

Die NutzerInnen der bke- Onlineberatung

Ein Kooperationsprojekt der bke-Onlineberatung
und der Technischen Hochschule Nürnberg
Georg Simon Ohm

Zusammenfassung der Ergebnisse der Befragung der NutzerInnen der bke-Onlineberatung
Dezember 2016 bis Januar/Februar 2017

Jelena Oljaca, Christine Reule

Betreut von: Prof. Dr. Ruth Limmer, Prof. Dr. Sabine Fromm

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	1
1. Methode, Feldzugang und Stichprobe	2
2. Zusammenfassung der Ergebnisse	2
2.1 Soziodemografie der Jugendlichen	3
2.2 Soziodemografie der Eltern.....	4
2.3 Zugänge der Jugendlichen zur bke-Onlineberatung	4
2.4 Zugänge der Eltern zur bke-Onlineberatung	5
2.5 Nutzung der bke-Onlineberatung durch die Jugendlichen	5
2.6 Nutzung der bke-Onlineberatung durch die Eltern.....	6
2.7 Feedback der Jugendlichen	6
2.8 Feedback der Eltern.....	7
3. Empfehlungen	7
Literaturverzeichnis	12

Abstract

Die Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (bke) bietet auf ihren Internetseiten niedrigschwellige Onlineberatung an (bke-Onlineberatung). Die bke-Onlineberatung erfolgt über die Domains bke-jugendberatung.de und bke-elternberatung.de. Mit dem Angebot werden Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 21 Jahren sowie Eltern, deren Kinder jünger als 21 Jahre sind, angesprochen. Dort werden drei Beratungsformen (Chat, Mail und Forum) mit sechs Angeboten offeriert. Demnach werden Einzelberatung per Mail und im Chat, das Forum und die Gruppen- und Themenchats auf beiden Websites jeweils ausgerichtet auf die Zielgruppe – Jugendliche bzw. Eltern – angeboten. Eine Ausnahme bildet die „Offene Tür“. In diesem Bereich des Forums können sich Eltern und Jugendliche austauschen. Auch zu ausgewählten Themenchats werden Eltern und Jugendliche gemeinsam eingeladen. (weiterführende Informationen siehe Große Perdekamp und Sutara 2015)

Im Rahmen eines Kooperationsprojektes zwischen der bke und der Technischen Hochschule Georg Simon Ohm wurden diese beiden Zielgruppen befragt. Ziele dieser Befragung sind vor allem, soziodemografische Merkmale der NutzerInnen der bke-Onlineberatung herauszufinden, zudem wie diese auf das Angebot der bke aufmerksam werden und wie sie die bke-Onlineberatung nutzen.

Der Untersuchung zufolge, stellt die bke-Onlineberatung für Ratsuchende mit unterschiedlichen familiären, schulischen und beruflichen Hintergründen eine Unterstützung bei vielfältigen und ernstzunehmenden Fragestellungen dar. Überproportional viele weibliche NutzerInnen haben außerdem an der Befragung teilgenommen. Diese Verteilung entspricht auch bisherigen Erhebungen der bke-Onlineberatung. Besonders NutzerInnen mit hoher Bildung wurden in der Befragung erfasst. Der überwiegende Teil der befragten NutzerInnen findet die bke-Onlineberatung über Suchmaschinen. Nach Werbeempfehlungen gefragt, sprechen die Meisten sich allerdings dafür aus, Fachkräfte als MultiplikatorInnen zu nutzen. Des Weiteren kam die Untersuchung zu dem Ergebnis, dass die Mailberatung am häufigsten als Einstiegsangebot genutzt wird und von den Befragungsteilnehmenden auch am besten bewertet wird.

In diesem Bericht werden einerseits die wichtigsten Ergebnisse der Befragung zusammengefasst, andererseits Hinweise gegeben zur Erreichung einer breiteren Zielgruppe sowie weitere Handlungsempfehlungen für die bke-Onlineberatung.

1. Methode, Feldzugang und Stichprobe

Um die Eltern und Jugendlichen befragen zu können, wurde jeweils für die Jugendlichen und Eltern ein Online-Fragebogen auf die Internetseite der bke-Onlineberatung gestellt. Durch Hinweise auf der Startseite der bke-Onlineberatung sollten die NutzerInnen auf die Befragung aufmerksam gemacht werden. Zusätzlich wurden Teilnahmeaufrufe im Beratungsverlauf innerhalb aller Angebote gemacht. Für die Teilnahmeaufrufe wurden vorformulierte Sätze zur Verfügung gestellt, die von der bke-Onlineberatung und dem Forschungsteam entwickelt wurden. Die BeraterInnen konnten aber auch eigene Formulierungen nutzen, um die NutzerInnen auf die Befragung hinzuweisen. Der Befragungszeitraum dauerte insgesamt zwei Monate.

Da auch Fragen zur Nutzung des Angebots bei der Befragung gestellt worden sind, sollten aktive NutzerInnen an der Befragung teilnehmen, also UserInnen, die mindestens ein Angebot genutzt haben. Es waren im Befragungszeitraum Schätzwerten zufolge ca. 1670 aktiv nutzende Jugendliche bei der bke-Onlineberatung zugegen. Setzt man diese mit den 244 aktiven Befragten¹ ins Verhältnis, könnte insgesamt eine Ausschöpfungsquote von etwa 15% aktiven NutzerInnen erreicht worden sein. Vorsichtig könnte man die Ausschöpfungsquote noch etwas höher schätzen, falls angenommen wird, dass MehrfachnutzerInnen vorhanden sind. Bei beispielsweise 1200 aktiven NutzerInnen würde diese 20% betragen. Für den Befragungszeitpunkt kann bei den Eltern schätzungsweise von 513 aktiven NutzerInnen ausgegangen werden, von denen 72 aktive Eltern (von 165 erreichten)² für die Befragung gewonnen werden konnten. Werden diese beiden ins Verhältnis gesetzt, könnte sich in etwa eine Ausschöpfungsquote der aktiven Befragten von 14% ergeben. Würde von MehrfachnutzerInnen bei den Eltern ausgegangen werden, könnte dann bei 400 aktiven NutzerInnen vorsichtig von einer Ausschöpfungsquote von 18% ausgegangen werden.

2. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die bke-Onlineberatung stellt für viele Jugendliche und Eltern eine wichtige Unterstützung bei psychosozialen Problemlagen dar. Sie bietet eine regelmäßige Anlaufstelle für Jugendliche und Eltern mit unterschiedlichen Beratungsbedarfen. Die Hälfte der befragten Jugendlichen nutzt das Beratungsportal bereits seit mehr als einem Jahr als Unterstützung bei der Bewältigung ihrer Probleme. Für einige Eltern scheint die bke-Onlineberatung als kurzfristige Hilfestellung zu fungieren, während andere Eltern das Portal (bei Bedarf) als regelmäßige Hilfe in größeren Zeitabständen nutzen.

¹ 248 Jugendliche wurden insgesamt erreicht, von denen 4 noch keine Angebote genutzt hatten und somit als Inaktive aus dem Vergleich ausgeschlossen wurden.

² Hier wurden alle Befragten danach gefiltert, ob sie mindestens ein Angebot genutzt haben. Dies waren 72. Alle übrigen Befragten haben entweder die Frage nicht beantwortet, ob sie das Angebot genutzt haben oder angegeben, kein Angebot beansprucht zu haben.

Dabei werden jedoch auch kinderreiche und tendenziell Eltern mit hoher Wochenarbeitszeit erreicht. Die Erreichung dieser Zielgruppen deutet darauf hin, dass die bke-Onlineberatung für (durch hohe Betreuungszeit und/oder hohe Arbeitszeit) zeitbelastete Familien besonders geeignet sein könnte. Sowohl was Väter als auch Mütter anbelangt, scheinen zudem Alleinerziehende im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bemerkenswert häufiger vertreten zu sein. Dies scheint ein Hinweis dafür zu sein, dass das Angebot der bke eine niedrigschwellige Anlaufstelle für alleinerziehende Väter ist. Es werden außerdem Ratsuchende in problematischen Situationen erreicht, wie beispielsweise durch einen Blick auf die angegebenen Anliegen der Befragten deutlich wird. Auch Jugendliche mit mehreren Problemlagen wie z.B. Abbruchssituationen im Bildungsverlauf und schwierigeren Familienkonstellationen werden von der bke-Onlineberatung angesprochen. Die bke-Onlineberatung stellt somit ein niedrigschwelliges Angebot für eine breite Zielgruppe dar. Jedoch erreicht die bke-Onlineberatung bei beiden Zielgruppen (Eltern wie Jugendliche) vor allem weibliche und höher gebildete Personen und UserInnen ohne Migrationshintergrund.

2.1 Soziodemografie der Jugendlichen

Der Großteil der befragten Jugendlichen ist weiblichen Geschlechts (fast 90%). Im Schnitt sind die Jugendlichen um die 18 Jahre alt. Überdies hat mit über 80% die überwiegende Mehrheit der Jugendlichen keinen Migrationshintergrund. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sind die Jugendlichen mit Migrationshintergrund leicht unterrepräsentiert (dort sind es bei den 15 bis 20-Jährigen³ ca. 30%) (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2016: S. 63). Etwas mehr als 80% der Jugendlichen gehen derzeit entweder in die Schule oder sind in Ausbildung.

Lediglich ein kleiner Teil der Befragten weist eine Abbruchssituation im Bildungsverlauf auf (N=13). Auch wenn es sich dabei nur um eine kleine Anzahl handelt, bei der Schlussfolgerungen mit Vorsicht gezogen werden müssen, soll darauf hingewiesen werden, dass diese AbbrecherInnen, der Untersuchung nach, weiteren sozialen Risikofaktoren ausgesetzt sind.

Beispielsweise wohnen alle AbbrecherInnen entweder in einer Alleinerziehenden– oder Stieffamilie. Des Weiteren ist keine/r dieser erwerbstätig und 8 der 13 AbbrecherInnen haben Migrationshintergrund.

Überdies besitzen SchulabsolventInnen zum Großteil einen höheren Schulabschluss. Der überwiegende Anteil der SchülerInnen strebt ebenfalls einen höheren Schulabschluss an. Ferner ist jede/r dritte Jugendliche erwerbstätig. Von denjenigen, die noch zur Schule gehen, sind knapp 20% erwerbstätig.

61,2% der Jugendlichen wohnt zu Hause bei beiden Elternteilen. An 2. Stelle steht die Alleinerziehendenfamilie mit 26,3%. Vergleichsweise einen geringen Anteil machen

³ Eine bessere vergleichbare Altersgruppe zu den Jugendlichen der bke-Onlineberatung, die zwischen 14 bis 22 Jahre alt sind, gab es nicht.

Stieffamilien und im Wechselmodell lebende Stieffamilien mit 12,5% aus. Ein Drittel der Jugendlichen wohnt nicht mehr zu Hause. Die meisten davon wohnen in einer eigenen Wohnung und 13% sozialpädagogisch betreut.

2.2 Soziodemografie der Eltern

Der Großteil der befragten Eltern ist weiblich mit über 80%. Ferner sind die Eltern im Schnitt etwas über 40 Jahre alt. Der Migrationshintergrund liegt bei 16%. 95% der Eltern haben entweder die mittlere Reife oder Fachhochschulreife. Der überwiegende Teil der befragten Eltern hat bereits eine Berufsausbildung abgeschlossen und arbeitet zum Großteil. Die Arbeitsstundenzahl der Eltern pro Woche liegt durchschnittlich bei 30 Stunden, was etwas unter dem deutschen Bundesdurchschnitt von 35 Wochenstunden liegt (Destatis 2016a). Dennoch arbeiten um die 30% mit 40 bis 60 Wochenstunden über dem deutschen Bundesdurchschnitt. Die meistgenannten Familienformen sind beide Elternteile zusammenwohnend oder die Alleinerziehendenfamilie. Wenn man letztgenannte mit der Bundesstatistik vergleicht, sind die Alleinerziehenden in der bke-Onlineberatung überrepräsentiert. Denn 2016 lag der Bundesdurchschnitt an Alleinerziehenden⁴ innerhalb aller Familienformen bei 19,7%. Aufgeteilt auf die Mütter waren dies ca. 17,6% und bei den Vätern ca. 2,2%. (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2017: S.120) In dieser Untersuchung befragte, alleinerziehende Mütter machen jedoch einen Anteil von ca. 32% aus (N=27 von 84). Bei den männlichen Alleinerziehenden bildet sich dasselbe ab. Auch diese sind mit ca. 21% in der Befragung überrepräsentiert (N=3 von 14).⁵ 95% der Befragten sind die leiblichen Elternteile bzw. Adoptiveltern und das Kind wohnt meist bei mindestens einem Elternteil. Des Weiteren ist der größte Teil der Eltern verheiratet bzw. wiederverheiratet. Überdies hat der überwiegende Teil der Eltern 2 oder mehr minderjährige Kinder im Haushalt. Nur 5% der befragten Eltern haben ein Kind und ca. 45% 3 und mehr Kinder.

Damit unterscheidet sich die Anzahl der minderjährigen Kinder der befragten Eltern deutlich vom Bundesdurchschnitt. Denn gut die Hälfte der deutschen Bevölkerung hat nur ein minderjähriges Kind und nur ca. 11% 3 oder mehr Kinder (Destatis 2016b).

2.3 Zugänge der Jugendlichen zur bke-Onlineberatung

Die neuen Medien, und hier vor allem die Suche über die Suchmaschine, stellen die dominierende Möglichkeit für Jugendliche dar, auf die bke-Onlineberatung aufmerksam zu werden. Das soziale Umfeld, an erster Stelle Fachkräfte, spielt eine weitere wichtige Rolle dabei, jugendliche NutzerInnen auf das Angebot der bke aufmerksam zu machen. Die meisten

⁴ Hierbei wurden alle Familienformen der Bundesstatistik berücksichtigt, bei denen ledige Kinder in der Familie unter 18 Jahren vorhanden sind. (In dieser Befragung macht der Anteil der unter 18-jährigen Kinder ca. 85% aus. Eine andere Vergleichsmöglichkeit mit der Bundesstatistik ist aber wegen deren anderer und nicht deutlich abgegrenzter Festlegung der Altersstufen nicht möglich.)

⁵ Zu beachten ist hierbei, dass die Fallzahl der Väter gering ist und deshalb die Ergebnisse mit Vorsicht zu interpretieren sind.

Jugendlichen bekamen einen Hinweis auf das Angebot der bke von einer Fachkraft aus der Schule. Über ÄrztInnen wurde keiner der befragten Jugendlichen auf die bke-Onlineberatung aufmerksam gemacht. Auffallend ist, dass hauptsächlich Mädchen Anliegen angegeben haben, mit deren Hilfe sie mit Suchmaschinen die bke-Onlineberatung gefunden haben.

2.4 Zugänge der Eltern zur bke-Onlineberatung

Bei den Zugängen zur bke-Onlineberatung unterscheiden sich die Eltern kaum von den Jugendlichen. Auch die Eltern werden am häufigsten über neue Medien auf die bke-Onlineberatung aufmerksam und hier wiederum am häufigsten durch die Suche mit einer Suchmaschine. Fachkräfte spielen innerhalb des sozialen Umfelds eine weitere wichtige Rolle dabei, die Eltern auf die bke-Onlineberatung aufmerksam zu machen. Vor allem bekommen die Eltern Hinweise von Fachkräften aus anderen Erziehungsberatungsstellen. Relativ selten, mit 2 Nennungen, bekommen die Eltern einen Hinweis auf die bke-Onlineberatung von Fachkräften aus Schulen. Von ÄrztInnen hat keiner der befragten Eltern eine Empfehlung auf das Angebot der bke bekommen. Analog zu den jugendlichen Befragungsteilnehmenden haben auch überwiegend Mütter Anliegen angegeben, die sie bei der Suche mit einer Suchmaschine verwendet haben.

2.5 Nutzung der bke-Onlineberatung durch die Jugendlichen

Die eine Hälfte der befragten Jugendlichen ist bis zu einem Jahr registriert, die andere über ein Jahr und mehr. Es gibt somit einige teilnehmende Jugendliche, die bereits über längere Zeit bei der bke-Onlineberatung aktiv sind. Es gibt jedoch eine breite Spannweite der Registrierdauer. Insgesamt sind ca. 80% der Befragten bis zu 34 Monate registriert. Länger als 3 Jahre Registrierte gibt es unter den Jugendlichen vergleichsweise selten. Die meisten Jugendlichen (80%) loggen sich mindestens wöchentlich bzw. täglich ein, und dies unabhängig von den Registriermonaten. Auffällig ist hierbei, dass wer länger als 12 Monate registriert ist, sich im Vergleich zu unter einem Jahr Registrierten häufiger täglich einloggt. Dieser Effekt besteht - zwar nicht so stark wie beim ersten Jahr – auch bei noch länger Registrierten. Es gibt also NutzerInnen die vom Zeitraum her den üblichen Zielen einer befristeten psychosozialen Beratung von einem Jahr entsprechen.

Jedoch gibt es auch Hinweise auf NutzerInnen, die eine intensivere Beratung in Anspruch nehmen. Auch eine hohe Nutzungshäufigkeit ist bei den Angeboten festzustellen. Denn rund 2/3 aller Jugendlichen haben bereits 4 und mehr Angebote genutzt.

Das Forum wird vor der Registrierung kaum genutzt. Die Mailberatung spielt als Einstieg die größte Rolle. Denn gut die Hälfte derjenigen, die Mailberatung bereits genutzt haben, steigt mit dieser ein. Der typische Verlauf sieht so aus, dass erst die Mailberatung, dann das Forum und als letztes eines der Chatangebote in Anspruch genommen wird, hier allen voran der Einzelchat. Die Offene Tür wird kaum als Einstiegsangebot genutzt.

2.6 Nutzung der bke-Onlineberatung durch die Eltern

Ungefähr die Hälfte der Eltern, die an der Befragung teilgenommen hat, hat sich im Befragungszeitraum registriert. Die andere Hälfte besteht aus einer hohen Bandbreite an verschiedenen Registrierdauern. Wöchentlich loggt sich so gut wie keiner der Eltern ein, 30% täglich und mehr als 60% einmal monatlich oder seltener. Des Weiteren scheinen sich die Eltern, je neuer sie bei der bke-Onlineberatung sind, eher häufiger einzuloggen als länger Registrierte. Bei den Eltern ist die Mailberatung das Angebot der ersten Wahl. Weit mehr als die Hälfte der Eltern, die Mailberatung schon genutzt haben, steigt auch mit diesem Medium ein. Das Forum wird teilweise auch als erstes Angebot gewählt. Am häufigsten kommt die Kombination von Mailberatung zu Forum und dann zu einem Chatangebot (vor allem Themenchat) vor. Überdies spielt bei den Eltern die Offene Tür als Einstiegsangebot eine marginale Rolle.

2.7 Feedback der Jugendlichen

Mädchen bewerten die meisten Angebote (Forum, Mailberatung, Einzel- und Themenchat) und auch das Gesamtangebot der bke-Onlineberatung am besten. Jungen bewerten den Gruppenchat und die Offene Tür am besten. Jugendliche mit nicht eindeutig festgelegtem Geschlecht bewerten alle Angebote der bke-Onlineberatung und auch das Gesamtangebot am kritischsten.

Das Forum wird von den beiden Altersgruppen (14- bis 18-Jährige und 19- bis 22-Jährige) gleich bewertet. Die restlichen 5 Angebote (Mailberatung, Einzel-, Themen- und Gruppenchat sowie die Offene Tür) werden von der jüngeren Gruppe besser bewertet. Das Gesamtangebot der bke wird von den 19- bis 22-jährigen Jugendlichen besser bewertet. Die Unterschiede in den Bewertungen sind hier allerdings eher gering (größte Differenz zwischen den Bewertungen etwa 0,3 Notenstufen).

Die meisten Angebote und auch das gesamte Angebot der bke-Onlineberatung werden von Jugendlichen ohne Migrationshintergrund besser bewertet. Jugendliche mit Migrationshintergrund bewerten lediglich das Forum besser als Jugendliche ohne Migrationshintergrund.

Jugendliche empfehlen vornehmlich das Angebot der bke über Fachkräfte bekannter zu machen und das relativ unabhängig von Alter und Geschlecht, obgleich sie den Zugang zum Angebot der bke vor allem über neue Medien und hier in erster Linie über Suchmaschinen finden. Insbesondere empfehlen die befragten Jugendlichen Fachkräfte aus Schulen als MultiplikatorInnen einzusetzen.

2.8 Feedback der Eltern

In Bezug auf das Alter sticht hervor, dass die Gruppe der 46- bis 51-jährigen Eltern die einzelnen Angebote und auch das Gesamtangebot der bke-Onlineberatung tendenziell am besten bewertet. Die jüngste Elterngruppe (24 bis 33 Jahre) bewertet das Gesamtangebot der bke-Onlineberatung und die meisten Angebote am kritischsten. Lediglich die Offene Tür bewertet diese Gruppe nicht am kritischsten.

Es fällt außerdem auf, dass Eltern mit Migrationshintergrund das Forum, den Gruppenchat und die Offene Tür besser bewerten als Eltern ohne Migrationshintergrund. Eltern ohne Migrationshintergrund bewerten hingegen die Mailberatung, den Einzel- und Themenchat besser. Das Gesamtangebot der bke-Onlineberatung bewerten allerdings Eltern ohne Migrationshintergrund besser.

Bezüglich des Geschlechts lassen sich nur schwer Vergleiche ziehen, da generell wenig Väter an der Befragung teilgenommen haben und dementsprechend wenig Väter bei den Bewertungen der einzelnen Angebote Angaben gemacht haben. Der Themenchat und die Offene Tür bspw. wurden nur von Müttern bewertet.

Markant ist, wie bereits bei den Jugendlichen angeführt, dass Eltern, obwohl sie mehrheitlich über neue Medien und hier vorwiegend über die Suchmaschine zur bke-Onlineberatung finden, ausnehmend häufig empfehlen, das Angebot der bke über Fachkräfte bekannter zu machen, auch relativ unabhängig von Alter und Geschlecht. Insbesondere werden Fachkräfte aus Schulen als MultiplikatorInnen vorgeschlagen.

3. Empfehlungen

Im Folgenden sollen, basierend auf den Ergebnissen der Befragung und unter anderem dem Austausch mit Fachkräften der bke-Onlineberatung und Verantwortlichen der bke, Empfehlungen zu Werbe-Strategien gegeben werden. Das Erreichen weiterer, in dieser Befragung unterrepräsentierter, teilweise benachteiligter Zielgruppen, wie weniger gebildete Personen, Jungen/Väter oder Personen mit Migrationshintergrund könnte ein nächstes Ziel der bke-Onlineberatung darstellen. Hierfür sollten die Werbestrategien unter anderem auf diese Zielgruppen ausgerichtet werden.

- Über Fachkräfte für die bke-Onlineberatung werben

Die Jugendlichen und die Eltern empfehlen vor allem über Fachkräfte auf die bke-Onlineberatung aufmerksam zu machen. Insbesondere werden auf beiden Seiten Fachkräfte aus Schulen als MultiplikatorInnen empfohlen. Auch bei der offenen Frage nach Werbe-Empfehlungen haben die Befragten oftmals Werbestrategien an Schulen genannt.

Besonders Jugendliche haben angegeben, bereits Hinweise auf die bke-Onlineberatung von Fachkräften aus Schulen zu bekommen. Eine weitere gezielte Werbung an Schulen wäre sinnvoll, vor allem an Haupt- und Mittelschulen. Dort können insbesondere geringer gebildete Jugendliche erreicht werden, die nach den Ergebnissen der Befragung bei der bke-Onlineberatung unterrepräsentiert sind. Um die Werbestrategien an Schulen nachhaltiger zu gestalten, wäre bspw. ein Gesamtkonzept geeignet, bei dem Inhalte, die vor Ort von einer Fachkraft erläutert wurden, mithilfe von klassischen Medien, wie bspw. Plakaten und Flyern, effektiver nachwirken können. Fachkräfte wie LehrerInnen, SchulsozialarbeiterInnen und SchulpsychologInnen sollten hier im Fokus stehen.

Weiterhin haben weder Jugendliche noch Eltern über ÄrztInnen von der bke-Onlineberatung erfahren. Gleichzeitig haben ca. 57% der Jugendlichen und etwa 70% der Eltern diese als MultiplikatorInnen empfohlen. Da weiterhin in Arztpraxen oder Kliniken eine breite Zielgruppe zu finden ist, unter anderem auch die möglichen Zielgruppen der bke-Onlineberatung, könnten ebenso ÄrztInnen als MultiplikatorInnen fungieren.

Die Empfehlung der Befragten, Fachkräfte als MultiplikatorInnen für die bke-Onlineberatung zu nutzen, ist zunächst konträr zum Konzept einer Beratung, die online und ohne direkten persönlichen Kontakt stattfindet. Hinter diesem Wunsch persönlich auf die bke-Onlineberatung aufmerksam gemacht zu werden, könnte das Bedürfnis stehen, von einer fachlich fundierten Person, die den Befragungsteilnehmenden zudem auch persönlich bekannt ist, einen Hinweis auf eine seriöse Beratung zu bekommen.

Als weitere wichtige Fachkräfte, um Werbung für die bke-Onlineberatung zu machen, wurden bei den Eltern und auch bei den Jugendlichen Fachkräfte aus dem Jugendamt genannt. Beispielsweise könnte hier eine Vernetzung mit Familienhilfen, MitarbeiterInnen von Aktivspielplätzen, Jugendtreffs, oder dem ASD sowie der Erziehungsbeistandschaft sinnvoll sein.

- Jungen und Väter über andere Informationskanäle ansprechen

Nach Heider sehen sich Männer eher Bilder bzw. Videos im Internet an, als darin Texte zu lesen (Heider 2010: S.11). Somit könnten möglicherweise mehr männliche Nutzer durch andere Informationskanäle wie z.B. mithilfe von Internetvideos bzw. YouTube-Videos erreicht werden.

- Werbemöglichkeiten auf zentrale soziale Aufenthaltsorte bzw. Settings von Jungen bzw. Vätern erweitern

Väter oder junge männliche Erwachsene könnten innerhalb ihres Arbeitsplatzes, z.B. über betriebliche Sozialarbeit, von der bke-Onlineberatung angesprochen werden.

Hierbei könnte auch spezielles Informationsmaterial für Väter ausgelegt werden sowie Informationsveranstaltungen zu Themen organisiert werden, die für Unternehmen und die Zielgruppe der Väter relevant sind, wie z.B. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Überdies könnten Sportvereine einen Ort darstellen, an dem Jungen bzw. Väter gut erreicht werden (z.B. Fußballvereine). ScheidungsanwältInnen bzw. MediatorInnen als MultiplikatorInnen einzusetzen, könnte ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt sein, um die Zielgruppe der Väter zu erweitern.

Bei gerade genannten Werbemöglichkeiten könnten Väter und Jungen zudem noch gezielter angesprochen werden, wenn an diese Gruppen gerichtete Angebote (wie Themenchats für Jungen), explizit beworben werden. Außerdem könnte die Vernetzung mit Multiplikatoren aus der Väterarbeit (z.B. Väterinitiativen) eine adäquate Möglichkeit der Zielgruppenerweiterung darstellen.

- Geringer Gebildete mithilfe von niedrigschwelligen Angeboten erreichen

Nach Klein sind Chats „bei jugendlichen NetzeinsteigerInnen und insbesondere bei HauptschülerInnen weitaus populärer als Emails und Foren und könnten daher eine Möglichkeit bieten, Beratung auch für diese Jugendliche über das Internet zugänglicher zu machen.“ (Klein 2005: S. 27). Deshalb könnte sich die bke-Onlineberatung verstärkt mit populären Chat-Anbietern vernetzen, bei welchen vermutlich diese Zielgruppe anzutreffen ist und dort für ihr Angebot werben.

Weiterhin könnten Informationsveranstaltungen, Infomaterial oder MultiplikatorInnen in niedrigschwelligen Settings, z.B. an Elternabenden in Schulen, Nachbarschaftshilfen, Nachbarschaftshäuser oder Frühe Hilfen bzw. Hebammen, eine Option darstellen, um mehr geringer gebildete Personen auf die bke-Onlineberatung aufmerksam zu machen.

- Nahe Personen aus dem Umfeld der Erziehungsberechtigten als weitere Zielgruppe der bke-Onlineberatung

Im Allgemeinen konnten Hinweise darauf gefunden werden, dass nicht nur die Erziehungsberechtigten eine Zielgruppe der bke-Onlineberatung sein könnten, sondern nahe Verwandte, wie z.B. Großeltern oder Freunde, die Fragen zur Erziehung eines Kindes haben. Im Zuge immer vielfältiger werdender Familienkonstellationen könnte hier der Bedarf noch wachsen.

Überdies können weitere Werbestrategien empfohlen werden, um generell eine breitere Zielgruppe zu erreichen.

- Mithilfe von Instagram eine jüngere Zielgruppe und mithilfe von Facebook eine ältere Zielgruppe ansprechen

Obwohl soziale Netzwerke (Facebook, Instagram) noch keine wesentliche Rolle bei den Zugangsmöglichkeiten spielen, empfehlen vor allem jüngere Jugendliche Instagram und ältere Facebook. Je nachdem, welche Zielgruppe erreicht werden soll, könnte demnach die Werbung in sozialen Netzwerken gestaltet werden.

- Passende Suchbegriffe mit Suchmaschinen verknüpfen

Die angegebenen Suchbegriffe wurden stichprobenartig mit den Suchmaschinen Google und Bing überprüft. Lediglich bei den Stichworten „Online Beratung“ und „Jugendberatung internet“ gab es sowohl bei Google als auch bei Bing Treffer bezüglich der bke-Onlineberatung auf der ersten Ergebnisseite. Für die anderen Stichworte ergaben sich auf den ersten 3 Ergebnisseiten keine Treffer bezüglich des Angebots der bke. Der Begriff „bke“ spielt außerdem für relativ wenige Jugendliche bzw. Eltern bei der Suche nach einer Onlineberatung eine Rolle. Um grundsätzlich eine breitere Zielgruppe zu erreichen, könnten Suchstrategien auf Suchmaschinen angepasst werden. So könnten oft genannte Anliegen und Suchbegriffe (wie z.B. „Ritzen“, „Suizid“, „Essstörungen“) mit der Internetseite der bke-Onlineberatung verknüpft werden, indem bei Eingabe dieser in eine Suchmaschine die bke-Onlineberatung auf der ersten Such-Seite erscheint. Somit können die Zielgruppen, die mithilfe solcher Begriffe suchen, direkter zur bke-Onlineberatung finden. Erwägenswert ist auch eine Vernetzung mit anderen Foren und Onlineplattformen, auf denen Themen wichtig sind, die auch für die bke-Onlineberatung relevant sind.

Darüber hinaus werden im Folgenden Anregungen gegeben, die das Angebot der bke-Onlineberatung betreffen.

- Einen niedrighschwelligen Einstiegschat anbieten

Es könnte auf der Startseite der bke-Onlineberatung ein Chat-Fenster angebracht werden, das zu einem Einstiegschat einlädt. Hier könnten BeraterInnen, die gerade online sind, für erste Fragen zur Verfügung stehen. Vorteil dieser Vorgehensweise ist die Niedrighschwelligkeit, da keine Registrierung notwendig ist. Dieser Einstiegschat könnte Orientierung auf der Internetseite der bke-Onlineberatung sowie allgemeine Hilfestellungen geben und/oder einen Beratungseinstieg ermöglichen.

Möglicherweise könnten dadurch auch mehr UserInnen mit geringerer Bildung erreicht werden (siehe Punkt „Geringer Gebildete mithilfe von niedrighschwelligem Angeboten erreichen“).

- Entwicklung neuer digitaler Trends beobachten und Einsatz für Beratungssetting abwägen

Um Ratsuchenden die Kontaktaufnahme zu erleichtern, wäre es erwägenswert über den Einsatz sogenannter „serious games“⁶ nachzudenken. Zu beachten ist das zunehmende Bedürfnis nach Unterhaltung in Kombination mit Information und Beratung. Hierbei sollte auf die weiteren Entwicklungen und Trends geachtet werden.

Des Weiteren entstanden auf Grundlage der Kommentare der Befragungsteilnehmenden folgende Vorschläge, das Angebot der bke attraktiver zu gestalten.

- Die Struktur und den Austausch in den verschiedenen Beratungsformen (Forum, Chat, Mail) optimieren

Die Ratsuchenden wünschen sich für das Forum mehr Struktur und Austausch sowohl mit anderen NutzerInnen als auch mit den Fachkräften. Darüber hinaus vermissen einige UserInnen Unterstützung seitens der Fachkräfte innerhalb des Forums. Bezüglich der Chat-Angebote weisen die Befragungsteilnehmenden vor allem auf lange Wartezeiten hin, die oftmals dazu führen, nicht mehr an einem Chat teilnehmen zu können. Sie wünschen sich mehr Zeit für die Chats und auch häufigere Chats, sodass eine höhere Chance besteht, an diesen teilzunehmen.

Darüber hinaus wünschen sich die BefragungsteilnehmerInnen im Hinblick auf die Mailberatung schnellere Antworten auf ihre Anliegen.

Schließlich könnte sich eine Frage für weitere Forschungsprojekte mit den BesucherInnen der bke-Onlineberatung und deren Nutzungsverhalten beschäftigen. Beispielsweise kann das Forum der bke-Onlineberatung ohne Registrierung genutzt werden. Hier wird eine große Dunkelziffer an UserInnen vermutet, die lediglich das Forum nutzt. Dabei entsteht gleichzeitig die Frage, ob passives Lesen von Forenbeiträgen bereits eine adäquate Hilfestellung darstellt. Die Vermutung der Dunkelziffer entsteht aus der Anzahl von ca. 12% aktiven NutzerInnen im Befragungszeitraum bei den Jugendlichen und 4% bei den Eltern. Der Rest besteht aus BesucherInnen der bke-Onlineberatung, über die noch wenig Wissen bezüglich deren Nutzungsverhalten besteht.

⁶Zielgerichtete, virtuelle Spiele

Literaturverzeichnis

- Destatis (2016a): Vollzeitbeschäftigte arbeiteten 2015 im Durchschnitt 40,5 Stunden pro Woche. Neue Ergebnisse zu den Indikatoren der Qualität der Arbeit. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2016/09/PD16_324_122.html, zuletzt geprüft am: 15.12.2017.
- Destatis (2016b): Familien mit minderjährigen Kindern in der Familie. Familien mit minderjährigen Kindern in der Familie nach Lebensform und Kinderzahl im Jahr 2016 in Deutschland. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/Tabellen/2_5_Familien.html, zuletzt geprüft am: 15.12.2017.
- Große Perdekamp, Maria; Sutara, Christine (2015): Erziehungs- und Familienberatung im Internet Bericht 2015. Hg. v. Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V. (bke). Online verfügbar unter <http://www.bke.de/content/application/explorer/public/virtuelle-beratungsstelle/2016/bke-online-bericht-2015-web.pdf>, zuletzt geprüft am 12.09.2016.
- Heider, Triz (2010): Digital Natives und Datenschutz. In: *e-beratungsjournal.net* 6 (1), S. 1–24. Online verfügbar unter www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/heider.pdf, zuletzt geprüft am 07.09.2016.
- Klein, Alexandra (2005): Online-Beratung für alle? Themenfelder, Unterstützungsmuster und Reichweiten netzbasierter Beratung. Online verfügbar unter www.kib-bielefeld.de/externelinks2005/OnlineBeratungfueralle.pdf, zuletzt geprüft am 06.09.2016.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2016): Bevölkerung mit Migrationshintergrund - Ergebnisse des Mikrozensus - Fachserie 1 Reihe 2.2 – 2016. Hg. v. Statistisches Bundesamt (Destatis). Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/MigrationIntegration/Migrationshintergrund2010220167004.pdf?__blob=publicationFile, zuletzt geprüft am 13.12.2017.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2017): Haushalte und Familien - Ergebnisse des Mikrozensus - Fachserie 1 Reihe 3 - 2016. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/HaushalteMikrozensus/HaushalteFamilien2010300167004.pdf?__blob=publicationFile, zuletzt geprüft am 22.11.2017.