



Neue Medien verändern die Beratungslandschaft nachhaltig

Joachim Wenzel

Zusammenfassung

Die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen verändern sich. Das hat auch einen Wandel in der Beratung und Therapie zur Folge. Dabei entstehen nicht nur neue Beratungsangebote wie die Onlineberatung (Mail-, Chat-, Forenberatung), sondern es entwickeln sich auch neue Themen und Probleme durch das Internet, die in Beratung und Therapie bearbeitet werden. Der Wandel beschränkt sich dabei nicht nur auf neue mediale Beratungsformate, sondern auch die Beratungsarbeit vor Ort – face to face – verändert sich nachhaltig. Diese Entwicklungen gilt es in einem gesamtgesellschaftlichen Rahmen wahrzunehmen, um angemessen mit ihnen umgehen zu können. Die Herausforderungen und Chancen des nachhaltigen Wandels der Beratungslandschaft durch neue Medien werden mit Hilfe von konkreten Beispielen aufgezeigt.

Wandel gesellschaftlicher Kommunikationsgewohnheiten

Wie Gesellschaft sich kontinuierlich im Wandel befindet, so verändern sich auch die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen beständig. In den letzten Jahrzehnten hatte vor allem die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnik einen erheblichen Einfluss auf die Alltagskommunikation der Menschen. Ein Zusammenhang, der weiter anhält – vollzieht sich gesellschaftliche Kommunikation doch zu großen Teilen medial. Nach den Massenkommunikationsmedien Fernsehen und Radio entwickelten sich zunehmend auch Medien zur Individual- und/oder Gruppenkommunikation. Während es in den 50er und 60er Jahren des letzten Jahrhunderts noch die Ausnahme war, dass Privatpersonen oder Privathaushalte Telefone besaßen, so wurde das in den nachfolgenden Jahrzehnten zum Normalfall. Die Überwindung der Knappheit von Telefonapparaten und Verbindungsleitungen wird in den Medien recht gut widerspiegelt, indem sich der Werbeappell an potentielle Telefonkommunikanten umkehrt, wie die nachfolgenden Werbeslogans auf Plakaten der damaligen Telefonanbieterin Deutsche Post zeigt:

1941: „Fasse Dich kurz“ (Bräunlein 2000, S. 149)

1977: „Ruf doch mal an!“ (Baumann, 2000, S. 49)

Mit der Erweiterung der Verfügbarkeit von Kommunikationsgeräten und Übermittlungstechnik änderten sich auch die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen. Wurde mediale Kommunikation zunächst noch durch die Kosten begrenzt, führte die Einführung so genannter Flatrates, die zu fixen Kosten unbegrenzte mediale Kommunikation ermöglichen, zu einer neuen Kommunikationskultur. Der technisch vermittelten Kommunikation wurde so der Weg gebahnt, zu einem nicht unerheblichen Teil der Alltagskommunikation zu werden.

Beratungseinrichtungen, die vorwiegend mediale Beratung anbieten, wurden von den Kommunikationsveränderungen teilweise quasi überrollt. So kam es bei den kostenlosen Telefonhotlines, wie etwa der Telefonseelsorge Deutschland, in den 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts zum Teil zu großen Problemen, da die vorwiegend ehrenamtlichen Telefonseelsorger von unzähligen Anrufen überschwemmt wurden. Das war ein Phänomen, das es in diesem Ausmaß in der Geschichte dieser Einrichtung zuvor nicht gab und kann als erstes größeres Anzeichen eines bevorstehenden und nachhaltigen Kommunikationswandels in der institutionalisierten Beratung verstanden werden. Der Massenmarkt der Kommunikationsmittel verändert die Kommunikationsgewohnheiten von Jahr zu Jahr. Waren es zunächst die bezahlbar gewordenen Mobiltelefone und die Experimentierfreude vorwiegend junger Nutzer, die kostenlose Telefonberatungen austesteten und eine ganze Beratungsinstitution ver-

änderten, so brachte das Internet weitere revolutionsartige Neuerungen, die Beratung und Therapie verändern und die es differenziert wahrzunehmen gilt.

Neue Beratungsformate im Internet

Die nach außen sichtbarsten Veränderungen stellen die neuen Beratungsformate dar, die sich mittlerweile in vielen Beratungsinstitutionen und -verbänden etabliert haben. Mail-, Chat- und Forenberatung haben sich vor allem als neue Beratungsformen durchgesetzt. Sie haben ermöglicht, dass die Mündlichkeit der Face-to-Face-Beratung von der Schriftlichkeit ergänzt wurde. Für diese Angebote hat sich mittlerweile der Begriff Onlineberatung herausgebildet, der vor allem die genannten Beratungsformate bezeichnet, die sich seit Mitte der 1990er Jahre im Internet entwickelt haben. Mail- und Chatberatung werden dabei vorwiegend als Einzelberatung realisiert, während es in der Forenberatung vor allem um eine mediale Form der Gruppenberatung geht. Wurde in den ersten Jahren der Realisierung von Beratung per Internet vor allem die Frage der Möglichkeiten und Grenzen dieser Beratungsformen diskutiert, so traten später differenzierte Fragestellungen in den Blick, die sich näher mit den einzelnen Medien befassten und die mediale Beratung auch in Bezug auf die unterschiedlichen Beratungs- und Therapieschulen beleuchteten. Empirische Studien zu Onlineberatung gab es vor allem im Angelsächsischen und dort im psychologisch-verhaltenstherapeutischen Kontext (Eichenberg, Ott 2012), zumal hier die Forschung, gerade bei diesem Medium, gut zu standardisieren ist. Auch im deutschsprachigen Raum gab es früh empirische Studien (van Well 2000) und auch in weiteren Disziplinen wie der Erziehungswissenschaft liegen bereits Forschungsergebnisse vor, wie eine Studie von Weinhardt (2009) zeigt. Sowohl die Wirksamkeit medialer Inter-

ventionen als auch das Erreichen neuer Zielgruppen wurden mittlerweile in den genannten (Meta-)Studien belegt. Insbesondere die Anonymität des Internets, die face-to-face nicht in dieser Weise denkbar ist, ermöglicht es auch solchen Menschen, sich an Beratungseinrichtungen zu wenden, die – zumindest zu einem bestimmten Zeitpunkt – eine Beratungsstelle oder Therapieangebote vor Ort nicht aufgesucht hätten. Mittlerweile gibt es Onlineberatungsangebote zu unterschiedlichsten Themen, Problemen und Zielgruppen, aber auch unspezifische Angebote wie das der Telefonseelsorge unter www.telefonseelsorge.de, die für alle Menschen und Fragestellungen offen sind.

Auswirkungen der Medien auf die Face-to-Face-Beratung

Es gibt sehr verschiedene Verknüpfungen zwischen medialen Beratungssettings und der Face-to-Face-Beratung. Zur Veranschaulichung der Auswirkungen auf die herkömmliche Beratung in einer Stelle vor Ort kann die Fallvignette einer vierzehnjährigen Schülerin dienen, die sich per Mail zaghaft bei einem Onlineberatungsangebot meldet. Zunächst wird von ihr sehr vorsichtig ein Kontakt mit dem Berater hergestellt, wobei die Jugendliche in den ersten Mails abschätzt, ob die Beratungsbeziehung für sie passend ist. Nach einiger Zeit erst benennt sie ihr eigentliches Problem, nämlich selbstverletzendes Verhalten. Sie sagt außerdem, dass sie davon bisher noch niemandem erzählt habe und gedacht habe, sie würde niemals jemandem davon erzählen. Wichtig war ihr, dass sie sich verstanden fühlt und dass Selbstverletzung von ihrem Gegenüber nicht mit einem Selbstmordversuch gleichgesetzt beziehungsweise verwechselt wird. In den ersten Wochen ist sie sich noch sicher, dass sie dieses Problem niemandem persönlich „von Angesicht zu Angesicht“ sagen wird. Selbst ein Telefonat mit der Tele-

fonseelsorge zu diesem Thema war für sie undenkbar. Nachdem die junge Frau aber merkt, dass ihr das Schreiben hilft und dabei sogar eine emotionale Entlastung erfährt, holt sie sich einige Wochen später doch Hilfe in einer Beratungsstelle vor Ort. Der Mailberatungskontakt wird in Absprache von Berater und Klientin beendet, als sie den ersten Termin vereinbart hat. Vergleichbare Beispiele werden von Beratern immer häufiger genannt. Das ausschließlich schriftliche Beratungsangebot scheint für eine größere Zahl Menschen die Zugangsschwelle zu verringern, wodurch es möglich wird, auch sehr schambesetzte Themen ins Wort zu bringen, was per Telefon oder in den Räumen einer Beratungsstelle mit einem Berater vor Ort so nicht möglich wäre. Die von manchen Beratern befürchtete Konkurrenz der Onlineberatung zu den Face-to-Face-Beratungsangeboten ist nicht eingetreten. Vielmehr wird berichtet, dass die Nachfrage nach Beratung vor Ort auch durch die neuen Angebote der medialen Beratung tendenziell zunimmt. Somit kann die schriftliche Beratung per Internet eine Brücke bauen zu den örtlichen Angeboten der Beratungsstellen.

Darüber hinaus gibt es aber weitere Veränderungen für die Stellen vor Ort. So werden Beratungsstellen immer häufiger per Internet ausgewählt und die Homepage der Stelle ermöglicht es den potentiellen Klienten, sich vorab über die Thematik und das Angebote der Beratungseinrichtung zu informieren. Anmeldungen per Mail kommen sogar dann vor, wenn dies nicht ausdrücklich angeboten wird. So ermöglicht das Internet eine neue Zugangsmöglichkeit, die es vorab nicht gab, war es doch im Telefonbuch oder in Zeitungen nicht bezahlbar, vergleichbare Informationen bereitzustellen und zugleich auf einfache Weise interaktiv eine schriftliche Kommunikation zur Anmeldung zu ermöglichen. Klienten nutzen diesen Weg auch, um bereits hier ihr Problem zu benennen oder anzudeu-



ten und zu klären, ob sie an der richtigen Stelle sind. Damit ist es bereits frühzeitig möglich, etwa zu klären, dass es eine andere Einrichtung gibt, die für diese oder jene Fragestellung passender ist. Eine Homepage mit Mailanmeldung ermöglicht somit ebenso wie ein explizites Onlineberatungsangebot, einen verhältnismäßig niedrighschwelligem Zugang zum Beratungsangebot zu eröffnen.

Berater berichten neben den genannten Phänomenen auch davon, dass sie parallel zu den Face-to-Face-Beratungen zusätzlich Mails von ihren Klienten erhalten, wenn ihre E-Mailadresse bekannt ist. So kommt es vor, dass diese etwa erklären, weshalb sie einen Termin absagen müssen. Hier besteht nun die Möglichkeit, diese Kommunikationsmöglichkeit zu nutzen, um eine Überbrückung zu gestalten, zum Beispiel wenn danach der nächste Termin erst in einiger Zeit möglich ist. Als weitere Fallvignette kann hier eine Mutter genannt werden, die mit ihrer Familie in Familienberatung ist und deren Sohn zwischenzeitlich in einer Klinik aufgenommen wurde. So berichtet eine Beraterin, dass sie diese Informationen genutzt habe, um sich über die fachliche Arbeitsweise der Klinik zu informieren. So konnte sie in Ruhe und mit einer fachlichen Distanz klären, wie sie bezüglich eines bereits vereinbarten Termins mit der Familie verfahren möchte. Per Mail konnte sie dann eine Klärung in Bezug auf die nächste Sitzung mittels Mailkommunikation mit der Mutter herbeiführen. Neu sind auch die niedrighschwelligem Möglichkeiten medialer Nachsorge, die mailbasiert erfolgen kann. Dies wird bislang vor allem von Kliniken genutzt. Aber auch einige Beratungsstellen ermöglichen bereits nach Beendigung der Beratung, innerhalb eines angekündigten und vordefinierten Zeitraums mit den Klienten nochmals in Kontakt zu treten und die Beratungen bezüglich ihrer Nachhaltigkeit zu evaluieren. Dies kann zum einen zur Sicherung der Qualität geschehen, aber auch, um den Klienten

eine Möglichkeit anzubieten, nach einer gewissen Zeit die Beratung zu reflektieren und bei Bedarf gezielt zu überlegen, ob es einer weiteren Intervention bedarf.

Nicht unerwähnt sollen die internen und externen Vernetzungsmöglichkeiten in den Beratungsstellen bleiben, denn auch hier hat sich die Kommunikation rasant verändert. Waren vor einigen Jahren viele Arbeitsplätze der Berater noch nicht einmal mit einem PC ausgestattet, so werden heute immer mehr Dienstzimmer sogar mit den Kollegen der Stelle (internes Netzwerk) und dem Internet vernetzt. Per so genannten Intranetplattformen können Berater auch übergreifend – etwa auf Ebene des eigenen Dachverbands – kommunizieren und Daten austauschen. Damit wird der kollegiale Face-to-Fachausaustausch immer häufiger auch medial erweitert und sogar Onlinesupervision wird auf diese Weise bereits durchgeführt.

Als letzte Veränderung in der Face-to-Face-Beratung sei die mediale Aktenführung genannt. Wurden zunächst vor allem die Statistikdaten per Computer erfasst und weiterverarbeitet, so werden zunehmend auch die gesamten Fallakten per PC geführt, zum Teil sogar mittels Internettechnik zentral auf Servern für verschiedene Standorte. Aus Gründen der Effizienzsteigerung mag dies sinnvoll erscheinen. Allerdings ergeben sich hieraus auch neue Probleme, die nachfolgend beleuchtet werden. Insgesamt zeigt sich anhand dieser Beschreibungen, dass die neuen Medien nicht nur zusätzliche Beratungsangebote ermöglichen, sondern auch in den gesamten Arbeitsalltag der Beratungsstellen nachhaltig eingreifen. Hat sich diesbezüglich in den letzten 15 Jahren bereits viel verändert, so sind diese Entwicklungen alles andere als zu Ende, da sich die neuen Medien aktuell weiter entwickeln und weiter ausdifferenzieren.

Fachliche Herausforderungen durch die Technikentwicklung

Die Entwicklungen durch die neuen Medien schreiten weiter mit hoher Geschwindigkeit voran. Insbesondere die drei übergreifenden Technikrends sind noch nicht zu einem vorläufigen Ende gekommen: Miniaturisierung, Konvergenz und Mobilität. Miniaturisierung bedeutet, dass die Kommunikationsgeräte immer kleiner werden. Konvergenz bezeichnet das Zusammenwachsen der Funktionalitäten verschiedener Geräte in einem einzigen Gerät. Mobilität heißt in diesem Zusammenhang, dass die Geräte unabhängig von einem bestimmten Standort genutzt werden können. Die Miniaturisierung ist in verschiedenerlei Hinsicht zwar an die Grenzen gekommen, da beispielsweise die Nutzung durch die Hände und die Optik ein noch Kleinerwerden von Geräten verhindert. Allerdings ermöglicht dieser Trend, zusammen mit der Konvergenz, dass die Funktionen verschiedener Geräte in einem Gerät zusammengeführt werden können, ohne dass das neue Gerät viel größer werden muss. So stellen die aktuellen sogenannten Smartphones Geräte dar, die Mobiltelefon, (Video-)Kamera, PC und vieles mehr ineinander integrieren.

Eine Gesellschaft, in der immer häufiger medial kommuniziert wird, produziert zwangsläufig neue Probleme, Paradoxien, aber auch Lösungsansätze durch die neuen gesellschaftlichen Ausdrucksformen. An einem derart tiefgreifenden Wandel kommen Institutionen wie Beratung und Therapie nicht vorbei, geht es bei ihnen doch zentral um die Bearbeitung von Problemen, unabhängig davon, wodurch sie entstanden sind beziehungsweise welche Technik daran beteiligt ist. Wurden Vorteile für die Erreichbarkeit der Beratungsangebote bereits dargelegt, so gilt es nun, neue Problemfelder zu benennen. Ein Thema, das häufig benannt wird, ist süchtiges Verhalten in Bezug auf

die Nutzung von neuen Medien. Nicht nur Jugendliche können der Gefahr erliegen, sich vor allem am Computer beziehungsweise im Internet zu bewegen und soziale Kontakte vor Ort im sozialen Nahraum zu verlieren. Desweiteren gibt es in Bezug auf das Internet neue Formen von Gewalt wie etwa das Cybermobbing (Fawzi 2009), es kann aber auch zu neuartigen Kommunikationsstörungen kommen, wenn die mediale Kommunikation immer neue Probleme schafft und Lösungen nicht in Sicht sind. Als Beispiel sei genannt, dass sich Menschen über das Internet kennenlernen und verlieben, der Schritt in ein Leben jenseits des Netzes jedoch nicht gelingen will. Diese Negativbeispiele sollen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es auch Formen der Unterstützung im Internet gibt, die mediale Selbsthilfegruppen darstellen und solche vor Ort ergänzen, da sie prinzipiell an jedem Ort erreicht werden können. Das bedeutet, dass die neuen Medien sowohl neue Gefahren als auch neue Hilfsmöglichkeiten darstellen.

Es gilt die skizzierten Veränderungen also konstruktiv für die fachliche Weiterentwicklung von Beratung und Therapie zu nutzen, um den Menschen mit ihren aktuellen Anliegen auch kompetent helfen zu können. Als hinderlich erscheint dabei jedoch die vielfach wahrnehmbare Technikabwehr der professionellen Akteure. Fühlen sich nicht wenige Klienten von den medialen Neuerungen überfordert, so gilt das in nicht unerheblichem Maße gerade auch für die Berater selbst. Die Auseinandersetzung der Berater mit neuen Medien stellt eine wichtige Voraussetzung dar, um den Technikentwicklungen nicht ausgeliefert zu sein, sondern sie aktiv gestalten zu können. Die Weiterentwicklung des Beratungs- und Therapieangebots bedarf also zunächst einer Erweiterung der Medienkompetenz seitens der Professionellen. Das bedeutet natürlich nicht, dass es darum geht, die Berater zu Medienexperten weiterzubilden. Es sollte aber gewährleistet sein,

dass sie anschlussfähig bleiben in Bezug auf die Fragen und Probleme ihrer Klienten. Dazu gehört auch, die besondere Bedienung der professionell genutzten Medien wie Mail, Chat etc. zu kennen und reflektieren zu können. Dies ist nicht unerheblich, da je nach Medium auch neue medienbedingte Kommunikationsstörungen innerhalb der Beratungsbeziehung auftreten können.

Eine wichtige und nach wie vor aktuelle Herausforderung stellt die Angriffsmöglichkeit des Internets dar (Wenzel 2011). Dadurch werden prinzipiell die vertraulichen Klientendaten bedroht, wenn sie auf einem Computer gespeichert werden, der an das Internet angeschlossen ist. Ein Schutzkonzept mit Sicherheitstechnik wie einer Firewall ist hier erforderlich, um die Angriffe effektiv abwehren zu können. Nur so kann der Beratungsanbieter seinen Pflichten gegenüber den Klienten gerecht werden und datenschutzrechtliche, strafrechtliche und haftungsrechtliche Risiken minimieren. Bei Onlineberatungsangeboten bedarf es darüber hinaus eines Sicherheitskonzepts, das auch einen verschlüsselten Datentransfer im Internet beinhaltet, so dass die Beratungskommunikation auch tatsächlich in einem vertraulichen Rahmen geschieht. Für alle diese Probleme gibt es bereits seit Jahren praxiserprobte Lösungsansätze, die aber noch nicht in allen Beratungseinrichtungen und freien Praxen realisiert werden. Die Thematik kann hier nicht weiter vertieft werden. Es sei aber darauf hingewiesen, dass es Fachportale im Internet gibt (s. Internet-Links unten), die Probleme und Abhilfemöglichkeiten konkret aufzeigen.

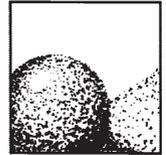
Perspektiven für die Beratung

Beratung und Therapie heißt, am Puls der Zeit zu bleiben, sich also den aktuellen Problemen und Herausforderungen der Individuen und den aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen zu stellen. Das bedeutet natürlich nicht, al-

les hinnehmen zu müssen, sich einfach nur anzupassen und auf die KlientIn einzuwirken, selbst Anpassung zu betreiben. Vielmehr gilt es, sich als BeraterIn selbst aktiv mit den Veränderungen auseinanderzusetzen. So ist es möglich, die KlientInnen darin zu unterstützen, dass sie dem Wandel nicht einfach ausgeliefert bleiben, sondern die eigenen Kräfte nutzen lernen, um das eigene Leben trotz der rasanten Veränderungen zu gestalten.

Weder ein naiver Kulturoptimismus noch ein rigider Kulturpessimismus in Bezug auf neue Medien helfen hier weiter. Vielmehr gilt es, die aktuellen Lebenssituationen der KlientInnen in den Blick zu nehmen und dabei zu helfen, neue Gestaltungsräume zu eröffnen, unabhängig davon, ob die Beratung medial oder face to face geschieht. Die postmoderne Gesellschaft mit ihren Beschleunigungen und medial immer neuen und differenzierteren Spielarten wird schließlich in absehbarer Zeit nicht zum Stillstand kommen. Vielmehr ist damit zu rechnen, dass es auch künftig weniger alte Sicherheiten geben wird und neue Unsicherheiten entstehen werden. Eine neue theoretische Fassung von Therapie und Beratung in Bezug auf diesen Wandel und neue Ansätze im Umgang damit stehen weitgehend noch aus.

Systemische Therapie und Beratung bilden in dieser Hinsicht jedoch eine anschlussfähige Basis, da die Möglichkeiten der durch Medien vorangetriebenen Perspektiverweiterungen gut aufgegriffen werden können. Eine wichtige Frage bleibt dabei, wie fachlich damit umgegangen werden sollte, dass immer mehr Menschen von neuen Möglichkeiten nicht positiv angetan sind, sondern sich davon sogar überfordert fühlen. Galt bislang vor allem die Erweiterung des eigenen Handlungsrahmens hin zu neuen Möglichkeiten als eine systemische Grundidee, so gilt es nun vermehrt neue Bewältigungsweisen zu entwickeln, die auch Beschränkungen zum Ziel haben



und damit eine Form der Komplexitätsreduzierung darstellen.

Für Berater und Therapeuten bleibt somit eine doppelte Herausforderung bestehen. Es ist notwendig, dass sie sich der von den Medien beförderten Komplexitätssteigerung stellen und zugleich neue Wege der Komplexitätsreduktion entwickeln. Dies gilt für sie selbst, ihre Beratungsorganisation und auch für ihre Klienten: „*Welche Medien möchte ich wann und zu welchem Zweck nutzen, und wann macht es Sinn, mich vom Netz und der medialen Verfügbarkeit auszuklinken?*“ Insofern Kommunikation immer häufiger mediale Kommunikation sein wird, besteht ein steigender Bedarf, dass auch in die Theorie von Beratung und Therapie entsprechende und gegenstandsspezifische Medientheorie Einzug hält und die Methoden von Beratung und Therapie medial erweitert werden.

Was die konkreten Medien angeht, so wurden seit Mitte der 1990er Jahre vor allem die schriftlichen Medien wie Mail, Chat und Foren in die Beratungsarbeit integriert. Man kann diese Entwicklungen der ersten zwei Jahrzehnte von Onlineberatung mit dem Slogan „Beratung vom Gespräch zur Schriftlichkeit“ pointieren. Eine Studie des Autors (Wenzel 2013) zu dem dargelegten Themenfeld ist im Erscheinen. Nun steht eine multimediale Wende an, indem sich Beratungsformen weiterentwickeln und -verbreiten, welche die verschiedenen Kanäle mit Schriftlichkeit und anderen symbolischen Beratungsformen verbinden. So gibt es erst vereinzelt Ansätze, Aufstellungssoftware in der Internetkommunikation zu nutzen. Aber auch Videosoftware wird bislang in der medialen Beratungsarbeit noch wenig genutzt. Je mehr sie sich jedoch in der Alltagskommunikation durchsetzt, desto mehr wird vermutlich auch hier ein Bedarf und Angebot entstehen.

Die dargestellten Veränderungen und die für die Zukunft skizzierten Entwicklungen stellen lediglich einen Ausschnitt des aktuellen Wandels dar. Sie dürften aller-

dings genügen, um die nachhaltige Veränderung der Beratungslandschaft überblicksartig darzulegen. Die weitergehenden Aspekte, etwa in Bezug auf einzelne Medien, bedürfen einer eigenen Betrachtung, um ihnen gerecht zu werden.

Abstract

The habit of human communication is changing. As a consequence, the field of counseling and therapy is also altered. The development of new offers, like the counseling in virtual space (email, chat, forums), is accompanied by the growth of novel themes and problems through the internet that are topic during counseling and therapy. These modifications are not only restricted to new ways of medial counseling, but also change the characteristics of face to face counseling significantly. It is necessary to analyze these developments from a socio-holistic perspective to treat them appropriately. The challenges and chances of this lasting change in the field of counseling and therapy by new media is discussed by using concrete examples.

Literatur

- Baumann, M. (2000). Eine kurze Geschichte des Telefonierens. In: Baumann, M., Gold, H. (Hrsg.). *Mensch Telefon. Aspekte telefonischer Kommunikation*. Heidelberg: Wachter, S. 11-56.
- Braunlein, J. (2000). Bist Du noch dran? Rituale telefonischer Kommunikation. In: Baumann, M., Gold, H. (Hrsg.). *Mensch Telefon. Aspekte telefonischer Kommunikation*. Heidelberg: Wachter, S. 143-155
- Eichenberg, C., Ott, R. (2012). Klinisch-psychologische Interventionen im Internet. Review zu empirischen Befunden störungsspezifischer Angebote. *Psychotherapeut* 57 (1) S. 58-69.
- Fawzi, N. (2009). *Cyber-Mobbing. Ursachen und Auswirkungen von Mobbing im Internet*. Baden-Baden: Nomos.
- Weinhardt, Marc (2009): *E-Mail-Beratung. Eine explorative Studie zu einer neuen Hilfeform in der Sozialen Arbeit*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Well, F. van (2000). Psychologische Beratung im Internet. Vergleichende psychologische Untersuchung traditioneller Beratungsangebote mit der Internet-Beratung – unter ergänzender Berücksichtigung der „Internet-Sucht“. Bergisch Gladbach: E. Feger.
- Wenzel, J. (2011). Internetdatenschutz. Vertrauliche Psychotherapie in der vernetzten Praxis. *Psychotherapie im Dialog* 12 (2), S. 158-161.
- Wenzel, J. (2013). *Wandel der Beratung durch Neue Medien*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (in Druck).

Links:

- Bundesamt für Sicherheit im Internet (BSI): www.bsi-fuer-bueger.de (Sicherheits-Infos für Bürger) www.bsi.bund.de/DE/Themen/IT-Grundschutz (Sichere Infrastruktur für Organisationen)
- Portal zur Vertraulichkeit im psychosozialen Bereich: www.vertraulichkeit-datenschutz-beratung.de
- Verfahren zur sicheren Onlineberatung: www.sewecom.de/sewecom-verfahren
- Telefonseelsorge: Chat-, Face-to-face-, Mail- und Telefonberatung: www.telefonseelsorge.de

Anschrift des Autors

Dr. Joachim Wenzel
Alexander-Fleming-Str. 29a, 55130 Mainz
Mail: wenzel@systemische-beratung.de
Internet: www.systemische-beratung.de/wenzel

Kurzbiografie

1992-1997 Studium der Dipl.-Päd. an der Universität Mainz. 1997-2008 Leitung der Telefonseelsorge Mainz-Wiesbaden (halbe Stelle) sowie Einzel-, Paar-, Familien-, Telefon-, Onlineberatung in der angegliederten Beratungsstelle. Freiberuflich tätig als Systemischer Berater / Therapeut und Supervisor und als Lehrender (DGSF) am Institut ifs Essen. Seit 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Erziehungswissenschaft der Universität Mainz. Dissertation zum Wandel der Beratung durch Neue Medien.

Bücher, die weiterhelfen ... Wir sind die Praxis !



Herbert Schatz / Dorothea Bräutigam

Locker Bleiben

Sozialtraining für Schüler mit sonderpädagogischem Förderbedarf – Handlungsorientierte Methoden zum Sozialen Lernen und zur Gewaltprävention

„Locker Bleiben“ ist ein Sozialtraining, das seit Jahren erfolgreich zum Einsatz kommt. Das Buch beginnt mit der Projektplanung, greift wesentliche Aspekte der pädagogischen Förderdiagnostik auf und gibt dem Leser umfangreiche Praxistipps an die Hand. Im Zentrum stehen 122 ungewöhnliche Übungen und Spiele – leicht verständlich, begeisternd und handlungsorientiert.

208 S., farbige Abb., **Beigabe: Vorlagen auf CD-ROM**, Format 16x23cm, Klappenbroschur
ISBN 978-3-938187-82-1

Bestell-Nr. 9430, € 21,95

Dieter Krowatschek / Gordon Wingert / Gita Krowatschek

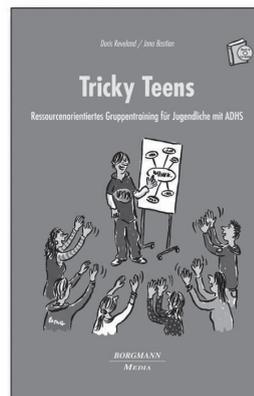
Soziales Lernen – pur!

Beliebte Übungen für die Arbeit in Gruppen

224 S., Format 16x23cm, Klappenbroschur

ISBN 978-3-938187-72-2

Bestell-Nr. 9421, € 18,80



Doris Reveland / Jana Bastian

Tricky Teens

Ressourcenorientiertes Gruppentraining für Jugendliche mit ADHS

• Geleitworte von Kurt Ludewig, Filip Caby und Manfred Vogt
Es kann sowohl das Gesamtkonzept genutzt werden, oder es können auch einzelne Sequenzen in die unterschiedlichste Arbeit mit Jugendlichen integriert werden. In jedem Fall werden viele Anregungen und Interventionen in diesem Buch die therapeutische und pädagogische Praxis mit allen Jugendlichen bereichern.

216 S., Format DIN A4, **Beigabe: Vorlagen auf CD-ROM**, Klappenbroschur

ISBN 978-3-938187-90-6

Bestell-Nr. 9437, € 24,95

Matt Driver

Positives Coaching

Was Coaches und Berater von der Positiven Psychologie lernen können

176 S., Format 16x23cm, br

ISBN 978-3-8080-0692-4

Bestell-Nr. 4354, € 19,95

BORGSMANN MEDIA



verlag modernes lernen **p** borgmann publishing

Schleefstr. 14 • 44287 Dortmund • **Bestell-Hotline: Tel. 0231 - 12 80 08 • FAX 0231 - 12 56 40**

Ausführliche Informationen (Leseproben als pdf) und Bestellen im Internet: www.verlag-modernes-lernen.de