

# #Auf die Plätze fertig los!?

## Beratungsorganisationen auf dem Weg ins Social Web Interview mit Helmut Paschen

Immer mehr Beratungsverbände und auch pro familia diskutieren über eine Präsenz im social web. Helmut Paschen, langjährig ausgewiesener Experte zur pro familia Online-Beratung, die nach seinen Beobachtungen immer mehr zurückgeht, meint, dass wer in den nächsten Jahren im social web nicht zu finden ist, den Anschluss an die Zielgruppen verpasst. Wenn heute also ein Rat gebraucht wird, wird immer erst die Peer-Community gefragt. Andererseits sind auch die Beratungsprofis, so der Diplom-Sozialpädagoge bei der pro familia Flensburg, nicht völlig out.

**pro familia magazin:** Muss pro familia Ihrer Ansicht nach im Social Web präsent sein?

**Helmut Paschen:** Wer als Institution in den nächsten Jahren im Social Web nicht präsent ist, wird für die nachwachsenden Zielgruppen immer weniger sichtbar und erreichbar sein. Eine Präsenz in den sozialen Netzwerken wird so wichtig werden wie die Beratungsstellensuche auf der Website oder der Telefonbucheintrag für die älteren Nutzergruppen.

**pro familia magazin:** Lassen sich die pro familia-Themen überhaupt im Social Web vermitteln?

### Der Wunsch, mit Beratungsprofis zu kommunizieren ist ungebrochen

**Helmut Paschen:** Ja. Ich denke schon, dass sich unsere Themen dort platzieren



Helmut Paschen ist Diplom-Sozialpädagoge bei der pro familia Flensburg und seit 1997 Onlineberater im Rahmen des pro familia Projektes [www.sextra.de](http://www.sextra.de). Er ist Mitglied des Fachausschusses Onlineberatung des pro familia-Bundesverbands und kennt die Beratungsszene im Netz sehr gut.

lassen. Als eine Art „Anreißer“, der dann per Link auf unsere klassischen und eher statischen Website-Angebote ([profamilia.de](http://profamilia.de); [sextra.de](http://sextra.de); [sexundso.de](http://sexundso.de)) führt. Dort können den jüngeren Nutzern dann differenzierte Inhalte und vor allem die Online-Beratung nahe gebracht werden. Auch wenn in den sozialen Netzwerken sehr viel Alltagskommunikation stattfindet und bei Fragen und Problemen häufig erstmal die Peer-Community gefragt wird, ist nach meiner Einschätzung der Wunsch auf Seiten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen weiterhin vorhanden, mit Beratungsprofis zu kommunizieren. Letztendlich lässt es sich vergleichen mit den Bemühungen, unsere Face-to-face-Angebote jungen Ratsuchenden bekannt zu machen und dazu beispielsweise Flyer zu verteilen.

Eine lebendige Präsenz in den sozialen Netzwerken, dem „virtuellen Schulhof und Freizeitraum“ ermöglicht dieser Zielgruppe, von unserer Existenz zu erfahren und bei vorhandenen Anliegen besser zu uns zu finden. Ein Recht ist nur ein Recht, wenn es bekannt ist. Analog dazu ist eine Beratungsstelle nur dann eine Jugendberatungsstelle, wenn sie bekannt ist und mit den Kommunikationsgewohn-

heiten der Zielgruppe kompatibel ist.

Beratung innerhalb der sozialen Netzwerke ist aus Datenschutzgründen nicht sinnvoll. Die Grenzen zwischen Beiträgen in sozialen Netzwerken und einer Online-Beratung wird nicht immer klar zu ziehen sein. Wichtig ist es den Schutz der

User im Blick zu behalten und frühzeitig darauf zu achten, dass bei persönlichen Inhalten in den geschützten Rahmen der Onlineberatung verwiesen wird. Grundsätzlich muss abgewogen werden, ob und in welchem Maße die User selber auf die Pinwand etc. schreiben können.

**pro familia magazin:** Braucht ein Rat ein persönliches Gegenüber – ein Gesicht?

**Helmut Paschen:** Ja und Nein. Ein persönliches Gegenüber wird benötigt, ein Gesicht oder ein Foto nicht unbedingt. In der Fachöffentlichkeit ist inzwischen unbestritten, dass online innerhalb der verschiedenen Online-Beratungsformen eine tragfähige und hilfreiche therapeutische Beziehung aufgebaut werden kann. Auch im Rahmen von 15 Jahren Online-Beratungserfahrung der pro familia ist deutlich geworden, dass ein Bild oder ein vorheriger Face-to-face-Kontakt nicht notwendig sind, um die Ratsuchenden erfolgreich zu beraten.

Die schriftbasierte Beratung bietet viele Möglichkeiten, in Kontakt und Kommunikation zu kommen. Und in manchen Bereichen ist es für Klientinnen und Klienten sogar Voraussetzung sich zu öffnen, kein direktes Gegenüber zu haben, zum

Beispiel bei schambe-setzen Themen oder traumatischen Erfahrungen, bei denen es den Ratsuchenden nicht möglich wäre es „jemandem ins Gesicht zu sagen“, was sie bewegt und was sie erlebt haben.

### pro familia magazin:

Wie ist der Stand bei pro familia virtuell, das heißt bei sextra und sexundo, werden hier „Abwanderungen“ ins Social Web beobachtet?

### Fest steht: Die Nachfrage nach Onlineberatung stagniert oder sinkt

**Helmut Paschen:** Festzustellen ist bei den pro familia-Onlineprojekten und auch bei den anderen virtuellen Beratungsangeboten anderer Institutionen, dass die Nachfrage nach Onlineberatung stagniert oder

sinkt und besonders die Zielgruppe der bis 25jährigen ihre Kommunikationsgewohnheiten geändert haben und deshalb weniger auf den seit 10 bis 15 Jahren „klassischen“ Online-Kommunikationswegen virtuell zu uns kommen.

Die Mailkommunikation ist out. In ist es, bis zu 24 Stunden am Tag „on“ zu sein. Es wird zeitnah in sozialen Netzwerken kommuniziert, sei es auf der recht öffentlichen Pinnwand, in Gruppen oder im Zweierkontakt, zeitversetzt oder im Chat. Gemeinsam ist den Nutzerinnen und Nutzern, dass die Kommunikation innerhalb des sozialen Netzwerkes stattfindet und die E-Mail-Angebote gerade noch zum



Online-Forum auf Sextra.de

Anmelden von Internetangeboten oder dem Erhalt von Newslettern gebraucht wird.

Die Nutzungsgewohnheiten ändern sich auch durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones. Mobiles Internet ermöglicht, sich jederzeit an jedem Ort mit Online-Verbindung in „die Community“ zu begeben, zu posten, was aktuell erscheint, sich zu informieren über das was spontan benötigt wird und ermöglicht es auch eine Online-Beratungsanfrage zu stellen. Sextra antwortet auf diese technische Entwicklung und Veränderung der Kommunikationsgewohnheiten mit der Entwicklung eines App (im Sprachge-

brauch sind damit Anwendungen für moderne Smartphones und Tablet-Computer gemeint), das in Kürze die Beratung via Smartphone deutlich vereinfachen wird.

Virtuelle Kommunikation verändert sich inzwischen in ganz kurzen Zeiträumen, Beratungsinstitutionen müssen am Puls der Zeit bleiben und immer wieder abwägen, welche Schritte notwendig sind, die jüngere Zielgruppen zu erreichen und nicht zu verlieren. Wenn Zielgruppen auf einem Kommunikationsweg einmal erreicht wurden und gute Erfahrungen machen, bleiben sie dem (Online-)Anbieter häufig „treu“ und werden mit dem Projekt erwachsen.



**pro familia magazin:** Würden Sie vor dem Hintergrund von sextra und sexundo empfehlen, auch die Homepage von pro familia inter-aktiv und mit Videos und Clips zu gestalten?

**Helmut Paschen:** Sextra bietet das schon seit längerem an. Es gibt Videos und in den Dialogforen werden zu verschiedenen Themen „Peerdiskussionen“ geführt und die eine oder andere „Peerberatung“ durchgeführt. Zukünftig ist es aus meiner Sicht notwendig, statische Angebote und lebendige „Impulsinhalte“ in den sozialen Netzwerken miteinander zu verzahnen. So können innerhalb der sozialen Netzwerke Informationen, Events und auch Hinweise auf neue Videoclips, die auch auf den entsprechenden Plattformen wie youtube eingestellt werden sollen, oder auch andere Inhalte platziert werden. Auf einen eher statischen Anteil beim Webauftritt sollten wir jedoch – auch mit Blick auf die User jenseits der 30, die Social Media zurzeit noch deutlich weniger nutzen – jedoch nicht verzichten.

**pro familia magazin:** pro familia produziert viel schriftliches Material zum Beispiel Flyer – werden die nach Ihren Erfahrungen noch gelesen oder ist der Weg über das Medium Internet erfolgversprechender?

**Helmut Paschen:** Ich denke, dass diese Flyer bedarfsorientiert gelesen werden.

Ziel sollte es sein, diese vorhandenen guten Inhalte auch bei den sich verändernden Nutzungsgewohnheiten den Ratsuchenden nahe zu bringen. So könnte es sinnvoll sein, häufiger und bewusster „in die Broschüren hinein“ zu verlinken. Also nicht auf die Gesamtbroschüre hinzuweisen, sondern mit entsprechen-

den Teasern und vielleicht auch erzählten Geschichten auf konkrete Inhalte hinzuweisen. Nach meiner Erfahrung sind Jugendliche und junge Erwachsene dann sehr interessiert, Inhalte ungestört nachzulesen und abrufbar zu haben.

### Präsenz mit Broschüren, Downloads und im Social Web gefragt

Wichtig bleibt es, den Spagat hinzubekommen, einerseits eine Broschüre zum Thema Sexualität und älter werden in Printform an die Klienten zu bringen, den gewohnten Internetnutzern die pdf-Version zum download anzubieten und für die jüngeren Ratsuchenden Auszüge in die sozialen Netzwerke einzustellen.

**pro familia magazin:** Wissen Sie ob andere Beratungsverbände im social web schon aktiv sind?

**Helmut Paschen:** Meines Wissens gibt es schon länger Aktivitäten der Aidshilfe innerhalb sozialer Netzwerke. Weiterhin sind immer mehr Verbände zumindest mit einer ersten Präsenz sichtbar. Je mehr aktuelle Beiträge in den jeweiligen Profilen zu finden sind, desto interessanter sind diese Auftritte. Die ersten pro familia Präsenzen sind entstanden und werden mehr und mehr mit Leben gefüllt. Auch andere psychosoziale Beratungsorganisationen stehen in den Startlöchern. Diese Start-

phase ist ein wenig vergleichbar mit dem Pioniergeist der Anfänge der Onlineberatung Mitte der 1990er, als pro familia/Sextra und die Telefonseelsorge sehr früh die Zeichen der Zeit sahen und Onlineberatungsangebote installierten. Zurzeit wird in der Fachöffentlichkeit und in vielen Verbänden diskutiert, ausprobiert und seit einiger Zeit auch einfach mal losgelegt.

**pro familia magazin:** Wollen Jugendliche ihre Fragen zu Sexualität lieber in einer Beratungsstelle oder in der Schule face to face stellen können?

**Helmut Paschen:** Ich denke, dass immer mehr Jugendliche es gewohnt sind, ihre Anliegen aus den unterschiedlichsten Bereichen des Lebens zu verschriftlichen. Die Barriere, sich bei einem Problem oder einer Unsicherheit via Computer an eine eher anonyme Beratungsstelle zu wenden, ist sicher deutlich kleiner als den Weg alleine in die Beratungsstelle zu finden. Im Gruppenrahmen einer sexualpädagogischen Schulklassenveranstaltung gibt es einerseits den Vorteil die Teamer persönlich kennen zu lernen. Durch persönliche Ansprache kann niedrigschwellige Beratung im Rahmen der Veranstaltung stattfinden. Manchmal finden die Jugendlichen auch später den Weg in die Beratungsstelle.

Andererseits ist der Peergruppen-Druck im real-life-Kontakt in der Schulklasse und auch im teilöffentlichen Bereich im sozialen Netzwerk hinderlich, persönliche Themen oder Probleme anzusprechen. Eine Information über bestehende Onlineberatung und eine eventuelle Verlinkung/Überleitung/Vermittlung in die virtuellen professionellen Angebote kann die Jugendlichen unterstützen, angemessene Hilfe in Krisen oder bei anderen Anliegen zu finden.

*Das Gespräch führte Gundel Köbke.*