

Leseprobe aus Hosemann und Barra, Jahrbuch der Systemischen
Sozialen Arbeit,
ISBN 978-3-7799-7515-1 © 2023 Beltz Juventa in der Verlagsgruppe
Beltz, Weinheim Basel
[http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/
gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-7515-1](http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-7515-1)

Inhalt

Begrüßung und Einleitung <i>Wilfried Hosemann, Sebastian Sierra Barra</i>	7
Im Focus digitaler Schnittflächen Zugänge zur Online Beratung in der Sozialen Arbeit <i>Hannah Maria Schäfer, Eleonore Ploil, Gudrun Cyprian</i>	9
Erkundungsperspektiven für eine internetbezogene Jugendarbeit Ideen für die Entwicklung neuer lebensweltorientierter Analysetechniken <i>Matthias Scheibe</i>	23
Mensch und Technik Wenn eine Beratungsapp zum Akteur in der Sozialen Arbeit wird <i>Robert Wanjura und Vanessa Wendel</i>	38
Fragen zur Transformation des Sozialen und des Sozialstaates Mit welchen Auswirkungen auf Adressat:innen und Professionelle ist zu rechnen? <i>Joachim K. Rennstich</i>	51
Zu den kritischen Perspektiven der Sozialen Arbeit im digitalen Sozialen <i>Wilfried Hosemann</i>	64
Digitale Zustände, Komplexität und die Notwendigkeit, Demokratie neu zu entwerfen <i>Sebastian Sierra Barra</i>	80
Und jetzt <i>Wilfried Hosemann und Sebastian Sierra Barra</i>	93
Autor*innen	95

Begrüßung und Einleitung

Wilfried Hosemann, Sebastian Sierra Barra

Die Entwicklung einer digitalen Kultur wirft grundlegende Fragen nach sozialen Beziehungen und Beziehungsweisen auf. Die Zunahme an Vernetzungsmöglichkeiten, die durch die prinzipielle Gleichwertigkeit digitaler Daten möglich wird, verändert zeitliche und räumliche Zusammenhänge weltweit in unterschiedlichem Maße. Von einem systemtheoretischen Grundverständnis aus betreffen diese Veränderungen ‚das Soziale‘ ebenso, wie die Einheiten/Entitäten, die das Soziale hervorbringen. Die grundlegende Annahme besteht darin, dass Soziales durch Relationen entsteht. Was es an Sozialem gibt, wird erst durch Relationen konstituiert. Das besondere Merkmal am Sozialen ist, dass es auf allen Seiten der Beteiligten Wirkungen, Rückwirkungen und über kurz oder lang verschiedene Formen von Effekten (Veränderungen) hervorruft. Es ist eben nicht eine Beziehung zwischen zwei stabilen Einheiten, die gleich bleiben, noch geht es um eine stabile und abgrenzbare soziale Umwelt. Dieser Grundgedanke trägt die Soziale Arbeit und charakterisiert das systemische Denken.

Die systemische Soziale Arbeit setzt diese Vorstellung nicht nur in der Beratung von Einzelnen und Familien und sozialen Gruppen um, sondern übernimmt sie auch für das Zusammenwirken von sozialen Systemen, Einheiten und Organisationen. In diesem Sinne leistet der systemische Ansatz Beiträge zur Bestimmung der Position und der Relation der Sozialen Arbeit zu Klienten, Adressaten und anderen Akteuren in der Gesellschaft. Nun ist ganz offensichtlich, dass sich die Relationen durch die Digitalisierung verändert haben. Wir haben es heute mit lokal-global vernetzten sozio-, bio- und informationstechnischen Systemabhängigkeiten zu tun, die in ihrer Komplexität kaum überschaubar sind. Die Frage, ob es sich bei der „Digitalisierung“ überhaupt um einen abgrenzbaren Phänomenbereich handelt, und wie sich dieser beobachten lässt, bleibt zu klären. Wir verhalten uns zum Thema Digitalisierung daher so, dass wir an verschiedenen Schnittstellen der Sozialen Arbeit die wechselseitigen Beeinflussungen durch veränderte Relationen aufgreifen und diskutieren.

Eine Veränderung stellt auch die Form „Jahrbuch“ gegenüber dem bisherigen Journal der DGSSA dar.

Die periodische Zusammenfassung und zeitliche Differenz, die in einem Jahrbuch angelegt ist, soll es erleichtern, Wesentliches zu erkennen und zu reflektieren. Uns leitet der Gedanke, mit Kolleginnen und Kollegen in einen praktischen und gedanklichen Austausch zu kommen. So greift das Thema Digitalisierung die

entsprechende Veranstaltungsreihe der DGSSA in Kooperation mit dem Fortbildungsträger SERA aus dem Jahr 2021 auf und stellt gleichzeitig eine Einladung zum Diskutieren und zum Widerspruch dar.

Neu ist auch die Zusammenarbeit mit dem Verlag Beltz Juventa, über die wir uns freuen. Die Erweiterung des Leserkreises wird die Breite und Tiefe der Diskussion fördern. Darauf hoffen wir!

Wilfried Hosemann und Sebastian Sierra Barra, im August 2022

Im Focus digitaler Schnittflächen

Zugänge zur Online Beratung in der Sozialen Arbeit

Hannah Maria Schäfer, Eleonore Ploil, Gudrun Cyprian

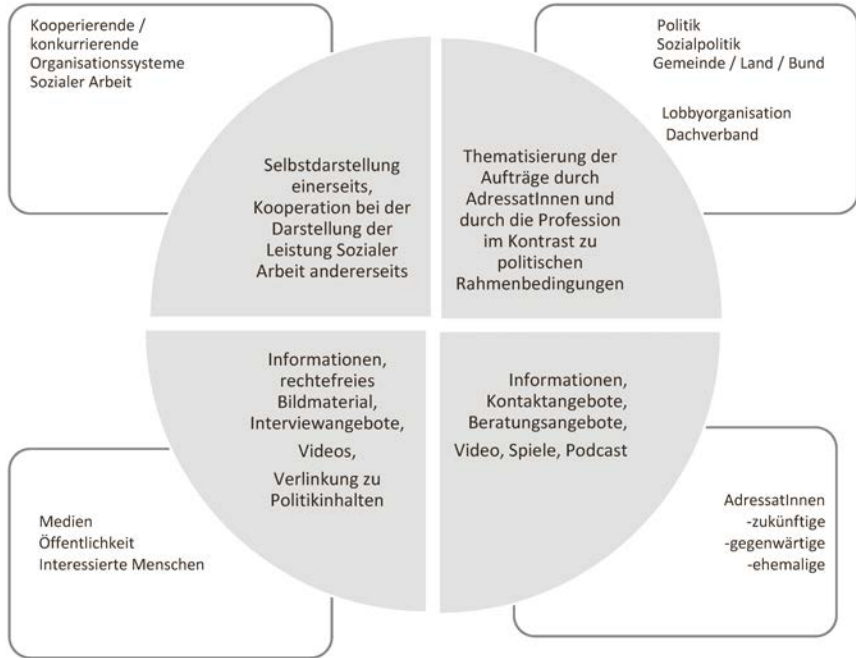
Die Organisationen Sozialer Arbeit nutzen zur Kommunikation mit ihren KlientInnen und den Akteuren aus dem gesellschaftlichen und sozialen Raum digitale Medien. In diesem Beitrag werden Fragen, die für die Gestaltung der Schnittflächen relevant sind, exemplarisch am Beispiel einer Befragung von NutzerInnen der Website einer Online-Beratung diskutiert und in fachliche Perspektiven der Sozialen Arbeit eingebettet.

I. Professioneller Kontext

Soziale Arbeit agiert in verschiedenen gesellschaftlichen Prozessen, z.B. übernimmt und gestaltet sie gesellschaftspolitische Aufträge, entwickelt eigene, orientiert sich im Kontakt mit AdressatInnen und KlientInnen an veränderten Lebensbedingungen, Lebensformen und veränderten Milieus. Zudem hat sie, entsprechend den Erfordernissen, ihre eigene fachspezifische Kommunikationsleistung fortzusetzen, ihre Existenz zu legitimieren und im gesellschaftlichen Wettstreit Ressourcen zu sichern. Ständig finden Interaktionen statt, durch die versucht wird, Soziale Arbeit zum einen kontinuierlich und erwartbar anzubieten und zum anderen, sich den sich permanent wandelnden sozialen, kulturellen und gesellschaftlichen Verhältnissen entsprechend zu verhalten und diese mitzugestalten. Diese Veränderungen vollziehen sich in einer digitalisierten Gesellschaft mit sowohl hohen wie ungleichzeitigen Änderungsgeschwindigkeiten, was sozialen Anpassungsdruck und Ausdifferenzierungen beinhaltet. Damit gehen fundamentale Veränderungen von Kommunikationsprozessen einher (Kutscher et al. 2020, 190), und neue Kommunikationsmöglichkeiten „sprengen bisherige Grenzen des Wissens und seiner Verfügbarkeit“ und verändern Lebenswelten (Thiersch 2020, 81). Neue Techniken, Probleme und Möglichkeiten erfordern neue Umgangsformen und Kompetenzen. Ein Leben ohne schnelle und freie Verfügbarkeit von Beziehungen und Informationen ist nur noch schwer vorstellbar. Jüngere AdressatInnen bewegen sich mit großer Selbstverständlichkeit in den neuen Lebenswelten. Die Unterstützung der Chancen zur digitalen Teilhabe gehört zu den Aufgaben Sozialer Arbeit: Jeder Mensch sollte das Recht haben auf eine individuelle Entscheidung, digitale Angebote zu nutzen. Denn wird der Zugang zur digitalen Teilhabe abgeschnitten oder eingeschränkt, wird in

einer digitalen Gesellschaft die Grundlage für Kommunikation und Interaktion reduziert. Das folgende Schaubild verdeutlicht, dass das Thema „digitale Schnittflächen“ über die Formen digitaler Ungleichheiten und struktureller Benachteiligungen entlang der Dimensionen Alter, Geschlecht, Bildung und Regionalität (Iske/Kutscher 2020, 117) hinausgeht.

Abb. 1



Die Vielzahl und Komplexität der Kommunikationsangebote und -nachfragen sind nur mit Hilfe digitaler Medien und Techniken zu bewältigen, Online-Kommunikation stellt dabei eine notwendig Variante dar. Für die Sicherung der Aufgaben und die Weiterentwicklung der Sozialen Arbeit sind digitale Präsenz und Schnittstellen (Anschlüsse) erforderlich. Das Design, die Präsenz und die Reichweite sind nur scheinbar Gestaltungsmerkmale einer inhaltlichen „Oberfläche“, tatsächlich handelt es sich um Voraussetzungen von Verbindungen, um Schnittflächen, die Kontakte, Austausch von Informationen und Ressourcen sowie Rahmungen von Konflikten darstellen. Die Perspektive der NutzerInnen auf das digital Präsentierte hat ein eigenes Gewicht und ist nicht identisch mit der Sicht auf den (vermeintlich) angebotenen Inhalt.

Die Digitalisierung hat dem doppelten Rückgriff in der Sozialen Arbeit, zum einen auf wissenschaftlich geprägtes Fachwissen und zum anderen auf partikularistisches fall- und situationsbezogenes Handeln (der Deutungskompetenz)

eine dritte Dimension hinzugefügt, in der technologische Vollzüge ein eigenes Gewicht bekommen haben. Menschliche und nicht-menschliche Vollzüge auf der Grundlage von Algorithmen, die sie wie Akteure handeln lassen, sind miteinander verwoben, und das Ergebnis sind Effekte, die auf relationale Beziehungen zurückzuführen sind und nicht einem einzelnen Akteur oder einer Technik zugeordnet werden können. Weder können Menschen sich einfach einer digitalen Technik bedienen noch sind sie gezwungen, sich ihrer Logik zu unterwerfen.

In den Organisationen der Sozialen Arbeit werden die jeweiligen Passungen der Zielsetzungen an die digitalen Kommunikationsformen bestimmt, einige bieten direkte Kommunikation im Sinne von klassischer Online-Beratung an, andere auch spielerische oder kommunikative Plattformen mit Angeboten „zwischen Tür und Angel“. Diese Vielfalt an Möglichkeiten entdeckten im letzten Jahr viele Träger Sozialer Arbeit vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie. Einrichtungen Sozialer Arbeit verfügen über Selbstbeschreibungen, Konzepte, Leitbilder, Strukturen, Programme, Ressourcen, für die Organisationsentwicklung spielen aktuelle und potentielle MitarbeiterInnen eine wesentliche Rolle. Verstärkt wird von ihnen erwartet, neben den klassischen professionellen Kompetenzen, Kontakte zu den digitalen Lebenswelten ihrer AdressatInnen herstellen zu können und selbst noch digitale Kompetenzen zu erwerben. Dabei müssen SozialarbeiterInnen keine speziellen Fachsprachen der IT-Branche lernen, sondern Kompetenzen erwerben, um mit IT-Fachleuten ihre Zielsetzungen, Themen und Schwierigkeiten so zu diskutieren, dass etwas Neues entsteht, und dass dabei die Situation ihrer AdressatInnen zur Geltung kommt. Die Wechselwirkungen zwischen Gestaltung und Inhalt und die Schwierigkeit, nicht genau zu wissen, was die NutzerInnen als Botschaft wahrnehmen, stellen für jede Organisation eine große Herausforderung dar. Zunächst kann das Ziel so gefasst werden: Es gilt Online-Kommunikationsformen zu finden, die die einzelnen AdressatInnen-Gruppen ansprechen und doch „auf eine Homepage passen.“ Online Kommunikation wird verstanden als die Gestaltung zielgerichteter virtueller Informationen. Schnell stellt sich heraus, dass die Komplexität der Ziele, die Unterschiedlichkeit der zu transportierenden Inhalte und die Bedingungen und Erwartungen der Zielgruppen es erschweren, die Zugänge passgenau zu gestalten.

Die Entwicklung einer Schnittstelle, z. B. einer Homepage, ist das Ergebnis eines innerorganisatorischen Abstimmungsprozesses und stellt in der Regel keinen individuellen Akt der Fachlichkeit dar. Die fachlichen und sozialen Profile in der Organisation bilden die ersten Schnittflächen, aus denen sich ergibt, wie der Kontext, die Motive, die Ziele und die Grenzen interpretiert werden, die in die Gestaltung einer Website einfließen. Der fachlich-soziale Konstruktionsprozess, eingebettet in eine Organisation, bildet die Grundlage für die Interaktion mit den Vertretern der technischen Seite und den Eigengesetzmäßigkeiten des technischen Mediums. Für das Gelingen dieses Prozesses sind die Sprachbereitschaft

und die Sprachfähigkeit der Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter eine wesentliche Voraussetzung.

Grundsätzlich heißt das Ziel: „Es müssen also die Mikropolitiken des digitalen Instruments mit größeren Zusammenhängen von Wohlfahrtspolitiken zusammengedacht werden“ (Eßer/Kramer/v. Lewinski 2020, 27). Dabei hat die Schnittfläche mit ihren Wahlmöglichkeiten und der strukturierten Deutung der Interaktion ein so starkes Eigengewicht, dass von einem 3-stelligen Prozess ausgegangen werden muss. Die logische Struktur einer Filtermaske von Daten steuert auch einen sozialen Prozess der Ausdifferenzierung und Unterscheidung und nicht nur einen Informationsinhalt. Die Gestaltung einer Homepage, also der wesentlichen Basis des Zugangs zum Gebäude „Online Beratung“, hat nach unserer These mehr Aufmerksamkeit verdient.

II. Eine empirische Studie zur Online-Beratung

In einer Bachelorarbeit, die an der Hochschule RheinMain, Fachbereich Sozialwesen, entstanden ist, wird in einer empirischen Studie die Barrierefreiheit im digitalen Zugang zu einer Beratungsstelle für Menschen mit einer psychischen Erkrankung untersucht. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, welche Erfahrungen ProbandInnen in ihrem Suchprozess nach einer geeigneten Einrichtung mit der Website eines Beratungsangebots machen. Ausgewählt wurde ein spezielles Online-Beratungsangebot eines Anbieters, dessen Website gerade überarbeitet wurde, also auch technisch auf dem neuesten Stand sein dürfte. Vier ProbandInnen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Lebenssituation (mit und ohne körperliche Einschränkungen) wurden bei ihrem jeweils ersten Besuch dieser Website interviewt. Dafür wurde ein spezielles Programm genutzt, bei dem die ProbandInnen von ihrem Zuhause aus agierten. Sie hatten ihren Bildschirm für die Untersucherin freigegeben, damit diese das Vorgehen in allen Schritten nachvollziehen konnte. Für die Interviews wurde die sogenannte „Think Aloud Methode“, also „lautes Denken“, angewendet (Wagner-Havlicek, Wimmer 2020): Die ProbandInnen wurden gebeten, alles was sie sehen, denken, empfinden und digital anklicken, laut zu verbalisieren, so dass eine Art Gedankenprotokoll entstehen konnte. Die Auswertung dieser Kommentare und der anschließenden Interviews ist die Basis für die folgenden ausgewählten Ergebnisse.

Wie „niedrigschwellig“ wurde das Beratungsangebot von den an einer Nutzung Interessierten empfunden?

Die Online-Beratung richtet sich dezidiert „an Menschen mit einer psychischen Erkrankung, Angehörige und Interessierte, unabhängig von Alter, Herkunft, Konfession, mit Offenheit und Respekt“. Sind aber die Rahmenbedingungen für alle zugänglich und verständlich?

Einige Ausschnitte aus den Interviews zeigen Grenzen auf „Anonym ja, kostenfrei hab ich so in meiner Art, Dinge zu überfliegen, noch nicht gesehen“ oder „ob das Angebot kostenfrei ist, wäre meine erste Frage.“ (Interview 3, Zeilen 444–449).¹ Deshalb würde die Probandin gerne als erstes mit der Beratungsstelle telefonieren, um diese für sie entscheidende Frage zu klären. Aber eine Telefonnummer konnte sie noch nicht entdecken. Eine andere Probandin findet diese nach Umwegen: „Also die war dann ganz unten versteckt, im „Datenschutz““ (Interview 4, Zeile 417), also nicht da, wo die potentiellen NutzerInnen sie erwartet hätten. Darauf reagieren sie verwundert und verärgert. Telefonnummer und Kontaktdaten der Einrichtung erwarten alle schon auf der ersten Seite der Website. Dies und der deutlich erkennbare Hinweis auf eine kostenlose Beratung sind für sie der Inbegriff von Niedrigschwelligkeit. „Das ist für mich barrierefrei, an aller aller erster Stelle. Und noch bevor ich noch, wer weiß wo, irgendwo hinklicken muss und mich sogar anmelden muss, ein Konto eröffnen muss und so weiter. Das sind für mich alles Barrieren. Ich will anrufen und will mit jemanden sprechen. So einfach ist das“ (Interview 4, Zeilen 528–531). Zumindest eine Rückruffunktion wird als Kompromiss vorgeschlagen.

Um die Online-Beratung nutzen zu können, bedarf es einer Anmeldung, einer Registrierung. Die ProbandInnen äußern sich frustriert, weil eine anonyme Beratung erwartet wird: „Oh, anmelden, aber mit Passwort, das ist ja schon mal nicht richtig hier“, „Also ich wüsste jetzt zum Beispiel auch nicht so ganz genau, warum ich mich jetzt registrieren muss, also diese Option gefällt mir nicht so gut“ (Interview 2, Zeilen 328 f.) „Also dann müsste ich mich schon mal neu registrieren. So, und das würde mir schon mal nicht gefallen. Wieso soll ich ein Konto jetzt eröffnen, wo ich noch nicht mal weiß, ob ich überhaupt etwas mit dieser Website will? Oder mit dem Angebot? Ob ich das Angebot überhaupt wahrnehmen will? Bevor ich das ..., ich eröffne mir kein Konto, wo ich mir doch noch gar nicht sicher bin, ob ich überhaupt etwas mit denen machen will. Also das käme für mich gar nicht in Frage.“ (Interview 3, Zeilen 416–418). Und dass als Nutzerdaten für die Anmeldung die E-Mail-Adresse vorgeschlagen wird, löst heftigen Widerspruch aus.: „Aber dadurch, dass man eine E-Mail-Adresse angeben muss, ist es halt nicht mehr so anonym“ (Interview 1, Zeilen 249 f.), weil ja in vielen E-Mail-Adressen Bestandteile des Namens der Nutzer enthalten sind. Die ProbandInnen empfinden diesen Vorschlag deshalb als „komisch“ für eine anonyme Beratung, als Zwang und „technische Hürde“ für die Inanspruchnahme des Beratungsangebots.

1 Alle folgenden Zitate sind der Bachelorarbeit von Hannah Maria Schäfer (2021) „Niedrigschwellige und/oder barrierefreie Zugänge zur Online-Beratung in der Sozialen Arbeit“ entnommen.

Die Möglichkeit zwischen zwei BeraterInnen auswählen zu können, wird als positiv wahrgenommen. „Ich finde es grundsätzlich gut, dass es die Möglichkeit gibt, mit einem Mann und einer Frau zu reden, dass man sich das da auch aus-suchen kann, das finde ich Klasse“ (Interview 2, Zeilen 383–385) und „Die Leute sahen selber ganz nett aus, also ich würde mich an die wenden, würde (...) vielleicht parallel dazu noch weitersuchen.“ (Interview 3, Zeilen 397–400) Dass aber an dieser Stelle keine weiteren Kontakt-Informationen gegeben werden, wird als fehlende Transparenz kritisiert: „Also da haben die ihre eigenen Daten (...) am besten geschützt: „Ich will nicht meine Daten gleich preisgeben, aber sie sollten das schon, weil sie bieten ja was an. Sie sind ja die Anbieter. Und ich bin derjenige, der davon profitieren will. Und da will ich eigentlich schon gleich auch wissen, mit wem ich es zu tun habe.“ (Interview 4, Zeilen 535–539).

Die Informationen über die Ziele der Beratung kommen dagegen gut an. Dass das Angebot lösungsorientiert ist, vermittelt die Website eindeutig. Wichtig ist, dass die NutzerInnen bei der Video-Beratung die Wahl haben, das Video an- oder auszuschalten. Auch die Möglichkeit einen Termin auszuwählen, der dann für 15 Minuten reserviert ist, kommt gut an, weniger der Hinweis, dass die Online-Beratung keine psychologische Therapie ersetzt.

Auf der Website wird darauf hingewiesen, dass sich Personen, welche suizidale Gedanken haben, direkt an eine geeignete Stelle wenden sollen. Dieser Hinweis wird von den ProbandInnen unterschiedlich bewertet, teils als „abwehrend“, „eigentlich blöd“ oder als klare Grenze: „Dass wenn jemand direkt Hilfe braucht, dass das nicht, dass das Ganze dann einfach nicht schnell genug ist und es da dann wirklich eine andere Hilfsstelle zuständig ist. Dass sie das direkt ausschließen. In Wohnortnähe. Weil da ja vielleicht ganz schnell Hilfe notwendig ist, was bei mir eher langfristig angelegt ist“ (Interview 3, Zeilen 174–178). „Hier ist leider kein Link. Hier würde ich mir zum Beispiel wünschen, wo Anlaufstellen in meiner Umgebung sind.“ (Interview 1, Zeilen 105–107). Ein „Karten-Plog-In“ würde als hilfreich empfunden werden.

Der Träger des Online-Beratungsangebots scheint ersichtlich zu sein: „Ein Service der (...), aber man sieht, dass die zwei hier zusammengehören, also es ist klar, zu welcher Einrichtung das ganze hier gehört“ (Interview 2, Zeilen 337–341). Manche ProbandInnen suchten nach dem Standort der Einrichtung unter „Impressum“, welches sich im „Unter-Menü“ befindet. „Also wenn ich jetzt nicht wüsste, wo es ist, müsste ich schon ein bisschen suchen. Wäre besser, wenn das oben im Menü auch noch wäre. Man sieht die Adresse tatsächlich nicht. Das darf so eigentlich nicht sein (...). Das ist nicht gut. Hier ist kein Impressum. Das ist schlecht“ (Interview 1, Zeilen 230–233). Diese gesuchten Informationen wurden nach etwas längerem Suchen unter der Rubrik „Datenschutz“ entdeckt (Interview 3, Zeilen 389 f.).

Eine wichtige Frage war in dieser Studie, wie leicht oder schwierig der Zugang zu dem Online-Beratungsangebot für die Probanden war.

Der Recherchevorgang wird übereinstimmend als „einfach“ bezeichnet: „Das war nämlich der erste Link, in der Ergebnisliste, den man drücken konnte“ „Das ist doch schonmal schön, wir sind da, wo wir hinwollten.“ „Das war relativ leicht, also das war jetzt kein Problem“. In einem Interview wurde die Website des Trägers gewählt, und es hat einige Minuten der Orientierung gebraucht, um festzustellen, dass dies nicht die Zielwebsite ist, sondern dass die Online-Beratung desselben Trägers eine eigene Website hat. Nachdem der Proband beide verglichen hat, überraschte ihn, dass relevante Informationen nicht übereinstimmten: Auf der Seite des Trägers werden zum Beispiel Hinweise zur Antwortzeit gegeben (48 Stunden), auf der eigentlichen Website der Online-Beratung fehlen diese. Tatsächlich wurde auf eine Anfrage zur online-Beratung ebenfalls innerhalb von 48 Stunden geantwortet. Positiv wird vermerkt, dass der Link zur eigentlich gesuchten Website ziemlich exakt im Wortlaut dem gleicht, wonach gesucht wurde, einen „zielgerichteten“ Namen hat. Die Website der Online-Beratung gibt den BesucherInnen offensichtlich die notwendige Orientierung: Gelobt wird der „sehr moderne Aufbau“, die „gute Gestaltung mit warmen Farben“, die „ruhige, übersichtliche Anordnung, die nicht überladen wirkt“. Der einzige Kritikpunkt ist, dass es nicht ganz eindeutig sei, dass die Notwendigkeit besteht, weiter nach unten zu scrollen, um mehr Informationen zu bekommen: „Man muss sich ein bisschen durchsuchen. Und das finde ich dann nicht suuuper niedrigschwellig“ (Interview 2, Zeile 476).

Auf der Startseite erscheint ein Foto eines PCs, dessen geöffneter Bildschirm in Großformat zwei Kästen zeigt, einmal mit der Aufschrift „per webmail“, der zweite „mit Termin“. Diese Seite wird stark kritisiert: „Da sehe ich zwei große Kästen, wo ich irgendwelche Kontakte machen kann, aber es steht sonst überhaupt nichts dabei. Also mit diesem einfachen Format ist manch einer grade deswegen überfordert.“ Genau diese „fast nüchterne“ grafische Aufmachung kommt nicht positiv an: Inhaltlich werden die zwei vorgegebenen Zugänge als „zu wenig Auswahl“ bezeichnet. Man fühle sich auch nicht direkt angesprochen. Auch das Wort „webmail“ sollte besser mit dem sehr viel üblicheren Wort „e-mail“ ersetzt werden. Und die große Abbildung eines PCs wird von einer Probandin wie eine Werbeanzeige empfunden: „Also wie gesagt, ich finde immer noch, die Terminvereinbarung sieht aus wie eine Werbeanzeige für einen bestimmten PC. Also vor allem vom Bild her“ (Interview 2, Zeilen 281 f.).

Dass anschließend das Menü erst einmal in Form des sog. „Hamburger Menüs“ (ein Kästchen mit drei kurzen parallelen Strichen daneben) grafisch angeboten wird, gilt eher als „Hindernis“ für vielleicht weniger geübte NutzerInnen, eindeutiger wäre es wohl, das Menü auszuschreiben. Kernpunkte sind „deutlich aufgelistet“, so dass jede/r die Informationen herausfiltern kann, welche für das individuelle Anliegen relevant sind. Lange Texte, wie in diesem Fall zum Thema „Nutzungsvereinbarungen“, werden von den meisten ausgelassen: „Ja, ein langer Text. Den würde ich niemals lesen“ (Interview 1, Zeilen 264 f.). Gut kommen

dagegen Auflistungen von Stichpunkten an oder in einem Text Hervorhebungen durch Farbe oder Fettdruck. Die Farbwahl hellblau in diesem Fall wird als wenig geeignet für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen erlebt. Auch die gewählte dünne Schriftart wird als „schwierig“ bezeichnet.

Die Zielgruppe des Beratungsangebots wird in einer Infobox klar definiert. Allerdings stehen genaue Erläuterungen dazu sehr viel weiter unten, im Untermenü „Über uns“. Der Weg dazu ist lang und nicht eindeutig, weil genau diese Rubrik „Über uns“ als Untergliederung im Ober-Menü gar nicht auftaucht. Die ProbandInnen fürchten, dass diese Website, ohne am Anfang einen wenigstens groben Überblick über ihre Inhalte zu geben, sich an eine Personengruppe mit einer gewissen Medienkompetenz richtet, ältere Menschen vielleicht eher abschreckt. Die Website wird in einigen Punkten von den befragten ProbandInnen als verbesserungswürdig beurteilt: Die Nutzungsbedingungen müssen noch weniger werden (Stichpunkt notwendige „Registrierung“), „leichte Sprache“ muss durchgängiger verwendet werden, die Kontaktdaten müssen transparenter werden und eine technische Überarbeitung der Website auf die aktuellen Möglichkeiten wird empfohlen.

III. Wie verändert Online-Beratung die Relation zwischen Einrichtung, Professionellen und KlientInnen?

Schon diese vergleichsweise kleine empirische Untersuchung macht deutlich, dass sich mit der digitalen Kontaktform auch die Machtstruktur der Beziehungen verändert. Die Anbieter von sozialen Diensten müssen erst einmal „vorliefern“, sie müssen mit ihrem Internetauftritt ihre Kompetenzen und Ressourcen offenlegen: Wie viele BeraterInnen mit welcher Ausbildung, welchen Schwerpunkten und Erfahrungen haben wir? Welche Formen von Beratung, Hilfen, Unterstützung können wir anbieten? Was sind unsere Ziele, unsere Orientierungen, unsere fachliche Ausrichtung? Eine Probandin hat dieses Verhältnis sehr klar in marktwirtschaftlichen Kategorien formuliert: „Ich will nicht meine Daten gleich preisgeben, aber sie sollten das schon, weil sie bieten ja was an ... Und da will ich eigentlich schon gleich wissen, mit wem ich es zu tun habe“.

Die Möglichkeiten der Nutzer*innen, sich die optimal „passende“ fachliche Hilfe zu holen, vervielfachen sich in der digitalen Beratung durch die neue regionale Unabhängigkeit. Nicht mehr die lokal nächste Beratungsstelle muss es jetzt sein, sondern diejenige, die durch ihren Internetauftritt (und die Kommentare der bisherigen NutzerInnen im Netz) subjektiv und individuell am sympathischsten, am kompetentesten, am modernsten usw. wirkt. Auch die Wartezeit für einen ersten Kontakt und die anscheinend zur Verfügung stehenden Ressourcen der Einrichtung sind ein wichtiges Kriterium für den Zuschlag. Zumindest eine erste Verständigung mit dem gewählten Professionellen wird in der Regel sehr schnell

vereinbart. Auch die neuen Zugangswege zu sozialen Einrichtungen stärken die Position der KlientInnen. Während bisher die Informationsbasis für die nächstgelegene Beratungsstelle häufig von Erzählungen von Bekannten, Empfehlungen von Profis, Berichten der Regionalzeitung oder ausgelegten Flyer stammt, kann jede/r heute selbst, nach eigenen Vorlieben und Schwerpunkten, unbegrenzt viele Anbieter in ihren Internetauftritten vergleichen und die in der jeweiligen Situation vielleicht gerade passendsten auswählen. Die NutzerInnen können sich durch die Angaben, Aussagen, Fotos usw. im wörtlichen Sinn bereits ein Bild machen von dem, was sie in der jeweiligen Stelle erwarten wird. Deshalb sucht man „parallel“, kann sogar mehrere Helfersysteme gleichzeitig beschäftigen, ihre Beratungsstile, den Aufwand und Ergebnisse vergleichen, und kann Beratungskontakte ohne Gesichtsverlust abbrechen, wenn Enttäuschungen aufgetreten sind und ein neuer Versuch bei einer anderen Stelle relativ leicht unternommen werden kann. Die Anzahl der Alternativen ist groß – und das dürfte den meisten BesucherInnen von Webseiten für soziale Beratung immer bewusst sein.

Eine weitere Asymmetrie zwischen den professionellen MitarbeiterInnen von Beratungsstellen und den Ratsuchenden besteht bei digitalen Beratungsformen in der Sichtbarkeit beider Seiten. Auf der Website stellen sich die BeraterInnen in der Regel mindestens mit einem „Passbild“ und ihrem Namen vor, Angaben über die jeweiligen beruflichen Ausbildungen, die Erfahrungen und Schwerpunkte sind die Regel. Die Ratsuchenden dagegen beanspruchen für sich Anonymität. In der vorgestellten Studie ist das für die „Suchenden“ eine ganz zentrale Grenzziehung. Jede Person darf sich hinter einer digitalen Adresse „verstecken“, selbst in der verabredeten digitalen Kommunikation mit den Profis kann in der Regel das eigene Video abgeschaltet werden, können die KlientInnen nur Stimme sein. Wahrscheinlich ist damit das Commitment gegenüber dem/der jeweiligen Gesprächspartner:in geringer als bei analoger Kommunikation.

Andererseits werden die BeraterInnen als Personen im Vergleich zu stationären Kontakten wiederum wichtiger. Man kennt ja als Klient:in von der in Anspruch genommenen Einrichtung ausschließlich die gewählte Beraterperson. Allein ihr Bild, ihre Sprache, ihr Reden prägen die Wahrnehmung der professionellen Kommunikation, keine Anmeldeprozedur, kein Wartezimmer, keine Raumstimmung, keine Atmosphäre eines Gebäudes, keine Erlebnisse auf dem Weg zu dieser Einrichtung, zu diesem Termin, kommen ergänzend oder störend dazu. Die Einrichtung, der Träger, das Team der Professionellen treten hinter der einzelnen Person des Beraters/der Beraterin weitgehend zurück. Auf diese Rollenzuspitzung müssen die MitarbeiterInnen vorbereitet werden, für sie brauchen sie entlastende Gegengewichte im Team.