

# Online-Sexualberatung: Wirksamkeit und Wirkweise

## Evaluation eines Pro Familia-Angebots

Christiane Eichenberg

**Übersicht:** Innerhalb der letzten Jahre hat das Internet als Medium für psychosoziale Beratung zunehmend an Bedeutung gewonnen. Dabei steht einer Vielzahl internetbasierter Beratungsdienste unterschiedlicher Anbieter eine geringe Anzahl von Wirksamkeitsstudien gegenüber. In einer empirischen Untersuchung evaluiert die Autorin ein Angebot der Pro Familia zur Online-Sexualberatung („Sextra“). 338 bzw. 134 Ratsuchende wurden zu Beginn bzw. nach Abschluss der Beratung via E-Mail über Beweggründe für und Erwartungen an die Beratung sowie über Akzeptanz und Effektivität der Intervention befragt. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass die Online-Sexualberatung ein wirksames Angebot mit hoher Compliance ist, das auch solche Ratsuchenden erreicht, für die herkömmliche Beratungsformen eine zu hohe Zugangsschwelle haben.

**Schlüsselwörter:** Computervermittelte Kommunikation; Online-Beratung; Psychotherapieforschung; Sexualberatung

---

Die Anfänge professioneller Online-Intervention finden sich in den USA. Der erste bekannte psychologische Hilfsdienst war „Ask Uncle Ezra“, der seit 1986 psychologische Beratung für Studenten der Cornell University anbietet (<http://ezra.cornell.edu>). Ivan Goldberg begann 1993 via Internet Fragen zu Depressionen zu beantworten und auf seiner Webseite „Depression Central“ online zu dokumentieren ([www.psycom.net/depression.central.html](http://www.psycom.net/depression.central.html)). Zwei Jahre später boten dann die bis heute die Szene mitprägenden professionellen Therapeuten John Grohol, David Sommers und Leonhard Holmes Online-Beratung an. Mit ihnen begann die Phase kommerzieller Beratung und Therapie. Experimentiert wurde mit verschiedenen Settings von verschlüsselter E-Mail bis zu Chats und Videokonferenzen (vgl. Bobert-Stützel 2001). In Deutschland nahmen Beratungseinrichtungen eine Vorreiterstellung ein: Seit 1995 ist die TelefonSeelsorge

---

Z Sexualforsch 2007; 20; 247–262

© Georg Thieme Verlag KG Stuttgart · New York

ISSN 0932-8114

DOI 10.1055/s-2007-981238

(www.telefonseelsorge.de) mit einem Online-Angebot vertreten; Pro Familia bietet seit 1997 den internetbasierten Beratungsdienst „Sextra“ (www.sextra.de) an, der neben allgemeiner Lebensberatung den Fokus auf Sexualpädagogik und Sexualberatung legt. Die E-Mail-Beratung wird bundesweit von über hundert Beraterinnen und Beratern geleistet, die auch in den lokalen Beratungsstellen tätig sind. In der Regel findet nur ein kurzer Beratungskontakt statt, die Probleme sind überwiegend von „mittlerer Schwierigkeit“ (vgl. Pro Familia 2005). Seit 1999 besteht das Portal „Beratungsnetz“ (www.das-beratungsnetz.de), das heute rund 180 psychosoziale Einrichtungen unter einer einheitlichen Beratungsoberfläche bündelt. „Sextra“ ist auch über diese Plattform erreichbar.

Neben der Diskussion über die Unterscheidung zwischen Online-Beratung und Online-Therapie und über die Abgrenzung zur „regulären“ Psychotherapie (hier besteht weitgehend Konsens, dass therapeutische Internetkommunikation weder als Psychotherapie bezeichnet werden noch das traditionelle Setting ersetzen kann oder will) beschränkten sich die fachlichen Auseinandersetzungen zunächst auf konzeptionelle Überlegungen (vgl. Döring 2003 sowie Ott und Eichenberg 2002 für die Online-Beratung und -Therapie; Eichenberg und Pennauer 2003 für die Krisenintervention; Eichenberg 2003, 2004 für die Selbsthilfe). Tab. 1 fasst diese Überlegungen zusammen.

**Tab. 1** Potenziale und Nachteile therapeutischer Interventionen via Internet

<i>Merkmal</i>	<i>Potenziale</i>	<i>Nachteile</i>
<i>Zielgruppe</i>	Erreichbarkeit von Personen, die u. U. traditionelle Hilfeinrichtungen nicht besuchen würden/können	Eingeschränkte Behandlungsmöglichkeit bei bestimmten Problem-bereichen und Störungsbildern
<i>Anonymität</i>	Unverbindliche Kontaktaufnahme Erleichterte Kontaktaufnahme bei Schwellenängsten Beschleunigte Selbstöffnung insbesondere bei prekären Themen	Missbrauch des Angebots Annahme von falschen Identitäten Ethische Probleme: z. B. Nachweis der Professionalität des Beraters, Unverbindlichkeit des Kontaktes
<i>Asynchronizität</i>	Terminliche Flexibilität „Zone for reflection“: der Ratsuchende kann in Ruhe formulieren, was er mitteilen möchte, der Berater seine Antwort gründlich verfassen Begleitende Supervision	Keine Möglichkeit der unmittelbaren Reaktion
<i>Textbasierter Austausch</i>	Schnelle und höher frequentierte Konsultation Kommt Menschen entgegen, die sich lieber schriftlich ausdrücken	Potenzial für Missverständnisse Keine Möglichkeit, nonverbale Ausdruckszeichen zu wahrzunehmen
<i>Ökonomie</i>	Kostengünstige Durchführung Effiziente Unterstützung von therapiebegleitender Diagnostik und Erfolgskontrolle	Verlockung der Zeitersparnis zu Ungunsten der Klienten (bei Online-Beratungen ohne differenzielle Indikation)
<i>Archivierung</i>	Berater: automatisches Sitzungsprotokoll Ratsuchende: retrospektives Verfolgen der Entwicklungs- und Lösungsschritte	Einfluss auf die Unbefangenheit der Formulierungen, insbes. für den Berater (Kontrollmöglichkeiten durch den Träger; Schadensersatzansprüche)

Während im deutschsprachigen Raum schon seit einigen Jahren eine Vielzahl von internetbasierten psychosozialen Interventionsangeboten besteht, folgen Evaluationsstudien nur langsam. Auch im internationalen Raum lagen lange Zeit nur vereinzelte Untersuchungen vor, die aufgrund von methodischen Mängeln den Standards von Evaluationsstudien oft nicht entsprachen (zur kritischen Übersicht vgl. Eichenberg 2002). Erst in den letzten drei bis vier Jahren wurden vermehrt Anstrengungen unternommen, Möglichkeiten und Grenzen von Online-Interventionen empirisch zu überprüfen. Ott (2003) nahm eine Meta-Analyse von 30 Studien vor, die die Wirksamkeit internetbasierter Interventionsprogramme untersuchten. Ein viel versprechender Befund ist, dass 86,7% dieser Studien über positive Effekte berichteten. Hinsichtlich der theoretischen Grundlage der Interventionen ergab sich eine Dominanz kognitiv-behavioraler und verhaltenstherapeutischer Internet-Programme (73,3% der untersuchten Angebote).

### Fragestellungen

Ziel der hier vorgelegten Studie ist es, die Wirksamkeit des internetbasierten Sexualberatungsangebots „Sextra“ empirisch zu untersuchen und damit einen Beitrag zur Evaluation von Online-Beratung zu leisten. Folgende Forschungsfragen wurden aufgegriffen:

- *Charakteristika der Ratsuchenden*: Welche soziodemografischen Merkmale kennzeichnet das Klientel der E-Mail-Beratung?
- *Motive und Erwartungen der Ratsuchenden*: Warum und mit welchen Erwartungen wird eine E-Mail-Beratung in Anspruch genommen?
- *Erleben der medienspezifischen Besonderheiten der Beratungssituation*: Wie werden die internetspezifischen Besonderheiten im Beratungsprozess erlebt? Wie gelingt die Beziehungsgestaltung zwischen Beratenem und Ratsuchendem im computervermittelten Setting?
- *Evaluation der Beratung*: Wie effektiv ist die Online-Beratung aus Sicht der Ratsuchenden und nach objektiven Kriterien (zum Beispiel psychologische Tests)?
- *Wirkanalyse*: Welche Interventionstechniken im Setting der E-Mail-Beratung wirken sich positiv auf die Zufriedenheit der Ratsuchenden aus?

### Methode

Die Stichprobe setzt sich aus Ratsuchenden zusammen, die im Zeitraum vom 18.4.2004 bis 30.9.2004 eine Anfrage an die E-Mail-Beratung „Sextra“ von Pro Familia stellten. Alle Ratsuchenden, die ihr Problem der Kategorie „allgemeine Beziehungsprobleme“ oder „sexuelle Übergriffe/sexuelle Gewalt“ zugeordnet hatten, erhielten einen automatisierten Hinweis auf die Befragung. Durch die Begrenzung auf diese beiden Problemkategorien wurden reine Informationsanfragen (z.B. Verhütungsfragen) ausgeschlossen.

Die Befragung erfolgte über einen webbasierten Fragebogen, da der Kontakt zwischen Pro Familia und den Ratsuchenden ausschließlich via E-Mail statt findet und somit die E-Mail-Adresse die einzige Kontaktmöglichkeit ist. Zudem bot sich diese Form der Erhebung an, da die Probanden durch die Wahl einer E-Mail-Beratung implizit eine Präferenz für dieses Medium zeigten. Eine webbasierte Datenerhebung bietet darüber hinaus verschiedene Möglichkeiten, die Datenqualität zu steigern (Filterführung; Kontrolle von Mehrfachausfüllern; Vollständigkeitskontrolle; Anonymisierung usw.).<sup>1</sup>

Die Erhebung gliederte sich in eine Vorbefragung (zu Beginn der Beratung) und eine Nachbefragung (nach Abschluss der Beratung). Bei der ersten Beratungsanfrage öffnete sich auf dem Bildschirm des oder der Ratsuchenden ein „Pop-up-Fenster“ mit der Bitte, an der Befragung teilzunehmen. Dies war gleichzeitig die Startseite der *Vorbefragung*. In der Einladung wurde (für die Befragten unsichtbar) eine Prozessnummer mit dem Fragebogen verknüpft. Diese Prozessnummer diente als Identifikation über den gesamten Beratungsprozess und verknüpfte die Daten der Vorbefragung, der Nachbefragung und des gesamten Beratungsprozesses. Die Anonymisierung war gewährleistet, da alle E-Mail-Adressen bei Pro Familia verblieben und die Identifikation nur über die Prozessnummer erfolgte.

Die *Vorbefragung* umfasste zwei Teile. Im ersten Teil wurden die Motive der Nutzer zum Aufsuchen der E-Mail-Beratung und ihre Erwartungen erhoben (in Anlehnung an den Fragebogen „Therapy Session Report“ von Howard und Orlinsky 1966, zitiert nach Lazarus 1978). Der zweite Teil umfasste drei Skalen (Unsicherheit im sozialen Kontakt, Depressivität, Ängstlichkeit) des „Brief Symptom Inventory“ (BSI; Franke 2000). Nach Abschluss des Beratungsprozesses wurden die Ratsuchenden zu einer *Nachbefragung* eingeladen. Von einem vorläufigen Ende des Beratungsprozesses wurde dann ausgegangen, wenn 14 Tage lang keine weitere, die gleiche Rubrik betreffende Anfrage bei „Sextra“ eingegangen war. Die Nachbefragung gliederte sich entsprechend der oben beschriebenen Fragestellungen in mehrere Themenkomplexe; außerdem wurden die drei Skalen des BSI noch einmal vorgelegt.

Im Erhebungszeitraum nahmen 616 Ratsuchende die Beratung von „Sextra“ in den Kategorien „allgemeine Beziehungsprobleme“ (n = 554) und „sexuelle Übergriffe/sexuelle Gewalt“ (n = 62) in Anspruch. Das „Pop-up“ mit der Einladung zur Vorbefragung erhielten 464 Personen. Diese Differenz lässt vermuten, dass ein Teil der Ratsuchenden Software verwendete, die „Pop-up-Fenster“ unterdrückt. Nach Ausschluss derer, die den Fragebogen nicht komplett ausfüllten, lagen für die Vorbefragung die Angaben von 338 Personen vor. Bei der Nachbefragung wurden 134 Fragebogen auswertbar ausgefüllt. 79 Personen füllten beide Fragebögen voll-

---

<sup>1</sup> Es wurde die Onlinebefragungs-Software der Globalpark GmbH ([www.globalpark.de](http://www.globalpark.de)) genutzt, der an dieser Stelle für die Unterstützung der Studie gedankt sei.

ständig aus. Diese Rücklaufquoten entsprechen den allgemeinen Erfahrungswerten in der Online-Forschung (vgl. Theobald 2003). Die im Folgenden referierten Befunde beziehen sich hauptsächlich auf das Datenmaterial der Nachbefragung ( $n = 134$ ) sowie auf die Personen, die an der Vor- und Nachbefragung teilnahmen ( $n = 79$ ).<sup>2</sup>

## Ergebnisse

### *Charakteristika der Ratsuchenden*

Von den 134 Personen, die an der Nachbefragung teilnahmen, waren 66% Frauen und 34% Männer. Die Probanden waren überwiegend im jungen Erwachsenenalter ( $M = 25,0$ ;  $SD = 9,7$ ; Range 13–48 Jahre). 47% der Ratsuchenden wohnten noch bei den Eltern, 57% waren zum Zeitpunkt der Befragung ledig und 43% noch in der Schul- oder Berufsausbildung. Beim Bildungsstand überwogen Befragte mit Mittlerer Reife (42%) und Fachhochschulreife / Abitur (32%). Hinsichtlich der Internetnutzung zeigte sich eine große Vertrautheit mit dem Medium: Die meisten Befragten (55%) nutzten das Internet seit drei bis vier Jahren oder länger. Sie verbrachten im Mittel 13 ( $SD = 14$ ) Stunden pro Woche im Internet und schrieben durchschnittlich 12 ( $SD = 16$ ) E-Mails wöchentlich. 67% waren mindestens einmal täglich online, um ihre Mailbox zu kontrollieren. Bei vielen erhöhte sich diese Frequenz während des Beratungsprozesses: 71% der Ratsuchenden gaben an, dass sie öfter als sonst in ihre Mailbox sahen, als sie auf die Antwort des Beraters warteten. Bedenken bezüglich der Sicherheit der Datenübertragung äußerten 13%, während sich 36% darüber keine Gedanken machten. 37% der Befragten nahmen zum ersten Mal eine professionelle Beratung in Anspruch. Beinahe ebenso viele (34%) hatten „Sextra“ schon einmal wegen eines anderen Problems aufgesucht. 13% hatten Erfahrungen mit anderen Angeboten von E-Mail-Beratungen, 7% mit telefonischen Beratungsangeboten, z. B. der TelefonSeelsorge. Öffentliche Beratungsstellen hatten 14% schon einmal besucht. Über Erfahrungen mit Psychotherapeuten oder Psychiatern berichteten 17%. Für 20% war die E-Mail-Beratung der erste Versuch, über ihr Problem zu sprechen. Dagegen hatten sich vor der Beratung schon 45% ihrem Partner und 52% einem Freund oder einer Freundin anvertraut. 10% hatten wegen ihrer Problematik bereits eine professionelle Beratung aufgesucht.

<sup>2</sup> Auf die Erhebung einer Warte-Kontrollgruppe musste aus praktischen wie ethischen Gründen verzichtet werden. Zum einen ist nicht anzunehmen, dass Ratsuchende bei einem Online-Ratgeber bereit gewesen wären, länger als nötig auf die Antwort zu warten, denn die einfache und schnelle Erreichbarkeit der E-Mail-Beratung ist eines ihrer wesentlichen Charakteristika. Zum anderen verbot sich aus ethischen Gründen, die Antwort zu verzögern, da es sich hier um eine Klientel mit dringenden Problemen (u. a. aktuelle sexuelle Gewalterfahrung) handelte.

Im Hinblick auf Persönlichkeitsmerkmale (nach den drei Skalen des BSI) handelt es sich bei den Ratsuchenden um Personen, von denen im Vergleich zur Normstichprobe überdurchschnittlich viele unter vermehrten psychischen Belastungen leiden (vgl. Tab. 2). In Anlehnung an Derogatis et al. (nach Franke 2000) sind Personen in einer Skala als „psychisch auffällig belastet“ einzuschätzen, die einen T-Wert von über 62 auf dieser Skala erreichen. Knapp 80% der Ratsuchenden wurden auf mindestens einer Skala als psychisch belastet eingestuft.

### *Motive und Erwartungen der Ratsuchenden*

Bei 73% der Beratungen blieb es bei einem einmaligen E-Mail-Austausch, bei 18% schrieb der Ratsuchende zwei Mal, bei 6% kam es zum Austausch von drei Mails.

Um die Beweggründe für die Entscheidung zur E-Mail-Beratung zu erfassen, wurden den Ratsuchenden elf Aussagen vorgelegt (Tab. 3). Der mit Abstand wichtigste Grund für die Nutzung der E-Mail-Beratung war ihre einfache und schnelle Erreichbarkeit. Besonders hervorgehoben wurden auch die Möglichkeit zur Anonymität bzw. Pseudonymität sowie die Vorteile des schriftlichen Austausches (mehr Zeit bei der Formulierung des eigenen Problems; Speicherung der Antwort des Beraters mit der Möglichkeit, sie wieder durchlesen zu können; Beratung ist unabhängig vom

**Tab. 2** Anteil psychisch auffällig belasteter Ratsuchender (Vorbefragung, n = 338) nach drei BSI-Skalen (in %)

<i>Skala</i>	<i>Anteil</i>
<i>Unsicherheit</i>	64
<i>Depressivität</i>	69
<i>Ängstlichkeit</i>	54
<i>Mindestens eine Skala</i>	79

**Tab. 3** Gründe für das Aufsuchen der E-Mail-Beratung (Mittelwerte in der Reihenfolge abnehmender Zustimmung) (Nachbefragung, n = 134)\*

	<i>M (SD)</i>
<i>Einfache und schnelle Erreichbarkeit</i>	3,5 (0,9)
<i>Anonymität</i>	3,0 (1,2)
<i>Möglichkeit, die Antwort mehrmals durchlesen zu können</i>	2,8 (1,2)
<i>Beim Schreiben mehr Zeit zum Überlegen zu haben als bei einem Gespräch</i>	2,6 (1,4)
<i>Unabhängig vom persönlichen Auftreten/Aussehen einen Rat zu erhalten</i>	2,5 (1,5)
<i>Persönliches ist besser schriftlich als mündlich zu formulieren</i>	2,3 (1,4)
<i>Bessere Kontrolle darüber, wie viel und was der Berater erfährt</i>	2,0 (1,4)
<i>Peinlichkeit, über dieses Problem mit jemandem persönlich zu sprechen</i>	1,9 (1,5)
<i>Zu starke Nervosität, um in einer persönlichen Beratung offen zu sprechen</i>	1,8 (1,6)
<i>Langer Anfahrtsweg, um eine Beratung persönlich aufzusuchen</i>	1,3 (1,4)
<i>Möchte wissen, wie eine E-Mail-Beratung abläuft</i>	1,0 (1,2)

\* Antworten auf einer fünfstufigen Ratingskala (0 = trifft gar nicht zu, 4 = trifft vollkommen zu)

persönlichen Auftreten und Aussehen). Eher selten wurde auf die E-Mail-Beratung zurückgegriffen, um Nervosität oder Peinlichkeitsgefühle in einem direkten Face-to-Face-Gespräch zu vermeiden. Das Fehlen adäquater Beratungsangebote in der Region spielte eine geringe Rolle.

In der Vorbefragung wurden mögliche Erwartungen und Hoffnungen an die E-Mail-Beratung anhand der Zustimmung zu unterschiedlichen Aussagen erhoben (Tab. 4). Am häufigsten wird eine direkte Lösung des Problems erwartet. Von mittlerer Bedeutung war die Erwartung der Ratsuchenden, Hinweise auf qualifizierte Ansprechpartner vor Ort sowie konkrete Informationen über die Möglichkeiten einer Psychotherapie zu erhalten.

**Tab. 4** Erwartungen an die E-Mail-Beratung (Mittelwerte in der Reihenfolge abnehmender Zustimmung) (Vorbefragung, n = 338)\*

	<i>M (SD)</i>
Konkrete Anregungen zur Problemlösung	3,7 (0,7)
Gelegenheit, an einem Problem zu arbeiten, das mich wirklich bedrückt	3,6 (0,6)
Die Möglichkeit, über meine Situation Klarheit zu gewinnen	3,6 (0,7)
Konkrete Informationen zu meinem Problem	3,6 (0,7)
Eine realistische Einschätzung meiner Gedanken und Gefühle	3,3 (0,9)
Verständnis von meinem Berater für mich und meine Probleme	3,3 (1,0)
Anregung zur Verbesserung meiner Beziehung(en)	3,3 (1,0)
Eine emotionale Unterstützung/Entlastung	3,0 (1,1)
Eine Möglichkeit, mir Dinge von der Seele zu schreiben	2,9 (1,2)
Hinweise auf qualifizierte Ansprechpartner vor Ort	2,7 (1,4)
Mehr Selbstvertrauen, um Dinge anders als bisher tun zu können	2,5 (1,3)
Informationen darüber, was in einer Therapie/Beratung passiert	2,4 (1,4)

\* Antworten auf einer fünfstufigen Ratingskala (0 = trifft gar nicht zu, 4 = trifft vollkommen zu)

### Medienspezifische Besonderheiten der Beratungssituation

Das Erleben der internetspezifischen Besonderheiten der Beratung zeigt Tab. 5. Insgesamt war der Eindruck der Befragten sehr positiv. Den Ratsuchenden fiel es leicht, ihre Gefühle schriftlich zu äußern und sie erlebten diese Form der Problembeschreibung als wenig anstrengend. Das text-

**Tab. 5** Erleben des internetspezifischen Beratungssettings (Mittelwerte in der Reihenfolge abnehmender Zustimmung) (Nachbefragung, n = 134)\*

	<i>M (SD)</i>
Es fiel mir leicht, meine Gefühle schriftlich mitzuteilen.	3,3 (0,9)
Die räumliche Distanz zwischen dem Berater und mir erlebte ich positiv.	2,3 (1,3)
Hätte ich meinen Berater persönlich sprechen können, hätte ich ihm mehr erzählt.	1,5 (1,5)
Die schriftliche Beschreibung meines Problems war anstrengend.	1,3 (1,2)
Es kam zu mindestens einem Missverständnis zwischen dem Berater und mir, welches sich im persönlichen Kontakt wahrscheinlich nicht ergeben hätte.	0,8 (1,2)
Da ich meinen Berater nicht sehen konnte, fiel es mir schwer, ihm zu vertrauen.	0,6 (0,9)

\* Antworten auf einer fünfstufigen Ratingskala (0 = trifft gar nicht zu, 4 = trifft vollkommen zu)

basierte Beratungssetting vermittelte Vertrauen zum Berater und führte kaum zu Missverständnissen. 29% der Ratsuchenden gaben an, gerne mehr über ihren Berater gewusst zu haben, für 43% waren weitere Informationen zur Person oder Qualifikation unwichtig.

### *Erleben der Beratung*

Das Erleben der Beratung wurde mit drei Frageblöcken erhoben, die den Berater/die Beraterin, die Interaktion mit ihm/ihr und die Intervention beurteilen (Tab. 6). Insgesamt zeigten sich für fast alle diese Aspekte positive Bewertungen: Die typischen Charakteristika eines professionellen Beraters wurden generell wahrgenommen, was sich in der Resonanz auf das Beratungsgesuch widerspiegelt. Lediglich das Herstellen persönlicher Nähe („fühle mich dem/der Berater/in nahe“) scheint bei computervermittelter Kommunikation verständlicherweise etwas erschwert. Angesichts der als mäßig bewerteten Verständlichkeit der Antwort/Intervention war es sicher von Vorteil, dass die Ratsuchenden sie mehrfach durchlesen konnten.

**Tab. 6** Erleben der Beratung (Mittelwerte in abnehmender Reihemfolge) (Nachbefragung, n = 134)

<i>Dimension des Erlebens*</i>	<i>M (SD)</i>
<b>Wie wurde der/die Berater/in erlebt?</b>	
<i>empfindsam (4) vs. nicht empfindsam (0)</i>	3,3 (1,2)
<i>Vertrauen erweckend (4) vs. nicht Vertrauen erweckend (0)</i>	3,1 (1,0)
<i>kompetent (4) vs. inkompetent (0)</i>	3,1 (1,0)
<i>verständnisvoll (4) vs. nicht verständnisvoll (0)</i>	3,1 (1,1)
<i>sympathisch (4) vs. unsympathisch (0)</i>	3,0 (1,0)
<b>Wie wurde die Interaktion mit Berater/in erlebt?</b>	
<i>fühlte mich ernst genommen</i>	3,3 (1,0)
<i>fühlte mich vertrauensvoll behandelt</i>	3,0 (1,0)
<i>fühlte mich verstanden</i>	3,0 (1,1)
<i>fühlte mich gut aufgehoben</i>	2,7 (1,2)
<i>fühlte mich erleichtert</i>	2,3 (1,4)
<i>fühlte mich dem/der Berater/in nahe</i>	1,7 (1,1)
<b>Wie wurde die Antwort/Intervention erlebt?</b>	
<i>tief gehend (4) vs. oberflächlich (0)</i>	2,8 (1,2)
<i>ausführlich (4) vs. knapp (0)</i>	2,6 (1,3)
<i>ausgewogen (4) vs. einseitig (0)</i>	2,5 (1,0)
<i>hilfreich (4) vs. nicht hilfreich (0)</i>	2,4 (1,3)
<i>persönlich (4) vs. unpersönlich (0)</i>	2,4 (1,1)
<i>informativ (4) vs. banal/nichts sagend (0)</i>	2,4 (1,1)
<i>konkret (4) vs. unkonkret (0)</i>	2,2 (1,1)
<i>auf mein Thema eingehend (4) vs. das Thema verfehlend (0)</i>	1,9 (1,0)
<i>gut verständlich (4) vs. schwer verständlich (0)</i>	1,6 (0,8)

\* Antworten auf einer fünfstufigen Ratingskala (0 = trifft gar nicht zu, 4 = trifft vollkommen zu)

### *Evaluation: subjektive Kriterien*

Die durchschnittliche *Zufriedenheit mit der Beratung* war sehr hoch. Auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) bewerteten die Befragten ihre Zufriedenheit im Mittel mit 4,6 (*SD* = 1,3; Nachbefragung,

n = 134). 25% waren sehr zufrieden, 41% waren zufrieden, und nur 4% waren sehr unzufrieden. Es zeigten sich bei der Beurteilung weder Alters- noch Geschlechterdifferenzen.

Die *Bereitschaft, für die E-Mail-Beratung etwas zu bezahlen*, kann als Wertschätzung des Angebots angesehen werden. Die Ratsuchenden wurden gebeten, in einem offenen Antwortfeld anzugeben, wie viel sie für die erhaltene Beratung zu bezahlen bereit gewesen wären. Ein Drittel wäre überhaupt nicht bereit etwas zu bezahlen; 25% würden bis zu fünf Euro, weitere 25% zwischen sechs und zehn Euro und 17% noch mehr bezahlen.

Eine *Weiterempfehlung der E-Mail-Beratung* kann als Indikator für die subjektive Zufriedenheit des Ratsuchenden gewertet werden. 17% der Befragten gaben an, dass sie „Sextra“ schon weiterempfohlen hatten, 46% möchten es tun, wenn Freunde und Bekannte Beratungsbedarf haben, und nur 6% lehnen dies völlig ab.

Fragt man die Ratsuchenden allgemein, ob sich durch die E-Mail-Beratung *etwas in ihrem Leben positiv verändert* habe, so stimmten dem 23% zu, 56% glaubten, dass sich durch die Beratung in näherer Zukunft noch positive Veränderungen einstellen würden. Die Ratsuchenden hatten die Möglichkeit in einem offenen Antwortfeld anzugeben, was sich durch die E-Mail-Beratung konkret verändert habe. Nur wenige nutzten diese Möglichkeit. Die inhaltsanalytische Auswertung von 27 Antworten ergab fünf Kategorien: Steigerung des Selbstwertgefühls (z.B. Mut gefasst, bestimmte Veränderungen einzuleiten, n = 8), kognitive Veränderungen (z.B. Wissenszunahme; n = 6), emotionale Veränderungen (z.B. Veränderung negativer Affekte, n = 6), erhöhte Gesprächsbereitschaft (z.B. in konflikthaften Beziehungen, n = 4), Einleitung einer Beratung bzw. Psychotherapie vor Ort (n = 3). Von allen Befragten der Nachuntersuchung (n = 134) suchten 8% nach der E-Mail-Beratung schon eine Beratungsstelle auf, 16% planten es noch, 28% hatten sich diesbezüglich noch nicht entschieden und 49% zogen dies nicht in Betracht. 59 Ratsuchende erhielten von ihrem Berater einen direkten Hinweis auf eine Beratungsstelle vor Ort. 36% fanden diese Information gut, 49% in Ordnung und lediglich 15% überflüssig.

### *Evaluation: objektive Kriterien*

Als weiteres Kriterium für den Erfolg der E-Mail-Beratung wurden die drei Skalen „Unsicherheit im Sozialkontakt“; „Depressivität“ und „Ängstlichkeit“ des Brief Symptom Inventory (BSI; Franke 2000) herangezogen. Dieses standardisierte Testverfahren misst psychische Belastungen in den letzten sieben Tagen. Um die Wirksamkeit der Online-Beratung zu evaluieren, wurden die Testwerte vor und nach der Beratung verglichen, und zwar für diejenigen 77 Befragten, für die BSI-Werte von beiden Messzeitpunkten vorlagen. Wie Tab. 7 zeigt, beschreiben sich die Befragten nach der Online-Beratung als signifikant weniger depressiv (d = 0,39) und ängstlich (d = 0,42). Die Unsicherheit verändert sich dagegen nicht (d = - 0,06). In Anbetracht der Niedrigschwelligkeit des Beratungsangebots (überwiegend

**Tab. 7** Mittelwertsdifferenzen (vor–nach der Onlineberatung) für drei Skalen des BSI (n = 77)

	<i>M-Diff</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i> *
<i>Unsicherheit</i>	-0,16	3,7	-0,37	76	0,71
<i>Depressivität</i>	1,47	5,7	2,24	75	0,03
<i>Ängstlichkeit</i>	1,38	4,9	2,48	75	0,02

\* Nach t-Test für abhängige Stichproben, zweiseitige Wahrscheinlichkeit

nur eine Intervention) ist die Online-Beratung auch nach objektiven Kriterien als sehr effizient zu bewerten.

Tabelle 8 zeigt, dass nach der Intervention deutlich weniger Ratsuchende als überdurchschnittlich belastet einzuschätzen sind. Dies gilt sowohl für jede einzelne der drei erhobenen Skalen des BSI, wie auch für die Zahl der Skalen, auf denen einzelne Ratsuchende belastet sind.

Über die Überprüfung der allgemeinen Wirksamkeit hinaus wurden Analysen zur differenziellen Wirksamkeit der Online-Beratung durchgeführt. Als Maß für gruppenspezifische Veränderungen wurden in Anlehnung an Schauenburg und Strack (1999) Regressionsresiduen aus den Autoregressionen der einzelnen Skalen verwendet. Dabei zeigten sich nur wenige bedeutsame Zusammenhänge: Männer profitieren von der Beratung bezüglich der Minderung der Depressivität mehr als Frauen ( $t = 1,98$ ;  $df = 74$ ;  $p = 0,05$ ). Hinsichtlich der Erwartungen an die Online-Beratung ergab sich, dass Ratsuchende, die an einem bestimmten Thema, das sie bedrückte, arbeiten wollten, eine besonders starke Reduktion ihrer Unsicherheit im Sozialkontakt beschreiben ( $r = -0,35$ ;  $p < 0,01$ ). Dieser Befund ist interessant, da die Online-Beratung (über alle Ratsuchenden gesehen) im Hinblick auf die Unsicherheit keine Veränderungen ergab. Und ein dritter differenzieller Befund: Die Depressivität derjenigen, die Ansprechpartner vor Ort suchten, veränderte sich besonders wenig ( $r = 0,23$ ;  $p < 0,05$ ). Dies ist nicht weiter verwunderlich, wenn man bedenkt, dass diese Befragten ihre Problemlage selbst so einschätzen, dass sie eine eingehendere Beratung benötigen.

**Tab. 8** Anzahl und Anteil auffällig belasteter Ratsuchender vor bzw. nach der Beratung für drei Skalen des BSI (n = 77)

	<i>belastet vorher</i>		<i>belastet nachher</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
<i>Unsicherheit</i>	50	64	46	59
<i>Depressivität</i>	57	72	44	58
<i>Ängstlichkeit</i>	42	54	29	38
<i>keine Skala</i>	14	18	22	30
<i>eine Skala</i>	14	18	15	21
<i>zwei Skalen</i>	16	21	10	14
<i>drei Skalen</i>	33	43	26	36

### Was ist wirksam? Subjektive Kriterien

Die Einschätzung der Ratsuchenden, was ihnen bei der E-Mail-Beratung am meisten geholfen habe, wurde in einem offenen Textfeld erfasst. Die Antworten wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und ließen sich in 15 Kategorien klassifizieren. Tab. 9 beschreibt diese Kategorien und gibt die Zahl ihrer Nennungen an. Sich anvertrauen zu können und Lösungsvorschläge und Rat zu bekommen werden als besonders hilfreich eingeschätzt.

**Tab. 9** Effizienteste Hilfestellungen bei der E-Mail-Beratung: Einschätzungen der Ratsuchenden ( $n = 107$ )

Kategorie	Beispielzitate	N*
Ein Gegenüber, dem man sich anvertrauen kann	„Dass ich mit jemandem über meine Probleme reden konnte.“	17
Lösungsvorschläge bekommen	„Die vielen konkreten Tipps.“	16
Der objektiven Rat eines Außenstehenden	„Die objektive Einschätzung der Situation.“	12
Das Aufschreiben	„Alles erst einmal aufzuschreiben. Ein Gespräch wäre mir schwerer gefallen.“	11
Eine Antwort erhalten	„Das mein Problem beantwortet wurde.“	8
Anonymität	„Dass ich niemandem in die Augen schauen musste.“	8
Bestätigung bekommen	„Die Bestätigung meiner eigenen Gedanken.“	7
Sich verstanden fühlen	„Das Verständnis und der Mut, der mir gemacht wurde.“	7
Schnelle Antwort bekommen	„Dass der Berater kompetent und auch ohne Verzögerung geantwortet hat.“	6
Information bekommen	„Die ausführliche Erklärung.“	6
Neue Perspektive kennen lernen	„Das zurück schreiben, weil dann wurden zum Teil meine Probleme gelöst, weil ich das alles von einer anderen Seite gesehen habe!“	6
Verweis auf Beratungsstelle	„Adressen zu bekommen von kompetenten Beratern.“	6
Zu erfahren, dass andere Menschen unter demselben Problem leiden	„Ich habe gemerkt, dass ich nicht alleine dieses Problem habe und es sich auch in anderer Form bei anderen Leuten zeigt.“	4
Professionelles Gegenüber	„Dass man schnelle Beratung hat und professionelle; dass man mit jedem Problem kommen kann, wo sich vielleicht andere denken: ‚ist doch kein Problem‘. Danke, dass es euch gibt!“	4
Sonstiges	„Ich hätte mich nie getraut mit irgend jemandem „live“ darüber zu reden – somit konnte ich mir Zeit nehmen und mein Problem zu formulieren und dann einem Berater zuschicken.“	4

\* Anzahl der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)

### Was ist wirksam? Objektive Kriterien

Um objektive Informationen über hilfreiche Interventionstechniken zu erhalten, wurden die Interventionen bei 14 „sehr zufriedenen“ und 14 „unzufriedenen“ („etwas“ bis „sehr unzufrieden“) Ratsuchenden verglichen (Kontrastgruppenvergleich). Die Beratungsvorgänge beider Gruppen wur-

den einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2000) unterzogen. Die ausgewählten E-Mails der Berater wurden in Analyseeinheiten (Sinneinheiten der Intervention) zerlegt, und die darin enthaltenen Interventionen kategorisiert (unter Verwendung der Signierungskategorien für psychotherapeutische Interventionen, vgl. Fischer 2000). In Tab. 10 sind die erarbeiteten 18 Kategorien aufgelistet, definiert und mit prototypischen Beispielen versehen. Die Zuverlässigkeit des Kategoriensystems wurde durch die Interdecoderreliabilität zweier Kodiererinnen anhand von neun Beratermails aus den Gruppen der zufriedenen und der unzufriedenen Ratsuchenden bestimmt (Koeffizient nach Cohen, vgl. Rustemeyer 1992). Insgesamt kann die Kodiererübereinstimmung nach den Kriterien von Landis und Koch (1977) mit einem mittleren  $k = 0,84$  als gut bezeichnet werden.

Zusammenfassend ergibt sich folgendes Bild: Am auffälligstem unterschieden sich die Antworten der Berater von zufriedenen und unzufriedenen Ratsuchenden bezüglich der Häufigkeit der Kategorien „Information“, „Aufforderung nochmals zu schreiben“, „Fragen“, „direkte Ermunterung“, „Lob“ und „Beschreibung eines Zustandsbildes“. Diese Interventionstechniken wurden bei den Ratsuchenden, die mit der Beratung zufrieden wa-

**Tab. 10** E-Mail-Beratung: Beschreibung der Kategorien

<i>Nr.</i>	<i>Kategorie</i>	<i>Operationalisierung</i>	<i>Beispiel</i>
1	Information	Konkrete Informationen über einen Sachverhalt, ohne dass unbewusste Dimensionen und/oder der Verweis auf eine Beratungsstelle enthalten sind	„Kondome sind sichere Verhütungsmittel, wenn man weiß, wie man sie benutzt.“
2	Rat	Konkrete Ratschläge bzgl. eines bestimmten Verhaltens. Ratschläge, die das Aufsuchen einer Beratungsstelle beinhalten, werden nicht innerhalb dieser Kategorie erfasst	„Lasst Euch etwas Zeit – einen Orgasmus sollte man nie erzwingen.“
3	Technik	Vorschlag einer konkreten therapeutischen Technik	„Jeder von Ihnen schreibt eine erotische Geschichte.“
4	Verständnis für Gefühle oder Verhalten	Äußern von direktem Verständnis für ein Gefühl oder Verhalten des Ratsuchenden	„Ich kann verstehen, dass Du alleine nicht zur Polizei wolltest, nachdem Du erfahren hast, wie dich alle im Stich gelassen haben.“
5	Empathische Äußerung	Aufgreifen des gegenwärtigen zentralen Gefühls des Ratsuchenden und/oder des allgemeinen „inneren Bezugsrahmens“	„Es scheint Dich nämlich doch sehr zu verletzen.“
6	Empathiestörung	Misslingen der empathische Formulierung, z. B. da der Berater in den Erlebniszuständen des Patienten reagiert und so durch die geringe Distanz an der Einfühlung gehindert ist, oder dass er zu große Distanz hat, oder dass er eigene Erlebniszustände einbringt	Anfrage: „Was mache ich, wenn ich mich in meiner Ehe völlig unglücklich fühle? Wo bekomme ich/wir Hilfe?“ Antwort: „Wenn Ihr Unglück an Ihrer Ehe liegt, würde ich Ihnen raten, sich zu trennen.“

**Tab. 10** (Fortsetzung)

<i>Nr.</i>	<i>Kategorie</i>	<i>Operationalisierung</i>	<i>Beispiel</i>
7	Lob	Aussagen, in denen der Berater ein bestimmtes Verhalten des Ratsuchenden lobt	„Das ist eine beachtenswerte Leistung!“
8	Direkte Ermunterung, Bekräftigung	Direkte verbale Ermunterung, z. B. indem ein Beitrag des Ratsuchenden aktiv aufgegriffen und direkt unterstützt wird, oder eine Äußerung positiv aufgegriffen und damit eine Haltung verstärkt wird	„Dann kannst Du für Dich selbst entscheiden, ob es mit 15 Jahren noch zu jung ist.“
9	Deutung	Gegebenheiten wird Sinn zugewiesen und /oder Sinnzusammenhänge hergestellt	„Für mich stellt sich die Situation so dar, dass ein lange nicht richtig ausgesprochener Konflikt jetzt auf dem Tisch ist.“
10	Konfrontation	Aufmerksamkeit des Ratsuchenden wird auf einen bestimmten Aspekt gelenkt, dieser explizit gemacht	„Wenn Ihr Freund keine Hilfe annehmen will, dann haben Sie leider keinerlei Gewalt darüber, dass er es doch tut.“
11	Wertung	Beurteilung einer geschilderten Situation oder eindeutiges Stellung beziehen	„Des Weiteren macht es sich Ihr Mann sehr einfach, wenn er die gesamte Verantwortung nur auf sie ablädt.“
12	Fragen	Diese werden entweder am Fragezeichen erkannt und /oder anhand des Inhalts	„Was ist das, was Dir Lust darauf macht?“
13	Beschreibung eines Zustandsbildes insgesamt	Verständnis der Erlebens- und Verhaltensweise des Ratsuchenden werden strukturiert wiedergegeben	„Sie schauen bewusst auf das, was man Ihnen angetan hat und konnten es aussprechen, beim Namen nennen.“
14	Nur Verweis auf Beratungsstelle	Es wird auf Beratungsstellen vor Ort verwiesen, ohne weitere Informationen hinzuzufügen	„Deshalb würde ich Ihnen empfehlen, dass Sie sich an die nächst gelegene Pro Familia Beratungsstelle oder an eine psychologische Beratungsstelle wenden.“
15	Verweis auf Beratungsstelle mit Erläuterung	Es werden auf Beratungsstellen vor Ort verwiesen inklusive näherer Informationen zu Modalitäten etc.	„Es gibt spezielle Fachberatungsstellen, die Opfern von sexueller Gewalt Hilfe anbieten. Die Berater unterliegen einer strengen Schweigepflicht.“
16	Hinweis auf Grenzen der E-Mail-Beratung	Verweis auf die Schwierigkeit das Problem in einer E-Mail-Beratung zu lösen, z. B. aufgrund der Komplexität des Problems	„Schließlich habe ich nur Ihre Zeilen als Information zur Verfügung.“
17	Aufforderung nochmals zu schreiben	Explizite Aufforderung an den Ratsuchenden, nochmals zu schreiben	„Wenn Sie möchten, können Sie mir natürlich wieder schreiben.“
18	Nicht alle Aspekte des Problems berücksichtigt	Es wird nicht auf alle angeführten Probleme des Ratsuchenden eingegangen	Anfrage: „Bin ich mit 15 Jahren zu jung, um mit meinem Freund zu schlafen? Ist die Pille wirklich sicher?“ Antwort: „Wenn man die Pille richtig anwendet, ist es ein sehr sicheres Verhütungsmittel.“

ren, deutlich häufiger eingesetzt. Demgegenüber traten die Kategorien „Empathiestörung“ und „nicht alle Aspekte des Problems berücksichtigt“ bei unzufriedenen Ratsuchenden besonders häufig auf. Gleiches gilt für Antworten von Beratern, in denen lediglich auf eine Beratungsstelle vor Ort verwiesen wurde. Weiterhin konnten in den Beraterantworten der zufriedenen Ratsuchenden deutlich mehr Interventionstechniken signiert werden als bei den unzufriedenen (138 vs. 56 Einheiten). Darüber hinaus zeigte sich beim Vergleich der Ausführlichkeit der Antworten der Beratern, dass E-Mails an die Zufriedenen durchschnittlich 358 Wörter, an die Unzufriedenen aber nur 148 Wörter enthielten.

## Diskussion

Bislang liegen nur wenige Effektivitätsstudien über internetbasierte Beratungsangebote vor. Sie belegen zwar überwiegend positive Ergebnisse, liefern aber keine Informationen darüber, welche Interventionen bei welcher Klientel für die Symptombesserungen verantwortlich sind. Beratungsangebote, die per Internet niedrigschwellige Hilfe bei sexualbezogenen Problemen anbieten, wurden bisher noch nicht evaluiert. In dieser Studie zeigte sich, dass das E-Mail-Beratungsangebot „Sextra“ der Pro Familia hoch effektiv ist: Überwiegend mittels Einmalinterventionen konnte eine deutliche Reduktion der psychischen Belastungen der Ratsuchenden erzielt werden.

In mehreren Projekten zeigte sich, dass mediengestützte Minimalinterventionen mit vergleichsweise geringen Kosten effiziente Investitionen sein können, um Versorgungslücken zu schließen. So berichtet die „Forschungsstelle Psychotherapie“ in Heidelberg über poststationären Nachsorgeprogramme per Internet und SMS zur Überbrückung der Behandlungslücke zwischen stationärer Behandlung und ambulanter Nachfolgetherapie (Bauer 2003; Golkaramnay 2003). Eine ähnliche Lücke schließen offenbar auch kostenlose Internet-Beratungsangebote.

An das Online-Beratungsangebot von „Sextra“ wenden sich überwiegend junge Erwachsene. Der Altersdurchschnitt von Nutzern des traditionellen „Face-to-Face“-Beratungsangebots der Pro Familia liegt hingegen bei knapp 38 Jahren (Pro Familia 2004). Die E-Mail-Beratung erreicht somit ein jüngeres und damit anderes Beratungsklientel als herkömmliche Pro Familia-Beratungsstellen. Möglicherweise hätte dieses Klientel keine traditionelle Beratung in Anspruch genommen und wird nur über das Internet erreicht. Spezifische Merkmale der internetbasierten Kommunikation scheinen einer bestimmten Gruppe von Ratsuchenden entgegen zu kommen, so dass sie sich überhaupt an professionelle Helfer wenden. Sie werden durch eine einfache, schnelle und jeder Zeit verfügbare Beratung, die anonym in Anspruch genommen werden kann, erreicht. Dabei erweisen sich auch die mediumimmanenten Charakteristika der E-Mail-Kommunikation als Vorteil: Der schriftliche Austausch wird nicht nur als Entlastung,

sondern auch als Möglichkeit angesehen, überhaupt Beratung in Anspruch zu nehmen.

Dass sowohl die Zufriedenheit der Ratsuchenden als auch die Besserung der psychischen Belastung nach der Online-Beratung hoch sind, impliziert eine fachkundige Beratung, die nicht nur an die Qualifikation der Beraternen geknüpft ist, sondern auch voraussetzt, dass diese mit den Besonderheiten internetbasierter Interventionsformen vertraut sind. Alle Online-Berater von „Sextra“ erhalten spezifische Schulungen und eine Supervision, die den besonderen Anforderungen der Online-Beratung Rechnung tragen. In der vorliegenden Studie zeigt sich, dass eine virtuell vermittelte positive Beziehung zum Beratenden wie auch eine dem Medium adäquate Antwort auf das Beratungsgesuch ausschlaggebend für die Effektivität der Beratung ist. Damit gelten die allgemein bekannten Wirkfaktoren für hilfreiche psychotherapeutische Interventionen auch für die Online-Beratung. Somit können internetbasierte Beratungsangebote durchaus fruchtbar sein, wenn die medien-spezifischen Besonderheiten im Beratungsprozess berücksichtigt werden.

## Literatur

- Bauer S, Percevic R, Kordy H. A New approach in the aftercare treatment of Bulimia nervosa: The use of text messaging. SPR 34<sup>th</sup> Annual Meeting, Weimar, 2003
- Robert-Stützel S. Ein Tagebuch, das antwortet. Einführung in die US-amerikanische Debatte über Online-Therapie. [Online-Dokument]. URL: <http://mitglied.lycos.de/sb Robert/Amerika.html> 2001
- Döring N. Computervermittelte Kommunikation als therapeutisches Medium. In: Ott R, Eichenberg C (Hrsg). *Klinische Psychologie und Internet. Potenziale für klinische Praxis, Intervention, Psychotherapie und Forschung*. Göttingen: Hogrefe, 2003
- Eichenberg C. Psychologische Beratung und Therapie via Internet: Ansätze zur Erforschung der Wirksamkeit. *Deutsches Ärzteblatt* 2002; 41: 28–29 [Supplement: Praxis Computer]
- Eichenberg C. Internetbasierte Hilfe für Betroffene psychischer Störungen. In: Ott R, Eichenberg C (Hrsg). *Klinische Psychologie und Internet. Potenziale für klinische Praxis, Intervention, Psychotherapie und Forschung*. Göttingen: Hogrefe, 2003
- Eichenberg C. Das Internet als therapeutisches Medium: Die Besonderheiten des Online-Settings in Selbsthilfe und Intervention. *Deutsches Ärzteblatt* 2004; 19: 14–16 [Supplement: Praxis Computer]
- Eichenberg C, Pennauer J. Krisenintervention im und via Internet: Angebote und Möglichkeiten. *Psychotherapie im Dialog* 2003; 4: 411–415
- Fischer G. *KÖDOPS. Kölner Dokumentationssystem für Psychotherapie und Traumabehandlung*. Köln: Deutsches Institut für Psychotraumatologie, 2000
- Franke GH. Brief Symptom Inventory (BSI). Kurzform der SCL-90-R. Göttingen: Hogrefe, 2000
- Golkaramnay V, Wangemann T, Dogs J, Dogs P, Kordy H. Neue Brücken für Lücken in der psychotherapeutischen Versorgung durch das Internet: Hoffnungen, Herausforderungen und ein Lösungsansatz. *Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie* 2003; 53: 399–405
- Landis JR, Koch GG. The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics* 1977; 33: 159–174
- Lazarus AA. *Verhaltenstherapie im Übergang*. München: Reinhardt, 1978
- Mayring P. *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (7. Aufl). Weinheim: Beltz, 2000
- Ott R. Klinisch-psychologische Intervention und Psychotherapie via Internet: Ein Review zu empirischen Befunden. In: Ott R, Eichenberg C (Hrsg). *Klinische Psychologie und Internet*.

- Potenziale für klinische Praxis, Intervention, Psychotherapie und Forschung. Göttingen: Hogrefe, 2003
- Ott R, Eichenberg C. Das Internet und die Klinische Psychologie: Schnittstellen zwischen einem neuen Medium und einem psychologischen Anwendungsfach. *Psychotraumatologie* 2002; 4 [Online-Dokument] URL: <http://www.thieme-connect.com/ejournals/html/psychotrauma/doi/10.1055/s-2002-35085>
- Pro Familia. Pro Familia Jahresbericht 2003 der Beratungsstelle Stuttgart. Stuttgart: Pro Familia, 2004
- Pro Familia. Bericht Online-Beratung 2005. [Online-Dokument] URL: <http://www.sextra.de/dl/Auswertung.sextra.2005.pdf>
- Rustemeyer R. Praktisch-methodische Schritte der Inhaltsanalyse. Eine Einführung am Beispiel der Analyse von Interviewtexten. Münster: Aschendorff, 1992
- Schauenburg H, Strack M. Measuring psychotherapeutic change with the Symptom Checklist 90-R. *Psychotherapy and Psychosomatics* 1999; 68: 199–206
- Theobald A. Rücklaufquoten bei Online-Befragungen. In Theobald A, Dreyer M, Starsetzki T (Hrsg). *Online-Marktforschung* (2. Aufl). Wiesbaden: Gabler, 2003

Dr. phil. Christiane Eichenberg  
Institut für Klinische Psychologie und Psychologische Diagnostik  
Universität zu Köln  
Höninger Weg 115  
50969 Köln  
[eichenberg@uni-koeln.de](mailto:eichenberg@uni-koeln.de)