

## **Onlineberatung - Ist Mailberatung noch eine angemessene Form, um Jugendliche und junge Erwachsene in (suizidalen) Krisen zu erreichen? Eine sozio-technische Analyse.**

*Alexander Oswald*

### **Zusammenfassung**

Suizid und suizidale Krisen sind immer noch ein gesellschaftlich tabuisiertes Thema. Eine besonders betroffene Risikogruppe sind junge Menschen, an die sich spezielle Onlineberatungsangebote richten, um Suizide zu verhindern. I.d.R. handelt es sich um Mailberatungen, auch wenn mittlerweile das mobile Internet die Mediennutzungsgewohnheiten drastisch verändert hat - die Hochzeit der Mailkommunikation ist vorüber. In der Praxis wird diese Spannung wahrgenommen und erörtert. An dieser Stelle will die vorliegende Ausarbeitung die Diskussion weiter vorantreiben, in dem im Folgenden der Frage nachgegangen wird, ob Mailberatung noch ein angemessener Zugang sein kann, um junge Menschen in suizidalen Krisen zu erreichen. Das methodische Vorgehen orientiert sich an dem Verfahren einer sozio-technischen Analyse, wobei im Konkreten die Zielgruppenpassung betrachtet wird. In Kapitel zwei werden ausgewählte technische sowie soziale Aspekte dargestellt, um sie gemeinsam aufeinander bezogen in Kapitel drei zu diskutieren. Die daraus gewonnenen Argumente werden gegliedert und zu Praxisimpulsen verdichtet, die sich als offene Diskussionsangebote im Sinne der Fragestellung, verstehen.

### **Schlüsselwörter**

Onlineberatung, Mailberatung, Suizid, Lebenskrisen, Prävention, Jugendliche

### **Abstract**

Suicide and suicidal crises are still taboo topics in modern societies. Young individuals in particular are at risk of suicidal tendencies. Specialized online counselling institutions are offering support in order to prevent such actions. In general the counselling happens via mail ignoring the fact, that young people today increasingly use the mobile internet. Modern media use has changed enormously and the era of the mail communication is over. The field of social work practice has recognized these conflicting developments and has made them a subject of ongoing discussions. This work intends to drive this debate forward and reflects the question, whether mail counselling will still be an adequate way to reach suicidal adolescent in the future or not. The analysis is based on socio-technical approach focusing on the target group. Chapter two combines the relevant social-technical facts, which are later discussed in chapter three thus developing an adequate argumentation basis for the debate. At the end of this work, some impulses will be offered that may help to improve the current practice.

### **Keywords**

online counselling, email counselling, suicide, life crisis, prevention, youth

### **Autor**

- **Alexander Oswald**
- Studium der Erziehungswissenschaft (B.A.) an der Eberhard-Karls-Universität Tübingen und der Sozialen Arbeit (M.A.) an der Technischen Universität Dresden
- 2015-2017 Projektreferent im Online-Suizidpräventionsprojekt [U25] am Standort Dresden
- **Kontakt:** E-Mail: [aleos7@web.de](mailto:aleos7@web.de)

## **1. Einleitung**

Suizid und (suizidale) Krisen sind immer noch ein gesellschaftlich tabuisiertes Thema, dem ein offener Artikulationsraum fehlt. Zu den gefährdeten Gruppen, die davon besonders betroffen sind, zählen Jugendliche und junge Erwachsene. Im Durchschnitt nehmen sich jährlich in der Bundesrepublik ca. 600 Menschen unter 25 Jahren das Leben - nach dem Verkehrstod also die zweithäufigste Todesursache in dieser Altersgruppe (600 Leben 2018; Youth-Life-Line 2018). Die gängigen Hilfsangebote und Beratungen im Netz, die junge Menschen in suizidalen Lebenskrisen adressieren, greifen auf das Medium Mail zurück. Doch das Internet ist mobil geworden - Apps und Instant-Messenger-Dienste sind mittlerweile vorherrschende Tools der smarten Netzwelt, während das Medium Mail seine Hochzeit hinter sich hat. In der Praxis stellt sich die Frage, wie aktuell feststellbare Nutzungsmuster digitaler Medien gewinnbringend in bestehende Onlineangebote integriert werden können bzw. ob bestehende Arrangements neu gedacht werden müssen. Darum soll in der vorliegenden Ausarbeitung der Frage nachgegangen werden, ob Mailberatung noch eine angemessene Form darstellen kann, um junge Menschen in suizidalen Lebenskrisen zu erreichen. Um aktuelle Tendenzen zu reflektieren und einzuordnen soll ein sozio-technisches Analysemodell herangezogen werden. Das Setting Onlineberatung wird hierbei als ein gemeinsames Arbeitssystem, bestehend aus sozialen und technischen Strukturen begriffen, die sich gegenseitig beeinflussen und verändern (Hecht 2010). Der Gegenstand der Analyse wird auf die Zielgruppenperspektive eingegrenzt, mit dem Ziel, die Diskussion um die konzeptionelle Weiterentwicklung bzw. Anpassung bestehender Onlineberatungsangebote für junge Menschen in suizidalen Krisen und der Suizidprävention im Angesicht veränderter Mediennutzungstendenzen voranzutreiben. Die so gewonnenen Argumentationsstränge münden in Handlungsimpulsen, die als offenes Diskussionsangebot verstanden werden können.

## **2. Problemstellung und Herangehensweise**

Die fortwährende Herausforderung sozialpädagogischer Arbeit besteht darin, ihre Angebote an den Bedürfnissen der AdressatInnen auszurichten. Weichen Angebot und Nachfrage zu sehr voneinander ab, stellt sich die Frage nach der Legitimation solcher Maßnahmen. Die Entwicklung moderner Kommunikationstechnologien vollzieht sich rasch und damit einhergehend verändern sich soziale Praxen der Mediennutzung. Im Sinne einer schöpferischen Zerstörung können digitale Praxen innerhalb kurzer Zeit sogar völlig verschwinden und andere Nutzungsphänomene treten an ihre Stelle (Weinhardt 2013). Insbesondere der Onlineberatung wird unterstellt, dass in ihrer Praxis das Gefühl herrsche, von aktuellen Tendenzen leicht abgehängt werden zu können (Hecht 2010). Daraus ergibt sich die hier zu verhandelnde Frage, ob die mailförmige Beratung noch eine angemessene Form sein kann, um Jugendliche und junge Erwachsene in suizidalen Krisen zu erreichen. Um aktuelle Entwicklungen einzuordnen wird eine passende Reflexionsfolie benötigt. Im Sinne der aufgeworfenen Frage soll der Fokus auf der NutzerInnenperspektive liegen. Weitergehend wirken sich die angerissenen technischen Neuerungen auch auf den sozialen Handlungsraum aus und umgekehrt. Hecht (2010) schlägt daher ein sozio-technisches Konzept vor,

welches soziale und technische Faktoren aufeinander bezieht, sie abgleicht und deren Passung zueinander diskutiert, mit dem Ziel, ein Angebot möglichst adäquat für die jeweilige Zielgruppe der Onlineberatung maßzuschneidern.

Der Ablauf einer sozio-technischen Analyse folgt einer genauen Betrachtung für die der Onlineberatung zur Verfügung stehenden Technologien einerseits und unterschiedlicher Ebenen des sozialen Systems, in welchem Beratungshandeln stattfindet, andererseits. Die primäre Ebene des sozialen Systems bildet die Beratung selbst, sprich die Interaktion zwischen Ratsuchenden und BeraterInnen. Darunter fällt neben dem konkreten Beratungshandeln auch die Anbahnung des Kontaktes zwischen den relevanten Akteuren selbst sowie auch allgemeine Eigenschaften bzw. soziale Praxen der Zielgruppe, die zu erreichen gewünscht wird. Die sekundäre Ebene nimmt die Organisation, die die Beratungsleistung erbringt, selbst in den Blick. Konkret geht es hier um die Ausstattung an Ressourcen bzw. die Fähigkeit jene zu aktivieren. Auch die Passung von Organisationszielen und dem Zweck der verfolgten Beratungsleistung spielen hier eine Rolle sowie die Frage nach der möglichen Anpassungsfähigkeit gegenüber auftauchenden Veränderungen, die die Flexibilität der Organisation herausfordern kann. Natürlich lassen sich auch hier noch weitere Aspekte finden. Die tertiäre Ebene des sozialen Systems bilden allgemeine Rahmenbedingungen, die für die Organisationen, welche Beratung anbieten, von Wichtigkeit sind. Gesetzliche Vorgaben - man denke beispielsweise an den Datenschutz - zählen hierzu, wie auch Fragen zur gesellschaftlichen Relevanz und Akzeptanz der konkreten Beratungsdienstleistung. So legt der gesellschaftliche Diskurs fest, welche sozialen Probleme erst zu anerkannten Problemen werden, für deren Bearbeitung Ressourcen freigesetzt werden sollen (Schetsche 2008). Die Analyse der technologischen Aspekte legt den Schwerpunkt auf verfügbare Optionen, die zum Einsatz in der Onlineberatung (potentiell) geeignet sind und nimmt weiter deren Charakteristika in den Blick. Konkrete Grenzen und Möglichkeiten der betreffenden Kommunikationstechnologien und Medien sollen so offengelegt werden. Sind die Bedingungen und Eigenschaften des sozialen bzw. technischen Systems im Einzelnen dargelegt, sieht der nächste Schritt einer sozio-technischen Analyse den Abgleich beider Systeme vor, wobei eine Passung unter Berücksichtigung der Fragestellung gefunden werden soll. Allgemeine Anforderungen des sozialen Systems und verfügbare technische Optionen werden in einer Diskussion argumentativ geprüft, sodass eine Abwägung transparent stattfinden kann.

Im Rahmen der vorliegenden Ausarbeitung kann eine ausführlich-umfassende Formulierung eines solchen Analyseprogramms nicht erfolgen. Herausgegriffen sei daher ganz konkret die Zielgruppenperspektive, sprich Aspekte der aktuellen Mediennutzung und die Thematik Suizid und Suizidalität im Jugendalter. Nachfolgend sollen in Kürze genau diese konkreten Anforderungen des sozialen Systems sowie aktuell diskutierte technische Tools und Anwendungsmöglichkeiten im Bereich der Onlineberatung dargestellt werden. Der Abgleich beider Subsysteme und die Suche nach einer Passung zwischen den hier dargestellten Anforderungen und den zur Verfügung stehenden technischen Anwendungsmöglichkeiten erfolgt in der Diskussion.

## 2.1 Anforderungen des sozialen Systems

Der Teilung folgend, die vorgeschlagen wurde, sind der Komplex Suizidalität und seine Verbindung zum jungen Erwachsenenalter sowie der Blick auf aktuelle Mediennutzungstrends der Zielgruppe zu betrachten.

*Suizid und Suizidalität* gelten als soziales Problem, welches in unserer Gesellschaft mit einem weitgehenden Tabu belegt ist. Menschen die sich damit auseinandersetzen oder betroffen sind, erfahren häufig Ausgrenzung und Unverständnis bzw. sind davon bedroht. In der Sozialen Arbeit kann dieses Phänomen lebensbewältigungstheoretisch als dysfunktionale Lösungsstrategie verstanden und als solches auch bearbeitet werden. Suizid und Suizidalität können Ausdruck krisenhafter, kritischer Lebensereignisse sein [1].

Erfolgte Selbsttötungen sind Ergebnis vorausgegangener intensiverer innerer Prozesse, wobei in diese Entwicklungen präventiv interveniert werden kann. Allerdings ist es Betroffenen nur in besonders sensiblen Arrangements möglich, über ihre Gedanken und Absichten zu sprechen. Der Lebensabschnitt Jugend und junges Erwachsenenalter ist geprägt von Entwicklungsaufgaben der Identitätsfindung und dem Übergang in das Erwachsenenleben. Kritische Ereignisse und fordernde Entwicklungsaufgaben finden am Horizont zwischen Gelingen und Scheitern statt. Viele Probleme und Lebensherausforderungen stellen sich zum ersten Mal und jungen Menschen fehlt es hier an bereits erprobten Bewältigungsstrategien, weshalb die Suizidgefahr in dieser Gruppe hoch ist. Das mag auch erklären, weshalb sich der bundesdeutsche Trend stetig sinkender Suizide in den vergangenen 30 Jahren am wenigsten bei der betreffenden Altersgruppe bemerkbar machte (Davison, Neal & Hautzinger 2007; Ringel 1999; Sonneck 2000).

Die Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener in der Bundesrepublik sind äußerst unterschiedlich und machen es allgemein schwierig, von *einer* homogenen Altersgruppe an sich zu sprechen. Dennoch sind eindeutige Trends festzustellen. Junge Menschen nutzen internetbasierte Kommunikationstechnologien und Medien intensiv und an den persönlichen Bedürfnissen orientiert differenziert. Erstmalig kann auch von einer faktischen digitalen Vollversorgung gesprochen werden. Nach Alter, Herkunft und Geschlecht lassen sich Mediennutzungsweisen differieren, allerdings ist zu beobachten, dass insgesamt die Unterschiede lediglich punktuell sind [2]. Der Trend geht unweigerlich hin zur mobilen Datennutzung durch entsprechende Endgeräte und damit einhergehend einer potentiell permanenten Verbindung zum WWW. Das schlägt sich auch in den Erwartungen nieder, wobei NutzerInnen Dienste, Informationen sowie Anwendungen auf Abruf konsultieren möchten - unabhängig von Zeit und Ort. Zwar gehören *klassische* Onlinedienste wie Webmailkonten nach wie vor zu den alltäglich verwendeten Anwendungen, doch dominieren Soziale Netzwerke und Instant-Messenger-Dienste den Medienalltag junger Menschen deutlich. Die Konsultation digitaler Dienste befindet sich im Allgemeinen auf einem sehr hohen Niveau, nahe einer Sättigungsgrenze (17. Shell Jugendstudie 2015; mpfs 2016; Sinus Jugendstudie 2016; ARD/ZDF Online-Studie 2016).

## 2.2 Technische Anwendungen

Hecht (2010) folgend leiten sich aus den Gegebenheiten der sozialen Ebenen potentielle passende Anwendungsmöglichkeiten technischer Lösungen her. Beratung per Mail, Chat oder in Foren gelten als bereits etablierte Formen der Onlineangebote. Die Nutzung von Social Media und Smartphone-kompatiblen Anwendungen werden diskutiert und ihre Möglichkeiten bzw. ihre Tauglichkeit ausgelotet. Daher sollen im Folgenden etablierte und diskutierte Anwendungsmöglichkeiten und deren Charakteristika kurz dargestellt werden.

Die Mail gilt als Medium, mit dem sich Onlineberatung etablierte und groß wurde. Der Vorzug dieser Technik hatte sicher in hohem Maße institutionelle Hintergründe. Zum einen besaßen soziale Einrichtungen eigene Mailadressen über die KlientInnen sich an BeraterInnen wenden konnten und somit einen Bedarf generierten. Zum zweiten passt die asynchrone Kommunikation gut zu den Arbeitsbedingungen in den jeweiligen Beratungsstellen. Anonymität und innere sowie äußere Niederschwelligkeit, trotz Ausnahmen, sind unbestritten und geschätzter Vorteil mailbasierter Onlineberatungsstellen. Der Austausch von Dokumenten findet zeitversetzt statt und ermöglicht es den NutzerInnen, nach eigenem Belieben zu schreiben. Entgrenzung des räumlichen und zeitlichen und die Entfaltung der KlientInnenautonomie sind hier noch zu ergänzen (Knatz 2009).

Die Chatberatung kann ebenfalls anonym erfolgen und ist räumlich entgrenzt. Die Interaktion zwischen den KommunikationspartnerInnen erfolgt synchron und beide müssen daher zur gleichen Zeit in Verbindungsbereitschaft sein [3]. Chats erfordern daher Termine und festgelegte Beratungszeiten, ähnlich den Offline-Beratungsstellen. Beide Kommunikationspartner sind medial vermittelt einander präsenter als in der Mailberatung, da sie sich in Echtzeit gegenüber treten. Das Chatten ist zudem näher am Gespräch als andere Medien. Vorteile des Chats liegen darin, dass bestimmte Anliegen konkret und unmittelbar bearbeitet werden können bzw. auch, dass es möglich ist, in Multi-User-Chaträumen einen kollektiven Austausch zu ermöglichen (Heider 2008; Hintenberger 2009).

Foren sind Austausch- und Diskussionsplattformen. Beiträge werden von NutzerInnen hinterlassen, diskutiert und bearbeitet. Es handelt sich hierbei um asynchrone Kommunikation, die zeitlich und räumlich entgrenzt ist. Foren können ebenfalls anonym in Anspruch genommen werden, wobei die NutzerInnen sich durch ihre Fragen bzw. Beiträge in einer (Halb-)Öffentlichkeit sehr stark exponieren, was zu Hemmungen führen kann. Positive Aspekte der Foren sind ihr Selbsthilfecharakter, da oftmals Betroffene mit Betroffenen agieren und kollektives Wissen generiert und weitergegeben werden kann. Foren appellieren an ihre NutzerInnen selbst, in der Diskussion mitzuwirken und können eine Vielzahl an Informationen und unterschiedlichen Medienformaten vernetzen sowie integrieren (Brunner 2009).

Soziale Netzwerke und Social Media entstanden im Zuge des Web 2.0. Sie sind lebendige virtuelle Gemeinschaften, die es Menschen ermöglichen, in Kontakt zu treten, Informationen auszutauschen und eigene Inhalte im Netz zu generieren. Der Vernetzungsgrad gegenüber vorangegangenen Kommunikationstechnologien und Medien ist hier besonders hoch, was es ermöglicht, Aufmerksamkeit in großem

Stil zu erzeugen und Informationen unterschiedlichsten Gruppen und NutzerInnen über die Knotenpunkte zugänglich zu machen. Die gängigsten allgemeinen Sozialen Netzwerke gehören Großkonzernen, die mit Informationsprofilen ihrer NutzerInnen wirtschaftlichen Mehrwert erzeugen. Anonymität und Datenschutz werden somit im weitesten Sinne auf ein Mindestmaß verringert bzw. stark aufgeweicht, um sie verwertbar zu machen (Eichenberg 2016; Thiery 2011).

Unter Apps sind Zusatzanwendungen für mobile Endgeräte zu verstehen, die insbesondere auf gängige Smartphones und auch andere Endgeräte, wie z.B. Tablets aufgespielt werden können. Diese Programme sind in Design und Funktionsweise eigens an die Anforderung der mobilen Internetnutzung via Smartphone bzw. Tablet angepasst. Apps bieten unterschiedlichste Dienste aus den Bereichen Kommunikation, Unterhaltung, Konsum, Informationsbeschaffung und Datenverarbeitung an. Daher sind ihre Anwendungsmöglichkeiten groß und vielseitig. Smartphones sind multifunktionale Endgeräte, die unterschiedlichste Funktionen auf nur ein Gerät vereinigen können, was neue Nutzungsmöglichkeiten eröffnet. Im medizinisch-therapeutischen und auch psychosozialen Feld werden Smartphones und entsprechende Software bereits erprobt und angewendet. Allerdings ist die Einhaltung sozialpädagogischer Standards in Bezug auf eine digitale Ethik eher fraglich (Heider 2010).

### **3. Diskussion**

Nach dem kurzen, jeweils separaten Abriss der relevanten sozialen und technischen Faktoren, soll im Folgenden eine Zusammenführung versucht werden, um die wichtigsten Aspekte herauszuarbeiten. Die Diskussion wird anhand der Dimensionen *Anonymität*, *Zeitregime* und *Niederschwelligkeit* strukturiert, die eine gewisse Tradition im Diskurs der Onlineberatung einnehmen.

Die *Anonymität und Pseudonymität* der Onlineberatungsangebote ist KlientInnen wichtig und wird von ihnen sehr geschätzt. Erst in der Anonymität können schwierige, schambehaftete und tabuisierte Themen zur Sprache kommen, die anderswo unausgesprochen bleiben (Weinhardt 2009). In der Anonymität wird ein pädagogischer Schutzraum geschaffen, der die Artikulation der suizidalen Gedanken erst ermöglicht. Spannungen, die für das sogenannte präsuizidale Syndrom nach Ringel charakteristisch sind, können somit entschärft und abgebaut werden. Soziale Hinweisreize sind, zumindest vorerst, außer Kraft gesetzt. Ebenso können Suizidgefährdete ihre Identität modulieren und nach Belieben ändern. Dieses Spiel als Distanzierung vom selbst Erlebten kann hilfreich sein, die eigenen Probleme auf kreative Weise zu externalisieren. So beispielsweise, in dem Ratsuchende das Geschlecht wechseln oder vorgeben, für einen Nahestehenden Hilfe anzufordern.

Die Zusicherung der Anonymität hängt auch mit der Rückverfolgbarkeit der Daten zusammen. Nur so bleibt die Autonomie und Souveränität der AdressatInnen gewahrt. Professionelle Mail-, Chat- und Forenberatungsangebote bieten gleichermaßen die Möglichkeit durch eigene Portale - sogenannte Accountsysteme - diesen Maßgaben Rechnung zu tragen. Apps sind letztlich mobilfunkkompatible Anwendungen, die insbesondere für die Bedienerumgebung von Smartphones entwickelt werden. Onlineberatungsstellen können eigene Apps, welcher Funktion

sie auch immer dienen mögen, selbst implementieren, solange sie die Datenhoheit behalten und Datenschutzstandards eingehalten werden können. Liegt die UrheberInnenschaft bei Dritten, sind Datenlecks zu erwarten und eine direkte Nutzung innerhalb des Beratungsprozesses stößt sich an geltenden Fachstandards. Das muss den Gebrauch aber nicht ausschließen, solange KlientInnen selbst darüber entscheiden sie zu nutzen oder es eben nicht zu tun - gedacht sei an Selbsthilfe-Apps. An dieser Stelle ist es den Professionellen allerdings geboten, über mögliche Risiken aufzuklären (ASWB 2014). Auf diesem Wege können App-förmige Anwendungen Verwendung finden, die bei NutzerInnen so beliebt sind. Einzig professionelle Beratung auf Social Media Plattformen selbst durchzuführen, ist aufgrund der Rechtslage nicht möglich (Thiery 2011).

Außerdem sprechen ethische Bedenken gegenüber der Datenpolitik der Anbieter Sozialer Netzwerke dagegen. Trotzdem spielen Social Media Formate eine sehr wichtige Rolle in der Onlineberatung, um genau dort Präsenz zu zeigen, wo junge Menschen sich aufhalten. Besonders beliebte Soziale Netzwerke sind Facebook und Youtube, über die junge Menschen sich auch zu vielfältigsten Themen informieren. Onlineberatungsstellen können durch eigene Präsenzen in Social Media auf sich und ihre Arbeit aufmerksam machen. Über Vernetzung mit anderen AkteurInnen, Videoblogs und Posts können sie kritisch für ihre Interessen werben und Informationen teilen. Eine besonders interessante Methode Online- und Offline-Welten zu verbinden sind Guerilla-Marketing-Aktionen [4]. Sie sorgen für Aufsehen im reell-öffentlichen Raum und erzeugen auch gleichzeitig Aufmerksamkeit in den Social Media Communities. So können verschiedene Zielgruppen leichter und effektiver angesprochen werden. Weitere wichtige Verbündete und potentielle MultiplikatorInnen sind Gewährspersonen aus der Social Media Szene, da sie eine Vorbildfunktion für ihre jungen Follower erfüllen. Ein verbreitetes Problem für potentielle NutzerInnen ist zudem nach wie vor, die Seriosität von virtuellen Beratungsangeboten einzuschätzen. Da junge Menschen auch in Netzwerken intensiv recherchieren, hilft eine gut gestaltete Social Media Präsenz, das eigene Angebot optimal in der Community zu platzieren (Thiery 2011). Die psychosoziale Beratungsszene hat dahingehend noch attestierten Nachholbedarf. Die Verstärkung des eigenen Auftritts in Sozialen Netzwerken bietet eine (Teil-) Lösung für die hervorgebrachte Kritik an, dass Onlineberatung es versäumt hat, in den lebensweltlich relevanten Medien Stellung zu beziehen (Klein 2015).

Während in punkto Anonymität zwischen den behandelten Alternativen keine relevanten Unterschiede markant werden, zeichnet der Blick auf das *Zeitregime* ein anderes Bild. Chatformate ermöglichen eine quasi-synchrone Kommunikation zwischen zwei oder mehreren NutzerInnen. Stärken liegen in der gemeinsamen Telepräsenz der Kommunikationspartner, die einen direkten und unmittelbaren Austausch befördern können bzw. auch eine größere soziale Nähe zwischen den PartnerInnen herstellen. Gerade die Beliebtheit der Chats lässt den Schluss zu, dass solche Formate verstärkt implementiert werden sollten, möchte man den Gewohnheiten der Zielgruppe entgegenkommen. Der Chat, der sinnbildlich für eine Instant-Erreichbarkeit steht, verweist allerdings auf ein Paradoxon: Das Prinzip einer so verstandenen Erreichbarkeit bricht sich am Zeitregime des Formates selbst. Beide PartnerInnen müssen zur gleichen Zeit in Kommunikationsbereitschaft sein und darum braucht es unweigerlich terminierte Absprachen. Der unmittelbare Kommunikationswunsch wird in eine Terminkalenderlogik gepresst

und der gedachte Vorteil geht verloren. Das Medium, dass am meisten mit der Kommunikation auf Abruf assoziiert wird, zeigt sich in dieser Hinsicht unflexibel, was dazu führt, dass Anliegen nicht artikuliert werden können, gerade dann, wenn Not und Sorge am größten scheinen. Die Kommunikation verstummt zwischen den Chatterminen. Chats bieten sich damit nur sehr bedingt als Alleinlösung an, da sie sehr ressourcenintensiv sind (Heider 2008).

Asynchrone Formate wie Mail und Foren ermöglichen einen zeitversetzten Austausch. Anfragen können an jedem Ort und zu jeder Zeit gestellt werden, ganz nach den Bedürfnissen der NutzerInnen. Ratsuchende scheinen mehr Wert auf eine versetzte Antwort zu legen, die allerdings garantiert verlässlich im angebotenen Zeitrahmen bearbeitet wird, als auf Instant-Rückmeldungen. Für die Umsetzung und Erarbeitung gelingender Problemlösestrategien ist es zudem unerheblich, ob sie in einem synchronen oder asynchronen Arrangement entwickelt wurden (Brummel 2008). Beratungen müssen nicht nur in dyadischen Systemen stattfinden. So gibt es spezielle Experten- und Themenchats, die auf die Arbeit mit Gruppen zielen (Fieseler 2013). Foren funktionieren einzig nach dem many-to-many-Prinzip und ermöglichen die Schaffung eines öffentlichen Raumes. Die Mitglieder partizipieren aktiv oder passiv an der Rezeption gestellter Anfragen. Positive Gruppeneffekte stehen negativen gegenüber. Unterstellt sei, dass intime und schwierige Themen, wie Suizid und Suizidalität eher einen geschützten, exklusiven Rahmen erfordern. Die Selbsthilfeaspekte sind überzeugend, können aber die generellen Beratungsbedürfnisse nur in einem eng gesteckten Rahmen abdecken.

Die *Niederschwelligkeit* der angesprochenen Onlineangebote ist weitgehend *technisch vermittelt*. Anonymität sowie die Ablösung von Zeit und Raum werden in der Literatur hierzu angeführt. Das ist allerdings nicht Alleinstellungsmerkmal der Mailberatung, sondern trifft grundsätzlich auch auf die anderen Onlineberatungsarrangements zu (Knatz 2011). Die faktische digitale Vollversorgung junger Menschen ermöglicht des Weiteren einen entsprechenden guten Zugriff auf Onlineangebote aller Art. Diese technischen Seiten der Niederschwelligkeit vermochte es, die bestehenden Hürden, Beratung in Anspruch zu nehmen, prinzipiell zu senken, aber damit bleiben dennoch Hemmschwellen bestehen. Hier sind pädagogische Konzeptionen gefragt und ggf. passende technische Zusatztools, um jene zu bearbeiten. Aber Niederschwelligkeit ist vor allem auch ein pädagogisch zu gestaltendes Element, dass nicht nur auf technische Behebung hoffen kann. Gruppenvermittelte Angebote sind höherschwelliger als individuelle Arrangements, da die Bereitschaft, sich zu exponieren, sinkt. Die Aneignung der digitalen Welten sind habituell geprägt und an den Bildungshintergrund gekoppelt. Gerade auch für die Onlineberatung sind diese Effekte belegt (u.a. Klein 2009). Da die betreffende Kommunikation schriftbasiert ist, verschärfen sich Unterschiede auch hier nochmals, sodass strukturelle Exklusionsmechanismen greifen und Menschen abhalten, diese Hilfen in Anspruch zu nehmen. Neben dem Gefälle der Medienkompetenz und der unterschiedlichen Ressourcenausstattung, ist die Frage des Geschlechts eine dringende. Vor allem junge Männer sind unterrepräsentiert und gelangen kaum in die Onlineberatung (Dowling, 2015). Hier fehlen ausformulierte sozialpädagogische Konzepte, um diese Herausforderung zu bearbeiten. Es besteht hier dringender Handlungsbedarf, da 2/3 aller Suizide von Männern verübt werden (Youth-Life-Line 2018). Hierbei



könnte eine Brücke zu eher männlich dominierten Medien geschlagen werden. Auch die Frage, wie Menschen zu den passenden Onlineangeboten kommen, bleibt wenig reflektiert. Nicht jedes Bedürfnis nach Hilfe mündet in einer Beratung und auch die AbbrecherInnenquote durch eine restriktive Anmeldepraxis auf Seiten der Beratungsstellen sucht nach Beantwortung.

#### **4. Praxisimpulse**

Ausgang der vorliegenden Arbeit war die Frage, ob Mailberatung noch ein angemessener Kommunikationskanal ist, um junge Menschen in suizidalen Krisen zu erreichen. Unterstellt wurde, dass das Medium Mail nicht mehr den aktuellen Nutzungsgewohnheiten des mobilen Internets und der Smartphonetechnologien entspricht. Instant Messenger-Dienste und die vernetzten Welten des Social Media prägen die Gewohnheiten der jungen NutzerInnen und strukturieren ihren virtuellen Alltag, der sich nicht mehr in online- bzw. offline Welt trennen lässt. App-Anwendungen ermöglichen praktisch von überall Zugriff auf Unterhaltungs-, Kommunikations- sowie Informationsdienste. Die dargestellten Mediennutzungsstudien bekräftigen diese Hypothese und unterfüttern sie empirisch. Das Schreiben der klassischen E-Mail gehört lediglich für ca. 40% der Jugendlichen zum Standardrepertoire und gerade noch 1/5 aller Menschen dieses Alters nutzen Webmailanwendungen täglich (JIM 2016). Es ist eine der vielen Kommunikationsmöglichkeiten im Repertoire der NutzerInnen, die neben anderen steht und damit zumindest *noch* zum Grundrüstzeug gehört. Die Dominanz der Mailberatung beruht darauf, dass sie zahlreiche Vorteile bietet. Sie ist kommunikationsökonomisch adäquat - für BeraterInnen und auch für Ratsuchende. So schreibt Weinhardt (2010, S. 8) der Mailberatung zu, dass sie "... als universelles Medium unterschiedliche Beratungsanlässe ... bearbeiten ..." könne. Somit bietet die Mailberatung ihren KlientInnen viele Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten: Zwischen Brief, Notiz, Gespräch oder, emotionaler gewendet, einem antwortenden Tagebuch bzw. Kummerkasten ist vieles denkbar. Diese Zusammenschau attestiert den gängigen Mailberatungsangeboten dennoch einen Handlungsbedarf, sich mit den aktuellen Trends, die nunmehr Fakten sind, produktiv auseinanderzusetzen.

Nach der vorliegenden Diskussion lässt sich schließen - *erstens*, dass das Medium Mail aus den dargelegten Gründen seine Dominanz in der Onlineberatung für junge Erwachsene in Suizidgefahr mitnichten einbüßen wird. Die Mailberatung ist aus dem Grundbaukasten einer solchen Onlineberatungsstelle nicht wegzudenken und immer *noch* ein adäquates Mittel, um geeignete Beratungsangebote für die Zielgruppe zu inszenieren. So können *zweitens* andere Kommunikationskanäle wie Chat und Forum in der ein oder anderen Weise ergänzend in ein solches Onlineberatungsangebot integriert werden - auch wenn die Beratung per Mail das Kernstück darstellt (dies gilt vor allem bei Onlineberatungsangeboten für junge Menschen in suizidalen Lebenskrisen). An der Mailberatung als Alleinlösung festzuhalten steht in Spannung zu den aufgeführten Tatsachen. Produktive Synergie-Effekte unterschiedlicher Kommunikationsmedien sind in der Literatur beschrieben und konstruktive Vorschläge wurden dahingehend bereits gemacht (Heider 2008; Weiß & Engelhardt 2012). Mögliche Umsetzungen in der Praxis scheitern dagegen an der prekären Ressourcenausstattung (Gehrmann 2010). *Drittens*: Die wirklich aktuelle Frage ist allerdings, wie die Möglichkeiten des Web

2.0 und der mobilfähigen Endgeräte die Bedingungen, welche Onlineberatung vorfindet, verändern bzw. welche Handlungsanforderungen sie stellen. Hervorgebrachte Möglichkeiten stehen stets auch in einem Spannungsfeld: Was aus Perspektive der Ratsuchenden möglich, innovativ oder nötig erscheinen mag, muss in der Gesamtschau keineswegs auch auf Seiten der OnlineberaterInnen produktiv verarbeitet werden. Gleichzeitig birgt ein Nicht-zur-Kennntnisnehmen erwähnter Entwicklungen das Risiko in sich, die eigene Zielgruppe aus den Augen zu verlieren (Weinhardt 2013). *Viertens* wurde offensichtlich, dass trotz kritischer Impulse in der Literatur, verbürgte Handlungskonzepte wenig ausgeprägt sind, die konkret vorschlagen, wie bestimmte strukturelle Schwellen pädagogisch bearbeitet werden können, um die Niederschwelligkeit für bestimmte marginalisierte Gruppen herabzusetzen. Abschließend können, der Auseinandersetzung folgend, fünf Handlungsimpulse festgehalten werden:

(1) *Karten machen* - KlientInnen finden den Weg nicht einfach so zur Onlineberatung. Junge Menschen, die sich über das Thema Suizid und Suizidalität informieren bzw. sich damit auseinandersetzen, nutzen das Internet. Die Informationssuche entspringt zwar einem Bedürfnis, dass aber noch lange nicht nach einer Beratungsleistung verlangt oder in einen Beratungskontakt mündet. Es gibt Möglichkeiten, Suchmaschinen in diesem Sinne intelligent zu nutzen. Man spricht von der *Suchmaschinenoptimierung*. So können bekannte themenverwandte Suchstichworte mit hoher Relevanz eruiert und als Schlüsselwörter eingebunden werden, um das eigene Beratungsangebot leichter und schneller auffindbar zu machen. Zu wissen, auf welchem Wege AdressatInnen zur Beratung gelangen, hilft dabei, die Suche in diesem Sinne einfacher zu gestalten bzw. das eigene Angebot gezielter zu bewerben. Hier kommt das *Social Media-Marketing* ins Spiel (Hölderle 2013; Feikert 2016).

(2) *Komplementäre Diversifizierung* - Verschiedene Bedürfnisse erfordern unterschiedliche Angebote. Potentielle Kommunikationskanäle der Onlineberatung haben für sich und in Abgrenzung zueinander verschiedene Stärken und Schwächen, wie in der Diskussion gezeigt wurde. Die Mailberatung kann zwar aufgrund ihrer Eigenschaften einen Art Generalitätsanspruch durchsetzen, was nicht bedeutet, dass Foren- sowie Chatberatung keine sinnvolle Ergänzung sind, um pädagogische Anliegen umzusetzen bzw. auch als eigenständige Onlineberatungsformate funktionieren. Wenn die institutionelle Ressourcenausstattung es zulässt, kann es sinnvoll sein, die *Synergie-Effekte* komplementärer Angebote zu nutzen. Zudem bringen die potentiellen NutzerInnen auch unterschiedliche Wünsche und Vorstellungen mit, denen durch unterschiedliche Angebotsschwerpunkte flexibel und am Ratsuchenden orientiert entsprochen werden kann. Stetige Beratungskontakte könnten je nach Bedarf während des Prozesses zwischen Chat und Mail wechseln. Denkbar wären auch feste virtuelle Sprechstunden, um gezielte Fragen zu beantworten. Ebenso Themen- bzw. Expertenchats, die die Stärken der Gruppenkommunikation nutzen. Damit könnten Vorteile der kollektiven Wissenskonstruktion und der Selbsthilfe integriert werden. Wünschenswert für die entsprechende Zielgruppe wäre es beispielsweise Beratungs- und Informationsportale miteinander zu verknüpfen: Häufig gestellte Fragen aus der Beratung könnten dort auch als FAQs veröffentlicht werden. Prägnante Fragen könnten auch öffentlich gepostet und im Stil des Forums durch Professionelle beantwortet werden - es spräche auch nichts dagegen, dieses

Format moderiert und beteiligungsoffen im Sinne der AdressatInnen zu gestalten. Die Aufbereitung der Informationen sollte klientInnenengerecht erfolgen - d.h. die audiovisuelle Aufbereitung und Vernetzung von Social Media und anderen verweisungswerten Inhalten spielt eine wichtige Rolle (Heider 2008; Hölderle 2013).

(3) *Mobile Beratung* - Das Internet wird heute hauptsächlich mobil gelebt. Die Mobilfähigkeit der Beratungshomepages reicht nicht aus, um niederschwellige und den NutzerInnen angemessene Hilfen aus dem Netz zu bieten: Erstens - Die Onlineberatung selbst sollte auch über eine eigene App-Anwendung angeboten werden können. Aus technischer Warte können Datenschutzbedenken ausgeräumt und ein sicherer Kommunikationskanal geschaffen werden. Neben der schriftbasierten Beratung könnte auch analog zur bekannten Chatanwendung Whats App eine (asynchrone) Sprachnachrichtenfunktion eingebaut werden. So könnten die diskutierten Barrieren, verursacht durch die Schriftlichkeit, zum Teil entschärft werden. Auftraggeber einer *Beratungsapp* wäre die konkrete Institution selbst. Zweitens könnten für die Suizidprävention auch App-Anwendungen zum Einsatz kommen, die nicht auf die direkte Herstellung eines Beratungskontaktes abzielen. Eine solche *Selbsthilfeapp* könnte nach Bedarf von InteressentInnen heruntergeladen werden. Das Tool wäre jederzeit für die AdressatInnen selbst abrufbar und wirkt im Sinne der Selbstermächtigung: Notfallkoffer, Notfallpläne, direkte Durchwahlmöglichkeit zu Krisentelefonen, Ressourcenkisten und die Vernetzung mit anderen Social Media Inhalten oder Hilfsangeboten in der Suizidprävention, könnten in einer solchen App verknüpft werden. Dem Informationsbedürfnis der Ratsuchenden folgend, wäre es zudem wichtig, Suchfunktionen zu implementieren, welche auf seriöse Beratungsangebote verweisen, damit diese auch leichter gefunden werden können. Gleiches gilt in Bezug auf angemessen aufbereitete Informationen zu konkreten psychosozialen Themen und Problemfeldern, die für den Komplex Suizid und Suizidalität von Bedeutung sind. Auftraggeber solcher Anwendungen könnten die Dachverbände der Suizidprävention sein, da der Nutzen über die konkrete Beratungsstelle, sei sie online oder offline, hinausgeht. Allerdings sollten die strengen Datenschutzrichtlinien professioneller Sozialer Arbeit bei der Entwicklung Berücksichtigung finden.

(4) *Lotsenfunktion und virtuelle Enklave* - Social Media Präsenzen sind aus den erörterten Gründen empfehlenswert. Hier halten sich junge Menschen viel auf und es bietet sich ein alltagsnaher Zugang zur Zielgruppe. Instagram, Snapchat, Facebook und Youtube sind verbreitete Soziale Netzwerke. Von hier aus wird auf das eigene Angebot verwiesen. Es ist aber nicht nur ein passives Engagement empfehlenswert, sondern eine aktive Arbeit in den Sozialen Netzwerken durch regelmäßige Posts, Bereitstellung von Informationen, Bekanntmachung von Offlineaktivitäten, Verbindung von Online- und Offlinewelt mittels Guerillamarketing, Vernetzung mit anderen AkteurInnen bzw. MultiplikatorInnen aus der virtuellen Öffentlichkeit und Teilnahme am themenspezifischen Diskurs (Feikert 2016).

(5) *Konzeptionelle Weiterentwicklung* - Onlineberatung senkt Schwellen durch technische Mittel und öffnet sich dadurch einen weiten NutzerInnenkreis, den sie ansprechen kann. Ihr Erfolg rührt sicher daher. Trotzdem sind einige strukturelle

Hürden verhandelt worden, die auch die festgestellte Exklusivität erklären. Diese Lücken können sicher in gewissem Maße durch die pädagogische Gestaltung der Angebote geschlossen werden. In der Onlineberatung suizidgefährdeter junger Menschen ist die geringe Nachfrage durch Männer ein besonderes Problem. Hierzu braucht es vorlegbare Konzepte, die diskutiert und erprobt werden können.

## Anmerkungen

- [1] Suizidalität im klinischen Kontext ist an dieser Stelle mitgedacht, soll aber nicht weiter ausgeführt werden.
- [2] Geht es um die Frage konkreter Konzeptentwicklungen für spezifische Gruppen, die bisher nur unzureichend von Onlineberatungsangeboten erreicht werden, so müsste die Mediennutzung differenzierter betrachtet werden.
- [3] Chats funktionieren auch in asynchroner Zeitfolge. So haben Chatumgebungen, wie beispielsweise Whats App, Offlinefunktionen, sodass eingehende Nachrichten festgehalten und zu einem späteren Zeitpunkt abgerufen werden können. Wenn hier von Chatberatung die Rede ist, handelt es sich um das Konzept des Life-Chats.
- [4] Praxisbeispiele aus der Suizidprävention wie die Aktion 600 Leben zum Weltsuizidpräventionstag 2016 (<https://www.600leben.de>) oder die Aktion #DuBistMirWichtig zum Weltsuizidpräventionstag 2017 (<http://www.u25-deutschland.de/dubistmirwichtig>) illustrieren diese Aktionsform.
- [5] In diesem Sinne gibt es bereits interessante Lösungen und Anwendungsbeispiele. So brachte die britische Suizidpräventionsorganisation Grassroots die App Stay Alive auf den Markt. Der Versuch einer Gesamtpaketlösung zum Thema Suizidprävention und Krisenintervention.

## Literatur

- 600 Leben. *Gemeinsam Suizide verhindern*. Zugriff am 03.02.2018. Verfügbar unter <https://www.600leben.de/#why>
- ARD & ZDF Medienkommission. (2016). *Online-Studie 2016*. Zugriff am 20.08.2017. Verfügbar unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>
- Association of Social Work Boards (ASWB). (2014). *Model regulatory standards for technology and social work practice*. ASWB International Technology Task Force. Zugriff am 25.07.2017. Verfügbar unter <https://www.aswb.org/wp-content/uploads/2015/03/ASWB-Model-Regulatory-Standards-for-Technology-and-Social-Work-Practice.pdf>
- Brummel, J. (2008). Psychosoziale Beratung im Internet als Problemintervention. *e-beratungsjournal.net*, 4(2). Zugriff am 14.07.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/brummel.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/brummel.pdf)
- Brunner, A., Engelhardt, E. & Heider, T. (2009). Foren-Beratung. In S. Kühne & G. Hintenberger (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung* (S. 79-90). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Calmbach, M, Borgstedt, S., Borchardt, I. Thomas, P., M. & Flaig B., B. (2016). *Sinus Jugendstudie: Wie ticken Jugendliche 2016?* Heidelberg: Springer Verlag.

- Davison, G.C., Neale, J.,M, & Hautzinger, M. (2007). *Klinische Psychologie*. Weinheim: Belz.
- Dowling, M., J. (2015). *The Process and Effectiveness of Online Counselling and Therapy for Young People*. Zugriff am 24.08.2017. Verfügbar unter [http://www.canberra.edu.au/researchrepository/file/90b8516b-48f7-4c17-88a8-4faffdf0a42f/1/full\\_text.pdf](http://www.canberra.edu.au/researchrepository/file/90b8516b-48f7-4c17-88a8-4faffdf0a42f/1/full_text.pdf)
- Eichenberg, C., Schott, M. & Aden, J. (2016). Psychosoziale Beratung im im Zeitalter des Web 2.0. Angebot und Nachfrage von Beratungseinrichtungen auf Facebook. *e-beratungsjournal.net*, 12(1). Zugriff am 12.07.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0116/eichenberg\\_schott\\_aden.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0116/eichenberg_schott_aden.pdf)
- Gehrmann, H.-J. (2010). Onlineberatung - Eine Herausforderung für die Soziale Arbeit. In G. Cleppien & U. Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien* (S. 105-115). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hecht, M. (2010). (Online-) Beratung sozio-technisch betrachtet. *e-beratungsjournal.net*, 6(2). Zugriff am 01.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0210/hecht.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0210/hecht.pdf)
- Heider, T. (2008). Prozesse in der Chatberatung. *e-beratungsjournal.net*, 4(2). Zugriff am 05.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0208/heider.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0208/heider.pdf)
- Heider, T. (2010). Digital Natives und Datenschutz. *e-beratungsjournal.net*, 6(1). Zugriff am 05.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/heider.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/heider.pdf)
- Hintenberger, G. (2009). Der Chat als neues Beratungsmedium. In G. Hintenberger & S. Kühne (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung* (69-78). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hölderle, J. (2013). *Wie kommen Klienten in Zukunft zur Online-Beratung?* Plu/ra/log - Onlinemarketing für Nonprofits. Unveröffentlichte Fortbildungspräsentation (<https://pluralog.de>)
- Fieseler, K. (2013). Der Elch im Wohnzimmer - Themenchats für Jugendliche aus suchtbelasteten Familien. *e-beratungsjournal.net*, 9(2). Zugriff am 05.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0213/fieseler.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/fieseler.pdf)
- Feikert, L. (2016). Zugänge, Schnittstellen, Nutzen - Ergebnisse einer empirischen Analyse von Onlineberatungsangeboten der bke-jugendberatung und von [U25]-Deutschland. *e-beratungsjournal.net*, 12(1). Zugriff am 03.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0116/feikert.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0116/feikert.pdf)

- Knatz, B. (2009). Die web-basierte Mail-Beratung. In G. Hintenberger & S. Kühne (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung* (59-68). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Klein, A. (2009). Niederschwelligkeit durch Technik? Chancen und Herausforderungen internetbasierter Beratungsangebote für Jugendliche. *Sozial Extra*, 2009(1/2), S 14-17.
- Klein, A. (2015). Online-Beratung in der Kinder- und Jugendhilfe: Zugänglichkeit und Qualität. *Archiv für Wissenschaft und Praxis in der sozialen Arbeit*. 2015(2), S. 35-43.
- mpfs. (2016). *JIM Studie 2016. Jugend, Information und (Multi-) Media*. Zugriff am 07.08.2017. Verfügbar unter [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM Studie 2016.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf)
- Ringel, E. (1999). *Das Leben Wegwerfen? Reflexionen über den Selbstmord*. Wien: Molden.
- Schetsche, M. (2008). *Empirische Analyse sozialer Probleme. Das wissenssoziologische Programm*. Wiesbaden: Springer VS.
- Sonneck, G. (2000). *Krisenintervention und Suizidverhütung*. Köln: UTB.
- Shell. (2015). Die 17. Shell Jugendstudie. Jugend 2015. Zugriff am 07.06.2017. Verfügbar unter [https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/multimediale-inhalte/jcr\\_content/par/expandablelist\\_643445253/expandablesection.stream/1456210165334/d0f5d09f09c6142df03cc804f0fb389c2d39e167115aa86c57276d240cca4f5f/flyer-zur-shell-jugendstudie-2015-auf-deutsch.pdf](https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/multimediale-inhalte/jcr_content/par/expandablelist_643445253/expandablesection.stream/1456210165334/d0f5d09f09c6142df03cc804f0fb389c2d39e167115aa86c57276d240cca4f5f/flyer-zur-shell-jugendstudie-2015-auf-deutsch.pdf)
- Thiery, H. (2011). Beratung auf Facebook und Twitter? Wie virtuelle Beratungsangebote auf die neuen Leitmedien reagieren können. *e-beratungsjournal.net*, 7(2). Zugriff am 03.08.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0211/thiery.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0211/thiery.pdf)
- Quarz, D. (2015). *Zukunft der Online-Beratung*. Zugriff am 09.08.2017. Verfügbar unter <https://www.caritas-digital.de/zukunft-der-online-beratung/>
- Weinhardt, M. (2009). Konzeption, Implementierung und institutionelle Hintergründe von E-Mail-Beratung. *e-beratungsjournal.net*, 5(2). Zugriff am 03.05.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0113/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0113/weinhardt.pdf)
- Weinhardt, M. (2013). Zur Zukunft der Online-Beratung. *e-beratungsjournal.net*, 9(1). Zugriff am 13.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0113/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0113/weinhardt.pdf)

- Weinhardt, M. (2010). Ratsuchende von E-Mail-Beratungsdiensten. Entwurf einer Typologie. *e-beratungsjournal.net*, 6(1). Zugriff am 13.06.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/weinhardt.pdf)
- Weiß, S. & Engelhardt, E. (2012). Blended-Counselling - Neue Herausforderungen für BeraterInnen (und Ratsuchende!). *e-beratungsjournal.net*, 8(1). Zugriff am 03.05.2017. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0112/weiss\\_engelhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0112/weiss_engelhardt.pdf)
- Youth-Life-Line. Lebenskrisen. *Zahlen und Fakten zum Suizid*. Zugriff am 03.02.2018. Verfügbar unter <http://www.youth-life-line.de/lebenskrisen/>