung (Weinhardt 2009), deren Teilergebnisse hier zusammengefasst und notwendigerweise stark gekürzt dargestellt werden sollen.

2. Anlage und Durchführung der Untersuchung

Um Hintergründe und Einflussfaktoren auf Konzeption und Implementierung von E-Mail-Beratung aus institutioneller Sicht zu erfassen, wurden ExpertInnen in Form einer leitfadengestützten Gruppendiskussion befragt (mit einer Expertin wurde die Datenerhebung in Form eines telefonischen Einzelinterviews durchgeführt, da sie am Termin der Gruppendiskussion verhindert war) (vgl. Bohnsack 2006, Lamnek 2005, Bogner/Leuthold 2005). Die zugrunde liegende Analyseeinheit ist dabei die *Institution als Fall*, die durch jeweils eine Fachkraft repräsentiert wird. Die Untersuchung ist als qualitativ-explorative Studie angelegt und dient dem Ziel, bestehende Praxis zu rekonstruieren und für weiterführende Forschung und konzeptionelle Weiterentwicklung zugänglich zu machen. Die Auswahl der untersuchten Einrichtungen erfolgt theoretisch gesammelt (vgl. Lamnek 2005) nach dem Prinzip der maximalen Variation (vgl. Kelle/Kluge 1999 und Jakob 1997). Hierfür werden folgende Kriterien angelegt:

- E-Mail-Beratung soll einen wesentlichen Anteil der inhaltlichen Arbeit der beforschten Einrichtungen ausmachen. Als Indikatoren hierfür werden das Vorhandensein explizit zuständiger Mitarbeiter beziehungsweise Abteilungen /Arbeitsbereiche und eine öffentliche Darstellung in Web/Print herangezogen.
- Das Angebot der zu beforschenden Einrichtungen soll eine ausreichende Zeit (mehr als zwei Jahre) im Internet präsent sein, um Zugriff auf etablierte Verfahrensweisen und eventuelle Anpassungsvorgänge zu erhalten.
- Die Konzeptionen innerhalb des Samples sollen einen möglichst großen Bereich von Zielgruppen und beraterischen Fragestellungen umfassen.

Nach diesen Kriterien wurden vier Einrichtungen ausgewählt, die diesen Forderungen bestmöglich entsprechen. Alle angefragten Einrichtungen haben sehr schnell ihre Teilnahme an der Untersuchung zugesagt, wobei zwei TeilnehmerInnen explizit von ihren Vorgesetzten innerhalb der Arbeitszeit freigestellt wurden. Dies kann an dieser Stelle als Hinweis auf eine offene, an konzeptioneller Weiterentwicklung und Forschung interessierte Praxis gedeutet werden.

Neben der Entscheidung für geeignete Einrichtungen kommt im vorliegenden Untersuchungsdesign auch der Auswahl der zu interviewenden Fachkräfte eine ausschlaggebende Bedeutung zu: Sie werden in einer spezifischen Rolle, nämlich als in der E-Mail-Beratung tätige ExpertInnen, angesprochen. „Beim

Experteninterview steht, im Unterschied zum narrativen Interview, der oder die Befragte nicht als Person im Zentrum der Aufmerksamkeit, sondern als Experte oder Expertin, das heißt als Funktionsträger, der oder die über ein spezialisiertes Insiderwissen verfügt“ (Marotzki 2002, S. 12). Ähnlich wie bei der Auswahl der Einrichtungen wurden auch hier vor der ersten Kontaktaufnahme Kriterien festgelegt, die die Interviewten erfüllen sollten: Es wurden Fachkräfte gesucht, die sowohl mit der praktischen E-Mail-Beratungsarbeit als auch der konzeptionellen (Weiter-)Entwicklung des Dienstes betraut sind. Dies schloss im Gegenzug MitarbeiterInnen mit reiner Vorgesetzten- oder Verwaltungsfunktion, ehrenamtliche MitarbeiterInnen, aber auch hauptamtliche Fachkräfte, die E-Mail-Beratung lediglich hin und wieder und nicht im institutionellen Alltag eingebunden durchführen, aus. Da die beforschten Einrichtungen über schlanke Hierarchien verfügen, war eine besondere Rücksichtnahme auf „Gatekeeper“ (Meuser/Nagel 2005, Gläser/Laudel 2004) nicht notwendig, so dass, wie Bogner/Menz (2005) dies gerade für innovative Tätigkeitsbereiche fordern, auf allen Hierarchieebenen nach ExpertInnen gesucht werden konnte. Im endgültigen Sample sind folgende Einrichtungen und Ansprechpartner enthalten, die in Tabelle 1 zusammenfassend dargestellt werden:

- Telefonseelsorge Deutschland, getragen von der katholischen und evangelischen Kirche. Das Angebot steht allen Menschen offen und ist gekennzeichnet durch „Offenheit, Kompetenz, Anonymität und Verschwiegenheit, Ideologie- und Kostenfreiheit“ (<http://www.telefonseelsorge.de/beratung/internet.htm>). Die Beratung hauptsächlich durch geschulte Ehrenamtliche, die von hauptamtlichen Fachkräften supervidiert werden.
- Der Sorgenchat, getragen von der Universität Tübingen. Die Beratung erfolgt durch Studierende im Hauptstudium des Studienganges für Erziehungswissenschaft, die diese Tätigkeit als Pflichtpraktikum anerkannt bekommen und von einer Dozentin des Institutes ausgebildet und supervidiert werden. Die Konzeption richtet sich an Kinder und Jugendliche in Lebenskrisen, es werden vor allem Entwicklungskrisen thematisiert: „ Es ist völlig normal, dass Menschen Probleme haben. Genauso normal ist es, dass man sich zur Lösung Hilfe sucht. (...). Das ist auch nötig, denn die verschiedenen Lebensphasen halten besondere Problemmuster bereit. Muster, die einem stürmisch um die Ohren knallen. Alle Menschen müssen in jedem Lebensalter neue Probleme bewältigen. Sie zu überwinden und nicht daran zu zerbrechen, macht das Leben aus“ (<http://www.sorgenchat.de>).
- Youth-life-line richtet sich, getragen vom AKL Tübingen/Reutlingen, an Jugendliche und junge Erwachsene bis 25 Jahren in Lebenskrisen und bei Suizidgefahr. Die Beratung erfolgt durch ausgebildete und von Fachkräften supervidierte PeerberaterInnen im gleichen Altersspektrum wie die angesprochene Zielgruppe. Besonderes Ziel der Beratung ist das Angebot einer unterstützenden Beziehung: „Du bist einsam? Niemand versteht dich? Du siehst keinen Ausweg? Dann sind wir für dich da. Wir sind ein Team jugendlicher Peerberater und therapeutischer Fachkräfte. Wir helfen Dir in Lebenskrisen kostenlos per E-Mail und Chat. Niemand sonst erfährt, was du uns schreibst und wir dir antworten“ (<http://www.youth-life-line.de>).
- Sextra ist das Beratungsangebot der pro familia und richtet sich an alle Menschen, die Beratungsbedarf hinsichtlich der Themen Sexualität, Liebe und Partnerschaft haben. In der Selbstdefinition wird besonders die

konfessionelle Unabhängigkeit und die positive Bejahung von Sexualität und Partnerschaft betont: „pro familia informiert seit 1952 unabhängig von Kirchen und Parteien zu Sexualfragen, zum Thema Sexualerziehung und in Sachen Familienplanung. (...) Hier arbeiten Personen, die wissen, wie wichtig diese Themen sind und die sich auch wirklich auskennen: Ärzte/-Innen, Psychologen/-Innen, Pädagogen/-Innen, Sozialarbeiter/-Innen. Wichtig: Alle Mitarbeiter stehen unter Schweigepflicht“ (<http://www.sextra.de>).

	Telefonseelsorge	Sorgenchat	youth-life-line	Sextra
Ziel-gruppe/ Frage- stellung	unspezifisch	Kinder und Jugendliche	Jugendliche/junge Erwachsene in Lebenskrisen und bei Suizidgefahr	Fragen zu Partnerschaft, Liebe, Sexualität
Organisation	dezentral, 32 Standorte arbeiten im Verbund zentral eingehende Anfragen ab	zentral, ein Standort ist zuständig für alle eingehenden Anfragen	zentral, ein Standort ist zuständig für alle eingehenden Anfragen	dezentral, MitarbeiterInnen von Standorten aus sechs Bundesländern arbeiten die zentral eingehenden Anfragen ab
Mitarbeiter- Innen	ausgebildete Ehrenamtliche, die auch am Telefon beraten + hauptamtliche AusbilderInnen/ SupervisorInnen	Studierende im Hauptpraktikum und eine hauptamtliche Aus-bilderin/ Supervisorin	ausgebildete jugendliche Ehrenamtliche (PeerberaterInnen) + hauptamtliche AusbilderInnen/ SupervisorInnen)	hauptamtliche Fachkräfte, die auch in der Prävention und Face-to-Face-Beratung tätig sind
Interviewte	Diplom-Sozialpädagogin mit Zusatzausbildungen für Gestalttherapie, Sozialmanagement und Supervision, 45 Jahre, Leiterin einer Telefonseelsorge stelle	promovierte Diplompädagogin, 47 Jahre, Universitätsdozent in mit dem Schwerpunkt Beratung	Diplompsychologe mit tiefenpsychologischer Zusatzausbildung, 45 Jahre, hauptamtlicher Mitarbeiter für den Bereich E-Mail-Beratung	Diplompädagogin, 34 Jahre, hauptamtliche Mitarbeiterin für die Bereiche Beratung (Face-to-Face und online) und Prävention

Tabelle 1: Übersicht der beforschten Einrichtungen

Die Transkripte der Interviews wurden computergestützt (AQUAD, vgl. Huber/Gürtler 2003) einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2003) unterzogen. Den Überlegungen von Meuser und Nagel (2005) sowie Marotzki (2002) folgend, ist nicht zwangsläufig davon auszugehen, dass ExpertInnen immer zwingend ihr Wissen explizieren: „Dem Experten [ist] nicht notwendigerweise der Modus des diskursiven Bewusstseins verfügbar [...]. Diskursiv verfügbar beziehungsweise klar und deutlich präsent sind erinnerte Entscheidungsverläufe und offizielle Entscheidungskriterien, nicht aber die fundierte Logik des Entscheidens und der Routinen des Expertenhandelns. Dessen institutioneller Erfolg beruht gerade auf einem selbstverständlichen, aber lediglich diffusen Wissen“ (ebd., S. 12). In der Auswertung kommen vor allem

die von Mayring entwickelten Methoden der Explikation und Reduktion (Mayring 2003) zum Einsatz.

3. Ergebnisse

Abbildung 1 zeigt die systematisierte Darstellung der Ergebnisse.

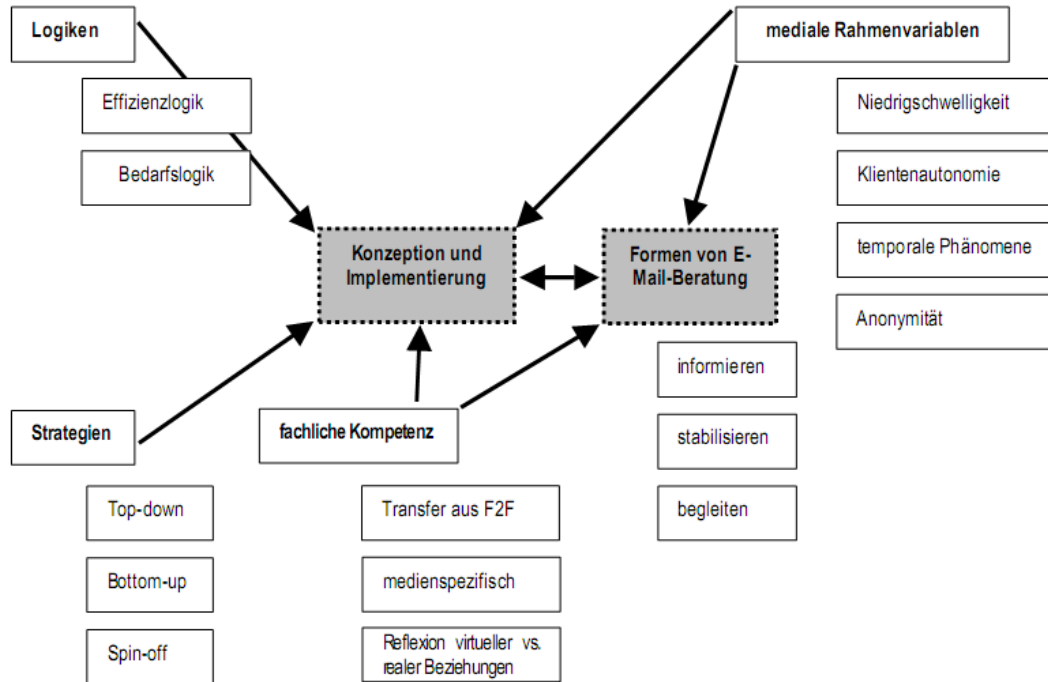


Abbildung 1: Konzeptions- und Implementierungsprozesse in der E-Mail-Beratung

Der Forschungsfrage folgend stehen Konzeption und Implementierung sowie die sich hieraus ergebenden Formen von E-Mail-Beratung im Mittelpunkt. Diese beiden Kernbereiche werden von vier Variablen (Logiken, Strategien, mediale Rahmenfaktoren und fachliche Kompetenz) moderiert, die jeweils einen Einfluss auf Implementierung und Durchführung von E-Mail-Beratung haben. Das Modell lässt sich als „Landkarte“ rekonstruierter Praxis der ExpertInnen lesen, die im Folgenden an einigen Stellen vertieft dargestellt werden soll.

Implementierungslogiken verdeutlichen die der Einführung zugrunde liegenden Erwartungen. Hier lassen sich zwei unterschiedliche Muster beschreiben: In der *Effizienzlogik* geht es um die schnellere Bearbeitung der Beratung durch den Medieneinsatz. Gedacht wird diese Logik vor allem zur Entlastung bestehender Beratungsmöglichkeiten, wie eine Expertin anhand der Entstehung des Dienstes in ihrer Einrichtung ausführt:

„(...) aber das war ursprünglich als Entlastungsmöglichkeit gedacht. Es gab mal ein Radioprojekt 1994 mit SWR3 damals noch, wo einmal in der Woche ein Beitrag zum Thema Sexualpädagogik ausgestrahlt wurde und die Hörer dann die Möglichkeit hatten anzurufen, also über Telefonhotlines sich beraten zu lassen, eine Art Telefonberatung. Und das hatte damals so einen guten Zuspruch, dass es einfach nicht leistbar

war für uns oder für die damaligen Kollegen bei der Telefonhotline und dann so die Idee aufkam über E-Mail da etwas abfangen zu können und eine Entlastung zu schaffen."

Die Idee der Entlastung tritt deutlich zu Tage. Beratung in den neuen Medien wird in dieser Art der konzeptionellen Logik schon vorhandenen Erbringungsformen (hier: F-2-F bzw. Telefonberatung) beigestellt. Die höhere Effizienz ergibt sich dann zunächst durch organisatorische Entlastung (z.B. Wegfall von Terminabsprachen, die Möglichkeit, freie Arbeitszeit innerhalb der Institutionen zu nutzen usw.). Damit geht dann aber auch ein Umbau von Arbeitsmustern umher: Das sequenzielle Abarbeiten von Beratungsterminen in der F-2-F-Beratung wird ersetzt durch sehr flexible Reaktionen auf eingehende Anfragen, die so schnell und spontan im Arbeitsbudget unterzubringen sind, insbesondere weil E-Mail-Beratung von jedem Ort mit Internetanschluss durchgeführt werden kann. Es sind jedoch nicht nur organisatorische Synergieeffekte, die sich in der Effizienzlogik niederschlagen: E-Mail-Beratung kann auch schneller als F-2-F-Beratung inhaltlich „auf den Punkt“ kommen, wie dies eine Fachkraft erläutert:

„Also, ich finde, dass man oft (...) also, ich mach jetzt diese Beziehungsproblematiken weniger, die beantwortet vor allem ein Kollege von mir, und der sagt aber auch, (...) der hat den Vergleich einfach auch zur F-2-F-Beratung, dass man an vielen Punkten durchaus schneller ist. Also, an inhaltlichen Punkten."

Als Begründung für diese Feststellung geben die Befragten die Eigenschaften des Netzmediums an: Distanzte Kommunikation über das schriftliche und anonyme Medium kann enthemmend wirken und KlientInnen dazu anhalten, schneller zur Problembeschreibung vorzudringen:

„Man ist ein Stück weit enthemmt, oder, ich weiß nicht, ob dass das richtige Wort ist, (...) oder [man kann] so sehr direkt sein, um es mal positiv zu formulieren, oder sehr mutig, also das geht wirklich gut (...)."

Diese Beschreibung entspricht im Wesentlichen den Vorhersagen der Filtertheorie, die Kommunikation in den neuen Medien eine größere Offenheit, Ehrlichkeit, Partizipation und Egalität unterstellt (vgl. Döring 2003, S. 152). Strategien beschreiben, wie die Hilfeform E-Mail-Beratung in eine Einrichtung Einzug erhält. Es können hier drei verschiedene Muster rekonstruiert werden. In der Bottom-Up Strategie folgt die Umsetzung durch einzelne medienkompetente MitarbeiterInnen, die E-Mail-Beratung von „innen und unten“, im „U-Boot-Verfahren“ (Weltz/Ortmann 1992, S. 26ff) einführen, wie dies eine Expertin für ihre Einrichtung erläutert:

„Nein, also wir sind ja in Deutschland (...) Stellen mit 104 (...) Leitern oder Leiterinnen. Und es gibt immer 104 Meinungen. Diejenigen, die gedacht haben 'das machen wir' waren drei Stellen, das waren die Stellen Hagen, Krefeld und Köln katholisch. Und es lag auch daran, dass es aus diesen drei Stellen drei

Menschen, drei Personen gab, die selber auch Computerfreaks waren. [...] Wir sind auch mit dem Computer groß geworden und wir haben gedacht, wir nutzen das Medium."

Vorhanden ist zunächst die faktische Medienkompetenz, die dazu führt, dass die Chancen und Grenzen des Netzes auf den institutionellen Arbeitsauftrag Beratung bezogen werden. Entscheidend ist dann, ob sich innerhalb der Institution ein solches Anliegen verwirklichen lässt. In der vorliegenden Studie sind solche „private Innovatoren“ (Bolay/Kuhn 1993) durchaus auf Hindernisse gestoßen, die sich zum einen auf die Problematisierung von Transferprobleme in der Beratung beziehen, z. B. die Reduktion auf wenige Sinneskanäle (Kanalreduktion, vgl. Döring 2003), aber auch auf normativ überzogene Kritik hinsichtlich des Medieneinsatzes generell. Dieser Befund ist erklärbar, wenn berücksichtigt wird, dass zu einem gegebenen Zeitpunkt die zuständigen EntscheidungsträgerInnen ganz unterschiedliche Mediensozialisierungen durchlaufen haben. Die privaten Innovatoren in der vorliegenden Studie können fast durchgängig als medienaffirme „Early Adopters“ (vgl. Rogers 2003) gesehen werden, weshalb sich ein Bruch mit der Einschätzung weniger medienereiferer KollegInnen ergeben kann, die das Medium dann aus eher kritischen Überlegungen heraus (z.B. im Sinne der Kanalreduktionstheorie, vgl. auch Capurro 1995, Rolf/Kubicek 1986, Döring 2003) ablehnen. In der *Top-Down-Strategie* folgt die Implementierung hingegen Überlegungen von Entscheidungsträgern, die auf die gezielte Einführung von E-Mail-Beratung als wesentlichen oder alleinigen Geschäftszweig abstellen, wie dies ein Befragter anhand seiner Einrichtung verdeutlicht:

„Und die Erfahrung ist gewesen, wenn man die Statistik anschaut von jungen Erwachsenen, dann müsste man sagen, bei jungen Menschen bis 25 stellt Tod durch Suizid immerhin die zweithäufigste Todesursache dar. Gemessen aber an dem erscheinen Jugendliche und junge Menschen sehr wenig an Beratungsstellen.“

Zunächst unabhängig von den später Mitarbeitenden existieren in dieser Strategie konzeptionelle Überlegungen, ein mediengestütztes Beratungsangebot zu etablieren. Auch in dieser Strategie kann sich ein institutionelles Risiko abbilden: Ob nämlich für den konzipierten Dienst qualifizierte MitarbeiterInnen gefunden werden können. Aus Sicht der Befragten rekurrieren sie bezüglich der Medienkompetenz vor allem auf informell erworbenes Wissen, eine Tatsache, die sich auch darin widerspiegelt, dass bis heute sowohl der wissenschaftliche Diskurs (mit der Chance, Transferleistungen in der Lehre zu ermöglichen) als auch kommerzielle Fortbildungsangebote auf eher niedrigem Niveau ausgebildet sind. Wie wichtig jedoch die Medienkompetenz bis hin zur konkreten Fallarbeit ist, wird später noch zu zeigen sein.

Die *Spin-Off-Strategie* – im Kontext dieser Untersuchung vielleicht die interessanteste Implementierungsstrategie – kommt durch Umwidmung bestehender Internetpräsenzen zustande. Die Hauptakteure sind hier zunächst die Ratsuchenden, die durch ihr kumuliertes, der entörtlichten und entzeitlichten

Logik des WWW entspringendes Nachfragehandeln, einen Träger zur Etablierung von E-Mail-Beratung motivieren. Eine Expertin erläutert dies folgendermaßen:

„Und das hatte damals so einen guten Zuspruch, dass es einfach nicht leistbar war für uns oder für die damaligen Kollegen bei der Telefonhotline und dann so die Idee aufkam, über E-Mail da etwas abfangen zu können und eine Entlastung zu schaffen. Und das war aber ein Irrglaube, also da kam einfach ein neuer Trend dazu, das wurde dann noch mehr.“

Die Befragte beschreibt, wie der Versuch unternommen wurde, ein bestehendes Beratungsangebot „medial zu stützen“. Der Gedanke folgt zunächst der schon dargestellten Effizienzlogik, nach der E-Mail-Beratung eine bessere Auslastung knapper Personalressourcen ermöglicht. Auch hier zeigt sich jedoch bei genauerer Betrachtung eine institutionelle Entwicklungsaufgabe: Zunächst wird davon ausgegangen, dass das KlientInnenaufkommen den bekannten Kriterien sozialräumlicher Verortung mit einem erstens abschätzbaren und zweitens endlichen Volumen entspricht, sich also lediglich diejenigen melden, die bisher nicht zum Zug kamen. Dies entspricht jedoch nicht der Netzlogik mit dem theoretischen Zugang aller deutschsprachigen NutzerInnen zu einem Dienst. In der Folge kolportiert sich die gedachte Entlastung selbst und führt durch den entstehenden massiven Druck zur schnellen Etablierung von E-Mail-Beratung als Regelangebot.

Mediale Rahmenfaktoren markieren die Eckpunkte des virtuellen Beratungssettings. In der Auswertung hat sich gezeigt, dass eine Unterscheidung zwischen rein technischen (z.B. messbarer Zeitversatz) und inhaltlichen (z.B. Umgang mit Asynchronität) Aspekten wenig ergiebig ist: E-Mail ist „Socialware“ (Schelske 2005, S. 143f) in der Technik und soziales Handeln untrennbar miteinander verwoben sind. *Niedrigschwelligkeit* lässt sich dabei in zwei Aspekten fassen: Zunächst geht es darum, dass der Dienst von jedem Ort aus und zu jeder Zeit erreichbar ist, wie dies ein Befragter ausführt:

„Die sind (...) in letzter Zeit auch überall erreichbar. Also, selbst wenn es zu Hause nichts gibt oder die Eltern das nicht gestatten wollen, also über das Internetcafe ist das sicherlich gut möglich mit geringen Kosten da regelmäßig Kontakt zu halten.“

Der zweite Aspekt der Niedrigschwelligkeit ergibt sich aus der stark abgesenkten innerpsychischen Schwelle, eine Hilfemöglichkeit in Anspruch zu nehmen. Durch die Einbettung der Kommunikation in den alltäglichen medialen Kontext (E-Mail, Newsreader usw.) der KlientInnen wirkt das Schreiben an eine Beratungsstelle weniger selbststigmatisierend als das Aufsuchen einer persönlichen Beratung. Die Form der Inanspruchnahme gleicht – so wird hier angenommen – den alltäglich vollzogenen medialen Kommunikationsvorgängen der NutzerInnen. Hierzu eine Expertin:

„Einmal die Generation @, (...), dass die einfach aufwachsen, dass es veränderte Kommunikationsstrukturen gibt, dass der PC zum Alltag gehört von Jugendlichen, und zum Beruf, zur Freizeit.“

Dass sie kommunizieren über Mail und Chat und über SMS, kann man in gewisser Weise dazu zählen."

Aus der Sicht der interviewten ExpertInnen kommt der Aspekt der Niedrigschwelligkeit vor allem in Abgrenzung zu bestehenden Hilfeangeboten zum Tragen, von denen vermutet wird, dass sie für schnelle Bedarfe oder aufgrund struktureller Hemmnisse (z.B. Unterversorgung räumlicher Gebiete) nicht von allen potentiellen AdressatInnen genutzt werden können. An dieser Stelle zeigt sich aber auch, dass solche Konzepte implizit auch Annahmen über die NutzerInnen enthalten, wie im gegebenen Beispiel den versierten und alltäglichen Gebrauch der neuen Medien durch Jugendliche, der aber nicht generell unterstellt werden kann bezieht man die Argumente um den „Digital Divide“ (vgl. Marr 2005; Riehm/Krings 2006) mit ein.

Anonymität als zweiter Rahmenfaktor definiert sich über die Möglichkeit des „unerkannt Bleibens“, der Unmöglichkeit, Sachverhalte gezielt zu überprüfen sowie das weitgehende Fehlen habitueller Zusatzinformationen (Kleidungsstil, Gestik, Mimik, usw.). Hier wird deutlich, dass der hier rekonstruierte Begriff von Anonymität anders zu fassen ist als die auch in manchen F-2-F-Beratungen eingeräumte Möglichkeit der Anonymisierung. Während in der F-2-F-Beratung allenfalls formale Anonymität (Entfernung bzw. Nichtnennung des Namens und Anschrift) realisierbar ist, handelt es sich hier um mindestens faktische beziehungsweise komplette Anonymität (vgl. Rost 2003), weil ein Rückschluss nur mit unverhältnismäßig großem Zeitaufwand oder gar nicht möglich ist. Vor allem die Möglichkeit des „unerkannt Bleibens“ wird von den befragten ExpertInnen als Bonus für die Ratsuchenden gesehen:

„Da gibt's die Rückmeldung von einzelnen Jungs die sagen, dass sie sich über die Online-Beratung zum ersten Mal getrauen Fragen zu stellen und dass sie das sonst nie gemacht hätten."

Anonymisierte Beratungsangebote ermöglichen also die Thematisierung von Problemen, die nicht oder nur schlecht an anderer Stelle angesprochen werden können. Die Wahl eines anonymen Mediums muss also keineswegs ausdrücken, dass die NutzerInnen keine sozialen Kontakte haben bzw. prinzipiell reale Begegnungen scheuen. Die befragten Fachkräfte räumen dabei auch ein, dass AdressatInnen Anonymität gezielt und kreativ für ihr Anliegen nutzen, beispielsweise als Angehörige, um einen Rat in eigener Sache aus einer anderen Sicht zu bekommen oder indem sie eine Anfrage aus der anderen Geschlechterperspektive stellen (zur Simulation vgl. Döring 2003, S. 162). Für manche Fachkräfte stellt Anonymität eine beraterische Einschränkung dar, die sie vor allem in Differenz zur persönlichen Beratung schildern:

„Und wer uns gegenüber sitzt wissen wir ja auch nicht. Also ob das, was der schreibt, alles stimmt wissen wir auch nicht. [...], „Wenn man es an der Sprache versucht fest zu machen, da denkt man manchmal, ja großer Gott, so wie der schreibt, das muss ein Hauptschüler sein, aber dann kommt ein paar Sätze weiter unten ‚ich bin jetzt sechzehn und auf dem Gymnasium.‘ Also, das ist ganz schwer einzuordnen.“

Hier ist allerdings zu fragen, ob angesichts pluralisierter Lebensstile eine habituelle Zuordnung noch einen wichtigen Stellenwert hat (weil äußerliche Zurechnungsmerkmale zunehmend heterogen auftreten), zum anderen, ob die (richtige bzw. frühere Zuordnung) zum formalen Bildungshintergrund in obigem Beispiel für die Beratung tatsächlich immer notwendig ist.

Geschwindigkeit und Asynchronität spielen als dritter Rahmenfaktor eine gewichtige Rolle. In der Rekonstruktion zeigt sich hier ein komplexes Bündel unterschiedlicher und miteinander verwobener Aspekte. Es geht zunächst um reale Zeitstrukturen: Das sind die beeindruckend schnellen Zugangswege und die beinahe in Echtzeit stattfindende Datenübermittlung einerseits und der sich zwangsläufig einstellende Zeitversatz bis zur Beantwortung der Anfrage andererseits. Auf Seiten der Institutionen spielen zusätzlich konkrete Verfügbarkeitsaspekte eine große Rolle: Welche Antwortzeiten werden garantiert, wie lange dauert die Abarbeitung einer Beratungsanfrage, und wie hängen diese Faktoren wiederum mit konzeptionellen Überlegungen zusammen. Neben diesen objektiv mess- und darstellbaren Faktoren spielt die subjektive Zeitempfindung der KlientInnen und BeraterInnen eine große Rolle. Die Asynchronität – der sich zwangsläufig einstellende Zeitversatz zwischen Stellen, Lesen und Beantworten von E-Mail-Anfragen – wirkt tief hinein in die methodische Diskussion um die Spezifika von E-Mail-Beratung. Dies liegt zum einen an den offensichtlichen Wirkungen dieses Strukturmomentes, die KlientInnen und BeraterInnen im Umgang miteinander bemerken. Zum anderen ist der Zeitversatz (neben der Schriftlichkeit) eines der zwei bedeutsamen Alleinstellungsmerkmale in der methodischen Abgrenzung zur F-2-F-Beratung. Für BeraterInnen ist das Einkalkulieren dieses entstehenden Zeitversatzes von großer Wichtigkeit, denn beim Erstellen der Antwort-Mail muss ständig bedacht werden, dass die AutorInnen der zu beantwortenden Texte sich schon in einer ganz anderen Situation befinden können: Der Autor/die Autorin ist nicht der Ich-Erzähler des Textes. Das Problem kann sich verschlimmert oder verbessert haben, es können neue Aspekte hinzugetreten sein usw. Hierzu eine Expertin:

„(...) vier Tage später eine Antwort darauf, die eigentlich gestern erledigt war, also da glaube ich, es kann auch sein, (...) dass sich das einfach komplett oder vieles noch mal sehr verändert hat. Das ist auch ein Aspekt, der bei der Mail-Beratung eher eine Rolle spielt.“

Der Umgang mit dieser Situation verkompliziert sich noch dadurch, dass BeraterInnen in der Diagnose zu berücksichtigen haben, wie groß die Bedeutung des Zeitversatzes für das jeweils spezifische Anliegen von KlientInnen ist, ob der zeitliche Verzug als problematisch zu sehen ist oder sogar konstruktiv genutzt werden kann. Weiterhin zeigt sich, dass ein Aushandeln von Terminen nach Dringlichkeiten, wie es in der herkömmlichen Beratung üblich ist, erschwert ist: Da die in einer Institution Tätigen nicht sofort rückfragen können, muss die zeitliche Erwartbarkeit der Hilfe an exponierter Stelle auf der Internetseite ausgewiesen werden. Die Zeit, die vergeht, bis eine erste Antwort abgeschickt wird, liegt in den untersuchten Institutionen zwischen ein und drei Tagen, Folge-E-Mails werden dann im Wochenturnus beraten. Unter krisentheoretischen

Gesichtspunkten erscheint den ExpertInnen eine Antwortzeit von bis zu drei Tagen als durchaus lange, zudem zeigt sich hier möglicherweise eine Diskrepanz zwischen den objektiv darstellbaren Antwortzeiten und der Geschwindigkeitssuggestion durch das schnelle Netzmedium. Im schlimmsten Fall müssen KlientInnen länger als angekündigt warten, oder eine virtuelle Beratungsstelle muss gänzlich schließen, falls anhaltend hohe Fallzahlen nicht mit dem vorhandenen Zeitbudget abzarbeiten sind. Hier zeigt sich – unter temporalen Aspekten geschärft – eine Adaptionsanforderung, die durch die Bereitstellung psychosozialer Hilfen im Internet entsteht. Sie taucht dann als Bruch zwischen den temporalen Verheißungen des Internet und den Schwierigkeiten in der institutionellen Umsetzung solcher genereller Beschleunigungserwartungen (vgl. Rosa 2006) auf. Hierzu eine Expertin:

„Ich denke schon, dass es ein schnelles Medium ist. Das geht mir genauso. Also, das hat mit Schnelligkeit und Verfügbarkeit zu tun (...).“

Diese Feststellung lenkt über zu den institutionellen Aspekten von Geschwindigkeit und Zeitversatz. Auf Seiten der Beratungsinstitutionen muss eine komplexe Infrastruktur vorgehalten werden, um die durch das Medium ins Spiel gekommene Schnelligkeit im Abarbeiten der E-Mail-Anfragen tatsächlich gewährleisten zu können – entweder in Form der Netzwerktopologie eines Trägers (vgl. Castells 2004) oder durch Strukturierung des Fallaufkommens durch die Professionellen selbst. Diese Problematik des Umgangs mit Beschleunigungserwartungen setzt sich bis in die Fallarbeit fort. Hier ist nach Meinung der ExpertInnen ein Zeitgewinn nur sehr eingeschränkt bei informierenden Beratungen möglich:

„Aber Beratungs-, Unterstützungsmails, brauchen genauso ihre Zeit wie Beratungsgespräche, telefonisch und persönlich. Wenn ich Beratung machen will, die braucht ihre Zeit.“

Bei prozesshaft gestalteten, längeren Begleitungen ergibt sich jedoch kein Gewinn an Arbeitszeit. Lesen, Notizen machen und das Verfassen einer Antwort nimmt zusammengenommen ähnlich viel Zeit in Anspruch wie das Führen eines Beratungsgesprächs. Das bedeutet konkret, dass auf der Ebene der einzelnen MitarbeiterInnen nicht damit zu rechnen ist, in gegebener Zeit mehr als in der F-2-F-Beratung abzarbeiten, psychosoziale Beratung – unter fachlichen Standards durchgeführt – wird in der Fallarbeit zu einer nicht weiter beschleunigbaren Tätigkeit. Hierzu nochmals eine Expertin:

„Und um eine Mail zu beantworten brauchst du auch deine fünfundvierzig Minuten. Genau das meine ich mit der Professionalität. (...) weil du hast ja die Personalkosten. Und ob du die jetzt hast im Gespräch, am Telefon oder bei den Mails, das ist ja die gleiche Zeit an Personalkosten.“

Dieses Ergebnis lässt mehrere Schlüsse zu: Erstens scheint der Medieneinsatz in der E-Mail-Beratung nur bei informativen Anliegen zu einer Beschleunigung inhaltlicher Abläufe beizutragen. Beratungen, bei denen es um psychosoziale

Themen wie die Begleitung oder Krisenintervention geht, benötigen im Verfassen einer Antwort genauso viel Zeit wie persönliche Gespräche. Zweitens scheinen die Professionellen an der Notwendigkeit, sich diese Zeit zu nehmen, aus fachlichen Gründen festzuhalten: Von Versuchen, hier eine Beschleunigung durch Routinisierung, Senkung beraterischer Standards usw. herbeizuführen, wurde nicht berichtet, obwohl sich der institutionelle Druck deutlich abzeichnet. Soziale Arbeit hält also auch in der E-Mail-Beratung daran fest, dass für eine fachlich gute Arbeit Zeit eine notwendige Voraussetzung vor allem anderen ist. Die *KlientenInnen-Autonomie* stellt den letzten der vier medialen Rahmenfaktoren dar. Hier ließe sich zunächst einwenden, dass Autonomie über den Beratungsprozess eher einen Zustand der Ratsuchenden als ein strukturelles Moment einer Hilfeform beschreibt. Dazu zunächst ein befragter Experte:

„(...) weil wir genügend im Abstand sind, dass die das Gefühl haben jawohl, ich hole die nur, wenn ich sie wirklich brauche.“

Eine solche Aussage wäre auch bezogen auf kopräsenzte Beratung denkbar. Allerdings nur dann, wenn die Beteiligten den Kontrollaspekt, der jeder Hilfe in der Sozialen Arbeit innewohnt (Müller 2001, S. 42), bewusst ausblenden. Diese sind aber gerade in ihrer prohibitiven Funktion Bestandteil sozialarbeiterischer Unterstützungsangebote. Im Gegenzug ist aber genau deshalb Klientenautonomie in der E-Mail-Beratung zwingend als strukturelles Moment und nicht als Ergebnis von kommunikativen Aushandlungsprozessen (die sich dann zurecht den Personen und nicht der Form der Kommunikation zuschlagen ließe), aufzufassen: Das Medium strukturiert durch die distante Kommunikation Beratungskontakte so, dass die Zuweisung bindend immer von KlientInnenseite ausgeht. Ohne aktives Zutun der Ratsuchenden kommt kein Kontakt zustande. In gewisser Weise ist die in der E-Mail-Beratung gegebene faktische Anonymität Voraussetzung für diesen Sachverhalt. Dies ist jedoch nur eine Seite einer so verstandenen medial strukturierten Autonomie - selbstverständlich hat dies Auswirkungen auch auf der anderen Seite der Datenleitung:

„Oder ich kriege auch nur eine Antwort, wenn ich vorher anfrage ... also, das hat auch etwas ganz Sicheres für die sozusagen ... wir werden auch auf keine Art und Weise übergriffig, sozusagen.“

Nicht übergriffig werden bedeutet hier wiederum nicht eine Entscheidung der BeraterInnen, sondern die pragmatische Unmöglichkeit, überhaupt in eine solche Situation zu kommen. Selbst wenn E-Mail-BeraterInnen ohne Aufforderung tätig werden, ist damit noch in keiner Weise sichergestellt, dass der Text dann auch gelesen wird. Meist lässt sich aus technischen Gründen auch keine Information über die erfolgte Zustellung einholen. Diese Eigenschaft kann als Vorteil von E-Mail-Beratung gesehen werden, was die ExpertInnen vor allem vor dem Hintergrund von Zwängen des traditionellen Hilfesystems deutlich machen. Klientenautonomie bezieht sich aber nicht nur auf die Steuerung der Intensität der Beratung, sondern auch auf die besprochenen Inhalte, was eine interviewte Expertin folgendermaßen deutlich macht:

„Also, auch da ist ja das Gefühl, selber bestimmen zu wollen, wie viel kriegt jemand von mir mit, wie viel gebe ich von mir preis,

wie oft trete ich denn in Kontakt und was darf der wirklich von mir wissen, sehr wichtig."

Analog zum Unvermögen von BeraterInnen, aktiv auf KlientInnen zugehen zu können, ist es diesen auch nicht möglich, Informationen ohne aktives Zutun der Ratsuchenden zu erhalten, wie dies in persönlichen Beratungsgesprächen durch die vielfach erweiterten Sinneskanäle, aber auch durch die Möglichkeit des Nachhakens, prinzipiell gegeben ist. Die radikalste Form einer so verstandenen Autonomie ist dann auch der notwendige Umgang mit Auslassungen, sei es, weil keine Folgekontakte zur Klärung offener Punkte möglich sind oder Ratsuchende in ihrer Antwort nicht auf Fragen reagieren. Klientenautonomie so verstanden ist somit in der Beratung eine Eigenschaft des Netzmediums, auf die es sich einzustellen gilt. In der Folge wird – wie am Beispiel der Auslassungen deutlich wird – den Ratsuchenden unterstellt, dass sie mit dieser Eigenschaft sinnvoll umgehen. Ähnlich der Anonymität erfolgt hier die Zurechnung der Erfahrung der befragten ExpertInnen nicht den medienkritischen Ansätzen, was theoretisch durchaus denkbar wäre und dann als negative Bewertung auftauchen würde (beispielsweise als Macht- und Kontrollverlust der BeraterInnen über den Prozess). Vielmehr gehen die Befragten davon aus – auch hier wieder mittels Differenzbildung zu kopräsenten Beratung – dass die medial gegebene Klientenautonomie auch konstruktiv für die Beratung zu nutzen ist, weil durch sie bestimmte strukturelle und inhaltliche Zwänge, die immer wieder als Dilemmata und Paradoxien (vgl. Scheider 2006, S. 325ff., Treptow 2001, S. 757f) in kopräsenten Beratungen auftauchen, eliminiert, zumindest aber minimiert werden.

Die *fachliche Kompetenz* stellt den letzten Rahmenfaktor dar, der in der Rekonstruktion der Praxis den Rahmen für E-Mail-Beratung aufspannt. Fachliche Kompetenz lässt sich untergliedern in die Teilbereiche *Transfer von Wissen aus der F-2-F-Beratung*, eine *medienspezifische Fachlichkeit* sowie die *Reflexion virtueller und realer Bezüge der KlientInnen*. Bezogen auf den Methodentransfer aus kopräsenten Beratung können zwei Muster identifiziert werden: In Einrichtungen, in denen hauptamtliche Fachkräfte für die E-Mail-Beratung zuständig sind wird darauf geachtet, dass die dort tätigen MitarbeiterInnen auch über F-2-F-Beratungserfahrung verfügen. Als besonders wichtig ist den befragten ExpertInnen – ganz analog von Befunden bezüglich dem Vorgehen in der F-2-F-Beratung – das Etablieren einer wertschätzenden Beratungsbeziehung. Hierzu eine Expertin:

„Das erste ist es, eben diese Kooperation herzustellen, (...) Empathie rüberzubringen, weil ich denke, ohne das kann man da auch in der Mail-Beratung keinen vernünftigen Kontakt aufbauen.“

E-Mail-Beratung lässt sich so zunächst als methodisch gesteuerter Kontakt verstehen, in dem sich das aus der F-2-F-Beratung bekannte Spannungsfeld zwischen Haltung und Technik abzeichnet. In manchen Beratungsprozessen ist – auch hier analog der F-2-F-Beratung – die Gestaltung der Beziehung wichtiger als die verhandelten Themen. Ein zweites Muster des Transfers lässt sich an denjenigen Einrichtungen ablesen, in denen Ehrenamtliche tätig sind. E-Mail-

Beratung wird hier als Sonderfall gesehen mit der Möglichkeit, F-2-F-Methoden einzuüben bzw. auch von weniger routinisierten und professionalisierten MitarbeiterInnen anwendbar zu machen. Der entstehende Zeitversatz ermöglicht hier, dem Handlungsdruck in der F-2-F-Beratung, der ja konstituierendes Moment professioneller Praxis ist (vgl. Hildenbrand/Welter-Enderlin 2004, S. 27), ein Stück weit zu entgehen. Dies könnte – neben der Notwendigkeit, in einem E-Mail-Beratungsdienst weitaus größere personelle Ressourcen vorhalten zu müssen als in herkömmlichen Beratungsstellen – auch ein Grund dafür sein, dass zahlreiche E-Mail-Beratungsdienste im Internet bei Durchführung der Fallarbeit auf ehrenamtliche MitarbeiterInnen abstellen. Dass dies auch zwei der vier hier beforschten Einrichtungen tun, lässt sich so eher als Regel- denn als Sonderfall von Beratung im Internet betrachten. Auch beim Einsatz dieser (noch) nicht professionell ausgebildeten BeraterInnen macht die Gestaltung der Beratungsbeziehung einen bedeutenden Anteil einer als gelingend beschriebenen E-Mail-Beratung aus, wie ein Experte für seine Beratungsstelle ausführt:

„Bei uns geht es vielmehr darum, überhaupt in Beziehung zu kommen, da praktisch auch längerfristig was aufzubauen und den dafür zu gewinnen, dass der Kontakt zunächst einmal nicht abreißt. Und dafür sind wir dann schon auch, da würde ich dann sagen, wir sind sehr bemüht einzuladen, offen zu sein und dann eben sehr empathisch.“

In beiden Transfermustern liegt die Gemeinsamkeit darin begründet, dass vor der Anwendung konkreter Techniken der Beratungsbeziehung ein ähnlich hoher Stellenwert wie in der persönlichen Beratung eingeräumt wird. Neben dem Bereich der beraterischen Grundhaltungen lässt sich aus den Aussagen der ExpertInnen ein weitestgehend eklektizistisches Vorgehen im Umgang mit verschiedenen beraterischen Techniken rekonstruieren. Besonders benannt werden hier Methoden aus der lösungsorientierten Beratung, vor allem um der antizipierten Pragmatik und Geschwindigkeit des Mediums Rechnung zu tragen sowie tiefenpsychologische Vorgehensweisen, wenn es um das Fallverstehen innerhalb langfristig angelegter Beratungen biographisch hoch belasteter AdressatInnen geht. Ein weiteres aus der F-2-F-Beratung übernommenes Strukturmerkmal ist die laufende Supervision aller Fälle, die in einige Einrichtungen schon angepasst an das Medium online erfolgt.

Unter *medienspezifischer Fachlichkeit* werden all diejenigen Kompetenzen subsumiert, die BeraterInnen benötigen, um sich auf die Gegebenheiten des virtuellen Settings einstellen zu können. Diese Kompetenzen lassen sich nochmals in zwei Bereiche untergliedern: Professionelle müssen selbst einen sachkundigen Bezug zu dem von ihnen genutzten Medium haben, sie müssen sich – von der eigentlichen und als Spezialfall anzusehenden Besonderheit von Beratungskommunikation – mit Hard- und Software und den Gegebenheiten des virtuellen Settings auskennen. Hier sind – insbesondere unter dem Aspekt, dass diese Fertigkeiten erst langsam in die curricular gesteuerten Ausbildungen an den Hochschulen eingehen – auch die informellen Lernprozesse, die Lebensstile, kurz: der eigene Bezug der Fachkräfte zum Medium bedeutsam. Darauf aufbauend lassen sich bestimmte Techniken und Methoden rekonstruieren, die E-Mail-Beratung eine eigene Fachlichkeit zukommen lassen, weil in der reflektierten

Nutzung des Mediums neue und in der F-2-F-Beratung in dieser Form nicht oder nur marginal gebrauchte Herangehensweisen entwickelt werden. Das Vorhandensein einer grundlegenden Medienkompetenz hinsichtlich der Kommunikation per E-Mail macht eine Expertin deutlich:

„Hm, also der [E-Mail-Berater, Anm. d. Verf.] braucht, um es ganz schnell zu sagen, eine Schreibkompetenz, eine Lesekompetenz und so eine Art Internetführerschein. Bei der Beratung.“

Zwei der hier angesprochenen zentralen Bestimmungstücke haben mit der Schriftlichkeit des Mediums zu tun: Lesen und Schreiben werden als grundlegende Faktoren eines so definierten Medienkompetenzbegriffes verstanden, hinzu kommt das schon angesprochene Wissen um das virtuelle Setting von E-Mail-Beratung. Auf den ersten Blick erscheint die Erwähnung von Lese- und Schreibkompetenz an dieser Stelle trivial, weil damit zunächst nur zentrale Kulturtechniken erwähnt werden, die bei Fachkräften vorausgesetzt werden können. Gemeint ist damit jedoch eine medienspezifische Lese- und Schreibkompetenz und die Motivation, diese – falls schon vorhanden – einzubringen oder zu erwerben, wie ein Experte deutlich macht:

„(...) er muss auch (...) was schreiben können. Auch das muss ihm gelingen, dass er nicht sozusagen sich da verklemmt. Also, wer halt nicht gerne schreibt, sollte es halt auch lassen.“

Vorausgesetzt wird nicht nur das faktische Vorhandensein von Schreibkompetenz, sondern auch die intrinsische Motivation diese zu nutzen, eine ‚Begeisterung für das Schriftliche‘. Weiter zugespitzt geht es vor allem um den internetspezifischen Gebrauch von Schriftsprache, die es erfordert, sich in Form, Ansprache, Stilwahl usw. sowohl Setting – als auch fallspezifisch anzupassen. Hierzu nochmals eine Expertin:

„Und mein schriftlicher Ausdruck, da muss ich auch so flexibel sein, dass ich mich zumindest an den Stil, den der Mailer oder die Mailerin oder der Chatter oder die Chatterin hat, so anpassen kann, dass der mich versteht. Also ich muss in der Lage sein, einen umfangreichen Sprachschatz zu haben und mich innerhalb dieses Sprachschatzes auch ausdrücken können, ohne dass es unauthentisch ist. Also zum Beispiel, wenn ich als 44jährige diese Jugendsprache in meinen Mails mache, wirkt das als Beraterin lächerlich. Und dennoch muss ich einen Weg finden, wie ich Jugendliche auch erreichen kann, ohne dass ich die Sprache von denen kopiere. Aber mich in meiner schriftlichen Sprache halt so ausdrücken, dass sie es verstehen. Und da auch noch mal anders bei Gymnasiastinnen und Gymnasiasten und bei Sonderschülern oder so.“

Deutlich wird, dass der Fachkraft Unterschiede im Sprachgebrauch verschiedener Nutzergruppen bekannt sind und sie fallangemessen einen passenden Schreibstil finden muss. Dass sie diese Fertigkeiten besitzt, ist wohl weniger das Ergebnis

einer Fachausbildung, sondern eigenen Interessen geschuldet (die sich bei der betreffenden Expertin auch in der Biografie nachweisen lassen). Ähnlich einer so verstandenen Schreibkompetenz spielt die medienspezifische Lesekompetenz eine entscheidende Rolle in der E-Mail-Beratung. MitarbeiterInnen müssen z.B. über internetspezifische Codes, wie sie in Form von Smileys, Sound oder Aktionswörtern und unterschiedlichen Schreibformen (z.B. gezielter Großschreibung als Schreien) insbesondere in Texten medienereiferer KlientInnen vorkommen, Bescheid wissen und gezielt verwenden können. Hierzu nochmals eine Expertin:

„Also, im F2F oder am Telefon kann ich ja über Intonation oder Mimik dann im F2F viel machen. Das muss ich ja jetzt alles sozusagen ins Schriftliche bringen. Da helfen so ein bisschen, deshalb Internetführerschein, also da helfen dann die Emoticons, also die Icons, so. Aber ich muss es eben auch in meiner Sprache verschriftlichen. Und das, finde ich, ist schon eine Fähigkeit, die man braucht.“

Neben solchen pragmatischen Aspekten ist das methodisch gezielte inhaltliche Erfassen der Texte wesentliche Bedingung für eine gelingende Beratung. Das lesende Erfassen des Falles ist die einzige Grundlage für die Erstellung der Diagnose und nur durch Textverständnis lässt sich die kommunikative Anschlussfähigkeit für die KlientInnen sicherstellen. So ist z.B. fallspezifisch abzuwägen, inwieweit die Differenz zwischen Ich-Erzähler des Textes und dem Autor von Bedeutung ist, wie eine andere Befragte dies am einfachen Beispiel des Zeitversatzes deutlich macht:

„Aber wenn jemand praktisch ganz drängend schreiben würde (...). Also es kann auch sein, dass sich das einfach komplett oder vieles noch mal sehr verändert hat. Das ist auch ein Aspekt, der bei der Mail-Beratung eher eine Rolle spielt. Aber auch wieder abhängig von der Problemlage des Klienten.“

Die befragten Fachkräfte reflektieren in ihrer beruflichen Praxis beständig die Unterscheidung zwischen Gemeintem, Geschriebenem und Verstandenem und stellen sich so auf die Unsicherheiten in der Beratungskommunikation ein. Die Validierung rezipierter Inhalte kann nur anhand des vorliegenden Textes selbst erfolgen, weshalb alle Befragten zwar unterschiedlich ausdifferenzierte, aber aufwendige Lesestile entwickelt haben. Im Bereich der Interventionen kommen einige nativ an das schriftliche Setting angepasste bzw. hierfür entwickelte Methoden zum Einsatz, beispielsweise Schreibaufgaben zum Festhalten von Erfolgen („Erfolgstagebuch“) oder ritualisierte Umgangsweisen mit Texten („durchdenken – aufschreiben – verbrennen“).

Die *Reflexion virtueller und realer Bezüge der Klienten* ist schließlich der letzte Faktor im Bereich der medienspezifischen Fachlichkeit. Die interviewten ExpertInnen bedenken hierbei beständig die Wahl des Netzmediums und die darin etablierte Beratungsbeziehung bezogen auf die Spezifik des Einzelfalles. Innerhalb dieses reflexiven Rahmens spielt auch die eigene Haltung der Fachkräfte gegenüber den neuen Medien eine gewichtige Rolle in der Abwägung,

wie das Verhältnis zwischen realen und virtuellen Bezügen jeweils fallangemessen sinnvoll zu denken ist. Hierzu ein Experte:

„Also, da würde ich auch sagen, natürlich ziehen sich die Leute mehr zurück, die Probleme in der Kommunikation haben. (...) Ich neige mehr zu der Ansicht, dass Leute, die so viel Fernsehen gucken, auch sonst im sozialen Bereich nichts spannenderes finden. Also ich würde jetzt nicht das Medium dafür verantwortlich machen. Obwohl das durchaus kontrovers diskutiert wird. Aber ich habe da diesen Standpunkt. Ich finde, wer etwas spannenderes noch hat, der wird sich ja der realen Welt nicht verschließen, sondern da eher die Kontakte suchen.“

Die Wahl des Netzmediums erscheint als Antwort auf die Tatsache, dass die realen Beziehungen der Klientin nicht befriedigend genug sind. Das Netzmedium erscheint – weitergedacht – dann als Schon- und Schutzraum, in dem Kränkungen bearbeitet werden können, um in realen Bezügen wieder handlungsfähiger zu werden, wie dies die Fachkraft näher ausführt:

„Ich finde auch, dass die User, die uns schreiben, durchaus das Problem mit den anderen als Thema haben. (...) Verantwortlich für diesen Rückzug ist ja schon auch die Belastung oder das Leiden darunter, dass die sozialen Beziehungen aus ihrer Sicht so schwierig sind, oder unglücklich sind oder dass sie da gemobbt werden oder dass sie das einfach nicht wissen wie sie das anstellen sollen, da Kontakt zu kriegen. Also, ich habe schon den Eindruck, es geht eigentlich um die reale Welt in diesen Kontakten.“

Dieser Lesart folgend erscheint es dann auch plausibel, dass die Beratungsbeziehung selbst immer wieder unter diesem Aspekt verhandelt werden muss:

„Und wenn ich das zurückgehe muss ich sagen, ich habe im Dezember 2003 mit Einer Kontakt gehabt, also das habe ich heute noch, jetzt muss ich mal rechnen, ist das virtuell gesehen ein Kontakt von einem halben Jahr. Also, da kann man dann auch sagen 'huch wie geht das'. Und das geht sehr gut. Also im Sinne von dass ich sie begleite und unterstütze, dass die mir schreibt wie sie ihre Situation erlebt. Die hat jetzt mittlere Reife gemacht und schreibt mir zurück 'danke' und mein Beitrag dazu, dass kann sie sehr gut differenzieren. Aber die hat auch (...) eine Therapeutin oder die geht in die Schule oder die sagt auch meine Probleme sind in der Tat noch nicht gelöst, aber ich habe den Eindruck, ich halte es wieder besser aus. Also, da merke ich dann bei mir, ich kann das aushalten so eine Art Satellit zu sein, der da exklusiv für sie da ist und da eine Bedeutung hat. Wobei, was mich auch immer wieder beruhigt hatte bei ihr ist, dass ich nicht der einzige bin. Das hat mich zwischenzeitlich immer wieder, hätte mich das unter Druck gebracht und ich habe sie auch

mehrfach gefragt, ob sie auch etwas anderes hat und dann wurde doch deutlich, dass sie gemeint hat, sie hätte das immer wieder fallen lassen und war da auch nur sporadisch, aber meine Tendenz ist immer gewesen, es muss etwas anderes geben. Du musst über das berichten. (...) Und dann kam nämlich, überraschenderweise, kam dann zurück, und das muss ich zugeben, das hat mich verblüfft, weil, das hätte ich nicht vermutet, da hat sie dann gesagt, sie war jetzt schon längere Zeit nicht mehr da. Und da sitzt man dann doch, wenn man jetzt mal analytisch denken würde, einem Spaltungsprozess auf. Sie bringt bei mir alles unter, folglich kann sie da das lassen, was sie eigentlich dort hinbringen müsste."

Der befragte Experte folgt der handlungsleitenden Maxime, dass neben der E-Mail-Beratung persönliche Begegnungen notwendig sind, und zwar nicht nur im Alltag, sondern auch in der Bearbeitung der beraterischen Fragestellung. Das partielle Einstellen dieser F-2-F-Kontakte erscheint in der E-Mail-Beratung dieser Klientin deshalb aus Sicht des Experten als potentielle Gefahr, die Eingang in die Fallarbeit findet. Von einem anderen Standpunkt aus zeigt sich das Reflexionserfordernis im Spannungsfeld zwischen realen und virtuellen Bezügen aus Sicht einer weiteren Interviewten:

Aber, das finde ich, ist schon ein interessantes Dilemma wo ich auch wirklich glaube, dass sich da auch so Generationenunterschiede unheimlich auftun. Ich erinnere mich nämlich, neulich hatten wir mal so einen Fall, den wir dann in der Supervision besprochen haben. Wo jemand uns eine furchtbare Beziehungskrise mit jemandem geschildert hat und es hat sich herausgestellt, sie hat mit diesem Mann praktisch über eineinhalb Jahre nur übers Netz eine Beziehung gehabt. Wir haben unseren Augen nicht getraut, es war alles so total real. Er nutzt mich aus, und dies und das. Und es stand aber drin wir hatten aber vor, uns demnächst mal zu treffen. Und da saß ich dann, viel älter als meine Studentinnen, da und hab gesagt, also liebe Leute, das ist für mich wie von einem anderen Stern, das ist für mich erst mal vollkommen unvorstellbar, wie man so real eine Beziehung leben kann mit jemandem, den ich nie gefühlt, nie gerochen, nie gesehen habe. (...) Also letztendlich hat man ihr dann schon auch den Vorschlag gemacht in dem Fall dass wir denken, dass es unglaublich notwendig wäre, das dann auch in Frage zu stellen wie real kann denn überhaupt so eine Beziehung sein. Auf der anderen Seite ist man dann aber trotzdem verpflichtet, das irgendwo zumindest zu tolerieren oder zumindest als gegebene Wirklichkeit zu sehen, dass vielleicht da bei Jugendlichen eine andere Deutung ist, die ich zum Beispiel nicht nachvollziehen kann."

Hier wird die Frage zum Verhältnis zwischen realer und virtueller Welt noch zugespitzter deutlich. Die beraterische Fragestellung manifestiert sich – im Gegensatz zu dem, was die BeraterInnen vermuten – als problematische

Beziehungsgestaltung selbst rein virtuell. Der realen Welt zugerechnet werden – analog der Schilderung des vorhergehende Falles – die sich einstellenden Gefühle. Damit spitzt sich das Problem der Einschätzung weiter zu. Real versus virtuell erscheint in beiden angeführten Fällen als Dichotomie und die Vorgehensweise zielt darauf ab, realen Bezügen den Vorzug zu geben. In den angestregten Überlegungen steckt jedoch eine weitere Information, nämlich die potentielle Möglichkeit, dass (generations- oder altersabhängig) dieser Umstand prinzipiell neu bewertet werden muss. So lassen sich analytisch zugespitzt zwei Lesarten von E-Mail-Beratung gewinnen: Eine ‚traditionelle‘ Sichtweise, in der – mittels quasi verdeckter anthropologischer Grundorientierung – E-Mail-Beratung Mittel zum Zweck der Bearbeitung ‚realer‘ Beziehungen wird. Mediale Kommunikation und darin ablaufende Beratung hat dann (lediglich) Abbild- und Modellcharakter für diejenigen Belange, um die es ‚tatsächlich‘ geht. Die zweite Sichtweise würde bedeuten, dass sich E-Mail-Beratung darauf einstellen muss, selbstverständlicher Bestandteil einer neuen Gesellschaftsform zu werden, in der die Integration elektronischer Medien soweit fortgeschritten ist, dass die Differenz zwischen ‚virtuell versus real‘ verschwindet, weil die dann gegebene Kommunikationspraxis eine solche Leitunterscheidung nicht mehr bereit hält.

4. Diskussion

In der Rekonstruktion der Implementierung von E-Mail-Beratung kann nachgewiesen werden, dass die Einführung dieser Hilfeform unterschiedlichen Logiken folgt, dabei verschiedene Strategien zum Einsatz kommen und das Medium Rahmenfaktoren setzt, die es zu berücksichtigen gilt und die Konsequenzen für die innerhalb des Mediums ablaufenden Beratungsprozesse haben. Analytisch zugespitzt lässt sich die Einführung von E-Mail-Beratung als nachgeholte Modernisierung beschreiben. Es geht nun nicht mehr um den bloßen Werkzeugcharakter des Computers, der heutzutage in der Sozialen Arbeit als alltäglich vorausgesetzt werden kann (beispielsweise in der Dokumentation, vgl. Schmid 2001) und dessen Einzug – im Vergleich zu anderen Branchen – wiederum auch schon als nachgeholte Modernisierung beschrieben worden ist (vgl. Bolay/Kuhn 1993). Setzt man Computertechnik und den Umgang mit ihr voraus, so schließt sich nun die Nutzung als Medium innerhalb Sozialer Arbeit an. Als nachgeholte Modernisierung kann die Einführung von E-Mail-Beratung deshalb verstanden werden, da andere gesellschaftliche Funktionssysteme eine Adaption an die „Netzwerkgesellschaft“ schon weitaus früher geleistet haben (Castells 2003a, 2003b, 2004), beispielsweise durch den elektronischen Einkauf, Telearbeitsplätze usw. Bei der Feststellung einer solchen Diagnose wäre es aber falsch, Sozialer Arbeit wie so häufig eine bloße „Technikferne“ (Dringenberg 1987) zu unterstellen. Vielmehr erlaubt die Reflexion der Implementierung als nachgeholte Modernisierung einen konstruktiven Blick auf die Brüche, Schwierigkeiten und Entwicklungsaufgaben der Träger, weil Beratung eine spezifische, personengebundene Dienstleistung darstellt, die nicht ohne Schwierigkeiten in eine virtuelle Form zu transformieren ist. Im Folgenden sollen als Fazit einige dieser Brüche verdeutlicht werden (ausführlich vgl. Weinhardt 2009, S. 257ff.).

Soziale Arbeit verortet sich traditionell über sozialräumliche Bezüge, unabhängig davon ob man diese als Lebenswelt (Thiersch 2006), Milieu (Böhnisch 1994) oder

Sozialraum (Kessl 2005) konzipiert. Dabei geht es verallgemeinert immer um konkret fassbare Konfigurationen, in denen Begegnungen stattfinden. Genau diese Überschaubarkeit (und damit auch: Kalkulierbarkeit) ist im Fall von E-Mail-Beratung nicht mehr gegeben. Dies wird exemplarisch am Beispiel der Implementierungslogiken deutlich: E-Mail-Beratung, gedacht als Entlastung eines bestehenden Dienstes, kolportiert sich deshalb selbst, weil ein für KlientInnen attraktives Angebot weder räumlich noch inhaltlich auf die gedachte Zielgruppe beschränkt bleibt, sondern paradoxerweise das Fallaufkommen weiter steigern kann. Ganz ähnlich verhält es sich mit der Erschließung neuer AdressatInnengruppen. Auch diese Logik führt zu einer (dann von vornherein gewollten) Ausdehnung der Arbeit. Träger sind also gefordert, einen Umgang mit diesem netzspezifischen, entörtlichten und entzeitlichten Zugangs zu finden, der häufig noch (sowohl auf AdressatInnen - als auch MitarbeiterInnenseite) mit der generellen Beschleunigungserwartung der Moderne (Rosa 2006) zusammenfällt: Die Hilfe soll nicht nur immer und überall, sondern auch noch schneller als bisher eingeholt und erbracht werden können.

Weitere Hinweise auf die Entwicklungsaufgaben der Institutionen geben auch die Strategien der Einführung: Angestoßen entweder von einzelnen interessierten MitarbeiterInnen (Bottom-Up), Vorgesetzten (Top-Down) oder den marktradikalen Eigengesetzlichkeiten des WWW (Spin-Off) ergeben sich spezifische Brüche. Im ersten Fall sind normative Einwände von KollegInnen und Vorgesetzten zu überwinden, im zweiten Fall fehlt es (noch) an der flächendeckenden Versorgung mit nativ qualifizierten MitarbeiterInnen und im Spin-Off-Prozess kumulieren beide Erfordernisse mit der Notwendigkeit, den Träger überhaupt infrastrukturell auf das neue Angebot einzustellen. Castells hat in seiner umfangreichen Analyse der Netzwerkgesellschaft darauf hingewiesen, dass durch elektronisch vermittelte Kommunikation ganz neue Organisationsstrukturen entstehen, die er Netzwerktopologie nennt. Diese Netzwerke beinhalten zum einen die physikalisch vorhandenen Strukturen (maßgeblich das WWW), aber auch organisatorische Formen wie große Firmen, die außerhalb geographischer und temporaler Grenzen erst innerhalb der Netzwerklogik funktional werden. Ein Fazit seiner Analyse ist dabei, dass so organisierte Institutionen nicht nur in Netzwerken operieren, sondern selbst zum Netzwerk werden. Interessanterweise haben einige der hier beforschten Träger diesen Weg schon beschritten (vgl. Tabelle 1). Sowohl die Telefonseelsorge als auch Sextra sind als Netzwerkträger organisiert und weisen damit die geforderte Robustheit gegenüber der Unkalkulierbarkeit von Diensten im WWW auf. Damit einher kann perspektivisch eine Umstrukturierung der Arbeitsplätze der Professionellen einhergehen: Flexibilisierung von Arbeitszeit und entörtlichter Zugriff auf die Arbeit führen zur Auflösung des klassischen Dienstlengedankens. Reich (1993) prägte den Begriff der Symbolanalyse für diese neue Form der Arbeit, die strukturell durch eine Mischung von privater und beruflicher Zeit (Möller 2001; Rifkin 2000) gekennzeichnet ist. Die Rahmenfaktoren in der E-Mail-Beratung erwirken dabei auch für die Fachkräfte ein Setting, das es erstmals einer großen Menge sozialarbeiterisch Tätigen ermöglicht, ohne physische Begegnungen KlientInnenarbeit zu tun. Es wird abzuwarten sein, in welcher Art und Weise sich Institutionen der E-Mail-Beratung entwickeln und welche (neuen) Formen der Arbeit bei dieser Unternehmung entstehen.

Als letzten Hinweis auf eine erst begonnene Modernisierung können dann die Ergebnisse hinsichtlich der fachlichen Kompetenz angesehen werden. Erste Entwicklungen hinsichtlich einer nativ an das Medium angepassten Methodik (z.B. in Form von Schreibaufgaben) lassen sich in der Rekonstruktion erkennen, gemessen am disziplinär vorgehaltenen Wissen bezüglich des Einsatzes von Schriftsprache in der Beratung (Knatz/Dodier 2003; Epston/White 1999; im Überblick vgl. Weinhardt 2009, S. 83-109) jedoch auf einem niedrigen Niveau. Auch an dieser Stelle gilt es, die weitere Entwicklung zu verfolgen. So wäre es denkbar, dass die Betonung grundlegender Fertigkeiten im Umgang mit der Technik und einem Setting, das fallspezifisch nicht nur als kommunikative Erleichterung, sondern auch als kulturelle Heimat (Turkle 1998) der KlientInnen angesehen werden muss, zunehmend verschwindet, wenn die fortschreitende Veralltäglichsung der neuen Medien dazu führt, das sowohl für Mitarbeiter als auch Institutionen E-Mail-Beratung kein kommunikativer Sonderfall, sondern einen unter vielen gegebenen beraterischen Zugängen darstellt.

Literatur

Bogner, Alexander & Leuthold, Margit (2005). "Was ich dazu noch sagen wollte...". In: A. Bogner, B. Littig, W. Menz: Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag.

Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (2005). Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag.

Bogner, Alexander/Menz, Wolfgang (2005). Das theoriegenerierende Experteninterview: Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: A. Bogner, B. Littig, W. Menz: Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag.

Bohnsack, Ralf & Przyborski, Aglaja & Schäffer, Burkhard (2006). Das Gruppendiskussionsverfahren in der Forschungspraxis. Opladen: Leske + Budrich.

Böhnisch, Lothar (1994). Gespaltene Normalität: Lebensbewältigung und Sozialpädagogik an den Grenzen der Wohlfahrtsgesellschaft. Weinheim [u.a.]: Juventa.

Bolay, Eberhard & Kuhn, Annemarie (1993). "Wilde PC" am Arbeitsplatz: Implementation von EDV in Institutionen sozialer Arbeit durch Mitarbeiter: Eine arbeits- und kultursociologische Untersuchung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Castells, Manuel (2003a). Das Informationszeitalter II: Die Macht der Identität. Opladen: Leske + Budrich.

Castells, Manuel (2003b). Das Informationszeitalter III: Jahrtausendwende. Opladen: Leske + Budrich.

Castells, Manuel (2004). Das Informationszeitalter I: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen: Leske + Budrich.

Capurro, Rafael (1995). Leben im Informationszeitalter. Berlin: Akademie-Verlag.

Döring, Nicola (2003). Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. Aufl., Göttingen [u.a.]: Hogrefe.

Epston, David & White, Michael (1994). Die Zähmung der Monster: literarische Mittel zu therapeutischen Zwecken. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme.

Gläser, Jochen & Laudel, Grit (2004). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag.

Hildenbrand, Bruno & Welter-Enderlin, Rosmarie (2004). Systemische Therapie als Begegnung. 4. Aufl., Stuttgart: Klett-Cotta.

Huber, Günter L. & Gürtler, Leo (2003). Manual zur Software AQUAD 6. Tübingen: Ingeborg Huber Verlag.

Kelle, Udo & Kluge, Susann (1999). Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Opladen: Leske + Budrich.

Kessl, Fabian (Hrsg. (2005). Handbuch Sozialraum. Wiesbaden: VS Verlag.

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

Lamnek, Siegfried (2005). Gruppendiskussion: Theorie und Praxis. 2. Aufl., Weinheim [u.a.]: Beltz.

Laszlo, Vicky J. & Esterman, Gail & Zabko, Sherry (1999). Therapy over the internet? Theory, Research, and Finances. In: Cyber Psychology & Behaviour 2, 293-307.

Marotzki, Winfried (2002). Einführung in qualitative Forschungsmethoden der Erziehungswissenschaft. [online]. Verfügbar unter <http://www.uni-magdeburg.de/iew/web/Marotzki/03/Vorlesung/03.pdf>.

Marr, Mirko (2005). Internetzugang und politische Informiertheit: Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft. Konstanz: UVK Verlag.

Mayring, Philipp (2003). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Weinheim [u.a.]: Beltz.

Meuser, Michael & Nagel, Ulrike (2005a). ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: A. Bogner, B. Littig, W. Menz: Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung (S. 71-94). Wiesbaden: VS Verlag.

Möller, Carola (2001). Immaterielle Arbeit – die neue Dominante in der Wertschöpfungskette. In: UTOPIE kreativ 128, S. 517-524.

Müller, Siegfried (2001). Erziehen – Helfen – Strafen: Das Spannungsverhältnis von Hilfe und Kontrolle in der Sozialen Arbeit. Weinheim [u.a.]: Juventa.

Reich, Robert B. (1993). Die neue Weltwirtschaft: das Ende der nationalen Ökonomien. Frankfurt am Main: Fischer.

Riehm, Ulrich & Krings, Bettina-Johanna (2006). Abschied vom „Internet für alle“? Der „blinde Fleck“ in der Diskussion zur digitalen Spaltung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 54, S. 75-94.

Rifkin, Jeremy (2000). Access - Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden. Frankfurt [u.a.]: Campus.

Rochlen, Aaron B. & Zack, Jason, S. & Speyer, Cedric (2004). Online Therapy: Review of relevant definitions, debates and currently empirical support. In: Journal of clinical psychology 3, S. 269-283.

Rogers, Everett M. (2003). Diffusion of innovations. 5. Aufl., New York: Free Press.

- Rolf, Arno & Kubicek, Herbert (1986).** Mikropolis: mit Computernetzen in die "Informationsgesellschaft" - Pläne der Deutschen Bundespost, wirtschaftliche Hintergründe, soziale Beherrschbarkeit, technische Details. 2. Aufl. Hamburg: VSAVerlag.
- Rosa, Hartmut (2006).** Beschleunigung: die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Rost, Martin (2003).** Zur gesellschaftlichen Funktion von Anonymität: Anonymität im soziologischen Kontext. In: DuD - Datenschutz und Datensicherheit 27, S. 156-158.
- Runkehl, Jens & Schlobinski, Peter & Siever, Torsten (1998).** Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen. Opladen [u.a.]: Westdeutscher Verlag.
- Schelske, Andreas (2005).** Computergestützte Vergesellschaftung. In: Michael Jäckel (Hg.): Online-Vergesellschaftung?: Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien (S. 137-154). Wiesbaden: VS Verlag.
- Schmid, Martin (Hg.) (2001).** EDV-gestützte klientenbezogene Dokumentationssysteme in der sozialen Arbeit: Information und kritische Sichtung. Frankfurt am Main: ISS.
- Schneider, Sabine (2006).** Sozialpädagogische Beratung. Praxisrekonstruktionen und Theoriediskurse. Tübingen: DGVT.
- Thiersch, Hans (1992).** Lebensweltorientierte soziale Arbeit: Aufgaben der Praxis im sozialen Wandel. Weinheim [u.a.]: Juventa.
- Treptow, Rainer (2001).** Handlungskompetenz. In: H.-U. Otto & H. Thiersch (Hg.): Handbuch zur Sozialarbeit/Sozialpädagogik, (S. 757-771). 2. Aufl., Neuwied [u.a.]: Luchterhand.
- Turkle, Sherry (1998).** Leben im Netz: Identität in Zeiten des Internet. Hamburg: Rowohlt.
- Weinhardt, Marc (2009).** E-Mail-Beratung: Eine explorative Studie zu einer neuen Hilfeform in der Sozialen Arbeit. Wiesbaden: VS-Verlag.