

# **Zugänge, Einflussfaktoren und Effekte der psychosozialen Onlineberatung von Jugendlichen - eine empirische Erhebung unter User\*innen der Plattform Jugendnotmail**

*Mara Stieler*

## **Zusammenfassung**

Der vorliegende Artikel liegt der Masterarbeit der Autorin zugrunde und befasst sich mit Zugängen, Einflussfaktoren und Effekten der psychosozialen Onlineberatung von Jugendlichen (Stieler, 2021). Hierfür erfolgte eine Onlinebefragung der User\*innen der Onlineberatungsstelle Jugendnotmail. Diese sollte die subjektive Wahrnehmung und Zufriedenheit der User\*innen hinsichtlich aller bereits genutzten Angebote erfassen. Die Beratungsbeziehung als zentraler Einflussfaktor in Mail- und Einzelchatberatung wird von den User\*innen überwiegend positiv bewertet und steht in einem signifikanten Zusammenhang zum persönlichen Gesamtnutzen und der insgesamten Zufriedenheit. Als subjektiver Effekt der Onlineberatung kann für eine Mehrheit der Ratsuchenden die Entlastung durch die Verschriftlichung ihres Anliegens genannt werden. Darüber hinaus ziehen etwa die Hälfte der User\*innen persönlichen Nutzen aus der Entwicklung von Bewältigungsstrategien, einem neuen Blickwinkel auf die eigene Situation sowie einem veränderten Umgang mit ihrem Beratungsanliegen.

## **Schlüsselwörter**

Onlineberatung, Mailberatung, Chatberatung, Einflussfaktoren, quantitative Befragung

## **Abstract**

This article is based on the author's master thesis and deals with accesses, influencing factors, and effects of online counseling for adolescents. For this purpose, users of the platform Jugendnotmail were questioned as part of a quantitative online survey which is intended to record the subjective perception and satisfaction of the users regarding the consulting services. The relationship between consultant and client as a central influencing factor in mail- and chat counseling is positively evaluated by the users and is significantly related to the overall satisfaction and personal benefit of online counseling. For a majority of those seeking advice, a subjective effect of online counseling is the relief provided by writing down their concerns. About half of the users derive personal benefit from developing coping strategies, a new perspective on their own situation and a changed way of dealing with their counseling concerns.

## **Keywords**

online counseling, email counseling, chat counseling, influencing factors, quantitative survey

## **Autorin**

- **Mara Stieler**
- M.A. Therapeutische Soziale Arbeit
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für E-Beratung der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
- Zertifizierte Onlineberaterin (TH Nürnberg)
- **Kontakt:** [mara.stieler@th-nuernberg.de](mailto:mara.stieler@th-nuernberg.de)

## 1. Einleitung

*Nähe durch Distanz* – dieses Paradoxon, das die psychosoziale Onlineberatung seit jeher kennzeichnet, gewann im Jahre 2020 an zusätzlicher Bedeutung. Aufgrund des Pandemiegesehens durch COVID-19 und den damit einhergehenden Veränderungen wie Kontaktbeschränkungen konnten und können psychosoziale Beratungskontakte im Face-to-Face-Setting nicht oder nur eingeschränkt stattfinden. Viele Beratungsstellen sahen sich demnach gezwungen, den Kontakt zu Klient\*innen über digitale Kanäle herzustellen. Folglich ist das Thema Digitalisierung der Sozialen Arbeit im Allgemeinen sowie psychosoziale Onlineberatung im Speziellen in der Praxis virulent.

Obgleich diese Form der Beratung für viele Berater\*innen im Jahr 2020 „Neuland“ darstellte, ist Onlineberatung nach einer über 25-jährigen Bestehensgeschichte im deutschsprachigen Raum beinahe ein „altes Phänomen“ (Engel, 2019). Bereits vor der Pandemie existierten zahlreiche Onlineberatungsangebote zu vielfältigen Themen, Fragestellungen und Zielgruppen, die über die Jahre einen regen Zuwachs verzeichnen konnten. Im Jahr 2020 stieg die Zahl der User\*innen auf bereits etablierten Onlineberatungsplattformen jedoch rasant an: So registrierte die Plattform Jugendnotmail im Jahr 2020 im Austausch zwischen Ratsuchenden und Berater\*innen 15.000 Mails, was einer Steigerung um 30 % im Vergleich zum Vorjahr entsprach (Jugendnotmail, 2021). Dieser Anstieg jugendlicher Nutzer\*innen lässt sich neben der nur eingeschränkt zur Verfügung stehenden Präsenzberatung vermutlich auch dadurch erklären, dass das Risiko für psychische Auffälligkeiten sowie psychosomatische Beschwerden bei Kindern und Jugendlichen durch COVID-19 gestiegen ist (Schlack et al, 2020).

Die Möglichkeit, Onlineberatung anonym und kostenlos in Anspruch zu nehmen, kann den jungen Menschen in Zeiten der Krise Entlastung bieten. Darüber hinaus stellen Onlineberatungsangebote für Jugendliche, in deren Alltag digitale Medien fest verankert sind, eine lebensweltorientierte und niedrighschwellige Beratungsmöglichkeit dar.

Für die Weiterentwicklung von Onlineberatungsangeboten ist es zentral, die Perspektive der Ratsuchenden in Form von Nutzer\*innenforschung vermehrt einzubeziehen, um eine lebensweltorientierte Optimierung von Onlineberatungsangeboten am Puls der Zeit voranzutreiben. In diesem Zusammenhang erscheint es sinnvoll, sich zum einen ein umfassendes Bild über das gesamte Angebot einer Plattform zu verschaffen und zum anderen einzelne Aspekte näher zu fokussieren. Hierfür wurde im Rahmen einer Masterarbeit eine quantitative Onlinebefragung der Nutzer\*innen der Onlineberatungsplattform Jugendnotmail ab 14 Jahren durchgeführt, die sich mit Zugängen, Einflussfaktoren und Effekten der Onlineberatung befasste.

Jugendnotmail bietet anonyme und kostenlose Onlineberatung für Kinder und Jugendliche bis 19 Jahre durch rund 160 ehrenamtliche Berater\*innen an (Jugendnotmail, o.J.). Hierzu gehören Mailberatung, ein Forum, ein wöchentlicher Gruppenchat und seit November 2020 auch ein Einzelchat, der viermal wöchentlich stattfindet. Jugendnotmail war eine der ersten Onlineberatungsplattformen in der

Kinder- und Jugendhilfe im deutschsprachigen Raum und konnte im Jahr 2019 ca. 10.000 Beratungskontakte pro Jahr verzeichnen (Jugendnotmail, 2019).

Einen Schwerpunkt der Erhebung nahm die subjektive Wahrnehmung und Zufriedenheit der User\*innen der Plattform Jugendnotmail hinsichtlich aller bereits genutzten Angebote ein. Ziel der Befragung war es, die gewonnenen Erkenntnisse im Anschluss an die Befragung für die Praxis nutzbar zu machen, um so eine möglichst gute Passung zwischen Klient\*innenbedürfnissen und Beratungsangebot anzustreben.

## **2. Wirkfaktoren von Onlineberatung**

Bisherige Wirk- und Evaluationsstudien im Bereich Onlineberatung- und -therapie erbrachten überwiegend positive Wirksamkeitsnachweise. Bezüglich der Wirksamkeit ließen sich dabei keine signifikanten Unterschiede zwischen synchronen und asynchronen Interventionen feststellen (Richards & Richardson, 2012). Bisher konnte in erster Linie die Effektivität der Onlineberatung festgestellt werden, konkrete Wirkmechanismen konnten jedoch meist nicht abschließend ermittelt werden. Die Aufmerksamkeit des wissenschaftlichen Diskurses richtet sich daher vermehrt auf die Frage, wie Onlineberatung wirksam sein kann (Schlappbach, Ettlín, Spiess & Ruffin, 2018). In deutschsprachigen Evaluationsstudien der letzten Jahre wurden primär Zufriedenheit, Nutzen und Effekte aus Sicht der Klienten erforscht, womit eher die subjektive Wirksamkeit im Fokus stand (Eichenberg & Küsel, 2016).

Insgesamt wird davon ausgegangen, dass weniger ein spezifischer Beratungsansatz für die Wirksamkeit von Onlineberatung- und -therapie ausschlaggebend ist, sondern vielmehr ein vielschichtiges Zusammenspiel unterschiedlicher Wirkfaktoren zum Tragen kommt (Schlappbach et al, 2018). Einer dieser Wirkmechanismen der schriftbasierten Onlineberatung stellt das Schreiben selbst dar. Laut Knatz (2013) erfolgt das Schreiben als bewusste Ausdruckshandlung und regt so auch den Prozess der Selbstreflexion an. Knatz spricht dem Schreiben darüber hinaus eine befreiende Wirkung zu, da aufgestaute Emotionen freigesetzt und bewältigt werden können.

In einigen Studien wird zudem die Trias aus Anonymität bzw. Pseudonymität, erhöhter Autonomie und Beziehung diskutiert (Eichenberg & Küsel, 2016). Der Wirkfaktor Anonymität impliziert, dass die Möglichkeit, die eigene Persönlichkeit zu maskieren, im Vergleich mit der Face-to-Face-Beratung eine raschere und offenere Kommunikation begünstigt. Das hohe Maß an Selbstoffenbarung, das dem\*der Berater\*in bei der Schilderung von Problemen entgegengebracht wird, fällt vielen Ratsuchenden im Onlinesetting leichter (Schultze, 2007).

Zudem gilt die Beziehung zwischen Berater\*in und Klient\*in im Onlinesetting wie auch in der Präsenzberatung- und -therapie als zentraler Wirkfaktor. Dies konnte bereits in einigen Studien belegt werden: So konnten Knaevelsrud und Maercker beispielsweise bei der Evaluation einer internetbasierten Psychotherapie für Patient\*innen mit einer posttraumatischen Belastungsstörung feststellen, dass eine stabile und positive therapeutische Beziehung auch im Kontext der internetbasierten Psychotherapie etabliert werden kann und diese, je positiver sie

wahrgenommen wurde, auch das Therapie-Outcome positiv beeinflusste (2007). Dabei ist im Gegensatz zur konventionellen Therapie häufig „ein korrelativer Zusammenhang zwischen graduell steigenden Effektstärken und Umfang des Kontakts“ (Knaevelsrud et al., 2016, S. 20) feststellbar. Auch in einer Evaluation eines E-Mail-Beratungsangebots durch Eichenberg und Kühne beschrieben Ratsuchende die Beratungsbeziehung als intensiv und verlässlich und sprachen dieser therapeutische Wirkung zu (2015).

Zudem wird häufig die physische Entkoppelung mit Imagination und Projektion als Wirkfaktor der Onlineberatung angeführt. Da das physische Bild des\*der Gesprächspartner\*in nicht vor Augen gerufen werden kann, wird oftmals eine eher positive, idealtypische Eindrucksbildung des Gegenübers angenommen (Schlappbach et al., 2018). Dabei wird für Projektionen des Gegenübers an den oftmals nur vereinzelt verfügbaren Informationen angeknüpft und davon ausgehend erweitert (Brunner, 2011).

Darüber hinaus ist die Onlineberatung lagerfähig und immateriell: Der\*die Ratsuchende hat die Möglichkeit, Mails oder Chatprotokolle mehrmals zu lesen und wird auf diese Weise zur Reflexion angeregt. Dass Onlineberatung meist kostenlos ist und daher keine materiellen Motive eine Rolle spielen, kann darüber hinaus ebenfalls förderlich wirken (Schlappbach et al, 2018).

### **3. Forschungsdesign**

#### **3.1 Zielsetzung und Forschungsfrage**

Die soeben beschriebenen Wirkfaktoren von Onlineberatung sowie Grundlagen der klientenzentrierten und lösungsorientierten Beratung bildeten bei der Konzipierung der Erhebung eine wichtige Basis. Im Rahmen einer Masterthesis ohne Vergleichsgruppe konnte jedoch nicht angenommen werden, die Wirksamkeit einer Beratung messen zu können, zumal die vorliegende Arbeit keinen bereits etablierten und validierten Fragebogen verwendet. Demnach wird im Folgenden nicht von Wirkfaktoren, sondern von Einflussfaktoren und subjektiven Effekten gesprochen. (Stieler, 2021)

Die Onlinebefragung kann dennoch im Sinne einer Evaluation verstanden werden und sollte die Perspektive der User\*innen näher in den Blick nehmen.

Die übergeordnete Forschungsfrage lautete:

*Wie finden Jugendliche Zugang zur Onlineberatungsplattform, welche Einflussfaktoren kommen im Beratungsgeschehen zum Tragen und welche subjektiven Effekte des Angebots werden für User\*innen spür- und erlebbar?*

Dieser Forschungsfrage wurde in Form einer uni- und bivariaten Analyse nachgegangen. Im Zuge der bivariaten Analyse wurden folgende Hypothesen aufgestellt:

- *Hypothese 1:* Je länger User\*innen mit dem\*der Berater\*in in der Mailberatung im Austausch sind, desto positiver wird die Beziehung zum\*r Berater\*in bewertet.
- *Hypothese 2:* Je zufriedener User\*innen mit der Antwortfrequenz in der Mailberatung sind, desto positiver wird die Beziehung zum\*r Berater\*in bewertet.
- *Hypothese 3:* Je positiver die Beziehung zum\*r Berater\*in bewertet wird, desto mehr persönlichen Nutzen können die User\*innen aus dem Beratungsangebot ziehen.
- *Hypothese 4:* Je positiver die Beziehung zum\*r Berater\*in bewertet wird, desto eher fassen User\*innen den Entschluss, ihr Anliegen mit ihrem Umfeld oder in einer Beratungsstelle zu besprechen.

### **3.2 Erhebungsinstrument**

Der Fragebogen beinhaltet verschiedene Items mit Blick auf die beratende Person in Form der Fremdperspektive (beispielsweise zur Einschätzung der Beratungsbeziehung aus Perspektive der User\*innen), die durch Items zur Eigenperspektive (beispielsweise des persönlichen Nutzens für User\*innen) ergänzt werden. Dabei wurden die Wahrnehmung hinsichtlich aller vier Beratungsangebote (Mailberatung, Einzelchat, Themenchat, Forum) erfasst. Im Rahmen dieses Artikels werden lediglich die Ergebnisse hinsichtlich Mailberatung und Einzelchat beschrieben.

Einer der thematischen Schwerpunkte des Fragebogens subsumiert dabei Items, die erfassen sollen, wie die User\*innen die Beziehung zu ihrem\*r Berater\*in und damit verbunden den beraterischen Ansatz der Plattform wahrnehmen. Dabei wird untersucht, ob und in welchem Maße Grundhaltungen der klientenzentrierten Beratung und der lösungsorientierten Beratung von den Ratsuchenden wahrgenommen werden sowie grundsätzliche Anforderungen an eine Antwortmail wie beispielsweise nach dem Vier-Folien-Konzept (Knatz, 2013) erfüllt werden. Indem sich die Befragung auf die wichtigsten Aspekte in der Beratungsbeziehung beschränkte, sollte eine zielgruppenorientierte, möglichst kurze Bearbeitungszeit erreicht werden. Die Grundhaltungen wurden daher durch sieben Items mit einer fünfstufigen Ratingskala operationalisiert.

Um erfassen zu können, ob die Haltungen der klientenzentrierten Beratung spürbar werden, wurden die drei zentralen Haltungen Kongruenz, bedingungslose Wertschätzung und Empathie (Rogers, 2007) operationalisiert. Das Item „Mein\*e Berater\*in drückt mir gegenüber seine/ihre ehrliche Meinung aus“ operationalisiert so beispielsweise die Grundhaltung Kongruenz der klientenzentrierten Beratung. Die lösungsorientierte Beratungshaltung, die sich insbesondere durch Lösungsorientierung und Ressourcenorientierung auszeichnet (De Shazer & Nolan, 2017), wurde in den Items „Mein\*e Berater\*in unterstützt mich darin, eigene Lösungen zu finden“ und „Mein\*e Berater\*in teilt mir mit, was ihm\*ihr positiv aufgefallen ist.“ operationalisiert.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden subjektive Effekte und Schnittstellen der Onlineberatung. Hierfür spielt insbesondere die Veränderungsperspektive der User\*innen eine Rolle, also was sich aus Sicht der Ratsuchenden im Leben bereits

zum Positiven verändert hat (Heeren & Grau, 2013). Die Items beinhalten konkrete, beobachtbare Veränderungen („In der Onlineberatung erarbeitete Strategien kann ich im Alltag umsetzen“) sowie eher latente Veränderungen der Gefühlslage oder des Perspektivwechsels („Durch die Onlineberatung habe ich einen neuen Blickwinkel auf meine Situation“). Durch die Frage danach, ob Ratsuchende für ihre Anliegen auch außerhalb der Onlineberatungsstelle professionelle Unterstützung suchen, wird zudem Schnittstellen der Onlineberatung nachgegangen. Eine offene Frage hinsichtlich Veränderungen im Alltag ergänzt die Befragung um weitere subjektive Eindrücke der User\*innen.

Die Operationalisierung der Befragung erfolgte angelehnt an Heeren & Grau (2013), die ein Analyseinstrument zur Prüfung der Konzepttreue einer Onlineberatung entwarfen. Zudem wurden Aspekte aus Evaluationen von Onlineberatungsstellen durch Zenner und Oswald (2006), Eichenberg (2007) und Eichenberg und Aden (2015) einbezogen. Aus diesen Studien wurden teilweise Items übernommen, allerdings häufig umformuliert und nach eigenem Ermessen hinsichtlich Forschungsfrage und Zielgruppe verändert oder erweitert.

## **4. Ergebnisse**

### **4.1 Beschreibung der Stichprobe**

Insgesamt können 194 Fälle in die Auswertung einbezogen werden. Unter diesen Befragten überwiegt der Anteil der jüngeren User\*innen. So lassen sich 40,7 % der Altersgruppe der 14-15-Jährigen zuordnen, 37,1 % sind zwischen 16 und 17 Jahre alt und 22,2 % sind zwischen 18 und 20 Jahre alt. Weibliche User\*innen sind mit einem Anteil von 82,0 % stark überrepräsentiert. Darüber hinaus beinhaltet die Stichprobe 23 männliche Jugendliche (11,9 %) und weitere 12 Jugendliche (6,2 %), die sich einem anderen Geschlecht zugehörig fühlen. (Stieler, 2021).

Mit 84,5 % liegt die Anmeldedauer bei einem Großteil der Befragten bei 0-3 Monaten. Weitere 8,8% der User\*innen sind seit 4-6 Monaten angemeldet, 3,1 % seit 7-12 Monaten. Seit mehr als einem Jahr sind lediglich 3,6 % der User\*innen angemeldet.

### **4.2 Univariate Analyse**

Der häufigste Zugang zur Plattform stellt mit 57 % (n=110) die gezielte Suche nach Beratungsmöglichkeiten über eine Suchmaschine dar. Zudem erfahren Jugendliche durch soziale Medien (20,2 %, n=39), die Empfehlung durch Sozialarbeiter\*innen, Lehrer\*innen, Psycholog\*innen o.ä. (9,3 %, n=18) oder zufällig beim Surfen im Internet (9,3 %, n=18) von Jugendnotmail. Eher selten stellen Empfehlungen von Freunden oder Bekannten (8,8 %, n=17), Werbung im Internet (7,8 %, n=15) oder die Werbung in Zeitung oder Zeitschriften (0,5 %, n=1) einen Zugangsweg dar. Sonstige Nennungen (6,2 %, n=12) sind beispielsweise die ZDF-Reportage „Ich bin noch da“, Apps wie Tiktok oder Krisenkompass und die Rundmail einer Schulleitung mit Informationen zu verschiedenen Beratungsangeboten. Anschließend wurden Themen der Beratung erfragt. Die Auswahlmöglichkeiten orientierten sich an dem breiten Themenspektrum der Website von Jugendnotmail (Jugendnotmail, o.J.).

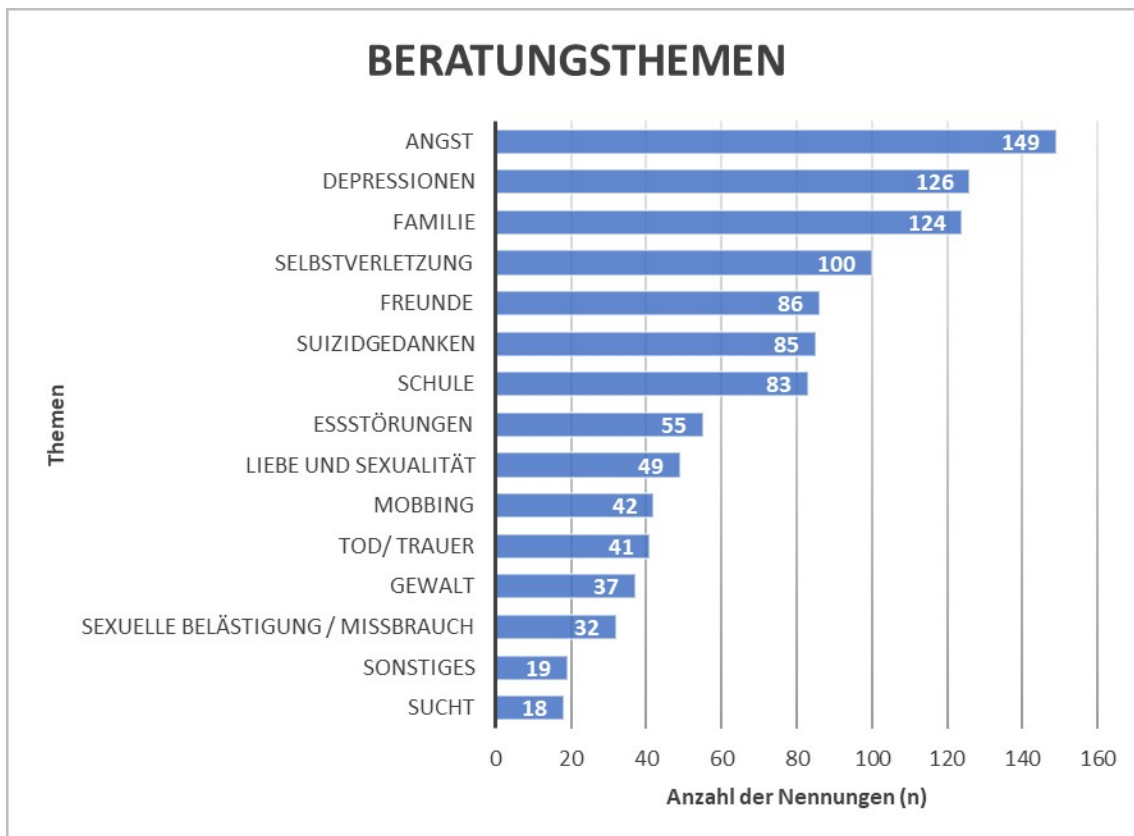


Abbildung 1: Beratungsthemen (eigene Darstellung)

Im Mittel geben die Jugendlichen bei dieser Frage 5,45 Beratungsthemen (SD=2,71) an. Mit 77,6 % (n=149) stellt Angst das am häufigsten genannte Beratungsthema dar. Zudem scheinen Depressionen mit 65,6 % (n=126) und Familie mit 64,5 % (n=124) von den Jugendlichen vermehrt thematisiert zu werden. Auch die Themen Selbstverletzung mit 52,1 % (n=100) und Freunde mit 44,8 % (n=86) werden von den Jugendlichen in ihren Beratungen oftmals angesprochen.

#### *Mailberatung*

Insgesamt haben 83 User\*innen die Mailberatung bereits genutzt, was einem Anteil von 42,8 % der insgesamten Stichprobe entspricht. Die Länge der Antworten wird dabei von der Mehrheit der User\*innen (73,4 %) als genau richtig wahrgenommen. 5,1 % empfinden die erhaltenen Mails als eher zu lang oder zu lang, zudem erscheinen 21,5 % der Nutzer\*innen ihre Antwortmails eher zu kurz oder zu kurz. Mit den Abständen zwischen den Antworten sind die User\*innen zu 50,7 % sehr zufrieden oder eher zufrieden. 24,7 % gaben bei dieser Frage teils, teils an. Eher unzufrieden sind 20,8 % der User\*innen, sehr unzufrieden lediglich weitere 3,9 %. Zudem wurde die Beratungsbeziehung in der Mailberatung erhoben, die nachfolgend dargestellt werden soll:

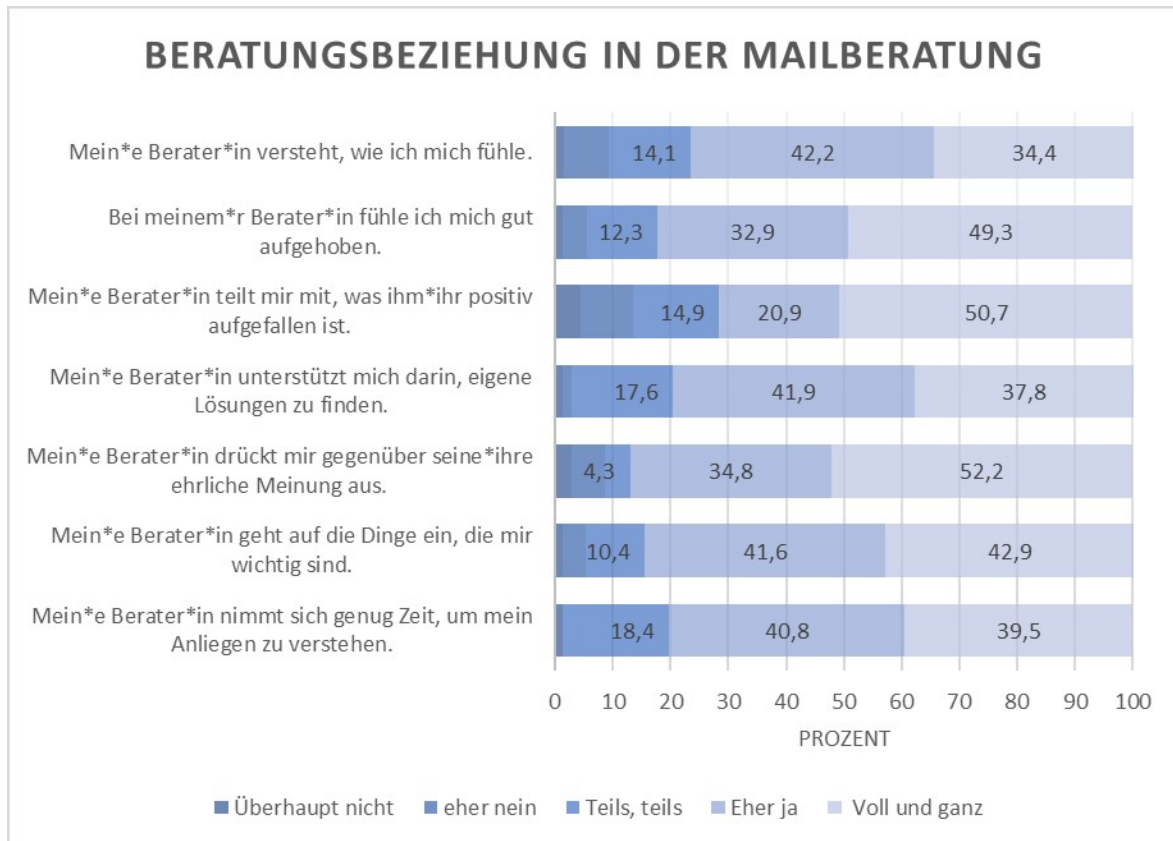


Abbildung 2: Beratungsbeziehung in der Mailberatung (eigene Darstellung)

Insgesamt lässt sich bei allen Items eine hohe Zustimmung feststellen: Laut 80,3 % der Befragten scheint der\*die Berater\*in sich genug Zeit zu nehmen, um das jeweilige Anliegen zu verstehen, zudem geben 84,5 % an, dass ihr\*e Berater\*in auf wichtige Themen eingeht. Die Items zur lösungszentrierten Beratung erfahren ebenfalls eine hohe Zustimmung: 71,6 % der User\*innen scheinen von ihrem\*r Berater\*innen Rückmeldung zu erhalten, was ihm\*ihr positiv aufgefallen ist. Zudem setzen die Berater\*innen laut 79,7 % der User\*innen bei der Lösungssuche auf deren Selbstwirksamkeit und unterstützen die Jugendlichen bei der Suche nach eigenen Lösungswegen. Auch der klientenzentrierte Ansatz nach Rogers erfährt hohe Zustimmungswerte bezüglich der drei Grundhaltungen: Sowohl Kongruenz (87 % Zustimmung), Empathie (76,6 % Zustimmung) als auch bedingungslose Wertschätzung (89,6 % Zustimmung) scheinen für die Ratsuchenden spürbar zu sein.

Diese sieben Items werden in Form eines Indizes zusammengefasst. Dieser zeigt bei der Berechnung von Cronbachs Alpha mit  $\alpha = .90$  eine hohe Reliabilität. Insgesamt ergibt sich bei diesem Index ein Mittelwert von 4,17 (SD=.73), was einem „trifft eher zu“ entspricht.



### Einzelchat

Der seit November 2020 angebotene Einzelchat stellt ein neues Angebot von Jugendnotmail dar, wird jedoch zum Zeitpunkt der Befragung im März 2021 bereits von 24,2 % (n=47) der befragten User\*innen genutzt. Unter diesen User\*innen haben 44,8 % den Chat einmal, 36,2 % 2-4 Mal und 14,9 % häufiger als 4 Mal genutzt. Analog zur Mailberatung werden auch hier hohe Zustimmungswerte hinsichtlich der Beratungsbeziehung ersichtlich:

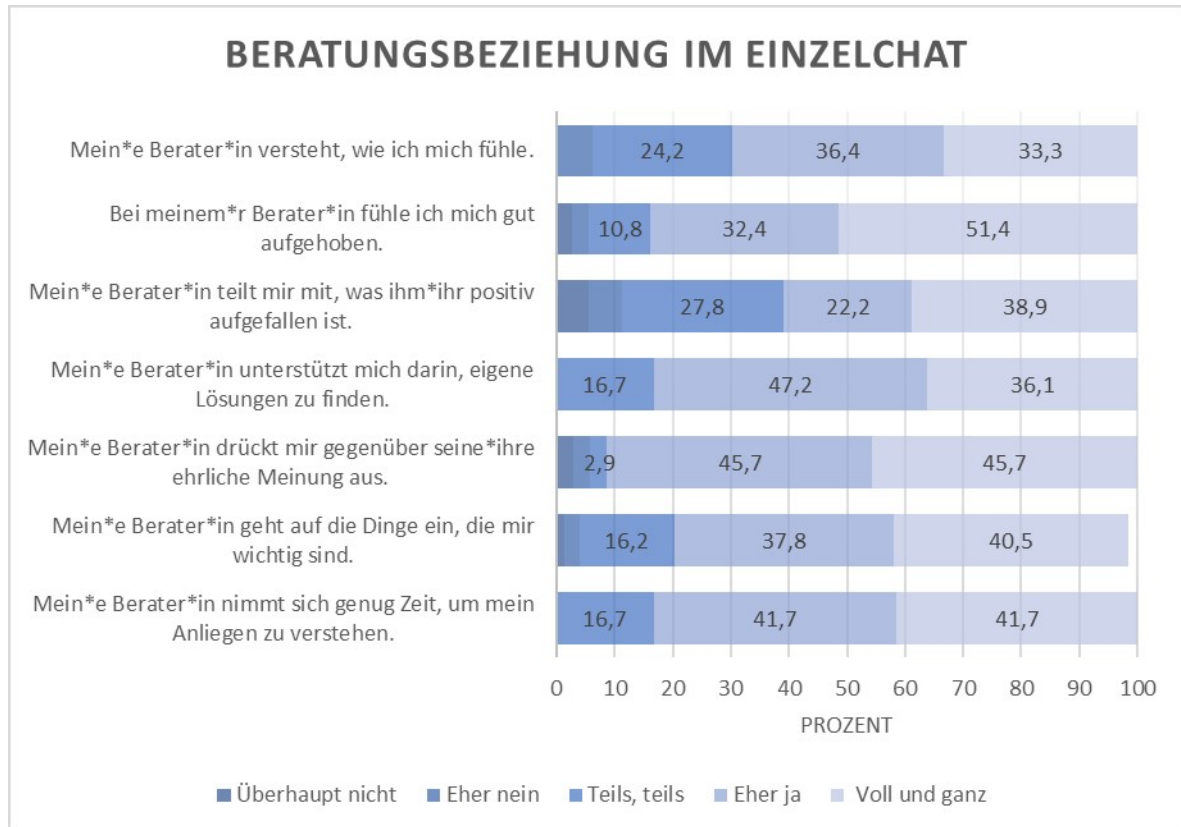


Abbildung 3. Beratungsbeziehung im Einzelchat (eigene Darstellung)

Besonders hohe Zustimmung finden die Items „Bei meine\*m Berater\*in fühle ich mich gut aufgehoben“ mit 83,8 % sowie „Meine\*e Berater\*in drückt mir gegenüber seine\*ihre ehrliche Meinung aus“ mit 91,4 %. Etwas weniger Zustimmung erhält das Item „Mein\*e Beratern teilt mir mit, was ihm\*ihr positiv aufgefallen ist“ mit 61,1%. Der Index, der die Beratungsbeziehung im Einzelchat operationalisieren soll, bildet sich ebenfalls aus diesen sieben Items und zeigt mit  $\alpha = .89$  eine hohe Reliabilität. Hier ergab sich ein Mittelwert von 4,13 (SD=.69), was einem „trifft eher zu“ entspricht.

### Persönlicher Nutzen

Anschließend wurden die User\*innen befragt, welchen persönlichen Nutzen sie aus der Onlineberatung ziehen. Der Aussage „In der Onlineberatung erarbeitete Strategien kann ich im Alltag umsetzen“ stimmen 48,6 % der User\*innen voll und ganz oder eher zu. Zudem gehen über die Hälfte der User\*innen mit den

besprochenen Problemen anders um: 55,4 % stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu. Einen neuen Blickwinkel können knapp die Hälfte der User\*innen erlangen: Hier liegt die Zustimmung bei 49,5 %. Den meisten Nutzen scheinen die User\*innen durch das Aufschreiben ihrer Gefühle ziehen zu können. Mit 69,1% stimmt diesem Item ein großer Teil der User\*innen zu.

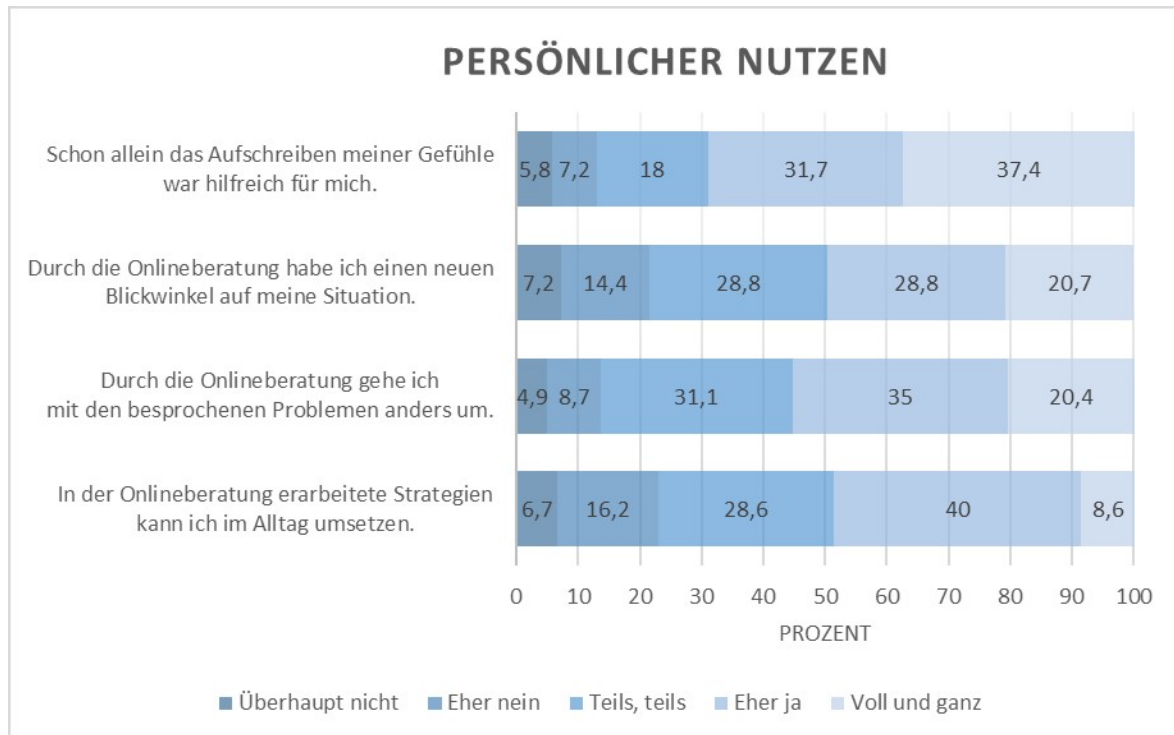


Abbildung 4. Persönlicher Nutzen (eigene Darstellung)

In den Einschätzungen zum persönlichen Nutzen spiegeln sich verschiedene Perspektiven wider. Insgesamt fällt im Vergleich zu anderen Items auf, dass viele Jugendliche eher ambivalente Einschätzungen treffen und sich in der Mitte positionieren: So stimmt ein Viertel bis knapp ein Drittel der User\*innen den eben beschriebenen Aussagen teilweise zu. Dies könnte auf die Vielzahl der neu angemeldeten User\*innen zurückzuführen sein, die bisher keines der Beratungsangebote genutzt haben (oder noch auf eine Erstantwort warten) und sich dementsprechend bei diesen Aussagen nicht positionieren können.

Auch für die Erfassung des persönlichen Nutzens der Onlineberatung wird ein Index gebildet, der sich aus den eben beschriebenen vier Items zusammensetzt und mit  $\alpha = .84$  eine hohe Reliabilität zeigt. Der Index weist einen Mittelwert von 3,56 (SD=.93) auf und liegt auf der Skala also zwischen „teils, teils“ und „eher ja“. Auf die anschließende Frage nach der insgesamten Zufriedenheit ergibt sich ein Mittelwert von 3,97 (SD=0,91), was in etwa der Antwortmöglichkeit „eher zufrieden“ entspricht. Ein überwiegender Teil der Nutzer\*innen ist mit 74,9 % demnach eher zufrieden oder sehr zufrieden.

### *Schnittstellen*

Nur wenige User\*innen haben vor, sich für ihr Anliegen auch außerhalb der Onlineberatungsstelle professionelle Unterstützung zu suchen. So stimmen der Aussage „Durch die Onlineberatung habe ich den Entschluss gefasst, mein Anliegen auch in einer Beratungsstelle oder Therapie (vor Ort) zu besprechen“ 62,5 % überhaupt nicht oder eher nicht zu. Weitere 27 % antworteten hier mit teils teils, lediglich 22,8 % stimmen voll und ganz oder eher zu. Hervorzuheben sind zudem 24 User\*innen, die bei diesem Item angaben, vorher schon eine Beratung oder Therapie in Anspruch genommen zu haben und 61 User\*innen, die hier „weiß nicht“ angegeben

Hier zeigen sich Parallelen zur nächsten Frage: Der Aussage „Durch die Onlineberatung habe ich den Entschluss gefasst, mein Anliegen auch mit Personen aus meinem Umfeld zu besprechen“ stimmen lediglich 22,8 % voll und ganz oder eher zu. 27,2 % geben hier teils, teils an, weitere 50% stimmen dieser Aussage eher nicht oder überhaupt nicht zu. 43 Personen haben ihr Anliegen bereits vorher schon mit Personen aus ihrem Umfeld besprochen, weitere 55 geben bei dieser Aussage „weiß nicht“ an.

### **4.3 Bivariate Analyse**

In Form einer bivariaten Analyse wurden die vorab aufgestellten Hypothesen geprüft. Hierfür wurden in erster Linie Korrelationen nach dem Spearman-Rangkorrelationskoeffizienten berechnet.

#### *H1: Zusammenhang zwischen Beratungsbeziehung und Anzahl der Mails*

Zwischen der Beratungsbeziehung in der Mailberatung und der Anzahl an Mails lässt sich kein statistisch signifikanter Zusammenhang feststellen. Trotzdem erscheint es sinnvoll, näher zu betrachten, wie sich die Zustimmung der Befragten bei einzelnen Items bei einer unterschiedlichen Anzahl an Mails unterscheidet. Hierfür wurde die Datei aufgeteilt und die Funktion des Gruppenvergleichs genutzt. Beispielhaft soll hier das Item „Mein\*e Berater\*in drückt mir gegenüber seine/ihre ehrliche Meinung aus“ betrachtet werden. Es fällt auf, dass die Zustimmung hinsichtlich dieser Aussage mit einer zunehmenden Anzahl an Mails steigt. Diese Auffälligkeit hat aufgrund der geringen Fallzahlen (es erhielten beispielsweise lediglich sechs User\*innen 11-15 Mails) jedoch keine hohe Aussagekraft.

#### *H2: Zusammenhang zwischen Beratungsbeziehung und Zufriedenheit mit Frequenz in der Mailberatung*

Zwischen der Beratungsbeziehung in der Mailberatung und der Zufriedenheit mit der Antwortfrequenz in der Mailberatung besteht ein signifikant positiver Zusammenhang mit mittlerer Effektstärke ( $n = 63$ ,  $r = .456$ ,  $p < .001$ ).

#### *H3: Zusammenhang zwischen Beratungsbeziehung und persönlichem Nutzen*

Zwischen der Beratungsbeziehung in der Mailberatung und dem persönlichen Gesamtnutzen besteht ein signifikant positiver Zusammenhang mit mittlerer Effektstärke ( $n = 57$ ,  $r = .344$ ,  $p = .009$ ). Zudem erscheint im Rahmen dieser Hypothese auch der Zusammenhang zwischen Beratungsbeziehung und der insgesamten Zufriedenheit relevant. Hier lässt sich ein signifikant positiver Zusammenhang mit großer Effektstärke feststellen. ( $n = 65$ ,  $r = .507$ ,  $p < .001$ ).

#### *H4: Zusammenhang zwischen Beratungsbeziehung und Schnittstellen*

Zwischen der Beratungsbeziehung in der Mailberatung und der Bereitschaft, das Anliegen auch in einer Beratungsstelle oder Therapie (vor Ort) zu besprechen, zeigt sich ein signifikant positiver Zusammenhang mit mittlerer Effektstärke ( $n = 50$ ,  $r = .333$ ,  $p = .018$ ). Kein Zusammenhang besteht hingegen zwischen der Beratungsbeziehung in der Mailberatung und der Bereitschaft, das Anliegen auch mit Personen aus dem persönlichen Umfeld zu besprechen.

#### **4.4 Veränderungen im Alltag**

In Form einer offenen Frage konnten die User\*innen angeben, was sich durch die Nutzung der Onlineberatung in ihrem Alltag verändert hat. Insgesamt werden 55 Nennungen getätigt, die sich teilweise mehreren Kategorien zuordnen ließen.

Sieben Personen geben an, durch die Onlineberatung eine veränderte Sichtweise auf ihr Anliegen erlangt zu haben. Hier äußern die Jugendlichen beispielsweise, dass sie „einen neuen Blick“ auf ihre Situation bekommen haben und sie hierdurch „besser einschätzen“ können. Diese neue Perspektive führt bei den User\*innen beispielsweise dazu, dass sie sich selbst „besser verstehen“ oder „Probleme mit ihren Ursachen erkannt“ haben. Eine Userin bringt zum Ausdruck, dass sie nun mehr „Verständnis für Personen im sozialen Umfeld“ habe.

Weitere fünf Befragte äußern, in der Onlineberatung ermutigt worden zu sein, auch mit anderen Menschen über ihr Anliegen zu sprechen oder dies zumindest geplant zu haben. Hier wurden beispielsweise „engste Freunde“ und eine „Schulsozialarbeiterin“ genannt; eine Person schreibt, dass sie vorhabe, „zu einer Therapie zu gehen“. Eine Person betont, sie hätte ohne die Onlineberatung „sonst bestimmt nicht den Mut gehabt die Polizei zu rufen. Ich weiß nicht, ob ich sonst hier schreiben könnte“.

Acht Personen sprechen explizit von emotionalen Veränderungen, beispielsweise in Form neuer positiver Emotionen oder Reaktionsweisen. Sie äußern hier beispielsweise, sie hätten nun „mehr Selbstbewusstsein“ und sind „ruhiger“ oder „mutiger“ geworden. Auch der Umgang mit „Stress und Streit“ habe sich laut einer Userin verändert, die sich zudem „kleine Dinge vornimmt“ und diese nach Möglichkeit umsetzt.

13 Personen schätzen an der Onlineberatung besonders, dass sie eine\*n zuverlässige\*n Gesprächspartner\*in haben, der\*die sie unterstützt und durch den\*die sie sich „ein bisschen weniger alleine“ fühlen. Sie sehen in ihrem\*r Berater\*in vor allem eine Person, der sie Dinge anvertrauen können, bei der sie sich „ausschreiben“ können oder bei dem\*der sie sich melden können, wenn es ihnen schlechter geht. Zudem wird hier auch der Vorteil der Anonymität hervorgehoben, so schreibt eine Userin beispielsweise, „Mir ist eine Last vom Herzen gefallen, da ich meine Sorgen loswerden konnte, ohne irgendwen in echt ansprechen und belasten zu müssen“.

27 Personen geben an, noch keine Veränderungen im Alltag bemerkt zu haben. Dies wird von den wenigsten Befragten näher ausgeführt oder begründet. Bei der Durchsicht der Fälle fällt allerdings auf, dass die Befragten, die diese Aussage

trafen, meist noch keines der Angebote genutzt haben. 10 dieser 27 User\*innen geben explizit an, erst seit kurzer Zeit angemeldet zu sein und die Onlineberatung daher noch nicht genutzt zu haben oder lediglich eine Erstanfrage geschrieben zu haben.

## **5. Diskussion**

Es fällt auf, dass eine Vielzahl der User\*innen (201 der insgesamt 230 Nennungen) über digitale Medien auf Jugendnotmail aufmerksam werden. Neben der gezielten Suche über eine Suchmaschine stellen vorwiegend soziale Medien einen Zugangsweg dar. Jugendnotmail ist auf unterschiedlichen sozialen Medien wie Instagram mit einem Account vertreten und wird darüber hinaus durch Unterstützer\*innen auf diversen Social-Media-Kanälen repräsentiert. Aufschlussreich erscheinen bei dieser Frage auch die sonstigen Nennungen wie „Tiktok“ oder die App „Krisenkompass“, anhand derer deutlich wird, dass Jugendnotmail in einem breiten Spektrum verschiedener sozialer Social-Media-Kanäle selbst vertreten ist oder Erwähnung findet.

Betrachtet man die gegenwärtige Mediennutzung Jugendlicher, kann stark angenommen werden, dass diese Social-Media-Kanäle für Jugendliche attraktiv sind und in ihrer Sozialisationsfunktion so beispielsweise Information über das Thema Onlineberatung ermöglichen oder Jugendliche für andere psychosoziale Themen sensibilisieren. Insgesamt wird deutlich, dass Jugendnotmail die neuen Medien gewinnbringend nutzt und sich auf diese Weise auch der zunehmenden gesellschaftlichen Mediatisierung und den Lebenswelten der Jugendlichen anpasst. Lediglich drei User\*in sind über klassische Medien (Zeitschrift/Zeitung, Brief und Radio) auf Jugendnotmail aufmerksam geworden. Demnach liegt die Vermutung nahe, dass Werbung über klassische Medien für diese Zielgruppe immer mehr an Bedeutung verliert. Weitere 35 Nennungen fallen auf „Personen des Sozialen Umfelds“ wie Freunde oder professionelle Fachkräfte wie beispielsweise Sozialarbeiter\*innen, die demnach als Multiplikator\*innen fungieren. Es scheint, dass Jugendnotmail unter Jugendlichen schon einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt hat und darüber hinaus vermehrt pädagogischen und therapeutischen Fachkräfte die Plattform geläufig ist.

Das Themenspektrum, mit dem die Befragten an Jugendnotmail herantreten, ist breit: Der Mittelwert von 5,45 Beratungsthemen lässt vermuten, dass die User\*innen mehrere Anliegen gleichzeitig beschäftigen. Dies erscheint durch den Umstand der parallel zu bewältigenden Entwicklungsaufgaben im Jugendalter nicht verwunderlich: Der Alltag von Jugendlichen könnte so beispielsweise gleichzeitig durch die Zugehörigkeit zu einer Peergroup, familiäre Schwierigkeiten und schulische Belange geprägt werden. Das Einbringen von mehreren Themen erscheint für diese Lebensphase folglich charakteristisch.

Wie aus den Beratungsthemen deutlich wird, sind psychische Erkrankungen wie beispielsweise Depressionen oftmals Thema der Beratung. Es kann vermutet werden, dass insbesondere psychische Probleme für Jugendliche teilweise schambelastet sind. Hier kann Jugendnotmail als erster Ansprechpartner den Jugendlichen möglicherweise auch die Angst vor Stigmatisierung nehmen. Trotzdem lässt sich die Vermutung aufstellen, dass schriftbasierte Onlineberatung

bei diesen Themen auch an ihre Grenzen stoßen kann, da sie kein therapeutisches Angebot darstellt und so auch keine akute Krisenintervention leisten kann.

Für eine professionelle Behandlung erscheint es in diesen Fällen relevant, dass der\*die Betroffene therapeutisch angebunden ist und die Onlineberatung eher als zusätzliche Unterstützung betrachtet. So berichtete ein\*e User\*in beispielsweise, durch Onlineberatung Zeitpunkte zwischen Beratungsstunden und Therapiesitzungen zu überbrücken. Möglicherweise stellt für einige Ratsuchende die Onlineberatung der erste Kontakt zum psychosozialen Hilfesystem dar. Dass nur 14,1 % eher bzw. 8,7 % voll und ganz den Entschluss gefasst haben, beraterische oder therapeutische Unterstützung (vor Ort) in Anspruch zu nehmen, kann auch an der Beschaffenheit der Stichprobe liegen: Viele User\*innen haben bisher nur wenige Mails mit ihren Berater\*innen ausgetauscht und würden möglicherweise zu einem späteren Zeitpunkt den Entschluss fassen, sich weitere professionelle Unterstützung zu suchen. Zudem besteht durch COVID-19 derzeit nur eingeschränkt die Möglichkeit, Beratung oder Therapie in Präsenz in Anspruch zu nehmen.

Auffällig erscheint, dass der Einzelchat zwar zum Zeitpunkt der Befragung erst seit wenigen Monaten auf Jugendnotmail etabliert wurde, jedoch bereits von 24,2 % der Befragten genutzt wird. Diese verhältnismäßig hohe Inanspruchnahme kann möglicherweise dadurch erklärt werden, dass das geschützte Einzelsetting und die Möglichkeit, ein Anliegen im Live-Austausch unmittelbar bearbeiten zu können, für Jugendliche ein attraktives Setting darstellt und vermutlich auch dem Zeitgeist dieser Altersgruppe entspricht. Der Einzelchat kann zudem eine Möglichkeit darstellen, diese zeitlichen Abstände im Rahmen der Mailberatung zu überbrücken und auch akute Fragestellungen und Problematiken anzusprechen.

Die beraterische Beziehung als ein bedeutender Einfluss- und Wirkfaktor wird mit einem Mittelwert von 4,11 bzw. 4,17 sowohl im Einzelchat als auch in der Mailberatung für die User\*innen in hohem Maße spür- und erlebbar. Auffällig erschien bei den Ergebnissen der vorliegenden Studie, dass sich im Einzelchat als quasi-synchrone Form der Kommunikation eine ebenso tragfähige Beziehung wie in der Mailberatung als eine asynchrone Kommunikationsform zu manifestieren scheint. Obwohl im Einzelchat nur ein einmaliger und zeitlich begrenzter Kontakt zum\*r Berater\*in besteht, scheint der Aufbau einer Beziehung schon in dieser kurzen Zeit möglich zu sein. Möglicherweise kann dies auch darauf zurückgeführt werden, dass die Kommunikation im Chat zwar schriftbasiert erfolgt, aber mündlich konzipiert ist und so einem Gespräch näherkommt als ein Beratungskontakt per Mail.

Das wiederum kann als weiterer Indikator dafür gelten, dass nicht das Setting, sondern vielmehr die innere Haltung des\*der Berater\*in im Beratungsprozess entscheidend ist. Grundhaltungen wie Empathie, Kongruenz und bedingungslose Wertschätzung vermitteln augenscheinlich auch im schriftlichen Beratungskontakt Nähe.

Diese hohe Relevanz der Beziehungsqualität zeigt sich auch in der bivariaten Analyse: Es besteht ein positiv gerichteter Zusammenhang zwischen der Beziehung zum\*r Berater\*in und der insgesamten Zufriedenheit sowie dem

persönlichen Gesamtnutzen. Eine adäquate Beziehungsgestaltung erscheint so von großer Bedeutung und kann positive Veränderungen im Leben der Ratsuchenden wie beispielsweise neue Bewältigungsstrategien im Alltag und einen veränderten Blickwinkel auf die Situation mit sich bringen.

Die vorliegende Studie weist einige Limitationen auf, die in erster Linie durch das Erhebungsinstrument als solches begründet sind. Die verwendeten Items wurden von der Verfasserin dieser Arbeit selbst formuliert oder aus verschiedenen Evaluationen von Onlineberatungsangeboten adaptiert. Sie wurden unter umfassender Berücksichtigung der Standards der Frageformulierung und der Gütekriterien quantitativer Forschung entwickelt, sind jedoch dennoch nicht mit einem sozialwissenschaftlich erprobten Messinstrument vergleichbar. Zudem wies das Sampling einen großen Anteil an User\*innen auf, die erst seit kurzem auf der Plattform angemeldet waren und teilweise noch keine Beratung in Anspruch genommen hatten. Bei der Betrachtung der genutzten Angebote wird durch die damit einhergehenden geringen Fallzahlen die Aussagekraft der Ergebnisse geschmälert. Um nicht nur das subjektive Erleben, sondern auch objektive Effekte der Onlineberatung näher zu beleuchten, wäre eine Längsschnittstudie aufschlussreich gewesen, die den Rahmen einer Masterarbeit jedoch überstiegen hätte.

## **6. Ausblick**

Onlineberatung kann, in der vorliegenden Befragung zumindest für einen kleinen Teil der User\*innen, in ihrer Vermittlungsfunktion als erste Vertrauensbasis den Weg für ein psychosoziales Angebot wie eine Face-to-Face-Beratung oder Therapie ebnen. Daher erscheint es von umso größerer Bedeutung, dass Ratsuchenden in diesem Rahmen eine positive Beziehungserfahrung ermöglicht wird. Hierfür ist es nötig, dass Berater\*innen ausreichend qualifiziert sind, Kenntnisse über zentrale Beratungsmethoden und -haltungen erwerben konnten und deren Übertragung ins Onlinesetting sicher beherrschen. Die Ergebnisse dieser Befragung lassen vermuten, dass ebensolche Fähigkeiten den ehrenamtlichen Berater\*innen bei Jugendnotmail adäquat vermittelt wurden und werden. Der Fokus auf diese Kompetenzen als zentraler Bestandteil von Qualitätsstandards professioneller Onlineberatung erscheint gerade zu Zeiten der Krise aktueller denn je.

Für die zukünftige, lebenswelt- und bedürfnisorientierte Weiterentwicklung von Onlineberatung sollten Ergebnisse der Nutzer\*innenforschung wegweisend sein. Im Fokus von Forschung und Praxis sollten Ratsuchende die Möglichkeit erhalten, Impulse zu setzen und ihre Perspektive auf das jeweilige Angebot einzubringen.

Abschließen soll diesen Artikel deshalb ein Zitat einer befragten Userin:

*„Durch die Onlineberatung habe ich einen Ort gefunden, an dem ich mich mit meinen Problemen nicht alleine fühle, und das egal wann (besonders in sehr schlimmen Phasen meinerseits). Ich hatte zwar bisher noch nicht die Gelegenheit (Mut!?) zu einer Therapie zu gehen, jedoch habe ich das jetzt mittlerweile vor Dank der Onlineberatung hier. Ich bin alles in allem dankbar, dass es dieses Angebot gibt!!!“*

## Literatur

- Brunner, A. (2011). Theoretische Grundlagen der Online-Beratung. In S. Kühne & G. Hintenberger (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung: Psychosoziale Beratung im Internet* (S. 27-45). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- De Shazer, S. & Dolan, Y. (2018). *Mehr als ein Wunder. Lösungsfokussierte Kurzzeittherapie heute* (6. Auflage). Heidelberg: Carl-Auer.
- Eichenberg, C. (2007). Online-Sexualberatung: Wirksamkeit und Wirkweise *Zeitschrift für Sexualforschung*, 20(3), 247-262.
- Eichenberg, C. & Küsel, C. (2016). Zur Wirksamkeit von Online-Beratung und Online-Psychotherapie. *Resonanzen. E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung*, 4(2), 93-107. Verfügbar unter <https://www.resonanzen-journal.org/index.php/resonanzen/article/view/391>
- Eichenberg, C. & Aden, J. (2015). Onlineberatung bei Partnerschaftskonflikten und psychosozialen Krisen. Multimethodale Evaluation eines E-Mail-Beratungsangebots. *Psychotherapeut*, 60(1).
- Engel, F. (2019). Beratung unter Onlinebedingungen. In S. Rietmann, M. Sawatzki & M. Berg (Hrsg.), *Beratung und Digitalisierung. Zwischen Euphorie und Skepsis* (S. 3-40). Wiesbaden: Springer VS.
- Heeren, J. & Grau, A. (2013). Analyseinstrumente zur Prüfung der Konzepttreue einer Online-Beratung. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 9(2), 1-24. Verfügbar unter [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0213/heeren\\_grau.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/heeren_grau.pdf)
- Jugendnotmail (2021). *Pressemitteilung. Rekord bei Jugendnotmail: Mehr als 15.000 geschriebene Nachrichten in der Einzelberatung*. Verfügbar unter <https://t1p.de/nz3dj>
- Jugendnotmail (2019). *Jahresbericht Jungundjetzt e.V. für das Geschäftsjahr 2019*. Verfügbar unter <https://t1p.de/8i0g>
- Jugendnotmail (o.J.). *Berater werden*. Verfügbar unter <https://www.jugendnotmail.de/berater/berater-werden/>
- Knaevelsrud, C., Wagner, B. & Böttche, M. (2016). *Online-Therapie und -Beratung. Ein Praxisleitfaden zur onlinebasierten Behandlung psychischer Störungen*. Göttingen: Hogrefe.



- Knaevelsrud, C. & Maercker, A. (2007). Internet-based treatment for PTSD reduces distress and facilitates the development of a strong therapeutic alliance: a randomized controlled clinical trial. *BMC Psychiatry*, 7(13), 1-10. Verfügbar unter <https://bmcp psychiatry.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/1471-244X-7-13.pdf>
- Knatz, B. (2013). *Handbuch Internetseelsorge*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Reindl, R. (2018). Zum Stand der Onlineberatung in Zeiten der Digitalisierung. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 14(1), 16-26. Verfügbar unter <https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2018/03/reindl.pdf>
- Richards D. & Richardson T. (2012). Computer-based psychological treatments for depression: a systematic review and meta-analysis. *Clin Psychol Rev.*, 32(4), 329-342.
- Rogers, C. R (2007). *Die nicht-direktive Beratung* (12. Auflage). Frankfurt am Main: Fischer
- Schlack, R., Neuperdt, L., Hölling, H., De Bock, F., Ravens-Sieberer, U. & Mauz, E. et al (2020): Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und der Eindämmungsmaßnahmen auf die psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. *Journal of Health Monitoring*, 5(4), 23-34. Verfügbar unter <https://t1p.de/1crj>
- Schlappbach, M., Ettl, R., Spiess, M. & Ruffin, R. (2018). *Anwendung von Wirkfaktoren in der Emailberatung von SafeZone.ch*. Bern: BAG –Sektion Prävention in der Gesundheitsversorgung. Verfügbar unter <https://t1p.de/tm5y3>
- Schultze, N. G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internet-Beratung. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 3(1), 1-8. Verfügbar unter [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0107/schultze.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf)
- Stieler, M. (2021). *Nähe durch Distanz: Zugänge, Einflussfaktoren und Effekte der psychosozialen Onlineberatung von Jugendlichen - Eine empirische Erhebung unter User\*innen der Plattform Jugendnotmail*. Master of arts, Hochschule Nordhausen, Nordhausen.
- Zenner, B. & Oswald, G. (2006). Onlineberatung im Bereich der Ehe-, Familien- und Lebensberatung - Eine Erhebung im Rahmen des Modellprojekts Onlineberatung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung (KBK). *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 2(1). Verfügbar unter [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/zenner.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/zenner.pdf)