

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

Blended Counseling in der Suchtberatung Handlungsempfehlungen für die Praxis

Auszug aus dem Schlussbericht des Projektes
Face-to-Face und mehr – neue Modelle
für Mediennutzung in der Beratung



Impressum

Olten im Januar 2019

***Blended Counseling in der Suchtberatung. Handlungsempfehlungen für die Praxis.
Auszug aus dem Schlussbericht des Projektes Face-to-Face und mehr – neue Modelle
für Mediennutzung in der Beratung (Anhang A-D).***

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

Das Projekt wurde gefördert durch die 

Projektdurchführung: April 2017 bis Dezember 2018

Autorinnen und Autoren: Dania Aeberhardt, Patricia Flammer, Martina Hörmann, Alexandra Tanner, Dominik Tschopp, Joachim Wenzel

Im Projekt wirkten mit: Zürcher Fachstelle für Alkoholprobleme (ZFA): Barbara Willimann, Doris Baschnagel, Peter Eggli
Berner Gesundheit (BEGES): Daniel Maibach, Erika Amrein, Katharina Arni, Daniela Gnägi, Martin Lobsiger
Infodrog: Alwin Bachmann
sowie weitere an der Erprobung beteiligte Beraterinnen und Berater von ZFA und BEGES

Projektleitung: Martina Hörmann (HSA FHNW)

Projektteam: Dania Aeberhardt (HSA FHNW), Patricia Flammer (HSA FHNW), Alexandra Tanner (APS FHNW), Dominik Tschopp (HSA FHNW)

Projektassistent: Marlen Gsell (HSA FHNW)

Externe Expertise: Joachim Wenzel, Peter Mösch Payot

Kontakt:

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Soziale Arbeit
Institut Beratung, Coaching und
Sozialmanagement
Riggenbachstrasse 16, CH 4600 Olten

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie
Institut für Kooperationsforschung und
-entwicklung
Riggenbachstrasse 16, CH 4600 Olten

www.fhnw.ch

www.blended-counseling.ch

Inhaltsverzeichnis

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

Anhang A: Handlungsempfehlungen für die Praxis

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

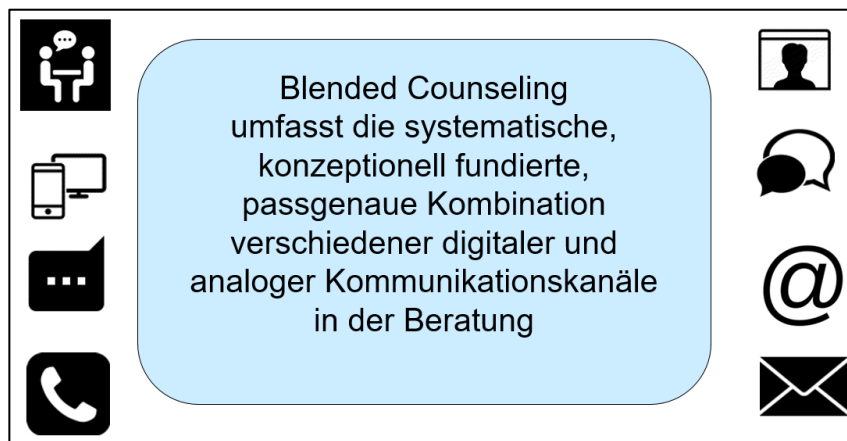
Grundlagen

BLENDED COUNSELING

Was ist Blended Counseling?

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

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



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

Wie kann Blended Counseling konkret aussehen?

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

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

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

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

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

BLENDEN COUNSELING-SZENARIEN

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

Wie ist ein Szenario aufgebaut?

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

Beschreibung Klient / Klientin oder Angehörige/r

Potenzielle Kommunikationskanäle

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

Angestrebte bzw. fokussierte Ziele

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

Vorüberlegungen im Hinblick auf die Wahl des digitalen Mediums

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

Welche Funktion haben die entwickelten Szenarien?

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

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

SYNCHRONE UND ASYNCHRONE MEDIEN

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

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

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

+	–
• sehr reichhaltige Kommunikation • Beziehungsaufbau gut möglich • Konzentration auf das Gespräch direkt möglich	• ggf. Befangenheit durch persönliche Anwesenheit (je nach Thema) • direkte Antwort notwendig, Pausen ggf. unangenehm • Aufwändige Logistik * beide zur gleichen Zeit am selben Ort (= synchrone Kommunikation) * ressourcenintensiv • ggf. Aktivierung von Vorurteilen • Zumeist zeitlich und räumlich kaum flexibel

Vor- und Nachteile im Telefonkontakt:

+	-
• Reichhaltige, kurzfristige und niederschwellige Kommunikation • geringer Ressourcenaufwand, da räumlich flexibel und häufig kostenlos • im Einzelsetting sehr effizient • nützlich, um in Kontakt zu bleiben • Fokussierung aufgrund der Sinneskanalreduzierung (keine Ablenkung durch visuelle Reize)	• Wahrnehmungen nur auf einem einzigen Sinneskanal möglich • Weniger geeignet für Mehrpersonen-Systeme • ggf. instabile Verbindung oder andere technische Probleme • störungsanfällig je nach Aufenthaltsort des Gegenübers

Vor- und Nachteile im Mailkontakt:

+	-
• sehr niederschwellig, da zeitlich und räumlich flexibel • sehr gut geeignet für schambesetzte Themen • Möglichkeit für Nachdenkpausen • Möglichkeit etwas zu deponieren • Beratung wird dokumentiert (für Klient/in und Berater/in ggf. von Vorteil) • ideal für Beratungslernen	• fehlende Wahrnehmungsmöglichkeiten von Stimme, Körperhaltung und Mimik • Asynchrone Kommunikation, => Wartezeit bis Antwort kommt • Schriftform für manche Klientinnen und Klienten sehr voraussetzungs-voll • nicht geeignet für dringende Anliegen • Datenschutzfragen (z.B. Mailkontakt über Outlook)

Vor- und Nachteile im Textchat:

+	-
• sehr schnell • quasi-synchrones Medium • geeignet für kurze Infos	• fehlende Wahrnehmungsmöglichkeiten von Stimme, Körperhaltung und Mimik • Schnelligkeit kann herausfordernd sein • begrenzte Form der Kommunikation • Gefahr der Missverständnisse

Vor- und Nachteile im Videodialog:

+	-
• reichhaltige Kommunikation (mit Einschränkungen) • geringer Ressourcenaufwand, da räumlich flexibel und häufig kostenlos • im Einzelsetting sehr effizient	• ggf. Datenschutzbedenken (skype) • ggf. instabile Verbindung oder andere technische Probleme • Weniger geeignet für Mehrpersonen-Systeme • Blick ins „Wohnzimmer“ für manche Klienten und Klientinnen bedrohlich oder unangenehm

Planung von Blended Counseling

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

KONZEPTIONELLE ÜBERLEGUNGEN

Welche konzeptionellen Grundlagen sind erforderlich?

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

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

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

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

Welche Ziele bezogen auf den Beratungsprozess stehen im Fokus?

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

Ziele, bezogen auf die Phase vor der Beratung

Die Beratungsorganisation bietet potenziellen Klientinnen und Klienten

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

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

Ziele, bezogen auf die Phase während der Beratung

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

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

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

Ziele, bezogen auf die Phase nach Abschluss der Beratung

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

Übergeordnete Ziele

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

Was kennzeichnet einen Blended Counseling – Prozess?

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

Die Beratungsorganisation bietet Klientinnen und Klienten eine Beratung, die

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

Wie sind die Voraussetzungen bei den Mitarbeitenden?

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

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

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

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

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

TECHNIK UND TOOLS

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

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

Umsetzung von Blended Counseling im Beratungsprozess

EMPFEHLUNGEN FÜR BERATENDE

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

Beratende sollten

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

EMPFEHLUNGEN FÜR DAS ERSTGESPRÄCH*

Bereits vor dem Erstgespräch sollte der Beraterin bzw. der Berater

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

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

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

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

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

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE MEDIENWAHL / DEN MEDIENWECHSEL

Was spricht für einzelne Tools oder eine integrierte Plattform?

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

Wer steuert den Medienwechsel?

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

Zum Abschluss

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

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

Weitere organisationale Aspekte zur Implementierung von Blended Counseling

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE LEITUNGSEBENE

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

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

Finanzierung

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

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

Abläufe

Wer sollte intern einbezogen werden?

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

Wer sollte extern einbezogen werden?

- Zuständige Datenschutzstelle (kantonale, städtische)
- Tool- bzw. Plattformanbieter
- Schulungsanbieter

Datenschutz

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

Anhang B Checkliste Datenschutz

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

Organisationale Ebene

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

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

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

Ebene der Nutzerinnen und Nutzer

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

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

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

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

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

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

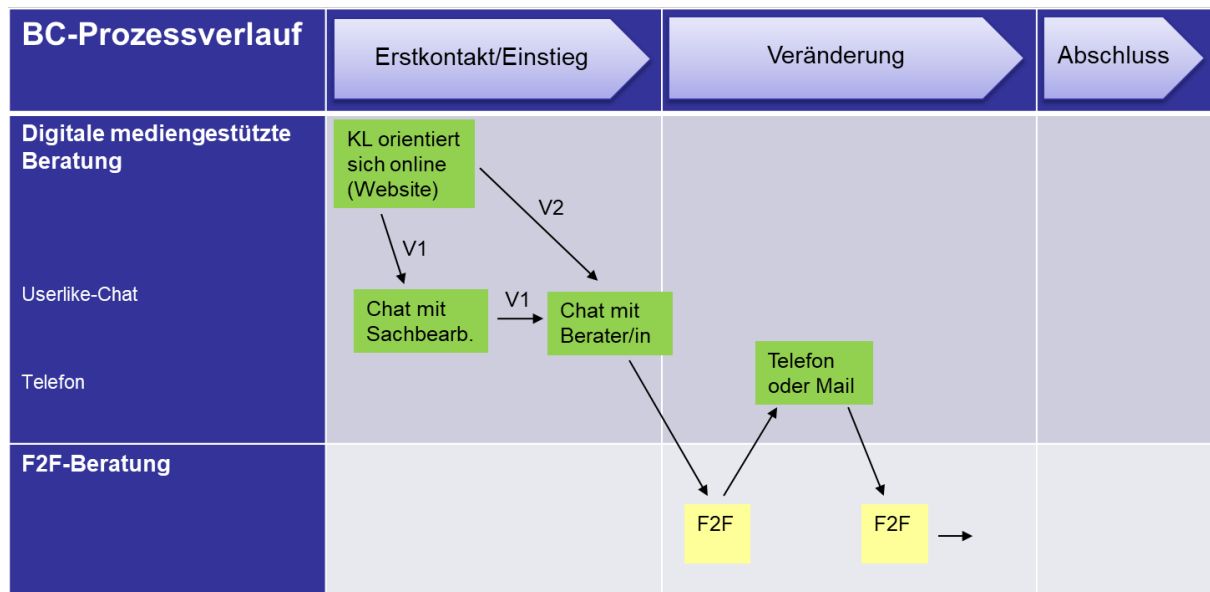
Anhang C Blended Counseling-Szenarien

Blended Counseling-Szenario 1: Live-Chat für Interessierte

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		• Angehörige + Betroffene, mehrheitlich zwischen 30 – 60 Jahren (teilw. 20 – 70 Jahre) ○ wissen nicht genau, welche Unterstützungen es gibt oder was sie wollen ○ kennen die Fachstelle noch nicht und suchen passende Informationen und Unterstützung ○ sind ambivalent ○ kennen Kosten und Aufnahmebedingungen nicht • Evt.: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene ○ suchen altersgruppengerechte Informationen und Unterstützung
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Internetzugang
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Anfrage über Chat
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Userlike-Chat ☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Messenger Videochat ☒ Apps (z.B. Suchttagebuch)
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: vor der Beratung Im Intake-Prozess sollen die Kontaktmöglichkeiten um die Dimension der Kurzberatung per Chat ausgebaut werden. Damit soll die Hürde zur Kontaktaufnahme nochmals gesenkt und der suchtspezifischen Ambivalenz-, Schuld- und Schamproblematik Rechnung getragen werden. ☒ Näher an der Lebenswelt des Klienten/der Klientin ☒ Verbesserten Zugang zum Beratungsangebot ermöglichen ☒ Für Webvisitor: Niederschwelliger, anonymer und bequemer Erstkontakt ☒ Für Fachstelle: Kurzintervention wirkt hemmungsabbauend, motivationsfördernd und einladend
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden: ☒ Userlike-Chat ☒ Telefon ☒ Mail Für den Live-Chat wird Userlike verwendet, andere Kontaktmöglichkeiten werden nicht in diesem SZ beschrieben. Begründung: Kontakt über Userlike: noch schneller, unverbindlich, anonym möglich.
Ziele Klient/in <i>gemäss Auftragsklärung</i>		• Schnelle Antworten auf (spontane) Fragen, inkl. Informationsvermittlung, Kurzberatung, Empfehlungen • Ggf. Triage zu anderen Fachstellen und Unterstützungsangeboten

Varianten für den Live-Chat	<u>Live-Chat durch Sekretariatsmitarbeitende</u> • Klärung des Anliegens • Beantwortung von Sachfragen (z.B. Hinweise auf Website-Kapitel, Termin- und Preisauskünfte, Vermittlung von Adressen u.ä.) Bei Fachfragen: interne Weiterleitung des laufenden Chats an Berater/in <u>Live-Chat durch Berater/innen</u> • Beraterische Klärung des Anliegens • Kurzintervention/-beratung, Empfehlung, Angebot für Beratungsfortsetzung per Telefon oder F2F • Klärung, ob Anliegen erfüllt worden sind oder ob weitere Kontakte erwünscht sind • evt. Terminvereinbarung und Fortsetzung des Beratungsprozesses durch Berater/in => F2F • Fortsetzung: verschiedene Szenarien je nach Indikation				
Varianten für die Fortsetzung des Beratungsprozesses im Anschluss an den Live-Chat Varianten 1 und 2 umfassen ein Blended Counseling gemäss Verständnis des Projektes	1) nach dem Live Chat mit einer Sekretariatsmitarbeiterin übernimmt Berater/in den Chat und setzt den Beratungsprozess später als Blended Counseling fort (Face-to-Face-Kontakt und weitere Kommunikationskanäle). 2) nach dem Live-Chat mit dem Berater/ der Beraterin setzt diese/r den Beratungsprozess später telefonisch und/oder im Face-to-Face-Kontakt fort. 3) Im Rahmen des Live-Chats vergibt die Sekretariatsmitarbeiterin einen Termin für einen F2F-Beratung bei einer Beraterin / einem Berater 4) Im Rahmen des Live-Chats triagieren die Sekretariatsmitarbeiterin oder ein/e Berater/in den Interessenten/die Interessentin an SafeZone (Kontakt endet nach Triage zu SafeZone) 5) Im Rahmen des Live-Chats triagieren die Sekretariatsmitarbeiterin oder ein/e Berater/in den Interessenten bzw. die Interessentin an eine andere / passendere Stelle (Kontakt endet nach Triage zu anderer Organisation) 6) Kontakt endet nach Erläuterung der Fachstellenangebote, Hinweis auf SafeZone sowie Einladung zu erneutem Live-Chat-Kontakt (Ergebnis offen)				
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="408 1290 616 1581">Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in</td><td data-bbox="616 1290 1401 1581"> • Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung </td></tr> <tr> <td data-bbox="408 1581 616 1877">Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)</td><td data-bbox="616 1581 1401 1877"> • bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren Herausforderungen: • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich </td></tr> </table>	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	• Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	• bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren Herausforderungen: • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich
Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	• Erstes Informationsbedürfnis wird unbürokratisch, spontan und kostenlos gestillt • Austausch mit Fachperson ist anonym, kostenlos und unverbindlich • Erstkontakt geknüpft, KL hat weiterhin Wahlfreiheit und bestimmt den nächsten Kanal • Spätere Wiederaufnahme des Chats möglich (auch Telefon, Mail) • schnelle Terminvereinbarung für pers. Beratung				
Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	• bei komplizierten Fragen oder komplexen Fragestellungen => Empfehlung durch Berater/in zum Medienwechsel: Fortsetzung der Beratung per Telefon oder F2F • KL sollte den nächsten Kontakt selber initiieren Herausforderungen: • Live-Chat nur während Bürozeiten verfügbar • wo liegt die (Effizienz-)Grenze für Chat? • Chat nur in Deutsch, andere Sprachen telefonisch oder persönlich				
Wechsel von der Sekretariats-MA zu einer Beraterin bzw. einem Berater	• Voraussetzung: zeitliche Verfügbarkeit einer Beraterin oder eines Beraters im Hintergrund • analog zur Auskunftserteilung per Telefon • Beratende sind teilw. auf Störungsbilder spezialisiert				

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



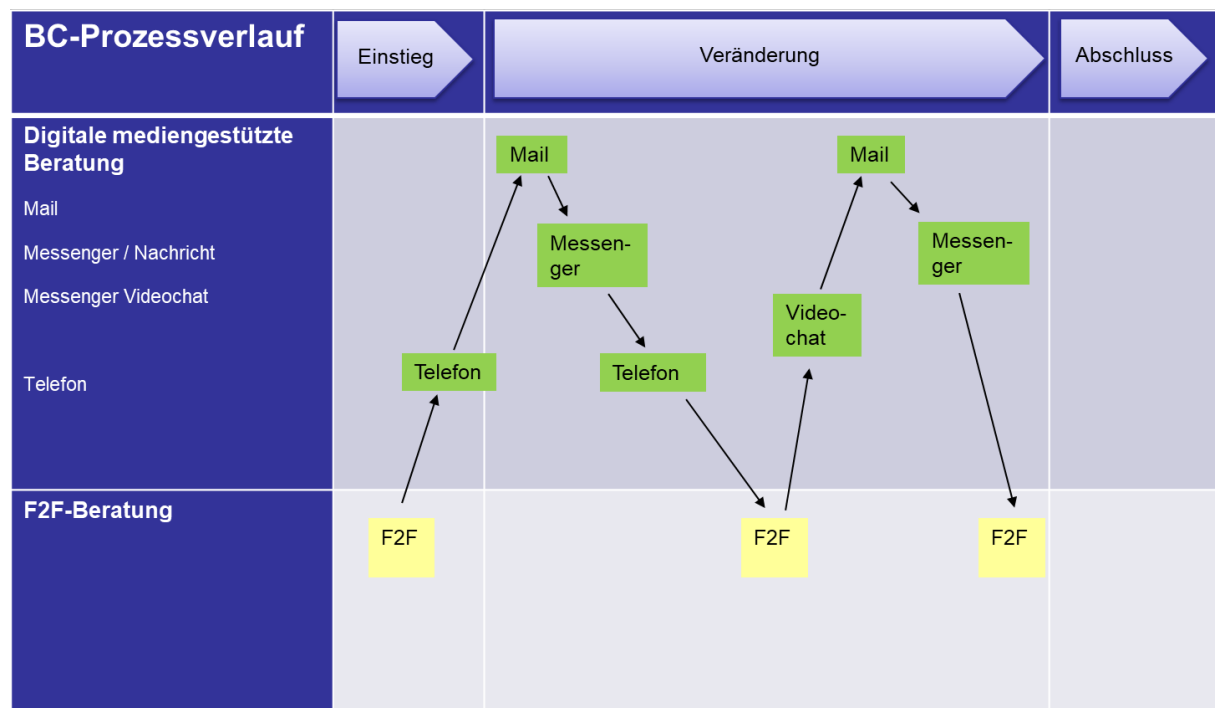
Variante 1 (V1): nach dem Live Chat mit einer Sekretariatsmitarbeiterin übernimmt eine Beraterin bzw. ein Berater den Chat und setzt den Beratungsprozess später als Blended Counseling fort.

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

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

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientinnen und Klienten, denen – aus verschiedenen Gründen - ein persönliches Erscheinen in der Beratungsstelle (vorübergehend) nicht möglich ist. • Örtliche Distanz - Klientin / Klient, der/die sich im Ausland befindet - Klientin / Klient mit eingeschränktem Bewegungsradius • Zeitliche Einschränkungen bzw. Passung der möglichen Zeitfenster - z.B. Beratung von berufstätigen Klientinnen und Klienten oder deren Angehörigen, - Beratung von Personen mit Betreuungspflichten - (über Mittag, in Pause), Abwesenheit ungünstig (Arbeitsplatz) • körperliche oder psychische Einschränkungen (z.B. Angststörung), welche das Verlassen des Hauses begrenzen Zielgruppe sind Klientinnen und Klienten, zu denen bereits Kontakt besteht, d.h. die zuvor in einer F2F-Beratung waren.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung ☒ Verbesserung des Zugangs zum Berater bzw. der Beraterin im Beratungsprozess, insbesondere erweiterte Kontaktmöglichkeiten für Klientinnen und Klienten mit begrenzter zeitlicher und / oder örtlicher Verfügbarkeit. ☒ Intensivierung des Beratungsprozesses ☒ Gewährleistung von Beratungsstringenz trotz begrenzter zeitlicher und/ oder örtlicher Verfügbarkeit des Klienten / der Klientin ☒ Stabilisierung der Beratungsbeziehung ☒ Effizienter Ressourceneinsatz ☒ Verbesserung der Nachhaltigkeit der Beratung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Was könnten gute Gründe für die Wahl des Mediums sein (z.B. asynchron / synchron)</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton ☒ Messenger Nachricht ☒ Telefon Begründung: Angebot eines stringenten synchronen Beratungsprozesses äquivalent zum F2F-Kontakt, falls persönliche Anwesenheit des Klienten bzw. der Klientin erschwert ist. Synchrone Medien sind vorzuziehen, wenn (laufende) Unsicherheiten / Klärungen auf Beziehungs- oder inhaltlicher Ebene ausschlaggebend sind. Einsatz von asynchronen Medien ist möglich, wenn kaum Unsicherheiten bzw. Klärungen (inhaltliche / beziehungsmässig) notwendig und Klient/in. einigermaßen psychisch stabil und gut strukturiert ist. Medienwahl in Abhängigkeit von • Art der Einschränkung (zeitlich, örtlich, physisch, psychisch etc.) • Grad der Einschränkung

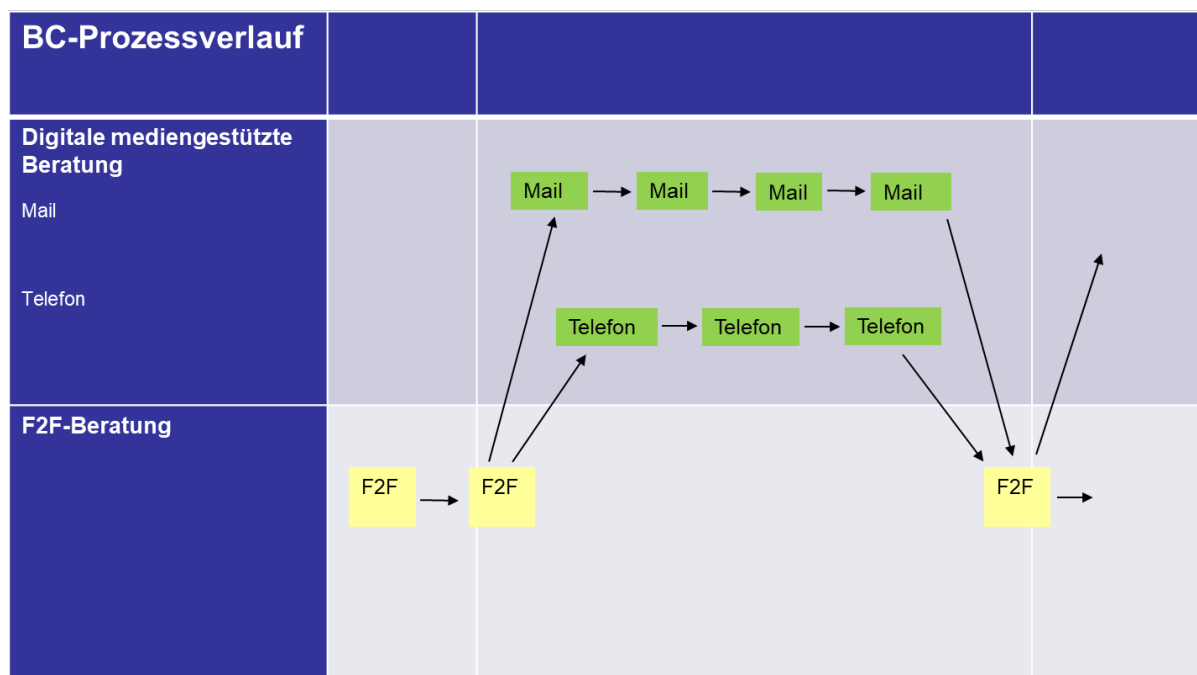
		- Medienpräferenz des Klienten / der Klientin (abgestimmt auf die Alltagsverhältnisse, Bedürfnisse, Ressourcen der KL) Herausforderungen: - Können Klientinnen und Klienten dazu bewogen werden ein zusätzliches Tool zu installieren? - Gerade Klientinnen und Klienten mit psychischen oder physischen Einschränkungen sind ev. auch begrenzt im Umgang mit digitalen Medien (z.B. Video-Chat, Mail) - Erfordert sorgfältige Abwägung der Indikation (z.B. bei depressivem Rückzugsverhalten) Das erweiterte Setting erleichtert das Dranbleiben bei (vorübergehender) Abwesenheit.
Ziele Klient/in gemäss Auftragsklärung		Ziele werden individuell vereinbart.
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	- Erstkontakt kann über div. Kanäle erfolgen (Mail, Tel., Live-Chat, F2F) - Die unterstützungssuchende Person kann aus verschiedenen Gründen nicht vor Ort sein, kann aber dank des Einbezugs von verschiedenen digitalen Medien trotzdem Hilfe in Anspruch nehmen bzw. den Beratungsprozess fortführen.
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Es ist ein möglichst früher F2F-Kontakt zu Beginn des Beratungsprozesses vorgesehen. Zeigt sich, dass für Kl. F2F nur erschwert oder gar nicht möglich ist => Vereinbarung von Beratung über verfügbare Kanäle. - regelmässige, ev. eher kürzere Kontakten über Telefon oder Chat. - Falls vereinbarter Kontakt verhindert, Neuvereinbarung Termin über Mail. - Auch Beraterisches über Mail möglich, falls Voraussetzungen zu asynchronem Kanal erfüllt (s. oben). - F2F-Gespräche für längere Stao-Bestimmungen.



Blended Counseling-Szenario 3: Beratung im Mehrpersonen-Setting

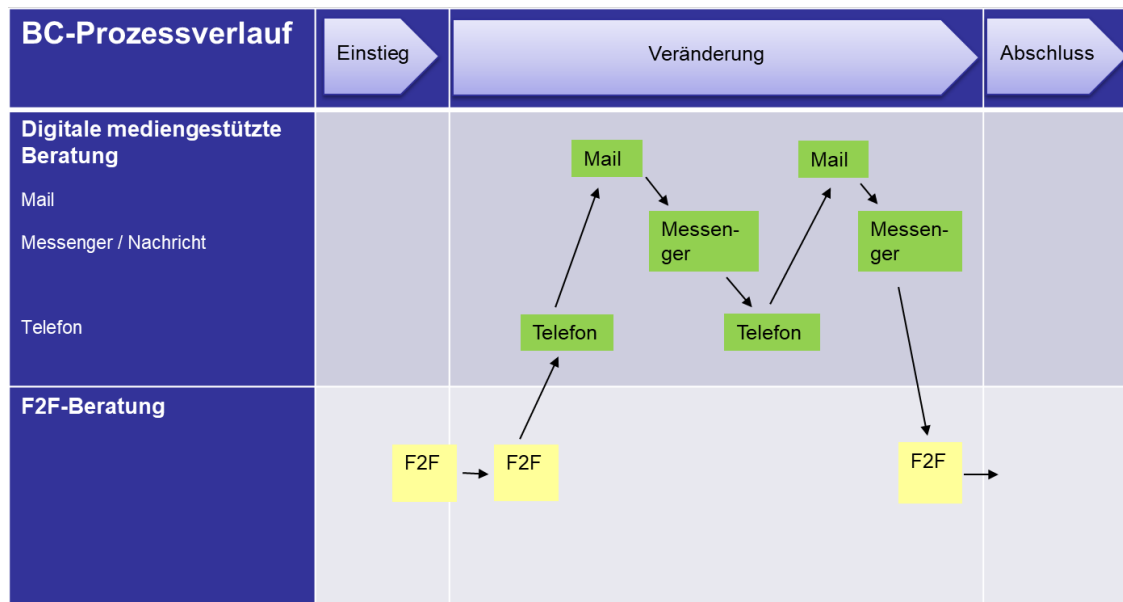
Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Im Fokus stehen Beratungen, in die mehrere Personen einbezogen werden • Beispiel 1: Eine Angehörige eines kiffenden Jugendlichen ruft an und möchte Infos zur Substanz sowie Tipps, wie sie sich verhalten solle. Termin mit Jugendlichen ist nicht möglich, da in Lehre ausserkantonale. • Beispiel 2: Paar kommt ins Gespräch (z.B. Thema Alkohol der Frau). Durch die Kinderbetreuung und die Jobs der beiden wäre ein nächster F2F-Termin erst in 2 Monaten möglich. Das Paar möchte dranbleiben und so schnell wie möglich das Problem bearbeiten.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Beispiel 1: Telefon Beispiel 2: Mail, Messenger (Gruppenchat)
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung ☒ Näher an der Lebenswelt des Klienten / der Klientin ☒ Passgenauigkeit von Beratungsangeboten verbessern ☒ Erweiterte Kontaktmöglichkeiten für Klientinnen und Klienten im Beratungsprozess ☒ Effizienter Ressourceneinsatz ☒ Verbesserung der Nachhaltigkeit der Beratung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert (Gruppenchat) Begründung: Alle Beteiligten können ggf. gleichzeitig informiert werden. Telefon wie auch Mail sind niederschwellig. • Erstgespräch und Abschlussgespräch ggf. F2F • Telefonberatung mit Eltern und Jugendlichen (Telefonkonferenz) • Telefon, da Jugendliche/r ausserkantonale tätig ist und Anrufe auch zu Randzeiten möglich (Beispiel 1) Mail: • Weiterleitung von Informationen an alle Beteiligten • Ortunabhängige Beratung möglich • asynchrones Medium um zwischen den Telefonterminen bei Bedarf etwas deponieren zu können. • schriftlicher Verlauf ist für alle Beteiligten jederzeit abrufbar bzw. Nachlesen möglich Beispiel 2: synchrone Kanäle eher weniger geeignet
Mögliche Ziele Klient/in bzw. Klientensystem		Beispiel 1: • Jugendliche/r: mit möglichst wenig Aufwand den Ansprüchen der Mutter gerecht werden. Aufgrund Lehre (ausserkantonale) wie auch evt. fehlender Veränderungsmotivation ggf. geringe Bereitschaft für F2F-Kontakt. • Angehörige/r: Mutter möchte mit einer Fachperson Fragen zu Cannabis klären, Unterstützung für ihren Sohn, wie auch für sich erhalten.

Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	• Beispiel 1: Telefon da sich die Angehörige per Telefon fürs Erstgespräch gemeldet hat. Gemeinsam wurde besprochen, wie der / die Jugendliche am besten erreicht werden kann. • Beispiel 2: Ausgangspunkt ist der Wunsch des Paares in den Prozess einzusteigen und ohne Unterbruch weiterarbeiten zu wollen. Beratung erfolgt überwiegend per Mail
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Herausforderung: • zeitlich gebunden: Telefontermin muss vereinbart werden • Ziel wäre es durch die Medienwahl und den gezielten Medienwechsel die Bereitschaft des/der Jugendlichen für eine Mitarbeit zu erhöhen Beispiel 2: • regelmässige Rückmeldungen von beiden per Mail (beide im CC) • Es ist möglich Fragen zu stellen, gemeinsame Aufgaben zu geben und Links mit Informationen zu senden • Beraterisch herausfordernd ist es auch in der asynchronen Kommunikation die Bedürfnisse aller Beteiligten im Blick zu behalten • Die Themen Datenschutz sowie mögliche Wartezeiten auf Antworten sollten mit den Beteiligten geklärt werden.



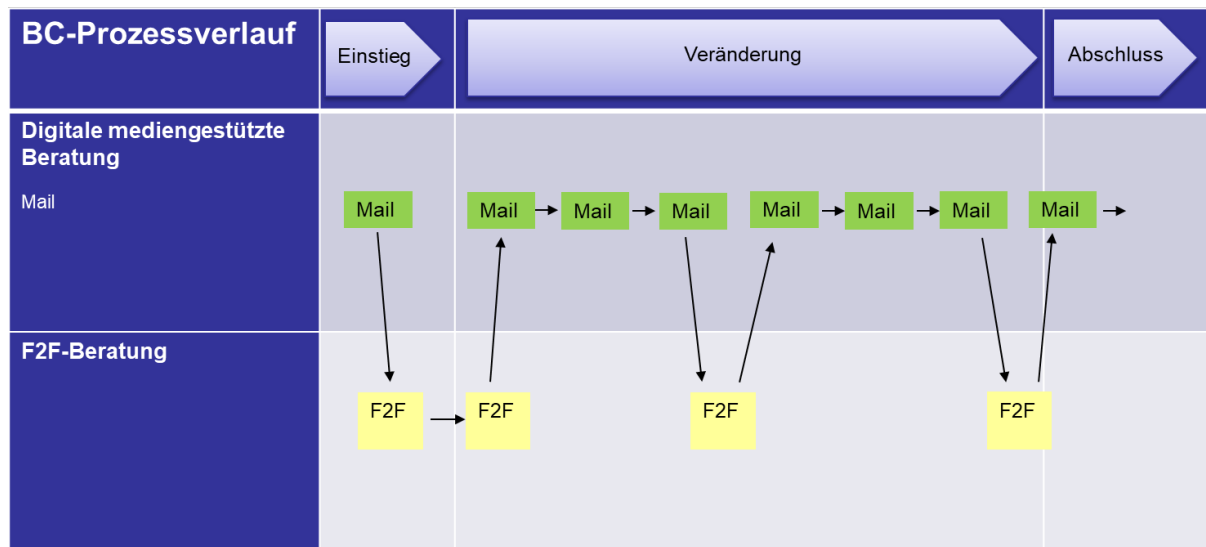
Blended Counseling-Szenario 4: Krisenbegleitung

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientinnen und Klienten, welche sich in einer psychosozialen Krise befinden, z.B. Trinkereignis, schwierige Alltagssituation, psychische Krise, Suizidalität Klient/in steckt in einer akuten Krise, kann oder will aber nicht vor Ort sein.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Telefon, Mail, Messenger
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung ☒ Kurzfristige Kontaktmöglichkeit im Beratungsprozess ☒ Intensivierung des Beratungsprozesses ☒ Stabilisierung des Klienten / der Klientin zur Krisenbewältigung
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert Die beraterischen Hilfeleistungen können durch Telefon, Kurznachrichten und ggf. Mail schneller erhöht werden als dies über F2F möglich wäre. In einer Krise sind mehrere, dafür kürzere Beratungssequenzen sinnvoll. Synchrone Medien werden der Dringlichkeit der Krisensituation eher gerecht und sollten deshalb in Krisensituationen bevorzugt verwendet werden, da sie eine zeitlich unmittelbare, situationsangepasste reaktion ermöglichen. Ein asynchrones Medium, wie z.B. eine E-Mail lässt z.T. fundiertere Massnahmen zu (falls dies trotz Dringlichkeit möglich ist). Zudem kann ggf. auf Kriseninterventionsstellen weiterverwiesen werden.
Mögliche Ziele Klient/in		In der Krisensituation (alle Phasen): • Krisenbewältigung, Handlungsanleitung, Emotionsregulation • Normalisierung der Akutsituation Reguläre Ziele der Beratung können trotz Krise erreicht werden (z.B. kontrollierter Konsum, Abstinenz etc.)
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Unterstützungsbedarf ist erhöht, dies sehr kurzfristig. Durch Mail, Nachrichten und Telefon, Kurznachrichten und ggf. Mail kann dieser Bedarf abgedeckt werden (s.o.). Zeitnahe und situationsadäquate Intervention notwendig • Wenn der Berater / die Berater nicht im F2F-Setting agiert, sind die eigenen Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt, die unmittelbare Interaktion ist zwar kurzfristig und schnell möglich, jedoch beraterisch begrenzt



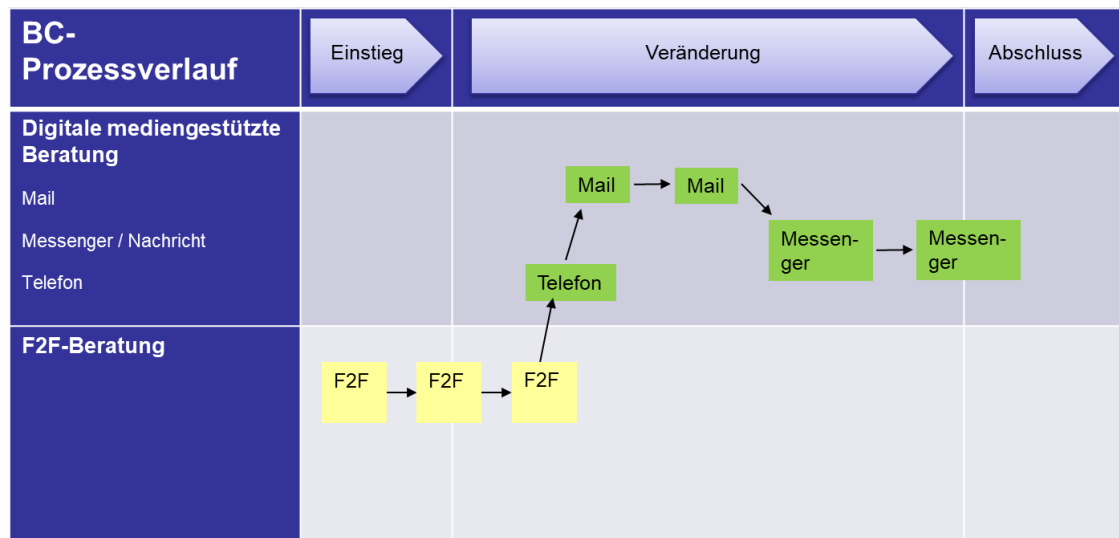
Blended Counseling-Szenario 5: Beratung von Personen mit schambehafteter Problematik

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientin oder Klient mit schambehafteter Problematik z.B. junge Frau mit Essanfällen. Sprachlich starke Klientin, reflektiert und differenziert, kann vieles selber gut umsetzen. Schamgefühle verhindern im F2F-Kontakt vertieft an emotionale Themen zu kommen.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	E-Mail und F2F
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung ☒ Kurzfristige Kontaktmöglichkeit im Beratungsprozess ☒ Schambehaftete Themen wie Rückfall oder Misserfolg können sofort per Mail deponiert und im F2F-Kontakt ressourcenorientiert aufgenommen werden, ohne noch einmal Scham auslösende Details breittreten zu müssen. Das Schreiben wirkt entlastend, beruhigend und ablenkend und hilft, Rückfälle abzuwenden. ☒ Effizienter Ressourceneinsatz
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton Prozess des Schreibens einer E-Mail-Nachricht als hilfreiche Sofortmassnahme bei Rückfallgefahr / Craving. Emotionale Themen, die im Direktkontakt schwierig anzugehen sind, können mitgeteilt werden. Erhaltene Infos können im F2F-Kontakt aktiv behandelt werden, ressourcenorientierte Bearbeitung von kritischen Situationen, Reframings, konkrete Planung von nächsten Schritten.
Mögliche Ziele Klient/in		Einstiegsphase: Informationen, Vertrauen & Sicherheit gewinnen. Veränderungsphase: Verbesserung des Essverhaltens. Abschlussphase: Neue Strategien sind bekannt und umgesetzt.
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	- F2F-Kontakte und E-Mail-Korrespondenz im Wechsel, E-Mail als Möglichkeit bei Rückfall - halbjährliche F2F-Standortbestimmung - Medienwechsel soll das jeweilige Bedürfnis der Klientin bzw. des Klienten berücksichtigen. - Zeitliche Verzögerung bei Mailverkehr von ca. 2-4 Tagen muss mit Klientin bzw. Klient vorbesprochen werden.



Blended Counseling-Szenario 6: Kontaktverlust droht

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientinnen und Klienten, die Termine nicht mehr wahrnehmen oder sich nicht mehr melden z.B. jüngere, sozialhilfeabhängige Personen, ohne eigenes Einkommen, eher schlechter Gesundheitszustand und alleine lebend, mit problematischem Konsum
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der (laufenden) Beratung ☒ Stabilisierung der Beratungsbeziehung ☒ In Kontakt bleiben ☒ Wiedereinstieg in die Zusammenarbeit zwischen Klientin bzw. Klient und beratender Person zur Weiterführung des Beratungsprozesses ☒ Verbesserung/Erweiterung der Nachsorge
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ sonstiges: Briefpost Bei drohendem Kontaktabbruch gilt es die Medienwahl eng am individuellen Fall auszurichten. Ein synchroner Kommunikationskanal könnte verbindlicher, ggf. aber auch zu konfrontativ sein. Ein asynchroner Kommunikationskanal lässt mehr Selbstbestimmung beim Klienten bzw. der Klientin zu. Briefpost könnte ggf. die Wichtigkeit/Dringlichkeit/Ernsthaftigkeit der Nachfrage unterstreichen.
Mögliche Ziele Klient/in		
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	• Idealerweise wurde zu Beginn des Beratungsprozesses (also vor einem Kontaktabbruch) gemeinsam geklärt, welche Schritte über welche Medien die Fachperson unternehmen kann.
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	• Bei drohendem Kontaktverlust kann es sinnvoll sein jede Möglichkeit zu nutzen unter Berücksichtigung der Absprachen, die mit dem Klienten bzw. der Klientin über die Medienwahl gemacht wurden) • Bedürfnisse im Hinblick auf Kanalwahl auf Seiten KL ernst nehmen • Vermittlung von Hoffnung, Beistand und Fürsorge vs. Autonomiebedürfnisse der KL berücksichtigen



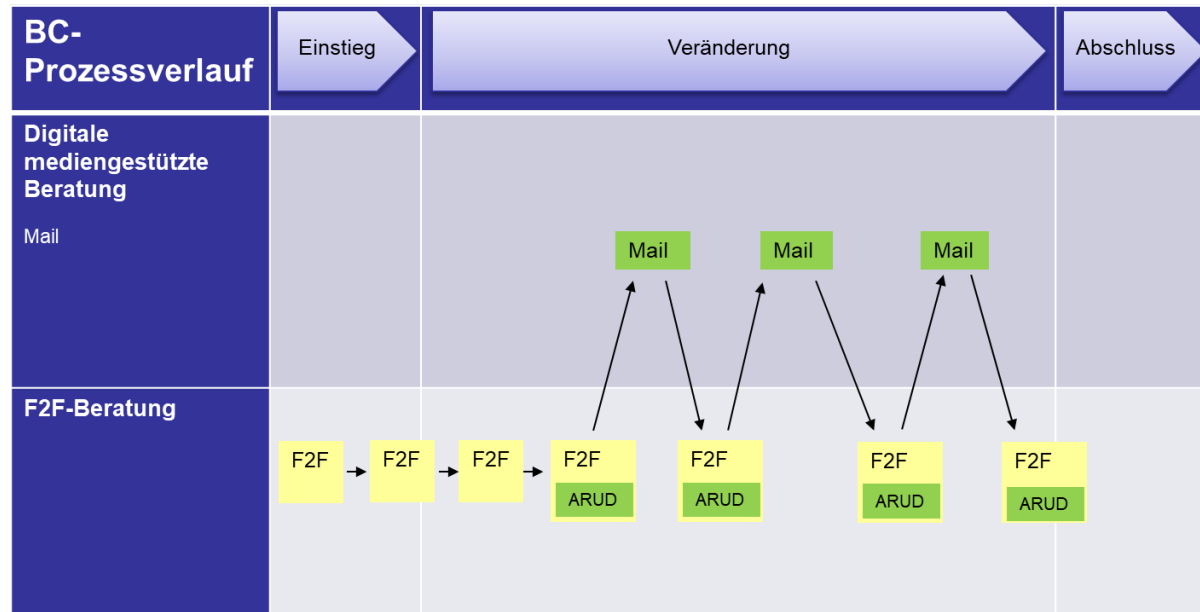
Blended Counseling-Szenario 7: Nachsorge

Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klientin/Klient hat Beratung (F2F oder Blended Counseling) abgeschlossen. Der sporadische Kontakt per Mail und/oder Chat dient als Rückfallprophylaxe und erleichtert eine allfällige Wiederanmeldung. Regelmässiges Nachfragen wirkt nachhaltig, gibt Sicherheit und die Veränderung wird stabilisiert. In Krisensituationen kann unmittelbar reagiert werden. Zeit- und ortsunabhängige Nachsorge.
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Mailzugang Proton oder HIN, Messenger installiert, Telefon
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	Individuell zu klären – idealerweise Kontakt per Mail, um zeitunabhängig (Erreichbarkeit auch an Randstunden und Wochenenden) «abzulaufen» und weiteres Vorgehen (Termine) zu vereinbaren, Chats als Krisenintervention
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Abschluss der Beratung / nach der Beratung ☒ Verbesserung/Erweiterung der Nachsorge ☒ Verbesserung der Nachhaltigkeit des in der Beratung Erreichten ☒ Unkomplizierte Kontaktmöglichkeit für die Klientin bzw. den Klienten (zyklisches Verständnis von Suchtberatung)
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Im BC-Prozess stehen zur Verfügung bzw. sollen verwendet werden ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike Mail, Chat (terminiert), Telefon Klient/in hat je nach Möglichkeiten und Bedürfnis die Wahlmöglichkeit, welches Medium passt. Ort- und teilweise zeitungebunden. F2F ist zunächst nicht vorgesehen, jedoch jederzeit nach Vereinbarung möglich
Mögliche Ziele Klient/in		
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	Wechsel zwischen den einzelnen Medien sind dem Bedürfnis und den Möglichkeiten der Klientin bzw. des Klienten angepasst
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Abschlussgespräch F2F zur Besprechung der verschiedenen Möglichkeiten der Nachsorge verbindliche Abmachungen zum weiteren Vorgehen: • Potenziell in die Nachsorge einbezogene digitale Medien? • Möglichkeiten der Kontaktaufnahme? • Erreichbarkeit des Beraters / der Beraterin und Antwortfrequenz • Maximaler Umfang • Turnus (regelmässig oder bei Bedarf?) Organisatorisches • Einrichtung eines Accounts für geschützten Mailkontakt • Installation eines geeigneten Messenger • Klärung der telefonischen Erreichbarkeit Auseinandersetzung mit und Verschriftlichung einer allfälligen Krisensituation ist entlastend und kann für Klientin/Klient bereits erste Lösungsansätze aufzeigen; kein zeitlicher Druck. Beraterin kann sich beim Nachlesen von Mail oder Chatlog in Ruhe ein Bild der Situation machen, vorhandene Ressourcen identifizieren, Möglichkeit für Recherche bei spezifischen Fragen

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

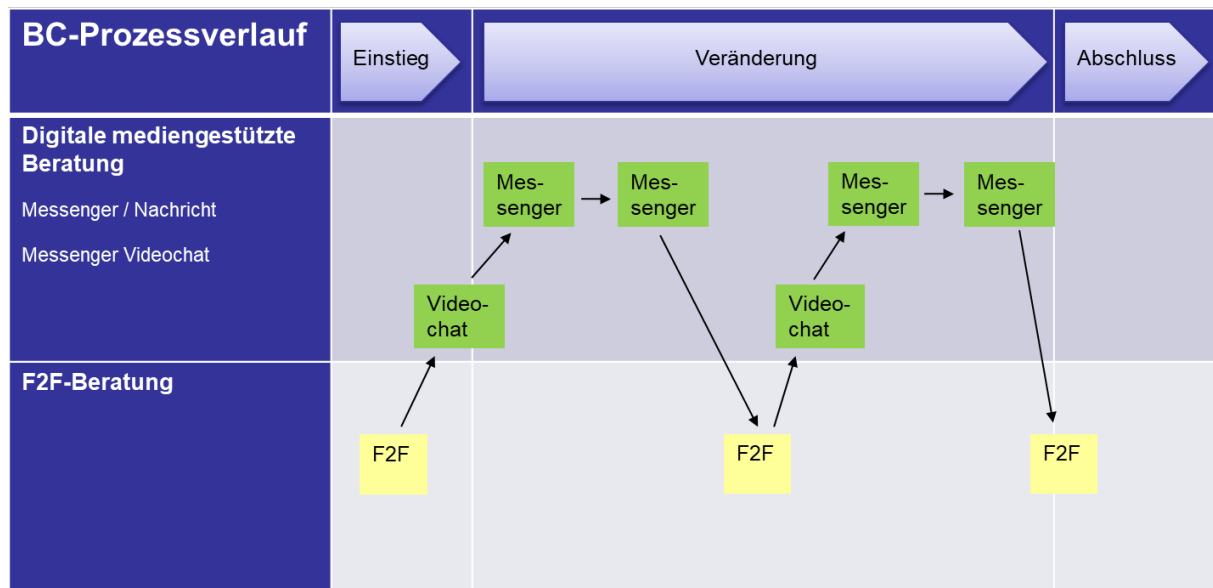
Beratungskontext		Ambulante Suchtberatung
Exemplarische Beschreibung des Klienten / der Klientin (und ggf. der Ausgangslage)		Klient oder Klientin mit übermässigem Alkohol- und Kokainkonsum, mobil und medienaffin
Analyse potenziell einsetzbarer Medien / Kommunikationskanäle	Beim Klienten / der Klientin verfügbar	Neben F2F verfügt der Klient / die Klientin über die entsprechenden Apps
	Von Klienten / Klientin gewünscht / präferiert	
	In der Beratungsstelle verfügbar (bitte ankreuzen)	☒ Mailkontakt über HIN ☒ Mailkontakt über Proton ☒ Telefon ☒ Messenger textbasiert ☒ Userlike ☒ thematisch passende App (z.B. Suchttagebuch)
	Von der Beraterin / dem Berater realisierbar	
In diesem Szenario fokussierte Impactfaktoren BC <i>Welchen Mehrwert soll BC bringen?</i> <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		FOKUS: Während der Beratung ☒ Näher an der Lebenswelt des Klienten bzw. der Klientin ☒ Intensivierung des Beratungsprozesses ☒ Stabilisierung der Beratungsbeziehung ☒ Effekt der Konsumtagebuch-App: Klientel kann das Sichtbarmachen des Konsums und der Veränderungen als hilfreich empfinden.
Vorüberlegungen zur Wahl des digitalen Mediums zusätzlich zum F2F-Kontakt <i>Mehrfachnennungen möglich</i>		Für das Enriched F2F-Counseling steht zur Verfügung bzw. soll verwendet werden ☒ thematisch passende App (z.B. Suchttagebuch) ☒ Mailkontakt über HIN oder Proton F2F ist für viele Klientinnen und Klienten das wichtigste kommunikative Beratungssetting und sorgt in der Suchtberatung für die höchste Verbindlichkeit. F2F-Termine zu Beginn alle 2 Wochen, danach zunehmend grössere Abstände (4-12 Wochen) Mail dient für die Zustellung von Konsumprotokollen und für das Feedback zum Konsumprotokoll seitens des Beraters der Beraterin an den Klienten / die Klientin.
Mögliche Ziele Klient/in		Allenfalls Übersicht über den Konsum, Steuerung, evtl. Einschränkung, Senkung des Konsums, kontrollierter Konsum
Begründungen für den Wechsel des kommunikativen Settings im Prozessverlauf	Motive Medienwahl aus Sicht Klient/in	
	Beratungsfachliche Überlegungen (Begründungen, Herausforderungen, sonstige Überlegungen)	Nach der Erstabklärung und der Zielformulierung (2-3 F2F-Gespräche) installiert der Klient/die Klientin eine Konsumtagebuch-App (z.B. das ARUD-Konsumtagebuch). Nutzung der App wird im Voraus geklärt. Es wird terminiert wann beispielsweise das Konsumprotokoll an den Berater/die Beraterin gesendet wird (bspw. einmal in der Woche). In einer ersten Phase sendet er/sie jede Woche die Eintragungen und Auswertungen der App per Mail und erhält von der Beratungsperson eine Rückmeldung ebenfalls per Mail. Mit zunehmendem Fortschritt versendet der Klient/die Klientin die Logbücher vor dem nächsten F2F-Termin, damit diese an den Gesprächen besprochen werden können. • Feedbacks von Seiten Berater/Beraterin können, wenn per Mail verfasst, vom Klienten / von der Klientin mehrmals und zeit-/ ortsunabhängig gelesen werden. • Verlauf ist mit Hilfe der App dokumentiert und nachzuvollziehen, Fortschritte können sichtbar gemacht werden. Herausforderungen: • Kl. muss dazu bewogen werden können, eine zusätzliche App zu installieren und zu nutzen.

		eine gewisse Medienaffinität und auch Selbstdisziplin für die regelmässigen Tagebucheinträge wird vorausgesetzt.
sonstiges		



Blended Counseling-Szenario 9: Beratung von Jugendlichen

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



Raster für die Entwicklung eigener Blended Counseling-Szenarien

Blended Counseling-Szenario: *(Titel einfügen)*

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

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

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

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

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

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

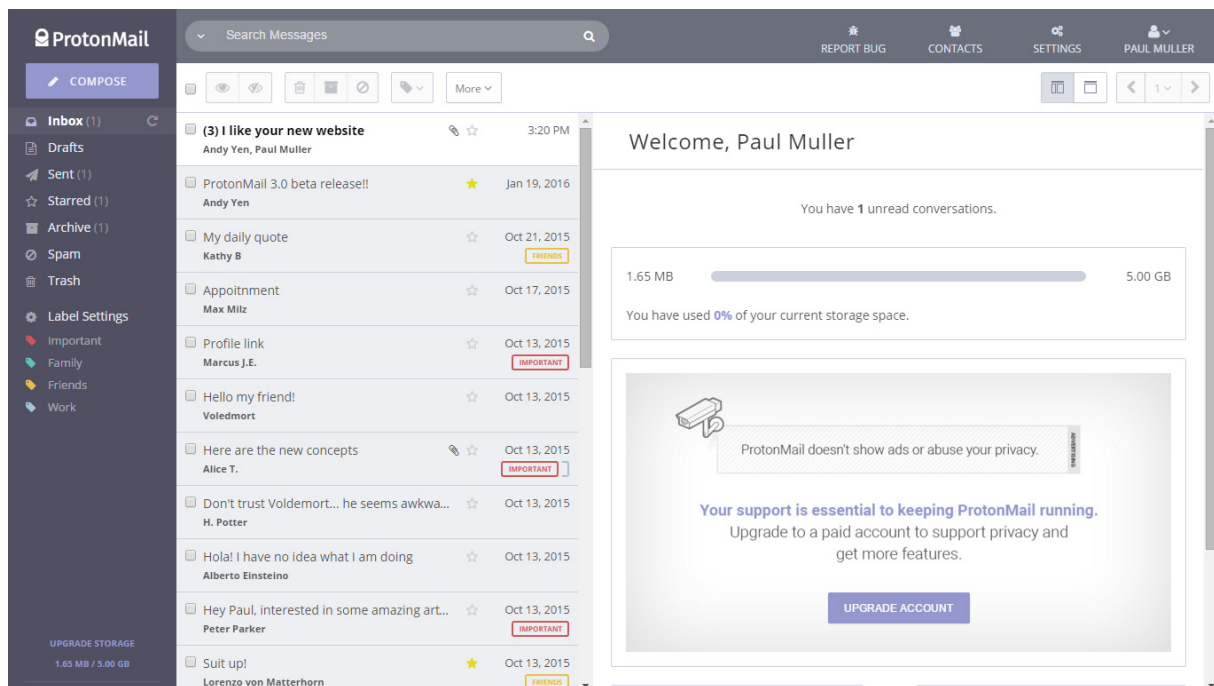
Beratungskontext		Beratungsstelle vor Ort und SafeZone
Idee		Anknüpfend an das Szenario Live-Chat für Interessierte erfolgt der Zugang von neuen Klientinnen und Klienten zunächst im ambulanten Kontext (über ein Chat-Tool wie z.B. Userlike). Wenn der Klient/die Klientin signalisiert, dass er / sie weiterhin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

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

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

Anhang D FactSheets zu den Tools

ProtonMail – FactSheet für Fachkräfte



Beschreibung

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

Datenschutz

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

Systemvoraussetzungen

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

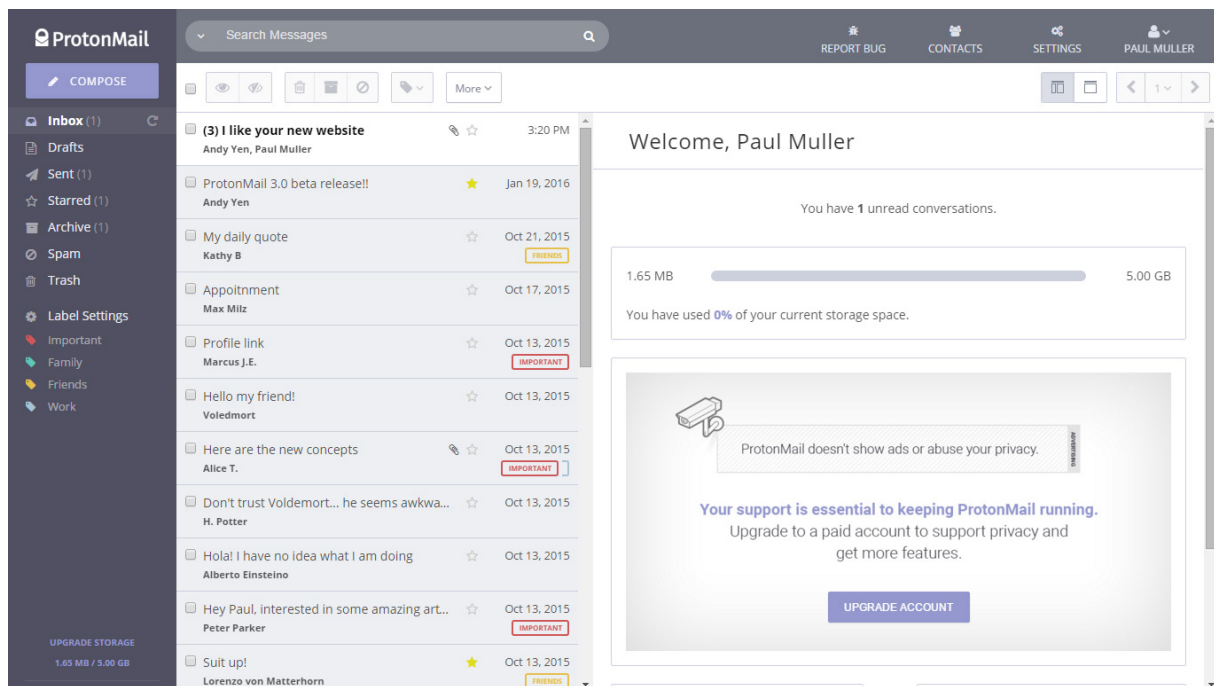
Registrierung

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

Nutzungshinweise für Fachkräfte

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

ProtonMail – FactSheet für Klientinnen und Klienten



Beschreibung

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

<https://protonmail.com>

Datenschutz

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

Systemvoraussetzungen

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

Registrierung

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

Sicherheit im Internet

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

Threema Messenger - FactSheet für Fachkräfte

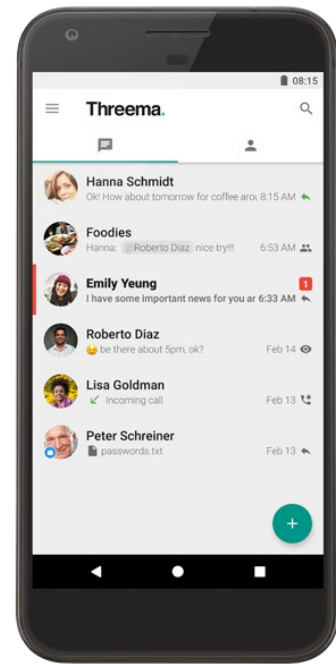
Beschreibung

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

<https://threema.ch/de>

Datenschutz

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



Systemvoraussetzungen

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

Einrichten

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

Nutzungshinweise für Fachkräfte

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

Threema Messenger - FactSheet für Klientinnen und Klienten

Beschreibung

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

<https://threema.ch/de>

Datenschutz

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

Systemvoraussetzungen

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

Einrichten

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

Sicherheit im Internet

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

