

ONLINEBERATUNG FÜR MÄDCHEN | Bilanz eines nachahmenswerten Projektes

Ruth König

Zusammenfassung | Im Unterschied zu den meisten Jugendlichen, die im Internet heimisch sind, müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Einrichtungen, die Beratungen anbieten oder in der Sozialen Arbeit tätig sind, den virtuellen Raum oft erst für sich entdecken. Dieser Artikel zeichnet die Suchbewegungen und Erfolge der Onlineberatung des Mädchenhauses Bremen e.V. von den ersten Konzeptideen 2004 über eine Evaluation bis zum gelungenen Relaunch im Jahr 2010 nach. Es wird deutlich, welche Zielgruppen erreicht werden, welche Chancen Onlineberatung bietet und welche Rahmenbedingungen für ein gelungenes Angebot notwendig sind.

Abstract | In contrast to adolescents who are seen as digital natives, social workers engaged in youth counselling services often have to explore the virtual space of the internet. This article describes the exploration and successes of the online counselling service of the Mädchenhaus Bremen e.V. (girl's mansion Bremen) from the first conceptual sketch-out over an evaluation until the relaunch in the year of 2010. It shows the focus groups that can be reached, the opportunities of online counselling and the necessary framework conditions.

Schlüsselwörter ► Mädchen ► Internet ► Beratung ► Evaluation ► Konzeption ► Online-Dienst

Einleitung | Sie schreiben über Familienkonflikte und Liebeskummer. Sie berichten von Ausgrenzung in der Schule und von Gewalt in der Beziehung. Sie beschreiben ihr Essverhalten und ihr Gewicht und fragen, ob sie eine Essstörung hätten. Manche melden sich täglich, viele zwei- bis dreimal in der Woche, andere nur sporadisch, einige halten über Jahre Kontakt. Sie sind zwischen zwölf und 20 Jahre alt und nennen sich „miserydisaster“, „lovemeornot“ und „apfel6000“. Sie bleiben anonym, müssen das Haus nicht verlassen und bekommen trotzdem professionelle Hilfe.

Die meisten Kinder und Jugendlichen, die in Deutschland groß werden, sind im Internet zu Hause. Das zeigen die Zahlen der aktuellen JIM-Studie 2011 (Jugend, Information und Multimedia).¹ Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest hat ermittelt, dass Haushalte, in denen zwölf- bis 19-jährige Jugendliche leben, deutschlandweit zu 100 Prozent mit einem PC oder Laptop ausgestattet sind und zu 99 Prozent einen Internetanschluss besitzen. Jugendliche haben in ihren Kinderzimmern, in der Schule, in Jugendfreizeitheimen oder auch über ihre mobilen Endgeräte wie Smartphones, iPads und Tablet-PCs ständig Zugang zum Netz. Dies erklärt unter anderem auch die hohen Zuwachszahlen bei Facebook und anderen sozialen Netzwerken. Jugendliche sind es inzwischen gewöhnt, am Rechner zu kommunizieren, sich schriftlich auszudrücken und wichtige Dinge per E-Mail, Messenger oder Chat zu verhandeln.

Diese Entwicklung zeichnete sich schon vor einigen Jahren ab, dass sie jedoch so schnell vonstatten gehen würde, ahnten wir nicht, als wir 2004 das Konzept für unsere erste Onlineberatung entwickelten. Als Beratungsstelle des Mädchenhauses Bremen e.V. wollten wir unserer Zielgruppe neue Zugangswege zur Beratung anbieten. Entscheidend dabei waren die Aspekte der Niedrigschwelligkeit, der Anonymität und der Selbstbestimmung. Bewusst wollten wir die Anonymität der virtuellen Welt zugunsten der Mädchen nutzen. Das Internet bietet den größtmöglichen Schutz, unerkannt zu bleiben. Die Mädchen müssen keinen Namen nennen, wählen Zeitpunkt und Ort der Kontaktaufnahme selbst und niemand erfährt, dass sie Rat gesucht haben.

Idee und Umsetzung | Im September 2004 sind wir mit der ersten Version unserer Onlineberatung www.hilfe-fuer-maedchen.de ins Netz gegangen. Unsere Seiten sollten zum Austausch der Mädchen untereinander motivieren, aber auch Zugang zur professionellen Beratung bieten; dementsprechend ist der Mittelpunkt der Seiten ein moderiertes Beratungsforum. Im „offenen Forum“ können alle Personen, die das Netz nutzen, die Beiträge lesen. Mädchen, die Fragen oder Kommentare eintragen („posten“) wollen, müssen sich anmelden. Im offenen Forum soll vor allen Dingen die Kommunikation der Mäd-

¹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2011. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2011. In: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf/1/JIM2011.pdf> (Abruf am 3.4.2012)

chen untereinander angeregt werden. Je nach Thema antworten aber auch die Mitarbeiterinnen der Beratungsstelle und stehen mit professioneller Unterstützung zur Seite. Die zweite Kontaktebene nennen wir „Safe Area“, sie bietet einen geschützten Bereich. Das Mädchen tritt direkt mit einer Beraterin in Kontakt, nur die Ratsucherin und die Beraterin können die Fragen und Antworten lesen.

Wenn es nötig ist, kann die Beraterin die Safe Area auch nutzen, um dort in einem geschützten Rahmen Anfragen aus dem offenen Forum zu beantworten, die zum Schutz anderer Mädchen nicht veröffentlicht worden sind. Ergänzend werden auf 60 redaktionellen Seiten Informationen zu vielen für die Mädchen relevanten Themen zur Verfügung gestellt. Als Qualitätsstandards wurden Sicherheit durch Vorabmoderation, Anonymität, Transparenz der Navigation, Verbindlichkeit der Beratung, Kontinuität der Beraterin, Peerkommunikation der Mädchen untereinander und nach Möglichkeit Vermittlung in eine Face-to-face-Beratung festgelegt. Beworben wurde die Seite lediglich in Bremen, da die Beratungsstelle aus städtischen Mitteln finanziert wird und das neue Angebot vor allem den Bremer Mädchen zur Verfügung gestellt werden sollte.

Erste Erfolge | Die intensive Nutzung der Seiten bestätigte unser Konzept. Im Jahr 2008 waren mit über 1300 angemeldeten Mädchen, 1392 Zuschriften von Mädchen und 551 Beantwortungen durch die Mitarbeiterinnen der Beratungsstelle die technischen Möglichkeiten der Seiten ausgereizt. Wir hatten nicht damit gerechnet, dass so viele Mädchen unser Angebot so intensiv nutzen würden. Mit finanzieller Unterstützung durch die Bundesinitiative „Ein Netz für Kinder“ evaluieren wir im Jahr 2009 unsere Seiten und sind Ende 2010 mit einer neuen Version unserer Onlineberatung ins Netz gegangen.

Analyse | Das Ziel der Evaluation bestand darin, Konzept und Nutzerinneninteressen abzugleichen. Deshalb wurde die Erhebung in mehrere Arbeitsschritte unterteilt. Die allgemeine Nutzung der Seiten wurde mithilfe einer Logfile-Analyse ermittelt. Parallel dazu wurden die angemeldeten Nutzerinnen mittels eines Fragebogens zu ihren Nutzungsinteressen und zu soziodemographischen Daten befragt. In einer weiteren Analyse ermittelten wir die Schwerpunkte der Beratungsthemen. Die Summe der Ergebnisse der

Geistesblitz

Ein grandioses, langes Pfingstwochenende liegt hinter uns. Alle Teile Deutschlands genossen diese perfekte Mischung aus warmen Tagen und kühlen Nächten. Überhaupt – es läuft zurzeit gut hierzulande. Wer ein paar Tage im Ausland verbringt, kann bewundernden Kommentaren über die prosperierende deutsche Wirtschaft und rechtzeitig angepackte gesellschaftliche Reformen gar nicht entrinnen. Und nach einem langen Wochenende in der Natur oder auf Städtetour in den östlichen Bundesländern kommt einem die lange verspottete Vision Helmut Kohls von den „blühenden Landschaften“ wohl mehr als einmal in den Sinn.

Und doch: Die nächsten Krisen sind schon in Sicht, wie etwa der Beitrag von *Manfred Thuns* in diesem Heft zeigt. Der Mangel an Fachkräften für soziale Dienstleistungen in Brandenburg – und anderswo – ist nicht nur für diejenigen ein Problem, die unmittelbar auf diese Dienste angewiesen sind, sondern wird schnell zu einem allgemeinen Standortnachteil. Wohlfahrtsverbände versuchen seit geraumer Zeit, den Spagat zwischen Arbeitsethos und Kostendruck zu bewältigen und geraten dabei doch immer mehr in die Zerreißprobe. In ihrem wDilemma stehen sie nicht allein: Unsere Politik und die ganze Gesellschaft versprechen soziale Leistungen (Pflege, Krankenhäuser etc.), die schon heute oft nur zu erbringen und zu finanzieren sind, wenn vor allem Frauen aus ärmeren Ländern unter oft unwürdigen Bedingungen die Arbeit übernehmen.

Lösungsansätze: nicht in Sicht. Es wird viel geredet, debattiert, geschattet, gepostet und getwittert – ohne Ergebnis und wie es scheint, manchmal auch ohne Sinn und Verstand.

Wenn man wie der Ochs vor dem Berge steht, hilft manchmal nur ein Geistesblitz aus heiterem Himmel – womit wir wieder bei Pfingsten wären. In der biblischen Erzählung kam 50 Tage (griechisch: pentecoste) nach dem Osterfest der Heilige Geist über die Jünger von Jesus und alle Menschen, die mit ihnen waren, ließ sie einander über alle Sprachgrenzen hinweg verstehen und begeisterte sie zum gemeinsamen Tun. – Keine schlechte Idee.

Burkhard Wilke
wilke@dzi.de

drei Analyseformen ergab ein detailliertes Bild des Nutzungsverhaltens und der Nutzungsansprüche an eine Onlineberatung für Mädchen.

Die Auswertung der Logfile-Daten ermöglichte quantitative Rückschlüsse auf die Zahl der Besuchenden und die Anzahl der angewählten Seiten. Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf die Auswertung der in der Zeit vom 23.8.2009 bis zum 29.11.2009 erhobenen Logfile-Daten. Durch geeignete Filter wurden Zugriffe von Suchmaschinen-Robots so weit wie möglich ausgeschlossen. Im Untersuchungszeitraum wurden die Seiten von insgesamt 7 900 Besucherinnen und Besuchern frequentiert. Das entspricht einer durchschnittlichen täglichen Anzahl von 79 Besuchenden. Im gesamten Untersuchungszeitraum wurden von den Besuchenden insgesamt über 45 000 Seiten der Onlineberatung aufgerufen, das entspricht durchschnittlich 5,2 Seiten pro Besucherin beziehungsweise Besucher.

Im Rahmen der Fragebogenaktion wurden die aktiven Besucherinnen der Onlineberatung gebeten, eine offene und elf geschlossene Fragen zu ihrer Person und zu ihren Nutzungsinteressen zu beantworten. In einem Zeitraum von vier Monaten (vom 5.11.2009 bis zum 28.2.2010) beteiligten sich 88 Mädchen an der Fragebogenaktion. Auf eine weitere Werbung für die Umfrage wurde absichtlich verzichtet, da die Zielgruppe dieser Untersuchung ausschließlich die bereits aktiven Nutzerinnen des Beratungsangebotes waren.

Für den soziodemographischen Bereich lassen sich die folgenden Aussagen treffen: Die durchschnittliche Nutzerin

- ▲ ist 15,6 Jahre alt;
- ▲ ist Gymnasiastin oder Realschülerin;
- ▲ ist ohne Migrationserfahrung;
- ▲ war schon einmal in Beratung oder Therapie;
- ▲ ist zurzeit psychosozial nicht gut versorgt und
- ▲ für 40 Prozent aller Mädchen ist die Onlineberatung der erste Zugang zu professioneller Unterstützung.

Die Nutzungsinteressen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- ▲ Jüngere Mädchen (12-14 Jahre) sind sehr am interaktiven Austausch interessiert, Weitervermittlungen über Links nehmen sie seltener in Anspruch, da alles auf einer (Web-)Seite stattfinden soll.

- ▲ 15- bis 17-Jährige nutzen alle Bereiche knapp unterdurchschnittlich, benennen aber den positiven Nutzen der Onlineberatung überdurchschnittlich oft.
- ▲ 18- bis 20-Jährige nutzen die Weitervermittlung über Linklisten überproportional oft.

Die subjektiven Aussagen der Teilnehmerinnen zu den Beratungsanlässen lassen folgende Schlussfolgerungen zu:

- ▲ Es scheint leichter zu sein, über Symptome oder „harmlose Fragen“ Kontakt aufzunehmen.
- ▲ Jedoch besteht offensichtlich bei vielen auch ein großes Bedürfnis, sich über Gewalt und Konflikte auszutauschen und Beratung zu diesem Thema zu erhalten.
- ▲ Es gibt eine große Verunsicherung und einen enormen Beratungsbedarf rund um das Thema Pubertät, Identität und Sexualität.

Erkenntnisse und Umsetzung | Aus den unterschiedlichen Analyseformen lassen sich folgende Schlüsse ziehen: Onlineberatung ist ein Medium, das von Mädchen mit großem Interesse und mit ernsthaften Beratungsanliegen genutzt wird. Es bietet einen guten ersten Zugang zu professioneller Unterstützung. Die Ergebnisse zeigen eindrücklich, dass sich Mädchen über unser Onlineberatungsangebot im Schnitt 1,8 Jahre früher als über das herkömmliche Angebot der persönlichen Beratung erreichen lassen. Das vergleichbare Durchschnittsalter der Mädchen, die die Beratungsstelle des Mädchenhauses Bremen im Jahr 2009 aufsuchten, lag bei 17,4 Jahren. Mädchen sind daran interessiert, sich mit anderen Mädchen auseinanderzusetzen, aber sie möchten auf den ersten Blick die Themen finden, die sie interessieren. Um noch jüngere und bildungsfernere Mädchen zu erreichen, müssen die Seiten übersichtlicher strukturiert sein. Das Angebot, die Funktionen und die Navigation müssen sich intuitiv erschließen lassen. Der redaktionelle Bereich soll so gestaltet werden, dass die Mädchen dort schnell Antworten und Verweise zu vielen für sie relevanten Themen finden und die Beraterinnen die Text- und Linksammlung für ihre Beratungsantworten nutzen können.

Für das überarbeitete Konzept und die Neugestaltung der Seiten hatte sich für uns ergeben, dass die Beratungsthemen nicht einschränkt werden, sondern die Seiten bewusst eine große Bandbreite für die Mädchen relevanter Themen ansprechen. Mit unserer

offen feministischen Beratungshaltung möchten wir auch Fragen zu Pubertät, Körperlichkeit und Identität Raum geben und damit ein Gegengewicht zu konsum-, konkurrenz- und leistungsorientierten Jugendmedien des Mainstreams herstellen.

Anhand der vorliegenden Ergebnisse wurde ein umfassend neues Design entwickelt, für das vor allem die Benutzungsfreundlichkeit und die Barrierefreiheit entscheidende Kriterien waren. Oberste Priorität hatten die deutliche und intuitive Navigation, die Klarheit des Angebotes und die Übersichtlichkeit der Nutzungsstruktur. Mithilfe eindeutig zugeordneter Farben wurden die einzelnen Bereiche der Onlineberatung voneinander abgegrenzt, die Navigation wurde auf zwei Ebenen begrenzt. Die Texte des redaktionellen Bereiches wurden vollständig erneuert, den Themeninteressen der Mädchen angepasst und um eine umfangreiche Hyperlinksammlung ergänzt. Um das offene Forum übersichtlicher zu gestalten, wurde eine Zuordnung der Beiträge zu Oberthemen entwickelt. Jedes Mädchen kann für seinen Beitrag aus einer Liste mit 42 Schlagwörtern bis zu drei passende Begriffe auswählen. Diese Schlagworte, auch Tags genannt, werden auf der Forenseite in einer „Wolke“, der sogenannten Tagcloud, abgebildet. So ist eine Übersicht und direkte Anwahl eines gewünschten Themas mit einem Klick möglich. Und auch der neu geschaffene Bereich „Meine Zone“ trägt den Rückmeldungen der Mädchen dadurch Rechnung, dass es einfacher ist, einzelne Themen und Beiträge wiederzufinden.

Auf der Benutzeroberfläche der Beraterinnen, dem „Backend“, wurde über die Entwicklung sogenannter Klientinnenmappen eine Verwaltung und Archivierung der Nutzerinnen, der Beratungsanliegen und der Beratungsverläufe geschaffen. Diese dienen der Stringenz der Beratungsprozesse und der Dokumentation. Für alle Bereiche gilt der Grundsatz der Datensparsamkeit, Name und persönliche Angaben werden nie erfragt.

Der aktuelle Stand der Dinge | Nun arbeiten wir bereits seit einem Jahr mit den neuen Seiten und die Zahlen bestätigen unser Konzept. Ohne jegliche Werbung verzeichnen wir erhebliche Zuwachsraten in allen relevanten Bereichen. Zum Jahresende 2011 hatten wir 2 475 angemeldete Nutzerinnen. Die Zahl der Mädchen, die sich in diesem Jahr neu registrie-

ren ließen, ist um 14 Prozent höher als im Vorjahr, wöchentlich melden sich durchschnittlich sechs Mädchen neu an. Mit 1 836 Zuschriften von Mädchen haben wir eine Steigerung um 23 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 1 115 Beratungsantworten wurden von den Mitarbeiterinnen der Beratungsstelle im Laufe des Jahres geschrieben, dies bedeutet einen Anstieg um 20 Prozent. Die Onlineberatung ist fester Bestandteil des Angebotes der Beratungsstelle geworden und nimmt eine nicht zu unterschätzende Rolle im Arbeitsalltag ein.

Onlineberatung als Türöffner für weitere fachliche Unterstützung | Auch wenn die ermittelten Zahlen und Fakten erst einmal nur für unsere „kleine“ Seite gelten, so können wir doch einige grundlegende Schlüsse für die Arbeit der Beratungsstelle daraus ziehen. Die Mädchen durchschnittlich 1,8 Jahre früher mit unserem Beratungsangebot zu erreichen, ist großartig, denn es bedeutet, dass Mädchen mit Gewalterfahrungen oder Familienkonflikten wesentlich früher Zugang zum System der Jugendhilfe finden können. Es bedeutet auch, dass Mädchen Unterstützung erhalten können, bevor selbstschädigende Verhaltensweisen wie Essstörungen oder selbstverletzendes Verhalten chronifiziert werden.

Für 40 Prozent der Mädchen sind wir die ersten Fachleute, denen sie sich anvertrauen. Mit unserer Haltung und unserer Art, auf ihre Anfragen zu reagieren, können wir wegweisend dafür sein, dass diese Mädchen bei Bedarf den Zugang zu verschiedenen Hilfesystemen finden. Wir hinterlassen bei ihnen erste prägende Eindrücke darüber, ob es sich lohnt, sich an Fachleute zu wenden, und ob Fachleute Jugendliche ernst nehmen. Regelmäßig entstehen Kontakte mit neuen Klientinnen über die Onlineberatung. Dort präsentieren sie sich mit ihren Themen, dort „testen“ sie unsere Beratung und entscheiden sich dann vielleicht, auch vor Ort einen Beratungstermin zu vereinbaren. Der Zugang über das Netz senkt die Hemmschwelle, mit Fachfrauen in Kontakt zu treten, und ermöglicht es den Mädchen, sich mit scham- oder angstbesetzten Themen zu zeigen, ohne dabei von uns gesehen zu werden. Mit Zeit und Geduld erarbeiten wir, wenn nötig, gemeinsam mit den Mädchen, wie sie den Schritt in eine Beratungsstelle vor Ort schaffen können, da wir nach wie vor der Meinung sind, dass intensive Beratung und therapeutische Prozesse in ein Face-to-face-Setting gehören.

Erst die wertschätzende und verlässliche Begleitung im Rahmen der Onlineberatung ermöglicht es vielen Mädchen, sich auch Unterstützung vor Ort zu suchen. Zu groß sind die Ängste und Vorbehalte, zu ungewiss ist das Procedere in einer Beratungsstelle, zu hoch scheint für viele das Risiko, sich als unterstützungsbedürftig zu erkennen zu geben oder mit dem Wunsch nach Unterstützung zurückgewiesen zu werden. Deshalb muss jede Überführung eines Onlinekontaktes in eine Beratung vor Ort mit der nötigen Empathie und Zeit gestaltet werden. Wir nehmen die Befürchtungen und Widerstände der Mädchen ernst und ermutigen sie, Schritte in Richtung persönlicher Beratung zu gehen, indem wir ihnen Adressen von Beratungsstellen vor Ort vermitteln oder ihnen einen unverbindlichen einmaligen Termin bei uns anbieten. Ganz individuell gestaltet kann ein solcher Prozess Wochen oder auch schon einmal Monate dauern.

Die enge Verknüpfung von virtueller und persönlicher Beratung vor Ort kann auch im laufenden Beratungsprozess oder bei dessen Abschluss hilfreich sein. Themen können in der Onlineberatung vor- und nachbereitet werden, Klientinnen können durch den Kontakt im Netz noch lose angebunden bleiben, wenn dies für den Beratungsprozess sinnvoll ist.

Im Laufe der Überarbeitung des Konzeptes wurde deutlich, dass die Qualität einer Onlineberatung entscheidend von der Ausbildung und Nachqualifizierung der Mitarbeitenden abhängig ist. Nicht jede Beraterin beziehungsweise jeder Berater bietet automatisch auch eine gute Onlineberatung an. Die Affinität zum Medium Internet und Freude daran, sich schriftlich auszudrücken, sind wichtige Voraussetzungen. Der zeitversetzte schriftliche Kontakt mit den Klientinnen und Klienten schafft eine ganz eigene Beratungsatmosphäre. Die Reduktion auf das geschriebene Wort ist eine Herausforderung und verlangt viel Einfühlungsvermögen. Nicht zu unterschätzen sind auch die strukturellen Bedingungen. Onlineberatung braucht einen festen Rahmen, einen ruhigen Arbeitsplatz, verbindliche Arbeitszeiten und ein angemessenes Zeitbudget. Eine virtuelle Beratung lässt sich nicht zwischendurch mal eben schreiben, sondern verlangt genauso viel Ruhe, Achtsamkeit und Respekt wie ein persönliches Beratungsgespräch. Auch finanzielle Ressourcen sind notwendig, damit die Internetseiten und die technischen Anlagen gewartet und instand gehalten werden können. Es ist eine Geste des Res-

pekts und bringt die Wertschätzung für die Ratsuchenden zum Ausdruck, dass die Seiten fehlerfrei und gut zu bedienen sind.

Entscheidet man sich für eine Onlineberatung mit Forum, so wie wir es vor acht Jahren getan haben, dann bedeutet dies auch, dass Beratung vollkommen transparent wird. Alle, die im Internet unterwegs sind, können unsere Beratung mitlesen, können sich eine eigene Meinung zu unserem Beratungsstil und zur Intention unserer Beratung machen. Beratung findet nun nicht mehr hinter verschlossenen Türen statt, sondern ist für alle sichtbar und zu bewerten. Das erleichtert Ratsuchenden womöglich den Zugang zu Unterstützung, verändert den Arbeitskontext der Beratenden aber sehr stark.

Im Netz finden sich inzwischen die unterschiedlichsten Beratungsangebote für Jugendliche. Vorreiter in Deutschland sind die 1999 gegründete Kids-Hotline des Kinderschutz e.V. in München und ein im Jahr 2000 entwickeltes Modellprojekt in Bayern, aus dem 2004 die Jugendberatung der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V. (bke e.V.) entstanden ist. Dies sind zwei sehr gute und gleichzeitig sehr gegensätzliche Modelle der Onlineberatung. Das eine mit einem beeindruckenden Konzept der Peerberatung und der ehrenamtlichen Mitarbeit vieler Fachkräfte, das als ein ausschließlich virtuelles Angebot bei Bedarf an örtliche Beratungsstellen vermittelt, das andere mit einem Pool an Beraterinnen und Beratern, der sich aus den Angestellten der bundesdeutschen Erziehungsberatungsstellen zusammensetzt, wodurch die Onlineberatung bei Bedarf auch direkt an eine Beratungsstelle vor Ort angebunden ist.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine gute Onlineberatung die Lebensrealität Jugendlicher anerkennt, ohne auf die Qualitätsmerkmale eines klassischen Beratungsangebotes zu verzichten. Der Kommunikationsraum ist das Internet, die Eckpfeiler sind professionell geschulte Beraterinnen und Berater, Verlässlichkeit bezüglich der Beantwortungszeiten von Anfragen sowie Kontinuität und Vertraulichkeit.

Ruth König ist Dipl.-Sozialpädagogin mit therapeutischer Zusatzausbildung und arbeitet seit 14 Jahren in der Anlauf- und Beratungsstelle des Mädchenhauses Bremen e.V., E-Mail: koenig@maedchenhaus-bremen.de