

Martina Hörmann, Dania Aeberhardt, Patricia Flammer,
Alexandra Tanner, Dominik Tschopp, Joachim Wenzel

Face-to-Face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung

Schlussbericht zum Projekt



Impressum

Olten im Januar 2019

DOI: 10.5281/zenodo.2556623

Das Projekt «Face-to-Face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung» wurde durchgeführt von der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW (HSA FHNW) in Kooperation mit der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW (APS FHNW).

Das Projekt wurde gefördert durch die *stiftungfhnw*

- Projektdurchführung: April 2017 bis Dezember 2018
- Autorinnen und Autoren: Dania Aeberhardt, Patricia Flammer, Martina Hörmann, Alexandra Tanner, Dominik Tschopp, Joachim Wenzel
- Im Projekt wirkten mit: Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme (ZFA): Barbara Willimann, Doris Baschnagel, Peter Eggli
Berner Gesundheit (BEGES): Daniel Maibach, Erika Amrein, Katharina Arni, Daniela Gnägi, Martin Lobsiger
Infodrog: Alwin Bachmann
sowie weitere an der Erprobung beteiligte Beraterinnen und Berater von ZFA und BEGES
- Projektleitung: Martina Hörmann (HSA FHNW)
- Projektteam: Dania Aeberhardt (HSA FHNW), Patricia Flammer (HSA FHNW), Alexandra Tanner (APS FHNW), Dominik Tschopp (HSA FHNW)
- Projektassistenz: Marlen Gsell (HSA FHNW)
- Externe Expertise: Joachim Wenzel, Peter Mösch Payot

Kontakt:

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Soziale Arbeit

Institut Beratung, Coaching und
Sozialmanagement

Riggenbachstrasse 16, CH 4600 Olten

www.fhnw.ch

www.blended-counseling.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Angewandte Psychologie

Institut für Kooperationsforschung und
-entwicklung

Riggenbachstrasse 16, CH 4600 Olten

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
Management Summary	9
1 Projektdesign	10
1.1 Zielsetzung und Leitfragen.....	10
1.2 Das Handlungsfeld Suchthilfe / Suchtberatung	12
1.3 Projektorganisation und Vorgehensweise	12
2 Blended Counseling – eine Grundlegung	14
2.1 Ausgangslage.....	14
2.1.1 Mediatisierung der Lebenswelt.....	14
2.1.2 Digitale Medien in der Beratung	15
2.2 Die Idee des Blended Counseling	20
2.2.1 Blended Counseling im Fachdiskurs	20
2.2.2 Konzeption von Blended Counseling im Projekt.....	23
3 Tools für Blended Counseling	27
3.1 Recherche und Vorauswahl verfügbarer (Beratungs-) Tools.....	27
3.2 Erste Übersicht über potenzielle Tools und Plattformen für Blended Counseling ..28	
3.2.1 Fokussierte Suche nach Tools und Plattformen für die Erprobung.....	29
3.2.2 Eingesetzte Plattformen und Tools	29
3.2.3 Zwischenfazit.....	30
4 Datenschutz als Grundlage für ein professionelles Blended Counseling	32
4.1 Vorgehen im Projekt	32
4.2 Verhältnis von Datenschutz zu Datensicherheit	32
4.3 Anforderungen an digitale Medien in der Beratung	33
4.4 Datenschutznachweise für die ausgewählten Tools.....	35
4.4.1 Datenschutznachweis ProtonMail	35
4.4.2 Datenschutznachweis Threema	36
4.4.3 Datenschutzbezogene Informationen zu weiteren verwendeten Tools	37
4.5 Grundlegende Aspekte für die Nutzung digitaler Medien in der Beratung	38
4.6 Datenschutzbezogene Schlussfolgerungen und Ausblick	39
5 Blended Counseling-Szenarien für die Suchtberatung	40
5.1 Entwicklungsprozess der Szenarien	40
5.2 Interviews mit Klientinnen und Klienten.....	43
5.2.1 Ziele und methodisches Vorgehen.....	43
5.2.2 Ergebnisse aus den Interviews	44
5.3 Aufbau und Funktion eines Blended Counseling-Szenarios.....	47
5.4 Die Blended Counseling-Szenarien im Projekt.....	50

5.4.1	Blended Counseling-Szenarien zur Weiterentwicklung des Face-to-Face-Settings.....	50
5.4.2	Blended Counseling unter Einbezug von SafeZone	53
6	Die Erprobung von Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung	55
7	Evaluation der Erprobung von Blended Counseling-Szenarien.....	58
7.1	Evaluationskonzept.....	58
7.1.1	Ziele der Evaluation	58
7.1.2	Fragestellungen der Evaluation: Cluster- bzw. Kategorienbildung.....	58
7.1.3	Methodisches Vorgehen	59
7.2	Darstellung der Ergebnisse.....	61
7.2.1	Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle im Beratungsverlauf	61
7.2.2	Nutzungsmotive für die Wahl einzelner Medien aus Sicht der Fachkräfte	62
7.2.3	Kombination von Medien bzw. Settings im Fallverlauf.....	66
7.2.4	Zentrale Erkenntnisse zu bilanzierenden Fragen	72
8	Bilanz.....	81
8.1	Diskussion der Ergebnisse unter Einbezug der Leitfragen	81
8.1.1	Dimension Klientinnen und Klienten.....	81
8.1.2	Beratungsfachliche Dimension.....	83
8.1.3	Organisationale Dimension	85
8.2	Ausblick	86
	Literatur.....	88
	Anhang A: Handlungsempfehlungen für die Praxis	I
	Anhang B: Checkliste Datenschutz	XII
	Anhang C: Blended Counseling-Szenarien	XIV
	Anhang D: FactSheets zu den verwendeten Tools	XXXVIII
	Anhang E: Materialien zur Evaluation	XLII

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Relevante Dimensionen für die Konzeption von Blended Counseling	10
Abbildung 2: Verständnis von Blended Counseling im Projektkontext	23
Abbildung 3: Ausgangspunkte für Blended Counseling	24
Abbildung 4: Varianten von Blended Counseling	25
Abbildung 5: Relevante Datenschutzaspekte – ein Framework für Blended Counseling.....	34
Abbildung 6: Beurteilung Sicherheitsaspekte Tool ProtonMail	35
Abbildung 7: Beurteilung Sicherheitsaspekte Tool Threema.....	37
Abbildung 8: Ist-Analyse für die Szenarienentwicklung.....	40
Abbildung 9: Potenzialanalyse für die Szenarienentwicklung.....	41
Abbildung 10: Sammlung möglicher Arbeitstitel für Blended Counseling-Szenarien	41
Abbildung 11: Ideen für Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung	42
Abbildung 12: Interviewaussagen zur Verwendung digitaler Medien in Krisensituationen....	46
Abbildung 13: Raster Blended Counseling-Szenario	48
Abbildung 14: Die im Projekt entwickelten Blended Counseling Szenarien.....	50
Abbildung 15: Konzeptioneller Fokus der Blended Counseling-Szenarien.....	51
Abbildung 16: Szenarien und ihre konzeptionelle Einordnung	52
Abbildung 17: Exemplarischer Blended Counseling-Fallverlauf im Kontext von SafeZone ..	54
Abbildung 18: Szenarien und mögliche nutzbare Tools für die Erprobung	56
Abbildung 19: Anzahl Beratungskontakte nach kommunikativen Settings	61
Abbildung 20: Ausgewählte Szenarien	62
Abbildung 21: Nutzungsmotive für die Verwendung von E-Mail.....	63
Abbildung 22: Nutzungsmotive für die Verwendung des Telefons	63
Abbildung 23: Nutzungsmotive für die Verwendung eines Messengers.....	64
Abbildung 24: Die Fallverläufe im Überblick	66
Abbildung 25: Medienkombinationen und Beratungskontakte pro Fall im Überblick	67
Abbildung 26: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von Threema.....	68
Abbildung 27: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von ProtonMail	69
Abbildung 28: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug des Telefons	70
Abbildung 29: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von Telefon und E-Mail	71
Abbildung 30: Intensivierung der Beratung im Blended Counseling-Fallverlauf	72
Abbildung 31: Skalierung des beraterischen Mehrwerts von Blended Counseling	73
Abbildung 32: Skalierung beratungsfachlicher und technisch-medienbedingter Herausforderungen	74
Abbildung 33: Fallbezogene Einschätzung zur Erreichung adressierter Impactfaktoren im Szenario «Beratung von temporär anwesenden Klientinnen/Klienten»	76
Abbildung 34: Gelingensfaktoren – Dimension Klientinnen/Klienten	77
Abbildung 35: Gelingensfaktoren – Beratungsfachliche Dimension	78

Abbildung 36: Gelingensfaktoren – Organisationale Dimension	79
Abbildung 37: Klientenbezogene Aspekte von Blended Counseling	82
Abbildung 38: Beratungsfachliche Aspekte von Blended Counseling	84
Abbildung 39: Organisationale Aspekte von Blended Counseling.....	86
Abbildung 40: Blended Counseling-Modell	86

Einleitung

Digitale Beratung hat sich in zahlreichen Feldern verbreitet, zumeist als eigenständiges Angebot neben (Präsenz-)Beratungen vor Ort. Noch relativ jung ist die Idee, die jeweiligen Vorteile verschiedener Kommunikationskanäle gezielt und systematisch miteinander zu koppeln zum Nutzen der Klientinnen und Klienten. Blended Counseling versucht – worauf der Name schon hinweist – den «Beratungsmix» zu systematisieren und konzeptionell zu fundieren. Bisher liegen zu Blended Counseling erst wenige konzeptionelle Überlegungen vor (Novacek 2012, Weiß/Engelhardt 2012, Weiß 2013, Hörmann 2014, Engelhardt/Reindl 2016, Engelhardt 2018) und auch die diesbezügliche Forschung steht noch am Anfang (Hörmann/Schenker 2016, Flammer/Hörmann 2018, Hörmann 2018)¹.

Dieser Projektbericht dokumentiert die wesentlichen Schritte und Erkenntnisse aus einem Forschungs- und Entwicklungsprojekt zu Blended Counseling in der Suchtberatung.

Im ersten Kapitel wird das Projektdesign skizziert. Dabei werden Ziele, Vorgehensweise sowie die Projektbeteiligten und das Handlungsfeld Suchtberatung beschrieben. Im zweiten Kapitel wird die fachliche Grundlegung des Projektes erläutert. Dies umfasst zum einen einige Überlegungen aus dem Fachdiskurs zur mediatisierten Beratung sowie die zentralen Erkenntnisse aus einem Entwicklungsschritt in der ersten Phase des Projektes, in dem es darum ging, ausgehend von den Blended Counseling-Modellen von Weiß (2013), eine weitergehende Konzeption für eine professionelle Umsetzung von Blended Counseling zu entwickeln.

Im dritten Kapitel wird ein weiterer Entwicklungsschritt aus der ersten Phase veranschaulicht, nämlich die Recherche und Auswahl im Hinblick auf vertrauliche und für Blended Counseling möglicherweise geeignete Tools bzw. Plattformen. Zugleich werden im Kapitel die gesamten im Projekt gewonnenen Erkenntnisse zu Tools für Blended Counseling gebündelt.

Neben der Nutzerfreundlichkeit der eingesetzten Technik ist der Datenschutz eine unabdingbare Voraussetzung für ein professionelles Blended Counseling. Die wesentlichen Erkenntnisse zum Datenschutz werden im vierten Kapitel dargelegt.

Im fünften Kapitel wird anknüpfend an die Grundlegungen in Kapitel zwei, der partizipative Entwicklungsprozess der Blended Counseling-Szenarien veranschaulicht. Kapitel sechs erläutert die Konzeption der Erprobungsphase, bevor anschliessend in Kapitel sieben die zentralen Ergebnisse der Evaluation der Erprobung dargestellt werden. In Kapitel acht erfolgt eine Bilanzierung der Ergebnisse sowie ein Ausblick.

Im Anhang finden sich mehrere Dokumente, die interessierte Beratungsstellen oder Beratungspersonen bei der Realisierung von Blended Counseling unterstützen sollen. Zunächst werden in den «Handlungsempfehlungen für die Praxis» (Anhang A) die wesentlichen Eckpunkte und Voraussetzungen gebündelt erläutert. Diese Handlungsempfehlungen können keine Schulungen ersetzen, jedoch Basiswissen zu Blended Counseling vermitteln und erste Anhaltspunkte für eine Realisierung geben. Die «Checkliste Datenschutz» (Anhang B) ergänzt die Handlungsempfehlungen und wird aufgrund der hohen Bedeutung des Datenschutzes in einer eigenen Rubrik geführt. In Anhang C finden sich die Blended Counseling-Szenarien für den Strang «Von der Face-to-Face-Beratung» zum Blended Counseling. Die Szenarien finden sich dort in einer überarbeiteten Fassung, in die Erkenntnisse aus der Erprobung und Evaluation eingeflossen sind. In Anhang D finden sich die «FactSheets» zu den ausgewählten Tools, jeweils in einer Version für Fachkräfte, die in ihrer Beratung mit diesen Tools arbeiten wollen, und in einer Version, wie sie ggf. an Klientinnen und Klienten ausgegeben werden könnte.

¹ Im Feld der Therapie gibt es verschiedentliche Überlegungen und Forschung zu einem Blended Treatment (insbesondere im stationären Kontext). Da der Fokus dieses Projektes klar auf Beratung und dem ambulanten Kontext liegt, werden diese Überlegungen nicht einbezogen.

Die Materialien zur Evaluation in Anhang E runden den Projektbericht ab.

Sowohl mit der Konzeption von Blended Counseling-Szenarien als auch mit deren Erprobung und Erforschung haben wir gemeinsam mit unseren Praxispartnern Neuland betreten. Dies insofern, als vorab nicht immer klar war, was uns im Projekt alles begegnen würde. So stellte sich der Datenschutz, dem wir bereits in der Projektplanung – auch durch den Einbezug von zwei externen Experten – ein grosses Gewicht gegeben hatten, als noch grössere Herausforderung dar, die zudem Einfluss auf den Start der Erprobungsphase hatte. Bilanzierend lässt sich feststellen, dass im Projekt viele Fragen zu Blended Counseling geklärt werden konnten und unseres Wissens erstmalig eine systematische Realisierung Blended Counseling-Szenarien in der Praxis sowie deren Evaluation stattgefunden hat. Zugleich sind im Projekt auch neue Fragen aufgetaucht, die es in weiteren Projekten zu bearbeiten und zu untersuchen gilt.

Management Summary

Das Projekt hatte zum Ziel, in Kooperation mit Partnern aus Praxis und Hochschule erstmalig systematisch Blended Counseling-Szenarien für die Soziale Arbeit zu entwickeln, zu erproben und zu evaluieren.

Hintergrund ist der digitale Wandel, der im Feld der Beratung neue Fragen auf klientenbezogener, beratungsfachlicher, organisatorischer, datenschutzrechtlicher wie auch technischer Ebene aufwirft. Auch entsteht aufgrund der wachsenden Nachfrage nach Beratung ein Dilemma zwischen hohem Problemdruck von Menschen einerseits und Wartezeiten angesichts begrenzter Ressourcen andererseits. Wie kann professionelle Beratung angemessen auf diese Veränderungen reagieren? Im letzten Jahrzehnt haben sich neben der klassischen Beratung im persönlichen Kontakt oder am Telefon zahlreiche onlinebasierte Beratungsangebote entwickelt.

Blended Counseling, verstanden als Kombination von digitalen und «traditionellen» Kommunikationskanälen, will durch einen Mix dieser Kanäle in der Beratung Antworten auf diese Frage aufzeigen. Der Fachdiskurs zu Blended Counseling steht noch am Anfang und in der Beratungspraxis finden sich dazu bisher kaum konzeptionelle Überlegungen. Die Vorteile der einzelnen Kommunikationskanäle in der Beratung gezielt zu verschränken, könnte aus mehreren Gründen innovativ und gewinnbringend sein. Zum einen setzen die Beratungsangebote am Kommunikationsverhalten von Klientinnen und Klienten an, sodass Beratungsprozesse sowohl flexibler als auch verbindlicher gestaltet werden können. Zum anderen zielt die Intensivierung des Beratungsprozesses auf eine Stabilisierung der Beratungsbeziehung und nach Abschluss der Beratung auf eine grössere Nachhaltigkeit. Mittelfristig sollen durch den Einbezug digitaler Kommunikationskanäle die vorhandenen Ressourcen noch besser genutzt werden.

Zentrales Anliegen des Projektes war die Erarbeitung eines ersten Modells sowie die exemplarische Entwicklung, Erprobung und Evaluation von Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung. Dazu wurden gemeinsam mit zwei Suchtberatungsstellen sowie der schweizweit agierenden Fachstelle Infodrog, die das Onlineportal SafeZone betreibt, in einem partizipativen Entwicklungsprozess mögliche Vorgehensweisen bei der Kombination der Kanäle ausgelotet. Ausgewählte Szenarien wurden anschliessend erprobt und deren Erprobung evaluiert. Dies mündete in die Erarbeitung von Empfehlungen für die Beratungspraxis.

Im Projekt hat sich gezeigt, dass Blended Counseling in der Praxis der Suchtberatung als zukunftsträchtiges professionelles Beratungsformat wahrgenommen wird. Das in der Erprobung dokumentierte Potenzial an Vorteilen durch die zielgerichtete Verschränkung von Kommunikationskanälen war für verschiedene Zielgruppen, Beratungsanliegen, Lebenslagen und Beratungsphasen beträchtlich, wenn auch variabel. Insbesondere profitieren konnten Menschen, die örtlich oder zeitlich stark gebunden waren und/oder über eine gewisse Medienaffinität verfügten.

In der Erprobung konnten verschiedene beratungsfachliche, technische und organisationale Herausforderungen identifiziert werden. Die Fachkräfte schätzten es als bedeutsam ein, dass Klientinnen und Klienten offen sind, eine gewisse Vertrautheit mit digitalen Medien aufweisen und sich (v.a. für E-Mail) schriftbasiert ausdrücken können. Nutzerfreundliche Tools mit Anforderungen des Datenschutzes in Einklang zu bringen, hat sich als zentral herausgestellt, damit sich neue Zugänge und flexiblere Kontaktmöglichkeiten für Hilfesuchende als attraktiv darstellen, und gleichzeitig die beraterische Vertraulichkeit professionell geschützt bleibt. Den Medieneinsatz auf das Gegenüber abstimmen und eigene Beratungskonzepte flexibel auf die genutzten Medien im individuellen Beratungsprozess ausrichten zu können, wurden mitunter als wichtige zu erwerbende Kompetenzen von Beratungspersonen identifiziert.

1 Projektdesign

1.1 Zielsetzung und Leitfragen

Ziel des Projektes war es, in einer Kooperation der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW, der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW und Praxispartnern aus der Suchtberatung ein erstes Modell für Blended Counseling zu entwickeln, zu erproben und diese Erprobung zu evaluieren. Dadurch wollte das Projekt einen Beitrag zu einer zukunftsorientierten, flexiblen und adressatengerechten professionellen Beratung von Klienten und Klientinnen in der Sozialen Arbeit und angrenzenden psychosozialen Beratungskontexten leisten.

Bezugnehmend auf Systematisierungen für Mediatisierung in der Sozialen Arbeit (vgl. Kutscher et al. 2015) und für die Onlineberatung (Weinhardt 2013) basieren die Überlegungen im Projekt auf einem dreidimensionalen Denkmodell von Blended Counseling (vgl. dazu auch Hörmann 2018 sowie Kapitel 2 dieses Berichtes).

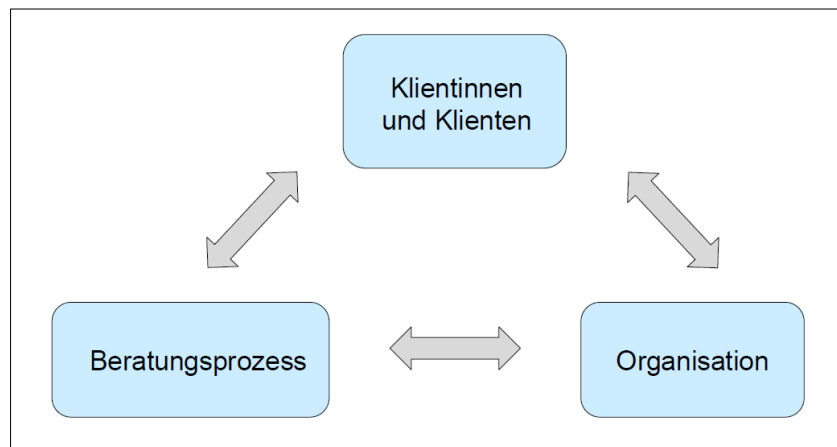


Abbildung 1: Relevante Dimensionen für die Konzeption von Blended Counseling

Bezugnehmend auf diese Dimensionen (Abbildung 1) waren die nachfolgenden Leitfragen zentral für die Projektdurchführung:

- Ebene der Klientinnen und Klienten bzw. der Adressatinnen und Adressaten:
 - Welche Zielgruppen können über Blended Counseling einen Mehrwert generieren?
 - Welche Zugänge zum Beratungsangebot bzw. im Beratungsprozess werden erleichtert, verbessert oder geschaffen?
 - Bei welchen Zielgruppen besteht die Gefahr der Generierung oder Verstärkung eines Digital Gap, d.h. einer Erschwerung des Zugangs zu Hilfs- und Unterstützungsangeboten?
- Ebene des Beratungsprozesses (beratungsfachliche Überlegungen, notwendige Kompetenzen, methodisches Vorgehen zur Gestaltung des Beratungsprozesses):
 - Wie sehen mögliche Blended Counseling-Szenarien und daran anknüpfend die konkreten Fallverläufe in der Suchtberatung aus? Welche Ausdifferenzierungen im Beratungsverlauf sind denkbar? Welche Vor- und Nachteile ergeben sich dadurch?
 - Welche Kompetenzen benötigen Beratungsfachkräfte für eine professionelle Umsetzung von Blended Counseling?

- Organisationale Ebene:
 - Welche institutionellen Voraussetzungen sind notwendig für ein qualifiziertes Blended Counseling (Konzept, technische Ausstattung, Abläufe, Rahmenbedingungen, etc.)?
 - Wie können die Anforderungen an beraterische Vertraulichkeit/ Datenschutz professionell gewährleistet werden?
 - Welche technischen Lösungen für Blended Counseling sind sinnvoll, notwendig? Welche sind realisierbar?

Entlang dieser drei Dimensionen und der zugehörigen Leitfragen wurde das Projekt konzipiert und durchgeführt. Zugleich war eine rollende Projektplanung erforderlich, da zahlreiche Konkretisierungen erst im Projektverlauf vorgenommen werden konnten.

Eine systematische Erprobung von Blended Counseling war in dieser Form vor dem Projekt bisher nicht erfolgt, sodass ein Schwerpunkt zunächst auf eine konzeptionell fundierte Entwicklung von Szenarien gelegt wurde, bevor diese dann in der Praxis der Suchtberatung realisiert und begleitend evaluiert wurden.

Konkret umfasste das Vorhaben folgende Ziele:

- Bis Projektabschluss liegt ein von Hochschule und Praxis kooperativ entwickeltes und erprobtes erstes Modell zu Blended Counseling vor, das verschiedene Blended Counseling-Szenarien am Beispiel der Suchtberatung konkretisiert.
- Auf organisationaler Ebene liefert das Projekt erste Empfehlungen, wie auch bei Blended Counseling die erforderliche Vertraulichkeit der Beratung gewährleistet werden kann und welche Kriterien geeignete Tools unter Berücksichtigung relevanter Datenschutzfragen erfüllen müssen.
- In Anlehnung an die bereits vorhandenen konzeptionellen und technischen Möglichkeiten der Onlineberatungs-Plattform SafeZone liegen zudem einige Szenarien zu deren erweiterten Nutzung im Sinne eines Blended Counseling vor.

Die Überlegungen zum Strang «Von der Onlineberatung zum Blended Counseling» unter Einbezug des Suchtberatungsportals SafeZone (vgl. Kapitel 2) waren im Projekt nachgeordnet. Auch war in diesem Nebenstrang keine Erprobung von entwickelten Szenarien vorgesehen, da dies einen zu hohen technischen und finanziellen Aufwand erfordert hätte, der im Projektzeitraum respektive -budget nicht zu realisieren gewesen wäre. Vielmehr ging es darum, mögliche Szenarien zu dieser Blended Counseling-Variante mit Fachkräften zu konzipieren und mit SafeZone-Beraterinnen und -beratern deren Potenzial zu diskutieren. Unabhängig davon wurden ergänzend die Erfahrungen einer SafeZone-Beraterin, die «blended» beraten hatte, insofern einbezogen, als sie explorativ über mehrere Praxisfälle befragt wurde, bei denen sie Beratungen im Portal von SafeZone mit einem oder mehreren Face-to-Face-Kontakten «gemixt» hatte (vgl. Kapitel 7.3).

1.2 Das Handlungsfeld Suchthilfe / Suchtberatung

In einer explorativen Vorstudie zur Nutzung digitaler Medien in der Beratung in verschiedenen Handlungsfeldern (Hörmann 2018, Hörmann/Schenker 2016) hatte sich gezeigt, dass Überlegungen zu Blended Counseling in der Suchtberatung auf einen bereits fortgeschrittenen Diskurs im Kontext der Entwicklung, Etablierung und Evaluation der Onlineberatungsplattform SafeZone aufbauen können. Dazu liegen verschiedene Evaluationen und Veröffentlichungen vor (vgl. BAG 2018, Meier/Schaub 2016, Bachmann/Steinle 2014). Insofern war der Diskurs zu digitaler Beratung in der Suchtberatung weiter fortgeschritten als in anderen untersuchten Handlungsfeldern, wie beispielsweise den Sozialen Diensten (Flammer/Hörmann 2018).

Die o.a. Vorstudie zeigte zudem auf, dass in der Praxis der Suchtberatung analoge und digitale Beratungsformate vorwiegend nebeneinander existieren, d.h. die schweizweite Onlineberatung zu Suchtthemen und die Beratung vor Ort in den Suchtberatungsstellen sind zwar über die ausführenden Fachpersonen, nicht jedoch konzeptionell miteinander verknüpft. Die personelle Verknüpfung existiert insofern, als einzelne Beratungsfachkräfte sowohl in einer Beratungsstelle vor Ort Face-to-Face-Beratungen durchführen, als auch in einem bestimmten zeitlichen Umfang als Onlineberaterinnen und -berater für die Plattform SafeZone tätig sind.

Umso vielversprechender erschien die Überlegung, die beiden Beratungsformate systematisch und konzeptionell fundiert miteinander zu verbinden. Im Projekt waren ein Haupt- und ein Nebenstrang vorgesehen: im Hauptstrang sollten die Face-to-Face-Beratungen durch den Einbezug weiterer Kommunikationskanäle zu einem Blended-Counseling erweitert werden. Im Nebenstrang sollte mittels verschiedener Szenarien konkretisiert werden, wie sich ein Onlineberatungsangebot wie die Plattform SafeZone stärker in Richtung Blended Counseling weiterentwickeln könnte.

1.3 Projektorganisation und Vorgehensweise

Das Forschungs- und Entwicklungsprojekt wurde in Kooperation der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW durchgeführt. Die Projektleitung lag bei der HSA FHNW.

Am Projekt waren folgende Praxispartnern aus dem Handlungsfeld Sucht beteiligt:

- Berner Gesundheit, Abteilung Beratung und Therapie (BEGES)
- Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme (ZFA)
- nationale Fachstelle Infodrog, Bern, mit dem Onlineberatungsportal SafeZone

Im Projekt gab es mit den Praxispartnern verschiedene Arbeitsebenen:

- In einer Steuerungsrunde wurden mit den Leitungskräften der beteiligten Praxispartner projektbezogene Steuerungsfragen sowie fachliche Fragen mit Fokus auf der organisationalen Dimension von Blended Counseling bearbeitet.
- In drei Entwicklungsworkshops wurden mit insgesamt sechs Fachkräften von ZFA und BEGES die Blended Counseling-Szenarien entwickelt.
- In der Phase der Erprobung der Szenarien wurden über die entwickelnden Fachkräfte hinaus weitere Fachkräfte von BEGES und ZFA einbezogen, ebenso in den dazugehörigen Schulungen sowie im Evaluationsworkshop.

Für Datenschutzfragen wurden im Projektverlauf zwei externe Experten beigezogen:

- Dr. Joachim Wenzel, spi Mainz, Experte für beratungsspezifische Datenschutzfragen und mediale Beratungsangebote, Entwickler eines Datenschutzkonzepts für Beratung.
- Peter Mösch, Professor für Sozialrecht an der Hochschule Luzern, LL.M., lic. jur./ Mlaw, Datenschutzexperte.

Das Projekt gliederte sich in drei Phasen:

In einer ersten Phase wurden zunächst die allgemeinen Erfordernisse für Blended Counseling (weiter-)entwickelt. Dies umfasste drei voneinander unabhängige Arbeitspakete:

- **Grundlegung Blended Counseling:** Dies umfasste die konzeptionelle Ausarbeitung, Erweiterung und Ausdifferenzierung von Überlegungen für ein Blended-Counseling-Modell für die Soziale Arbeit bzw. die psychosoziale Beratung. Grundlage dafür waren die von Weiß (2013) entwickelten Formen «Orientierung online», «Kontaktaufnahme online», «Veränderung online» und «Flexibles Modell» (vgl. Kapitel 2).
- **Recherche und Bearbeitung relevanter Datenschutzfragen:** Dies beinhaltete die Identifizierung und Klärung von zentralen Datenschutzaspekten für Blended Counseling, insbesondere im Hinblick auf das Dilemma mediatisierter Beratung von Niederschwelligkeit versus Vertraulichkeit (vgl. Wenzel 2013b).
- **Recherche und Vorauswahl möglicher Beratungstools:** Dies umfasste die kriteriengeleitete Recherche möglicher Tools bzw. Plattformen für die Realisierung von Blended Counseling.

In einer zweiten Phase wurden diese Vorarbeiten beispielhaft für das Handlungsfeld Suchthilfe weiter konkretisiert und die professionelle Umsetzung in diesem Handlungsfeld erprobt und evaluiert.

- **Entwicklung von Blended Counseling-Szenarien:** im Zeitraum von September 2017 – April 2018 wurden in einem partizipativen Entwicklungsprozess mit Fachkräften und Leitung der Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme und der Berner Gesundheit sowie der stellvertretenden Leitung von Infodrog zunächst zwölf Blended Counseling-Szenarien für die Suchtberatung entwickelt (vgl. Kapitel 5). Ergänzend wurde in diesem Schritt auch exemplarisch die Sichtweise von Klientinnen und Klienten aus der Suchtberatung erhoben und in den Entwicklungsprozess mit den Beratungsfachkräften einbezogen.
- **Erprobung von Blended Counseling-Szenarien:** nach zwei Schulungen für die beteiligten Beratungsfachkräfte wurden ausgewählte Szenarien aus dem Hauptstrang «Von der Face-to-Face-Beratung zum Blended Counseling» anschliessend im Zeitraum von Mai – August 2018 in der Praxis der Suchtberatung erprobt (vgl. Kapitel 6). Die Erprobung wurde begleitend evaluiert und begleitend evaluiert (vgl. Kapitel 7).
- **Diskussion möglicher Szenarien im Nebenstrang:** sowohl mit den Leitungspersonen, als auch mit den beteiligten Fachkräften wurden die drei entwickelten SafeZone-Szenarien diskutiert. Zudem wurden diese bei einem Treffen von SafeZone-Beratenden zur Diskussion gestellt.

In einer dritten Phase wurden die Ergebnisse der Phasen 1 und 2 zusammengeführt und bilanzierend diskutiert:

- **Überarbeitung der Blended Counseling-Szenarien:** nach Abschluss der Evaluation wurden die Erkenntnisse in die vorliegenden Szenarien eingearbeitet und das Raster für die Szenarien wurde nochmals präzisiert (vgl. Anhang C).
- **Bilanzierende Diskussion der Erkenntnisse:** in zwei Workshops wurden die Evaluationsergebnisse im interdisziplinären Projektteam sowie mit den beteiligten Praxispartnern diskutiert.
- **Erarbeitung der Handlungsempfehlungen und des Schlussberichtes:** abschliessend wurden die gewonnenen Erkenntnisse in diesem abschliessenden Bericht dokumentiert sowie in Handlungsempfehlungen für die Beratungspraxis gebündelt.

2 Blended Counseling – eine Grundlegung

Martina Hörmann

In diesem Kapitel werden zunächst einige Aspekte zu digitalen Medien in der Beratung insbesondere im Hinblick auf mögliche Chancen und Herausforderungen skizziert. Im Anschluss wird der bisherige Fachdiskurs zu Blended Counseling einschliesslich des Modells von Weiß (2013) referiert. Darauf aufbauend werden die Überlegungen im Projekt zur Konzeption eines professionellen Blended Counseling vorgestellt. Dabei sind die Ausführungen in Kapitel 2.2.2 sowie in den Kapiteln 5 und 8 nicht trennscharf. In allen drei Kapiteln werden zentrale Erkenntnisse und Überlegungen zu den konzeptionellen Grundlagen von Blended Counseling aus dem Projektzusammenhang dargestellt. Die in diesem Kapitel angeführten Aspekte existierten teilweise bereits vor dem Projekt, wurden jedoch im Laufe des Projektes weiter verfeinert und ausdifferenziert. Insofern dürfen die Darstellungen in diesem Projektbericht nicht als chronologisch verstanden werden. Insbesondere die Diskussion mit den beteiligten Fachkräften sowie deren Erfahrungen in der Erprobung haben zur (Weiter-)Entwicklung der Konzeption von Blended Counseling beigetragen.

2.1 Ausgangslage

2.1.1 Mediatisierung der Lebenswelt

In zahlreichen Lebensbereichen werden persönliche Kontakte durch Onlineangebote ergänzt oder teilweise abgelöst, da letztere zeit- und ortsunabhängig nutzbar und insofern sehr niederschwellig sind. Diese Entwicklung verändert auch in der Beratung die Anforderungen an Institutionen und Beratende (vgl. Engel 2002, Knatz 2005, sozialinfo.ch 2013, Wenzel 2006, 2013a, 2013b, 2015, Kutscher et al. 2015).

Die Internetnutzung und die Integration digitaler Medien in die Alltagskommunikation hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Latzer et al. (2017: 25-27) identifizieren in einer repräsentativen Befragung der Schweizer Bevölkerung verschiedene digitale Bruchlinien im Hinblick auf die Einstellung zum Internet und die Einschätzungen zur eigenen Nutzung und den eigenen Internetfähigkeiten: 78% der Internetnutzenden in der Schweiz schätzen ihre Internetfähigkeiten als mindestens gut ein, davon 28% als sehr gut und 16 % als ausgezeichnet. Dabei gibt es Unterschiede nach Geschlecht und Alter. Frauen schätzen ihre Fähigkeiten etwas niedriger ein, mit dem Alter sinken die Fähigkeiten gemäss Selbsteinschätzung deutlich. Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung (54%) fühlt sich in die Informationsgesellschaft eingebunden, 13% fühlen sich nicht oder eher nicht eingebunden, 32% sehen dies neutral. Dabei gibt es einen Zusammenhang zwischen der Einschätzung der eigenen Internetfähigkeiten und dem Gefühl der Eingebundenheit. «Während das Gefühl der Eingebundenheit bei Nutzern mit schlechten oder ausreichenden Internetfähigkeiten unterdurchschnittlich ist, fühlen sich Nutzer mit guten bis ausgezeichneten Fähigkeiten bedeutend stärker der Informationsgesellschaft zugehörig» (ebd., S.30).

Das digitale Wohlbefinden bezieht sich auf folgende drei Aspekte: die digitale Bewältigungskompetenz, den digitalen Erwartungsdruck und den digitalen Überkonsum (vgl. Latzer et al. 2017: 30-31). Dabei zeigte sich, dass sich jüngere und niedrig gebildete Personen bei der Internetnutzung eher unter Druck fühlen. Letztere sind zudem am stärksten von digitalem Überkonsum betroffen. Das Gefühl eines digitalen Erwartungsdrucks sinkt mit dem Alter, wohingegen dies bei jüngeren Personen am stärksten ausgeprägt ist. Zugleich fühlen sich jüngere Befragte besser in der Lage die digitale Informations- und Datenflut zu bewältigen.

Auch zum Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen, als einer besonders medienaffinen Gruppe, werden über die JAMES-Studien alle zwei Jahre aktuelle Daten vorgelegt, die die Mediennutzung von jungen Menschen in der Schweiz und deren Veränderungen untersuchen (vgl. Suter et al. 2018, Waller et al. 2016, Willemse et al. 2014).

Für die Soziale Arbeit verweist Steiner (2015) auf die Ambivalenzen und Widersprüche, die mit der Mediatisierung einhergehen. So beschreibt er einerseits verschiedene Konvergenzphänomene (ebd. S. 21-24) wie beispielsweise das Ineinander-Aufgehen medialer Formate, andererseits verdeutlicht er zugleich mögliche Divergenzen wie beispielsweise die Produktion digitaler Ungleichheiten. Diese beiden Phänomene erzeugen «fundamentale Widersprüche in den Mediatisierungsprozessen des Alltags sowie der Institutionen» (ebd. S. 27), die sich in räumlicher, zeitlicher, kommunikativer und institutioneller Hinsicht darstellen.

2.1.2 Digitale Medien in der Beratung

Bevor der Blick auf die Vor- und Nachteile einzelner Kommunikationskanäle gerichtet wird und mögliche Chancen und Herausforderungen digitaler Medien in der Beratung skizziert werden, gilt es vorab einige begriffliche Präzisierungen vorzunehmen. Im interdisziplinären Projektteam² wurde immer wieder deutlich, dass in den beteiligten Disziplinen ähnliche Begriffe teilweise unterschiedlich verwendet werden.

Begrifflichkeiten

Medien als zentraler Begriff der Medienpsychologie werden in der Regel in primäre, sekundäre, tertiäre und quartäre (Kommunikations-)Medien unterschieden (vgl. Döring 2003: 40). Primäre Medien sind auf kopräsente Situationen bezogen, sekundäre Medien verwenden auf der Produktionsseite technische Geräte, tertiäre Medien erfordern sowohl bei der Produktion als auch bei der Rezeption den Einsatz von technischen Geräten (Telefon, E-Mail, Radio, Fernsehen), von quartären Medien ist die Rede, wenn die technischen Geräte aus Computern bzw. Computernetzen bestehen. Das Internet wird bei Döring (2003: 43) als *Informations- und Kommunikations-Infrastruktur* eingeordnet.

Mediatisierung meint «die zeitliche, räumliche und soziale Durchdringung des Alltags mit Medien» (Krotz 2012, zit. n. Kutscher et al. 2015: 3). Kutscher et al. (2015: 3) erläutern dies an der Sozialen Arbeit und verweisen darauf, «dass die Soziale Arbeit selbst in vielfältiger Weise von neuen digitalen Informationstechnologien und Medien durchdrungen wird».

Kommunikationstypen werden in der Medienpsychologie unterschieden als intrapersonale Kommunikation, interpersonale Kommunikation, Kleingruppen-, Grossgruppen-, Organisations- und Massenkommunikation (vgl. Döring 2003: 41).

Kanal wird als Begriff im Diskurs unterschiedlich verwendet. In der Medienpsychologie ist mit Kanal teilweise der Sinneskanal gemeint. In diesem Begriffsverständnis wird beispielsweise Onlineberatung als (sinnes-)kanalreduziertes Beratungsformat verstanden. Teilweise wird unter Kanal jedoch das «Medium (verstanden), um Signale vom Sender zum Empfänger zu übertragen» (Batinic und Appel 2008: 199). Im Onlineberatungsdiskurs wird der Kanalbegriff fast ausschliesslich im Sinne von *Kommunikationskanal* verstanden, und bezeichnet das Medium, mithilfe dessen kommuniziert wird. Dieses Begriffsverständnis findet sich teilweise auch im medienpsychologischen Kontext (vgl. Döring 2003: 41).

Computervermittelte Kommunikation (CVK) meint die «zwischenmenschliche Internet-, Netz-, bzw. Onlinekommunikation» (Döring 2003: 43). Computervermittelte Kommunikationsformen wie z.B. E-Mail oder Chatkommunikation versteht Döring (2003: 44) zugleich als *kommunikative Gattungen*, die durch das Medium vorstrukturiert sind, aber auch kontextspezifisch modifiziert werden können, ein Aspekt der nicht zuletzt im Blended Counseling von Bedeutung ist.

Kommunikationsmedien werden zudem dahingehend unterschieden, ob sie durch eine *Kopräsenz* oder einer Telepräsenz der kommunizierenden Personen gekennzeichnet sind (S. 38). Kopräsenz meint die Grundform zwischenmenschlicher Kommunikation, die Face-to-Face-Kommunikation, wenn alle Beteiligten zur selben Zeit am gleichen Ort zusammenkommen und verbale, paraverbale sowie nonverbale Botschaften austauschen» (Döring 2003:

² Soziale Arbeit, Psychologie, Kommunikationswissenschaft

38). Dies ist ein komplexer sozialer Prozess, der jeweils auch von der sozialen Beziehung zwischen den Beteiligten geprägt ist.

In der Betrachtung mediengestützter Kommunikation sind auch die jeweiligen *Nutzungskontexte* von Bedeutung, denn diese «bestimmen massgeblich, welche Teile der Internet-Technologie in welcher Weise zum Einsatz kommen» (Döring 2003: 17). Beratung als Ganzes wird bei Döring als *Nutzungskontext* verstanden, beispielsweise in Abgrenzung zu Nutzungskontexten der Massenkommunikation über Medien. Nutzungskontexte werden nicht nur durch die verwendeten Medien gekennzeichnet, vielmehr beeinflussen gerade auch juristische und soziale Normen die jeweiligen Angebote (vgl. ebd.).

Unter *Medienintegration* wird sowohl die Verknüpfung verschiedener Internetdienste mit einander als auch deren Verknüpfung mit anderen Formen der technisch mediatisierten Kommunikation verstanden (Döring 2003: 38).

Usability wird verstanden als Benutzerfreundlichkeit und ist (nicht nur) aus medienpsychologischer Perspektive ein «entscheidendes Qualitätsmerkmal für die mobile Mensch-Computer-Interaktion (...) die umso grösser ist, je mehr Personen mit der jeweiligen mobilen Computertechnik eine Aufgabe erledigen können und je zufriedener die Nutzer mit der Nutzungserfahrung sind» (Batinic und Appel 2008: 223).

Unter *Virtualisierung* versteht Döring (vgl. 2003: 48) Veränderungsprozesse im Hinblick auf eine verstärkte Integration der Netznutzung in Alltagsvollzüge.

Wenngleich in einem umfassenden Medienverständnis auch die Face-to-Face-Kommunikation als Medium verstanden wird, so bevorzugen wir in diesem Bericht eher den Begriff des *kommunikativen Settings*, der die konkrete Nutzung von Face-to-Face-Situationen oder Medien (im engeren Sinne) in der Beratung bezeichnet.

Chancen und Herausforderungen

Als ein grosser Vorteil digitaler Beratung wird im Fachdiskurs die potenziell grössere und schnellere Offenheit des Klienten bzw. der Klientin benannt. Insofern ermöglichen elektronische Medien eine offenere Problemmunikation als im persönlichen Gespräch vor Ort, sowie die Möglichkeit auch «emotionale Fragen verschiedenster Art zu bearbeiten. Damit bietet das Internet «neue Möglichkeiten, Menschen in schwierigen Situationen zu erreichen und zwar selbst dann, wenn es um schambesetzte oder hoch emotionale Themen geht» (Wenzel 2015: 38).

Weitere Vorteile onlinebasierter Beratung sind die Niederschwelligkeit, Anonymität, Kontrolle, die Ortsungebundenheit sowie die zeitliche Unabhängigkeit (bei asynchronen Medien), Geißler (DGFP 2015: 6) führt darüber hinaus an, dass virtuelle Beratungsformen (bzw. virtuelles Coaching)

- eine raum- und zeitunabhängige Interaktion ermöglichen,
- eine intensive, flexible und schnelle Prozessbegleitung unterstützen,
- als Format im Zeitalter der Digitalisierung und Internationalisierung zeitgemäss sind,
- die Erlebniswelt der Klientin bzw. des Klienten erweitern können und
- in der Regel zu betriebswirtschaftlichen Vorteilen führen.

Als eine Herausforderung wird in Bezug auf Anwendungskontexte in der Sozialen Arbeit ein drohender «Digital Gap» benannt, wenn digitale Angebote Gefahr laufen vorhandene Ungleichheit innerhalb der Mediennutzung zu reproduzieren (vgl. Kutscher 2014).

Zentral für Beratende ist auch der von Suler (2000, 2004) beschriebene «Disinhibition Effect». Dieser Enthemmungseffekt in der virtuellen Welt ermöglicht einerseits die grössere und schnellere Offenheit, auf der anderen Seite weisen Distanzlosigkeit, fehlende Höflichkeitsregeln oder Mailbombardements auf die potenziell negative Seite dieses Effektes hin, was erhöhte Anforderungen an die professionelle Distanz von Beraterinnen und Beratern stellt.

Synchrone und asynchrone Medien in der Beratung

Die Media-Richness-Theory von Daft und Lengel (1984/1986) verweist darauf, dass synchrone Medien eine besonders reichhaltige Kommunikation ermöglichen. Dabei ist die Reichhaltigkeit eines Mediums abhängig von der Anzahl der zur Verfügung stehenden (Sinnes-)Kanäle, der Schnelligkeit, mit der Rückmeldungen möglich sind, der Vielfalt der vermittelten Sprache sowie der Möglichkeit zur Entstehung sozialer Präsenz (vgl. Batinic und Appel 2009: 206).

Die Face-to-Face-Beratung kann als Grundform der synchronen Beratung angesehen werden, in die alle Sinnesmodalitäten involviert werden³. Verschiedene Bezeichnungen wie Präsenzberatung, Vor-Ort-Beratung, Beratung mittels Körperpräsenz sowie Beratung von Angesicht zu Angesicht werden in der Regel synonym verwendet. In diesem Bericht verwenden wir den Begriff Face-to-Face (F2F).

Synchrone Netzkommunikation hat den dialogischen Charakter von «konzeptioneller Mündlichkeit», so «dass sie oft nur im Zusammenhang des gesamten Gesprächsflusses bzw. Interaktionsverlaufs interpretierbar» ist (Döring 2003: 43). Hier gilt insbesondere die Videokonultation bzw. der Videochat als synchrones, reichhaltiges Medium, denn in synchronen Telepräsenzscenarien «existiert also ein gemeinsamer immaterieller Wahrnehmungs- und Handlungsraum» (ebd.).

Asynchrone Kommunikation ist dadurch gekennzeichnet, dass die Kommunikation zeitversetzt erfolgt. Zentrales Medium asynchroner computervermittelter Individualkommunikation ist die E-Mail-Kommunikation (vgl. Döring 2003: 49). Döring (2003: 52) weist zudem darauf hin, dass asynchrone Medien neben zahlreichen Vorteilen (vgl. dazu den nachfolgenden Abschnitt zu Mailberatung) auch der Kommunikationsvermeidung dienen können.

Im Hinblick auf die Vielfalt potenzieller Medien in der Beratung erscheint es sinnvoll diese zu systematisieren. Geißler (2014) unterscheidet folgende Basismedien⁴:

- der Face-to-face-Dialog,
- der synchrone Video-Dialog,
- das asynchrone Videomailing,
- der synchrone Telefon-Dialog,
- das asynchrone Audiomailing,
- der synchrone Textchat,
- der asynchrone Emailkontakt,
- der sprachbasierte Avatar-Dialog
- der chatbasierte Avatar-Dialog.

Als relevante Kriterien zur Analyse der Reichhaltigkeit dieser Basismedien werden das Sprachsystem (schriftlich oder mündlich), das paralinguistische Verhalten (Transport emotionaler Aspekte), die Möglichkeit zu nonverbalen Körperexpressionen (Mimik, Gestik, räumliche Nähe/Abstand, Blickkontakt), die Möglichkeit der Wahrnehmung der persönlichen Erscheinung (Geschlecht, Alter, Erscheinung, körperliche Verfassung) die Möglichkeit der Wahrnehmung des Beratungskontextes (z.B. Ausstattung des Büros, etc.) verwendet (ebd.).

E-Mail-Beratung

Döring (2003: 52) unterscheidet insgesamt vier Formen von E-Mailkommunikation: «ongoing conversation, to do, to read, Indeterminate Status. E-Mailberatung ist insbesondere durch die

³ Wenzel (2015: 36) weist darauf hin, dass dies bezogen auf die Beratung zum weit verbreiteten «Mythos Unmittelbarkeit im Face-to-Face-Kontakt» beigetragen hat.

⁴ Geißler bezieht seine Ausführungen auf Überlegungen zu einem virtuellen Coaching. Die Systematisierung kann gleichermaßen auf Beratung im Allgemeinen übertragen werden.

erste Form im Sinne einer laufenden andauernden Konversation gekennzeichnet, ggf. angereichert mit dem Element «to read» wenn selbstreflexive Prozesse z.B. im Nachgang einer Face-to-Face-Beratung dokumentiert und an die Beratungsperson gesendet werden.

Die zahlreichen Vorteile von E-Mailberatung sind vielfach beschrieben worden (vgl. Knatz 2005, Brunner 2009, Eichenberg/Kühne 2014, Engelhardt 2018). Zu nennen sind insbesondere die Niederschwelligkeit, die zeitliche und räumliche Flexibilität, die Eignung für schambesetzte oder tabuisierte Themen, die gezielte Förderung der Selbstreflexion des Klienten bzw. der Klientin im Beratungsprozess sowie die Möglichkeit jederzeit ein Anliegen deponieren zu können. E-Mailberatung im Onlinekontext nutzt zudem die Vorteile der Anonymität im Beratungskontakt.

«So werden aufgrund der reduzierten Informationsmenge bei den Kommunikationspartnern kognitive Prozesse in Gang gesetzt, die besonders stark von der eigenen Vorstellungs- und Einbildungskraft bestimmt werden. Virtuelle Kommunikationspartner entwickeln deshalb eine reichhaltige Bilder- und Gedankenwelt in Bezug auf ihr unbekanntes Gegenüber. Paradoxerweise führt hier die Sinneskanalreduktion gerade zu einer Steigerung des Empfindens. Aufgrund weniger potenziell störender Merkmale im Kommunikationsgeschehen, kommt es nachgewiesenermaßen zunächst zu einer positiveren Erwartung und Einstellung dem Anderen gegenüber. Dem Kommunikationspartner wird also ein hohes Maß an Vorschuss-Sympathie entgegengebracht, die speziell im Beratungskontext im Sinne einer positiven Übertragung genutzt werden kann. Computervermittelte Kommunikation ist, so gesehen, durch eine ihr innewohnende „Dialektik von körperlicher Abwesenheit und sinnlicher Präsenz, physischer Distanz und psychologischer Nähe» (Döring 2000: 367, zit. n. Hintenberger 2006: 3).

Demgegenüber stehen Herausforderungen durch den Wegfall parasprachlicher Signale, die Schriftsprachlichkeit, welche voraussetzungsreich ist, sowie die zeitversetzte Antwort. Die schriftbasierte Kommunikation ist zunächst eine monologische Kommunikation, was dialogisch ausgebildete Beratende vor Herausforderungen stellen kann.

Chat-Beratung

Chat-Beratung als Gattung, die sich der Schriftform bedient, aber wesentliche Merkmale mündlicher Kommunikation aufweist, befindet sich an der Grenze von synchroner zu quasi-synchroner Beratung (Hintenberger 2006, Engelhardt/Gerner 2017). In der Literatur finden sich häufig Überlegungen, die sich auf Gruppenchats beziehen, wohingegen sich weniger Aussagen zu Einzelchats finden (vgl. Hintenberger 2006, Ploil 2009, Engelhard 2018).

Vorteile sind die Möglichkeit einer unmittelbaren, synchronen Kommunikation, die relativ geringen technischen Voraussetzungen, die Möglichkeit der subjektiven Gesprächskontrolle sowie die Reproduzierbarkeit der Kommunikationsabläufe. Die Möglichkeit der Anonymität ist zumeist gegeben, allerdings gibt es teilweise nur eine Pseudoanonymität, z. B. wenn sich Personen an den Nicknames erkennen. Der Vorteil einer zumeist grösseren Offenheit ist aber auch dann gegeben (vgl. Hintenberger 2006: 9).

Der Umgang mit dem Sprecherwechsel, sowie die Tatsache, dass Schreiben zeitaufwendiger als Sprechen ist, kann herausfordernd sein. Zudem sollen im Chat neue Sprachelemente bzw. Textzeichen wie Emoticons, Akronyme, Grossbuchstaben, Fettschrift die nonverbale und akustische Sprache ersetzen. Insofern hat sich im Chat eine neue Sprache entwickelt, die für Aussenstehende schwer zu verstehen ist und einiges an Insiderwissen benötigt (vgl. ebd.). Hintenberger betont deshalb, dass Kommunikationsstörungen (im Chat) nicht nur auf die Kanalreduktion zurückzuführen sind, sondern auch die mangelnde oder fehlende Kenntnis der netzspezifischen kommunikativen Codes oder das individuelle soziale Verhalten ursächlich sein kann. Letztendlich gilt es «die Eigenheiten computervermittelter Kommunikation für einen speziellen Kontext zu nutzen» (Hintenberger 2006: 3).

Im Hinblick auf die Nutzung der Chatkommunikation in der Beratung stellt Hintenberger den Zeitaspekt als wesentlich dar:

«Der Chat ist durch ein dialektisches Verhältnis zur Zeit geprägt. Einerseits ist eine rasante Zunahme der Interaktionsgeschwindigkeit erlebbar, andererseits kann innerhalb derselben Zeitspanne nur ca. ¼ der Informationsmenge einer face-to-face-Kommunikation transportiert werden. Gerade im Beratungskontext empfiehlt es sich, dem Geschwindigkeitsrausch ein ruhiges 'Interaktionsmanagement' (Beißwenger 2005) entgegen zu setzen. Füllworte sowie Verzögerungslaute („hm“, „ah“) verlangsamen den Kommunikationsprozess und signalisieren Aufmerksamkeit. Manchmal braucht es auch die konkrete Erlaubnis sich den Raum zur Darlegung der eignen Problemlage nehmen zu dürfen» (Hintenberger 2006: 7)

Als notwendige Kompetenzen für Chatberaterinnen und -berater sieht Knatz (2006) Textkompetenz, die Fähigkeit schnell zu reagieren und zu strukturieren, die Fähigkeit schnell zu tippen sowie die Offenheit: «textbasierte, simultane Kommunikation als lustvolle Herausforderung im Beratungsalltag zu erleben» (ebd. S. 10).

Telefonberatung

Das Telefon ist ein synchrones Medium mit mittlerer Reichhaltigkeit, d.h. es verfügt über viele positive Aspekte der Face-to-Face-Kommunikation, jedoch nicht über alle. Aus Beratungssicht kann das Telefon zunächst als «traditioneller» Kommunikationskanal und «klassisches» Beratungsmedium (vgl. Seidlitz/Theiss 2007) angesehen werden, da die Beratung am Telefon insbesondere in Krisensituationen auch historisch gesehen ein eigenständiges und unverzichtbares Beratungsformat darstellt, wie die verschiedenen Angebote zeigen. Darüber hinaus wurde das Telefon in jüngerer Zeit verstärkt in Überlegungen zu einer Kombination mit Face-to-Face-Beratung eingebunden (vgl. z.B. Becker-Hill 2013).

Die Nutzung des Telefons unterscheidet sich insofern, als es in Beratungsstellen häufig ergänzend, d.h. eher für organisatorische Anliegen wie z.B. Terminabsprachen, nicht jedoch im engeren Sinne beraterisch, verwendet wird. Insofern ist hier im Hinblick auf die Nutzung dieses Kommunikationskanals differenziert zu prüfen, inwieweit beraterische Anliegen tatsächlich Inhalt waren. Dies lässt sich teilweise auch an den aufgewendeten Zeitrressourcen für das Telefonat ablesen (vgl. dazu auch die Darstellungen der Fallverläufe in Anhang E).

Auch im Hinblick auf die Einordnung in digitale oder analoge Medien nimmt das Telefon eine Sonderrolle ein. Döring kennzeichnet das Telefon als vormals «anderes technisches Medium», das jedoch mittlerweile aufgrund der technischen Entwicklung, ebenfalls Teil der internetbasierten Kommunikation ist (Döring 2003: 16 ff). Insofern wurde das Telefon im Projektkontext als digitaler Kommunikationskanal betrachtet.

2.2 Die Idee des Blended Counseling

2.2.1 Blended Counseling im Fachdiskurs

Blickt man auf die Entwicklungslinien digitaler Beratung in den beiden letzten Jahrzehnten, so lässt sich konstatieren, dass Modelle digitaler Beratung (vgl. z.B. Kühne/Hintenberger 2009, Knatz 2005, 2006) bislang meist parallel zu herkömmlichen Beratungssettings existieren (vgl. Weiß/Engelhardt 2012).

Blended Counseling⁵ zielt hingegen auf einen konzeptionell begründeten und gezielten Wechsel zwischen Face-to-Face-Kontakten und virtuellen Kanälen in der Absicht, die jeweiligen Vorteile in der Beratung miteinander zu kombinieren. Die Grundidee dabei ist, dass jeder Kommunikationskanal über Vorteile und Einschränkungen verfügt und die gezielte Kombination der Vorteile mehr Möglichkeiten im Beratungsprozess schafft. Weiß konkretisierte 2013 diese Idee anhand von vier Modellvarianten (vgl. dazu den übernächsten Abschnitt). In ihrem Verständnis ist Blended Counseling eine Mischform aus Offline- und Onlineberatung, bei der die jeweiligen Anteile systematisch miteinander verbunden werden.

Für Beratende gilt es jeweils zu entscheiden, wann welches Medium zu einem bestimmten Zeitpunkt für den weiteren Beratungsprozess hilfreich wäre. Neben der Frage nach möglichen geeigneten Kanälen bzw. entsprechenden Tools ist bei Blended Counseling also besonders relevant, das Beratungshandeln dahingehend zu reflektieren, welcher Kommunikationskanal wann mit welchem Ziel verwendet wird. So können beispielsweise in der E-Mail-Beratung Klientinnen bzw. Klienten ihre Anliegen jederzeit deponieren, zugleich sollten Beratungsfachkräfte transparent kommunizieren, wie schnell eine Antwort erfolgen wird. Demgegenüber eignet sich das Telefon insbesondere als Ergänzung zum persönlichen Gespräch, da es unkompliziert und zeitsparend ist und Fachkräften ein zeitnahes Reagieren ermöglicht. Es kann zudem genutzt werden, um Vorabklärungen zu treffen oder mit Klientinnen und Klienten in Verbindung zu bleiben (vgl. dazu Rice 1993, Geißler 2014, Hörmann 2014, Hörmann/Marti/Heri 2014).

Engelhardt und Reindl (2016) haben insgesamt vier Blended Counseling-Varianten identifiziert:

- Start mit einem Medium des Distance Counseling → Weiterführung in der Face-to-Face-Beratung,
- Start mit einem Medium des Distance Counseling → Weiterführung Face-to-Face und mit einem Medium des Distance Counseling,
- Start in der Face-to-Face-Beratung → Weiterführung mit einem Medium des Distance Counseling,
- Start in der Face-to-Face-Beratung → Weiterführung mit einem Medium des Distance Counseling und der Face-to-Face-Beratung.

Diese Varianten basieren auf den Überlegungen von Weiß (2013), flexibilisieren diese aber im Hinblick auf den Beratungsverlauf und lösen sich von der strikten Orientierung an Beratungsphasen.

Vereinzelnd finden sich zwischenzeitlich erste Überlegungen für die Realisierung von Blended Counseling in einzelnen Handlungsfeldern, wie dies beispielsweise Wex (2017) für die Schuldnerberatung ausführt. Dabei verweist sie insbesondere auf den Vorteil mögliche Zugangsbarrieren zu verringern (ebd. S.86). Silfverberg (2018) konzipiert eine videogestützte Variante von Blended Counseling für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung.

⁵ Counseling oder Counselling: im Diskurs finden sich beide Schreibweisen, überwiegend wird jedoch die amerikanische Schreibweise Counseling verwendet.

Begrifflichkeiten

Vorab erscheint es notwendig, auch in diesem Teil der Grundlegung zunächst einen kurzen Blick auf die Begrifflichkeiten zu werfen.

Blended Counseling

Weiß (2013: 14) definiert Blended Counseling als «Mischform aus Offline- und Onlineberatung, die im Beratungsprozess Anteile der Onlineberatung und Anteile der Face-to-Face-Beratung systematisch miteinander verbindet». Engelhard und Storch verstehen darunter «eine zielgeleitete und systematische Mischung von Anteilen aus dem Distance Counseling mit Anteilen aus der Beratung, die direkt von Angesicht-zu-Angesicht in einem als Beratungssetting definierten Rahmen stattfindet.» (Engelhardt/Storch 2013: 9). Hier wird neu der Begriff des Distance Counseling in den Diskurs eingeführt und stärker auf die räumliche Entfernung als auf die Virtualität fokussiert.

In einem erweiterten Verständnis wurde Blended Counseling in den Vorläuferprojekten des Projektteams verstanden als «kombinierte, passgenaue Nutzung verschiedener Beratungskanäle» (Hörmann 2014: 27), wobei anders als bei Weiß auch explizit das Beratungsmedium Telefon in die Überlegungen zu «gemixten Beratungskanälen» einbezogen wurden (vgl. Hörmann/Marti/Heri 2014). Diese Definition wurde im Projektkontext weiter ausdifferenziert (vgl. Kapitel 2.2.2).

Blended Treatment bezeichnet dieselbe Grundidee, bezieht sich aber auf den therapeutischen bzw. klinischen Kontext und wird verstanden als «Psychotherapie, in der ein Therapeut Face-to-Face-Therapiesitzungen mit Online-Anwendungen von standardisierten Selbsthilfe-Programmen, individualisierten Online-Tools und -Modulen, Kurznachrichten, Web-Mails, Chat-Elementen oder Videotelefonie kombiniert. Die Planung und Initiierung des Formatwechsels geht vom Therapeuten aus» (Justen-Horsten/Paschen 2016: 83, sowie 80-84). Alternativ wird im therapeutischen Kontext der Begriff der *internetbasierten Interventionen* (Berger 2015) verwendet, wobei der Fokus hier auf webbasierten Selbsthilfeprogrammen liegt, die ungeleitet oder therapeutisch unterstützt angeboten werden.

Seit kurzem findet sich vereinzelt auch der Begriff der *crossmedialen Beratung* (Fähndrich 2018). Crossmedial ist ein Begriff aus dem Marketing und bezeichnet die Distribution von Inhalten über verschiedene digitale Kanäle, die inhaltlich und redaktionell miteinander verknüpft sind. Insofern bezieht sich der Begriff zumeist auf Kampagnen und seine Nützlichkeit im Kontext von psychosozialer Beratung gilt es noch zu klären.

Im Coachingkontext finden sich weitere verwandte Begriffe. *Remote Coaching* bedeutet im Wortsinn das Coaching über eine Entfernung hinweg und wird für Telefoncoaching verwendet (vgl. z.B. Becker-Hill 2013). Der Begriff des *Blended Coaching* (vgl. Engfer/Thomann 2014) findet sich Fachdiskurs kaum, weiter verbreitet ist der von Geißler geprägte Begriff des *virtuellen Coachings*. Geißler versteht diesen als Sammelbegriff für alle Coachingformate mit modernen Medien. Im Hinblick auf die Kombination verschiedener Beratungsmedien sieht er für virtuelles Coaching grundsätzlich zwei Möglichkeiten: neben dem virtuellen Coaching als eigenständigem Format, bei dem Coachingprozesse ausschliesslich virtuell durchgeführt werden, kann es auch als additives Format genutzt werden, indem Verfahren des virtuellen Coachings klassische Coachingprozesse bereichern (vgl. DGFP 2015:6).

Das Blended Counseling-Modell von Weiß (2013)

Die nachfolgend dargestellten Blended Counseling-Varianten von Weiß (2013) basieren auf einem idealtypischen vierphasigen Beratungsprozess und variieren die Kombination von analogen und digitalen Medien entsprechend dieser Prozessphasen. Dabei nehmen sie darauf Bezug, in welcher Phase eines Beratungsprozesses auf den virtuellen Kanal abgestützt wird, während die anderen Phasen im konventionellen Face-to-Face-Kontakt erfolgen. In der Variante «*Orientierung online*» erfolgen insbesondere die Kontaktaufnahme und eine erste Auftragsklärung internetbasiert. Die Variante «*Veränderung online*» virtualisiert insbesondere

die Begleitung und Entwicklung konkreter Handlungsschritte zur Problemlösung. Die Nachhaltigkeit der erzielten Veränderung steht im Fokus der Variante *«Abschluss online»* und ist derzeit insbesondere aus der Nachsorge von Patienten und Patientinnen nach stationären Aufenthalten bekannt (vgl. Döring/Eichenberg 2013). In der Variante *«Flexibler Wechsel»* erfolgt ein situativer, bedarfs- und zielorientierter (wiederholter) Wechsel zwischen den Kommunikationskanälen im Beratungsprozess, um die Vorteile des jeweiligen Kanals flexibel und klientenorientiert zu nutzen.

Wie bereits angesprochen, ist das Verständnis von Blended Counseling hier insofern eingeschränkt, als nur Onlineberatung und Face-to-Face-Beratung kombiniert und in den Varianten konzeptionell konkretisiert werden. Nichtsdestotrotz lohnt sich ein Blick auf die vier Varianten, da diese ein Teil der Überlegungen am Ausgangspunkt des Projektes waren.

«Orientierung / Kontaktaufbau online»: in dieser Variante finden der Kontaktaufbau und die Klärung des Anliegens online statt. Da dies einen eher unverbindlichen evt. sogar anonymen Erstkontakt ermöglicht, eignet sich diese Variante für Personen, die an Offline-Interventionen interessiert sind, zugleich aber ggf. Berührungssängste haben. Zudem kann diese Variante potenziell die Hemmschwelle bei stigmatisierten, schambesetzten Themen senken. Gemäss Weiß wird dies v.a. von Beraterinnen und Beratern angewendet, die aus der *«klassischen»* Beratung kommen und bisher wenig Berührung mit Onlineberatung hatten (Stand 2013). Allerdings *«sollte ein Settingwechsel dann stattfinden, wenn es auf der Grundlage eines Arbeitskonzeptes besonders sinnvoll erscheint, um den Beratungsprozess zu unterstützen»* (Weiß 2013: 39). Hier wird bereits auf die notwendige konzeptionelle Fundierung hingewiesen.

«Veränderung online» ist eine Variante, bei der die Orientierungs-, Klärungs- und Abschlussphase Face-to-Face stattfinden, wohingegen die Durchführungsphase onlinebasiert erfolgt. Dies beinhaltet beispielsweise die Möglichkeit, anstelle eines zeitaufwändigen Vor-Ort-Gesprächs mehrere kürzere Kontakte im Unterstützungsprozess wahrzunehmen, was sich potenziell positiv auf die Verbindlichkeit der getroffenen Vereinbarungen und stabilisierend auf die Beratungsbeziehung auswirkt. Nach Einschätzung von Weiß ist diese Variante eher geeignet für komplexe Problemsituationen oder Multiproblemlagen, bei denen der Klärungsprozess viel Zeit in Anspruch nimmt, da über den virtuellen Kontext in der Veränderungsphase eine effiziente Begleitung des Klienten bzw. der Klientin bei der Umsetzung eines Handlungsplanes mithilfe häufiger Kurzkontakte möglich wird. Auch kann die Beratungsperson bei Bedarf schnell reagieren. Dass der virtuelle Teil des Beratungsprozesses schriftlich dokumentiert ist, kann zur Sicherung der Nachhaltigkeit der Beratung beitragen.

«Abschluss online»: diese Variante fokussiert die internetbasierte Nachsorge, eine Form, die bisher insbesondere im psychotherapeutischen (stationären) Setting angewendet und erforscht wurde. Dabei soll die punktuelle Begleitung der Umsetzung der erarbeiteten Schritte im Alltag dazu dienen die Nachhaltigkeit der erreichten Veränderungen zu sichern. Zudem unterstützt eine virtuelle Abschlussphase zugleich den schrittweisen Ablösungsprozess. Da diese Variante ressourcensparend angelegt ist, ermöglicht dies bei Bedarf eine längere Nachbetreuung.

In der Variante *«Flexibler Wechsel»* erfolgt der Settingwechsel je nach Bedarf und Zielsetzung der einzelnen Schritte, was von beiden Seiten initiiert werden kann. Diese Variante versucht die Vorteile des jeweiligen Kommunikationskanals flexibel zu nutzen und an die Bedürfnislage des Klienten bzw. der Klientin anzupassen.

Vorstudie zu Nutzung und Potenzialeinschätzung von Blended Counseling

Da zur aktuellen Nutzung und zum Potenzial möglicher Kombinationen in der Beratung konkrete Erkenntnisse fehlten, wurde im Rahmen der Vorstudie *«Blended Counseling in Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit»* (2015/2016) untersucht, ob und in welcher Form verschiedene Beratungskanäle für die Beratung genutzt werden und welche Potenziale und Herausforderungen die Befragten damit verbinden. Dazu wurden explorative Interviews mit Fachpersonen aus den Handlungsfeldern Schulsozialarbeit, Jugend- und Suchtberatung, sowie

aus einem Sozialdienst geführt (vgl. Hörmann/Schenker 2016, Hörmann 2018, Flammer/Hörmann 2018). Dabei zeigte sich, dass in Face-to-Face-Beratungsprozesse zwar teilweise weitere Kommunikationskanäle wie Telefon, E-Mail, Messenger (WhatsApp) oder SMS einbezogen wurden, dies in der Regel jedoch ohne vorgängige konzeptionelle Überlegungen sowie zumeist ohne ausreichende Absicherung der Vertraulichkeit durch angemessenen Datenschutz erfolgte, was auch von den Fachkräften selbst problematisiert wurde. Zudem wurde deutlich, dass Fachkräfte je nach Handlungsfeld unterschiedlich vertraut sind mit dem Einsatz von digitalen Medien in der Beratung. Als eine handlungsfeldübergreifende Herausforderung für eine fundierte Konzeption von Blended Counseling wurde der von Wenzel (2015) problematisierte «Mythos Unmittelbarkeit Face-to-Face» bestätigt, da etliche Fachpersonen äusserten, dass nur in Face-to-Face-Kontakten umfassend beraten werden kann, während die Möglichkeiten anderer Kommunikationskanäle als reduziert eingeschätzt werden. Als weitere feldübergreifende Herausforderungen konnten die mangelnde Verbreitung datenschutzkonformer Applikationen und Kanäle; die Beschleunigung in der Kommunikation mit einhergehenden veränderten Erwartungen (z.B. zur Frage der Erreichbarkeit) identifiziert werden (vgl. Hörmann/Schenker 2016, Hörmann 2018).

Im Rahmen dieser Studie waren die Beratungspersonen auch um ihre Einschätzungen im Hinblick auf die Modellvarianten von Weiss gebeten worden, v.a. bezogen auf die Realisierbarkeit in ihrem beraterischen Handlungsfeld. Die Mehrzahl der Befragten favorisierte den «Flexiblen Wechsel», da ihnen eine flexible klientenzentrierte Nutzung der Kommunikationskanäle im Beratungsprozess am Erfolgversprechendsten erschien (Hörmann 2018). Zugleich zeigte sich bei näherer Betrachtung, dass diese Modellvariante auf beratungsfachlicher Ebene am Voraussetzungsvollsten ist. Um diese erfolgreich umsetzen zu können, sind konzeptionelle Klärungsprozesse, fundierte beraterische und medienbezogene Kompetenzen sowie ein umfangreiches methodisches und technisches Wissen gefordert, was zusätzliche Anforderungen an die Beratende und Beratungsorganisationen stellt, und weitere Forschungen und konzeptionelle Entwicklungsarbeiten notwendig machte.

2.2.2 Konzeption von Blended Counseling im Projekt

Auf der Basis des in Kapitel 2.2.1 referierten Fachdiskurses wurden in der ersten Phase des Projektes die konzeptionellen Überlegungen für ein Blended-Counseling-Modell in der Sozialen Arbeit bzw. in der psychosozialen Beratung erweitert und ausdifferenziert. Dabei lag ein Fokus auf der von den Fachkräften in der Vorstudie favorisierten Modellvariante «Flexibler Wechsel». Diese Ausführungen werden ergänzt durch weitere konzeptionelle Konkretisierungen in den Kapiteln 5 und 8.

Begriff

Im Projekt wurde die vorliegende Definition von Blended Counseling (Hörmann 2014) erweitert und ausdifferenziert

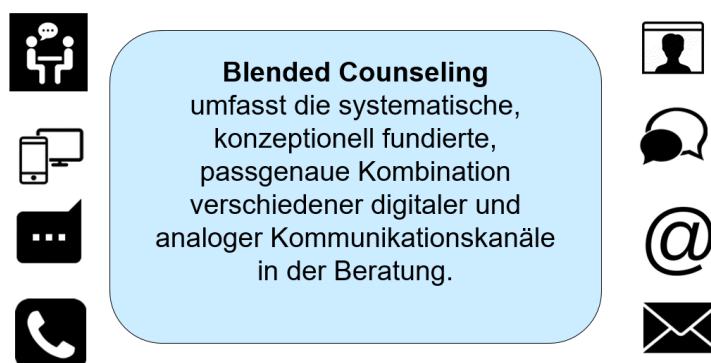


Abbildung 2: Verständnis von Blended Counseling im Projektkontext

Demnach wird Blended Counseling gekennzeichnet durch folgende Kriterien:

- systematisch, d.h. Blended Counseling basiert auf einer differenzierten Analyse der Vor- und Nachteile der verschiedenen Kommunikationskanäle,
- konzeptionell fundiert, d.h. Blended Counseling basiert auf konzeptionellen Überlegungen zu Nutzungsmotiven, Zielen, konzeptionellen Schwerpunkten und einem differenzierten Blick auf die Klientinnen und Klienten, welche davon profitieren könnten (vgl. Kapitel 5),
- passgenau, d.h. die Vorüberlegungen nehmen Bezug auf die Lebenswelt der Klientel, indem deren Mediennutzung im Alltag sowie deren bevorzugte Kommunikationskanäle erfasst und in die Überlegungen einbezogen werden.

Ein weiteres Kennzeichen von Blended Counseling in diesem Verständnis ist die kontinuierliche Prozessgestaltung der Beratung durch eine Beratungsperson. Auch Justen-Horsten und Paschen (2016: 79) betonen diesen Aspekt, dass Blended Counseling «nur durch **einen** [Hervorheb. im Original] face-to-face und medial präsenten Berater oder Therapeuten möglich» sei. Die personelle Kontinuität ist ein Aspekt, der auch bei der Diskussion um mögliche Blended Counseling-Szenarien eine Rolle spielte (s. Kapitel 5.4). Wenn im Beratungsprozess eine Triage an eine andere Stelle oder eine andere Beratungsperson erfolgt, so wäre dies vielmehr ein organisationales «Mixed Counseling», das aber nicht der o.a. Grundidee von Blended Counseling entspricht.

Entwicklungsrichtungen von Blended Counseling

Ausgangspunkt für Blended Counseling können sowohl die Face-to-Face-Beratung als auch der Onlineberatungskontext sein. Insofern lassen sich zwei Entwicklungsrichtungen unterscheiden, wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

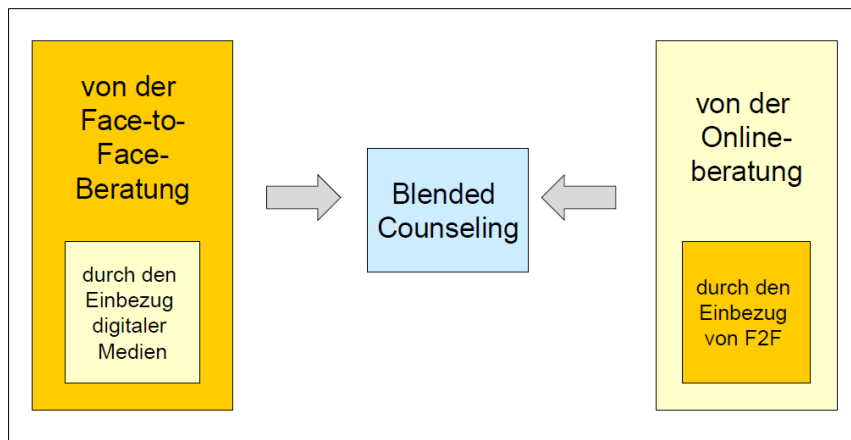


Abbildung 3: Ausgangspunkte für Blended Counseling

Diese Entwicklungsrichtungen sind insofern zu unterscheiden, als sich jeweils andere konzeptionelle und insbesondere technische Herausforderungen stellen.

Wird Blended Counseling ausgehend von der Face-to-Face-Beratung entwickelt, so basiert dies auf den vorliegenden Konzepten einer Beratungsstelle vor Ort, in die die Überlegungen zu Blended Counseling integriert werden sollen. Organisationale Motive, die bisherigen Klientinnen und Klienten, potenzielle Nutzerinnen und Nutzer des Angebotes sowie die Medienkompetenz und Qualifizierung der vorhandenen Mitarbeitenden sowie technische und auch finanzielle Rahmenbedingungen spielen dann eine zentrale Rolle. Die Ausarbeitungen der Blended Counseling-Szenarien 1-9 (vgl. Kapitel 5 und Anhang A) veranschaulichen diesen Strang.

Bildet ein Onlineberatungsangebot den Ausgangspunkt der Überlegungen, so stehen zunächst dessen Konzeption sowie dessen technische Möglichkeiten im Mittelpunkt. Beim

schweizweit agierenden Onlineportal zu Suchtfragen SafeZone tragen die Mitarbeitenden vieler Suchtfachstellen zur Umsetzung bei. Diese basiert auf einem gemeinsamen Konzept und einer gemeinsamen technischen Lösung (vgl. Bachmann/Steinle 2014). Überlegungen zu Blended Counseling haben demzufolge eine andere Reichweite, was auch die exemplarische Konkretisierung von die Blended Counseling-Szenarien im Kontext von SafeZone zeigte (vgl. Kapitel 5.4.2 sowie die Szenarien 10-12 in Anhang A).

Varianten

Da ein Mix von Kommunikationskanälen sowohl zwischen analogem und digitalem Kontext, nur innerhalb des digitalen bzw. virtuellen Kontextes oder in Form der Anreicherung des analogen Kontextes erfolgen kann, wurden im Projekt insgesamt drei Varianten unterschieden, wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

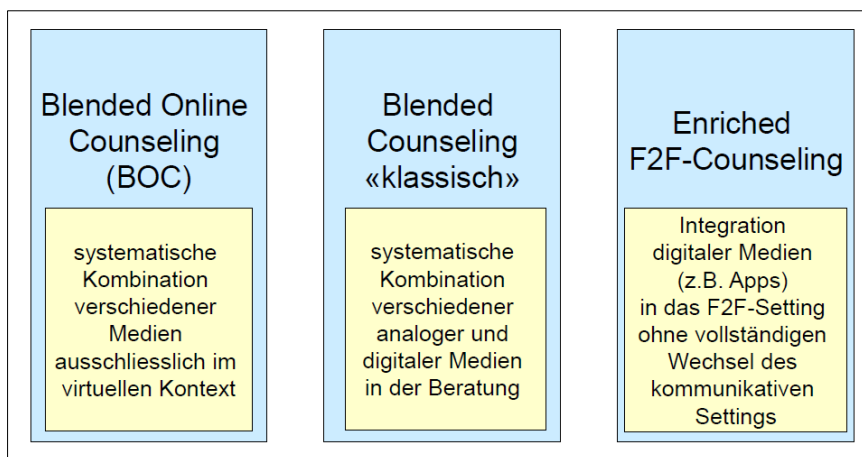


Abbildung 4: Varianten von Blended Counseling

Blended Counseling klassisch: Diese Variante umfasst die im Punkt 2.2.1 referierten Überlegungen, d.h. im Beratungsprozess werden analoge und digitale kommunikative Settings kombiniert unter der Massgabe, die jeweiligen Vorteile so zu kombinieren, dass der Beratungsprozess lebensweltnäher angelegt ist. Das Konzept der Lebensweltorientierung ist insbesondere in der Beratung in der Sozialen Arbeit von Bedeutung (vgl. Thiersch 2014). Dabei kann sowohl der «Flexible Wechsel» (Weiß 2013) zugrunde gelegt werden, als auch die Fokussierung einer einzelnen Beratungsphase, z.B. um vielfältigere Zugänge zum Beratungsangebot zu ermöglichen (vgl. Kapitel 5).

Blended Online Counseling: die Mischung der Kommunikationskanäle beschränkt sich hier ausschliesslich auf den virtuellen Beratungskontext, d.h. das virtuelle Setting wird nicht verlassen. So könnten z.B. auf dem Onlineportal SafeZone in einem Beratungsprozess Mailberatungskontakte mit Sprechstundenkontakten im Chat oder anderen Chatvarianten kombiniert werden. Diese Variante wurde auch schon bei Weiß (2013) am Rande skizziert. Im weiteren Projektverlauf wurde diese Variante in Szenario 12 «Blended SafeZone Counseling» konkretisiert.

Enriched Face-to-Face-Counseling: Die Ursprungsidee dieser Variante entstand in einer Weiterbildungsveranstaltung mit Beratungsfachkräften ausserhalb des Projektes. Als die Beraterinnen und Berater gebeten wurden eigene Vorerfahrungen mit Blended Counseling zu sammeln, wurden verschiedene Beispiele angeführt, die nicht in das oben angeführte Verständnis von Blended Counseling passten. So berichtete beispielweise ein Suchtberater, dass er in seinen Face-to-Face-Beratungen mit einer App (wie z.B. einer Suchttagebuch-App) arbeite. Eine Ernährungsberaterin hatte ein ganz ähnliches Beispiel, da sie in ihren Face-to-Face-Gesprächen ergänzend feldspezifische Apps wie z.B. eine Kalorienapp nutzte. Der Unterschied zum Blended Counseling bestand darin, dass das Face-to-Face-Setting

nicht verlassen wurde. In Anlehnung an das Konzept des «Enriched Learning Environment»⁶ wurde deshalb für diese Variante, in der die Face-to-Face-Beratung durch Apps angereichert wird, der Begriff des «Enriched Face-to-Face-Counseling» entwickelt. Im weiteren Verlauf des Projektes wurde ein Szenario zu dieser Variante entwickelt und auch erprobt. Die diesbezüglichen Erfahrungen und Ausdifferenzierungen finden sich in den Kapiteln 5 und 7.

Dabei zeigte sich auch, dass die Variante dann nicht trennscharf ist, wenn Auszüge aus der Suchttagebuch-App vom Klienten bzw. der Klientin in der Phase zwischen den Face-to-Face-Gesprächen an die Beratungsperson gemailt werden⁷. Nutzt die Beraterin bzw. der Berater diese Informationen ausschliesslich als Vorbereitung für das nächste Gespräch, so verbleibt der Beratungsverlauf im Enriched Face-to-Face-Counseling. Entsteht jedoch eine Interaktion bzw. ein Dialog über E-Mail, in dem die Beratungsperson beispielweise Feedback gibt, so wäre der Beratungsverlauf dem Blended Counseling zuzurechnen, da mit dem Dialog faktisch ein Wechsel des kommunikativen Settings erfolgt ist.

Ebenso könnten digitale Anker, wie beispielsweise bildliche Darstellungen oder kleine Video-clips, genutzt werden, um Klienten und Klientinnen dabei zu unterstützen, die in der Beratung gefundenen Lösungsschritte im Alltag zu verankern. Entscheidend für die Variante ist, dass es methodische «Anreicherungen» des Face-to-Face-Gesprächs sind, die den Beratungsprozess unterstützen, die jedoch keine dialogische Kommunikation in einem anderen kommunikativen Setting beinhalten.

Impactfaktoren⁸

Wie in Kapitel 1 ausgeführt wurde, erfordert ein professionelles Blended Counseling jeweils einen dreidimensionalen Blick, der sich auf die Klientinnen und Klienten, auf den Beratungsprozess und auf die Organisation bezieht⁹. Diese Dimensionen werden ergänzt durch eine zeitliche Strukturierung möglicher Erwartungen an den Nutzen von Blended Counseling, in Form von Impactfaktoren

- bezogen auf die Phase vor der Beratung bzw. zum Einstieg in eine Beratung,
- bezogen auf die Phase während der Beratung und
- bezogen auf die Phase beim Abschluss bzw. nach der Beratung.

In allen Phasen kann Blended Counseling einen Nutzen generieren, weshalb es notwendig ist, vor der Realisierung eines Blended Counseling-Prozesses zu klären, welcher Impact jeweils im Fokus der Überlegungen steht.

Im Feld der Suchtberatung waren bereits im Rahmen der Vorstudie (Hörmann/Schenker 2016, Hörmann 2018) insbesondere das Problem der Kontaktabbrüche thematisiert worden. Hier sollte Blended Counseling über die Möglichkeit kurzfristiger Kontakte mittels unterschiedlicher digitaler Medien den Beratungsprozess bei Bedarf phasenweise intensivieren und so dazu beitragen die Beratungsbeziehung zu stabilisieren. Auf diesem Weg sollte einem möglichen Kontaktabbruch vorgebeugt und die Anzahl der Kontaktabbrüche reduziert werden. Dieser Aspekt spielte insbesondere im partizipativ angelegten Prozess der Szenarientwicklung eine zentrale Rolle, sodass sich weitere Ausführungen dazu in den Kapiteln 5 (sowie 7 und 8) finden.

⁶ Enriched im Sinne von angereichert bzw. bereichert umfasst im didaktischen Kontext insgesamt vier Dimensionen der Lernumgebung wie die Bedeutung, die Unterstützung für jede Person, die spezifische Struktur für jede Person sowie die Zusammenarbeit.

⁷ Justen-Horsten und Paschen (vgl. 2016: 86) verweisen ebenfalls auf die Möglichkeit von Onlineprotokollierungen, die insbesondere die Selbstreflexion des Klienten bzw. der Klientin fördern sollen und die Beratungsperson dabei unterstützen den nächsten Beratungskontakt vorzubereiten.

⁸ Der Begriff Impactfaktoren wurde aufgrund seiner Mehrdeutigkeit im Projektverlauf immer wieder kritisch diskutiert, wurde letztendlich aber beibehalten.

⁹ Ein ähnliches Entwicklungsdreieck zur Systematisierung der Onlineberatung mit Fokus auf Adressatinnen und Nutzungsmuster, methodische Gestaltung sowie den institutionellen Rahmen findet sich bei Weinhardt (2013: 2).

3 Tools für Blended Counseling

Dominik Tschopp

Die Gestaltung von Blended-Counseling-Szenarien ist an die Schaffung technischer Voraussetzungen und Standards gebunden. Für die Erprobung der im Projekt entwickelten Szenarien wurden verschiedene Tools und Plattformen eingesetzt.

3.1 Recherche und Vorauswahl verfügbarer (Beratungs-) Tools

Tools versus Plattformen

Wenger, White & Smith (2009) unterscheiden begrifflich zwischen «tools» (Werkzeugen) und «platforms» (Plattformen) im Kontext von Communities. Diese Unterscheidung lässt sich auf den Beratungskontext übertragen. Tools unterstützen demnach spezifische Beratungsaktivitäten. In Plattformen werden von Anbieterinnen und Anbietern oder Entwicklerinnen und Entwicklern mehrere Tools in einem Paket zusammengefasst. Mit «configuration» (Zusammenstellung) meinen die Autorinnen und Autoren schliesslich die Zusammenstellung von Technologien, welche gesamthaft eingesetzt werden, im vorliegenden Fall in einer Beratungsorganisation. In der Regel bleibt eine solche Zusammenstellung nicht auf eine Plattform beschränkt. Man kann also davon ausgehen, dass eine Organisation mehrere Tools und Plattformen einsetzen wird, um Blended Counseling umzusetzen.

Im vorliegenden Kontext sind mit Tools und Plattformen konkrete Produkte gemeint. Ansonsten ist von (digitalen) Medien die Rede, wenn es um die Art des Kommunikationskanals geht.

Vorgehensweise zur Auswahl der Tools und Plattformen für die Erprobung

Organisationen stehen bei der Auswahl und Implementierung von Tools und Plattformen für die Beratung vor einer Herausforderung. Die im Alltag von Klientinnen und Klienten häufig eingesetzten Tools und Plattformen bieten in der Regel nicht die Vertraulichkeit, welche ein Beratungssetting erfordert. Teilweise kommt hier erschwerend dazu, dass Klientinnen und Klienten nicht immer bereit sind, zusätzliche Tools oder Plattformen zu installieren beziehungsweise zu nutzen, gerade auch, wenn dies technisch anspruchsvoll oder mit Kosten verbunden ist.

Vor diesem Hintergrund kann das Vorgehen bei der Recherche und Auswahl geeigneter Tools und Plattformen für die Erprobung der im Projekt entwickelten Blended-Counseling-Szenarien in zweierlei Hinsicht als zweigleisig bezeichnet werden:

- Im Fokus der Recherche standen zunächst primär Tools und Plattformen, welche spezifisch für den Beratungskontext entwickelt wurden. Andererseits galt das Interesse auch «sicheren» Alternativen zu häufig genutzten Tools und Plattformen, welche nicht spezifisch für die Beratung konzipiert wurden, jedoch für diese genutzt werden könnten.
- Eine eher breit angelegte Recherche entlang ausgewählter Kriterien (Anbieter, Art des digitalen Mediums, Usability, Datenschutz, Stärken / Schwächen des Produkts) ermöglichte in einem ersten Schritt eine grobe Übersicht über das bestehende Angebot. In einem zweiten Schritt wurde diese Recherche fokussiert, um für das Projekt passende Tools und Plattformen zu ermitteln. Im Fokus standen dabei «sichere» E-Mails, Messenger und Videochats.

Kriterien bei der Auswahl der Tools und Plattformen für die Erprobung

Beim Einsatz digitaler Tools und Plattformen für Beratungszwecke müssen unter anderem technische Sicherheitsstandards berücksichtigt werden. Zentral dabei ist die Einhaltung aktueller Datenschutzbestimmungen. Ein weiteres wichtiges Kriterium ist die Benutzerfreundlichkeit, um Ratsuchenden einen niederschweligen Zugang zur Beratung zu ermöglichen (Risau 2009).

In vielen Fällen stehen sich gerade diese beiden zentralen Kriterien gegenüber. Der Datenschutz stellt hohe Anforderungen an den Einsatz von Tools und Plattformen in der Beratung – auf technischer und organisationaler Ebene (vgl. Kaptiel 4). Datenschutz kann daher mit einer verminderten Benutzerfreundlichkeit einhergehen. Es gibt jedoch zunehmend Tools und Plattformen, welche beide Aspekte zu vereinen versuchen. Dies stand bei der Recherche im vorliegenden Projekt im Vordergrund.

3.2 Erste Übersicht über potenzielle Tools und Plattformen für Blended Counseling

Eine eher breit angelegte Recherche ermöglichte wie angesprochen in einem ersten Schritt eine grobe Übersicht über das bestehende Angebot. Diese Recherche hatte keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern sollte vielmehr die Möglichkeiten ausloten, welche Plattformen und Tools im vorliegenden Projekt potentiell in Frage kommen könnten. Nicht zuletzt diente diese Übersicht auch dazu, den Prozess der Entwicklung der Blended-Counseling-Szenarien anzuregen, legen Tools und Plattformen doch fest, wie im Beratungsprozess überhaupt medienvermittelt kommuniziert werden kann. Die folgenden Ausführungen sind daher eher als grobe Einschätzung zu lesen und nicht als Ergebnis eines empirischen Prozesses zu verstehen.

Geißler (2016) nennt für das Coaching drei Hauptfelder für die Nutzung von digitalen Medien. Übertragen auf die Beratung beziehungsweise Blended Counseling können diese wie folgt unterschieden werden:

- Im Vordergrund steht die digital unterstützte Kommunikation zwischen Beraterin und Berater sowie Klientin und Klient.
- Digitale Medien können nicht nur für die Kommunikation genutzt werden, sondern auch, um Klientinnen und Klienten bei deren Problemlösungsaktivitäten zu unterstützen (welche sich zum Teil auch unabhängig von der Beraterin oder dem Berater vollziehen können).
- An dritter und nachgelagerter Stelle können digitale Technologien das Management von Beratungen unterstützen.

Kommunikationswerkzeuge beziehungsweise -plattformen gibt es zahlreiche. In jüngster Zeit gibt es vermehrt Angebote, welche die Sicherheit und den Datenschutz in den Vordergrund stellen, dies auch als Gegenbewegung zu kommerziell orientierten Tools und Plattformen, welche ihr Geschäftsmodell darin sehen, über die Profilbildung von Benutzerinnen und Benutzern auf dem Anzeigenmarkt Geld zu verdienen. Die Anzahl an Tools und Plattformen, welche spezifisch für den Beratungskontext entwickelt wurden, und auf dem deutschsprachigen Markt angeboten werden, ist dagegen eher überschaubar.

Tools zur Unterstützung der Problemlösungsaktivitäten werden in vielen Fällen zusammen mit Kommunikationswerkzeugen in spezifischen Plattformen gebündelt. Gerade im Coachingbereich gibt es hierzu mehrere Angebote, welche auf im Beratungskontext eingesetzt werden können. Darüber hinaus gibt es auch Werkzeuge und Plattformen, wie z.B.

Apps als Konsumtagebuch, welche unabhängig von Kommunikationstools genutzt werden können.

Tools und Plattformen für das Management von Beratungen könnten allenfalls interessant sein, wenn es darum geht, von einer Online-Beratung in eine Face-to-Face-Beratung zu wechseln und dabei z.B. das Buchen eines Termins digital zu unterstützen. Dieser Strang wurde im vorliegenden Projekt jedoch nachrangig bearbeitet.

3.2.1 Fokussierte Suche nach Tools und Plattformen für die Erprobung

Beim vorliegenden Projekt stand nicht nur die Entwicklung von Blended-Counseling-Szenarien im Vordergrund, sondern auch deren Erprobung. Um dafür passende Tools und Plattformen zu ermitteln, standen in einem zweiten Schritt spezifische Kommunikationsmedien im Vordergrund:

- **E-Mail:** E-Mail ist (immer noch) eines der am häufigsten genutzten digitalen Medien und wäre daher geeignet, um mit Klientinnen und Klienten in Kontakt zu treten. E-Mails werden jedoch unverschlüsselt über das Internet versendet, so dass sie nicht der Vertraulichkeit entsprechen, die ein Beratungssetting erfordert. Verschlüsselungssoftware ist oft herausfordernd bei der Installation und Nutzung. Sogenannte Accountsysteme (Weinhardt 2009) erfordern einen relativ hohen Initialaufwand auf Seiten der Beratungsorganisation. Als Lösungsansatz stand im vorliegenden Projekt daher die Nutzung von spezifischen Diensten im Vordergrund, welche E-Mails automatisch verschlüsseln. Voraussetzung dafür ist, dass sowohl Beraterinnen und Berater als auch Klientinnen und Klienten den gleichen Service nutzen.
- **Messenger:** Messenger haben in den letzten Jahren eine hohe Verbreitung erlangt und werden zunehmend zur zentralen Anwendung des (mobilen) Internets. Um Klientinnen und Klienten lebensweltnah zu erreichen, können sich Organisationen Gedanken machen, wie sie Messenger für die Beratung einsetzen können. Weit verbreitete Anwendungen wie WhatsApp bieten jedoch nicht den Datenschutz, der im Beratungskontext vorgesehen ist. Verschiedene Anbieter haben daher «sichere» Alternativen entwickelt, zum Teil auch explizit für den Beratungsbereich.
- **Videochat:** Engelhardt & Gerner (2017) konstatieren in der Internetnutzung einen Trend hin zu mobilen Nutzungsvarianten und hin zur verstärkten Nutzung von Audio und Video. Damit geraten Videochats (oder synchrone Videokommunikation bei Geißler 2014) in den Blick. Durch die Übertragung von Bild und Ton stellt der Videochat ein relativ reichhaltiges Medium dar, welches eine Zwischenstellung zwischen reduzierter, textbasierter Kommunikation und Kommunikation von Angesicht zu Angesicht einnimmt.

3.2.2 Eingesetzte Plattformen und Tools

Um die Erprobung zu vereinfachen, wurden im vorliegenden Projekt beim Einsatz von Tools und Plattformen der Fokus auf die Kommunikation zwischen Beraterinnen und Beratern sowie Klientinnen und Klienten gelegt. Auf den Einsatz von Tools und Plattformen zur Unterstützung der Problemlösungsaktivitäten wurde mit einer Ausnahme verzichtet.

Bei der Auswahl der Tools und Plattformen wurde so vorgegangen, dass die Beraterinnen und Berater der Partnerorganisationen einerseits «sichere» Tools genutzt haben, welche in den Organisationen bereits vorhanden waren. Zum anderen wurden gezielt einzelne Werkzeuge recherchiert, welche hohen Sicherheitsstandards gerecht werden, aber auch flexibel und rasch zum Einsatz kommen konnten. Dieses Vorgehen erlaubte es, mit überschaubaren Investitionen in die Ausstattung Blended-Counseling-Szenarien zu erproben.

Bei dieser Auswahl zeichnete sich lange Signal¹⁰ als geeigneter Messenger ab, da Signal benutzerfreundlich ist und gemäss Selbstdeklaration die im Projekt als wesentlich herausgearbeiteten technischen Sicherheitsansprüche erfüllt. Im Zusammenhang mit den Datenschutzabklärungen im Projekt (vgl. Kapitel 4) wurde schliesslich dessen Einsatz verzichtet. Signal nutzt eine weltweit verteilte Serverinfrastruktur und unterliegt damit einerseits nicht Schweizer Recht, wodurch eine Kontrollmöglichkeit fehlt. Andererseits ist davon auszugehen, dass Server auch in Ländern stehen, welche, so der Eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte (EDÖB 2017: 17), nur unter bestimmten Voraussetzungen für natürliche Personen ein angemessenes Datenschutzniveau gewährleistet.

Folgende Tools und Plattformen kamen bei den beiden Praxispartnern zum Einsatz:

- **ProtonMail**¹¹ (vgl. Factsheet in Anhang D) ist ein Dienst aus der Schweiz, welcher E-Mails automatisch verschlüsselt, sofern sowohl Absenderin oder Absender sowie Empfängerin oder Empfänger ebenfalls diesen Dienst nutzt (oder anderweitig eine kompatible Verschlüsselungstechnologie zum Einsatz kommt).
- **HIN**¹² (nähere Angaben vgl. Kapitel 4.4.3) ist eine Plattform, welche für die sichere Übertragung von Gesundheitsdaten entwickelt wurde. Die Plattform umfasst dabei auch die Möglichkeit, nach einmaliger Einrichtung bei jeder Klientin oder jedem Klienten, den E-Mail-Verkehr mit diesen zu verschlüsseln. HIN war in einer der beiden Praxisorganisationen bereits im Einsatz.
- **Threema**¹³ (vgl. Factsheet in Anhang D) ist ein Messenger aus der Schweiz, welcher den Fokus auf die Verschlüsselung der Datenübertragung legt. Threema unterstützt zwar Audioanrufe, jedoch keinen Videochat. Um die Erprobung nicht zu überfrachten, wurde auf den Einsatz eines weiteren Tools beziehungsweise einer weiteren Plattform und daher auf den Einsatz von Videochat verzichtet.
- **Userlike**¹⁴ (nähere Angaben vgl. Kapitel 4.4.3) ist eine Chat-Applikation, welche auf einer Webseite installiert werden kann, um mit Besucherinnen und Besuchern der Webseite ins Gespräch zu kommen. In beiden Partnerorganisationen stand diese Applikation zur Verfügung. Im Erprobungszeitraum wurde jedoch kein Beratungskontakt dokumentiert, der zu einem Blended Counseling bei derselben Beratungsperson führte.
- **Arud Konsumtagebuch**¹⁵ ist eine App, um Konsumgewohnheiten festzuhalten. In einem Fall wurde versucht, diese App zur Unterstützung des Beratungs- beziehungsweise Problemlösungsprozesses einzusetzen.

Nebst diesen Tools und Plattformen wurde im Rahmen der Erprobung der Blended-Counseling-Szenarien auch das **Telefon** für die Beratung genutzt.

3.2.3 Zwischenfazit

Im vorliegenden Projekt wurden mehrere technisch voneinander unabhängige Tools und Plattformen eingesetzt. Dies hatte den Vorteil, mit überschaubarem Aufwand, passgenaue Tools und Plattformen für die Erprobung einzusetzen.

¹⁰ <https://signal.org/>

¹¹ <https://protonmail.com/de/>

¹² <https://www.hin.ch/>

¹³ <https://threema.ch/de>

¹⁴ <https://www.userlike.com/de/>

¹⁵ <https://arud.ch/uber-uns/news-und-info/konsumtagebuch-app>

Ein Nachteil solcher Einzellösungen kann sein, dass es beim einem Medienwechsel im Beratungsverlauf zu einem Bruch kommen kann, da nicht nur das Medium gewechselt wird, sondern auch eine andere technische Lösung zum Einsatz kommt.

Integrierte Lösungen, welche mehrere Werkzeuge in einer Plattform vereinen, und idealerweise für den Beratungskontext entwickelt wurden, können solche Brüche potentiell verringern. Ein Nachteil solcher integrierten Angebote könnte auf der anderen Seite allenfalls sein, dass die einzelnen Werkzeuge nicht gänzlich den Bedürfnissen der Organisation entsprechen. Auf jeden Fall ziehen sie entsprechende Vorarbeiten und Investitionen nach sich.

Tools und Plattformen, welche nicht spezifisch für Beratungszwecke entwickelt wurden, sind nicht in jedem Fall geeignet, um in Organisationen zum Einsatz zu kommen. Entsprechend wurde im Projekt ein hoher Aufwand betrieben, um den Datenschutz sicherzustellen beziehungsweise diesen nachzuweisen. Die Vorgehensweise und Ergebnisse dieser Abklärungen werden im folgenden Kapitel beschrieben.

4 Datenschutz als Grundlage für ein professionelles Blended Counseling

Patricia Flammer, Joachim Wenzel

Dieses Kapitel legt eingangs das gewählte Vorgehen dar, wie die im Projekt auftauchenden Datenschutzfragen geklärt wurden. Nach einer Unterscheidung von Datenschutz und Datensicherheit wird sodann aufgezeigt, welche rechtlichen Grundlagen und sicherheitsrelevanten Aspekte für Blended Counseling bzw. bei der Auswahl von digitalen Plattformen und Tools zu beachten sind. Für die eingesetzten Plattformen und Tools werden relevante Datenschutzzangaben geliefert und abschliessend die gewonnenen Erkenntnisse resümiert.

4.1 Vorgehen im Projekt

Um datenschutzrelevante Fragen im Projekt zu identifizieren und zu klären, wurde einerseits Dr. Joachim Wenzel als ausgewiesener Datenschutzexperte im Beratungsbereich ins erweiterte Projektteam eingebunden, andererseits die juristische Fachexpertise zum Schweizer Datenschutz von Prof. Peter Mösch beigezogen. Ergänzend wurden im Projektverlauf die zuständigen kantonalen und städtischen Datenschutzstellen konsultiert. Durch die Datenschutzbeauftragte des Kantons Solothurn erfolgte eine Vorabprüfung des geplanten Tooleinsatzes, gestützt auf die erstellten Datenschutznachweise (im Fokus die projektspezifischen Tools ProtonMail und Threema) sowie der Einverständniserklärung (inkl. Information) für die Klientinnen und Klienten, an der Toolerprobung im Projekt teilzunehmen. Darüber hinaus wurden forschungsrelevante Datenschutzfragen geklärt. Dies betraf insbesondere den datenschutzkonformen Austausch zwischen Praxispartnern und Hochschule bezüglich der zu evaluierenden Falldokumentationen (diese wurden in anonymisierter Form erstellt und übermittelt).

4.2 Verhältnis von Datenschutz zu Datensicherheit

Der Schutz der Vertraulichkeit in der Beratung ist im Feld der Sozialen Arbeit grundlegend für professionelles Handeln. Vertraulichkeit hat sich in den verschiedensten Beratungsfeldern als fachlicher Standard etabliert. Schliesslich zeigt sich in der Praxis, dass sich Menschen in einem geschützten Rahmen auch in Bezug auf schwierige Fragen und sogar für intime Themen öffnen können. Dabei haben Menschen in einer vertraulichen professionellen Beratungssituation die Möglichkeit, Ängste oder Scham zu überwinden, um neue Perspektiven entwickeln zu können, was ohne den vertraulichen Rahmen nicht denkbar wäre. Bei Vertraulichkeit handelt es sich um eine fachliche und ethische Fragestellung, die dementsprechend auch in den Ethikrichtlinien von Berufs- und Beratungsfachverbänden verankert ist. Rechtlich wird die Vertraulichkeit der Beratung durch die Datenschutzgesetzgebung und die Berufsgeheimnisse abgesichert. Beim Datenschutz geht es nicht um den Schutz jeglicher Daten, sondern um Personendaten, im Kern also um den Schutz der Privatsphäre von Menschen. Datensicherheit befasst sich mit der Frage, wie die Daten in der Praxis geschützt werden können, ob es sich nun um datenschutzrelevante Daten handelt oder nicht. So steht also die Datensicherheit im Dienste des Datenschutzes und von Berufsgeheimnispflichten, die selbst wiederum die Vertraulichkeit von Beratung rechtlich absichern.

4.3 Anforderungen an digitale Medien in der Beratung

Im Umgang mit vertraulichen Daten im Beratungskontext sind verschiedene rechtliche Grundlagen und damit einhergehende Rechte und Pflichten bedeutsam. Aus Sicht des Datenschutzes und der Datensicherheit sind zudem technische Anforderungen an digitale Plattformen und Tools zu berücksichtigen, damit die Vertraulichkeit der Beratung gewährleistet werden kann.

Rechtliche Grundlagen

Behörden, Organisationen und Unternehmen sind in der Verantwortung, sicherzustellen, dass Personendaten auch tatsächlich (rechtlich, aber auch technisch/organisatorisch) geschützt werden.

In der Schweiz ist der Datenschutz in der Verfassung verankert und wird durch verschiedene rechtliche Vorschriften (Bundesebene und Kantone) geschützt. Bei allfälliger Bearbeitung von Daten von Personen mit Aufenthalt in der EU, etwa auch zur Beobachtung von deren Verhalten (Tracking), ist überdies die Datenschutzgrundverordnung der Europäischen Union (in Kraft seit dem 25.5.2018) zu beachten.

In der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (Stand am 1. Januar 2018) wird in Art. 13 der Schutz der Privatsphäre konkretisiert:

1 Jede Person hat Anspruch auf Achtung ihres Privat- und Familienlebens, ihrer Wohnung sowie ihres Brief-, Post- und Fernmeldeverkehrs.

2 Jede Person hat Anspruch auf Schutz vor Missbrauch ihrer persönlichen Daten.

Im Hinblick auf den Umgang mit vertraulichen Daten sind zudem insbesondere die folgenden Gesetze relevant:

- Zivilgesetzbuch (Melderechte und -pflichten, insbesondere an die Kindes- und Erwachsenenschutzbehörden)
- Strafgesetzbuch (Verletzung des Amtsgeheimnisses und des Berufsgeheimnisses)
- Strafprozessordnung (Anzeigerecht und Anzeigepflicht)
- Bundesgesetz über den Datenschutz
- Kantonales Datenschutzrecht
- Berufsgeheimnispflichten je Beruf

Definition Personendaten: Was unter Personendaten zu verstehen ist, klärt das Bundesgesetz über den Datenschutz (vgl. unten). Dabei müssen nicht Name und Adresse ausdrücklich genannt sein, damit es sich um Personendaten handelt, sondern es geht um alle Daten, die sich auf eine bestimmte oder bestimmbare Person beziehen (also beispielsweise auch pseudonymisierte Daten). Das Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) vom 19. Juni 1992 (Stand am 1. Januar 2014, aktuelle Fassung) versteht unter Personendaten (Daten): «alle Angaben, die sich auf eine bestimmte oder bestimmbare Person beziehen» (vgl. Art. 3 Begriffe).

Ob im Umgang mit personenbezogenen Daten das kantonale oder das eidgenössische Datenschutzrecht sowie mitunter auch kommunale Weisungen bedeutsam werden, hängt davon ab, ob eine Beratungsstelle eine öffentliche Aufgabe im Auftrag des Kantons und/oder von Gemeinden wahrnimmt oder ob es sich um zivilrechtliche Vertragsbeziehungen, bzw. eine Bundesverwaltungsaufgabe handelt (vgl. Hörmann et al. 2018: 25).

Zentrale technisch-organisatorische Anforderungen

Bei der organisationalen Implementierung von Blended Counseling ist zentral, dass relevante Datenschutzaspekte (vgl. Abb. 4) geklärt und berücksichtigt werden, damit die Vertraulichkeit in vergleichbarem Rahmen gewährleistet ist, wie bei der Face-to-Face-Beratung. Dies erfordert im Umgang mit eingesetzten Medien und dabei anfallenden Daten eine klare

Regelung, welche aktuellen Datenschutzbestimmungen entspricht. Für den Einsatz der verwendeten Plattformen und Tools sind entsprechende Datenschutznachweise zu erbringen (vgl. ebd.).

Zwecks Transparenz ist in Nutzungsbestimmungen oder anderer geeigneter Form darzulegen, wer die Vertragspartner im Beratungsangebot sind, wie die vertragliche Konstellation aussieht (z. B. bei Vertragsdreieck mit externem Anbieter) und wie die Verantwortlichen mit personenbezogenen Daten gestützt auf jeweiliges Recht umgehen (betrifft z. B. Speicherorte, Löschrufen, Aufbewahrungspflicht). Die Zustimmung der Nutzenden ist einzuholen. Klientinnen und Klienten sind zudem im Sinne der Nutzereinbindung auf potentielle Sicherheitsrisiken im Umgang mit digitalen Medien und auf schützende Verhaltensmassnahmen hinzuweisen. Dies kann z. B. mittels Angabe des informativen Links zur Melde- und Analysestelle Informationssicherung MELANI erfolgen, welche grundlegende Verhaltensregeln (vgl. Anhang B Checkliste Datenschutz) beschreibt, die für ein Mindestmass an Schutz zu gewährleisten sind (vgl. ebd.).

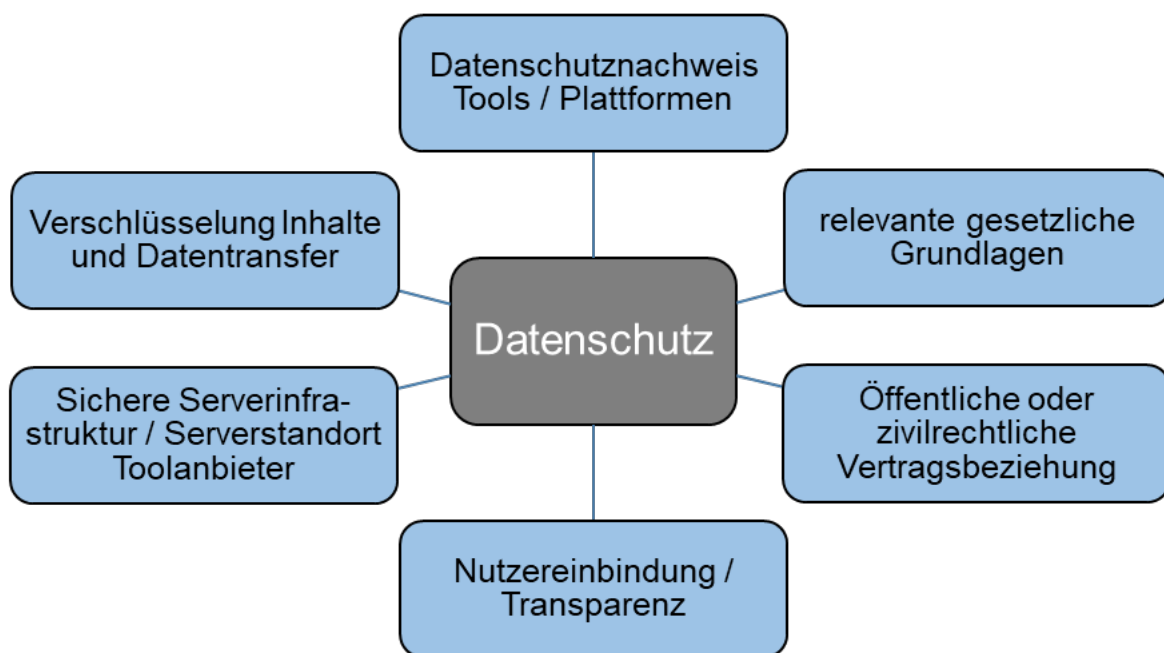


Abbildung 5: Relevante Datenschutzaspekte – ein Framework für Blended Counseling

Im Hinblick auf technische Anforderungen sind beim Einsatz digitaler Medien in der Beratung folgende Aspekte für eine vertrauliche Beratung sicherheitsrelevant (vgl. Hörmann et al. 2018):

- Verschlüsselter Datentransfer: Es ist eine sichere Ende-zu-Ende-Verschlüsselung notwendig, die nicht umgangen werden kann, auch nicht vom externen Anbieter.
- Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte: Beratungsinhalte müssen verschlüsselt gespeichert werden und der Zugriff darf nur passwortgeschützt und nur den berechtigten Personen möglich sein.
- Offener Quellcode der Software: Wünschenswert ist ein offen verfügbarer Quellcode der Software, denn dies erlaubt dessen externe Überprüfung.
- Sichere Serverinfrastruktur: Effektiver Schutz von gespeicherten Daten erfordert eine sichere Serverinfrastruktur. Liegt der Serverstandort in der Schweiz, bedeutet dies die ausschliessliche Anwendung Schweizer Rechts. Dies bietet eine Kontrollmöglichkeit und ist haftungsrechtlich bedeutsam.

4.4 Datenschutznachweise für die ausgewählten Tools

4.4.1 Datenschutznachweis ProtonMail

Beschreibung des Tools basierend auf den Angaben des Anbieters:

- Über das Tool ProtonMail werden automatisch verschlüsselte E-Mails versendet, sofern sowohl Absender/in als auch Empfänger/in ProtonMail nutzen.
- Das Tool ist webbasiert und als App für Android und iOS verfügbar
- Freemium (kostenlose Basisfunktionen, kostenpflichtige Zusatzfunktionen)
- Das Tool stammt aus der Schweiz.

Quelle: <https://protonmail.com>

Datenschutzrelevante Aspekte basierend auf den Angaben des Anbieters:

- Der Server-Standort befindet sich in der Schweiz
- ProtonMail erfüllt die Vorgaben des Schweizer Datenschutzrechts
- ProtonMail verfügt über eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, d.h. ProtonMail kann nicht auf Inhalte der Nachrichten zugreifen oder diese weitergeben.
- Anonymität: Es werden keine persönlichen Informationen der Nutzenden benötigt, um einen Account zu erstellen.
- Der Quellcode ist offen verfügbar und kann überprüft werden.

Bilanzierende Einschätzung zu Datenschutz und Datensicherheit von ProtonMail

Die nachfolgende Tabelle zeigt grundlegende sicherheitstechnische Aspekte mit den vorgelegten Angaben zum Tool ProtonMail:

Sicherheitsaspekt	ProtonMail
Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte	+
Ende-zu-Ende-Verschlüsselung	+
Offener Quellcode der Software überprüfbar	+
Server-Standort in der Schweiz	+
Anonymer Account möglich	+

Abbildung 6: Beurteilung Sicherheitsaspekte Tool ProtonMail

Der E-Mail-Dienst realisiert grundlegende Sicherheitsaspekte. Das betrifft die Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte, die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung beim Datentransfer und den offenen Quellcode der Software, was eine externe Überprüfung möglich macht. ProtonMail hat den Server-Standort in der Schweiz, was die ausschliessliche Anwendung Schweizer Rechts bedeutet und ermöglicht darüber hinaus auch noch eine anonyme Nutzung.

4.4.2 Datenschutznachweis Threema

Beschreibung des Tools basierend auf den Angaben des Anbieters:

- Mit diesem Messenger sind Text- und Sprachnachrichten sowie Sprachanrufe möglich.
- Apps für Android, iOS und Windows Phone. Webnutzung möglich.
- Kostenpflichtig, rund CHF 3.-

Quelle: <https://threema.ch/de>

Datenschutzrelevante Aspekte basierend auf den Angaben des Anbieters:

- Der Serverstandort von Threema befindet sich in der Schweiz.
- Threema erfüllt die Vorgaben des Schweizer Datenschutzrechts und ist konform zur EU-Datenschutzgrundverordnung (DGSVO).
- Ende-zu-Ende-Verschlüsselung
- Datensparsamkeit:
Bei der Benützung von Threema sollen so wenige Daten wie möglich auf den Servern anfallen – das gehört zum Grundkonzept. Daten wie z.B. Kontaktlisten oder Gruppen-Chats werden daher auf den Geräten der Nutzerinnen und Nutzer verwaltet und nicht auf den Threema-Servern. Die Threema-Server haben die Funktion einer Relaisstation; Nachrichten und Daten werden weitergeleitet, aber nicht dauerhaft gespeichert – denn wo keine Daten sind, können sie auch nicht missbraucht werden. Ganz ohne die (temporäre) Speicherung von Daten geht es aber nicht, denn sonst könnte keine asynchrone Kommunikation stattfinden. Nachfolgend wird erläutert, welche Daten wie, warum und wie lange auf den Servern gespeichert werden (Quelle: <https://threema.ch/de/faq/data>):
 - Sobald eine Nachricht erfolgreich an den Empfänger oder die Empfängerin übermittelt worden ist, wird sie sofort vom Server gelöscht. Alle Nachrichten und Medien werden bei Threema Ende-zu-Ende-verschlüsselt übermittelt. Das heisst: selbst wenn jemand die Nachricht abhören könnte, wäre sie völlig unbrauchbar, denn nur der vorgesehene Empfänger bzw. die vorgesehene Empfängerin kann die Nachricht entschlüsseln und lesen.
 - Kontaktlisten werden bei der Kontakt-Synchronisation nicht gespeichert: die E-Mail-Adressen und Telefonnummern aus dem Adressbuch der Nutzerinnen und Nutzer werden zum Abgleich anonymisiert an unsere Server übermittelt (gehasht). Nach dem Abgleich werden sie umgehend wieder von den Servern gelöscht.
 - Die Generierung des Schlüsselpaars erfolgt dezentral auf den einzelnen Geräten. Die privaten Schlüssel bleiben uns als Betreiber deshalb unbekannt, und somit können wir keine Nachrichteninhalte entschlüsseln.
 - Threema führt kein Log darüber, wer mit wem kommuniziert (also welche Threema-ID mit welcher ID kommuniziert).
- Anonymität: Es ist keine Angabe von privaten Informationen notwendig. Es erfolgt keine Verknüpfung mit der Telefonnummer.
- Verifizierung von Kontakten mittels QR Code
- Genutzte Verschlüsselungsbibliotheken sind Open Source (Quelle: https://threema.ch/es/faq/source_code)

Bilanzierende Einschätzung zu Datenschutz und Datensicherheit von Threema

Die nachfolgende Tabelle zeigt grundlegende sicherheitstechnische Aspekte mit den vorgelegten Angaben zum Tool Threema:

Sicherheitsaspekt	Threema
Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte	+
Ende-zu-Ende-Verschlüsselung	+
Offener Quellcode der Software überprüfbar	+
Server-Standort in der Schweiz	+
Anonymer Account möglich	+

Abbildung 7: Beurteilung Sicherheitsaspekte Tool Threema

Der Messenger realisiert grundlegende Sicherheitsaspekte. Das betrifft die Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte, die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung beim Datentransfer und den offenen Quellcode der Software, was eine externe Überprüfung möglich macht. Threema hat den Server-Standort in der Schweiz, was die ausschliessliche Anwendung Schweizer Rechts bedeutet und ermöglicht darüber hinaus auch eine anonyme Nutzung.

4.4.3 Datenschutzbezogene Informationen zu weiteren verwendeten Tools

Seitens der Praxispartner waren projektunabhängig bereits eine Plattform sowie ein weiteres Tool im Kontakt mit Klientinnen und Klienten vorgesehen: HIN-Mail sollte bei der Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme eingesetzt werden und die Live-Chat-Lösung Userlike war bei beiden beteiligten Beratungsstellen vorgesehen. Datenschutzbezogene Abklärungen zur Verwendung der Plattform und des Tools in der Suchtberatung waren im Vorfeld der Erprobung bereits über die Praxispartner erfolgt, was deren Einbezug in die Erprobungsphase ermöglichte.

HIN-Mail

Das webbasierte Tool HIN-Mail ist Teil der Plattform HIN, welche für die sichere Datenübertragung im Gesundheitsbereich konzipiert wurde. Es handelt sich um ein Informationssicherheitsmanagementsystem der Health Infonet AG in Wallisellen. Dieses erlaubt die automatische Ende-zu-Ende-Verschlüsselung des E-Mailverkehrs, wenn sowohl absendende wie empfangende Person ein HIN-Mail-Account nutzen. Dabei werden Inhalt, Titel und Anhänge datenschutzkonform übermittelt. Die Firma HIN hat den Serverstandort der Plattform HIN in der Schweiz und der Betrieb unterliegt daher dem Schweizer Datenschutzrecht (vgl. Health Info Net AG (HIN) o.J. a).

Die HIN-Sicherheitsplattform ist nach ISO 27001:2013 zertifiziert¹⁶. Die Technologie basiert auf einem Client/Server-System mit PKI-Funktion (Public Key Infrastructure). Der HIN Client ist auf der Arbeitsstation des Teilnehmers installiert. Die Serverkomponenten befinden sich in einem abgesicherten Rechenzentrum in der Schweiz, welches bezüglich Datensicherheit allerhöchste Ansprüche erfüllt. Die öffentlichen Schlüssel des PKI-Systems werden auf der HIN Serverplattform verwaltet. Den persönlichen, privaten Schlüssel kennt dagegen nur der Teilnehmer oder die Teilnehmerin (vgl. ebd.).

¹⁶ Sie generiert private und öffentliche Schlüssel (RSA-Algorithmus), verwaltet öffentliche Schlüssel und zugehörige Zertifikate (X.509), stellt TLS-Tunneling mit 256 Bit zur Verfügung, verschlüsselt die E-Mails auf dem Transportweg sicher und datenschutzkonform, authentifiziert austauschende Partner online basierend auf einer Zwei-Faktor-Authentifikation, unterstützt Single Sign-on Lösungen (SSO) (vgl. Health Info Net AG, o.J. b).

Live-Chat Userlike

Userlike ist eine Live-Chat-Software für Websites. Der deutsche Anbieter Userlike UG in Köln stellt einen Live-Chat zur Verfügung, welcher in die Website der Beratungsstelle integriert wird (als Pop-up Fenster). Der Chat kann mit mobilen Geräten und auf dem Desktop genutzt werden. Userlike untersteht dem Bundesdatenschutzgesetz, hat sein Hosting in Deutschland und arbeitet mit SSL-Verschlüsselung (Quelle: userlike.com, Angebot an Berner Gesundheit vom 20.11.2017).

Durch die Zusammenarbeit der Suchtberatung mit diesem externen Anbieter mit Serverstandort in Deutschland werden anlässlich der Chatprotokolle auch besonders schützenswerte Personendaten ins Ausland bekannt gegeben. Im Falle von Deutschland ist dies zulässig, da das Land einen angemessenen Schutz für natürliche Personen gewährleistet. Dies ergibt sich aus einer vom Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten publizierten Länderliste (Stand 12.1.2017) mit dem Titel „Stand des Datenschutzes weltweit“, die ausdrücklich auf Art. 6 Abs. 1 des Schweizerischen Datenschutzgesetzes (DSG) Bezug nimmt.

Bei den beteiligten Praxispartnern gibt die Nutzerin oder der Nutzer mittels Anklicken der Nutzungsbedingungen vor dem Start des Live-Chats das Einverständnis zur vorgesehenen Bearbeitung der anfallenden Personendaten. Damit wird der Informationspflicht und der Pflicht, eine explizite Zustimmung hierfür einzuholen, nachgekommen. Durch einen konkret abgeschlossenen Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung gemäss Paragraph 11 Bundesdatenschutzgesetz vergewissert sich der Auftraggeber, dass Userlike als Auftragnehmer die Datensicherheit gewährleistet (Art. 10a Abs. 2 DSG).

4.5 Grundlegende Aspekte für die Nutzung digitaler Medien in der Beratung

Bei der Nutzung digitaler Medien bedarf es eines umfassenden Gesamtkonzeptes, das alle Prozesse mit Personendaten, beteiligten Personen und technischen Komponenten einer Organisation sowie beteiligte externe Dienstleister einbezieht. Alle relevanten Bereiche für Datenschutz und Datensicherheit müssen dabei in das Konzept integriert werden, soll ein angemessenes Datenschutzniveau gewährleistet werden. Verantwortlich für Datenschutz und Sicherheit ist die Leitung einer Organisation, die mit Personendaten operiert. Dabei ist es nicht möglich die Sicherheit einfach von aussen «einzukaufen» in Form von Tools oder externen Plattformen. Vielmehr müssen sowohl interne Techniklösungen als auch Kommunikationsplattformen ausserhalb der Organisation rechtlich und organisatorisch in ein Gesamtkonzept integriert und umgesetzt werden. Datenschutz darf in diesem Sinne nicht als etwas Statisches verstanden werden, das eingekauft werden kann und dann dauerhaft vorhanden ist. Sicherheit in einer Organisation ist vielmehr als ein kontinuierlicher Prozess zu verstehen, der sich den aktuellen Gegebenheiten beständig anpassen muss. Dabei gilt es bei digitalen Medien alle Prozesse in den Blick zu nehmen, die mit Personendaten einhergehen, und dementsprechend die gesetzlichen Vorgaben umzusetzen (vgl. Checkliste im Anhang B). Gerade bei der Beteiligung mehrerer rechtlich eigenständiger Organisationen, ist zu klären, wer für welche Prozesse im Umgang mit Personendaten verantwortlich ist. Im Sinne des Transparenzgrundsatzes ist dies den Nutzern und Nutzerinnen des Beratungsangebotes nachvollziehbar darzustellen und sie sind auf ihre Rechte hinzuweisen.

Im Überblick dargestellt ist auf Ebene Organisation an folgendes zu denken:

- Gesamtkonzept erstellen
- Leitungsebene der Organisation ist eingebunden
- Konkretes Sicherheitskonzept: Prozesse mit Personendaten definieren
- Datenschutz-/Sicherheitsbeauftragte bestellen und qualifizieren
- Interne Sicherheitsregeln werden definiert und umgesetzt

- Schulung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen
- Beteiligte PCs, Server, Software und Netzwerke effektiv sichern
- Klärung der Zuständigkeiten bei mehreren beteiligten Organisationen
- Aufklärung der Nutzerinnen und Nutzer inkl. Erklärung zu Datenschutz und Datensicherheit

4.6 Datenschutzbezogene Schlussfolgerungen und Ausblick

Blended Counseling bietet etliche Potenziale für die Weiterentwicklung der Suchtberatung. Zugleich sollten die Herausforderungen, die mit dem Anspruch an sichere Tools und Plattformen verbunden sind, von Anfang an mitgedacht werden (vgl. Checkliste Datenschutz im Anhang B). Adressatinnen und Adressaten stehen sicheren Tools und Plattformen teilweise ambivalent gegenüber, da diese noch wenig vertraut und deshalb zunächst mit Aufwand verbunden sind. Hier ist es Aufgabe der Beratenden, für die Wichtigkeit der Vertraulichkeit als unabdingbarem Beratungsstandard zu werben. Das festgestellte Spannungsfeld zwischen der notwendigen Nutzerfreundlichkeit einerseits und der Gewährleistung beraterischer Vertraulichkeit andererseits lässt sich nur nach und nach lösen, auch unterstützt von künftigen technischen Entwicklungen. Neben geeigneten technischen Lösungen trägt zum Gelingen auch bei, dass die Beratungsfachkräfte für damit einhergehende Datenschutzfragen sensibilisiert sind und geschult werden (vgl. Hörmann et al. 2018).

Die Herausforderungen bei der Nutzung digitaler Medien im Bereich der Beratung ist von einzelnen Organisationen kaum zu bewältigen. Selbst für Politik und Verbände sind die Fragen zur Digitalisierung alles andere als trivial. Während Bundesstaat, Kantone und grosse Unternehmen finanzielle Ressourcen zur Verfügung haben, um zentrale Aspekte der Digitalisierung aktiv gestalten zu können, sind kleinere Beratungsorganisationen kaum in der Lage den dargestellten fachlichen, ethischen und rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden. Das gilt zum einen für eine aktuelle technische Ausstattung digitaler Medien in der Beratung allgemein und zum anderen für die Gestaltung von datenschutz- und sicherheitsrelevanten Prozessen im Besonderen. Beratung mittels digitaler Medien wird auch heute noch nicht regelfinanziert, obwohl die mediale Kommunikation bereits im Alltag der Menschen etabliert ist. Dabei könnte ein Zusammenwirken der Fach- und Wohlfahrtsverbände mit Verwaltung, Politik und IT-Wirtschaft die Digitalisierung der Beratung zukunftsweisend zum Wohle der Klientel gestalten. Als einzelne Organisation eine dauerhaft tragbare Lösung zu entwickeln überfordert die Ressourcen von Beratungseinrichtungen. Die Entwicklung und kontinuierliche Aktualisierung von Datenschutz- und Sicherheitskonzepten, Kommunikationstools und Plattformen, die mit Schweizer Recht vereinbar sind und wissenschaftlich begleitet werden, könnten einen Ansatz darstellen den aktuellen Herausforderungen gerecht zu werden.

5 Blended Counseling-Szenarien für die Suchtberatung

In diesem Kapitel wird zunächst der Entwicklungsprozess der Szenarien näher beschrieben. Anschliessend werden Ergebnisse aus Interviews mit Klientinnen und Klienten präsentiert, die im Entwicklungsprozess mitberücksichtigt wurden. Des Weiteren wird der Aufbau und die Funktion eines Szenarios erläutert und abschliessend sind die entwickelten Szenarien in einer Übersicht dargestellt.

5.1 Entwicklungsprozess der Szenarien

Dania Aeberhardt, Martina Hörmann

In einem partizipativen Entwicklungsprozess mit Praxispartnern aus dem Feld der Suchtberatung wurden insgesamt zwölf Blended Counseling-Szenarien (vgl. Kapitel 5.4. sowie Anhang C) entwickelt und bis zum Start der Erprobung im Mai 2018 stetig weiter ausgearbeitet und differenziert. Mit einer Gruppe von Fachkräften der Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme (ZFA) und der Berner Gesundheit (BEGES) fanden zwischen September 2017 und Februar 2018 insgesamt drei Entwicklungsworkshops statt. Zudem wurden die Workshops und Sitzungen der Leitungsrunde ebenfalls für die Konkretisierung von Szenarien genutzt.

Im ersten Entwicklungsworkshop mit den Fachkräften wurde zunächst der Blick auf die Klientinnen und Klienten¹⁷ gerichtet. Im Rahmen einer IST-Analyse sowie einer ersten Potenzialanalyse wurden die nachfolgenden Fragen bearbeitet:

Fragen für die IST-Analyse
Auf welchen Kanälen kommunizieren aktuelle Klientinnen und Klienten?
Auf welchen nicht bzw. weniger?
Welche Kommunikationskanäle werden derzeit von Institutionsseite für Beratung angeboten?
Welche Kommunikationskanäle werden derzeit in der Beratung tatsächlich genutzt?
Welche Kommunikationskanäle werden nicht genutzt? Aus welchen Gründen?
Für den Fall, dass bereits verschiedene Kommunikationskanäle in der Beratung verwendet werden: von wem wird die Nutzung eines anderen Kommunikationskanals initiiert? Aus welchen Gründen?

Abbildung 8: Ist-Analyse für die Szenarientwicklung

¹⁷ Im Kontext dieses Berichts werden unter Klientinnen und Klienten alle Nutzerinnen und Nutzer von Angeboten der Suchtberatung verstanden, d.h. sowohl Personen mit einer Suchtproblematik als auch deren Angehörige.

Fragen für die Potenzial-Analyse (aktuelle und potenzielle Klienten und Klientinnen)	
allgemein	Welche Klientinnen und Klienten könnten von Blended Counseling profitieren?
	In welcher Form könnte dies erfolgen?
Zugang zur Beratung	Welche Personen mit Beratungsbedarf könnten mit einem erweiterten Spektrum von Kommunikationskanälen erreicht bzw. besser erreicht werden?
Beratungsprozess	Bei welchen Klientinnen und Klienten könnte die Beratung durch den Einbezug weiterer Kommunikationskanäle intensiviert werden? Aus welchen Gründen wäre dies ggf. sinnvoll?
	Welche weiteren Aspekte im Beratungsprozess könnten sich durch Blended Counseling ggf. verbessern?
Nachhaltigkeit	Bei welchen Klienten und Klientinnen könnte durch Blended Counseling ggf. die Nachsorge verbessert werden?

Abbildung 9: Potenzialanalyse für die Szenarientwicklung

Im Anschluss an diese Analyse wurden erste Arbeitstitel für mögliche Szenarien gesammelt.

Sammlung möglicher Arbeitstitel für Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung
Ambivalente Personen ins Boot holen
Kontaktverlust droht
Beratung von Angehörigen, die im Arbeitsprozess stehen
Nutzung von Blended Counseling für die Nachsorge
Klientinnen und Klienten mit eingeschränktem Bewegungsradius beraten
Jugendliche mit gefährdeter Ausbildungssituation mit Fokus auf der Stabilisierung des Kontaktes
Gassennahe Klientinnen und Klienten mit Fokus auf Förderung der Fähigkeit zur Verbindlichkeit
Beratung von berufstätigen Klientinnen und Klienten

Abbildung 10: Sammlung möglicher Arbeitstitel für Blended Counseling-Szenarien

Im Workshop wurden zunächst zwei der angedachten Szenarien weiter ausgearbeitet und intensiv diskutiert. Nach dem Workshop bezogen die beteiligten Fachkräfte ihre jeweiligen Teams auf ihrer Arbeitsstelle mit ein und fungierten somit als Multiplikatoren in der Praxis. Sie arbeiteten mit einem einheitlichen Raster an den erarbeiteten Szenarien-Überschriften weiter und hatten dabei beispielhafte Fälle aus ihrer Praxis zur Grundlage, damit die idealtypischen Fallverläufe nahe an der Realität konzipiert werden konnten.

Im zweiten Entwicklungsworkshop wurden zunächst die Arbeitstitel der möglichen Szenarien gesichtet und diskutiert. Im Zuge einer ersten Systematisierung wurde gekennzeichnet auf welchen Zeitpunkt bzw. welche Phase der Beratung sich das jeweilige Blended Counseling-Szenario bezieht:

Ideen für Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung (Sortierung nach der Diskussion im 2. Entwicklungsworkshop)	
Phase Kontaktaufbau	<ul style="list-style-type: none"> • Ambivalente Personen ins Boot holen • Live-Chat für Interessierte • Klient oder Klientin kommt nach Erstgespräch nicht mehr
Kontaktaufbau und / oder Veränderungsprozess	<ul style="list-style-type: none"> • Jugendliche mit gefährdeter Ausbildungssituation unterstützen Fokus Kontakt ermöglichen bzw. Aufrecht erhalten <p>Beratung von Klientinnen und Klienten, die nicht / kaum Vor-Ort-Termine wahrnehmen können</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Beratung von Angehörigen, die im Arbeitsprozess stehen b. Beratung von berufstätigen Klientinnen und Klienten c. Klient bzw. Klientin mit eingeschränktem Bewegungsradius beraten d. Beratung einer Klientin / eines Klienten, der/die sich im Ausland befindet e. Beratung von Eltern, die mit Betreuungspflichten absorbiert sind
Phase Veränderungsprozess	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktverlust droht • Kontaktverlust (ist erfolgt), Kontaktabbruch durch Klientin bzw. Klient • Begleitung und Kontaktpflege (Herstellung von Verbindlichkeit, Stabilisierung von Copingstrategien) • Krisenintervention, Krisenbegleitung, Rückfallprophylaxe • Die Klientin / der Klient «braucht mehr»: <ul style="list-style-type: none"> - erhöhter Betreuungsbedarf (temporär) - Intensivierung des Beratungskontaktes - Möglichkeit des «Rapportierens von Klient bzw. Klientin über Veränderungen / mögliche Fortschritte • Digitale standardisierte Behandlungselemente nutzen • Gassennahe Klientinnen und Klienten mit Fokus auf Förderung der Fähigkeit zur Verbindlichkeit • Beratung von Mehr-Personen-Systemen (z.B. Familien) • Beratung einer Klientin mit schambehafteter Essproblematik • Beratung von «bedürftigen» «zeitlich fordernden» Klientinnen und Klienten (mit dem Ziel etwas Distanz zu gewinnen) • Triagenbegleitung: Unterstützung / Motivation bei der Triage (Ebene Klient bzw. Klientin)
Am Ende bzw. nach der Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung der Abschlussphase • Nachbehandlung / Nachsorge

Abbildung 11: Ideen für Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung

Wie oben ersichtlich wird, sind die Szenarien-Überschriften unterschiedlich ausgerichtet. Sie beziehen sich einerseits auf ein spezifisches Beratungssetting, eine spezifische Beratungsphase, ein spezifisches Beratungsziel oder bezeichnen potenzielle Klientinnen und Klienten in einer spezifischen Lebenssituation. Diese Vielfalt wurde im Prozess bewusst zugelassen.

Im zweiten Workshop wurden zudem erste Ergebnisse aus der Tool-Recherche einbezogen um diese bei der Szenarientwicklung berücksichtigen zu können. In Teilgruppen wurden zwei ausgewählte Szenarien weiterbearbeitet.

So zeigte sich beim Szenario mit dem Arbeitstitel «Beratung von Klientinnen und Klienten, die nicht/kaum Vor-Ort-Termine wahrnehmen können/wollen», dass es notwendig ist verschiedene Gruppen zu unterscheiden:

- Beratung von berufstätigen Klientinnen und Klienten (einschliesslich der Beratung von berufstätigen Angehörigen)
- Beratung von Eltern, die aufgrund von Betreuungspflichten wenig verfügbar sind

- Beratung von Klientinnen und Klienten mit eingeschränktem Bewegungsradius (physisch wie psychisch)
- Beratung von Klientinnen und Klienten, die sich (vorübergehend) im Ausland befinden.

Bereits im zweiten Workshop wurden mit den Fachkräften relevante Aspekte für die Erprobung diskutiert. Im Nachgang des Workshops wurde die konkrete Erarbeitung der Blended Counseling-Szenarien arbeitsteilig weiter vorangetrieben.

In dritten Entwicklungsworkshop wurden die Ergebnisse der Interviews mit Klientinnen und Klienten (vgl. Kapitel 5.2) präsentiert, sodass diese in den weiteren Entwicklungsprozess einbezogen werden konnten. Als weitere relevante Aspekte wurden in diesem Workshop diskutiert

- der Abstraktionsgrad des Szenarios und dabei die Frage wie eng an einem einzelnen Fall ein Szenario ausgerichtet sein sollte,
- die Überschriften der Szenarien: nach längerer Diskussion wurde vereinbart die vorhandene Vielfalt zuzulassen, sodass Bezug genommen wird auf ein spezifisches Beratungssetting, Klientinnen und Klienten in einer spezifischen Lebenssituation, eine spezifische Beratungsphase oder auch auf ein spezifisches Beratungsziel.
- die Abdeckung der Vielfalt der ambulanten Suchtberatung: dabei wurde deutlich, dass eine begrenzte Anzahl von Szenarien nicht die gesamte Breite der ambulanten Suchtberatung abdecken kann und es zukünftig notwendig sein könnte weitere Szenarien zu entwickeln z.B. für Gruppen / Selbsthilfeaspekt, substanzgebundene und substanzungebundene Störungen, Beratung von älteren Menschen, Beratung von Migrantinnen und Migranten.
- inwieweit die Datenschutzkonformität gewährleistet werden kann: Im Rahmen der Szenarien-Entwicklung wurde Datenschutz als ein Qualitätskriterium eines professionellen Blended Counseling verstanden. Im Rahmen der Szenarien- Erprobung galt es dann zu überprüfen wie die Akzeptanz auf Seiten der Klientel ist und welche Erfahrungen gemacht werden.

Darüber hinaus wurden die drei Szenarien für den Einbezug von Blended Counseling im Rahmen von SafeZone weiter konkretisiert.

5.2 Interviews mit Klientinnen und Klienten

Alexandra Tanner

5.2.1 Ziele und methodisches Vorgehen

Als ergänzendes methodisches Instrument für die Szenarien-Entwicklung wurden vier qualitative Interviews mit Personen in der Suchtberatung geführt. Die Interviews hatten das Ziel die Möglichkeiten der Anwendung von digitalen Medien im Beratungsprozess aus der Perspektive der Klientinnen und Klienten in der Suchtberatung zu erörtern. Jeder Kommunikationskanal verfügt über Vorteile und Einschränkungen, sodass Beratende situativ entscheiden müssen, welches digitale Medium zu einem bestimmten Zeitpunkt für den Beratungsprozess hilfreich ist. Mit den Interviews sollten aus der Perspektive der Klientinnen und Klienten potenzielle Vorteile und Einschränkungen unterschiedlicher Medien in der Suchtberatung exploriert werden.

Die Interviews fokussierten auf folgende Fragestellungen:

Aktuelle Mediennutzung der Klientinnen und Klienten

- Welche Medien nutzen Klientinnen und Klienten in ihrem Berufsalltag und privat?
- Welche Medien nutzen Klientinnen und Klienten im Rahmen der Suchtberatung?
- Welches sind die Vor- und Nachteile digitaler Medien aus Sicht der Klientinnen und Klienten?
- Welche Befürchtungen haben Klientinnen und Klienten im Hinblick auf die Mediennutzung in der Suchtberatung?
- Welche potenziellen Vorteile beschreiben Klientinnen und Klientinnen bei der Nutzung von digitalen Medien in der Suchtberatung?

Klientinnen und Klienten in der Suchtberatung weisen eine hohe Varianz in Bezug auf Alter, Geschlecht und Mediennutzung sowie auf individuelle Unterschiede in Bezug auf die Bereitschaft eine Beratung in Anspruch zu nehmen, auf (Ergebnis aus Workshop). Aus diesem Grund wurde - trotz kleiner Stichprobe - ein heterogenes Sampling (maximale Variation) gewählt, welches untenstehende Ziele verfolgte:

- Suche nach abweichenden (kontrastierenden) Fällen
- Auswahl von Extrem- und Einzelfällen (vgl. Mey/Mruck, 2010)
- Entdecken von unterschiedlichem Mediennutzungsverhalten im Suchtberatungskontext

Das heterogene Sampling hatte zum Ziel im Rahmen der geführten Interviews eine möglichst grosse Breite an Einschätzungen im Hinblick auf den Einsatz digitaler Medien in der Suchtberatung zu erhalten.

Die vier Interviews dauerten zwischen einer und zwei Stunden und wurden in den Räumlichkeiten einer am Projekt beteiligten Beratungsinstitution durchgeführt. Die Interviews wurden transkribiert und mit MAXQDA inhaltsanalytisch nach Kuckartz (2012) ausgewertet.

Für die Interviews wurde ein halbstrukturierter Leitfaden erstellt (vgl. Anhang E).

Sampling der vier Interviews:

Geschlecht	3 Frauen und 1 Mann
Alter in Jahren	24, 40, 46, 50
Bildungsniveau	2x Hochschulabschluss, 2x Lehre mit Weiterbildung
Medienaffinität (Selbsteinschätzung)	2x gering und 2x mittel

Zur Stichprobe gehörten Klientinnen und Klienten mit Suchtproblematiken im legalen und illegalen Bereich. Der Interviewerin waren keine detaillierten Informationen bzw. besonders schützenswerte Daten bekannt.

5.2.2 Ergebnisse aus den Interviews

Im Folgenden werden zentrale Ergebnisse aus den Interviews vorgestellt. Als erstes wird über die aktuelle Mediennutzung in der Beratung, also dem Ist-Zustand berichtet. Danach wird darauf eingegangen, aus welchen Gründen die interviewten Personen digitale Medien in der Beratung vermehrt nutzen möchten und die individuellen Medienpräferenzen beschreiben. Alsdann wird die Bedeutung digitaler Medien bei stationären Aufenthalten und Krisensituationen aufgezeigt.

Aktuell verwendete Medien in der Beratung

In der aktuellen Beratung werden papier-basierte sowie digitale Medien regelmässig eingesetzt. Genannt wurden Paper-Tagebücher, Flipchart, Post-its, Textverarbeitungssysteme (z.B. Word), Telefon, E-Mail sowie Messengerdienste. Alle interviewten Personen haben bereits mit ihren Beratenden gemailt. Die E-Mail wird als wichtiges Element im Beratungsprozess beschrieben. Jedoch wird erklärt, dass die E-Mail-Beratung noch explizierter in den Beratungsprozess integriert werden sollte. Oft wird die E-Mail in erster Linie als Instrument für organisatorische Aspekte verwendet und geht dann in einem fließenden Prozess in eine schriftliche Beratung über. Es wird auch erwähnt, dass die Möglichkeit zur E-Mailberatung nicht von Anfang an den Klientinnen und Klienten angeboten wird.

Telefoniert haben wir am Anfang. Dann wurde mir mitgeteilt, dass ich auch schreiben darf. Wir haben viel gemailt. Ich finde es in dem Sinne auch sehr praktisch, weil man auch etwas aufschreiben kann, wenn es einem in den Sinn kommt und aktuell ist. SMS haben wir selten geschrieben, weil sie einfach das Telefon hier im Büro hat. Das Mail wird auch für inhaltliche Anliegen verwendet. Ich habe das Mail auch für organisatorische Zwecke verwendet. Für mich ist es manchmal einfacher, wenn ich einfach in Ruhe etwas aufschreibe, als wenn ich es mündlich erklären muss. Und es ist zu jeder Zeit möglich. Ich finde es schon praktisch, wenn es mal notiert ist. Es kommt ja nicht unmittelbar eine Reaktion oder eine Antwort von ihr. Aber es hat mir gutgetan, dass mein Anliegen deponiert wurde. Ich könnte mir das auch auf WhatsApp-Ebene vorstellen, aber das haben wir bis jetzt nicht gemacht. Einmal ging es auch darum Wochenpläne zu erstellen und ich habe diese ihr dann gemailt für ein Feedback. Da war ich froh, dass es ein Feedback vor dem nächsten Termin hatte. Ich empfinde das Schreiben als befreiend. Wenn man etwas ausformuliert und schriftlich festhält, hat das bei mir schon eine Wirkung. (Interview B, Klientin Suchtberatung)

Bei der E-Mailberatung wurde eine entlastende Wirkung in Belastungssituationen durch das Aufschreiben von Gedanken und Gefühlen besonders betont. Auch vermittelt die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme per E-Mail ein Sicherheitsgefühl für die Klientinnen und Klienten, wenn kein zeitnahe Face-to-Face-Beratungskontakt in Aussicht steht. Als weitere Vorteile der schriftlichen Kommunikation werden die Wiederverwendbarkeit des schriftlichen Materials sowie die zeitliche- und örtliche Flexibilität für eine Kontaktaufnahme beschrieben.

Wenn ich schreibe, ist das eine extreme Erleichterung. Sagen wir ca. 3 Wochen ist es wirklich wieder schlechter gegangen und dann stellte sich so die Frage, soll ich mich wieder melden oder nicht. Schaffe ich es alleine oder nicht. Und dann ging es trotzdem nicht. Als ich mich dann entschieden habe, ja ich melde mich wieder, war das für mich klar, dass ich das per E-Mail mache und ich nicht anrufe. Durch das Schreiben selbst vom Chaos in mir drin, hat es mich schon wieder sehr beruhigt und nachher ging es 1 bis 2 Wochen bis ich den Termin hatte und dann ging es wieder besser. Nicht, dass es nachher wieder total stabil gewesen wäre aber auch gerade durch die Antwort von Frau X (...).
(Interview A, Klientin Suchtberatung)

Von den vier interviewten Personen haben zwei mit ihren Suchtberatenden per SMS und Chat kommuniziert. Jedoch diente dies eher organisatorischen Zwecken. Zwei Personen beschreiben, dass sie gerne Messenger auch für eine Beratung verwenden möchten. Des Weiteren beschreiben die interviewten Personen die Nützlichkeit digitaler Medien bei stationären Aufenthalten und in Krisensituationen. Folgende Tabelle zeigt Textsegmente, die aus den Interviews kodiert wurden. Sie beziehen sich auf die Themen stationäre Aufenthalte und Krisensituationen.

Stationäre Aufenthalte	Während meines stationären Aufenthalts habe ich auch Notizen mit dem Computer gemacht. Ich schreibe gerne von Hand aber mir fällt es dann doch leichter mit dem Computer.	Notizen am Compi
Krisensituationen	Ich finde Kurznachrichten gut bei Hilfescreien, ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Leute die Nachricht sehen ziemlich hoch. aber kritisch finde ich, dass wenn man die Funktion aktiviert hat, dass man sieht, dass man es gesehen hat und dann nicht antwortet, kann das zusätzlichen Stress auslösen. Es kann das Gefühl auslösen, die oder der will jetzt auch nichts von mir hören.	Chat
Krisensituationen	Es hat so für mich gepasst. ich weiss nicht recht. Man könnte es im Beratungs- und Therapieprozess noch etwas mehr einbauen. Dies jedoch mehr als Fixpunkt, wenn man nicht anwesend sein kann. Das es für die Sicherheit und Stabilität gebraucht wird.	Mail
Krisensituationen	Evtl. wäre es da einfacher gewesen zu wissen, ich bleibe jetzt zu Hause und gehe an einer bestimmten Zeit an den Compi. Andererseits war es auch wichtig, aus dem Haus zu gehen.	Videochat
Krisensituationen	Hier ist das ja nicht möglich. Dann habe ich einfach eine Mail geschrieben. Ich habe es ihr auch erklärt, dass ich lieber Maile als rede. Dann haben wir abgemacht, dass ich immer mailen darf. Als es mir schlechter ging haben wir viel gemailt.	Mail
Krisensituationen	Ich hätte gerne ein SMS-Center, wo man sich 24 Stunden melden kann,	Chat
Krisensituationen	In Krisensituationen fände ich einfach auch schriftliche Unterstützung gut. Und zwar das per Mail. Am liebsten ein geschütztes Programm, wo ich anklicken kann.	Mail
Krisensituationen	Und für akute Situationen würde ich gerne Whatsapp nutzen.	Chat

Abbildung 12: Interviewaussagen zur Verwendung digitaler Medien in Krisensituationen

Die vier Interviews zeigen, dass die individuelle Medienpräferenz der Klientinnen und Klienten eine Rolle im Hinblick auf die Verwendung digitaler Medien darstellt. Drei Personen geben an, die schriftliche Kommunikation im privaten- wie im Beratungsbereich zu bevorzugen und ziehen deshalb die E-Mail für eine mediengestützte Beratung vor. Eine Person bevorzugt die mündliche Kommunikation im privaten- wie im Beratungsbereich und präferiert deshalb die Telefonberatung für eine mediengestützte Beratung. Die Medienwahl für eine Kontaktaufnahme bei drohendem Kontaktabbruch steht auch in Zusammenhang mit der individuellen Medienpräferenz.

Medienwunsch bei drohendem Kontaktabbruch

Telefon

«Ich möchte, dass man mich anruft. Ich habe die [Name der Suchtfachstelle] auch unter Herr xxx, gespeichert, dass man dann nicht merkt, wer anruft.» (Interview C, Klient Suchtberatung)

Mail / Messenger

«Ich möchte per Mail aufgefordert werden. Ich könnte mir aber auch vorstellen per WhatsApp oder SMS kontaktiert zu werden. Per Telefon eher nicht. Ich denke ich würde es nicht abnehmen. Vor allem nehme ich sowieso fremde Nummern nicht ab. Ich mag es nicht, weil ich manchmal, je nachdem wie es mir geht, mag ich nicht unmittelbar mit jemandem reden. Manchmal ist es egal wer es ist.» (Interview B, Klientin Suchtberatung)

Zwei von vier Teilnehmenden stehen einem Videochat für einen Beratungskontakt offen gegenüber. Allgemein wünschen sich die interviewten Personen einen häufigeren Einsatz von digitalen Medien in der Beratung. Der Datenschutz war kein zentrales Thema. Auf Nachfragen hin hat sich gezeigt, dass ein Datenschutz vorausgesetzt wird.

5.3 Aufbau und Funktion eines Blended Counseling-Szenarios

Martina Hörmann, Dania Aeberhardt

Ein Szenario ist sozusagen die Skizze eines idealtypischen Beratungsverlaufes mit kombiniertem Medieneinsatz. Dabei werden wesentliche konzeptionelle Aspekte vorab konkretisiert. Um zu verdeutlichen was für die Szenarientwicklung wesentlich war, wird zunächst der Aufbau und die Funktion eines Szenarios beschrieben und anschliessend das Szenario «Temporär anwesende Personen beraten» exemplarisch skizziert.

Beschreibung Klientin / Klient oder Angehörige/r: hier wird konkretisiert, bei welcher Art von Klientin bzw. Klient und in welcher fachlichen Ausgangslage ein Einsatz dieses Szenarios als hilfreich erachtet wird.

Potenzielle kommunikative Settings: dabei werden zunächst vier Aspekte unterschieden

- Welche digitalen Medien sind auf Seite der Klientin bzw. des Klienten verfügbar?
- Welche digitalen Medien werden von der Klientin bzw. dem Klienten präferiert?
- Welche digitalen Medien sind in der Beratungsstelle bzw. Suchtfachstelle verfügbar?
- Welche digitalen Medien sind aus Sicht der Beraterin bzw. des Beraters realisierbar?

Angestrebte bzw. fokussierte Impactfaktoren: hier wird konkretisiert, welche Ziele mit dem Blended Counseling-Szenario angestrebt werden.

Vorüberlegungen im Hinblick auf die Wahl des digitalen Mediums im Beratungsprozess: an dieser Stelle werden die beiden vorgenannten Kriterien miteinander verknüpft. Orientiert an der Medienpräferenz von Klientinnen bzw. Klienten. und Beratenden sowie den angestrebten Zielen wird konkretisiert und begründet, welche Medien im Beratungsprozess zur Verfügung stehen und ggf. verwendet werden.

Ein Szenario ist demzufolge mehr als «roter Faden» der Überlegungen zu verstehen und weniger als konkrete Handlungsanweisung.

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung		
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin		<i>Eher Typ, exemplarisch, inkl. fachliche Erläuterung der Ausgangslage</i>		
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	<i>Was ist auf Seiten Klientel verfügbar und wie personalisiert ist der Kanal, d.h. wie sicher ist es, dass die Nachricht den KL selbst und nicht jemand anderen erreicht?</i>		
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert			
	In der Beratungsstelle verfügbar	<input type="checkbox"/> Maillkontakt über HIN <input type="checkbox"/> Messenger Nachricht <input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Userlike <input type="checkbox"/> Maillkontakt über Proton <input type="checkbox"/> Messenger Videochat <input type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch) <input type="checkbox"/> sonstiges _____		
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar			
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren Blended Counseling <i>(Welchen Mehrwert soll BC bringen?) Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: vor der Beratung <input type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des/der Kl. <input type="checkbox"/> Verbesserten Zugang zu Beratung ermöglichen <input type="checkbox"/> Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern	FOKUS. Während der Beratung <input type="checkbox"/> Stabilisierung Beratungsbeziehung <input type="checkbox"/> Intensivierung Beratungsprozess <input type="checkbox"/> Kurzfristige Kontaktmöglichkeit <input type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz	FOKUS: nach der Beratung <input type="checkbox"/> Verbesserte Nachsorge ermöglichen <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit verbessern <input type="checkbox"/> Kontaktmöglichkeit für Kl. (zyklisches Verständnis von Suchtberatung)
		Sonstiges:		
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron) Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess steht zur Verfügung bzw. soll verwendet werden (<i>Mehrfachnennungen erwünscht</i>) <input type="checkbox"/> Maillkontakt über HIN <input type="checkbox"/> Messenger Nachricht <input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Userlike <input type="checkbox"/> Maillkontakt über Proton <input type="checkbox"/> Messenger Videochat <input type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch) <input type="checkbox"/> sonstiges _____ Begründung:		
Ziele Klient/in <i>(gemäss Auftragsklärung)</i>				
BC Prozessverlauf		Einstieg	Veränderung	Abschluss
Digitale mediengestützte Beratung Mail Messenger / Nachricht Messenger Videochat Telefon				
F2F-Beratung Dauer, Häufigkeit				
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	von Klient/in initiiert			
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)			

Abbildung 13: Raster Blended Counseling-Szenario

Nachfolgend werden die einzelnen Aspekte exemplarisch an einem Blended Counseling-Szenario erläutert. Das Szenario «Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten» zielt auf Klientinnen und Klienten, welchen ein persönliches Erscheinen in der Beratungsstelle (vorübergehend) nicht möglich ist. Dafür kann es verschiedene Gründe geben:

- örtliche Distanz, z.B. ein Klient, der sich vorübergehend im Ausland befindet oder eine Klientin mit eingeschränktem Bewegungsradius,
- zeitliche Einschränkungen bzw. mangelnde Passung der möglichen Zeitfenster, z.B. bei berufstätigen Klientinnen und Klienten oder deren Angehörigen, oder bei Eltern mit Betreuungspflichten,
- körperliche oder psychische Einschränkungen, z.B. Angststörung, welche das Verlassen des Hauses begrenzen,

Zielgruppe sind Klientinnen und Klienten, zu denen bereits ein Kontakt besteht, die also zuvor bereits in einer Face-to-Face-Beratung waren.

Für das Blended Counseling sollten in diesem Szenario neben dem Face-to-Face-Gespräch potenziell Mailkontakt (über HIN oder ProtonMail), Messenger (Threema) und Telefon zur Verfügung stehen. Als Ziele werden in diesem Szenario insbesondere fokussiert:

- Ein erweiterter Zugang zur Beratung auch für Klientinnen und Klienten mit begrenzter zeitlicher, örtlicher Verfügbarkeit.
- Die Stabilisierung der Beratungsbeziehung auch bei Abwesenheiten.
- Die Möglichkeit der Intensivierung des Beratungsprozesses.
- Die Gewährleistung von Beratungsstringenz trotz begrenzter zeitlicher und örtlicher Verfügbarkeit der Klientinnen und Klienten.
- Der effiziente Einsatz von Ressourcen.

In der Regel wird bereits zu Beginn die Medienpräferenz des Klienten bzw. der Klientin erfragt, um diese entsprechend berücksichtigen zu können.

Als mögliche Kriterien für die Medienwahl bzw. den Medienwechsel im Prozess wurden im Szenario folgende Vorüberlegungen angeführt: synchrone Medien sind dann vorzuziehen, wenn (laufende) Unsicherheiten bzw. Klärungen auf Beziehungs- oder inhaltlicher Ebene ausschlaggebend sind. Der Einsatz von asynchronen Medien ist möglich, wenn der Klient bzw. die Klientin einigermaßen psychisch stabil ist. Bei der Medienwahl gilt es darüber hinaus die Art der Einschränkung (zeitlich, örtlich, physisch, psychisch etc.) und den Grad der Einschränkung zu berücksichtigen.

In diesem Szenario ist ein flexibler Medieneinsatz im Beratungsprozessverlauf besonders sinnvoll, der eng an den Bedürfnissen des Gegenübers ausgerichtet ist und zugleich durch die konzeptionellen Vorüberlegungen beratungsfachlich fundiert ist.

5.4 Die Blended Counseling-Szenarien im Projekt

Martina Hörmann, Dania Aeberhardt

In der Zeit von September 2017 bis April 2018 wurden insgesamt zwölf Blended Counseling-Szenarien entwickelt, davon neun Szenarien im Hauptstrang «Von der Face-to-Face-Beratung zum Blended Counseling und drei Szenarien im Nebenstrang unter Einbezug der Onlineplattform SafeZone. Nachfolgend wird zunächst ein Überblick über die im Rahmen des Projektes entwickelten Szenarien gegeben. Im Anhang C finden sich die Szenarien im Detail. Die Szenarien 10-12, welche erste Überlegungen für ein Blended Counseling unter Einbezug der Onlineberatung bei SafeZone skizzieren, werden im Abschnitt 5.4.2 näher erläutert.

Übersicht über die Blended Counseling-Szenarien	
Nr.	Titel
1	Live-Chat für Interessierte
2	Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten
3	Beratung im Mehrpersonensetting: a) Beratung einer Familie b) Beratung eines Paares
4	Krisenbegleitung
5	Beratung einer Klientin mit schambehafteter (Ess-)Problematik
6	Kontaktverlust droht
7	Nachsorge
8	Enriched Face-to-Face-Beratung
9	Beratung von Jugendlichen
10	«Raumwechsel» – von der Onlineberatung zur Beratung vor Ort
11	Digitaler Zugang im ambulanten Beratungskontext mit anschl. Wechsel zu SafeZone
12	Blended SafeZone Counseling (Mixed Model)

Abbildung 14: Die im Projekt entwickelten Blended Counseling Szenarien

5.4.1 Blended Counseling-Szenarien zur Weiterentwicklung des Face-to-Face-Settings

Wie unter Punkt 5.1. erläutert wurde, waren im Entwicklungsprozess der Szenarien bewusst vielfältige konzeptionelle Zugänge zugelassen worden, um möglichst unterschiedliche Blended Counseling-Szenarien zu generieren.

Mit Blick auf die entwickelten Szenarien zeigen sich die nachfolgenden konzeptionellen Schwerpunkte, die auch die oben angesprochene Vielfalt abbilden.

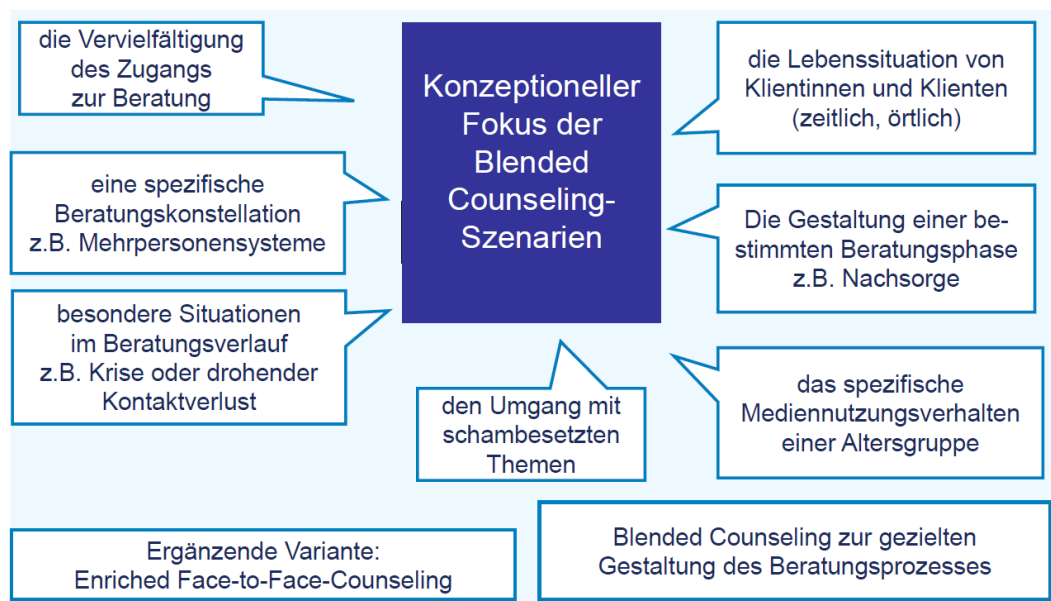


Abbildung 15: Konzeptioneller Fokus der Blended Counseling-Szenarien

Die **Vervielfältigung des Zugangs** zur Beratung greift für Blended Counseling einen Aspekt auf, der im Diskurs zur Onlineberatung zentral ist. Die Niederschwelligkeit ist zentrales Kennzeichen digitaler Beratungsangebote und auch im Rahmen von Blended Counseling spielt dies eine Rolle, wenn versucht wird unterschiedliche Medienpräferenzen von Klientinnen und Klienten stärker zu berücksichtigen, um so einen möglichst unkomplizierten Zugang zum Beratungsangebot zu gewährleisten. Dieser Aspekt richtet sich direkt auf die Phase «Vor der Beratung / Kontaktaufnahme» (vgl. dazu auch Weiß 2013). Auch während des Beratungsprozesses ist ein niederschwelliger «Zugang» sinnvoll, jedoch sollte hier präziser von niederschwelligem Kontaktmöglichkeiten im Beratungsprozess gesprochen werden.

Auf die **aktuelle Lebenssituation von Klientinnen und Klienten** kann mit Hilfe von Blended Counseling Bezug genommen werden, wenn zeitliche, örtliche oder gesundheitliche Faktoren die Wahrnehmung von Face-to-Face-Beratungen vorübergehend einschränken. Dabei ist entscheidend, dass hier flexibel auf sich verändernde Lebenslagen reagiert werden kann und bereits begonnene Beratungsprozesse mit Hilfe digitaler Medien fortgeführt werden können.

Die **Beratung von Mehrpersonensystemen** wie z.B. Familien oder Paaren kann auch über digitale Medien erfolgen, wobei sich dies zunächst insbesondere auf eine transparente Information aller Beteiligten richtet. Für die digitale Beratung von Mehrpersonensystemen bedarf es geeigneter Tools. Für diese Beratungsform wurde im aktuellen Projekt zwar ein erstes Szenario entwickelt, es wurde jedoch aufgrund der technischen und beratungsfachlichen Komplexität nicht in die Erprobung einbezogen.

Im **Beratungsverlauf** kann es – wie gerade am Beispiel der Suchtberatung aufgezeigt werden kann – immer wieder zu Situationen einer vorübergehenden Krise oder auch eines drohenden Kontaktabbruchs kommen. Hier ermöglicht Blended Counseling zeitnah über verschiedene Kommunikationskanäle den Kontakt zu halten und so zu gewährleisten, dass der Prozess «im Fluss» gehalten werden kann.

In der **Abschlussphase einer Beratung** können mittels Blended Counseling unkompliziert Vereinbarungen im Hinblick auf eine niederschwellige Nachsorge vereinbart werden. Dies ermöglicht – auch im Verständnis einer zyklischen Suchtberatung – unkomplizierte Kontaktmöglichkeiten zur vertrauten Beratungsperson, sei es um Rückfällen vorzubeugen oder auch um bei Bedarf den Beratungsprozess wiederaufzunehmen.

Bezogen auf Onlineberatung ist vielfach beschrieben worden, dass es leichter möglich ist im anonymisierten Beratungskontext **tabuisierte Themen** anzusprechen. Die Anonymität ist

beim Blended Counseling zwar aufgehoben und trotzdem fällt es Klientinnen und Klienten leichter z.B. schambesetzte Themen zunächst mithilfe eines asynchronen Kanals anzusprechen, da dort kein direktes sichtbares Gegenüber vorhanden ist.

Das Mediennutzungsverhalten kann insbesondere im Hinblick auf unterschiedliche Altersgruppen differenziert betrachtet werden. So wird z.B. das **Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen** kontinuierlich erforscht (vgl. Suter et al. 2018, Waller et al. 2016, Willemse et al. 2014). Blended Counseling kann hier gezielt auf favorisierte Kommunikationskanäle von Jugendlichen zurückgreifen, wobei es allerdings gilt für die Beratung vertrauliche Tools zu nutzen und z.B. WhatsApp durch einen datenschutzkonformen Messenger zu ersetzen.

Die Vielzahl von feld- und zielgruppenspezifischen Apps ermöglicht es zudem, diese in die Face-to-Face-Beratungen zu integrieren und so die Beratung im Sinne eines **«Enriched Face-to-Face-Counseling»** anzureichern, um auf diesem Weg die Beratung noch zielführender zu gestalten.

Darüber hinaus ist es für Beratende mit hoher Medienkompetenz, die zugleich verschiedenste Tools verfügbar haben und in deren Einsatz versiert sind, den **Blended Counseling-Prozess in einer maximal flexibilisierten Form** durchzuführen und je nach Verlauf des Beratungsprozesses die jeweiligen Kommunikationskanäle flexibel zu nutzen. Dies nimmt Bezug auf das «Modell des flexiblen Wechsels» (vgl. Weiß 2013), welches von zahlreichen Beratenden im Rahmen einer Vorstudie favorisiert wurde (vgl. Hörmann und Schenker 2016., Hörmann 2018). Hier gilt es anzumerken, dass die maximal flexibilisierte Form sehr voraussetzungsvoll ist und insofern auch hier eine konzeptionelle Grundlegung mithilfe eines Szenarios in der Regel sinnvoll erscheint.

In der nachfolgenden Übersicht werden die im Projekt entwickelten Szenarien jeweils einem konzeptionellen Schwerpunkt zugeordnet.

Szenarien und deren konzeptionelle Zuordnung	
Zugang zum Beratungsangebot erweitern	Szenario: Live-Chat für Interessierte
Lebenssituation von Klientinnen und Klienten berücksichtigen	Szenario: Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten
Setting / Beratungskonstellation berücksichtigen	Szenario: Beratung im Mehrpersonensetting
Besondere Situationen im Beratungsverlauf berücksichtigen	Szenario: Krisenbegleitung Szenario: Kontaktverlust droht
Anliegen / Thema berücksichtigen	Szenario: Beratung einer Klientin mit schambehafteter (Ess-) Problematik
Mediennutzungsverhalten einer Altersgruppe berücksichtigen	Szenario: Beratung von Jugendlichen
Bezugnahme auf eine Beratungsphase	Szenario: Nachsorge
Enriched Face-to-Face-Counseling	Szenario: Enriched Face-to-Face-Beratung
Blended Counseling zur gezielten Gestaltung des Beratungsprozesses	Offenes Szenario

Abbildung 16: Szenarien und ihre konzeptionelle Einordnung

Die verschiedenen Szenarien können flexibel genutzt werden, da sie – wie im vorangehenden Kapitel beschrieben – kein einengendes Raster darstellen. Darüber hinaus soll der Umgang mit den Szenarien dazu anregen, sich die konzeptionellen Aspekte von Blended Counseling genauer zu verdeutlichen, um somit die eigene Beratung fachlich zu begründen und zu reflektieren.

5.4.2 Blended Counseling unter Einbezug von SafeZone

SafeZone ist eine schweizweite Plattform, die mittels Mailberatung, Chat, Sprechstunde und Forum verschiedene Möglichkeiten der Suchtberatung anbietet (vgl. www.safezone.ch).

Im Projekt wurden drei Szenarien entwickelt, die erste Überlegungen zur Weiterentwicklung von SafeZone in Richtung eines Blended Counseling beinhalten.

Das **Szenario «Raumwechsel – von der Onlineberatung zur Beratung vor Ort»** konkretisiert die Idee, dass einer Klientin oder einem Klienten nach einem längeren Mailberatungsprozess bei SafeZone der Wechsel in ein Face-to-Face-Setting ermöglicht wird. Denkbar ist dies bei Personen, die explizit den Wunsch äussern, die Beratungsbeziehung von Angesicht zu Angesicht fortzuführen oder bei Personen, bei denen aus beratungsfachlicher Sicht eine weitergehende Face-to-Face-Beratung indiziert ist. Dies hätte den Vorteil, dass die bereits existierende Beratungsbeziehung weiterhin genutzt werden kann und der Klient bzw. die Klientin nicht mit einer anderen Beratungsperson den Prozess neu starten muss. Die gemeinsame «Beratungsgeschichte» im Onlinekontext könnte dadurch für den weiteren Beratungsprozess genutzt werden. Zugleich könnte in der ersten Phase des Beratungsprozesses gezielt der Vorteil genutzt werden, dass im anonymen Onlinesetting häufig ein schnellerer Beziehungsaufbau möglich ist und insofern auch in kürzerer Zeit eine grössere Intensität im Veränderungsprozess hergestellt werden kann. In der eigentlichen Veränderungsphase der Beratung könnten dann darauf aufbauend die vielfältigen beratungsfachlichen Möglichkeiten eines Face-to-Face-Kontaktes genutzt werden.

Derzeit ist diese Variante bei SafeZone konzeptionell nicht vorgesehen und auch technisch nicht möglich, da die Zuweisung eines Beraters oder einer Beraterin nach den Kriterien zeitliche Verfügbarkeit und Fachexpertise erfolgt. Das Kriterium einer räumlichen bzw. geographischen Nähe von Klientin / Klient und Beraterin / Berater spielt explizit keine Rolle. Äussert der Klient bzw. die Klientin den Wunsch in das Face-to-Face-Setting zu wechseln, so wird derzeit bei SafeZone in der Regel auf lokale Fachstellen verwiesen. Ein Wechsel vom virtuellen Beratungskontext zur Face-to-Face-Beratung bei der gleichen Fachperson ist nicht möglich.

Dieses Szenario wurde im Rahmen des Projektes insgesamt kritisch diskutiert, da insbesondere Beratungspersonen mit SafeZone-Erfahrung die Bedeutung der Anonymität des Onlinesettings betonten und auf eine mögliche Nähe-Distanz-Problematik hinwiesen. Im anonymen Setting erleichtern gegenseitige (zumeist positive) Projektionen zunächst den Beziehungsaufbau und es gibt bisher wenig gesicherte Erkenntnisse darüber, inwiefern sich diese Idealisierung des Gegenübers und eine damit einhergehende Desillusionierung im Face-to-Face-Kontakt ggf. als Hindernis für die Fortführung des Beratungsprozesses erweisen könnte. Als weiterer bedenklicher Aspekt wurde thematisiert, dass dies möglicherweise den an SafeZone beteiligten Suchtfachstellen einen Vorteil verschaffen könnte, wenn Personen aus dem Onlinesetting in die Beratungsstelle vor Ort wechseln.

Wenngleich die Bedenken bei den beteiligten SafeZone-Beraterinnen überwogen und eine Realisierung dieses Szenarios konzeptionell-technische Veränderungen an der Plattform SafeZone voraussetzen würde, so wird nachfolgend das Fallbeispiel einer SafeZone-Beraterin skizziert, die (unabhängig vom Projekt) das oben genannte Szenario realisiert hat. Sie wurde gegen Ende des Projektes von einer SafeZone-Mitarbeiterin interviewt, basierend auf den Leitfragen des Projektes.

Die Beraterin ist seit vier Jahren bei SafeZone und führt dort Mailberatungen sowie Einzel- und Gruppenchats durch. Seit etwa drei Jahren experimentiert sie mit «gemischten» Formen der Beratung. Dieses Experiment war auch deshalb möglich, weil die Beraterin in der relativ kleinen regional überschaubaren italienischen Sprachregion für SafeZone und als Beraterin vor Ort tätig ist. Sie beschreibt insgesamt drei Ausschnitte aus Beratungsprozessen, in denen Online-Beratungskontakte bzw. die Online-Sprechstunde bei SafeZone mit Face-to-Face-Gesprächen kombiniert wurden.

Fallverlauf 1 «Raumwechsel»					
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	...
Kommunikatives Setting	Online-Sprechstunde (SafeZone)	F2F	Gruppenchat (SafeZone)	F2F	

Abbildung 17: Exemplarischer Blended Counseling-Fallverlauf im Kontext von SafeZone

Ausgangspunkt war hier die Online-Sprechstunde auf der SafeZone-Plattform. Anschließend gab es ein Face-to-Face-Gespräch und in der Folge fanden im Wechsel Online-Chats und persönliche Treffen statt. Anlass war die Schichtarbeit des Klienten und damit zusammenhängend die Schwierigkeit, während der Öffnungszeiten ins Büro zu kommen. Im weiteren Verlauf fand zudem ein Gruppenchat statt, in den die Familie des Klienten einbezogen wurde. Insgesamt gab es über SafeZone hier 15 Beratungskontakte.

Das Szenario «**Digitaler Zugang im ambulanten Beratungskontext mit anschließendem Wechsel zu SafeZone**» knüpft an das Szenario «Live-Chat für Interessierte» an. Der Zugang von neuen Klientinnen und Klienten erfolgt zunächst im ambulanten Kontext (z.B. über ein Chat-Tool wie Userlike). Wenn der Klient bzw. die Klientin signalisiert, dass er bzw. sie weiterhin im anonymen Kontext verbleiben möchte, erfolgt eine Triage an die Mailberatung von SafeZone, d.h. ein Wechsel vom digitalen Zugang im ambulanten Beratungskontext zur Onlineberatung bei SafeZone. Die Idee dahinter ist es einen niederschweligen Zugang zu gewährleisten, der nach einer ersten Orientierung im Live-Chat bei Bedarf anschließend eine Fortführung der Beratung bei SafeZone ermöglicht. So könnte der Einstieg in eine Beratung bei SafeZone auch über eine Suchtfachstelle erfolgen.

Ziel dieses Szenarios wäre zum einen die Bedürfnisse der Klienten ins Zentrum zu stellen und zum anderen auch eine Durchlässigkeit zwischen den Suchtfachstellen vor Ort und SafeZone herzustellen. Konzeptionell wäre zu klären, wie sichergestellt werden kann, dass die Beratung bei SafeZone möglichst von derselben Fachperson fortgeführt wird. Ist dies nicht der Fall, so wäre es kein Blended Counseling, sondern eine Triage.

Auch zu diesem Szenario gibt es erste Erfahrungen aus dem o.a. Experiment. Nach einer Face-to-Face-Beratung erfolgte der Wechsel auf die Online-Beratung bei SafeZone. Nach Aussagen der Beraterin stand dabei die Rückfallprävention im Zentrum. Bei einem Face-to-Face-Gespräch wäre der Klient exponiert, was im Falle eines Rückfalls ein Problem darstellen könnte. Insofern war es im Onlinekontakt einfacher das «Gesicht zu wahren» und einen möglichen Rückfall zu thematisieren. Insgesamt gab es hier über SafeZone vier Beratungskontakte.

Das Szenario «**Blended SafeZone Counseling**» (Mixed Model) greift die Idee des Blended Online Counseling auf (vgl. Kapitel 2). Dabei werden die verschiedenen Möglichkeiten bei SafeZone wie Selbsttests, Sprechstunde, Mailberatung und Foren systematisch und klientenorientiert miteinander kombiniert. Dabei verbleibt der Beratungsprozess vollständig im virtuellen Raum, ein Wechsel in den Face-to-Face-Kontakt ist nicht vorgesehen. Das Szenario zielt auf Personen, die sich Gedanken über den eigenen Konsum machen und sich diesbezüglich eine fundierte Einschätzung wünschen. Sie könnten z.B. über einen Selbsttest «abgeholt» werden, mit direkter Möglichkeit, das Testresultat in der Mailberatung gemeinsam anzuschauen. Auf diese Weise könnten mögliche Schwellen zur Suchthilfe nochmals gesenkt werden.

6 Die Erprobung von Blended Counseling-Szenarien in der Suchtberatung

Martina Hörmann

Von den gemeinsam mit den Praxispartnern BEGES und ZFA entwickelten Blended Counseling-Szenarien sollten im Anschluss fünf Szenarien in der Praxis der Suchtberatung erprobt werden. Diese Erprobung wurde zunächst konzeptionell fundiert, die beteiligten Fachkräfte wurden geschult und anschliessend wurden die jeweiligen Fallverläufe begleitend dokumentiert und evaluiert (vgl. Kapitel 7).

Dies zielte darauf nach der Erprobung einschätzen zu können, inwieweit die ausgewählten Blended-Counseling-Szenarien unter möglichst normalen Bedingungen in der Suchtberatung umgesetzt werden können, welche Beratungsverläufe möglich sind (im Vergleich zu den idealtypisch beschriebenen Blended Counseling-Szenarien) und inwieweit die vorliegenden Szenarien übernommen oder angepasst werden sollten. Auf diesem Weg sollten Erkenntnisse gewonnen werden, wie ein konzeptionell fundiertes Blended Counseling in der Suchtberatung, sowie mittelfristig auch in anderen Arbeitsfeldern, realisiert werden kann.

Basierend auf einem Vorschlag der Fachkräfte und einer Entscheidung in der Leitungsgruppe wurden in die Erprobungsphase die nachfolgenden Szenarien einbezogen:

- Szenario: Live-Chat für Interessierte
- Szenario: Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten
- Szenario: Krisenbegleitung
- Szenario: Nachsorge
- Szenario: Enriched Face-to-Face-Beratung

Kriterien für die Auswahl waren zum einen die Einschätzung im Hinblick auf eine mögliche Realisierbarkeit im relativ kurzen Erprobungszeitraum, eine fachliche Priorisierung sowie organisationale Interessen.

Für die Erprobung standen neben dem Face-to-Face-Gespräch die folgenden Tools zur Verfügung:

- Mailkontakt mit ProtonMail¹⁸
- Mailkontakt mit HIN-Mail
- Messenger textbasiert: Threema
- Chat-Tool: Userlike
- Telefon
- Apps (z.B. Suchttagebuch)

Der Auswahlprozess und die Auswahlkriterien für die verwendeten Tools wurden in Kapitel 3 erläutert.

¹⁸ In der Erprobung wurden zwei verschiedene Tools für mailbasierte Beratung eingesetzt, da bei einem Praxispartner die Plattform HIN einschliesslich der Mailfunktion bereits verfügbar war, wohingegen beim anderen Praxispartner dies nicht der Fall war, weshalb das Tool ProtonMail eingesetzt wurde.

Die in den jeweiligen Szenarien potenziell nutzbaren Tools zeigt die nachfolgende Übersicht:

Blended Counseling-Szenario	ProtonMail	H/IN-Mail	Messenger textbasiert	Userlike	Apps	Telefon
Live-Chat für Interessierte	x	x		x		x
Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten	x	x	x			x
Krisenbegleitung	x	x	x			x
Nachsorge	x	x	x			x
Enriched Face-to-Face-Counseling	(x)	(x)			x	

Abbildung 18: Szenarien und mögliche nutzbare Tools für die Erprobung

In einigen Szenarien war potenziell eine Vielzahl verschiedener Kommunikationskanäle vorgesehen. Insofern galt es sorgsam im Einzelfall zusammen mit dem Klienten oder der Klientin abzuklären, welche Medien im Beratungsprozess eingesetzt werden könnten und was es dafür braucht. Hierbei sollte sehr individuell entschieden werden, eng an den Bedürfnissen und der Medienkompetenz des Klienten bzw. der Klientin.

Zudem wurde davon ausgegangen, dass die Klientinnen und Klienten in der Regel die mobilen Versionen der Tools verwenden würden und allenfalls ProtonMail auf dem Desktop verwendet wird. Bei der Installation der verschiedenen Apps sollten die Beratenden bei Bedarf Unterstützung anbieten.

Letztendlich stand es den Beratenden frei, sämtliche Tools, die für die Erprobung von Leitungsseite genehmigt waren, im Rahmen eines Szenarios zu verwenden. Die in der Szenarien-Beschreibung in der Rubrik «Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums» potenziell vorgesehenen Tools stellten die konzeptionellen Vorüberlegen dar. Es war jedoch möglich weitere Tools zu verwenden und dies im Dokumentationsbogen zum Fallverlauf entsprechend zu begründen.

Die Erprobungsphase war vom Mai bis August 2018 vorgesehen. Ein dokumentierter Fallverlauf sollte mehrere Beratungskontakte, idealerweise ca. 6-8 Beratungskontakte, auch in Abhängigkeit vom Szenario, umfassen. Die Beratungsprozesse konnten auch über den Zeitrahmen der Erprobung hinausgehen. Zudem war es möglich sowohl bereits laufende als auch neu beginnende Beratungsprozesse in die Erprobung einzubeziehen. Ein Zeitrahmen für den jeweiligen Beratungskontakt wurde projektbezogen nicht festgelegt, da dies sowohl organisational als auch fallbezogen geklärt werden sollte. Eine gewisse Offenheit im Hinblick auf den zeitlichen Rahmen des einzelnen Beratungskontaktes erschien aus fachlicher Sicht sinnvoll, da eine Idee von Blended Counseling ist, dass es ggf. mehr aber dafür kürzere virtuelle Beratungskontakte geben könnte.

Die Bereitstellung der erforderlichen technischen Ausstattung (Smartphones und Desktops) wurde organisationsintern koordiniert.

In die Erprobung wurden insgesamt 18 Fachkräfte aus den beiden beteiligten Suchtfachstellen einbezogen. Im April 2018 wurden mit diesen Beraterinnen und Beratern zwei ganztägige Schulungen durchgeführt, die die Grundlagen für eine fundierte fachlich versierte Erprobung der Blended Counseling Szenarien im Projekt schaffen und zugleich die professionelle Umsetzung des «Live-Chats für Interessierte» gewährleisten sollte. Die Ziele der beiden Schulungstage waren folgendermassen konkretisiert:

Die Teilnehmenden

- wissen um die verschiedenen Möglichkeiten digitaler Medien im Beratungskontext und kennen die jeweiligen Vor- und Nachteile einzelner Medien.
- kennen mögliche Kriterien für einen Wechsel des Kommunikationskanals
- kennen Merkmale und Besonderheiten schriftlicher (onlinebasierter) Beratung.
- kennen Merkmale und Besonderheiten von Chatkommunikation und -beratung
- kennen relevante Datenschutzaspekte

Sie sind in der Lage

- diese Kenntnisse für die Realisierung eines Blended Counseling-Szenarios zu nutzen.
- schriftbasierte Beratung im Kontext von Blended Counseling einzusetzen.
- die vorgesehenen Tools im Rahmen der Erprobungsphase einzusetzen.
- diese Kenntnisse für die Realisierung des Live-Chats zu nutzen.

Darüber hinaus wurde auch im kollegialen Kontext der Umgang mit verschiedenen Tools geübt und reflektiert, um auf diesem Weg zu einer grösseren Sicherheit im Umgang mit den Tools zu gelangen.

Ergänzend wurde den beteiligten Fachkräften ein Erprobungskonzept zur Verfügung gestellt, in dem die relevanten Informationen in kompakter Form zusammengestellt waren:

- die in die Erprobung einbezogenen Blended Counseling Szenarien,
- die verfügbaren Tools (incl. Fact Sheets für die Klientinnen und Klienten) sowie die verfügbare technische Ausstattung,
- die relevanten Informationen zu Datensicherheit und Datenschutz insbesondere die Datenschutznachweise sowie Informationen zum Umgang mit Datenschutz im Laufe der Erprobung und die Vorgaben im Hinblick auf das Einverständnis der Klientinnen und Klienten,
- die Ziele und der zeitliche Rahmen der Erprobung,
- mögliche beratungsfachliche Überlegungen zur Umsetzung,
- die Ziele und Schritte der begleitenden Evaluation der Erprobung sowie die Vorgaben zur Dokumentation der Fallverläufe.

Sämtliche Dokumente für die Erprobung wurden zudem auf einer Onlineplattform zur Verfügung gestellt.

7 Evaluation der Erprobung von Blended Counseling-Szenarien

Patricia Flammer, Alexandra Tanner, Martina Hörmann

Dieses Kapitel legt in einem ersten Teil das Konzept der Evaluation dar. Ausgehend von den zentralen Fragen bzw. Zielen der Evaluation wird das entwickelte Kategoriensystem dargestellt und das methodische Vorgehen beschrieben. Im zweiten Teil erfolgt die zusammenfassende Darstellung zentraler Ergebnisse entlang der vorgestellten Fragen.

7.1 Evaluationskonzept

7.1.1 Ziele der Evaluation

Die begleitende Evaluation der fallbezogenen Erprobung der ausgewählten Blended-Szenarien hatte ausgehend vom Erkenntnisinteresse des Projekts zum Ziel, mehr über die Nutzung von Medien in den dokumentierten Fallverläufen zu erfahren. Es sollte herausgefunden werden, welche Medien und Settings im Fallverlauf kombiniert werden und welche Motive deren Wahl und den Wechsel während des Beratungsprozesses begleiten. Ebenfalls von Interesse war, erprobungsgestützte Einschätzungen zum Nutzen und zu Herausforderungen in der Umsetzung von Blended Counseling-Szenarien abzuholen. Es interessierte, ob die konzeptuell angedachten Impactfaktoren in den Szenarien von den Fachkräften bezogen auf den einzelnen Fall als erreicht erlebt wurden. Ferner sollten Gelingensfaktoren und (Kontra-)Indikationen für Blended Counseling erhoben werden, welche Erprobende als bedeutsam identifizierten, um so zu Empfehlungen für die künftige Umsetzung von Blended Counseling zu gelangen.

7.1.2 Fragestellungen der Evaluation: Cluster- bzw. Kategorienbildung

Ausgehend von den Zielen der Evaluation wurden die Fragestellungen der Evaluation in sechs thematische Cluster gebündelt. Diese Cluster wurden in verschiedene Unterfragen und Analysedimensionen ausdifferenziert, wodurch Clusterkategorien entstanden (detaillierte tabellarische Darstellung dieses Kategoriensystems mit zugehöriger Kodierung: vgl. Anhang E):

Cluster 1: Nutzung und Nutzungsmotive verschiedener Kommunikationskanäle

Hier wurde erfasst, welche unterschiedlichen Kommunikationskanäle im Fallverlauf benutzt bzw. kombiniert wurden sowie wer und was (Motive, Ziele) zur Medienwahl bzw. zu den Medien- und Settingwechseln im Fallverlauf veranlasste. Es wurden positive und negative Aspekte der Medienwahl für die Beratung erhoben. All diese Faktoren erlaubten ein Bild zu gewinnen, wie sich die realen Fallverläufe bezüglich dem Blended Counseling in der Erprobungsphase gestalteten.

Cluster 2: Nutzen und Vorteile von Blended Counseling

In diesem Fragecluster stand im Zentrum zu erfassen, welcher Nutzen bzw. welche Vorteile (sog. Mehrwert) in der gezielten Erweiterung des Face-to-Face-Beratungssettings durch das spezifische Blended Counseling-Szenario gesehen wird. Dabei wurde unterschieden nach Vorteilen für Klientinnen und Klienten, Nutzen auf beratungsfachlicher Ebene und dem Mehrwert auf organisationaler Ebene.

Cluster 3: Herausforderungen von Blended Counseling

In diesem Cluster und seinen Unterkategorien wurden medienbedingt-technische, beratungsfachliche und allfällige weiter benannte Herausforderungen gesammelt, die von Fachkräften bei der Umsetzung von Blended Counseling-Szenarien und im Umgang mit den avisierten und/oder benutzten digitalen Medien identifiziert wurden. Die Antworten wurden aus der Perspektive der Fachkräfte entlang verschiedener Dimensionen analysiert: Dimension Klient/in, beratungsfachliche Dimension und/oder Ebene der Organisation.

Cluster 4: Zielerreichung und Impactfaktoren

Welche der in den spezifischen Blended Counseling-Szenarien angestrebten Impactfaktoren bzw. Ziele wurden von der Beratungsperson im konkreten Fall als erreicht eingeschätzt?

Diese Frage stand hier im Fokus. Bei den angegebenen Begründungen wurde in den Blick genommen, ob sie auf die Ebene Klientel, auf eine beratungsfachliche oder auf eine organisationale Dimension verweisen.

Cluster 5: Gelingensfaktoren

In diesem Cluster interessierte, welche Faktoren – gestützt auf die Erfahrung in der Erprobungsphase – aus Sicht der Fachkräfte dazu beitragen, dass Blended Counseling gelingen kann bzw. insbesondere die in den Blended Counseling-Szenarien fokussierten Ziele erreicht werden können. Diese Faktoren wurden in den folgenden Dimensionen erfasst:

Welche Faktoren tragen seitens Klientel zum Gelingen bei und für welchen Typus Klient/Klientin eignet sich Blended Counseling und/oder bestimmte Blended Counseling-Szenarien (nicht)?

Welche Faktoren tragen auf beratungsfachlicher Ebene zur gelingenden Umsetzung bei? Welche organisationalen Faktoren werden als bedeutsam eingestuft?

Cluster 6: Erste Empfehlungen

Hier interessiert, welche Empfehlungen Fachkräfte aus ihrer beratungsfachlichen Perspektive aus der Erprobungsphase ableiten: zum einen mit Blick auf die konzeptionelle Weiterentwicklung von Blended Counseling-Szenarien, zum andern in Bezug auf deren künftigen Einsatz in der Suchtberatung. Gleichzeitig werden Aussagen gebündelt, welche Empfehlungscharakter für den Einsatz von Blended Counseling allgemein im Feld der Suchtberatung haben.

7.1.3 Methodisches Vorgehen

Qualitative Analyse von Beratungsverläufen

Nach erfolgter Auswahl bzw. Zuordnung eines Falles zu einem spezifischen Blended Counseling-Szenario wurde in einer qualitativen Fallverlaufsdokumentation sukzessive jeder individuelle Fallverlauf durch die erprobende Beratungsperson anonymisiert dokumentiert. Das Dokument zur qualitativen Fallverlaufsdokumentation wurde gestützt auf die entwickelten Blended Counseling-Szenarien und die Leitfragen der Evaluation erstellt. Erfasst wurden darin alle zugehörigen Beratungskontakte im Erprobungszeitraum zwischen Mai und August 2018.

Folgende Aspekte wurden zu jedem Beratungskontakt im Fallverlauf erhoben (illustrierend dazu: Auszug aus der Vorlage zur Fallverlaufsdokumentation im Anhang E):

- Datum und Dauer des Beratungskontakts
- Gewähltes Medium bzw. Setting (Face-to-Face, Telefon, E-Mail, Messengernachricht, Userlike-Chat, App)
- Gründe für die Auswahl des Mediums
- Positive und negative Aspekte des genutzten Mediums für Beratungstätigkeit

- Technische Herausforderungen
- Skalierung der Eignung bzw. der Nützlichkeit des gewählten Mediums für das Szenario (1=ungeeignet, 7=sehr geeignet)
- Bemerkungen

Zum Abschluss der fallbezogenen Erprobungsphase (was bedeutet, dass Beratungsprozesse in der Praxis weiter andauern konnten) wurden auf dem Abschlussbogen des Erhebungsinstruments Einschätzungen der Beratungsperson zu übergeordneten Aspekten des betreffenden Blended Counseling-Szenarios eingeholt. Dabei erfasste Aspekte waren:

- Besonders positiv/negativ erlebte Medien inkl. Begründung
- Skalierung technischer Herausforderungen des Szenarios allgemein (0=keine, 7=sehr gross) inkl. Begründung
- Fallbezogene Erreichung der im Szenario avisierten Impactfaktoren inkl. Begründung
- Faktoren/Bedingungen für den effektiven Einsatz der genutzten Medien
- Gelingens-/Erfolgsfaktoren für die Realisierung der im Szenario adressierten Ziele bzw. Impactfaktoren
- Skalierung der beratungsfachlichen Herausforderung des Szenarios allgemein (0=keine Herausforderung, 7=sehr grosse Herausforderung)
- Skalierung des Mehrwerts der Erweiterung des Face-to-Face-Settings durch das jeweilige Szenario (0=kein Mehrwert, 7=sehr grosser Mehrwert)
- Indikation und Kontraindikation für Szenario: für welchen Typus Klient/in ist das Szenario (nicht) geeignet? Was sind Indikationen und Kontraindikationen?

Das Datenmaterial besteht aus 19 verschiedenen Fällen mit 106 Beratungskontakten, die von insgesamt zehn Beraterinnen und Beratern in den beiden beteiligten Suchtfachstellen dokumentiert wurden. Auf Klientenseite waren zehn Frauen und neun Männer beteiligt. Die Altersstreuung liegt zwischen 18 und 66 Jahren mit einem Durchschnittsalter von 40.5 Jahren.

Die qualitative Analyse der Beratungsverläufe wurde inhaltsanalytisch in Anlehnung an Mayring (2010) und Kuckartz (2012) ausgewertet. Die Kategorien bzw. Cluster wurden gestützt auf die vorgestellten Fragestellungen deduktiv gebildet. Die Codierung bzw. Auswertung der Beratungskontakte erfolgte mit MAXQDA und jene der übergeordneten Aspekte paper-based (dies gilt auch für die Detailanalyse der einzelnen Beratungsverläufe im Kapitel 7.2.3), jeweils anhand desselben Kategoriensystems. Ergänzend wurde geeignete Aspekte mittels deskriptiver Statistik ausgewertet.

Evaluationsworkshop

Als weitere Datenquelle für die Evaluation wurde der Evaluationsworkshop im September 2018 mit den erprobenden Praxisfachkräften genutzt. Es nahmen seitens Praxisinstitutionen acht (von zehn) erprobenden und vier potentiell erprobende (von acht) Beratungsfachkräften teil sowie eine Fachkraft aus der Administration, welche mit dem Live-Chat von Userlike gearbeitet hatte. Die Workshop-Dokumentation wurde ebenfalls entlang des Kategorien- und Kodierungssystems inhaltsanalytisch ausgewertet. Dabei lag der Fokus des Evaluationsworkshops auf Erkenntnissen zu den Fragestellungen der Cluster 5 und 6.

7.2 Darstellung der Ergebnisse

Ausgehend von der Darlegung der Anzahl dokumentierter Fälle je erprobtes Szenario fokussiert die folgende Ergebnisdarstellung in den ersten beiden Unterkapiteln die genutzten Kommunikationskanäle im Beratungsverlauf und die Nutzungsmotive zur Wahl der verschiedenen Medien bzw. kommunikativen Settings aus Fachkräftesicht. Im Anschluss wird – ebenso mit Blick auf Cluster 1 des Kategorien- und Kodierungssystems – die Kombination von Medien bzw. von kommunikativen Settings im Fallverlauf näher analysiert. Dabei wird Aufschluss über Motive für den Wechsel zwischen kommunikativen Settings gegeben und die konkreten Fallverläufe rücken in den Fokus der Aufmerksamkeit. Im abschliessenden Teilkapitel (7.2.4) werden die zentralen Ergebnisse zu den Fragen aus den Clustern zwei bis fünf dargestellt.

7.2.1 Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle im Beratungsverlauf

Die Analyse der Fallverlaufsdokumentationen zeigt auf, dass während der Erprobungsphase verschiedene Medien von Fachkräften in der Beratung eingesetzt und kombiniert wurden. Dabei wurden das Telefon und die E-Mail für einen Beratungskontakt häufig und der Messenger und eine App jeweils in nur einem Fall verwendet.

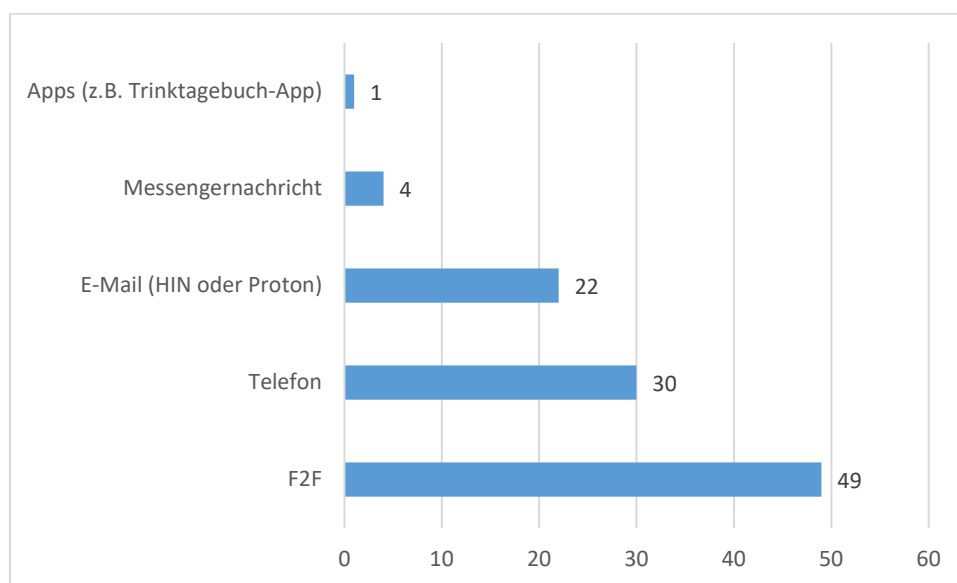


Abbildung 19: Anzahl Beratungskontakte nach kommunikativen Settings

Das Szenario «Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten» wurde von den Fachkräften am häufigsten für die Beschreibung eines Fallverlaufs gewählt. Bei den Fallanalysen wurde deutlich, dass das Szenario «Krisenbegleitung / Krisenintervention» bei einer längerfristigen Beratung nicht als eigenständiges Szenario dient, sondern oft ein Bestandteil im Szenario «Beratung von temporär Anwesenden Klientinnen und Klienten» darstellte.

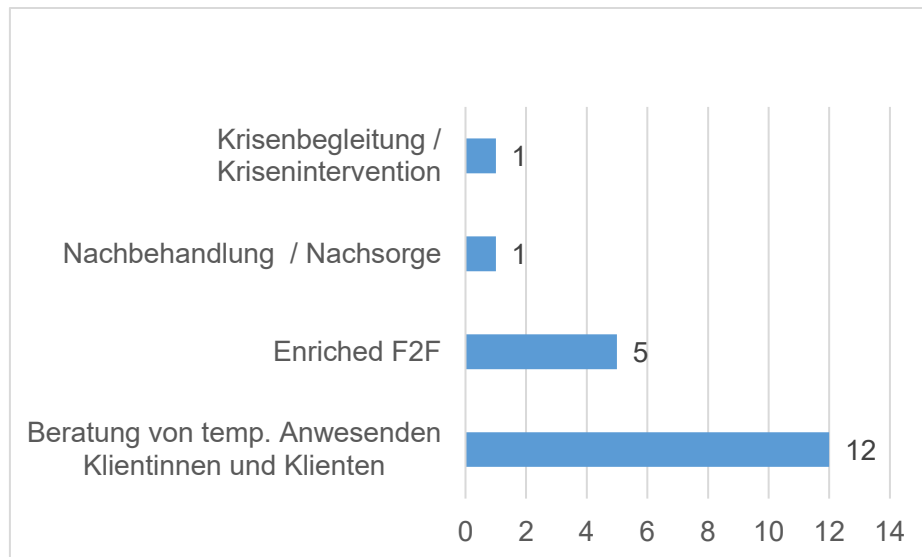


Abbildung 20: Ausgewählte Szenarien

Zum Szenario «Enriched Face-to-Face» ist anzumerken, dass der Begriff von den Fachkräften unterschiedlich interpretiert wurde. Teilweise ($n=4$) wurde «Enriched Face-to-Face» nicht (nur) wie im beschriebenen Szenario (vgl. Anhang C) als Beratungskontakt mit der Verwendung einer Applikation als Anreicherung des Face-to-Face-Kontaktes verstanden (ergänzende Erläuterungen vgl. Kapitel 7.2.4).

7.2.2 Nutzungsmotive für die Wahl einzelner Medien aus Sicht der Fachkräfte

Als zentrales Ergebnis der Evaluation wird in den Falldokumentationen deutlich, dass ergänzende Beratungskontakte über Telefon, E-Mail und Messenger dazu führen, dass im Beratungsprozess mehr Kontinuität entstehen kann. Es wird beschrieben, dass Beratungskontakte per Telefon, E-Mail oder per Messenger helfen können, dass der Beratungsprozess eher aufrechterhalten bleibt als bei Beratungen, die ausschliesslich Face-to-Face durchgeführt werden. Ein weiteres Motiv für den Wechsel im Beratungsprozess auf einen mediengestützten Kommunikationskanal, ist wie im Szenario «Beratung von temporär Anwesenden Klientinnen und Klienten» beschrieben, eine eingeschränkte Mobilität der Klientinnen und Klienten. Es kommt oft vor, dass aus gesundheitlichen Gründen ein Face-to-Face-Termin nicht wahrgenommen werden kann, weshalb dann stattdessen ein E-Mail- oder Telefonkontakt stattfindet. Dazu gehören auch Gründe von Seiten der Klientinnen und Klienten wie "viel zu tun" bei der Arbeit oder Ferienabwesenheiten.

Der meist genannte Beweggrund für einen Beratungskontakt über E-Mail ist, dass die Klientinnen und Klienten ihrer Fachkraft zwischen Face-to-Face-Beratungen über ihr aktuelles Befinden Feedback geben können. Interessanterweise wurde dieser Aspekt bei dem Telefonkontakten weniger hervorgehoben. Die Ergebnisse zeigen eine Tendenz auf, dass ein Telefonkontakt ähnlich eines Face-to-Face-Kontaktes verläuft, während eine E-Mail eher für einen kurzen Informationsaustausch verwendet wird. Bei den E-Mailkontakten zeigt sich, dass das Schreiben für die Klientinnen und Klienten als Instrument für eine Selbstreflexion dient und in belastenden Situationen eine Entlastung bringen kann. Folgender MAXQDA-Auszug zeigt die paraphrasierten Codes der Kategorie Nutzungsmotive für einen Beratungskontakt per Mail. Die Linienstärke bezieht sich auf die Anzahl Nennungen in den Fallverlaufsdokumentationen.

Nutzungsmotive für die Verwendung von E-Mail

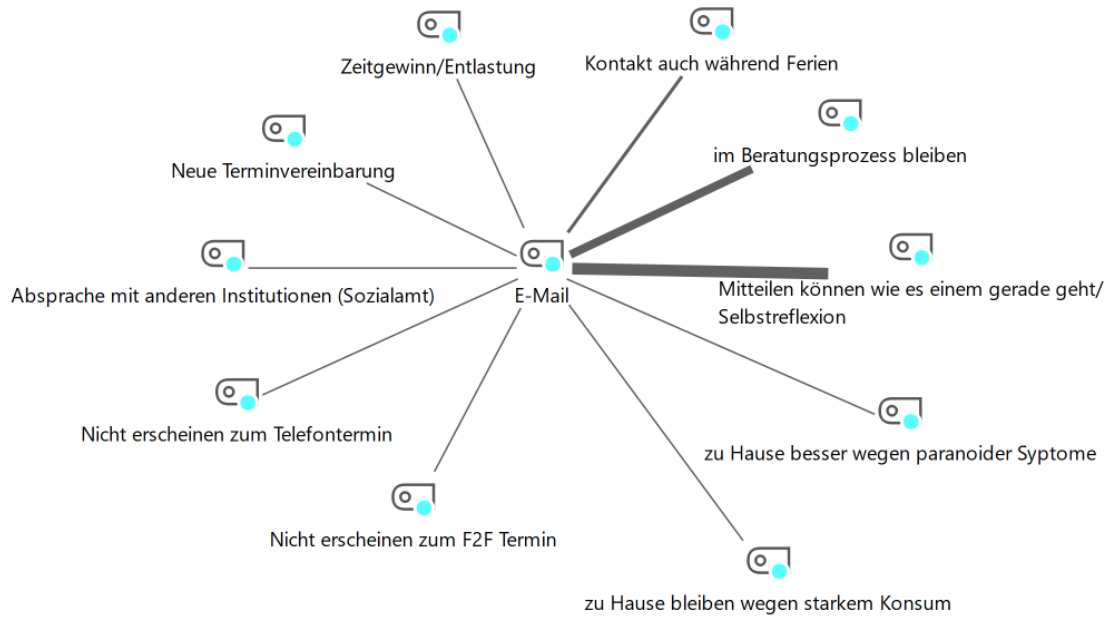


Abbildung 21: Nutzungsmotive für die Verwendung von E-Mail

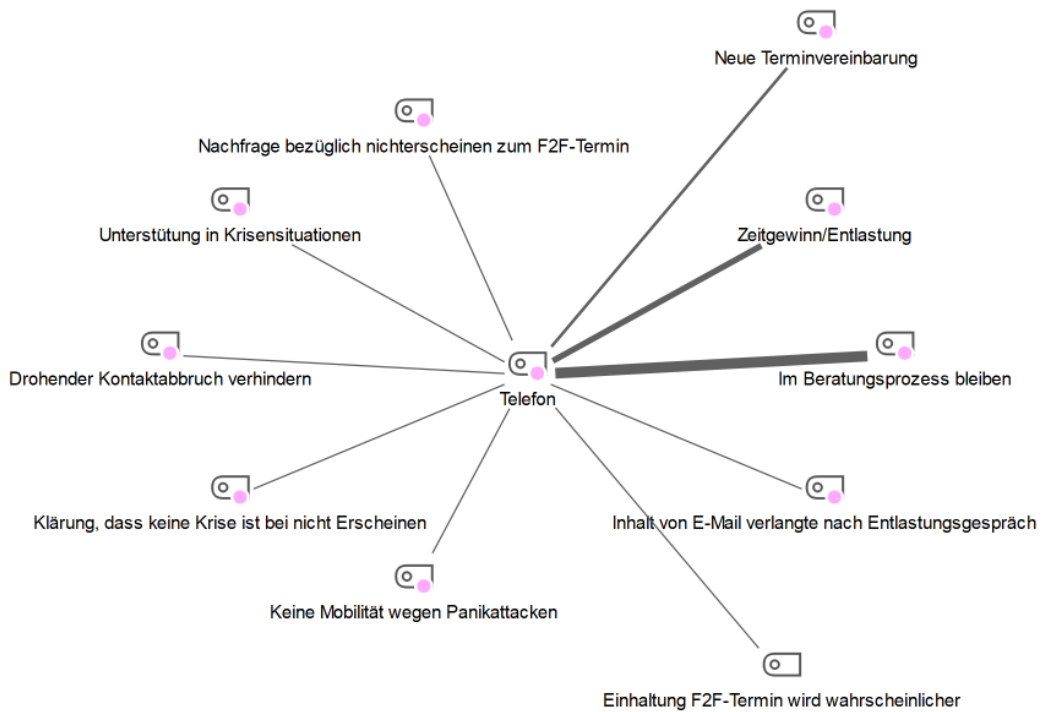


Abbildung 22: Nutzungsmotive für die Verwendung des Telefons

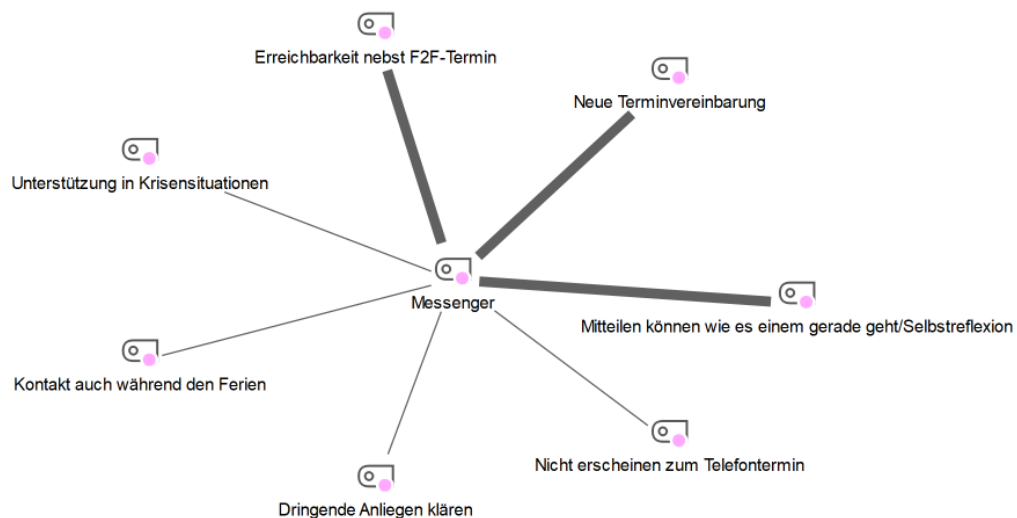


Abbildung 23: Nutzungsmotive für die Verwendung eines Messengers

Des Weiteren bestätigen die Ergebnisse, dass das individuelle Mediennutzungsverhalten der Klientinnen und Klienten einen wesentlichen Einfluss auf die Medienwahl im Beratungsprozess hat. Auch die jeweiligen Fähigkeiten von Klientinnen und Klienten in Bezug auf ihre Medienaffinität und Schreibkompetenz wurden als notwendige Voraussetzung beschrieben. In Einzelfällen musste aufgrund fehlender Kompetenzen auf eine mediengestützte Beratung verzichtet werden.

Es zeigte sich, dass ein Medienwechsel weder alleine von der Beratungsperson noch von der Klientin oder dem Klienten angestoßen wird, sondern dass dies ein komplexes Wechselspiel darstellt. Klientinnen und Klienten bestimmen insbesondere über ihre individuellen Medienpräferenzen und ihr konkretes Kommunikationsverhalten die Medienwahl und den Medienwechsel im beratungsverlauf. Zugleich gibt es auch individuelle Medienpräferenzen aufseiten der Fachkräfte, die erste Sitzungen machen. Darüber hinaus bestimmen auch Kompetenzen und Rahmenbedingungen auf beiden Seiten die Medienwahl. Wer z.B. nicht in Ruhe telefonieren kann, weicht auf eine E-Mail aus.

Die Steuerung des Beratungsprozesses liegt in der Verantwortung der Beraterin bzw. des Beraters. Insofern liegt auch die Verantwortung für die gezielte medienunterstützte Gestaltung des Beratungsprozesses bei ihnen. Auch wenn Beratende in einer Vorstudie (vgl. Hörmann 2018) betont hatten, die Medienwahl liege auf Seiten der Klientin bzw. des Klienten, so erweist sich dies in der Praxis als komplexer. Einen Medienwechsel von Beratungsseite gilt es zu veranlassen, wenn

- Klientinnen und Klienten über nicht vertrauliche Medien (wie z.B. WhatsApp oder Outlook Kontakt aufnehmen bzw. wünschen,
- wenn Klientinnen und Klienten sich in kritischen Phasen über ein Medium melden, das in diesem Moment nicht die ausreichenden beraterischen Möglichkeiten gibt um adäquat reagieren zu können (z.B. asynchrone Medien in einer Krisensituation).
Dann ist der Wechsel auf ein synchrones Medium notwendig.

Für die Mehrzahl der beratenden Personen bedeutet ein schriftlicher Beratungskontakt eine Abweichung vom gewohnten Beratungsprozess. Vereinzelt wurde dies als Herausforderung beschrieben, dazu wurde im Speziellen fehlende Übung beim Schreiben erwähnt.

Die Evaluationsergebnisse zeigen Tendenzen auf, dass bei drohendem Abbruch einzelne Klientinnen und Klienten, das Telefon nicht abnehmen, jedoch auf asynchrone Medien wie z.B. E-Mail oder eine Messenger-Nachricht reagieren. Auch zeigen die Ergebnisse auf, dass als ergänzende Kommunikationskanäle zu Face-to-Face, Klientinnen und Klienten das Telefon, andere das E-Mail wählen, und wiederum andere offen sind für die Kombination von bis zu drei kommunikativen Settings im Beratungsprozess.

In einer Fallanalyse wird aufgezeigt, dass der Messenger dazu dienen kann, in einer Krisensituation dringende Anliegen rasch zu klären. Im Gegensatz dazu wird beschrieben, dass eine Face-to-Face-Beratung für nicht akute Situationen gewählt wird (vgl. dazu auch Punkt 7.2.3). Dazu gehören auch Mehrpersonengespräche, die in Rahmen des Projektes nicht mediengestützt durchgeführt wurden. Die Face-to-Face-Beratung wurde zudem dann präferiert, wenn Zielvereinbarungen besprochen wurden. Face-to-Face-Kontakte dienen den Beraterinnen und Beratern in den Suchtfachstellen auch dazu, sich einen Eindruck über den Gesundheitszustand der Klientin oder des Klienten zu verschaffen und die Beziehung zueinander zu stärken.

Aus Sicht der erprobenden Fachkräfte wurde der gezielte und auch legitimierte Einsatz von Blended Counseling als sehr positiv erlebt. E-Mail- und Telefonkontakte bieten aus Sicht der erprobenden Fachkräfte einen Gewinn für die Klientinnen und Klienten und können bei hoher Auslastung durch Face-to-Face-Termine die beratende Person entlasten. Die beratende Person muss die Medienaffinität und die Schreibkompetenz der Klientin bzw. des Klienten einschätzen lernen, um dann zu entscheiden, ob und in welcher Form Blended Counseling erfolgreich umgesetzt werden kann. Ein Lösungsansatz um die bisher fehlenden Erfahrungswerte bei der Verwendung von Blended Counseling auszugleichen, könnte nach Einschätzung der Fachkräfte darin liegen, bei Fallbesprechungen vorliegende Beratungskontakte per E-Mail vor einer Antwort kollegial vertieft zu besprechen.

Eine Herausforderung im Blended Counseling-Prozess stellen komplexe Installationsprozesse der Tools dar. Je nach Affinität der Klientinnen und Klienten einerseits und Medienkompetenz der Beratenden andererseits können technische Hürden den Einsatz digitaler Medien erschweren oder verhindern (vgl. dazu auch Kapitel 4).

Die qualitative Fallanalyse konnte aufzeigen, dass Blended Counseling von den an der Evaluation beteiligten Fachkräften begrüsst und insgesamt positiv bewertet wurde.

7.2.3 Kombination von Medien bzw. Settings im Fallverlauf

Analysiert man die neunzehn Fälle etwas näher, so zeigt sich, dass zwischen elf Beratungskontakten und einem Beratungskontakt dokumentiert wurden, im Schnitt wurden sechs Beratungskontakte dokumentiert (vgl. dazu auch die visualisierte Darstellung der einzelnen Fallverläufe in Anhang E).

Fallnr.	Anzahl dokumentierte Kontakte gesamt	Anzahl BK F2F	Anzahl BK F2F incl App	Anzahl BK Tel.	Anzahl BK Mail	Anzahl BK Mess.	Anzahl verschiedene kommunikative Settings	Szenario	Alter KL
1	8	5	0	3	0	0	2	2	m 18
2	6	2	0	0	0	4	2	2	w 45
3	9	4	0	4	1	0	3	2	w 48
4	1	0	0	1	0	0	1	2	w 63
5	11	4	0	0	7	0	2	2	w 40
6	3	1	0	0	2	0	2	2	m 48
7	8	3	0	1	4	0	3	2	m 62
8	6	2	0	4	0	0	2	2	w 41
9	1	0	0	0	1	0	1	2	w 47
10	4	1	0	2	1	0	3	2	m 40
11	5	3	0	2	0	0	2	2	m 66
12	6	2	0	4	0	0	2	2	m 26
13	5	3	0	2	0	0	2	4	m 28
14	5	1	0	3	1	0	3	7	w 44
15	4	3	1	0	0	0	1	8	m 34
16	2	2	0	0	0	0	1		w 28
17	7	4	0	2	1	0	3		w 43
18	11	6	0	2	3	0	3		m 30
19	4	3	0	0	1	0	2		w 36
	106	49	1	30	22	4			

Abbildung 24: Die Fallverläufe im Überblick

In sechs Fällen wurden insgesamt drei verschiedene kommunikative Settings verwendet, d.h. neben dem Face-to-Face-Gespräch (Face-to-Face) wurden noch zwei weitere Kommunikationskanäle in den Beratungsprozess einbezogen. In neun dokumentierten Fällen wurden zwei verschiedene kommunikative Settings genutzt, d.h. neben dem Face-to-Face-Kontakt wurde ein weiterer Kommunikationskanal verwendet.

In drei Fällen wurde nur ein kommunikatives Setting verwendet, nämlich das Face-to-Face-Gespräch (F9, F16) bzw. eine telefonische Beratung (F4). Diese Fälle können nicht als Blended Counseling verstanden werden, da die Kombination verschiedener kommunikativer Settings nicht gelang. Sie sind jedoch für die Evaluation von Bedeutung, insbesondere im Hinblick auf die Gründe, weshalb der Einbezug weiterer kommunikativer Settings, der von den Beratenden geplant war, nicht realisiert werden konnte.

In einem Fall (F15) wurden die F2F-Gespräche teilweise durch den Einbezug einer App im Sinne eines Enriched F2F-Counseling ergänzt (vgl. dazu die Ausführungen in Kapitel 7.2.4).

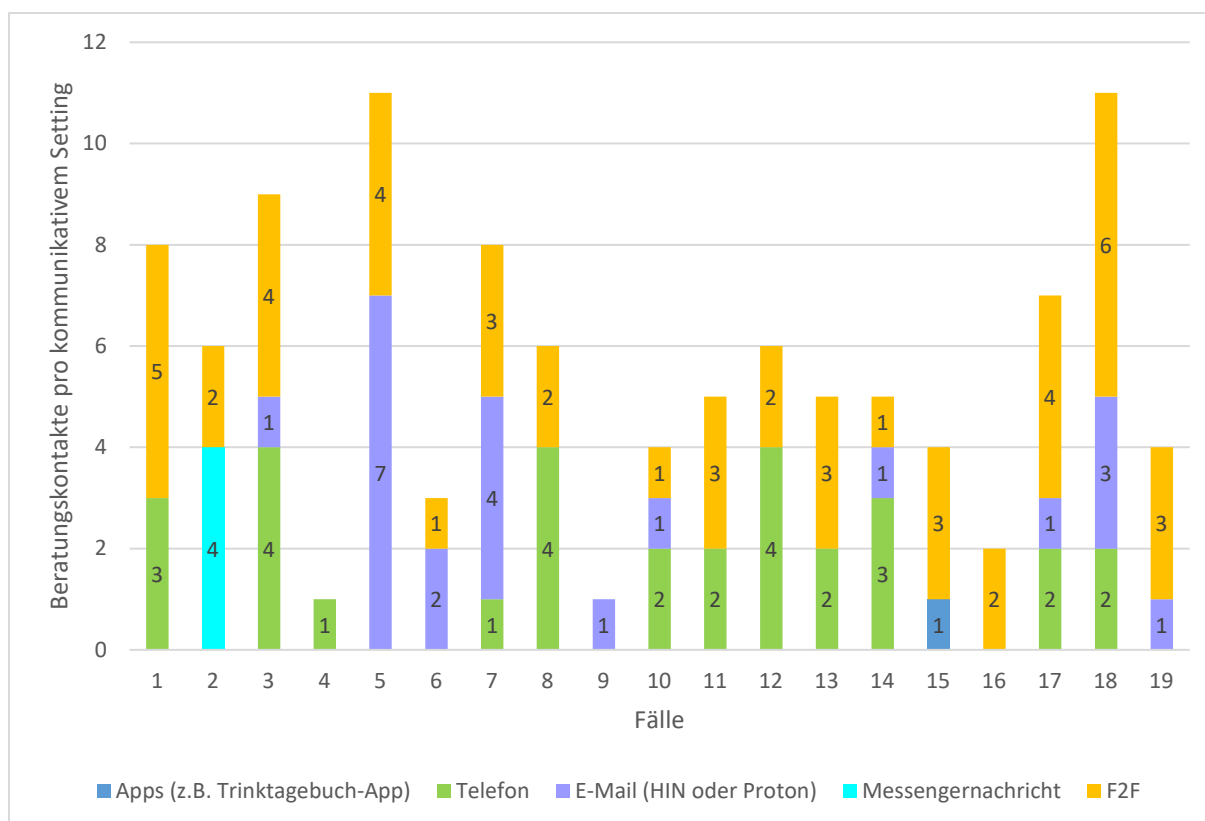


Abbildung 25: Medienkombinationen und Beratungskontakte pro Fall im Überblick

- In fünf Fällen wurden im Beratungsverlauf die Face-to-Face-Gespräche durch telefonische Beratungskontakte ergänzt (F1, F8, F11, F12, F13).
- In drei Fällen wurden die Face-to-Face-Gespräch durch beraterische E-Mailkontakte ergänzt.
- In einem Fall wurde das Face-to-Face-Gespräch im Beratungsverlauf mit mehreren Messenger-Kontakten kombiniert.
- In einem Fall wurde in das Face-to-Face-Gespräch eine App einbezogen.
- In allen sechs Fällen, bei denen drei verschiedenen kommunikative Settings verwendet wurden, kombinierten die Beratenden die Face-to-Face-Gespräche mit telefonischen Beratungskontakten und schriftlichen Beratungen per Mail (F3, F7, F10, F14, F17, F18).

Mit Blick auf die Fälle, die nicht als Blended Counseling gewertet werden können, zeigen sich folgende kommunikativen Settings:

- In der Falldokumentation F16 sind zwei Face-to-Face-Kontakte dokumentiert. Vorgesehen war zusätzlich die Nutzung von Telefon und Threema. Die Klientin zeigte sich offen und interessiert an der Kontaktmöglichkeit über Threema. Es kam jedoch aufgrund eines psychotischen Schubs der Klientin nicht zur Installation des Tools und zudem erachtete die Beraterin einen Medienwechsel in dieser Situation als nicht sinnvoll. Im Hinblick auf den geplanten Einsatz des Telefons in der Beratung wurden keine Aussagen gemacht.
- In der Falldokumentation F9 wurde ein Beratungskontakt dokumentiert, der per Mail durchgeführt wurde. Dieser war Bestandteil eines bereits länger laufenden Beratungsprozesses, der jedoch nicht dokumentiert wurde. In der Falldokumentation F4 wurde ein Telefonkontakt dokumentiert, wenngleich die Beratungsperson auch bilanzierende Face-to-Face-Gespräche erwähnte. Insofern kann in diesen beiden Fällen das «fehlende» Blended Counseling auf Lücken in der Falldokumentation zurückgeführt werden.

Insgesamt bauten 16 von insgesamt 19 dokumentierten Fallverläufen auf einem Beratungsprozess auf, der bereits vor dem dokumentierten Zeitraum begonnen hatte. Demzufolge war

bereits eine Beratungsbeziehung vorhanden, als der Klientin bzw. dem Klienten die Möglichkeit unterbreitet wurde, zusätzlich digitale Medien in den Beratungsprozess einzubeziehen.

Dies bedeutet für die Beraterin bzw. den Berater, dass im anderen Fall, wenn die Möglichkeit eines Blended Counseling zu Beginn eines neuen Beratungsprozesses angeboten wird, es gilt, dies sorgsam im Erst- oder Zweitgespräch einzuführen (vgl. Handlungsempfehlungen in Anhang A, Empfehlungen zum Erstgespräch).

Im nun folgenden Abschnitt werden einige der Fallverläufe einzelfallbezogen im Hinblick auf die verwendeten Kombinationen betrachtet, da dies wichtige Hinweise für die Realisierung von Blended Counseling in der Suchtberatung geben kann.

Die Kombination von Face-to-Face-Gesprächen und Threema

Im hier dokumentierten Fallverlauf gelang es Threema in den Beratungsprozess zu integrieren. Dies ist insbesondere deshalb bemerkenswert, als es in einigen anderen Fallverläufen (aus verschiedenen Gründen) nicht gelang den Messenger einzubeziehen.

Fall 2 Ausschnitt aus einem seit mehreren Jahren laufenden Prozess						
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	Messenger	Messenger	F2F	Messenger	Messenger
Dauer	60'	2'	15'	120'	10'	30'
Häufigkeit Textnachr.		2	8		2	2
Abstand zwischen BK	Start ----- 36 Tage ----- 4 Tage ----- 3 Tage ----- 6 Tage ----- 5 Tage					

Abbildung 26: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von Threema

Dokumentiert wurde ein Zeitraum von knapp zwei Monaten aus einem bereits seit mehreren Jahren laufenden Beratungsprozess. Die Klientin leidet in Folge eines Unfalls unter teils massiven körperlichen und psychischen Folgen, was immer wieder zu akuten Krisensituationen führt. Sie ist aus gesundheitlichen Gründen oft nicht in der Lage, Face-to-Face-Termine wahrzunehmen, zudem ist die Beraterin nur an zwei Tagen für Vor-Ort-Gespräche verfügbar. Weil die Beraterin eine wichtige Vertrauensperson ist, erhielt die Klientin in Absprache mit der behandelnden Psychiaterin während einer längeren suizidalen Phase das Angebot in krisenhaften Phasen via Messenger Kontakt mit der Beraterin aufnehmen zu können.

Von der Beratungsperson war eine Kombination von Face-to-Face mit Telefon und Messenger vorgesehen. Beim fünften dokumentierten Beratungskontakt bat die Klientin über Messenger um eine telefonische Kontaktaufnahme durch die Beraterin, was jedoch aufgrund der Nichterreichbarkeit der Klientin nicht realisiert werden konnte. Eine weitere Nachfrage per Messenger ermöglichte es der Beraterin den Kontakt trotzdem aufrecht zu erhalten und mehr über den aktuellen Zustand der Klientin zu erfahren.

Im Mittelpunkt dieses Fallverlaufs standen zum einen die Schwierigkeit der Klientin Vor-Ort-Termine wahrzunehmen und zum anderen die Notwendigkeit der Erreichbarkeit einer vertrauten Person in einer Krisensituation.

In mehreren Fallverläufen war der Einsatz von Threema vorgesehen, konnte jedoch aus unterschiedlichen Gründen nicht realisiert werden. Dies waren teilweise Gründe auf Seiten der Klientin bzw. des Klienten wie kognitive Einschränkungen, akute Verschlechterungen des Gesundheitszustands, teilweise auch Gründe auf Seiten der Beratungsperson wie fehlende Sicherheit im Umgang mit dem Tool (vgl. dazu auch die Ausführungen unter Pkt. 7.2.4).

Die Kombination von Face-to-Face-Gesprächen und E-Mail

Mailkontakte ermöglichen über die Asynchronität, dass der Klient bzw. die Klientin zu jeder Tages- und Nachtzeit ein Anliegen, eine Frage oder eine aktuelle Situationsbeschreibung deponieren kann. Hier ist wesentlich, dass zu Beginn des Blended Counseling-Prozesses geklärt wird, in welchem Zeitraum mit einer Antwort gerechnet werden kann.

Die vorliegenden Fallverläufe in denen die Face-to-Face-Beratungen ausschliesslich um E-Mail-Kontakte ergänzt wurden (F5, F6, F12, F19), zeigen in der Dokumentation, dass die Kombination eines synchronen mit einem asynchronen Kommunikationskanal beiden Seiten mehr Flexibilität verschaffte und zugleich von den technischen und beratungsfachlichen Herausforderungen gut zu handhaben war. Entscheidend ist dabei, dass die Klientin bzw. der Klient motiviert werden kann, eine gesicherte Mailverbindung zu nutzen und dazu – ggf. mit Unterstützung der Beratungsperson – ein Tool (ProtonMail) bzw. einen Zugang zur Plattform (HIN) zu installieren.

Fall 5											
Nr. Beratungskontakt (BK)	19 dokumentierte Beratungskontakte vor dem Erprobungszeitraum		1	2	3	4	5	6	7	8	9
kommunikatives Setting	F2F 11x	Mail 8x	F2F	Mail	F2F	Mail	F2F	Mail	Mail	Mail	Mail
Dauer	Dauer der einzelnen BK wurde nicht dokumentiert									mehrere Mailkontakte	
Abstand zw. BK	ca. 7 Monate		Start - 15 Tage - 1 Tag - 8 Tage - 4 Tage - 1 Tag --- 2 Tage -- 4 Tage --- 3 Tage								

Abbildung 27: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von ProtonMail

In diesem Fallverlauf wurden schon vor dem Start der Erprobungsphase E-Mail-Kontakte in den Beratungsprozess integriert, allerdings nutzte die Klientin einen unverschlüsselten E-Mail-Account. Die Umstellung auf ProtonMail, welche im 3. Beratungskontakt (bezogen auf die Erprobungsphase) erfolgte, verlief problemlos. Direkt im Anschluss an die Info durch die Beratungsperson konnte das Tool entsprechend heruntergeladen werden. Im weiteren Prozessverlauf wünschte die Klientin einen (vorübergehenden) vollständigen Umstieg der Beratung auf E-Mail-Kontakte, ohne dafür explizite Gründe anzugeben («private Gründe»). Die Beratungsperson folgte diesem Wunsch, schätzte allerdings bei BK 8 den Kommunikationskanal E-Mail aus beratungsfachlicher Sicht als nur noch begrenzt sinnvoll ein. Hier wird deutlich, dass die Steuerung des Medienwechsels in einem Zusammenspiel von Wünschen oder Entscheidungen des Klienten bzw. der Klientin und beratungsfachlichen Erwägungen erfolgt. Gegen Ende des dokumentierten Zeitraums deutete sich an, dass die Beratungsperson zeitnah vorschlagen wird, wieder in den Face-to-Face-Kontakt zu wechseln.

Im Fallverlauf F12 erfolgte der Umstieg auf die Beratung per E-Mail als der Klient nicht zum vereinbarten Face-to-Face-Termin erschien. Trotz einer akuten Krise und der Aussage des Klienten die Beratung abbrechen zu wollen, gelang es der Beratungsperson über E-Mail in Kontakt zu bleiben und so eine Fortführung des Beratungsprozesses zu erreichen. In diesem Fall erhöhte zudem die Nutzung eines verschlüsselten E-Mail-Tools (ProtonMail) das Vertrauen des Klienten in die Sicherheit und Vertraulichkeit dieser Beratungsform, was ihm eine Fortführung der Kommunikation ermöglichte.

Im Hinblick auf den Einsatz von ProtonMail und HIN-Mail liessen sich bei den dokumentierten Fallverläufen, die E-Mail einbezogen hatten, keine Unterschiede bezogen auf die technischen Herausforderungen feststellen.

Die Kombination von Face-to-Face-Gesprächen und Telefon

Von mehreren Beratungsfachkräften wurde diese Kombination als eine bereits vertraute Vorgehensweise beschrieben. Zugleich zeigten sich in den dokumentierten Fallverläufen einige Aspekte, die es beim Einbezug des Telefons in den Beratungsprozess zu berücksichtigen gilt.

Zu unterscheiden sind geplante Telefontermine von ungeplanten, da letztere für die Beratungspersonen nur schwer in einen eng getakteten Arbeitsalltag zu integrieren sind. In der anfänglichen Klärung mit der Klientin bzw. dem Klienten gilt es deshalb für telefonische Beratungskontakte festzulegen, wie die Erreichbarkeiten sind. Darüber hinaus gilt es «echte» Beratungskontakte per Telefon von solchen zu unterscheiden, die lediglich organisatorischen Klärungen dienen. Letzteres wird nicht als Blended Counseling verstanden. Zudem zeigte sich teilweise die Schwierigkeit, dass Klientinnen und Klienten trotz eines vereinbarten Telefontermins nicht ungestört sprechen konnten, da sie beispielsweise noch unterwegs waren.

In der Falldokumentation F11 wurde der positive Effekt beschrieben, dass der Beratungskontakt trotz der Terminabsage eines Face-to-Face-Termins stabilisiert werden konnte, da die Beratung dann telefonisch erfolgte und so eine Unterbrechung des Prozesses vermieden werden konnte.

Im nachfolgende visualisierten Fallverlauf F8 konnte über die Nutzung mehrerer telefonischer Beratungstermine ein Kontaktabbruch vermieden werden. Die Kanalwahl wurde hier stark von Seiten der Klientin gesteuert, wohingegen die Beraterin auch problematische Aspekte der Kanalwahl benannte: zum einen war die Verständlichkeit teilweise eingeschränkt (starker Akzent der Klientin, teilweise leise Sprechweise,) zum anderen befürchtete die Beraterin aus beratungsfachlicher Sicht, dass sich bei fortwährendem telefonischem Kontakt vorhandene Vermeidungsstrategien der Klientin eher verstärken könnten.

Fall 8						
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	Tel.	Tel.	Tel.	F2F
Dauer	50'	35'	45'	30'	15'	50'
Abstand zwischen BK	Start ----- 7 Tage ----- 21 Tage ----- 14 Tage ----- 13 Tage ----- 41 Tage					

Abbildung 28: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug des Telefons

Die Kombination von drei verschiedenen kommunikativen Settings im Beratungsverlauf

Im Vergleich zu den oben angeführten Kombinationen von zwei kommunikativen Settings zeigte sich die Kombination von insgesamt drei verschiedenen Kanälen im Beratungsprozess als beratungsfachlich komplex und zugleich gewinnbringend. Diese Kombination ermöglicht es dem Berater bzw. der Beraterin im Prozessverlauf die jeweiligen Vorteile zu nutzen und verschafft sowohl der Klientin bzw. dem Klienten als auch den Beratenden mehr Handlungsmöglichkeiten.

- Face-to-face-Gespräche finden in der Regel in grösseren Abständen statt und sind terminlich vereinbart
- Telefonische Beratungskontakte sind häufig geplante Kontakte, um so den zeitlichen Freiraum der Beratung zu gewährleisten. Grundsätzlich sind in diesem kommunikativen Setting auch ungeplante Kontakte denkbar, wobei es dann nicht gewährleistet ist, dass tatsächlich ein Beratungsgespräch stattfinden kann, da dies von den zeitlichen Kapazitäten der Beratungsfachkraft abhängig ist, und dies dann eher für eine Terminvereinbarung genutzt wird und insofern nicht als Beratungskontakt gewertet werden kann.

- Der Kontakt per E-Mail ergänzt als asynchrones Medium die beiden synchronen Kanäle.

Fall 3									
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	F2F	F2F	Mail	Tel.	Tel.	F2F	Tel.
Dauer	50'	30'	50'	50'	30'	30'	30'	50'	30'
Abstand zw. BK	Start --- 6 Tage --- 14 Tage --- 8 Tage --- 13 Tage --- 1 Tag --- 1 Tag --- 4 Tage --- 3 Tage								

Abbildung 29: Blended Counseling-Fallverlauf unter Einbezug von Telefon und E-Mail

Im Fallverlauf F3 war zunächst ein Mailkontakt nicht vorgesehen, der Schwerpunkt lag auf dem Einbezug des Telefons. Die Klientin meldete sich jedoch kurzfristig über E-Mail und die Beraterin schätzte es als sehr geeignet ein, um in bzw. nach einer Krise oder einem Rückfall der Klientin den Kontakt zu halten. Insgesamt sah diese Beraterin HIN-Mail eher kritisch: «Bezüglich Mail (HIN) stelle ich mir die komplizierte Verschlüsselung als Hürde auf Klientenseite vor» (F3, techn. Herausforderungen).

Zugleich wurde bei der Kombination von drei kommunikativen Settings auf die Herausforderungen für die Beratungsperson hingewiesen:

«Ich schätze die Herausforderungen [bezogen auf das Telefon] sehr hoch ein. Ich muss meine Qualifikation auf das jeweilige Medium einstellen und 'justieren'. Bestimmte für mich häufig zum Einsatz kommende Methoden (Arbeit mit Gegenständen u.a.) kommen am Telefon nicht zum Einsatz. Dafür habe ich mich nur schon am Telefon klar aufgefordert gefühlt, sehr gut zu strukturieren und zu fokussieren. Diese 'Beweglichkeit' sehe ich als eine grosse und wichtige Herausforderung. Die anderen Medien gilt es, mir anzueignen» (F3, beratungsfachliche Herausforderungen)»

Im Fallverlauf F7 lag der Schwerpunkt auf der Integration des E-Mailkontaktes, wohingegen das Telefon nur einmal im dokumentierten Zeitraum verwendet wurde. Betont wurden deshalb vor allem die Vorteile des asynchronen Kontaktes:

«Neben dem Face-to-Face-Kontakt, bei dem sämtliche Wahrnehmungskanäle zum Zug kommen war die klare Absprache zu regelmässigem Mailkontakt und der Mailkontakt selber ein sehr hilfreiches Instrument. Es ermöglichte eine grössere Verbindlichkeit der Zusammenarbeit und regte den Klienten an, 1. im Kontakt mit den Themen der Therapie zu bleiben und 2. die Selbstreflexion weiterzuführen. (...). In der vom Klienten geplanten zweimonatigen Abwesenheit konnte der Kontakt aufrechterhalten und stabilisiert werden. Eine Intensivierung entstand durch die Vereinbarung, aus dem Alltag zu berichten und auch schwierige Erfahrungen mitzuteilen» (F7 / Bilanz).

Im Fallverlauf F18 wird mit Blick auf die Abstände zwischen den Beratungskontakten die Intensivierung des Beratungsprozesses deutlich. Anlass war die Vereinbarung, dass der Klient mögliche auftretende Probleme im Alltag zeitnah kommunizieren kann und eine schnelle Rückmeldung dazu erhält. Telefon und Mail wurden gezielt eingesetzt, um dies gewährleisten zu können. Zudem wurde E-Mail dazu genutzt die Selbstbeobachtungen des Klienten nach einer Face-to-Face-Beratung oder Reflexionen im Hinblick auf vereinbarte Veränderungsziele zu dokumentieren und mitzuteilen.

Fall 18											
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
kommunikatives Setting	Tel.	Mail	F2F	F2F	Mail	F2F	Mail	F2F	F2F	Tel.	F2F
Dauer	15'	k.A.	60'	60'	10'	60'	15'	55'	60'	30'	70'
Abstand zwischen BK	4 Tage -- am selben Tag -- 3 Tage --- 6 Tage ----- 7 Tage ----- 11 Tage ---- 2 Tage ---- 29 Tage ---5 Tage ----- 22 Tage										

Abbildung 30: Intensivierung der Beratung im Blended Counseling-Fallverlauf

Die Beispiele zeigen exemplarisch, dass Chancen und Herausforderungen im Blended Counseling eng beieinanderliegen. Dies und weitere Aspekte werden im nachfolgenden Teilkapitel unter einer bilanzierenden Perspektive betrachtet.

7.2.4 Zentrale Erkenntnisse zu bilanzierenden Fragen

Allgemeiner Nutzen von Blended Counseling

Die Fachkräfte beurteilten zum Abschluss der Erprobungsphase, gestützt auf ihre gesammelten Erfahrungen, aus beraterischer Sicht den allgemeinen Nutzen bzw. allgemeine Vorteile der Erweiterung des Face-to-Face-Settings durch die verschiedenen Szenarien. Dies wurde in der qualitativen Fallverlaufsdokumentation als «beraterischer Mehrwert» von Blended Counseling bezeichnet.

Für die Klientinnen und Klienten sahen sie szenarienübergreifend den Mehrwert einer erhöhten Reaktionsfähigkeit per Mail oder Kurznachrichten und der unverbindlichen, flexiblen Kontaktmöglichkeit. Zudem wurden die erhöhten Wahlmöglichkeiten und das bedürfnisgerechte Angebot als bereichernd erlebt. Die mediengestützte Beratung wurde von gewissen Fachkräften als ohne viel Aufwand leistbar bezeichnet. Bezüglich des Mediums E-Mail wurde vereinzelt hervorgehoben, dass das zeitlich flexible Schreiben, Denken, Nachfragen und Rückgriff nehmen einen intensivierten inneren Denkprozess ermögliche. Eine gewisse Verarbeitung finde bereits beim Denken und Schreiben statt: Klientinnen und Klienten blieben mit sich, ihren Themen und der Beratungsperson in Kontakt. Zudem könne mit zunehmender Vertrautheit mit dem Medium E-Mail auch eine allfällige Hürde im schriftlichen Ausdruck überwunden werden, so eine Einschätzung. Beim App ARUD wurde zudem das Potential erwähnt, die Selbstreflexion zu Verhaltensmustern zu unterstützen.

Auf beratungsfachlicher Ebene wurde – insbesondere im Szenario «Temporär anwesende Klientinnen und Klienten» – ein Mehrwert von Blended Counseling dahingehend benannt, dass vielfältigere Möglichkeiten bestehen (durch flexiblen Medieneinbezug), eine schnellere Krisenintervention erfolgt (dank tageszeit- und ortsunabhängiger und flexibler Kontaktmöglichkeit) und «neue Segmente» von Klientinnen und Klienten adressierbar werden. Durch Blended Counseling entstünde ein bedarfsgerechtes Angebot, welches eine Stabilisierung der Beratungsbeziehung (wo sonst vielleicht Kontaktabbruch drohen würde), eine Intensivierung des Beratungsprozesses (z.B. durch Mailvereinbarungen) wie auch eine erhöhte Beratungsstringenz ermögliche und Menschen in ihrer Lebenswelt abhole. Der Mehrwert des Szenarios «Nachsorge» wurde von der erprobenden Person darin begründet, dass es Hilfe bei angepasstem, reduziertem Beratungsbedarf bietet. Währenddessen wurde beim Szenario «Krisenintervention» die engmaschigere Krisenbegleitung dank Textmessages als Begründung genannt, die zum Mehrwert beiträgt. Im Szenario «Enriched Face-to-Face» wurde der Mehrwert darin begründet, dass die Kombination von App ARUD und E-Mail einen Resultataustausch sowie Rückmeldungen erlaube, was eine enge Prozessbegleitung ermögliche. Zudem unterstütze die E-Mailnutzung die Motivationsarbeit und trage so zur Intensivierung des Beratungsprozesses und zur Förderung der Beratungsbeziehung bei.

Auf einer Skala von 0 (kein Mehrwert) bis 7 (sehr grosser Mehrwert) wurden die verschiedenen Szenarien von der dokumentierenden Fachkraft zwischen 3 und 7 eingestuft, mit einer Tendenz zum höheren Bereich. Aufgrund der teils sehr kleinen Fallzahlen ist die Aussagekraft dieser Skalierung allerdings begrenzt. Im Detail sahen die Skalierungen so aus:

Erfolgte Zuordnung Szenario	Skalierungen
Beratung von temporär anwesenden Klienten / Klientinnen (n=12)	7 (n=7) – 6 – 5 – 4 – keine Angabe (n=2) (Arithmetischer Mittelwert: 6.4)
Krisenintervention (n=1)	5
Nachsorge/-behandlung (n=1)	5
Enriched Face-to-Face (n=5, im engen Sinne des Szenarios: n=1)	6 (n=3, darunter der Fall i.e.S. des Szenarios) – 5 – 3 (Arithmetischer Mittelwert: 5.2)

Abbildung 31: Skalierung des beraterischen Mehrwerts von Blended Counseling

Bezüglich der Fallzahl (n=5) beim Szenario «Enriched Face-to-Face» ist erläuternd anzumerken, dass nur einer der fünf Fälle, die von den Fachkräften diesem Szenario zugeordnet wurden, der Kernidee des Szenarios entspricht (vgl. dazu die näheren Erläuterungen im Folgeabschnitt «Einschätzung zur fallbezogenen Zielerreichung...»). Die Fragestellung hier adressierte jedoch den Nutzen allgemein, den die Fachkraft diesem Szenario gestützt auf die Projekterkenntnisse zuschreibt, beschränkt sich also nicht auf den konkreten Fall. Es darf davon ausgegangen werden, dass den Fachkräften der Einbezug einer App wie dem Konsumtagebuch in die Face-to-Face-Beratung als Idee des Szenarios durchaus bekannt war, jedoch mangels Trennschärfe und passender Alternativszenarien diese vier Fälle dennoch hier einsortiert wurden.

Herausforderungen bei der Realisierung von Blended Counseling

Aus den bilanzierenden Einschätzungen geht hervor, dass auf Ebene der Klientinnen und Klienten szenarienübergreifend als Herausforderung gesehen wurde, wenn das Gegenüber mit Computer und/oder Apps nicht vertraut ist oder nicht bereit, für die Beratung extra separate Anwendungen zu nutzen. Auch das Einhalten von Vereinbarungen wurde als Herausforderung benannt. Einige Herausforderungen kamen medienspezifisch zum Tragen: bei Threema waren für gewisse Personen die Installation und/oder der Zahlprozess noch zu kompliziert. Bei E-Mail stellten Scheu, fehlende schriftliche Ausdrucksfähigkeit und mangelnde Sprachkenntnisse Hürden dar. Sowohl bei HIN-Mail wie bei ProtonMail wurde die Einrichtung des Zugangs teils als herausfordernd für Klientinnen/Klienten erlebt, während die Nutzung im Anschluss – auch bei Threema – leichtfiel (abgesehen vom englischsprachigen Support bei ProtonMail). Beim Telefonat wurde durch die Vertrautheit des Mediums die Herausforderung gering erlebt, abgesehen von der Erreichbarkeit der Beratungsperson.

Auf beratungsfachlicher Dimension wurde als anspruchsvoll konstatiert, schriftbasierte Beratung effektiv zu formulieren: es wurde als wichtig erachtet, behutsam, klar verständlich und korrekt zu formulieren sowie den individuellen sprachlichen Ausdruck des Gegenübers zu verstehen. Als Herausforderung wurde bezeichnet, differenzierte Mailantworten innert vereinbarter Frist zu verfassen und dies in der alltäglichen Arbeitsplanung unterzubringen. Als beraterisch herausfordernd stellte sich zudem heraus, beweglich die eigenen Qualifikationen und Methoden auf das jeweilige Medium einzustellen, was durch eine allfällige fehlende eigene Vertrautheit mit gewissen Medien bzw. Apps erschwert wird. Während das Telefon zwar leicht in der Handhabung ist, wurde hier doch auf das notwendige Feingefühl für Wortwahl

und Paralinguistisches hingewiesen und die teils nicht gegebene Erreichbarkeit von Klientinnen und Klienten. Beim Medium E-Mail wurde als Nachteil gesehen, dass keine unmittelbare Verständnissicherung möglich war und auf diesem Weg Terminvereinbarungen teils träge waren.

Bei der Skalierung (0=keine, 7=sehr gross) von beratungsfachlichen und technisch-medienbedingten Herausforderungen, welche je Szenario allgemein einzustufen waren, zeigte sich, dass die Antworten stark in Abhängigkeit vom konkreten Einzelfall und den darin eingesetzten Medien erfolgten. Teilweise wurde für die Fachkraft und das Gegenüber in der Skalierung noch differenziert. Im Überblick ergab sich ein sehr heterogenes Bild:

Zuordnung Szenario	Skalierung der beratungsfachlichen Herausforderung	Skalierung der technisch-medienbedingten Herausforderung
Beratung von temporär anwesenden Klienten / Klientinnen (n=12)	7 (n=3), 5 (n=4) – 4 – 2 (n=2) – 1 – keine Angabe (n=1)	6 – 5 – 3 (n=2) – 2 – 1 (n=3) – 0 – keine Angabe (n=3) (arithmetischer Mittelwert: 2.5)
Krisenintervention (n=1)	5	7 (Threema)
Nachsorge/-behandlung (n=1)	2	2 (Telefon)
Enriched Face-to-Face (in seiner Kernidee) (n=1) Übrige hier zugeordnete Fälle (n=4)	3 5 – 5 – 5 – 2	5 (Klient/in) /0 (Fachkraft) 4 – 4 – 4 – 3 (Mail)/1 (Telefon)

Abbildung 32: Skalierung beratungsfachlicher und technisch-medienbedingter Herausforderungen

Für das nur in einem Fall erprobte Szenario «Nachsorge/Nachbehandlung» schätzte die Fachkraft die Herausforderung durch Blended Counseling als moderat ein, da die vorbestehende Beratungsbeziehung bzw. der vorgelagerte Beratungsprozess den Einbezug von Medien (im konkreten Fall das Telefon) erleichterten. Beim Szenario «Krisenintervention» zeigte sich besonders deutlich die Abhängigkeit der Einschätzung vom konkreten Gegenüber, da die Installation von Threema aufgrund der kognitiven Einschränkung nicht gelang. Wie gross die technisch-medienbedingte Herausforderung eingestuft wurde, hing auch von der Medienvertrautheit der Beratungsperson ab, wie die Skalierung im einen Fall des «Enriched Face-to-Face»-Szenarios veranschaulicht.

Einschätzungen zur fallbezogenen Zielerreichung im Beratungsprozess

Die Fachkräfte bilanzierten auf den Einzelfall bezogen, welche der im jeweiligen Blended Counseling-Szenario adressierten Impactfaktoren respektive Ziele sie als subjektiv erreicht erlebt haben (auf eine vorgegebene Operationalisierung dieser Faktoren wurde verzichtet). Dabei wurde nach Faktoren unterschieden, die in der Einstiegsphase, der Veränderungsphase und/oder der Abschlussphase eines Beratungsprozesses zum Tragen kommen. Da die Frage offen formuliert wurde (als eigene Aufzählung), nahmen die subjektiven Einschätzungen nicht immer alle adressierten Impactfaktoren explizit in den Blick. Bei der spezifischen Betrachtung je Szenario ist zu berücksichtigen, dass insbesondere bei den Szenarien mit n=1 die Aussagen explorativ sind und insofern keine verallgemeinerbaren Schlussfolgerungen abgeleitet werden können.

Szenario Nachsorge/-behandlung (n=1):

Diese Fachkraft schätzte das adressierte Ziel, eine verbesserte Nachsorge zu ermöglichen, als erreicht ein. Auch das Schaffen einer Kontaktmöglichkeit in der Abschlussphase (von einem zyklischen Beratungsverständnis ausgehend) wurde als erreicht bezeichnet. Der avisierte Faktor, die Nachhaltigkeit zu verbessern, wurde nicht kommentiert.

Hingegen wurden darüberhinausgehende Impactfaktoren als erreicht eingeschätzt: der Zugang zur Beratung, in diesem Szenario als «Zugang zur Nachsorge» zu spezifizieren, wurde als vereinfacht erlebt und die Beratung näher an der Lebenswelt des Gegenübers. Der Ressourceneinsatz konnte effizient erfolgen und die Flexibilität bei unregelmässiger Arbeitszeit wurde wahrgenommen. Es waren punktuelle und häufige Kontakte ohne viel Aufwand möglich.

Szenario Krisenintervention (n=1):

In diesem vorliegenden Fall misslang die Installation von Threema, da die kognitive Hürde für das Gegenüber zu hoch war und der angebotene E-Mailkontakt seitens Adressatin nicht genutzt wurde, da von ihr das Face-to-Face-Setting bevorzugt wurde. Obwohl neben dem Face-to-Face-Setting auch das Telefon eingesetzt wurde, sah die Fachkraft die adressierten Impactfaktoren in der Veränderungsphase (Intensivierung Beratungsprozess, kurzfristige Kontaktmöglichkeit, Stabilisierung der Klientin/des Klienten bei Krisenbewältigung) aufgrund der zwar avisierten, aber nicht gelungenen Threema-Nutzung als nicht erreicht.

Szenario Enriched Face-to-Face (Zuordnung Fachkräfte n=5; im engen Sinn des Szenarios n=1):

Von den fünf Fällen, die von den Fachkräften ins Szenario «Enriched Face-to-Face» zugeordnet wurden, entsprach von der Kernidee des Szenarios her nur ein Fall. Drei Fälle stellten ein «klassisches» Blended Counseling dar, welche auch in der vorgängigen Erwägung mit den Klientinnen und Klienten den Einsatz von Apps wie ARUD (noch) nicht vorsahen. In einem Fall wurde versucht Blended Counseling zu realisieren, was im kurzen Zeitraum der Dokumentation (Beratungsfall nicht abgeschlossen) nicht gelang. Es blieb bei drei Face-to-Face-Beratungskontakten, da der geplante Einsatz von Threema nicht realisiert werden konnte (zuerst wegen akutem psychotischem Schub, beim zweiten Face-to-Face-Kontakt, welcher zur Installation von Threema vereinbart worden war, aus unbekanntem Gründen).

Die Fachkräfte erklärten diese vorgenommene Zuordnung damit, dass sie die Szenarien nicht trennscharf erlebten und sich Fallverläufe derart entwickeln könnten, dass das Szenario wechsele. Zudem stand für diese «klassische» Kombination von Face-to-Face mit verschiedenen Medien kein eigenes Szenario zur Verfügung. Um die erfolgte Zuordnung der Erprobenden zum Szenario «Enriched Face-to-Face» ernst zu nehmen und diese Blended Counseling-Fälle in der Evaluation mitberücksichtigen zu können, werden sie in der Ergebnispräsentation mit eingebunden.

Zum Zeitpunkt der Erprobung avisierte Impactfaktoren bei diesem Szenario waren während der Beratung die Stabilisierung der Beratungsbeziehung, die Intensivierung des Beratungsprozesses, ein effizienter Ressourceneinsatz und das Sichtbarmachen von Konsum(Veränderungen) mittels Konsumtagebuch-App. Zudem war mit dem Szenario angestrebt, näher an der Lebenswelt des Klientels zu sein und die Passgenauigkeit des Beratungsangebots zu verbessern. Im einen Fall, der im Kern dem Szenario «Enriched Face-to-Face» entsprach, wurde von der Fachkraft die Erreichung der angestrebten Impactfaktoren durchgängig verneint. Begründet wurde dies damit, dass das Gegenüber für sich den Nutzen von ARUD nicht gesehen und der Sicherheit des Apps nicht getraut habe, weswegen die Nutzung bald eingestellt wurde.

Bei den Fällen, die trotz hier erfolgter Zuordnung nicht der Kernidee von «Enriched Face-to-Face» entsprechen, wäre ein Abgleich der als erreicht eingeschätzten Impactfaktoren mit den in diesem Szenario avisierten Impactfaktoren nicht zielführend. Daher wird hier lediglich dargelegt, welche Ziele in diesen anderen Fällen als erreicht eingeschätzt wurden: In zwei

der Fälle wurde die Beratungsbeziehung als stabilisiert und in einem Fall der Beratungsprozess als intensiviert erlebt. Je einmal wurde der bessere Zugang zur Beratung, das im Kontakt bleiben (Auslandsabsenz), die Behandlungsstringenz und die Stabilisierung des Klienten bzw. der Klientin genannt.

Szenario Beratung von temporär anwesenden Klientinnen/Klienten (n=12):

Bei den zwölf dokumentierten Fällen dieses Szenarios waren etliche Impactfaktoren der Einstiegsphase (E), Veränderungsphase (V) und Abschlussphase (A) adressiert. Am häufigsten (n=8) als erreicht eingeschätzt wurde der erweiterte Zugang zur Beratung bei örtlich oder zeitlich begrenzter Verfügbarkeit der Klientin/des Klienten. Hier gilt präzisierend anzumerken, dass es sich bei jenen Klientinnen und Klienten, bei welchen die Fallaufnahme bereits vor dem Start der dokumentierten Erprobung erfolgte, begrifflich um «erweiterte Kontaktmöglichkeiten im Beratungsprozess» handelt, und nicht um den «Zugang zur Beratung» per se. Die meisten übrigen angestrebten Ziele wurden in rund 1/3 der Fälle als erreicht eingeschätzt. Der Faktor «Nachhaltigkeit verbessern» wurde nicht aufgegriffen: dies ist gut nachvollziehbar vor dem Hintergrund, dass die meisten dieser Beratungsfälle über die dokumentierte Zeitspanne hinaus andauerten. Eine explizite Nicht-Erreichung eines avisierten Faktors wurde nirgends erwähnt.

Nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Einschätzungen der Fachkräfte:

Adressierte Impactfaktoren	Einschätzung der Erreichung
E: Verbesserter Zugang zu Beratung	Erreicht (n=4), übrige Fälle nicht kommentiert
E/V/A: Erweiterter Zugang Beratung bei begrenzter Verfügbarkeit der Klientin/des Klienten (zeitlich/örtlich)	Erreicht (n=8), übrige Fälle nicht kommentiert
V: Stabilisierung Beratungsbeziehung	Erreicht (n=5), übrige Fälle nicht kommentiert
V: Intensivierung Beratungsprozess	Erreicht (n=4), übrige Fälle nicht kommentiert
V: Effizienter Ressourceneinsatz	Erreicht (n=3), übrige Fälle nicht kommentiert
V: Beratungsstringenz trotz begrenzter Verfügbarkeit der Klientin/des Klienten	Erreicht (n=3), übrige Fälle nicht kommentiert
A: Nachhaltigkeit verbessern	Fälle hierzu nicht kommentiert

Abbildung 33: Fallbezogene Einschätzung zur Erreichung adressierter Impactfaktoren im Szenario «Beratung von temporär anwesenden Klientinnen/Klienten»

Gelingensfaktoren für Blended Counseling

Bei der erfahrungsgeliteten Ableitung von Gelingensfaktoren für Blended Counseling durch die erprobenden Fachkräfte zeigten sich im Material (qualitative Fallverlaufsdokumentation, Dokumentation Evaluationsworkshop) über die Szenarien hinweg ähnliche Bilder.

Auf der Ebene der Klientinnen und Klienten lassen sich diese Faktoren wie folgt darstellen (Hervorhebungen = mindestens drei Nennungen):

Gelingensfaktoren Ebene Klientinnen und Klienten
Medienaffinität (Mail, Threema) – Vertrautheit im Umgang mit Medien
Offenheit für Einsatz von Medien
Bedarf für Mediennutzung (Gewinn sehen)
Auswahlmöglichkeit Medium
Geräteausstattung
Schriftliche Ausdrucksfähigkeit (Mail)
Gute kognitive Fähigkeiten (Mail)
Vertrauen zur Fachkraft (Verbindlichkeit), Beratungsbeziehung , Sicherheit
Bereitschaft zur Zusammenarbeit
Wert des Kontakthaltens erkennen
Motivation zur Veränderung bzw. effektives Beratungsbedürfnis
Bereitschaft zur Selbstreflexion, mit eigenen Themen in Kontakt zu bleiben
Neugier auf Prozess
Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme (für eigenen Prozess)
Bereitschaft für Datenschutzfragen

Abbildung 34: Gelingensfaktoren – Dimension Klientinnen/Klienten

Mit Blick auf diese Gelingensfaktoren, welche in ihrer Umkehr Kontraindikationen darstellen, lässt sich bilanzieren, dass einerseits die Einstellung, die Ausstattung und die zur Nutzung digitaler Medien nötigen Kompetenzen von Klientinnen und Klienten eine Rolle spielen. Andererseits erweisen sich die Beratungsbeziehung und das Vertrauen zur Fachkraft als zentral, wobei diese aus Sicht der Fachkräfte keine Vorbedingung für den Start eines Blended Counseling-Prozesses darstellen, sondern auch im Verlauf aufgebaut bzw. gepflegt werden können. Als dritter gewichtiger Aspekt tritt die Bereitschaft zur Selbstreflexion, zur Auseinandersetzung mit den eigenen Themen und damit auch die Motivation zur Veränderung in Erscheinung.

Als Kontraindikationen wird mehrfach die Umkehr jener Gelingensfaktoren bezeichnet, die als besonders wichtig erachtet wurden. Ergänzend werden weitere Faktoren benannt, wobei es sich hier zumeist um Einzelnennungen handelt:

- Stark impulsive Personen
- Akute Krisen wie z.B. akut paranoid oder suizidal
- Unsichere, hoch ambivalente Personen
- Soziale Desintegration, Verwahrlosung
- (Krankheitsbedingt) nicht absprachefähige Personen
- Mehrpersonensetting (Mail)
- Kontaktscheu mit grossem Autonomiebedürfnis
- Keine Notwendigkeit von Medieneinsatz aus Sicht Klientin oder Klient

- Kein Nutzen von Medieneinsatz aus Sicht Klientin oder Klient
- Krisenintervention mit digitalen Medien ohne bestehende Vertrauensbeziehung
- Viele zu bearbeitende Themen.

Auf der beratungsfachlichen Dimension identifizierten die Fachkräfte gestützt auf ihre gesammelten Erfahrungen folgende Gelingensfaktoren (Hervorhebungen = mindestens vier Nennungen):

Gelingensfaktoren Dimension Beratungsfachlichkeit	
Kenntnisse Tools, Medienaffinität, Vertrautheit mit Medium	Auseinandersetzung mit schriftbasierter Beratung
Flexibilität im Beratungskonzept	Bedürfnisgerechte Beratung
Zeitliche Strukturierung	Zeitliche Kapazität
Klarer, an Klientin/Klient angepasster schriftlicher Ausdruck (Mail, Kurznachricht)	Beachtung komplexerer Beziehungsgestaltung
Fachliche Überzeugung im Hinblick auf einen Mehrwert	Übersichtskompetenz, Intuition
Interesse, Neugier, Offenheit	Engmaschigere Begleitung/Beratung nötig
Beratungskompetenz auf verschiedene Medien einstellen (andere Methoden)	Situative Medienwahl
Haltung => Gleichwertigkeit mediengestützter Beratung	Klare Absprachen => verbindliche Zusammenarbeit
Freude, Klientinnen/Klienten für Neues zu gewinnen	Fachaustausch über Arbeit mit digitalen Medien

Abbildung 35: Gelingensfaktoren – Beratungsfachliche Dimension

Bei Betrachtung der genannten Gelingensfaktoren fällt auf, dass sowohl beratungsmethodische Elemente (Flexibilität im Beratungskonzept und im Einsatz von Methoden, Methodenvariabilität je nach Medium) als auch Haltungs- und Einstellungsaspekte (Überzeugung vom Nutzen des Medieneinsatzes, Offenheit für neue Beratungsformen) als besonders bedeutsam eingeschätzt wurden. Zudem wurden auch anwendungsbezogene Medienkompetenzen sowie Kenntnisse von Tools als zentral erachtet. Nicht zuletzt gilt es nach Einschätzung der Fachpersonen¹⁹, die eigene Arbeitsplanung auf den Einbezug von Medien abzustimmen (zeitliche Strukturierung).

Im Hinblick auf die organisationale Dimension wurden Einschätzungen der Fachkräfte aus den Falldokumentationen und aus dem Evaluationsworkshop sowie die Diskussion in der Leitungsrunde einbezogen.

¹⁹ Die weiteren Empfehlungen der Fachkräfte aus Cluster sechs wurden in das bilanzierende Kapitel 9 integriert.

Gelingensfaktoren Dimension Organisation
Klärung von Nutzungserwartungen, Motiven und Zielen für die Einführung von Blended Counseling
Adäquate Ausstattung im Hinblick auf Geräte und Tools / Plattformen
Unterstützung des Vorhabens durch die Leitung
Partizipativer und transparenter Einführungsprozess
Frühzeitiger Einbezug von relevanten internen Stellen
Frühzeitiger Einbezug von relevanten externen Stellen
Gewährleistung von Datenschutz und Datensicherheit
Förderung der Motivation der Mitarbeitenden
Erfassung und Förderung der Medienkompetenz der Mitarbeitenden
Abrechenbarkeit der Leistung

Abbildung 36: Gelingensfaktoren – Organisationale Dimension

Im Hinblick auf die **Ausstattung** sollten organisational folgende Fragen geklärt werden:

- Welche Aspekte sprechen für die Nutzung bestimmter Medien im Rahmen von Blended Counseling?
- Welche Ausstattung ist bereits vorhanden?

Bezüglich der technischen Ausstattung sollten in einem zweiten Schritt folgende Fragen geklärt werden:

- Welche technischen Lösungen sind für unsere Organisation bzw. für unser Beratungsangebot sinnvoll?
- Welche sind im Hinblick auf Kosten und Qualifizierungsaufwand realisierbar?
- Welche technische Ausstattung ist verfügbar in der Organisation?
- Welche technische Ausstattung ist verfügbar bei den Klientinnen und Klienten?
- Inwiefern ist der Datenschutz bei den jeweiligen Medien gewährleistet (vgl. Checkliste Datenschutz in Anhang B)?
- Sind die jeweiligen Anwendungen einfach zu installieren und zu nutzen?

Für eine gelingende Umsetzung von Blended Counseling ist es hilfreich, wenn

- Leitung und Fachebene dahinterstehen und das Projekt tragen
- vor der Einführung von Blended Counseling in einem partizipativen Prozess Ziele, Zweck und Möglichkeiten definiert werden
- die Leitungsebene die Sensibilisierung der Fachmitarbeitenden für das Thema gezielt fördert
- eine Evaluation der Kompetenzgrundlagen für Blended Counseling erfolgt.

Finanzierung/Abrechenbarkeit

Für die Umsetzung von Blended Counseling ist es notwendig, dass mediengestützte Beratung abrechenbar ist. Insofern sollten die jeweiligen Abrechnungsmöglichkeiten geklärt bzw. neue Abrechnungsfaktoren definiert werden. Klar definierte Abrechnungsmöglichkeiten können sich positiv auf die Medienwahl im Blended Counseling-Prozess auswirken, wenn Beratende die beraterische Nutzung von digitalen Medien als legitim erleben und als Beratungskontakt adäquat erfassen können.

Abläufe/Beteiligte

Um eine professionelle Umsetzung zu gewährleisten sollten intern möglichst frühzeitig der / die Datenschutzbeauftragte, Personen mit Zuständigkeit für IT und Kommunikation sowie die Beraterinnen und Berater sowie die Sachbearbeitenden einbezogen werden? Sinnvoll ist zudem eine frühzeitige Klärung im Hinblick auf die Gewährleistung der Kompatibilität mit vorhandenen Controlling-Instrumenten.

Extern ist es sinnvoll frühzeitig den Kontakt zur zuständigen Datenschutzstelle (kantonal, städtisch) zu suchen. Geeignete Tool- bzw. Plattformanbieter sowie Schulungsanbieter können die Implementierung von Blended Counseling entsprechend mit Knowhow unterstützen.

Die Gewährleistung von **Datenschutz und Datensicherheit** liegt in der Verantwortung der Leitung. Nähere Ausführungen dazu finden sich in Kapitel 4 dieses Berichtes sowie in der Checkliste Datenschutz in Anhang B.

8 Bilanz

Martina Hörmann

8.1 Diskussion der Ergebnisse unter Einbezug der Leitfragen

Bezugnehmend auf die unter Punkt 1.1. vorgestellten Leitfragen werden nachfolgend die Ergebnisse bilanziert. Da die Stichprobe an interviewten Klientinnen und Klienten sowie die Anzahl evaluierter Fallverläufe im Projekt relativ klein waren, erheben die nachfolgenden Ergebnisse keinen Anspruch auf Repräsentativität. Auch aufgrund der begrenzten Laufzeit der Erprobungsphase sind die Ergebnisse vielmehr als explorativ zu verstehen, sodass es weiterer und vertiefender Forschungen bedarf, um die Aussagen zu validieren und in der Breite abzusichern.

8.1.1 Dimension Klientinnen und Klienten

Die Einschätzungen im Rahmen der Evaluation geben die Sicht der Beratungsfachkräfte wieder. Im Projekt wurde im Kontext der Szenarienentwicklung die Sichtweise von Klientinnen und Klienten punktuell einbezogen. Zukünftig wären daher weitere Untersuchungen mit einem stärkeren Einbezug der Sichtweise von Klientinnen und Klienten aufschlussreich.

Im Projekt wurde deutlich, dass einige Klientinnen und Klienten in der Suchtberatung offen sind für neue Formen und Settings in der Beratung. Im Hinblick auf die Akzeptanz von Blended Counseling spielt nach Einschätzung der Fachkräfte die Medienaffinität und die Medienkompetenz der beratenen Personen eine grosse Rolle. So zeigte sich die Tendenz, dass Menschen mit höherer Medienaffinität offener für Blended Counseling waren. Zudem wurden eine vertrauensvolle Beratungsbeziehung und die Bereitschaft der Klientinnen und Klienten zur Selbstreflexion als sehr bedeutsam erachtet.

Potenziell können unterschiedliche Zielgruppen in der Suchtberatung von einem Beratungsprozess, der Blended geführt wird, profitieren. Die in Kapitel 5 aufgezeigten konzeptionellen Fokussierungen zeigen die Vielfalt der Möglichkeiten: spezifische Lebenssituationen mit zeitlichen oder räumlichen Einschränkungen können ebenso wie spezifische Phasen im Beratungsprozess, spezifische Altersgruppen oder spezifische Beratungsthemen die Nutzung von Blended Counseling nahelegen.

Unter Bezugnahme auf die erste Modellvariante von Weiß (2013) «Orientierung online» (vgl. Kapitel 2) wird ähnlich wie in der Onlineberatung auch mit Blended Counseling die Hoffnung verknüpft, dass vielfältige und ggf. auch neue Zugänge zu vorhandenen Beratungsangeboten geschaffen werden. Im Projekt zielte ausschliesslich das Szenario «Live-Chat für Interessierte» auf die Einstiegsphase. Da dieses Szenario in seiner Gesamtheit, d.h. mit einer Beraterischen Fortführung nach dem ersten Live-Chat mit einer Sachbearbeiterin, in der Erprobungsphase des Projektes nicht realisiert werden konnte, können hierzu keine Aussagen getroffen werden. Als Begründung wurde in einem Fall angegeben, dass das geographische Einzugsgebiet nicht passend war, um den Live-Chat in eine Face-to-Face-Beratung zu überführen. Auch muss konstatiert werden, dass dieses Szenario mit dem vorgesehenen personellen Wechsel zwischen einer Sachbearbeiterin und einer Beratungsperson eine zusätzliche Herausforderung beinhaltet. Darüber hinaus war der Zugang zum Live-Chat in der Erprobungsphase aus organisationalen Gründen zeitlich begrenzt.

Es zeigte sich jedoch, dass über Blended Counseling vor allem auch zusätzliche Zugänge in Form von Kontaktmöglichkeiten während eines laufenden Beratungsprozesses geschaffen werden, die dann entsprechend Beraterisch genutzt werden können (vgl. dazu Kapitel 7).

Die von einigen Fachkräften angesprochene mögliche Kontraindikation, dass Blended Counseling bei «kontaktscheuen Personen mit hohem Autonomiebedürfnis» weniger geeignet sei, kann insofern kritisch diskutiert werden, als es gerade bei solchen Personen darum geht, Zu-

gänge zu schaffen und einen schrittweisen Beziehungsaufbau zu erreichen. Über Onlineberatungsangebote wird diese Gruppe nach Aussage von SafeZone-Beraterinnen durchaus erreicht, insofern gilt es eher geeignete Vorgehensweisen zu entwickeln, wie Blended Counseling auf die Bedürfnisse dieser Klientinnen und Klienten gezielt Bezug nehmen kann. Das Szenario «Beratung einer Klientin mit schambehafteter (Ess-) Problematik» gibt hierzu erste Anregungen.

Weitere eher technische Aspekte auf der Ebene des Klienten bzw. der Klientin sind in den Kapiteln 3, 4 und 7 beschrieben worden und in die Handlungsempfehlungen für die Praxis, die Checkliste Datenschutz sowie die FactSheets zu den verwendeten Tools (vgl. Anhänge A, B und D) eingeflossen.



Abbildung 37: Klientenbezogene Aspekte von Blended Counseling

Abschliessend sei hier auf das Fazit einer beteiligten Beraterin²⁰ verwiesen:

«Gerade beim Klientel einer Suchtberatungsstelle scheint mir das Angebot von 'mehrkanaligen' Kontaktmöglichkeiten zentral. Dies insbesondere wegen den, den direkten Kontakt erschwerenden, Gefühlen wie Scham, Wertlosigkeit und Sinnlosigkeit. Durch die Verschriftlichung werden diese Inhalte gestaltet und für den Klienten (und später für die Therapeutin) sichtbar gemacht. In der Gestaltung selber geschieht einerseits bereits Verarbeitung und Integration, andererseits kann auf die Inhalte zurückgegriffen werden und eine vertiefte Reflexion stattfinden. Die Antworten der Therapeutin bleiben zugänglich und können zu einem späteren Zeitpunkt nachgelesen und überprüft werden» (F7 / Mehrwert).

In dieser Aussage wird der Blick sowohl auf die Klientel gerichtet, als auch auf beratungsfachliche Überlegungen, welche im nächsten Abschnitt näher betrachtet werden.

²⁰ Die beteiligten Fachpersonen hatten – teilweise in Abhängigkeit von ihrer disziplinären Herkunft in der Sozialen Arbeit oder in der Psychologie – ein Selbstverständnis eher als Berater bzw. Beraterin, teilweise aber auch als Therapeutin bzw. Therapeut. Im organisationalen Kontext und im Feld der Suchthilfe tauchen ebenfalls beide Begriffe auf. Im Projektkontext wurde auf den Begriff Beratung fokussiert.

8.1.2 Beratungsfachliche Dimension

Die im Projekt entwickelte Vielfalt der Blended Counseling-Szenarien ist in den Kapiteln 5 und 7 ausführlich beschrieben worden. Sie ermöglicht es Beratenden sehr individuell, passgenau und flexibel auf die Bedürfnisse des jeweiligen Klienten bzw. der Klientin einzugehen. Dies erfordert aus beratungsfachlicher Sicht einige Vorüberlegungen, die idealerweise im Team oder einer anderen geeigneten Organisationseinheit in einem Beratungskonzept mit integriertem Blended Counseling oder in Form geeigneter Szenarien konkretisiert werden.

Die Weiterentwicklung des bisherigen Beratungsangebotes vor Ort zu einem Blended Counseling generiert aus beraterischer Sicht zahlreiche Vorteile. Blickt man zunächst auf die Vorteile von Onlineberatung, so lassen sich diese fast alle auch im Blended Counseling aufzeigen (vgl. Kapitel 7):

- Die Niederschwelligkeit stellt einen der grossen Vorteile im Beratungsverlauf dar. So verfügen Klientinnen und Klienten im Blended Counseling über zusätzliche, individuell nutzbare, kurzfristige Kontaktmöglichkeiten. Gerade in der Suchtberatung kann dieses Element zu einer Stabilisierung in fragilen Beratungsprozessen beitragen.
- Auch die zeitliche und räumliche Unabhängigkeit einiger Medien schafft neue Möglichkeiten im Beratungsverlauf. Neben zeitlich und/oder räumlich gebundenen Beratungskontakten (Face-to-Face sowie Telefon) können asynchrone kurzfristige Kontaktmöglichkeiten (E-Mail, Messenger) im Beratungsverlauf gezielt genutzt werden. Auf Seiten der Beratungsperson bedarf es hier einer differenzierten Vorgehensweise, da asynchrone kurzfristige Kontakte, die von Seiten der Klientel erfolgen, nur schwer planbar sind. Es benötigt Pufferzeiten, um kurzfristig auch reagieren zu können.
- Einzig die Anonymität, welche in der Onlineberatung gezielt genutzt wird, ist beim Blended Counseling aufgehoben, da sich die Beteiligten in kopräsenten Beratungskontakten auch persönlich treffen. Das in Kapitel 5.4.2 angeführte Beispiel sowie Szenario 5 zeigen auf, wie über den gezielten Einsatz von digitalen Medien schambesetzte oder tabuisierte Themen im Beratungsverlauf leichter angesprochen werden können.
- Dadurch, dass die Face-to-Face-Kontakte weiterhin eine zentrale Rolle spielen, können auch alle Vorteile dieses kommunikativen Settings vollumfänglich genutzt werden.

Medienkompetenz der Beratenden

Neben einer beraterischen Grundqualifikation, die in der Regel bereits vorhanden ist, benötigen Beraterinnen und Berater für die professionelle Umsetzung von Blended Counseling eine Medienkompetenz, die durch mehrere Aspekte gekennzeichnet ist:

- Kompetenzen im Umgang mit den im Beratungsprozess vorgesehenen Tools,
- Kompetenzen im Hinblick auf die Passung von möglichen Tools und der Medienaffinität und Medienkompetenz des einzelnen Klienten / der einzelnen Klientin,
- Kompetenzen im Hinblick auf die Passung von angestrebten Beratungszielen mit den vielfältigen Möglichkeiten des Blended Counseling im Sinne einer Vorauswahl von kommunikativen Settings,
- Kompetenzen im Hinblick auf die sensible Steuerung der Medienwahl im Beratungsprozess orientiert an den Bedürfnissen des ratsuchenden Gegenübers einerseits sowie einer Orientierung an einem methodisch fundierten Beratungsverlauf andererseits,
- Beraterische Flexibilität im Beratungsverlauf im Hinblick auf die Passung von eingesetzten Interventionen und kommunikativen Settings,
- Datenschutzkompetenz.

Im Projekt hat sich gezeigt, dass die Mediennutzung und Akzeptanz durch Klientinnen und Klienten teilweise korrespondieren mit der Medienaffinität und Medienkompetenz der Beratenden. Zugleich gilt es zu betonen, dass Blended Counseling ein noch junges Beratungsformat ist und es sinnvoll sein kann, sich als Beraterin oder Berater schrittweise anzunähern. Auch die Weiterentwicklung der eigenen beraterischen Kompetenz und die zusehends stärkere Verknüpfung mit der oben beschriebenen Medienkompetenz werden als Entwicklungsprozess verstanden. Dabei kann es hilfreich sein, sich kollegial zu unterstützen. Im Hinblick auf Blended Counseling sind noch einige Fragen offen, sodass Beraterinnen und Berater vorhandene Handlungsspielräume für kreative Lösungen nutzen und neue Erfahrungen sammeln sollten.

Dies ist auch insofern notwendig als sich die Planbarkeit von Beratung im Blended Counseling verändert und hierzu bisher noch zu wenig Erfahrungen vorliegen. Insofern gilt es zukünftig noch stärker zu erforschen, wie organisationale Bedarfe einer Planbarkeit von Beratungsterminen mit einem flexiblen Blended Counseling-Prozess in Übereinstimmung gebracht werden können.

Die im Projekt entwickelten Szenarien wollen eine konzeptionelle Hilfestellung geben. Zugleich ist es wesentlich, dass diese nicht als enge Vorgaben verstanden werden, sondern vielmehr als möglicher roter Faden, der variabel umgesetzt werden kann.



Abbildung 38: Beratungsfachliche Aspekte von Blended Counseling

Weitere Aspekte auf beratungsfachlicher Ebene sind in den Kapiteln 2, 5 und 7 beschrieben worden und in die Handlungsempfehlungen für die Praxis, (vgl. Anhang A) eingeflossen.

Sowohl auf der beratungsfachlichen als auch auf der organisationalen Dimension ist es sinnvoll, sich vorab zu vergegenwärtigen aus welchen Motiven Blended Counseling eingesetzt wird bzw. welche Ziele damit erreicht werden sollen. Insofern sind die nachfolgenden Ausführungen nicht ganz trennscharf und tangieren auch Aspekte des nachfolgenden Kapitels 8.1.3.

Impactfaktoren für Blended Counseling

Blended Counseling kann beim Einstieg in die Beratung, während der Beratung sowie beim Abschluss bzw. im Nachgang einer Beratung einen Nutzen generieren. Vor der Umsetzung eines Blended Counseling-Prozesses sollten sich die beratenden Personen (mit Hilfe der

Szenario-Vorlage) überlegen, welche der untenstehenden Impactfaktoren für den jeweiligen Klienten bzw. die jeweilige Klientin im Fokus stehen.

Impactfaktoren bezogen auf die Phase vor der Beratung bzw. zum Einstieg in eine Beratung

Die Beratungsorganisation bietet potenziellen Klientinnen und Klienten

- einen verbesserten Zugang zu ihrem Beratungsangebot, indem neben dem telefonischen Erstkontakt weitere Kontaktmöglichkeiten existieren (z.B. über einen Live-Chat).
- einen niederschweligen Zugang, indem ein Erstkontakt über verschiedene kommunikative Settings möglich ist, um so die Hemmschwelle für eine Kontaktaufnahme zu reduzieren.

Durch einen unkomplizierten Erstkontakt soll zeitnah eine erste Klärung erfolgen, inwieweit die interessierte Person mit ihrem Anliegen an der richtigen Stelle ist. Dadurch soll die Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessert werden.

Impactfaktoren bezogen auf die Phase während der Beratung

Die Beraterin bzw. der Berater ermöglichen der Klientin bzw. dem Klienten über den Einbezug digitaler Medien, auch kurzfristig Kontakt aufzunehmen und dadurch die Zeiten zwischen zwei Face-to-Face-Gesprächen bewusst für den Beratungsprozess zu nutzen.

Dies zielt darauf die Beratungsbeziehung zu stabilisieren und den Beratungsprozess bei Bedarf phasenweise zu intensivieren, um dadurch die Anzahl der Kontaktabbrüche zu reduzieren bzw. einem möglichen Kontaktabbruch vorzubeugen.

Wird der Beratungsprozess durch den Einbezug verschiedener Medien flexibel und klientenorientiert gestaltet, so kann dadurch die Zielerreichung im Hinblick auf das Anliegen des Klienten bzw. der Klientin unterstützt und verbessert werden.

Impactfaktoren bezogen auf die Phase nach Abschluss der Beratung

Die Beraterin bzw. der Berater ermöglicht der Klientin bzw. dem Klienten nach Abschluss der Beratung wieder kurzfristig und unkompliziert Kontakt aufzunehmen und dadurch einem möglichen Rückfall vorzubeugen. Dies zielt neben der Rückfallprophylaxe auf eine verbesserte Nachsorge insgesamt, die dazu beiträgt die Nachhaltigkeit der im Beratungsprozess erzielten Ergebnisse zu verbessern.

In allen Phasen zielt Blended Counseling auch auf eine höhere Zufriedenheit der Klientinnen und Klienten mit der Beratung, da davon ausgegangen werden kann, dass diese Zufriedenheit den Beratungsprozess positiv unterstützt.

Wie in Kapitel 7 aufgezeigt, konnten diese Zielstellungen teilweise realisiert werden. Einige Zielstellungen gilt es zukünftig noch detaillierter zu erforschen.

8.1.3 Organisationale Dimension

Anknüpfend an die Überlegungen zu möglichen Motiven für die Nutzung von Blended Counseling lässt sich noch ein stärker auf die Organisation bezogenes Nutzungsmotiv ergänzen. Zwar gilt es bei der Implementierung von Blended Counseling zunächst Zeit und Geld zu investieren, diese Investition kann aber mittelfristig dazu beitragen, die in der Organisation vorhandenen Ressourcen effizienter einzusetzen, wenn in Beratungsprozessen variabel verschiedene Beratungskontakte gemixt werden und unterstützt durch kürzere Beratungskontakte über digitale Medien ein gutes Beratungsergebnis erreicht werden kann. Dieser Aspekt war nicht Bestandteil der Evaluation, sollte jedoch zukünftig erforscht werden.

Die weiteren organisationalen Aspekte wurden in den Kapitel 3, 4 sowie 7.2.4 ausführlich beschrieben und werden in der nachfolgenden Abbildung noch einmal gebündelt visualisiert.



Abbildung 39: Organisatorische Aspekte von Blended Counseling

8.2 Ausblick

Fügt man alle drei Dimensionen in einem Bild zusammen, so ergibt sich die Skizze eines Blended Counseling-Modells, das die relevanten Aspekte verdeutlicht.

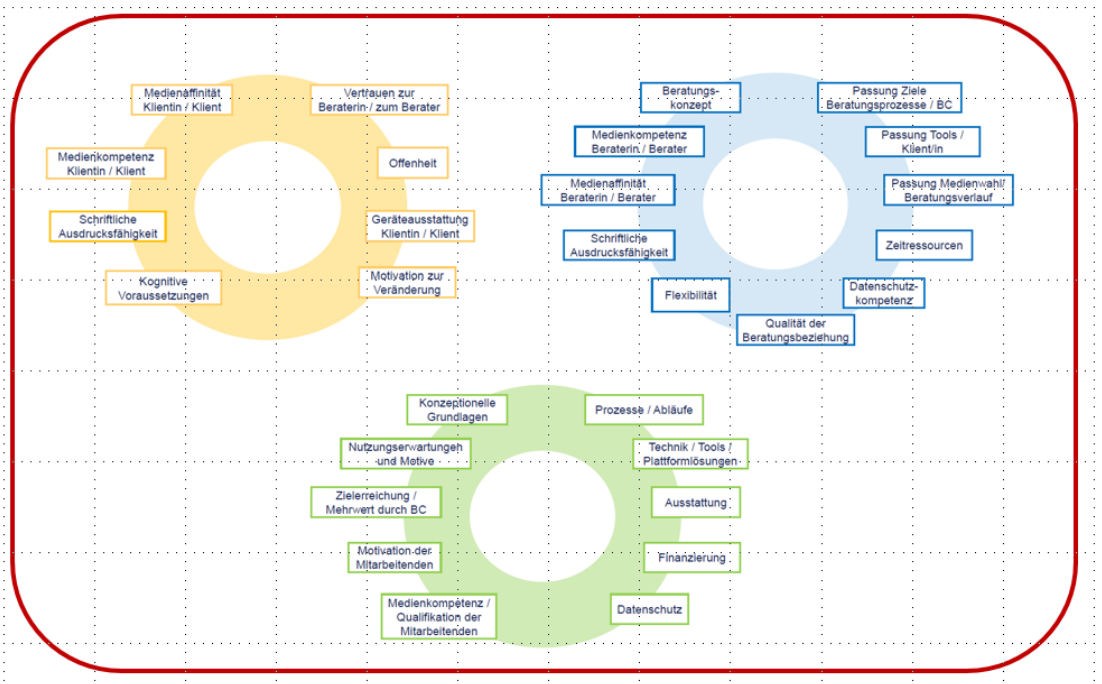


Abbildung 40: Blended Counseling-Modell

Dieses Modell gilt es in verschiedenen Arbeitsfeldern zu erproben sowie in zukünftigen Projekten weiter ausdifferenzieren.

Entwicklung von Qualitätsstandards

Im vorliegenden Schlussbericht wurden zahlreiche Aspekte beschrieben, die nach unserem Verständnis eine professionelle Konzeption von Blended Counseling kennzeichnen. Darüber hinaus finden sich in den Handlungsempfehlungen (vgl. Anhang A) erste Formulierungen im Hinblick auf Qualitätsstandards für einen Blended Counseling-Prozess, der den Anspruch hat

- bedürfnisorientiert und niederschwellig zu sein,
- sich an der Medienaffinität des Klienten bzw. der Klientin auszurichten,
- über kurzfristige Kontaktmöglichkeiten mehr Lebensweltnähe im Beratungsverlauf zu gewährleisten,
- einen flexiblen Beratungsverlauf anzubieten,
- sich konsequent auf mögliche Lösungen auszurichten.

Zukünftig gilt es diese Überlegungen in Richtung ausformulierter Qualitätsstandards auf den Ebenen Prozess-, Struktur- und Ergebnisqualität weiterzuentwickeln. Dabei sollte an vorhandene Überlegungen zu Qualitätsstandards in der digitalen Beratung angeknüpft werden (vgl. Wenzel 2006, Knatz 2006, DGOB 2009, FSP 2017, BFS 2018).

Transfer auf weitere Arbeitsfelder, offene Fragen, weitere Forschungsbedarfe

Wenngleich sich Beratungskontexte in verschiedenen Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit und der psychosozialen Beratung unterscheiden und dies auch die Konzeption von Blended Counseling tangiert (vgl. Hörmann 2018, Flammer/Hörmann 2018), so lassen sich doch zentrale Erkenntnisse des Projektes auf andere Handlungsfelder übertragen. Die Intensivierung des Beratungsprozesses und die Einbindung explizit niedrigschwelliger Elemente in den Beratungsprozess können auch in anderen Beratungskontexten gewinnbringend sein.

Dabei gilt es sorgsam die Ausgangslage im Hinblick auf die drei Dimensionen zu analysieren, da sich insbesondere die Nutzungsmotive und Zielstellungen feldspezifisch unterscheiden können. So weist beispielsweise die Beratung von Kindern und Jugendlichen andere Anlässe, Rahmenbedingungen und Herausforderungen auf als die Suchtberatung, weshalb der mögliche Nutzen von Blended Counseling sorgsam eruiert werden sollte. Durch weitere Projekte in anderen beraterischen Kontexten lassen sich zudem noch deutlicher übergreifende Aspekte von Blended Counseling von feldspezifischen Aspekten differenzieren.

In zukünftigen Forschungsprojekten gilt es darüber hinaus die Perspektive der Klientinnen und Klienten noch deutlicher einzubeziehen, um aus deren Sicht Nutzen und Herausforderungen von Blended Counseling differenziert erfassen zu können. Zudem sollte vertiefende Forschung zu möglichen Effekten von Blended Counseling erfolgen, da diese Faktoren im aktuellen Projektrahmen nicht vertieft untersucht werden konnten. Darüber hinaus gilt es die explorativen Ergebnisse dieses Projektes durch Mixed-Method-Forschung auf eine breitere Basis zu stellen.

Dankeswort zum Schluss

Wie bereits eingangs formuliert haben wir mit diesem Projekt Neuland betreten. Dies prägte den ausgesprochen prozessorientierten Projektverlauf und die vielen Diskussionen mit Fachkräften und Leitungen der Praxispartner sowie im Projektteam. Hier gilt es insbesondere den beteiligten Praxispartnern BEGES und ZFA sowie Infodrog zu danken, dass sie sich immer wieder auf viel Ungewisses und Vorläufiges eingelassen haben, Geduld hatten und nicht zuletzt sehr viel Engagement und eine hohe Fachlichkeit in das Projekt eingebracht haben.

Ebenso danke ich der Stiftung FHNW, die mit ihrer finanziellen Förderung das Projekt ermöglichte. Danke auch an das Projektteam für die vielen, teils kontroversen, aber immer konstruktiven und engagierten Diskussionen im Projektverlauf.

Wir alle hoffen mit diesem Bericht einen Beitrag zu leisten zu einer zukunftsfähigen Beratung im Zeitalter digitaler Transformation.

Literatur

- Bachmann, A./Steinle, S. (2014). SafeZone - Das Schweizer Onlineportal zu Suchtfragen. In: Suchtmagazin H. 3/2014 S. 28-32.
- BAG (Bundesamt für Gesundheit) (2018). Anwendung von Wirkfaktoren in der Emailberatung von SafeZone.ch. Schlussbericht vom 22.1.2018. URL: https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/npp/drogen/sucht/suchtberatung-therapie/safezone/schlussbericht-anwendung-wirkfaktoren.pdf.download.pdf/180122_Schlussbericht_Wirkprinzipien_e-Beratung_v5_final.pdf [Zugriffsdatum: 3. Dezember 2018].
- Batinic, B./Appel, M. (Hg.) (2008). Medienpsychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Becker-Hill, S. (2013). Remote Coaching. In: Loebbert, Michael (Hg.) (2013). Professional Coaching. Konzepte, Instrumente, Anwendungsfelder. Stuttgart. S. 369-379.
- Berger, T. (2015). Internetbasierte Interventionen bei psychischen Störungen. Göttingen, Bern: Hogrefe.
- BFS (2018). Digitale Kompetenzen, Schutz der Privatsphäre und Online-Bildung: die Schweiz im internationalen Vergleich. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/5306733/master> [Zugriffsdatum: 12. Dezember 2018].
- Brunner, A. (2009). Theoretische Grundlagen der Online-Beratung. In: Kühne, S./Hintenberger, G. (Hg.). Handbuch Online-Beratung. Psychosoziale Beratung im Internet. 2. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 27-45.
- DGFP - Deutsche Gesellschaft für Personalführung (2015). Virtuelles Coaching. Bilanz und Orientierungshilfe. DGFP-Praxispapiere Leitfaden 08/2015. URL: https://www.dgfp.de/fileadmin/user_upload/DGFP_e.V/Medien/Publikationen/Praxispapiere/201508_PraxispapierVirtuelles-Coachingfinal.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- DGOB (Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Onlineberatung) (2009). Qualitätsstandards. Richtlinien zur Anerkennung von OnlineberaterInnen. URL: <https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2018/03/Richtlinien-Anerkennung-von-24.11.09.pdf> [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. (2. überarb. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N./Eichenberg, C. (2013). Von der E-Beratung zur M-Beratung: Chancen und Grenzen des Einsatzes von Mobilmedien. In: Nestmann, F./Engel, F./ Sickendiek, U. (Hg.) (2013). Handbuch der Beratung Band 3: Neue Beratungswelten. Tübingen. S.1601-1615.
- Eichenberg, C./Kühne, S. (2014). Einführung Onlineberatung und -therapie. Grundlagen, Interventionen und Effekte der Internetnutzung. München: UTB.
- Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB) (2017). Stand des Datenschutzes weltweit. Stand per 12. Januar 2017. Schweizerische Eidgenossenschaft. URL: <https://weBlendedCounselingache.googleusercontent.com/search?q=cache:m-6UnvF3qdUJ:https://www.edoeb.admin.ch/dam/edoeb/de/dokumente/2017/04/staatenliste.pdf.download.pdf/staatenliste.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=ch> [Zugriffsdatum: 10. Dezember 2018].
- Engel, F. (2002). Beratung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In: Nestmann, F.: Die Zukunft der Beratung. Tübingen: DGVT. S. 135-154.
- Engelhardt, E. (2013). Qualitätsmerkmale guter Onlineberatung - Aktuelle Anforderungen an Forschung und Praxis. In: Zeitschrift für systemische Therapie und Beratung. 31 (3). S. 111-115.
- Engelhardt, E. (2018). Lehrbuch Onlineberatung. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.

- Engelhardt, E. M./Gerner, V. (2017). Einführung in die Onlineberatung per Video. e-beratungsjournal.net, 13(1). S.18–29. URL https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Engelhardt, E./Reindl, R. (2016). Blended Counseling – Beratungsform der Zukunft? In: Resonanzen – E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung. 2/2016. URL: http://www.e-beratungsinstitut.de/wordpress/wp-content/uploads/2014/02/Artikel-Blended-Counseling-EE-RR_12-2016.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Engelhardt, E./Storch, S. (2013). Was ist Onlineberatung? – Versuch einer systematischen begrifflichen Einordnung der ‚Beratung im Internet. In: e-beratungsjournal. 9 (2). S. 1-12. URL https://e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/engelhardt_storch.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Engfer, D./Thomann, G. (2014). Kompetenzentwicklung durch Blended Coaching. In: Weiterbildung. 6/2014. S. 34-37.
- Fähndrich, S. (2018). Schon cross-medial unterwegs? Zugänge neu schaffen mittels Mail-, Chat- und Messenger-Beratung. Präsentation beim 11. Fachforum Onlineberatung am 17. September 2018 in Nürnberg. URL: https://fachforum-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2018/10/Fachforum_Workshop_F%C3%A4hndrich.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Flammer, P./Hörmann, M. (2018). Flexibel und passgenau beraten – Blended Counseling. In: ZESO Zeitschrift für Sozialhilfe. 3/18. S. 16-18.
- FSP (Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen) (2017). Qualitätsstandards Onlineinterventionen für Fachpersonen Beratung. Bern. URL https://www.psychologie.ch/fileadmin/user_upload/dokumente/politik_recht/politik/online/standards_online-interventionen_beratung_de.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Geißler, H. (2018). E-Coaching – State of the art 2016. In: J. Heller, C. Triebel, B. Hauser, & A. Koch (Hg.), Digitale Medien im Coaching: Grundlagen und Praxiswissen zu Coaching-Plattformen und digitalen Coaching-Formaten. Berlin, Heidelberg: Springer. S.15-31.
- Geißler, H. (2014): Traditionelle und moderne Medien im Coaching. In: Wegener, R./Loebbert, M./Fritze, A. (Hg.): Coaching-Praxisfelder. Springer: Wiesbaden. S. 135-158.
- Health Info Net AG (HIN) (o. J. a). Factsheet HIN FS Gateway: einfach sicher mailen und zusammenarbeiten. URL: https://fachverbandsucht.ch/download/459/hin_factsheet_fs_gateway.pdf [Zugriffsdatum: 12. Dezember 2018].
- Health Info Net AG (HIN) (o. J. b). Informationssicherheit der HIN Plattform. Unveröffentlichtes Informationsblatt zur Zertifizierung der Plattform und des Rechenzentrums. Winterthur.
- Hintenberger, G. (2006). *taschentuchreich* – Überlegungen zur Methodik der Chatberatung. In: e-beratungsjournal.net. 2(2). Artikel 2. URL https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Hörmann, M. (2018). Blended Counseling. Mediennutzung und Potenzialeinschätzung in Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit. In: Soziale Arbeit. Juni 2018. S. 202-209.
- Hörmann, M. (2014). Die beraterische Nutzung von Telefon, E-Mail und SMS im Sozialdienst. In: ZESO - Zeitschrift für Sozialhilfe. 04/14. S. 26-27.
- Hörmann, M./Flammer, P./Tanner, A./Tschopp, D./Aeberhardt, D. (2018). Blended Counseling in der Suchtberatung. In: Suchtmagazin. Jg. 44. Heft 6. S. 21-26.
- Hörmann, M./Schenker, D. (2016). Blended Counseling in Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit. In: Soziale Innovation. Forschung und Entwicklung der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW 2016. S. 35-39.

- Hörmann, M./Marti, S./ Heri, M. (2014). Leitlinien für den Umgang mit Telefonie, E-Mail und SMS im Beratungskontext der Sozialen Dienste Winterthur. Winterthur/Olten. URL: http://www.blended-counseling.ch/literatur/2014_Leitlinien_Telefonie_Soziale_Dienste_WIN.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018]
- Justen-Horsten, A./Paschen, H. (2016). Online-Interventionen in Therapie und Beratung. Weinheim und Basel: Beltz.
- Klein, A. (2013). Umgang der Kinder- und Jugendhilfe mit verstärkter Mediennutzung am Beispiel Onlineberatung. Materialien zum 14. Kinder- und Jugendbericht. München: DJI. URL: https://www.dji.de/fileadmin/user_upload/bibs/14-KJB-Expertise-Klein.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Knatz, B. (2005). Rat und Hilfe aus dem Internet - Die Beratung per Mail Standards und Herausforderungen. In: e-Beratungsjournal. 1. Jg. Heft 1. Artikel 2 – September 2005. URL: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/knatz.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Knatz, B. (2006). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. In: e-Beratungsjournal. 2. Jg. Heft 1. Artikel 5. URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Kühne, S./Hintenberger, G. (2009). Handbuch Online-Beratung. Psychosoziale Beratung im Internet. 2. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kuckartz, U. (2012). Qualitative Inhaltsanalyse, Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Kutscher, N. (2014). Apps, Facebook, Onlineberatung... Soziale Arbeit goes digital. In: Sozial Extra 4/2014: 39-41.
- Kutscher, N./Ley, T./Seelmeyer, U. (Hrsg.) (2015). Mediatisierung (in) der Sozialen Arbeit. Grundlagen der Sozialen Arbeit. Bd. 38. Hohengehren: Schneider Verlag.
- Latzer, M./Büchi, M./Festic, N./Just, N. (2017). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2017. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2017. Zürich: Universität Zürich. URL: http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung_und_Bruchlinien_2017.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim: Beltz Pädagogik.
- Meier, L./Schaub, M. (2016). Evaluation des Pilotprojekts SafeZone.ch anhand definierter Leistungskriterien und der Zufriedenheit beteiligter Institutionen. Schlussbericht für das Bundesamt für Gesundheit. ISGF – Schweizer Institut für Sucht- und Gesundheitsforschung. In: <https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/npp/drogen/sucht/suchtberatung-therapie/safezone/6d-evaluationsbericht-safezone-ch.pdf.download.pdf/6d-evaluationsbericht-safezone-ch.pdf> [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Mey, G./Mruck, K. (2010). Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (GWV).
- Novacek, B. (2012). Methodenvielfalt und Blended Counselling zur Erreichung von Zielgruppen. Vortrag. URL: http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/07_bettina_novacek.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Ploil, E. O. (2009). Psychosoziale Online-Beratung. München, Basel: Ernst-Reinhardt-Verlag.
- Reindl, R. (2018). Zum Stand der Onlineberatung in Zeiten der Digitalisierung. e-beratungsjournal.net. 14(2). S. 16-26. <http://www.e-beratungsjournal.net/wpcontent/uploads/2018/03/reindl.pdf> [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].

- Rice, R.E. (1993). Media Appropriateness. Using Social Presence Theory to compare traditional and new organizational media. In: Human Communication Research. 19 (4). S. 451-484.
- Risau, P. (2009). Die Wahl der Technik. Standards und Anforderungen an technische Lösungen zur Online-Beratung. In Kühne, S./Hintenberger, G. (Hg.). Handbuch Online-Beratung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. S. 201–211.
- Schaub, M./Wenger, A. (2014). Qualitätsstandards für Suchtberatung im Internet. In: Sucht-magazin. 40. Jg. (3). S. 24-27.
- Seidlitz, H./Theiss, D. (2007). Ressourcenorientierte Telefonberatung. Dortmund: Borgmann Media.
- Silfverberg, Minnie (2018). Videogestützte Onlineberatung in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung. Erste Erkenntnisse aus einem Pilotprojekt bei ask! Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf. Unveröffentlichte Masterarbeit. Olten: Hochschule für Wirtschaft FHNW.
- sozialinfo.ch (2013) Soziale Arbeit und Social Media. Leitfaden für Institutionen und Professionelle der Sozialen Arbeit. Bern: sozialinfo.ch.
- Steiner, O. (2017). Mediatisierung und Soziale Arbeit – what's next? Der Einsatz digitaler Technologien ist von grundsätzlichen Ambivalenzen geprägt. In: Sozial Aktuell. Jg. 5/2017. S. 8-12.
- Steiner, O. (2015). Widersprüche der Mediatisierung Sozialer Arbeit. In: Kutscher, N./Ley, T./Seelmeyer, U. (Hg.). Mediatisierung (in) der Sozialen Arbeit. Grundlagen der Sozialen Arbeit. Bd. 38. Hohengehren: Schneider Verlag. S. 19-38.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. CyberPsychology & Behavior. 7 (3). S. 321–326.
- Suler, J. (2000). Psychotherapy in Cyberspace: A 5-Dimensional Model of Online and Computer-Mediated Psychotherapy. CyberPsychology & Behavior. 3 (2). S. 151-159.
- Suter, L./Waller, G./Bernath, J./Külling, C./Willemse, I./Süss, D. (2018). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. URL: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienspsychologie/james/2018/Ergebnisbericht_JAMES_2018.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Thiersch, H. (2014). Über Entwicklungen und aktuelle Bezüge des Konzepts einer lebensweltorientierten sozialpädagogischen Beratung. In: Bauer, P.; Weinhardt, M. (Hrsg.). Perspektiven sozialpädagogischer Beratung: Empirische Befunde und aktuelle Entwicklungen. Weinheim und Basel. 2014. S. 310-330.
- Waller, G./Willemse, I./Genner, S./Suter, L./Süss, D. (2016). JAMES – Jugend, Aktivität, Medien – Erhebung Schweiz. URLn: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienspsychologie/james/2016/Ergebnisbericht_JAMES_2016.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Weinhardt, M. (2009). E-Mail-Beratung. Eine explorative Studie zu einer neuen Hilfeform in der Sozialen Arbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weinhardt, M. (2010). Ratsuchende von E-Mail-Beratungsdiensten: Entwurf einer Typologie. In: e-Beratungsjournal, Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation. 6. Jg. Heft 1. Artikel 9 – April 2010. URL: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/weinhardt.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Weinhardt, M. (2013). Die Zukunft der Onlineberatung. In: e-Beratungsjournal, Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation. 9. Jg. Heft 1. Artikel 3 – April 2013. URL: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0113/weinhardt.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].

- Weiß, Stefanie (2013). Blended Counseling: Zielorientierte Integration der Off- und Onlineberatung. Hamburg: Diplomica Verlag.
- Weiß, S./Engelhardt, E. (2012). Blended Counseling – Neue Herausforderungen für BeraterInnen (und Ratsuchende!). In: e-beratungsjournal.net. Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation, ISSN 1816 – 7632. 8. Jg. Heft 1. Artikel 5. April 2012 URL: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0112/Weiß_engelhardt.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Wenzel, J. (2015). Mythos Unmittelbarkeit im Face-to-Face-Kontakt - Weiterentwicklung von Beratung und Therapie durch gezielte methodische Nutzung der Medien. In: e-Beratungsjournal, Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation. 11. Jg. (1). Artikel 5. April 2015. URL: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0115/wenzel.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Wenzel, J. (2013a). Neue Medien verändern die Beratungslandschaft nachhaltig. In: Zeitschrift für systemische Therapie und Beratung. 31 (3). S. 105-110.
- Wenzel, J. (2013b). Wandel der Beratung durch Neue Medien. Göttingen: V&R Unipress.
- Wenzel, J (2006). Qualitätsmanagement mit integriertem Datenschutzmanagement bei Online-Beratung. e-beratungsjournal.net [online], 2/1 (24). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/wenzel.pdf
- Wex, S. (2017). Blended Counseling – Die sinnvolle Gestaltung eines Settingwechsels in der Schuldnerberatung. In: e-Beratungsjournal, Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation. 13. Jg. (2). Artikel 2. URL: <https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2017/11/wex.pdf> [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].
- Willemse, I./Waller, G./Genner, S./Suter, L./Oppliger, S./Huber, A./Süss, D. (2014). JAMES. Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: ZHAW. URL: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht_JAMES_2014.pdf [Zugriffsdatum: 21. Dezember 2018].

Anhang zum Projektbericht
Face-to-Face und mehr – neue Modelle
für Mediennutzung in der Beratung

Inhaltsverzeichnis

Anhang A: Handlungsempfehlungen für die Praxis	1
Grundlagen	1
Planung von Blended Counseling	5
Umsetzung von Blended Counseling im Beratungsprozess	9
Weitere organisationale Aspekte zur Implementierung von Blended Counseling	11
Anhang B Checkliste Datenschutz	12
Anhang C Blended Counseling-Szenarien	14
Blended Counseling-Szenario 1: Live-Chat für Interessierte	14
Blended Counseling-Szenario 2: Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten	17
Blended Counseling-Szenario 3: Beratung im Mehrpersonen-Setting	19
Blended Counseling-Szenario 4: Krisenbegleitung	21
Blended Counseling-Szenario 5: Beratung von Personen mit schambehafteter Problematik ..	23
Blended Counseling-Szenario 6: Kontaktverlust droht.....	25
Blended Counseling-Szenario 7: Nachsorge	27
Blended Counseling-Szenario 8: Enriched Face-to-Face-Counseling	29
Blended Counseling-Szenario 9: Beratung von Jugendlichen.....	31
Raster für die Entwicklung eigener Blended Counseling-Szenarien	33
Blended-Counseling Szenario 10: «Raumwechsel» – von der Onlineberatung zur Beratung vor Ort	35
Blended-Counseling Szenario 11: Digitaler Zugang im ambulanten Beratungskontext mit anschliessendem Wechsel zu SafeZone	36
Blended-Counseling Szenario 12: Blended SafeZone Counseling (Mixed Model)	37
Anhang D FactSheets zu den Tools	38
ProtonMail – FactSheet für Fachkräfte.....	38
ProtonMail – FactSheet für Klientinnen und Klienten.....	39
Threema Messenger - FactSheet für Fachkräfte	40
Threema Messenger - FactSheet für Klientinnen und Klienten	41
Anhang E Materialien aus der Evaluation	42
Leitfaden für die Interviews mit Klientinnen und Klienten	42
Vorlage für die Fallverlaufsdokumentation	43
Blended Counseling-Fallverläufe.....	44
Kategorien- und Codierungssystem der Evaluation	48

Anhang A: Handlungsempfehlungen für die Praxis

Diese Handlungsempfehlungen bündeln wichtige Grundlagen zu Blended Counseling und zeigen auf, was in der Praxis bei der Planung und Umsetzung zu berücksichtigen ist. Eine ausführliche Darstellung findet sich im Schlussbericht zum Projekt «Face-to-Face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung».

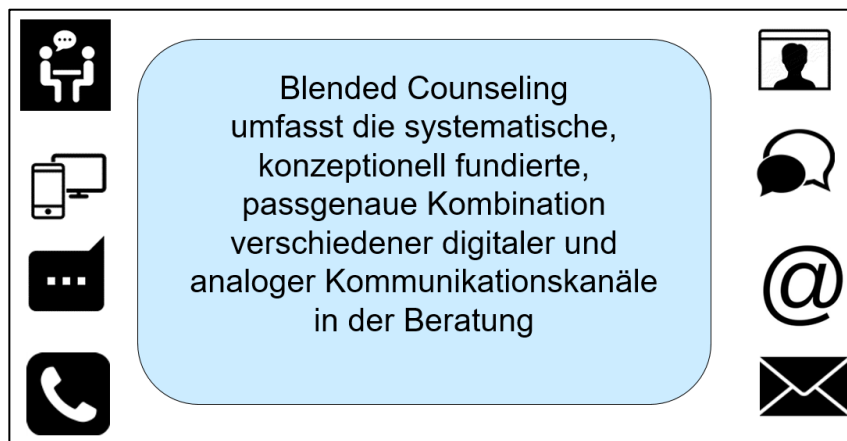
Grundlagen

BLENDED COUNSELING

Was ist Blended Counseling?

Blended Counseling umfasst in unserem Verständnis die systematische, konzeptionell fundierte, passgenaue Kombination digitaler und analoger Kommunikationskanäle in der Beratung.

Bisher existierten die Modelle virtueller Beratung eher parallel zu den herkömmlichen Beratungssettings, die von Angesicht zu Angesicht stattfinden. Blended Counseling gelangt vom «Entweder / Oder» zum «Sowohl als auch» in der mediatisierten Beratung und beinhaltet somit den konzeptionell begründeten und gezielten Wechsel zwischen dem persönlichen Gespräch und den verschiedenen virtuellen Kanälen. Ziel ist es, dabei die jeweiligen Vorteile der Kanäle für den Beratungsprozess zu nutzen.



In diesen Handlungsempfehlungen fokussieren wir auf einem Modell von Blended Counseling bei dem ausgehend von der Präsenzberatung vor Ort eine systematische Kombination verschiedener Beratungsmedien erfolgt (*siehe Anhang C. z. B. Szenarien 2 / 4 und 7*).

Wie kann Blended Counseling konkret aussehen?

Blended Counseling umfasst mehr als die bloße Kombination von Online- und Offline-Kommunikationskanälen und stellt eine passgenaue Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle in den Vordergrund.

In den idealtypischen Verläufen, die in den Blended Counseling Szenarien abgebildet sind (s. Anhang C), finden sich beispielhafte Blended Counseling-Prozesse.

An dieser Stelle wird ein im Projekt realisierter Ausschnitt eines laufenden Beratungsprozesses dargestellt:

Fall 3									
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	F2F	F2F	Mail	Tel.	Tel.	F2F	Tel.
Dauer	50'	30'	50'	50'	30'	30'	30'	50'	30'
Abstand zw. BK	Start --- 6 Tage -- 14 Tage --- 8 Tage -- 13 Tage --- 1 Tag --- 1 Tag ---- 4 Tage ---- 3 Tage								

In diesem Ausschnitt sind drei verschiedene kommunikative Settings während insgesamt neun Beratungskontakten genutzt worden.

BLENDEN COUNSELING-SZENARIEN

Ein Szenario ist die konzeptionelle Skizze einer Beratung mit kombiniertem Medieneinsatz. Im Projekt wurden insgesamt zwölf verschiedene Szenarien entwickelt, die als Anregung im Anhang abgebildet sind. Es ist auch möglich, mit der Vorlage (s. Anhang) ein eigenes Szenario zu gestalten, das auf das jeweilig eigene Arbeitsfeld und die betreffende Klientel zugeschnitten ist.

Wie ist ein Szenario aufgebaut?

In einem Szenario werden vorab wesentliche konzeptionelle und fachberaterische Aspekte konkretisiert. Dabei sind für die konzeptionell fundierte, systematische Kombination verschiedener Medien folgende Vorüberlegungen von Bedeutung:

Beschreibung Klient / Klientin oder Angehörige/r

Potenzielle Kommunikationskanäle

- Welche digitalen Medien sind auf Klientenseite verfügbar?
- Welche digitalen Medien werden von Klientenseite präferiert?
- Welche digitalen Medien sind in der Beratungsstelle bzw. Suchtfachstelle verfügbar?
- Welche digitalen Medien sind auf Seite Beraterin / Berater realisierbar?

Angestrebte bzw. fokussierte Ziele

In dieser Rubrik werden mögliche Ziele konkretisiert, die mit Hilfe von Blended Counseling erreicht werden sollen. Diese können sich auf verschiedene Phasen eines Beratungsprozesses beziehen (Zugang zur Beratung, während der Beratung, Abschlussphase der Beratung).

Vorüberlegungen im Hinblick auf die Wahl des digitalen Mediums

- Welche Medien sollen im Beratungsprozess verwendet werden oder zur Verfügung stehen?
- Wie wird dies begründet?

Welche Funktion haben die entwickelten Szenarien?

Ein Szenario dient in der Umsetzung eher als Hintergrundfolie und sollte mehr als roter Faden denn als konkrete Handlungsanweisung verstanden werden. Im Beratungsprozess ist es sinnvoll, die Vorüberlegungen, die mit Hilfe eines Szenarios gemacht wurden, im Hinterkopf zu behalten und dennoch flexibel und individuell auf die jeweilige Situation (re-) agieren zu können.

Es ist durchaus möglich, dass innerhalb eines Beratungsprozesses in ein anderes Szenario oder gar in ein anderes Modell (bspw. vom Enriched F2F-Counseling ins klassische Blended Counseling) gewechselt wird. Kenntnisse über die verschiedenen Modelle und möglichen Szenarien sind demnach hilfreich und sollten den ausübenden Fachkräften vor einer Anwendung vermittelt worden sein. So dienen sie u.a. zur Planung von Blended Counseling-Prozessen, als Hilfestellung für die Identifikation geeigneter Klientinnen und Klienten oder als Reflexionsrahmen. Bei der Reflexion geht es hingegen nicht um die Idee eines Abgleichs von entwickelten Szenarien mit realen Fallverläufen im Sinne einer Bewertung von «richtiger» oder «falscher» Umsetzung, sondern vielmehr um ein Verständnis inwiefern reale Blended Counseling-Fallverläufe damit übereinstimmen oder andere Fallverläufe gewählt respektive konzipiert und begründet wurden.

SYNCHRONE UND ASYNCHRONE MEDIEN

Zunächst können Medien bzw. kommunikative Settings dahingehend unterschieden werden, inwieweit die Kommunikation gleichzeitig, also synchron oder zeitversetzt, also asynchron, stattfindet. Das persönliche Gespräch von Angesicht zu Angesicht, am Telefon oder in einem Videochat ist synchron, da beide Personen zur gleichen Zeit miteinander kommunizieren. Die Onlineberatung per E-Mail ist asynchron, da die beiden Beteiligten nicht zeitgleich, sondern vielmehr zeitversetzt kommunizieren.

Welches sind jeweils die Vorteile der verschiedenen Medien bzw. kommunikativen Settings?

Vor- und Nachteile im Face-to-Face-Kontakt:

+	-
<ul style="list-style-type: none"> • sehr reichhaltige Kommunikation • Beziehungsaufbau gut möglich • Konzentration auf das Gespräch direkt möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • ggf. Befangenheit durch persönliche Anwesenheit (je nach Thema) • direkte Antwort notwendig, Pausen ggf. unangenehm • Aufwändige Logistik <ul style="list-style-type: none"> * beide zur gleichen Zeit am selben Ort (= synchrone Kommunikation) * ressourcenintensiv • ggf. Aktivierung von Vorurteilen • Zumeist zeitlich und räumlich kaum flexibel

Vor- und Nachteile im Telefonkontakt:

+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Reichhaltige, kurzfristige und niederschwellige Kommunikation • geringer Ressourcenaufwand, da räumlich flexibel und häufig kostenlos • im Einzelsetting sehr effizient • nützlich, um in Kontakt zu bleiben • Fokussierung aufgrund der Sinneskanalreduzierung (keine Ablenkung durch visuelle Reize) 	<ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmungen nur auf einem einzigen Sinneskanal möglich • Weniger geeignet für Mehrpersonensysteme • ggf. instabile Verbindung oder andere technische Probleme • störungsanfällig je nach Aufenthaltsort des Gegenübers

Vor- und Nachteile im Mailkontakt:

+	-
<ul style="list-style-type: none"> • sehr niederschwellig, da zeitlich und räumlich flexibel • sehr gut geeignet für schambesetzte Themen • Möglichkeit für Nachdenkpausen • Möglichkeit etwas zu deponieren • Beratung wird dokumentiert (für Klient/in und Berater/in ggf. von Vorteil) • ideal für Beratungslernen 	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Wahrnehmungsmöglichkeiten von Stimme, Körperhaltung und Mimik • Asynchrone Kommunikation, => Wartezeit bis Antwort kommt • Schriftform für manche Klientinnen und Klienten sehr voraussetzungsvoll • nicht geeignet für dringende Anliegen • Datenschutzfragen (z.B. Mailkontakt über Outlook)

Vor- und Nachteile im Textchat:

+	-
<ul style="list-style-type: none"> • sehr schnell • quasi-synchrones Medium • geeignet für kurze Infos 	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Wahrnehmungsmöglichkeiten von Stimme, Körperhaltung und Mimik • Schnelligkeit kann herausfordernd sein • begrenzte Form der Kommunikation • Gefahr der Missverständnisse

Vor- und Nachteile im Videodialog:

+	-
<ul style="list-style-type: none"> • reichhaltige Kommunikation (mit Einschränkungen) • geringer Ressourcenaufwand, da räumlich flexibel und häufig kostenlos • im Einzelsetting sehr effizient 	<ul style="list-style-type: none"> • ggf. Datenschutzbedenken (skype) • ggf. instabile Verbindung oder andere technische Probleme • Weniger geeignet für Mehrpersonen-Systeme • Blick ins „Wohnzimmer“ für manche Klienten und Klientinnen bedrohlich oder unangenehm

Planung von Blended Counseling

Nachfolgend finden sich einige grundsätzliche Fragen, die sich Organisationen und deren Mitarbeitende stellen sollten, bevor die konkrete Umsetzung von Blended Counseling im Beratungsprozess angegangen wird.

KONZEPTIONELLE ÜBERLEGUNGEN

Welche konzeptionellen Grundlagen sind erforderlich?

In der Vorbereitung auf ein Blended Counseling-Angebot sollten zunächst in der Organisation und im Team einige konzeptionelle Fragen geklärt werden:

- Welche Motive verknüpfen sich mit dem Einsatz von Blended Counseling?
- Welche Aspekte sprechen organisational für eine Nutzung von Blended Counseling?
- Welche Klientinnen und Klienten sind bei der Planung von Blended Counseling im Blick?
- Wer könnte wie von einem weiterentwickelten Beratungsangebot profitieren?
- Ist die Umsetzung von Blended Counseling freiwilliger oder verpflichtender konzeptioneller Bestandteil in der Organisation?

Für eine gelingende Implementierung von Blended Counseling ist es hilfreich, wenn

- mediengestützte Beratung konzeptionell verankert ist und dieselbe Anerkennung erfährt wie Face-to-Face-Beratung (Legitimität und Gleichwertigkeit der mediengestützten Beratung)
- angemessene Zeitressourcen für die Vorbereitung und Durchführung eingeplant werden
- es geregelte Präsenzzeiten und ein definiertes Vorgehen bei der Übergabe gibt, wenn mehrere Mitarbeitende in den Prozess involviert sind
- bei der Festlegung der Erreichbarkeit bzw. Antwortfrequenz und -schnelligkeit die persönlichen Grenzen der Fachkräfte sorgsam berücksichtigt werden
- im Beratungsteam Ideen entwickelt werden, wie Klientinnen und Klienten für die Chancen mediengestützter Beratung sensibilisiert werden können
- im Beratungsteam Ideen entwickelt werden wie Klientinnen und Klienten für die Bedeutung des Schutzes ihrer Persönlichkeitsrechte sensibilisiert werden können.

Welche Ziele bezogen auf den Beratungsprozess stehen im Fokus?

Vor der Umsetzung eines Blended Counseling-Prozesses sollten sich die beratenden Personen (mit Hilfe der Szenario-Vorlage) überlegen, welche der untenstehenden Zielbereiche für den jeweiligen Klienten / die jeweilige Klientin im Fokus stehen.

Ziele, bezogen auf die Phase vor der Beratung

Die Beratungsorganisation bietet potenziellen Klientinnen und Klienten

- einen verbesserten Zugang zu ihrem Beratungsangebot, indem neben dem telefonischen Erstkontakt weitere Kontaktmöglichkeiten existieren (z.B. über einen Intake-Chat).
- einen niederschweligen Zugang, indem ein Erstkontakt über verschiedene kommunikative Settings möglich ist, um so die Hemmschwelle für eine Kontaktaufnahme zu reduzieren

Durch einen unkomplizierten Erstkontakt soll zeitnah eine erste Klärung erfolgen, inwieweit die interessierte Person mit ihrem Anliegen an der richtigen Stelle ist. Dadurch soll die Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessert werden.

Ziele, bezogen auf die Phase während der Beratung

Die Beraterin bzw. der Berater ermöglichen der Klientin bzw. dem Klienten über den Einbezug digitaler Medien auch kurzfristig Kontakt aufzunehmen und dadurch die Zeiten zwischen zwei Face-to-Face-Gesprächen bewusst für den Beratungsprozess zu nutzen.

Dies zielt darauf die Beratungsbeziehung zu stabilisieren und den Beratungsprozess bei Bedarf phasenweise zu intensivieren, um dadurch die Anzahl der Kontaktabbrüche zu reduzieren bzw. einem möglichen Kontaktabbruch vorzubeugen.

Wird der Beratungsprozess durch den Einbezug verschiedener Medien flexibel und klientenorientiert gestaltet, so kann dadurch die Zielerreichung im Hinblick auf das Anliegen des Klienten bzw. der Klientin unterstützt und verbessert werden

Ziele, bezogen auf die Phase nach Abschluss der Beratung

Die Beraterin bzw. der Berater ermöglicht der Klientin bzw. dem Klienten nach Abschluss der Beratung wieder kurzfristig und unkompliziert Kontakt aufzunehmen und dadurch einem möglichen Rückfall vorzubeugen. Dies zielt neben der Rückfallprophylaxe auf eine verbesserte Nachsorge insgesamt, die dazu beiträgt die Nachhaltigkeit der im Beratungsprozess erzielten Ergebnisse zu verbessern.

Übergeordnete Ziele

- Blended Counseling kann dazu beitragen die in der Organisation vorhandenen Ressourcen effizient einzusetzen. Zwar gilt es bei der Implementierung von Blended Counseling zunächst zu investieren, diese Investition kann sich mittelfristig jedoch auszahlen, wenn in Beratungsprozessen variabel verschiedene Beratungskontakte gemixt werden und unterstützt durch kürzere Beratungskontakte über digitale Medien ein gutes Beratungsergebnis erreicht werden kann.
- In allen Phasen zielt Blended Counseling auch auf eine höhere Zufriedenheit der Klientinnen und Klienten mit der Beratung, da davon ausgegangen werden kann, dass diese Zufriedenheit den Beratungsprozess positiv unterstützt.

Was kennzeichnet einen Blended Counseling – Prozess?

Im Hinblick auf die Durchführung von Blended Counseling ist es sinnvoll, vorab verschiedene Standards zu konkretisieren, die das Beratungsformat kennzeichnen.

Die Beratungsorganisation bietet Klientinnen und Klienten eine Beratung, die

- **flexibel** ist.
In den Beratungsprozess werden in Absprache mit dem Klienten bzw. der Klientin ganz unterschiedliche digitale Medien einbezogen.
- **bedürfnisorientiert** ist.
Durch eine Wahlmöglichkeit für den Klienten bzw. die Klientin kann der Beratungsprozess eng an den kommunikativen Vorlieben und Bedürfnissen des Klienten bzw. der Klientin ausgerichtet werden.
Durch den Einbezug verschiedener digitaler Medien kann die Beraterin bzw. der Berater kurzfristig auf eine veränderte Situation beim Klienten bzw. der Klientin reagieren. Zudem können der Klient bzw. die Klientin auch kurzfristig Kontakt mit der Beratungsperson aufnehmen.
- **lebensweltnah** ist.
In den Beratungsprozess werden digitale Medien einbezogen mit denen der Klient bzw. die Klientin wenn möglich bereits im Alltag positive Vorerfahrungen gesammelt hat. Es kann erforderlich sein für die Beratung auf ein datenschutzkonformes Tool zu wechseln, jedoch können Vorerfahrungen mit alltagsnahen Tools auch für die Verwendung bisher unbekannter Tools hilfreich sein.
- **niederschwellig** ist.
Durch den Einbezug digitaler Medien kann die Beratung in Teilen auch orts- und zeitunabhängig durchgeführt werden.
- **lösungsorientiert** ist.
durch den Einbezug verschiedener digitaler Medien und kurzfristiger Kontaktmöglichkeiten kann ein Veränderungsprozess der kleinen Schritte in Richtung auf eine Lösung zielführend unterstützt werden.

Wie sind die Voraussetzungen bei den Mitarbeitenden?

Die Beratenden sind für eine erfolgreiche Umsetzung von Blended Counseling von grosser Bedeutung. Insofern gilt es vor einer Einführung von Blended Counseling sorgfältig zu prüfen, welche Voraussetzungen bereits vorhanden sind und welche ggf. noch erworben werden sollten.

- Wie wird die Motivation für den Einsatz von Blended Counseling eingeschätzt?
- Wie schätzen die Mitarbeitenden ihre eigene Medienaffinität und ihr eigenes Mediennutzungsverhalten ein?
- Über welche allgemeinen Medienkompetenzen verfügen die Mitarbeitenden?
- Über welche spezifischen Medienkompetenzen bezogen auf die ausgewählten Tools bzw. Plattformen verfügen die Mitarbeitenden?
- Welche Haltung zeigen die Mitarbeitenden im Hinblick auf die Gleichwertigkeit verschiedener kommunikativer Settings sowie bezogen auf den Setting- und Kulturwandel?
- Welche Qualifikationsmöglichkeiten (intern / extern) gibt es?
- Welche regelmässigen Reflexions- / Qualitätsüberprüfungsgefässe (Intervision) können innerhalb der Organisation und für den Austausch unter den Fachkräften angeboten und genutzt werden?

Welche Ausstattung ist für eine professionelle Umsetzung von Blended Counseling erforderlich?

Im Hinblick auf die Ausstattung gibt es verschiedene Möglichkeiten für die Implementierung und Umsetzung. Zunächst sollten organisational folgende Fragen geklärt werden:

- Welche Aspekte sprechen für die Nutzung bestimmter Medien im Rahmen von Blended Counseling?
- Welche Ausstattung ist bereits vorhanden?

TECHNIK UND TOOLS

Bezüglich der technischen Ausstattung sollten in einem zweiten Schritt folgende Fragen geklärt werden:

- Welche technischen Lösungen sind für unsere Organisation bzw. für unser Beratungsangebot sinnvoll?
- Welche sind realisierbar? (Kosten, Qualifizierungsaufwand, Datenschutz -> s. Checkliste Datenschutz im Anhang)
- Welche technische Ausstattung ist verfügbar in der Organisation?
- Welche technische Ausstattung ist verfügbar bei den Klientinnen und Klienten?
- Inwiefern ist der Datenschutz bei den jeweiligen Medien gewährleistet?
- Sind die jeweiligen Anwendungen einfach zu installieren und zu nutzen? (Nutzerfreundlichkeit/Usability)

Umsetzung von Blended Counseling im Beratungsprozess

EMPFEHLUNGEN FÜR BERATENDE

Welche fachlichen und technischen Kompetenzen sind bei den beratenden Personen gefordert?

Beratende sollten

- die Vor- und Nachteile der verschiedenen kommunikativen Settings und damit einhergehend die Potenziale der einzelnen Tools kennen
- in der Lage sein die verschiedenen Möglichkeiten von Blended Counseling orientiert am Klienten bzw. der Klientin im Beratungsprozess differenziert zu nutzen
- über schriftliche Formulierungskompetenz in der Beratung verfügen (Schulung oder Mentoring durch erfahrene Mitarbeitende, z.B. SafeZone-Beraterinnen und -berater)
- Wirkfaktoren von Beratung auch im Blended Counseling berücksichtigen und umsetzen können
- über Kompetenz zur Komplexitätsreduktion verfügen
- die aktuellen Datenschutzbestimmungen kennen und in der Beratung anwenden können
- in der Lage sein, Klientinnen und Klienten für die Chancen von Blended Counseling zu sensibilisieren
- in der Lage sein, Klientinnen und Klienten für die Bedeutung von beraterischer Vertraulichkeit und damit einhergehend für die Verwendung von datenschutzkonformen Tools zu gewinnen.

EMPFEHLUNGEN FÜR DAS ERSTGESPRÄCH*

Bereits vor dem Erstgespräch sollte der Beraterin bzw. der Berater

- die Verfügbarkeit verschiedener digitaler Medien in der Organisation klären
- sich über die eigenen Medienpräferenzen im Klaren sein.

Bei einem Erstgespräch empfiehlt es sich gemeinsam mit der Klientin bzw. dem Klienten folgende Punkte zu klären/anzugehen:

- Bedürfnisse / Anliegen auf Seite Klientel
- Medienaffinität der Klientin / des Klienten
- Bevorzugte Medien der Klientin / des Klienten
- Verfügbarkeit der Medien auf Seiten Klientel
- Erreichbarkeit, Antwortfrequenz und -schnelligkeit
- Sensibilisierung Datenschutz
- Technische Voraussetzungen und die Hilfestellung mit FactSheets
- Installation Tools

Sind diese Punkte geklärt und hat man sich geeinigt welche Kommunikationskanäle potenziell zusätzlich in den Beratungsprozess einbezogen werden, so können die entsprechenden Tools so gleich gemeinsam installiert werden oder aber die entsprechenden FactSheets mitgegeben werden.

*Mit «Erstgespräch» ist hier das Gespräch zum Start eines Blended Counseling-Prozesses gemeint. Einerseits kann dies in einem laufenden Beratungsprozess, der bisher ausschliesslich im Face-to-Face-Setting stattfand, möglich sein, oder aber das erste Gespräch eines neu beginnenden Beratungsprozesses betreffen. Beim Zweitgenannten sollte im Kontakt mit einer neuen Klientin bzw. einem neuen Klienten gut abgewogen werden, ob neben dem Kontaktaufbau und der Auftrags- und Zielklärung im selben Gespräch zusätzlich die weiteren Aspekte zu einem möglichen Einsatz von Blended Counseling besprochen werden oder ob die oben beschriebenen Abklärungen betreffend Medienaffinität, Mediennutzung, Verfügbarkeit der Medien, zum Datenschutz etc. erst in einem zweiten oder dritten Beratungskontakt angesprochen und geplant werden.

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE MEDIENWAHL / DEN MEDIENWECHSEL

Was spricht für einzelne Tools oder eine integrierte Plattform?

Wie oben veranschaulicht wurde, verfügen unterschiedliche kommunikative Setting jeweils über spezifische Vor- und Nachteile. Für ein gelingendes Blended Counseling ist neben der Wahl eines Kommunikationskanals auch die Kompetenz zum Medienwechsel wichtig. Ein solcher Medienwechsel kann herausfordernd sein, da nicht nur das Medium, sondern (bei der Verwendung von Einzeltools wie im Projekt beschrieben) auch die technische Lösung gewechselt wird. Integrierte Plattformen haben hier den Vorteil, dass sie verschiedene Medien in einer technischen Lösung vereinen. Ein Medienwechsel erscheint dadurch leichter zu bewerkstelligen zu sein. Bei einer integrierten Plattform muss man allenfalls Abstriche bei der Funktionalität der einzelnen Tools der Plattform machen (siehe auch die FactSheets zu den einzelnen Tools im Anhang).

Wer steuert den Medienwechsel?

Im Beratungsverlauf steuert einerseits der Klient bzw. die Klientin, wenn er oder sie über verfügbare digitale Medien den Berater bzw. die Beraterin kontaktiert. Zum anderen steuert vor allem auch die Fachperson, da diese die jeweiligen spezifischen Vor- und Nachteile kommunikativer Settings kennt und deren Nutzen im Beratungsprozess besser einschätzen kann. Insofern ist es letztendlich ein Wechselspiel zwischen Klientenorientierung und beratungsfachlicher Prozessgestaltung.

Zum Abschluss

Blended Counseling ist ein junges innovatives Beratungsformat. Für Beraterinnen und Berater bedeutet dies die beraterische Kompetenz mit einer professionellen Medienkompetenz zu kombinieren. Zum einen gilt es noch stärker als sonst die Bedürfnisse der Klienten und Klientinnen zu beachten, zum anderen hat es sich bewährt vorhandene Handlungsspielräume für kreative Lösungen zu nutzen.

Im Projekt hat sich gezeigt, dass die Mediennutzung und Akzeptanz durch Klientinnen und Klienten korrespondieren mit der Medienaffinität und Medienkompetenz der Beratenden. Zugleich ist dies ein Entwicklungsprozess für Beratende und es kann unterstützend sein, sich hier kollegial zu unterstützen. Darüber hinaus sind Neugier, Offenheit und Experimentierfreude hilfreich um sich auf dieses «Neuland» zu begeben.

Weitere organisationale Aspekte zur Implementierung von Blended Counseling

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE LEITUNGSEBENE

Für eine gelingende Umsetzung von Blended Counseling ist es hilfreich, wenn

- Leitung und Fachebene dahinterstehen und das Projekt tragen
- vor der Einführung von Blended Counseling in einem partizipativen Prozess Ziele, Zweck und Möglichkeiten definiert werden
- die Leitungsebene die Sensibilisierung der Fachmitarbeitenden für das Thema gezielt fördert
- eine Evaluation der Kompetenzgrundlagen für Blended Counseling erfolgt.

Finanzierung

Für die Umsetzung von Blended Counseling ist es notwendig, dass mediengestützte Beratung abrechenbar ist. Insofern sollten die jeweiligen Abrechnungsmöglichkeiten geklärt bzw. neue Abrechnungsfaktoren definiert werden.

Klar definierte Abrechnungsmöglichkeiten können sich positiv auf die Medienwahl im Blended Counseling-Prozess auswirken, wenn Beratende die beraterische Nutzung von digitalen Medien als legitim erleben und als Beratungskontakt adäquat erfassen können.

Abläufe

Wer sollte intern einbezogen werden?

- Datenschutzbeauftragte/r
- IT
- Kommunikation
- Fachpersonen prozessmethodische Fragen
- Sachbearbeitung
- Controlling: Gewährleistung der Kompatibilität mit vorhandenen Controlling-Instrumenten

Wer sollte extern einbezogen werden?

- Zuständige Datenschutzstelle (kantonal, städtisch)
- Tool- bzw. Plattformanbieter
- Schulungsanbieter

Datenschutz

Die Gewährleistung der gesetzlichen Anforderungen an beraterische Vertraulichkeit und Datenschutz liegen in der Verantwortung der Leitung. Nähere Ausführungen dazu finden sich in der Checkliste Datenschutz im Anhang B.

Anhang B Checkliste Datenschutz

Die folgenden Fragen können dabei helfen, sich die eigene Umgangsweise bzw. jene der Organisation in Bezug auf personenbezogene Daten und mögliche Geheimnisse der Klientinnen und Klienten in einem ersten Schritt bewusst zu machen. Nur wenn die verschiedenen Aspekte im Blick sind und ein Gesamtkonzept umgesetzt wird, ist von einem hohen Datenschutz- und Datensicherheitsniveau auszugehen.

Organisationale Ebene

- Welche rechtlichen Regelungen gibt es für meine Einrichtung bzw. meine Tätigkeiten?
- Was sind die zuständigen Behörden für die Datenschutzaufsicht?
- Muss in meiner Stelle ein Datenschutzbeauftragte/r bestellt werden?
- Wo fallen personenbezogene Daten an?
- Auf welcher Grundlage (Einwilligung/Gesetz?) erfolgt die Erhebung, Speicherung und Nutzung dieser Daten?
- Gibt es besonders sensible Daten (z.B. zu Gesundheit, Religion etc.), die eines besonderen Schutzes bedürfen?
- Gilt es über den Datenschutz hinaus auch Berufsgeheimnisse zu schützen?
- Gibt es in meiner Organisation konkrete Vorgaben zum Umgang mit diesen Daten?
- Gibt es gesetzliche Auskunftspflichten?
- Sind diese Vorgaben bei den Beteiligten bekannt?
- Werden die Daten effektiv geschützt (Datenschutz, Konkretisierung s. unten)?
- Werden personenbezogene Daten oder Geheimnisse an Dritte übermittelt?
- Auf welcher Grundlage (Einwilligung/Gesetz?) erfolgt eine etwaige Übermittlung?
- Erfolgt ein möglicher Datentransfer auf einem geschützten Weg?
- Existiert ein umfassendes Datenschutz-/Sicherheitskonzept?
- Sind dabei die datenschutzrelevanten Prozesse, alle beteiligten Personen, die gesamte Technik und die Organisation im Blick?

Folgende grundlegenden **sicherheitstechnischen Aspekte** sollten bei der Toolauswahl durch die Organisation berücksichtigt werden:

- Verschlüsselung der gespeicherten Inhalte (*zwingend*)
- Ende-zu-Ende Verschlüsselung beim Datentransfer (*zwingend*)
- Offener Quellcode der Software (*zwingend*)
- Server-Standort in der Schweiz (*datenschutzrechtlich von grossem Vorteil*)
- Möglichkeit eines anonymen Accounts (*datenschutzrechtlich von Vorteil*)

Ebene der Nutzerinnen und Nutzer

Die offizielle Schweizer Seite MELANI benennt hilfreiche Verhaltensregeln im Umgang mit PC und Smartphone, welche für die Beratungspersonen teilweise mit organisationalen Regelungen und Vorgaben einhergehen:

- Verwendung sicherer Passwörter: Mind. 8 Zeichen mit Buchstaben, Zahlen und Sonderzeichen; Passwort regelmäßig ändern und unzugänglich aufbewahren, nicht mehrfach verwenden
- Regelmäßige Updates der Computerprogramme (Betriebssystem, E-Mailprogramm, alle aktualisierbaren Anwendungen), aber nur vom Hersteller
- Keine Programme aus unsicherer Quelle verwenden
- E-Mails nur aus sicherer Quelle: Gefahr vor Viren, Würmern und Trojanischen Pferden
- Stets aktuelle Antivirusprogramme und Firewall nutzen
- Datensicherung
- Vorsicht beim Surfen im Internet: Keine Dateien aus unsicherer Quelle aktivieren
- Sichere Browsereinstellungen (Beschränkung JavaScript etc.)
- Zwei-Browser-Strategie: Wenn eine Sicherheitslücke bekannt, aber noch nicht geschlossen ist: Möglichkeit auf zweiten Browser umzusteigen
- Keine Freigaben auf dem Rechner (sogenannte Shares)
- Mobile Endgeräte (z.B. Smartphones) mit Passwort schützen und auch hier auf aktuellen Schutz achten: Updates, Antivirusprogramm etc.
- Verwendete WLAN/Router/Netzwerke absichern
- Physischer Schutz der Rechner, d.h. in abgeschlossenen Räumen unterbringen

Quelle: <https://www.melani.admin.ch/melani/de/home/schuetzen/verhaltensregeln.html>

Auf der **Ebene der Beratungspersonen** ist zusätzlich zu beachten:

- Datenschutzbeauftragte und Sicherheitsfachleute einbeziehen
- keine digitalen Anwendungen für vertrauliche Daten nutzen, die den erwähnten Sicherheitsaspekten nicht gerecht werden (z.B. Whatsapp, unverschlüsseltes Outlook-Mail).
- Sich zu aktuellen Datenschutzvorschriften informieren bzw. schulen (via Organisation)
- Klientinnen und Klienten für die Wichtigkeit der Vertraulichkeit als Beratungsstandard gewinnen
- Einverständnis der Klientinnen und Klienten zur Nutzung von Tools einholen (via organisationale Lösung)

Transparenz herstellen gegenüber den Klientinnen und Klienten bezüglich dem Umgang mit Personendaten, die aus digitaler Beratung resultieren (via organisationale Lösung)

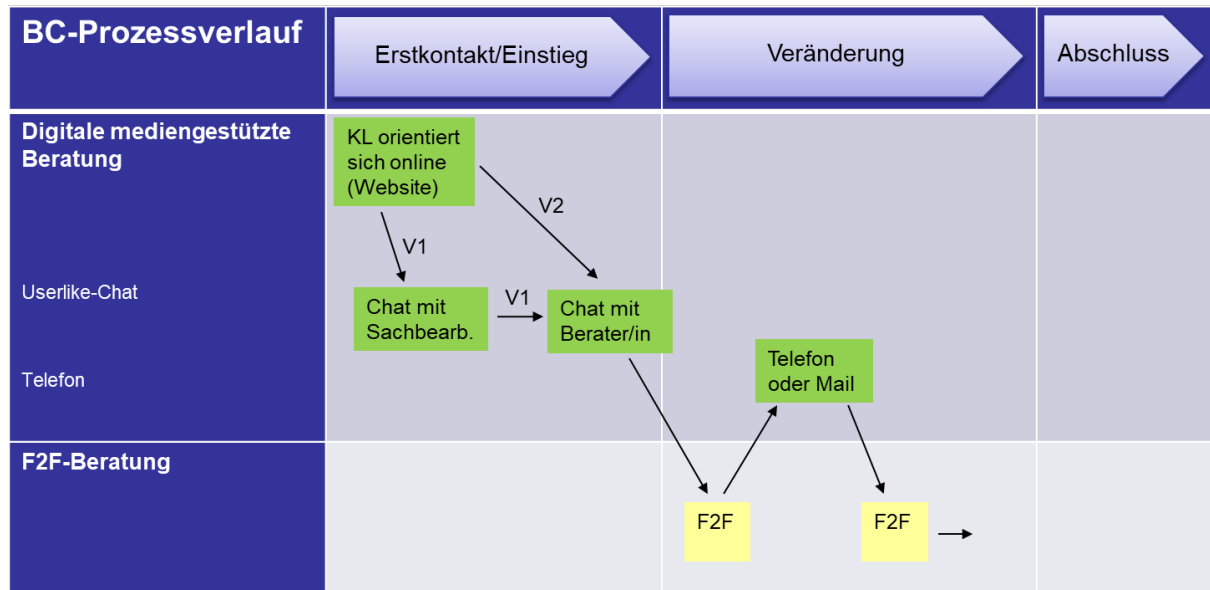
Anhang C Blended Counseling-Szenarien

Blended Counseling-Szenario 1: Live-Chat für Interessierte

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		<ul style="list-style-type: none"> • Angehörige + Betroffene, mehrheitlich zwischen 30 – 60 Jahren (teilw. 20 – 70 Jahre) <ul style="list-style-type: none"> ○ wissen nicht genau, welche Unterstützungen es gibt oder was sie wollen ○ kennen die Fachstelle noch nicht und suchen passende Informationen und Unterstützung ○ sind ambivalent ○ kennen Kosten und Aufnahmebedingungen nicht • Evt.: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene <ul style="list-style-type: none"> ○ suchen altersgruppengerechte Informationen und Unterstützung
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Internetzugang
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Anfrage über Chat
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Userlike-Chat <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Messenger Videochat <input checked="" type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch)
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>FOKUS: vor der Beratung</p> <p>Im Intake-Prozess sollen die Kontaktmöglichkeiten um die Dimension der Kurzberatung per Chat ausgebaut werden. Damit soll die Hürde zur Kontaktaufnahme nochmals gesenkt und der suchtspezifischen Ambivalenz-, Schul- und Schamproblematik Rechnung getragen werden.</p> <input checked="" type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des Klienten/der Klientin <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserten Zugang zum Beratungsangebot ermöglichen <input checked="" type="checkbox"/> Für Webvisitor: Niederschwelliger, anonymer und bequemer Erstkontakt <input checked="" type="checkbox"/> Für Fachstelle: Kurzintervention wirkt hemmungsabbauend, motivationsfördernd und einladend
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden:</p> <input checked="" type="checkbox"/> Userlike-Chat <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Mail <p>Für den Live-Chat wird Userlike verwendet, andere Kontaktmöglichkeiten werden nicht in diesem SZ beschrieben. Begründung: Kontakt über Userlike: noch schneller, unverbindlich, anonym möglich.</p>
Ziele Klient/in <i>gemäss Auftragsklärung</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Schnelle Antworten auf (spontane) Fragen, inkl. Informationsvermittlung, Kurzberatung, Empfehlungen • Ggf. Triage zu anderen Fachstellen und Unterstützungsangeboten

<p>Varianten für den Live-Chat</p>	<p><u>Live-Chat durch Sekretariatsmitarbeitende</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Klärung des Anliegens • Beantwortung von Sachfragen (z.B. Hinweise auf Website-Kapitel, Termin- und Preisauskünfte, Vermittlung von Adressen u.ä.) <p>Bei Fachfragen: interne Weiterleitung des laufenden Chats an Berater/in</p> <p><u>Live-Chat durch Berater/innen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Beraterische Klärung des Anliegens • Kurzintervention/-beratung, Empfehlung, Angebot für Beratungsfortsetzung per Telefon oder F2F • Klärung, ob Anliegen erfüllt worden sind oder ob weitere Kontakte erwünscht sind • evt. Terminvereinbarung und Fortsetzung des Beratungsprozesses durch Berater/in => F2F • Fortsetzung: verschiedene Szenarien je nach Indikation 				
<p>Varianten für die Fortsetzung des Beratungsprozesses im Anschluss an den Live-Chat</p> <p>Varianten 1 und 2 umfassen ein Blended Counseling gemäss Verständnis des Projektes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) nach dem Live Chat mit einer Sekretariatsmitarbeiterin übernimmt Berater/in den Chat und setzt den Beratungsprozess später als Blended Counseling fort (Face-to-Face-Kontakt und weitere Kommunikationskanäle). 2) nach dem Live-Chat mit dem Berater/ der Beraterin setzt diese/r den Beratungsprozess später telefonisch und/oder im Face-to-Face-Kontakt fort. 3) Im Rahmen des Live-Chats vergibt die Sekretariatsmitarbeiterin einen Termin für einen F2F-Beratung bei einer Beraterin / einem Berater 4) Im Rahmen des Live-Chats triagieren die Sekretariatsmitarbeiterin oder ein/e Berater/in den Interessenten/die Interessentin an SafeZone (Kontakt endet nach Triage zu SafeZone) 5) Im Rahmen des Live-Chats triagieren die Sekretariatsmitarbeiterin oder ein/e Berater/in den Interessenten bzw. die Interessentin an eine andere / passendere Stelle (Kontakt endet nach Triage zu anderer Organisation) 6) Kontakt endet nach Erläuterung der Fachstellenangebote, Hinweis auf SafeZone sowie Einladung zu erneutem Live-Chat-Kontakt (Ergebnis offen) 				
<p>Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="408 1294 616 1585"> <p>Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in</p> </td> <td data-bbox="616 1294 1401 1585"> <ul style="list-style-type: none"> • Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung </td> </tr> <tr> <td data-bbox="408 1585 616 1877"> <p>Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)</p> </td> <td data-bbox="616 1585 1401 1877"> <ul style="list-style-type: none"> • bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren <p>Herausforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich </td> </tr> </table>	<p>Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung 	<p>Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren <p>Herausforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich
<p>Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung 				
<p>Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren <p>Herausforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich 				
<p>Wechsel von der Sekretariats-MA zu einer Beraterin bzw. einem Berater</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzung: zeitliche Verfügbarkeit einer Beraterin oder eines Beraters im Hintergrund • analog zur Auskunftserteilung per Telefon • Beratende sind teilw. auf Störungsbilder spezialisiert 				

- analog zur Handhabung bei Telefonkontakten (z.B. aufgrund Anliegen, Familienstatus oder Wohnort von Klient/in bzw. Verfügbarkeit von Berater/in)



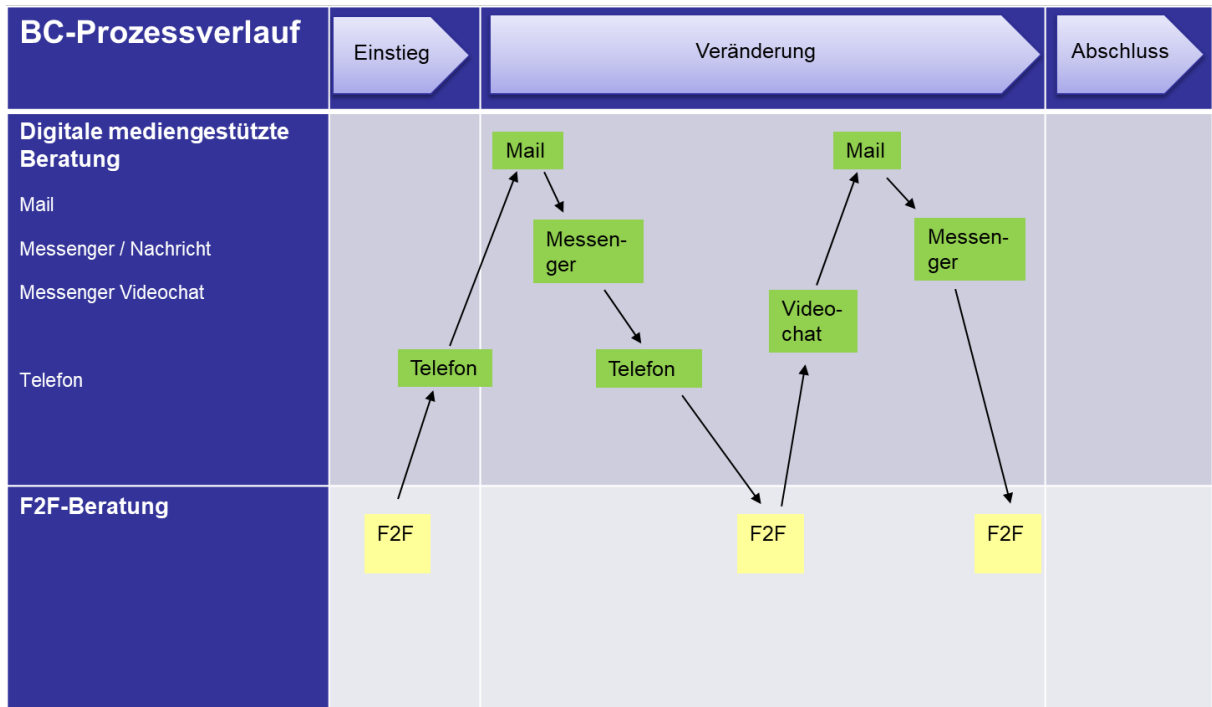
Variante 1 (V1): nach dem Live Chat mit einer Sekretariatsmitarbeiterin übernimmt eine Beraterin bzw. ein Berater den Chat und setzt den Beratungsprozess später als Blended Counseling fort.

Variante 2 (V2): nach dem Live-Chat mit dem Berater/ der Beraterin setzt diese/r den Beratungsprozess später im Face-to-Face-Kontakt und / oder mit anderen kommunikativen Settings fort.

Blended Counseling-Szenario 2: Beratung von temporär anwesenden Klientinnen und Klienten

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		<p>Klientinnen und Klienten, denen – aus verschiedenen Gründen - ein persönliches Erscheinen in der Beratungsstelle (vorübergehend) nicht möglich ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Örtliche Distanz <ul style="list-style-type: none"> - Klientin / Klient, der/die sich im Ausland befindet - Klientin / Klient mit eingeschränktem Bewegungsradius • Zeitliche Einschränkungen bzw. Passung der möglichen Zeitfenster <ul style="list-style-type: none"> - z.B. Beratung von berufstätigen Klientinnen und Klienten oder deren Angehörigen, - Beratung von Personen mit Betreuungspflichten - (über Mittag, in Pause), Abwesenheit ungünstig (Arbeitsplatz) • körperliche oder psychische Einschränkungen (z.B. Angststörung), welche das Verlassen des Hauses begrenzen <p>Zielgruppe sind Klientinnen und Klienten, zu denen bereits Kontakt besteht, d.h. die zuvor in einer F2F-Beratung waren.</p>
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung des Zugangs zum Berater bzw. der Beraterin im Beratungsprozess, insbesondere erweiterte Kontaktmöglichkeiten für Klientinnen und Klienten mit begrenzter zeitlicher und / oder örtlicher Verfügbarkeit. <input checked="" type="checkbox"/> Intensivierung des Beratungsprozesses <input checked="" type="checkbox"/> Gewährleistung von Beratungsstringenz trotz begrenzter zeitlicher und/ oder örtlicher Verfügbarkeit des Klienten / der Klientin <input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung der Beratungsbeziehung <input checked="" type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung der Nachhaltigkeit der Beratung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden</p> <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton <input checked="" type="checkbox"/> Messenger Nachricht <input checked="" type="checkbox"/> Telefon
		<p>Begründung: Angebot eines stringenten synchronen Beratungsprozesses äquivalent zum F2F-Kontakt, falls persönliche Anwesenheit des Klienten bzw. der Klientin erschwert ist.</p> <p>Synchrone Medien sind vorzuziehen, wenn (laufende) Unsicherheiten / Klärungen auf Beziehungs- oder inhaltlicher Ebene ausschlaggebend sind.</p> <p>Einsatz von asynchronen Medien ist möglich, wenn kaum Unsicherheiten bzw. Klärungen (inhaltliche / beziehungs-mässig) notwendig und Klient/in. einigermassen psychisch stabil und gut strukturiert ist.</p> <p>Medienwahl in Abhängigkeit von</p> <ul style="list-style-type: none"> • Art der Einschränkung (zeitlich, örtlich, physisch, psychisch etc.) • Grad der Einschränkung

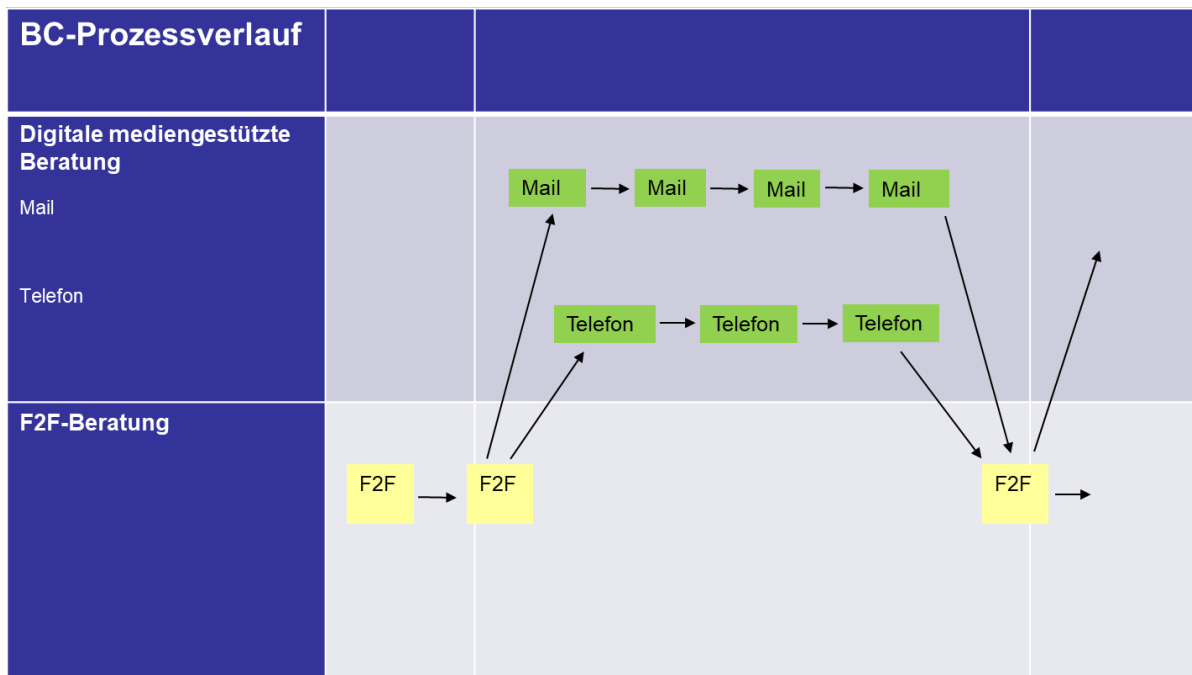
		<ul style="list-style-type: none"> Medienpräferenz des Klienten / der Klientin (abgestimmt auf die Alltagsverhältnisse, Bedürfnisse, Ressourcen der KL) <p>Herausforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Können Klientinnen und Klienten dazu bewegt werden ein zusätzliches Tool zu installieren? Gerade Klientinnen und Klienten mit psychischen oder physischen Einschränkungen sind ev. auch begrenzt im Umgang mit digitalen Medien (z.B. Video-Chat, Mail) Erfordert sorgfältige Abwägung der Indikation (z.B. bei depressivem Rückzugsverhalten) <p>Das erweiterte Setting erleichtert das Dranbleiben bei (vorübergehender) Abwesenheit.</p>
Ziele Klient/in gemäss Auftragsklärung		Ziele werden individuell vereinbart.
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	<ul style="list-style-type: none"> Erstkontakt kann über div. Kanäle erfolgen (Mail, Tel., Live-Chat, F2F) Die unterstützungssuchende Person kann aus verschiedenen Gründen nicht vor Ort sein, kann aber dank des Einbezugs von verschiedenen digitalen Medien trotzdem Hilfe in Anspruch nehmen bzw. den Beratungsprozess fortführen.
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	<p>Es ist ein möglichst früher F2F-Kontakt zu Beginn des Beratungsprozesses vorgesehen. Zeigt sich, dass für Kl. F2F nur erschwert oder gar nicht möglich ist => Vereinbarung von Beratung über verfügbare Kanäle.</p> <ul style="list-style-type: none"> regelmässige, ev. eher kürzere Kontakten über Telefon oder Chat. Falls vereinbarter Kontakt verhindert, Neuvereinbarung Termin über Mail. Auch Beraterisches über Mail möglich, falls Voraussetzungen zu asynchronem Kanal erfüllt (s. oben). F2F-Gespräche für längere Stao-Bestimmungen.



Blended Counseling-Szenario 3: Beratung im Mehrpersonen-Setting

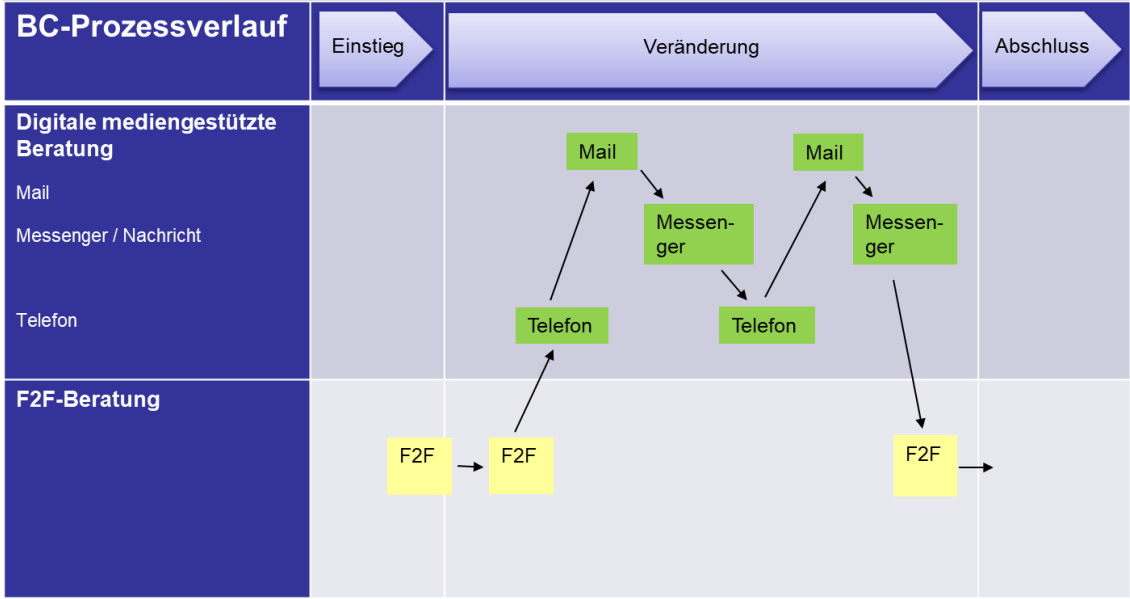
Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		<p>Im Fokus stehen Beratungen, in die mehrere Personen einbezogen werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispiel 1: Eine Angehörige eines kiffenden Jugendlichen ruft an und möchte Infos zur Substanz sowie Tipps, wie sie sich verhalten solle. Termin mit Jugendlichen ist nicht möglich, da in Lehre ausserkantonale. • Beispiel 2: Paar kommt ins Gespräch (z.B. Thema Alkohol der Frau). Durch die Kinderbetreuung und die Jobs der beiden wäre ein nächster F2F-Termin erst in 2 Monaten möglich. Das Paar möchte dranbleiben und so schnell wie möglich das Problem bearbeiten.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Beispiel 1: Telefon Beispiel 2: Mail, Messenger (Gruppenchat)
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des Klienten / der Klientin <input checked="" type="checkbox"/> Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern <input checked="" type="checkbox"/> Erweiterte Kontaktmöglichkeiten für Klientinnen und Klienten im Beratungsprozess <input checked="" type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung der Nachhaltigkeit der Beratung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert (Gruppenchat) <p>Begründung: Alle Beteiligten können ggf. gleichzeitig informiert werden. Telefon wie auch Mail sind niederschwellig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstgespräch und Abschlussgespräch ggf. F2F • Telefonberatung mit Eltern und Jugendlichen (Telefonkonferenz) • Telefon, da Jugendliche/r ausserkantonale tätig ist und Anrufe auch zu Randzeiten möglich (Beispiel 1) <p>Mail:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung von Informationen an alle Beteiligten • Ortunabhängige Beratung möglich • asynchrones Medium um zwischen den Telefonterminen bei Bedarf etwas deponieren zu können. • schriftlicher Verlauf ist für alle Beteiligten jederzeit abrufbar bzw. Nachlesen möglich <p>Beispiel 2: synchrone Kanäle eher weniger geeignet</p>
Mögliche Ziele Klient/in bzw. Klientensystem		<p>Beispiel 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jugendliche/r: mit möglichst wenig Aufwand den Ansprüchen der Mutter gerecht werden. Aufgrund Lehre (ausserkantonale) wie auch evt. fehlender Veränderungsmotivation ggf. geringe Bereitschaft für F2F-Kontakt. • Angehörige/r: Mutter möchte mit einer Fachperson Fragen zu Cannabis klären, Unterstützung für ihren Sohn, wie auch für sich erhalten.

Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	<ul style="list-style-type: none"> • Beispiel 1: Telefon da sich die Angehörige per Telefon fürs Erstgespräch gemeldet hat. Gemeinsam wurde besprochen, wie der / die Jugendliche am besten erreicht werden kann. • Beispiel 2: Ausgangspunkt ist der Wunsch des Paares in den Prozess einzusteigen und ohne Unterbruch weiterarbeiten zu wollen. Beratung erfolgt überwiegend per Mail
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Herausforderung: <ul style="list-style-type: none"> • zeitlich gebunden: Telefontermin muss vereinbart werden • Ziel wäre es durch die Medienwahl und den gezielten Medienwechsel die Bereitschaft des/der Jugendlichen für eine Mitarbeit zu erhöhen Beispiel 2: <ul style="list-style-type: none"> • regelmässige Rückmeldungen von beiden per Mail (beide im CC) • Es ist möglich Fragen zu stellen, gemeinsame Aufgaben zu geben und Links mit Informationen zu senden • Beraterisch herausfordernd ist es auch in der asynchronen Kommunikation die Bedürfnisse aller Beteiligten im Blick zu behalten • Die Themen Datenschutz sowie mögliche Wartezeiten auf Antworten sollten mit den Beteiligten geklärt werden.



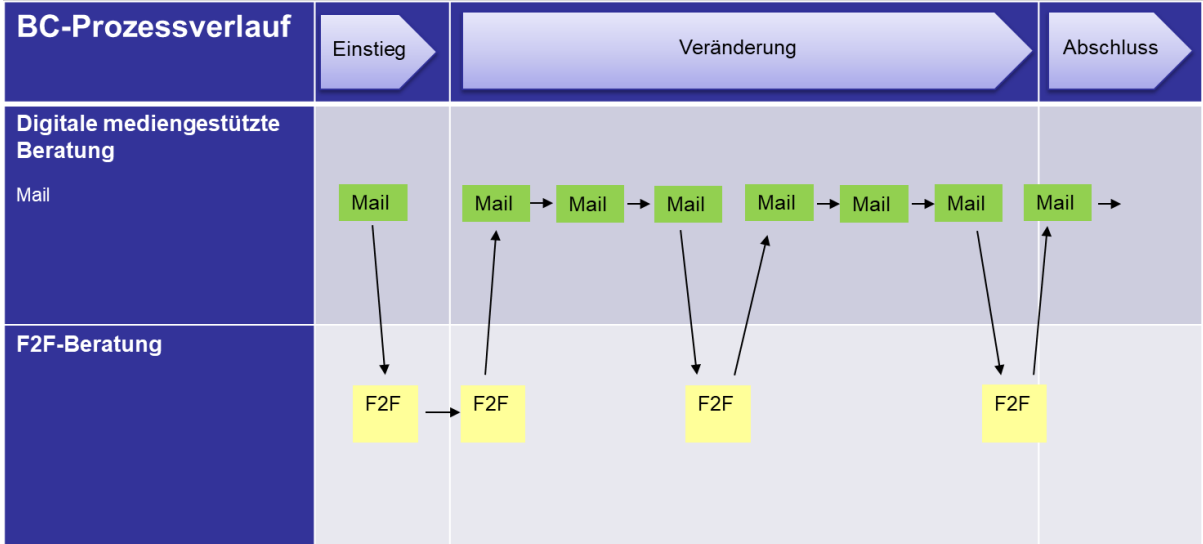
Blended Counseling-Szenario 4: Krisenbegleitung

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientinnen und Klienten, welche sich in einer psychosozialen Krise befinden, z.B. Trinkereignis, schwierige Alltagssituation, psychische Krise, Suizidalität Klient/in steckt in einer akuten Krise, kann oder will aber nicht vor Ort sein.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Telefon, Mail, Messenger
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung <input checked="" type="checkbox"/> Kurzfristige Kontaktmöglichkeit im Beratungsprozess <input checked="" type="checkbox"/> Intensivierung des Beratungsprozesses <input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung des Klienten / der Klientin zur Krisenbewältigung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert Die beraterischen Hilfeleistungen können durch Telefon, Kurznachrichten und ggf. Mail schneller erhöht werden als dies über F2F möglich wäre. In einer Krise sind mehrere, dafür kürzere Beratungssequenzen sinnvoll. Synchrone Medien werden der Dringlichkeit der Krisensituation eher gerecht und sollten deshalb in Krisensituationen bevorzugt verwendet werden, da sie eine zeitlich unmittelbare, situationsangepasste reaktion ermöglichen. Ein asynchrones Medium, wie z.B. eine E-Mail lässt z.T. fundiertere Massnahmen zu (falls dies trotz Dringlichkeit möglich ist). Zudem kann ggf. auf Kriseninterventionsstellen weiterverwiesen werden.
Mögliche Ziele Klient/in		In der Krisensituation (alle Phasen): <ul style="list-style-type: none"> • Krisenbewältigung, Handlungsanleitung, Emotionsregulation • Normalisierung der Akutsituation Reguläre Ziele der Beratung können trotz Krise erreicht werden (z.B. kontrollierter Konsum, Abstinenz etc.)
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Unterstützungsbedarf ist erhöht, dies sehr kurzfristig. Durch Mail, Nachrichten und Telefon, Kurznachrichten und ggf. Mail kann dieser Bedarf abgedeckt werden (s.o.). Zeitnahe und situationsadäquate Intervention notwendig <ul style="list-style-type: none"> • Wenn der Berater / die Berater nicht im F2F-Setting agiert, sind die eigenen Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt, die unmittelbare Interaktion ist zwar kurzfristig und schnell möglich, jedoch beraterisch begrenzt



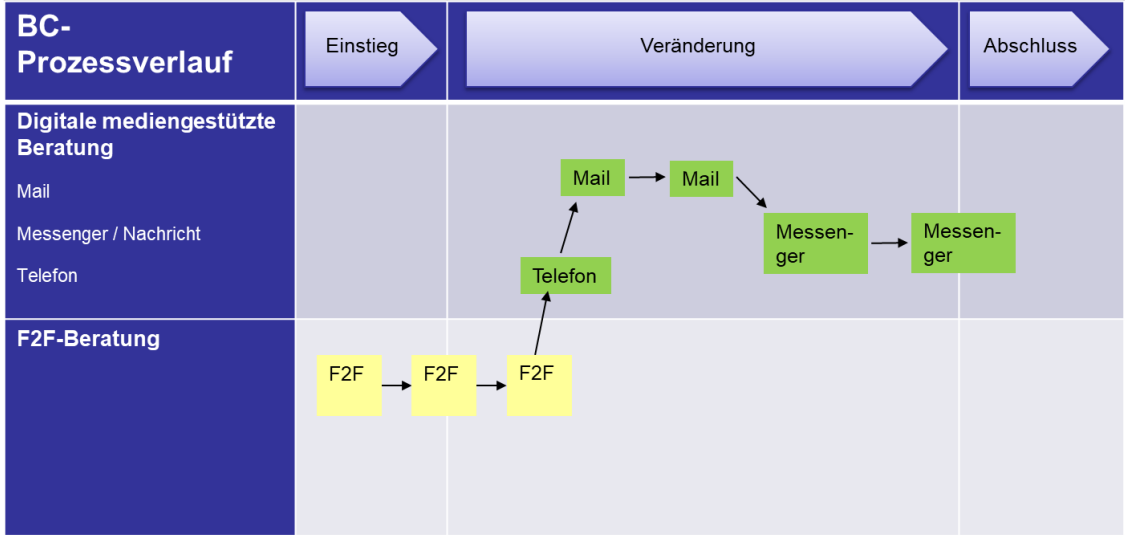
Blended Counseling-Szenario 5: Beratung von Personen mit schambehafteter Problematik

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientin oder Klient mit schambehafteter Problematik z.B. junge Frau mit Essanfällen. Sprachlich starke Klientin, reflektiert und differenziert, kann vieles selber gut umsetzen. Schamgefühle verhindern im F2F-Kontakt vertieft an emotionale Themen zu kommen.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	E-Mail und F2F
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung <input checked="" type="checkbox"/> Kurzfristige Kontaktmöglichkeit im Beratungsprozess <input checked="" type="checkbox"/> Schambehaftete Themen wie Rückfall oder Misserfolg können sofort per Mail deponiert und im F2F-Kontakt ressourcenorientiert aufgenommen werden, ohne noch einmal Scham auslösende Details breittreten zu müssen. Das Schreiben wirkt entlastend, beruhigend und ablenkend und hilft, Rückfälle abzuwenden. <input checked="" type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton Prozess des Schreibens einer E-Mail-Nachricht als hilfreiche Sofortmassnahme bei Rückfallgefahr / Craving. Emotionale Themen, die im Direktkontakt schwierig anzugehen sind, können mitgeteilt werden. Erhaltene Infos können im F2F-Kontakt aktiv behandelt werden, ressourcenorientierte Bearbeitung von kritischen Situationen, Reframings, konkrete Planung von nächsten Schritten.
Mögliche Ziele Klient/in		Einstiegsphase: Informationen, Vertrauen & Sicherheit gewinnen. Veränderungsphase: Verbesserung des Essverhaltens. Abschlussphase: Neue Strategien sind bekannt und umgesetzt.
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	<ul style="list-style-type: none"> • F2F-Kontakte und E-Mail-Korrespondenz im Wechsel, E-Mail als Möglichkeit bei Rückfall • halbjährliche F2F-Standortbestimmung • Medienwechsel soll das jeweilige Bedürfnis der Klientin bzw. des Klienten berücksichtigen. • Zeitliche Verzögerung bei Mailverkehr von ca. 2-4 Tagen muss mit Klientin bzw. Klient vorbesprochen werden.



Blended Counseling-Szenario 6: Kontaktverlust droht

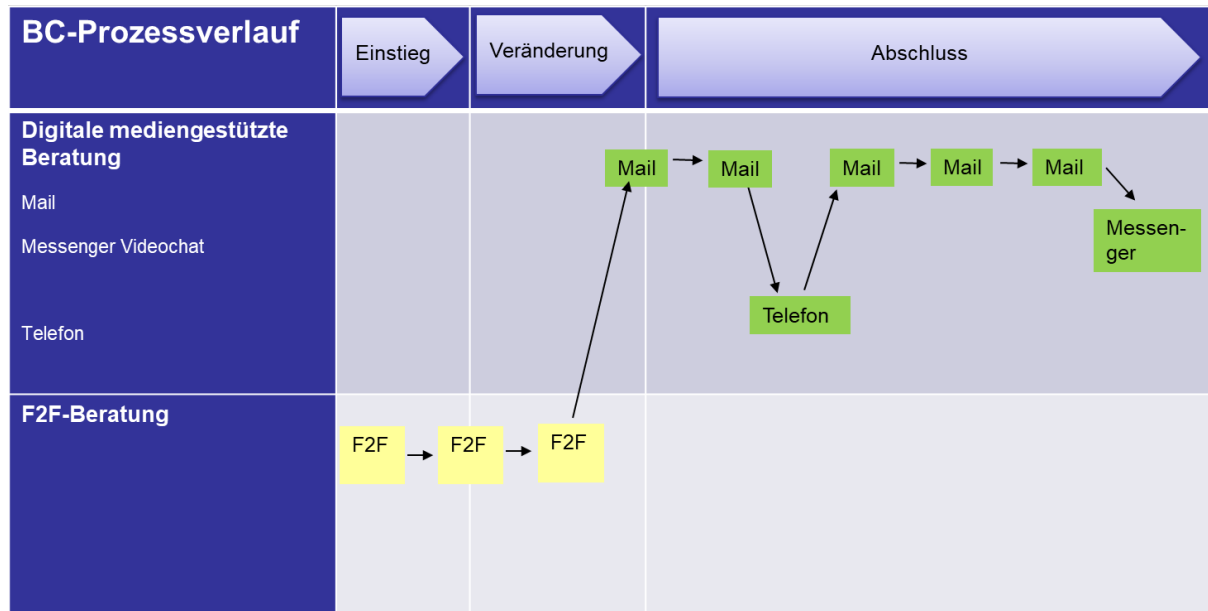
Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientinnen und Klienten, die Termine nicht mehr wahrnehmen oder sich nicht mehr melden z.B. jüngere, sozialhilfeabhängige Personen, ohne eigenes Einkommen, eher schlechter Gesundheitszustand und alleine lebend, mit problematischem Konsum
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung <input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung der Beratungsbeziehung <input checked="" type="checkbox"/> In Kontakt bleiben <input checked="" type="checkbox"/> Wiedereinstieg in die Zusammenarbeit zwischen Klientin bzw. Klient und beratender Person zur Weiterführung des Beratungsprozesses <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung/Erweiterung der Nachsorge
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> sonstiges: Briefpost Bei drohendem Kontaktabbruch gilt es die Medienwahl eng am individuellen Fall auszurichten. Ein synchroner Kommunikationskanal könnte verbindlicher, ggf. aber auch zu konfrontativ sein. Ein asynchroner Kommunikationskanal lässt mehr Selbstbestimmung beim Klienten bzw. der Klientin zu. Briefpost könnte ggf. die Wichtigkeit/Dringlichkeit/Ernsthaftigkeit der Nachfrage unterstreichen.
Mögliche Ziele Klient/in		
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	<ul style="list-style-type: none"> • Idealerweise wurde zu Beginn des Beratungsprozesses (also vor einem Kontaktabbruch) gemeinsam geklärt, welche Schritte über welche Medien die Fachperson unternehmen kann.
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	<ul style="list-style-type: none"> • Bei drohendem Kontaktverlust kann es sinnvoll sein jede Möglichkeit zu nutzen unter Berücksichtigung der Absprachen, die mit dem Klienten bzw. der Klientin über die Medienwahl gemacht wurden) • Bedürfnisse im Hinblick auf Kanalwahl auf Seiten KL ernst nehmen • Vermittlung von Hoffnung, Beistand und Fürsorge vs. Autonomiebedürfnisse der KL berücksichtigen



Blended Counseling-Szenario 7: Nachsorge

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		<p>Klientin/Klient hat Beratung (F2F oder Blended Counseling) abgeschlossen.</p> <p>Der sporadische Kontakt per Mail und/oder Chat dient als Rückfallprophylaxe und erleichtert eine allfällige Wiederanmeldung. Regelmässiges Nachfragen wirkt nachhaltig, gibt Sicherheit und die Veränderung wird stabilisiert. In Krisensituationen kann unmittelbar reagiert werden. Zeit- und ortsunabhängige Nachsorge.</p>
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Mailzugang Proton oder HIN, Messenger installiert, Telefon
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Individuell zu klären – idealerweise Kontakt per Mail, um zeitunabhängig (Erreichbarkeit auch an Randstunden und Wochenenden) «abzuladen» und weiteres Vorgehen (Termine) zu vereinbaren, Chats als Krisenintervention
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>FOKUS: Abschluss der Beratung / nach der Beratung</p> <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung/Erweiterung der Nachsorge <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung der Nachhaltigkeit des in der Beratung Erreichten <input checked="" type="checkbox"/> Unkomplizierte Kontaktmöglichkeit für die Klientin bzw. den Klienten (zyklisches Verständnis von Suchtberatung)
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		<p>Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden</p> <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike Mail, Chat (terminiert), Telefon Klient/in hat je nach Möglichkeiten und Bedürfnis die Wahlmöglichkeit, welches Medium passt. Ort- und teilweise zeitungebunden. F2F ist zunächst nicht vorgesehen, jedoch jederzeit nach Vereinbarung möglich
Mögliche Ziele Klient/in		
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	Wechsel zwischen den einzelnen Medien sind dem Bedürfnis und den Möglichkeiten der Klientin bzw. des Klienten angepasst
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	<p>Abschlussgespräch F2F zur Besprechung der verschiedenen Möglichkeiten der Nachsorge</p> <p>verbindliche Abmachungen zum weiteren Vorgehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenziell in die Nachsorge einbezogene digitale Medien? • Möglichkeiten der Kontaktaufnahme? • Erreichbarkeit des Beraters / der Beraterin und Antwortfrequenz • Maximaler Umfang • Turnus (regelmässig oder bei Bedarf?) <p>Organisatorisches</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung eines Accounts für geschützten Mailkontakt • Installation eines geeigneten Messenger • Klärung der telefonischen Erreichbarkeit <p>Auseinandersetzung mit und Verschriftlichung einer allfälligen Krisensituation ist entlastend und kann für Klientin/Klient bereits erste Lösungsansätze aufzeigen; kein zeitlicher Druck.</p> <p>Beraterin kann sich beim Nachlesen von Mail oder Chatlog in Ruhe ein Bild der Situation machen, vorhandene Ressourcen identifizieren, Möglichkeit für Recherche bei spezifischen Fragen</p>

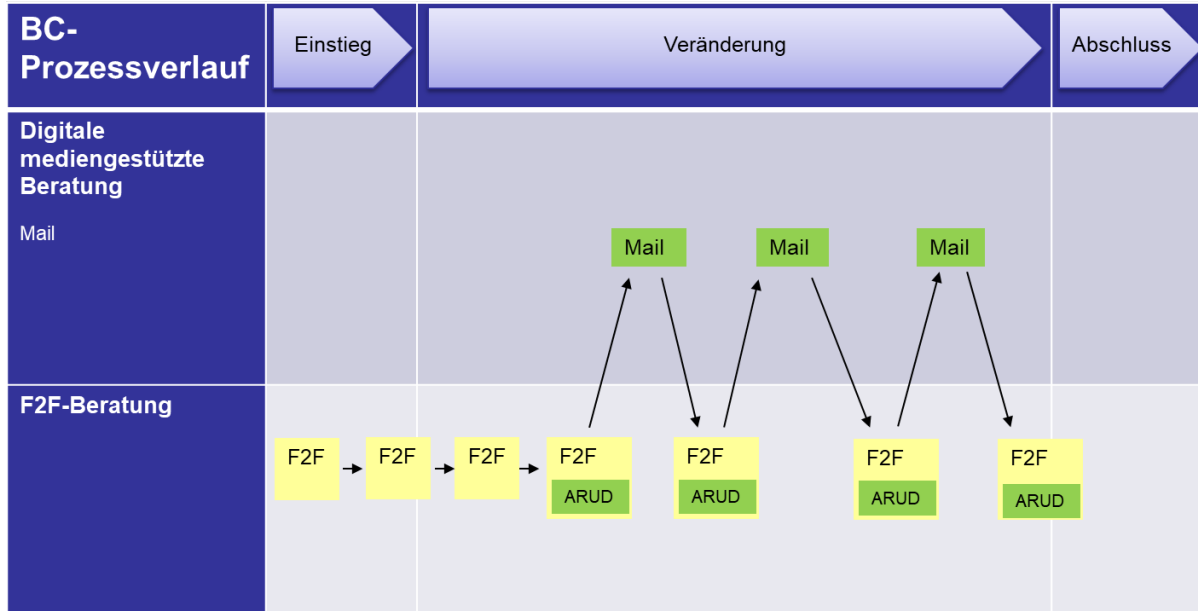
		<p>Weiterer Verlauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • örtlich/zeitlich unabhängig, Medienwechsel bedürfnisangepasst, • Verlauf ist dokumentiert und jederzeit nachlesbar, Fortschritte werden sichtbar gemacht • Punktuelle Überprüfung/Einschätzung des laufenden Nachsorgeprozesses mittels Mail, Chat oder Telefon schafft Verbindlichkeit und wirkt motivierend (z. B. Gelegenheit für Beraterin, mit Komplimenten auf bereits Geleistetes einzugehen, Ermutigung zum Dranbleiben etc.)
<p>sonstiges</p>		<p>Wenn es sich um die Nachsorge/-beratung nach F2F-, Onlineberatung oder Blended Counseling handelt, ist keine Neuanmeldung nötig, stattdessen eine (Auftrags-)Klärung für die Nachsorge (wer, wie, was etc.). Wenn sich jemand z. B. nach einem stationären Aufenthalt oder nach F2F bei einer anderen Beratungsstelle ausschliesslich für die virtuelle Online-Nachsorge anmeldet, also ohne vorgängige Beratung, ist eine Form von Kontaktaufnahme nötig, um den Auftrag und das weitere Vorgehen (wer, wie, was) zu klären. Diese Variante wurde bisher nicht in Betracht gezogen, sie ist aber durchaus vorstellbar und könnte ein ergänzendes neues Angebot werden.</p>



Blended Counseling-Szenario 8: Enriched Face-to-Face-Counseling

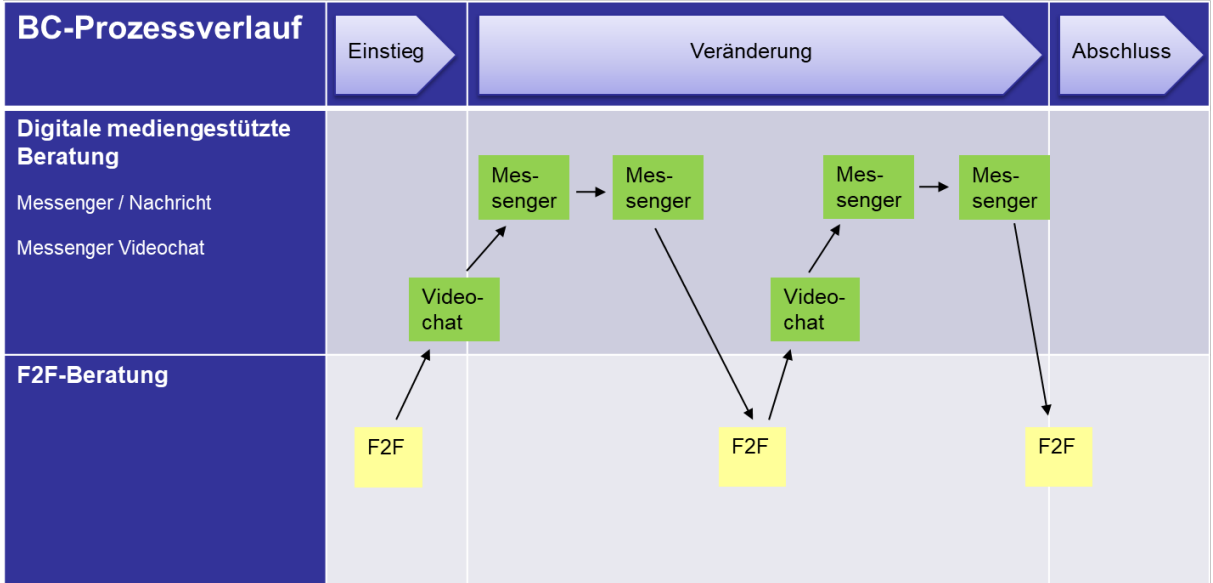
Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klient oder Klientin mit übermässigem Alkohol- und Kokainkonsum, mobil und medienaffin
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Neben F2F verfügt der Klient / die Klientin über die entsprechenden Apps
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike <input checked="" type="checkbox"/> thematisch passende App (z.B. Suchttagebuch)
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der Beratung <input checked="" type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des Klienten bzw. der Klientin <input checked="" type="checkbox"/> Intensivierung des Beratungsprozesses <input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung der Beratungsbeziehung <input checked="" type="checkbox"/> Effekt der Konsumtagebuch-App: Klientel kann das Sichtbarmachen des Konsums und der Veränderungen als hilfreich empfinden.
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Für das Enriched F2F-Counseling steht zur Verfügung bzw. soll verwendet werden <input checked="" type="checkbox"/> thematisch passende App (z.B. Suchttagebuch) <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN oder Proton F2F ist für viele Klientinnen und Klienten das wichtigste kommunikative Beratungssetting und sorgt in der Suchtberatung für die höchste Verbindlichkeit. F2F-Termine zu Beginn alle 2 Wochen, danach zunehmend grössere Abstände (4-12 Wochen) Mail dient für die Zustellung von Konsumprotokollen und für das Feedback zum Konsumprotokoll seitens des Beraters der Beraterin an den Klienten / die Klientin.
Mögliche Ziele Klient/in		Allenfalls Übersicht über den Konsum, Steuerung, evtl. Einschränkung, Senkung des Konsums, kontrollierter Konsum
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Nach der Erstabklärung und der Zielformulierung (2-3 F2F-Gespräche) installiert der Klient/die Klientin eine Konsumtagebuch-App (z.B. das ARUD-Konsumtagebuch). Nutzung der App wird im Voraus geklärt. Es wird terminiert wann beispielsweise das Konsumprotokoll an den Berater/die Beraterin gesendet wird (bspw. einmal in der Woche). In einer ersten Phase sendet er/sie jede Woche die Eintragungen und Auswertungen der App per Mail und erhält von der Beratungsperson eine Rückmeldung ebenfalls per Mail. Mit zunehmendem Fortschritt versendet der Klient/die Klientin die Logbücher vor dem nächsten F2F-Termin, damit diese an den Gesprächen besprochen werden können. <ul style="list-style-type: none"> • Feedbacks von Seiten Berater/Beraterin können, wenn per Mail verfasst, vom Klienten / von der Klientin mehrmals und zeit-/ ortsunabhängig gelesen werden. • Verlauf ist mit Hilfe der App dokumentiert und nachzuvollziehen, Fortschritte können sichtbar gemacht werden. Herausforderungen: <ul style="list-style-type: none"> • Kl. muss dazu bewogen werden können, eine zusätzliche App zu installieren und zu nutzen.

		<ul style="list-style-type: none"> eine gewisse Medienaffinität und auch Selbstdisziplin für die regelmässigen Tagebucheinträge wird vorausgesetzt.
sonstiges		



Blended Counseling-Szenario 9: Beratung von Jugendlichen

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Medienaffine Jugendliche mit besonderen Bedarfen z.B. in der Phase der Pubertät
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	<input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input checked="" type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input checked="" type="checkbox"/> Telefon <input checked="" type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input checked="" type="checkbox"/> Userlike <input checked="" type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch)
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der Beratung <input checked="" type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des Klienten bzw. der Klientin <input checked="" type="checkbox"/> Kurzfristige Kontaktmöglichkeit im Beratungsprozess <input checked="" type="checkbox"/> Intensivierung des Beratungsprozesses <input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung der Beratungsbeziehung <input checked="" type="checkbox"/> Verbesserung der Nachhaltigkeit von in der Beratung getroffenen Vereinbarungen <input checked="" type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden <input checked="" type="checkbox"/> Messenger Nachricht <input checked="" type="checkbox"/> ggf. Messenger Videochat Gemäss aktueller Studien kommunizieren viele Jugendliche über Messenger (in der Regel Whats App). Um näher an deren alltäglicher Mediennutzung zu sein wird ein Messenger gewählt. Bei Bedarf können auch Gruppenchats erstellt werden. Das Szenario erleichtert das Dranbleiben bei Beratungspausen und / oder (vorübergehender) Abwesenheit.
Mögliche Ziele Klient/in		Beratungsziele werden individuell vereinbart.
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	In einem F2F-Kontakt zu Beginn des Beratungsprozesses wird der Einbezug eines Messenger in den Beratungsprozess besprochen und vorbereitet. Regelmässige, eher kürzere Kontakte über digitale Medien kombiniert mit wiederkehrenden, sporadischen F2F-Kontakten.
sonstiges		



Raster für die Entwicklung eigener Blended Counseling-Szenarien

Blended Counseling-Szenario: *(Titel einfügen)*

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin		<i>Eher Typ, exemplarisch, inkl. fachliche Erläuterung der Ausgangslage</i>
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Vom Klienten / von der Klientin gewünscht/ präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar	<input type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input type="checkbox"/> Userlike <input type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch) <input type="checkbox"/> sonstiges _____
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren Blended Counseling <i>(welchen Mehrwert soll BC bringen?)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: vor der Beratung <input type="checkbox"/> Näher an der Lebenswelt des/der Kl. <input type="checkbox"/> Verbesserten Zugang zu Beratung ermöglichen <input type="checkbox"/> Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern
		FOKUS. Während der Beratung <input type="checkbox"/> Stabilisierung Beratungsbeziehung <input type="checkbox"/> Intensivierung Beratungsprozess <input type="checkbox"/> Kurzfristige Kontaktmöglichkeit <input type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz
		FOKUS: nach der Beratung <input type="checkbox"/> Verbesserte Nachsorge ermöglichen <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit verbessern <input type="checkbox"/> Kontaktmöglichkeit für Kl. (zyklisches Verständnis von Suchtberatung)
		Sonstiges:
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess steht zur Verfügung bzw. soll verwendet werden <i>(Mehrfachnennungen erwünscht)</i> <input type="checkbox"/> Mailkontakt über HIN <input type="checkbox"/> Messenger textbasiert <input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Mailkontakt über Proton <input type="checkbox"/> Userlike <input type="checkbox"/> Apps (z.B. Suchttagebuch) <input type="checkbox"/> sonstiges _____ Begründung:

Ziele Klient/in <i>(gemäss Auftragsklärung)</i>		
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	von Klient/in initiiert	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	

BC Prozessverlauf			
	Einstieg	Veränderung	Abschluss
Digitale mediengestützte Beratung Mail Messenger / Nachricht Messenger Videochat Telefon			
F2F-Beratung Dauer, Häufigkeit			

Blended-Counseling Szenario 10: «Raumwechsel» – von der Onlineberatung zur Beratung vor Ort

Beratungskontext		SafeZone	
Ausgangslage		<p>Fortführung der Onlineberatung bei SafeZone im Face-to-Face-Kontakt bei derselben Beraterin, demselben Berater («zügelder Counseling-Frame»)</p> <p>Gemeinsame «Beratungsgeschichte» wird für weiteren Beratungsprozess genutzt (Zweiersetting) Klient/in und Berater/in wechseln gemeinsam vom «virtuellen Raum» in die Beratung vor Ort</p> <p>Idee: Die F2F-Beratung kann die (bereits stattgefundenen) intensiven Beratungskontakte bei SafeZone nutzen</p> <p>These: intensivere Beziehung im Onlinekontakt möglich</p> <p>Bisher wird bei SafeZone (bei Wunsch des KL. nach F2F) auf lokale Fachstellen verwiesen. Eine Fortsetzung des Beratungsprozesses ist nicht möglich.</p>	
Beschreibung Klient/in		<p>Denkbar sind zwei Gruppen</p> <p>KlientInnen mit Bedürfnis, die Beratungsbeziehung im F2F weiterzuführen (mit möglicher Nähe-Distanz-Problematik)</p> <p>KlientInnen, bei denen eine weitergehende F2F-Beratung indiziert ist</p>	
Kommunikationskanäle	Bei Safe Zone bisher genutzt	<input checked="" type="checkbox"/> Mailberatung <input type="checkbox"/> moderierter Chat <input checked="" type="checkbox"/> Sprechstunde (Einzelchat) <input type="checkbox"/> moderiertes Forum <input type="checkbox"/> Selbsttests	
	Von Klient / Klientin für die Weiterarbeit gewünscht	<p>Fortsetzung des Beratungsprozesses</p> <input checked="" type="checkbox"/> in F2F-Gesprächen <input type="checkbox"/> im telefonischen Kontakt <input type="checkbox"/> im flexiblen Wechsel zwischen F2F und Mailberatung SafeZone <input type="checkbox"/> im flexiblen Wechsel zwischen F2F und weiteren digitalen Medien (unabhängig von SafeZone)	
Begründungen für Wechsel		Aus Sicht Klient/in	der Prozess kann im Face-to-Face nahtlos fortgesetzt werden, der Klient bzw. die Klientin muss nicht bei einer neuen Person neu beginnen
		Aus Sicht Berater/in	<p>die bereits aufgebaute Beratungsbeziehung, d.h. die Bindung zwischen Klient/in und Berater/in bleibt erhalten und kann genutzt werden</p> <p>Ein Raumwechsel wäre auch von der Sprechstunde (Einzelchat) möglich; bei den Gruppenchats und Foren eher nicht, dort bräuchte es eine Zwischenschritt über Online-Einzelberatung via Mail oder Sprechstunde</p>
Impact		<p>=> Nutzung des bestehenden Vertrauensverhältnisses förderlich für den Beratungsprozess</p> <p>=> effizient</p> <p>Auswirkungen des Wegfallens der Projektion evtl. hinderlich => Impactfrage noch offen, müsste überprüft werden</p>	
Voraussetzungen bei SafeZone, beim Klienten / der Klientin bei den Beratenden		<p>technisch: BC-Option zu Beginn des Beratungsprozesses bei SafeZone kann angewählt werden. Bei Auswahl des SafeZone-Beraters / der Beraterin ist Regionale Passung ein Kriterium neben weiteren (zeitl. Verfügbarkeit, thematische Expertise).</p> <p>Zustimmung der Beratungsperson notwendig, ihre bisherige Anonymität im Beratungskontakt aufzugeben</p> <p>mögliche Kontraindikationen klären</p>	
Herausforderungen		<p>Erkenntnisse zum Umgang mit Projektionen: Idealisierung der Beratenden und mögliche Desillusionierung der Klientin / des Klienten im F2F-Kontakt.</p> <p>Es sollte nicht der Eindruck entstehen, dass an SafeZone beteiligte Suchtberatungsstellen «Klienten abfangen» (Konkurrenzaspekt berücksichtigen).</p>	

Blended-Counseling Szenario 11: Digitaler Zugang im ambulanten Beratungskontext mit anschliessendem Wechsel zu SafeZone

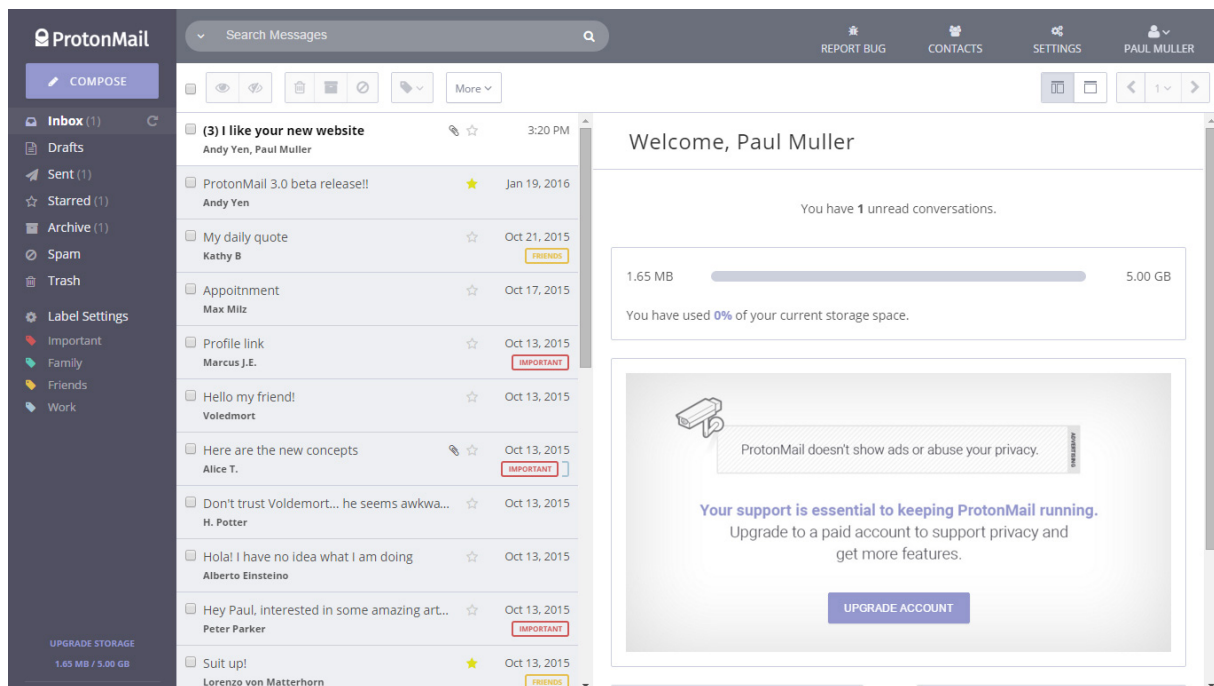
Beratungskontext	Beratungsstelle vor Ort und SafeZone
Idee	<p>Anknüpfend an das Szenario Live-Chat für Interessierte erfolgt der Zugang von neuen Klientinnen und Klienten zunächst im ambulanten Kontext (über ein Chat-Tool wie z.B. Userlike).</p> <p>Wenn der Klient/die Klientin signalisiert, dass er / sie weiterhin im anonymen und / oder virtuellen Kontext verbleiben möchte, erfolgt eine Triage an die Mailberatung von SafeZone, d.h. ein Wechsel vom digitalen Zugang im ambulanten Beratungskontext zur Onlineberatung bei SafeZone.</p> <p>Es soll ein niederschwelliger Zugang sein, nach einer ersten Orientierung im Live-Chat erfolgt bei Bedarf anschliessend eine Fortführung durch Mailberatung bei SafeZone</p> <p>So könnte der Einstieg in eine Beratung bei SafeZone auch über eine Suchtfachstelle erfolgen.</p>
Beschreibung Klient/in welche Klient/inn/en? bei welchen Anliegen?	<p>Wunsch nach Verbleib im virtuellen Beratungskontext</p> <p>Wunsch nach anonymer Beratung (z.B. zur Bearbeitung eines schambesetzten Themas)</p> <p>Fehlende regionale Passung und / oder fehlende zeitliche Passung</p>
Kommunikationskanäle	<p>In der Suchtfachstelle</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Live-Chat</p> <p>Von Klient / Klientin für die Weiterarbeit gewünscht</p> <p>Fortsetzung des Beratungsprozesses bei SafeZone</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Mailberatung <input type="checkbox"/> moderierter Chat <input checked="" type="checkbox"/> Sprechstunde (Einzelchat)</p>
Begründungen für Wechsel	<p>Durchlässigkeit zwischen Beratungsstellen und SafeZone herstellen.</p> <p>Bedürfnisse der Klienten ins Zentrum stellen</p> <p>Wechsel wäre auch direkt ins Sprechstundeangebot von SafeZone.ch möglich, sowie auch in die Gruppenchats und Foren. Sofern die Beratungsperson dieselbe bleiben soll, würde sich der direkte Wechsel sinnvollerweise auf die Optionen Mail oder Sprechstunde beschränken</p>
Impact	<p><input checked="" type="checkbox"/> Verbesserten Zugang zu Beratung ermöglichen</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Stabilisierung Beratungsbeziehung</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Effizienter Ressourceneinsatz</p>
Voraussetzungen bei SafeZone, beim KL., bei den Beratenden	<p>Wunsch der Person nach onlinebasierter Beratung (s.o.)</p> <p>Ausreichend Beratende, die sowohl vor Ort als auch bei SafeZone beraten</p> <p>Je nach Zeitpunkt der Triage sollte eine Option sein ggf. bei derselben Beratungsperson bleiben zu können, d.h. auch bei SafeZone diese Berater/in zu haben</p>
Herausforderungen	<p>Kooperation und Konkurrenz</p> <p>Wäre die personelle Kontinuität überhaupt leistbar?</p>

Blended-Counseling Szenario 12: Blended SafeZone Counseling (Mixed Model)

Beratungskontext		SafeZone
Idee		<p>Systematischer und konzeptionell fundierter Einbezug weiter digitaler Medien in den Beratungsprozess bei SafeZone ohne in den Face-to-Face-Kontakt zu wechseln.</p> <p>Flexibler Wechsel innerhalb der Onlineberatungsplattform SafeZone mit Nutzung der verschiedenen Tools und Selbsttests.</p> <p>Eine Form von Blended Online Counseling (vgl. Weiss 2013)</p>
Beschreibung Klientin / Klient		<p>Besucherinnen und Besucher der Webseite SafeZone, die noch nicht bereit sind für Beratung, sich jedoch Gedanken über den eigenen Konsum machen</p> <p>Klientinnen und Klienten von SafeZone.ch mit Erstkontakt über Foren oder Chats, bei denen aufgrund einer individuellen Problemstellung eine weitergehende Mailberatung und Begleitung sinnvoll ist</p> <p>Klientinnen und Klienten von SafeZone.ch, bei denen der Einsatz therapeutischer Tools (Tagebuch, Zielerreichung) im Rahmen einer Mailberatung fachlich sinnvoll ist.</p> <p>Klientinnen und Klienten von SafeZone.ch, die im Zuge einer laufenden Beratung eine fundierte Selbsteinschätzung wünschen (Anmerkung: es gibt viele Frage in Richtung: «wo stehe ich mit meinem Konsum, ist er schon problematisch...?»)</p>
Kommunikationskanäle	Safe Zone	<input checked="" type="checkbox"/> Mailberatung <input checked="" type="checkbox"/> moderierter Chat <input checked="" type="checkbox"/> Sprechstunde <input checked="" type="checkbox"/> moderiertes Forum <input checked="" type="checkbox"/> Selbsttests
Begründungen für Wechsel		<p>Besucherinnen und Besucher der Webseite SafeZone, könnten z.B. über einen Selbsttest «abgeholt» werden, mit direkter Möglichkeit, das Testresultat in der Mailberatung gemeinsam anzuschauen. Der informative Charakter der Selbsttests erhält somit eine handlungsbezogene Komponente; Schwellen zur Suchthilfe können aufgrund des situativen und personalisierten Zugangs nochmals gesenkt werden.</p>
Impact		<p>Verbesserten Zugang zu Beratung ermöglichen; Schwellen weiter senken</p> <p>Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern: ein Versorgungsmodell mit abgestuften Online-Interventionen im Sinne von «stepped care</p> <p>Motivierung, «Ambivalente ins Boot holen»</p> <p>Möglichst früh intervenieren</p>
Voraussetzungen bei SafeZone, beim KL., bei den Beratenden		<p>Set von Tools wäre implementiert und könnte flexibel genutzt werden</p> <p>Fachpersonen geschult zum Umgang mit den Tools</p>

Anhang D FactSheets zu den Tools

ProtonMail – FactSheet für Fachkräfte



Beschreibung

- ProtonMail ist ein Schweizer E-Mail-Anbieter, welcher Wert auf Sicherheit legt.
- Nachrichten werden automatisch verschlüsselt. Das heisst: Nur Absender/in und Empfänger/in können die Nachrichten lesen (sofern beide ProtonMail nutzen).
- Die Basisversion von ProtonMail ist kostenlos.
- ProtonMail kann man über einen Web-Browser nutzen. Es gibt auch Apps für das Smartphone (Android und iOS). <https://protonmail.com>

Datenschutz

- ProtonMail unterliegt dem Schweizer Datenschutzrecht, weil es aus der Schweiz kommt.
- ProtonMail kann nicht auf Inhalte der Nachrichten zugreifen oder diese weitergeben, weil die Nachrichten automatisch verschlüsselt werden.
- Anonymität: Es werden keine persönlichen Informationen benötigt, um einen Account zu erstellen.
- Die Sicherheit der Software wird regelmässig überprüft.

Systemvoraussetzungen

- Auf dem Computer: aktueller Web-Browser
- Auf dem Smartphone (optional): Smartphone mit Android (ab Version 4.0.3) oder iOS (ab Version 8.0)

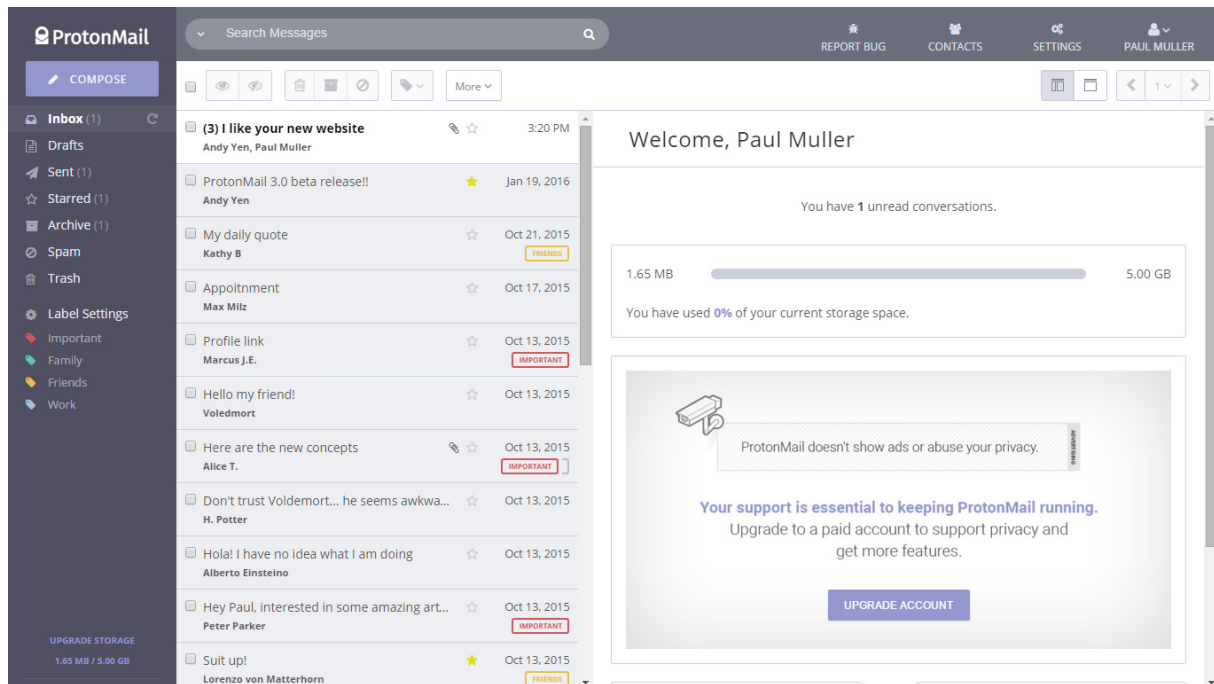
Registrierung

- Account anlegen unter: <https://protonmail.com/de/signup>
Wichtig hierbei: Im ersten Schritt kostenloses Basiskonto «free plan» wählen. Im zweiten Schritt die E-Mail-Adresse von «protonmail.com» auf «protonmail.ch» wechseln.
- Bei Bedarf: Apps für Smartphone installieren

Nutzungshinweise für Fachkräfte

- ProtonMail wird von den Fachkräften in der Regel am Desktop verwendet.
- Beratende legen sich kostenlos einen persönlichen Account an.
- Die Bezeichnung des Accounts wird ggf. organisational geregelt.
- Wenn man das Passwort vergisst, kann man es zwar zurücksetzen lassen, verliert aber den Zugang zu den alten E-Mails.

ProtonMail – FactSheet für Klientinnen und Klienten



Beschreibung

- ProtonMail ist ein Schweizer E-Mail-Anbieter, welcher Wert auf Sicherheit legt.
- Nachrichten werden automatisch verschlüsselt. Das heisst: Nur Absender/in und Empfänger/in können die Nachrichten lesen (sofern beide ProtonMail nutzen).
- Die Basisversion von ProtonMail ist kostenlos.
- ProtonMail kann man über einen Web-Browser nutzen. Es gibt auch Apps für das Smartphone (Android und iOS).

<https://protonmail.com>

Datenschutz

- ProtonMail unterliegt dem Schweizer Datenschutzrecht, weil es aus der Schweiz kommt.
- ProtonMail kann nicht auf Inhalte der Nachrichten zugreifen oder diese weitergeben, weil die Nachrichten automatisch verschlüsselt werden.
- Anonymität: Es werden keine persönlichen Informationen benötigt, um einen Account zu erstellen.
- Die Sicherheit der Software wird regelmässig überprüft.

Systemvoraussetzungen

- Auf dem Computer: aktueller Web-Browser
- Auf dem Smartphone (optional): Smartphone mit Android (ab Version 4.0.3) oder iOS (ab Version 8.0)

Registrierung

- Account anlegen unter: <https://protonmail.com/de/signup>
Wichtig hierbei: Im ersten Schritt kostenloses Basiskonto «free plan» wählen. Im zweiten Schritt die E-Mail-Adresse von «protonmail.com» auf «protonmail.ch» wechseln.
- Bei Bedarf: Apps für Smartphone installieren

Sicherheit im Internet

Die Webseite von MELANI (Melde- und Analysestelle Informationssicherheit) zeigt Verhaltensregeln auf, welche zu einem sicheren Umgang im Internet beitragen: <https://www.melani.admin.ch/melani/de/home/schuetzen/verhaltensregeln.html>

Threema Messenger - FactSheet für Fachkräfte

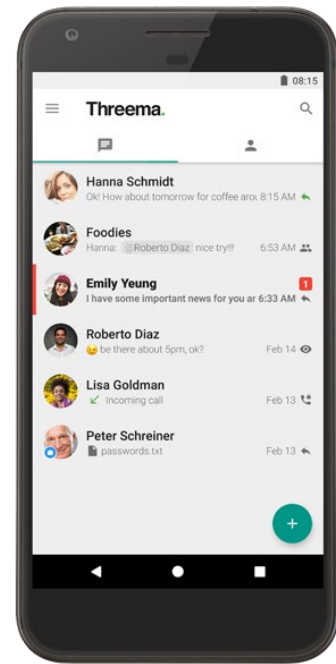
Beschreibung

- Threema ist ein Messenger aus der Schweiz, welcher Wert auf Sicherheit legt.
- Nachrichten werden automatisch verschlüsselt. Das heisst: Nur Absender/in und Empfänger/in können die Nachrichten lesen. (Beide müssen Threema nutzen.)
- Threema gibt es als App für Android, iOS und Windows Phone.
- Die App kostet rund drei Franken.

<https://threema.ch/de>

Datenschutz

- Threema unterliegt dem Schweizer Datenschutzrecht, weil es aus der Schweiz kommt.
- Threema kann nicht auf Inhalte der Nachrichten zugreifen oder diese weitergeben, weil die Nachrichten automatisch verschlüsselt werden.
- Anonymität: Die Verknüpfung mit der Mobilnummer ist optional. Die App kann anonym genutzt werden.



Systemvoraussetzungen

- Smartphone mit Android (ab Version 4.1), iOS (ab Version 9.0) oder Windows Phone (ab Version 8)
- Die Web-Version von Threema kann man nur nutzen, wenn man die App auf einem Android-Gerät installiert hat. Die Apps von iOS und Windows Phone werden noch nicht unterstützt. Zudem wird ein moderner Web-Browser vorausgesetzt (Microsoft Edge und Apple Safari funktionieren nicht).

Einrichten

- Nach der Installation der App erstellt man eine Threema-ID. Das ist die persönliche Adresse bei Threema. (Die Identität ist nicht an eine Rufnummer gebunden.)
- In einem zweiten Schritt wählt man einen Nickname (Spitzname).
- Im dritten Schritt gibt es die Möglichkeit, Threema mit einer Mobiltelefonnummer zu verknüpfen. Dieser Schritt ist optional. Man kann die App auch anonym nutzen. Die Verknüpfung mit der Rufnummer hilft dabei, dass andere Personen erkennen können, ob man Threema nutzt oder nicht.

Nutzungshinweise für Fachkräfte

- Threema kann mit der Web-Version am Desktop genutzt werden, damit man mit der Tastatur schreiben kann (siehe Systemvoraussetzungen).
- Die Bezeichnung des Nickname wird organisational von Seiten BEGES und ZFA geregelt.
- Es wird empfohlen, regelmässig ein Backup der Threema-ID vorzunehmen, um Daten bei Bedarf wieder herstellen zu können. Dies kann direkt in der App gemacht werden.

Threema Messenger - FactSheet für Klientinnen und Klienten

Beschreibung

- Threema ist ein Messenger aus der Schweiz, welcher Wert auf Sicherheit legt.
- Nachrichten werden automatisch verschlüsselt. Das heisst: Nur Absender/in und Empfänger/in können die Nachrichten lesen. (Beide müssen Threema nutzen.)
- Threema gibt es als App für Android, iOS und Windows Phone.
- Die App kostet rund drei Franken.

<https://threema.ch/de>

Datenschutz

- Threema unterliegt dem Schweizer Datenschutzrecht, weil es aus der Schweiz kommt.
- Threema kann nicht auf Inhalte der Nachrichten zugreifen oder diese weitergeben, weil die Nachrichten automatisch verschlüsselt werden.
- Anonymität: Die Verknüpfung mit der Mobilnummer ist optional. Die App kann anonym genutzt werden.

Systemvoraussetzungen

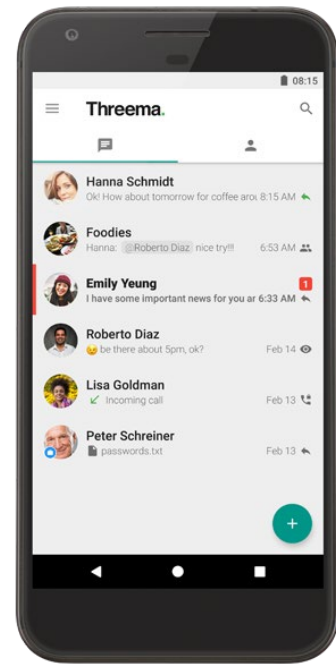
- Smartphone mit Android (ab Version 4.1), iOS (ab Version 9.0) oder Windows Phone (ab Version 8)
- Die Web-Version von Threema kann man nur nutzen, wenn man die App auf einem Android-Gerät installiert hat. Die Apps von iOS und Windows Phone werden noch nicht unterstützt. Zudem wird ein moderner Web-Browser vorausgesetzt (Microsoft Edge und Apple Safari funktionieren nicht).

Einrichten

- Nach der Installation der App erstellt man eine Threema-ID. Das ist die persönliche Adresse bei Threema. (Die Identität ist nicht an eine Rufnummer gebunden.)
- In einem zweiten Schritt wählt man einen Nickname (Spitzname).
- Im dritten Schritt gibt es die Möglichkeit, Threema mit einer Mobiltelefonnummer zu verknüpfen. Dieser Schritt ist optional. Man kann die App auch anonym nutzen. Die Verknüpfung mit der Rufnummer hilft dabei, dass andere Personen erkennen können, ob man Threema nutzt oder nicht.

Sicherheit im Internet

Die Webseite von MELANI (Melde- und Analysestelle Informationssicherheit) zeigt Verhaltensregeln auf, welche zu einem sicheren Umgang im Internet beitragen: <https://www.melani.admin.ch/melani/de/home/schuetzen/verhaltensregeln.html>



Anhang E Materialien aus der Evaluation

Leitfaden für die Interviews mit Klientinnen und Klienten

- Fragen zur Person (Alter, Geschlecht)
- Vorerfahrung mit digitalen Medien
 - im Alltag
 - in der Beratung

Weiter werden wir Ihnen Fragen stellen, welche sich darauf beziehen, wann sich nach Ihrer Einschätzung digitale Medien oder wann sich ein persönliches Gespräch in der Beratung eignet.

- Bitte beschreiben sie kurz wie eine typische F2F-Beratung abläuft? (Terminvereinbarung, Durchführung, Zwischenphase, ggf. Nachbereitung)
- Haben Sie bisher während der Beratung bereits digitale Medien verwendet?
- Was genau ist aus Ihrer Sicht von Vorteil bei einer F2F Beratung?
- Wo sehen Sie Herausforderungen?
- Gibt es ein digitales Medium, das Sie besonders gerne verwenden?
Was genau ist besonders von Vorteil?
Wo sehen Sie Herausforderungen?
- Für welchen Zweck setzen Sie gerne ein weiteres digitales Medium ein?
Was genau ist besonders von Vorteil?
Wo sehen Sie Herausforderungen?
- Welche Aspekte sind Ihnen wichtig bei der Verwendung von digitalen Medien im Beratungskontext?
- Inwiefern haben Sie Bedenken bezüglich Datenschutz?
- Wenn Sie sich nun eine ideale Beratung vorstellen, mit einer idealen Ausstattung: Wie würden digitale Medien die Beratung idealerweise unterstützen?
- Was würden Sie mit den digitalen Medien am liebsten tun?

Vorlage für die Fallverlaufsdokumentation

DOKUMENTATION BERATUNGSKONTAKT			
Datum und Dauer des Beratungskontakts			
Welches Medium hast du für den Beratungskontakt verwendet?	<input type="text" value="Bitte wähle hier aus..."/> ▼		
Bitte beschreibe in ein paar Sätzen die Gründe für die Auswahl des Mediums. <i>(z.B. Warum wurde die Beratung per Mail oder F2F durchgeführt? Was sollte dabei erreicht werden?)</i>			
Was fandest du positiv an der Nutzung des Mediums für deine Beratungstätigkeit?			
Was fandest du negativ an der Nutzung des Mediums für deine Beratungstätigkeit?			
Gab es technische Herausforderungen?			
Als wie nützlich und wie geeignet hast du dieses Medium für dieses Szenario empfunden? <i>Bitte bewerte die Nützlichkeit mit einer Skala von 1 bis 7 (1 = ungeeignet, 7 = sehr geeignet) und begründe deine Entscheidung in ein paar Sätzen.</i>	<input type="text" value="Bitte wähle hier aus..."/> ▼		
Bemerkungen / Spezielles			
Titelblatt Das Szenario	Doku Beratungskontakt 1	Doku Beratungskontakt 2	Doku Beratungskontakt 3

Blended Counseling-Fallverläufe

Im Rahmen der Erprobung konnten insgesamt 19 Fallverläufe realisiert und dokumentiert werden. Nachfolgend finden sich die visualisierten Fallverläufe all jener Fälle, in denen mehr als ein kommunikatives Setting verwendet wurde.

Fall 1								
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8
kommunikatives Setting	F2F	F2F	F2F	Tel.	F2F	Tel.	F2F	Tel.
Dauer	60'	85'	60'	k.A.	60'	20'	45'	7'
Abstand zw. BK	Start --- 23 Tage ----- 7 Tage ----- 8 Tage ----- 4 Tage ----- 7 Tage ----- 21 Tage ---- am selben Tag							

Fall 2 Ausschnitt aus einem seit mehreren Jahren laufenden Prozess						
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	Messenger	Messenger	F2F	Messenger	Messenger
Dauer	60'	2'	15'	120'	10'	30'
Häufigkeit Textnachrichten/ BK		2	8		2	2
Abstand zw. BK	Start ----- 36 Tage ----- 4 Tage ----- 3 Tage ----- 6 Tage ----- 5 Tage					

Fall 3									
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	F2F	F2F	Mail	Tel.	Tel.	F2F	Tel.
Dauer	50'	30'	50'	50'	30'	30'	30'	50'	30'
Abstand zw. BK	Start --- 6 Tage --- 14 Tage --- 8 Tage --- 13 Tage ---- 1 Tag ----- 1 Tag ----- 4 Tage ----- 3 Tage								

Fall 5											
Nr. Beratungskontakt (BK)	19 dokumentierte Beratungskontakte vor dem Erprobungszeitraum		1	2	3	4	5	6	7	8	9
kommunikatives Setting	F2F 11x	Mail 8x	F2F	Mail	F2F	Mail	F2F	Mail	Mail	Mail	Mail
Dauer	Dauer der einzelnen BK wurde nicht dokumentiert									mehrere Mailkontakte	
Abstand zw. BK	ca. 7 Monate		Start - 15 Tage - 1 Tag - 8 Tage - 4 Tage - 1 Tag --- 2 Tage -- 4 Tage --- 3 Tage								

Fall 6				
Nr. Beratungskontakt (BK)	Vorlauf	1	2	3
kommunikatives Setting	3 x F2F	Mail	Mail	F2F
Dauer	Dauer der einzelnen BK wurde nicht dokumentiert			
Abstand zwischen BK	monatlich			

Fall 7								
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8
kommunikatives Setting	F2F	Mail	Mail	Mail	F2F	Mail	Tel.	F2F
Dauer	k.A.	10'	10'	10'	k.A.	50'	k.A.	k.A.
Abstand zwischen BK	Start ---- 6 Tage ----- 1 Tag ----- 1 Tag ----- 27 Tage ----- 13 Tag ----- 2 Tage ----- 15 Tage							

Fall 8						
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	Tel.	Tel.	Tel.	F2F
Dauer	50'	35'	45'	30'	15'	50'
Abstand zwischen BK	Start ----- 7 Tage ----- 21 Tage ----- 14 Tage ----- 13 Tage ----- 41 Tage					

Fall 10				
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4
kommunikatives Setting	Tel.	Tel.	Mail	F2F
Dauer	k.A.	45'	30'	50'
Abstand zwischen BK	Start ----- 26 Tage ----- 1 Tag ----- 51 Tage			

Fall 11					
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5
kommunikatives Setting	Tel.	F2F	F2F	Tel.	F2F
Dauer	40'	60'	60'	15'	60'
Abstand zwischen BK	Start ----- 12 Tage ----- 21 Tage ----- 42 Tage ----- 23 Tage				

Fall 12							
Nr. Beratungskontakt (BK)	Vorlauf	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	Mail	F2F	Mail	F2F	Mail	Mail
Dauer	seit ca. 3 Jahren	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Abstand zwischen BK		Start ----- 7 Tage ----- 6 Tage ----- 15 Tage ----- 14 Tage ----- 4 Tage					

Fall 13							
Nr. Beratungskontakt (BK)	Vorlauf	1	2	3	4	5	6
kommunikatives Setting	F2F	F2F	Tel.	Mail	F2F	F2F	F2F
Dauer		k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	geplant aber nicht realisiert
Abstand zwischen BK		Start ----- 7 Tage ----- 26 Tage ----- 9 Tage ----- 12 Tage ----- (9 Tage)					

Fall 14					
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5
kommunikatives Setting	F2F	Tel.	Tel.	Mail	Tel.
Dauer	60'	30'	k.A.	k.A.	45'
Abstand zwischen BK	Start ----- 15 Tage ----- 18 Tage ----- 50 Tage ----- 7 Tage				

Fall 15				
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4
kommunikatives Setting	F2F	F2F	F2F + APP	F2F
Dauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Abstand zwischen BK	Start ----- 14 Tage ----- 11 Tage ----- 7 Tage			

Fall 17							
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7
kommunikatives Setting	F2F	F2F	Tel.	F2F	Tel.	F2F	Mail
Dauer	60'	60'	30'	60'	k.A.	60'	k.A.
Abstand zwischen BK	Start ---- 14 Tage ----- 13 Tage ----- 17 Tage ----- 21 Tage ----- k.A ----- 5 Tage						

Fall 18											
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
kommunikatives Setting	Tel.	Mail	F2F	F2F	Mail	F2F	Mail	F2F	F2F	Tel.	F2F
Dauer	15'	k.A.	60'	60'	10'	60'	15'	55'	60'	30'	70'
Abstand zwischen BK	4 Tage -- am selben Tag -- 3 Tage --- 6 Tage ----- 7 Tage ----- 11 Tage ---- 2 Tage ---- 29 Tage ---5 Tage ----- 22 Tage										

Fall 19				
Nr. Beratungskontakt (BK)	1	2	3	4
kommunikatives Setting	F2F	F2F	F2F	Mail
Dauer				
Abstand zwischen BK	Start ----- 9 Tage ----- 14 Tage ----- 21 Tage			

Kategorien- und Codierungssystem der Evaluation

Cluster	Clusterkategorien	Subkategorien	Szenario 2	Szenario 4	Szenario 7	Szenario 8	Übergeordnet
Cluster 1 Nutzung und Motive	(Nicht-)Nutzung, Kombination (1a)						
	Medienwechsel: wer? (1b)						
	Medienwechsel /-wahl: Motive, Ziele (1c)						
	positive/negative Aspekte Medienwahl (1d)	Positive (1dA) Negative (1dB)					
Cluster 2 Nutzen, Vorteile, Positives BC	Klientel (2K)						
	Beratungsfachlichkeit (2B)						
	Organisation (2O)						
Cluster 3 Herausforderungen BC	Klientel (3K)	Medienbedingt (3KM) Weitere (3KW)					
	Beratungsfachlichkeit (3B)	Beraterisch (3BB) Medienbedingt (3BM)					
	Organisation (3O)	Technisch (3OT) Weitere (3OW)					
Cluster 4 Zielerreichung	Klientel (4K)						
	Beratungsfachlichkeit (4B)						
	Organisation (4O)						
Cluster 5 Gelingensfaktoren	Klientel (5K)	Faktoren (5KF) Typus (5KT)					
	Beratungsfachlichkeit (5B)						
	Organisation (5O)						
Cluster 6 Empfehlungen	Konzeptuell (6a)						
	Szenarieneinsatz (6b)						
	Einsatz BC allgemein (6c)						
Sammelcluster	nicht in Cluster 1-6 Zuordnbares						