

LSBT - Jugendliche – online gut beraten?



Dokumente
lesbisch-schwuler
Emanzipation

LSBT - Jugendliche – online gut beraten?

Studie zu Internetangeboten für schwule, lesbische und bisexuelle sowie transsexuelle und transgender Jugendliche

Durchgeführt von Dipl.-Ing. Friederike Sobiech, Dr. Dipl.-Psych. Meike Watzlawik und der TU Braunschweig, Institut für Entwicklungspsychologie, im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlins (SenIAS), Landesstelle für Gleichbehandlung – gegen Diskriminierung.

01.09. bis 31.10.2008 | www.online-gut-beraten.de



Landesstelle
für Gleichbehandlung –
gegen Diskriminierung

Vorwort der Senatorin

Immer mehr Jugendliche suchen heute im Internet nach Antworten auf ihre Fragen. Und gerade zu den Themen lesbisches, schwules oder bisexuelles Coming-out und zur Selbstfindung transgeschlechtlicher junger Menschen scheint die Anonymität der neuen Medien zu helfen.

Als Berliner Senatsverwaltung, die mit ihrem Fachbereich für gleichgeschlechtliche Lebensweisen u.a. das Ziel verfolgt, junge Menschen in der Zeit des Coming-outs und der Selbstfindung zu unterstützen und sie vor Diskriminierung zu schützen, interessierte uns:

- Werden junge Menschen zu diesen Fragen online gut beraten?
- Wie arbeiten Chats, Foren, Online-Beratungsangebote?
- Wie vernetzen sie sich, wo gibt es Potential für Verbesserungen?
- Gibt es „Risiken und Nebenwirkungen?“

Ich freue mich, dass sich über 50 Anbieter und Anbieterinnen von Online-Beratung an der Studie beteiligt haben und über ihre speziellen Erfahrungen auf dem Gebiet Lesben-, Schwulen-, Bisexuellen- und Transsexuellen-/Transgender-Beratung Auskunft gegeben haben. Meine Hochachtung gilt dem hohen ehrenamtlichen Engagement auf diesem Gebiet. Gleichzeitig möchte ich die Anregungen zur besseren Vernetzung und Qualitätssicherung aufnehmen. Ich hoffe, dass schon durch die Bereitstellung eines Kataloges der auf diesem Gebiet aktiven Träger und Trägerinnen sowie Initiativen ein Beitrag geleistet werden kann, der jungen Menschen direkt zugute kommt, und sie so vor vermeidbaren psychischen Belastungen, selbstgefährdendem Verhalten und Diskriminierungserfahrungen schützen kann.

Heidi Knake-Werner

Ihre Heidi Knake-Werner
Senatorin für Integration, Arbeit und Soziales Berlin

IMPRESSUM

Herausgeber:

Senatsverwaltung für Integration,
Arbeit und Soziales
Oranienstr. 106, 10969 Berlin

V.i.S.d.P.: Anja Wollny, Pressesprecherin,
pressestelle@senias.berlin.de,
www.berlin.de/sen/ias

Fachliche Betreuung: LADS, FBggLw, Lela
Lähnemann, gleichgeschlechtliche@senias.berlin.de,
www.berlin.de/lads

Kooperationspartner: Institut für Entwicklungs-
psychologie an der TU Braunschweig

Autorinnen: Friederike Sobiech, PD Dr. Meike
Watzlawik, www.online-gut-beraten.de

Satz und Gestaltung: Friederike Sobiech,
Detlev Pusch

Foto: Tanja Fügener

Ein Dank geht an die Jugendlichen der In&out-Beratung von Lambda Berlin-Brandenburg e.V. (Foto) und für fachliche Beratung an Thomas Rattay.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt, alle Rechte der Verbreitung, Vervielfältigung oder Übersetzung – auch bei nur auszugsweiser Verwertung – sind dem Herausgeber vorbehalten. Alle Angaben in dieser Studie erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr, eine Haftung der Autorinnen oder des Herausgebers ist ausgeschlossen.

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Senatorin	2
Zusammenfassung	5
Informationsdefizite bei themenfernen Beratungsstellen	
Mit wenigen Mitteln und Mitarbeiter/innen wird viel bewegt	
Coming-out, Kennenlernen und Diskriminierungserfahrungen sind die Top-Themen, Selbst- und Suizidgefährdung sind häufig Thema	
Es fehlen aktuelle Übersichten von Ansprechpartnern, Möglichkeiten zum Austausch und mehr Gruppen und Beratungsstellen vor Ort.	
Was zu Verbesserungen beitragen kann: Bekanntheit, finanzielle Absicherung und weitreichende Aufklärung.	
Aufgabenstellung	7
Ziele und Hintergründe der Studie	7
Hauptziel: Bestandsaufnahme	
Weitere Ziele: Vernetzung und Aufklärung	
Sozialwissenschaftliche und psychologische Hintergründe	
Das Internet als Beratungsmedium für junge Menschen	
Empfehlungen	10
Kurzfristige Maßnahmen	
Mittelfristige Maßnahmen	
Langfristige Maßnahmen	
Begriffe / Glossar	11
Anfragen / Beratungsanfragen	
Asexualität / asexuell	
Bisexualität / bisexuell	
Gender	
Geschlechtsidentität	
Heterosexualität	
Homosexualität / schwul / lesbisch	
Intersexualität / intersexuell	
Lesbe / lesbisch	
Schwuler / schwul	
sexuelle Identität	
sexuelle Orientierung	
Transsexualität / Transgender / trans*	
Stufe 1: Kurzbefragung von 207 Anbietern	14
Aufbau der Befragung / Logik Stufe 1	15
Beteiligung / Teilnehmende	16
Teilnahme-Motivation / aktive Rückmeldungen	
Zusammensetzung der 207 Teilnehmenden an der 1. Stufe der Studie	
Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten	17
Gründe dafür, dass keine oder wenige Anfragen eintreffen	
Was tun diese Anbieter/innen, wenn Anfragen kommen (würden)?	
Welche <u>Online</u> -Anbieter sind Ihnen bekannt, an die Sie weiter vermitteln würden?	
Welche Anbieter <u>vor Ort</u> sind Ihnen bekannt, an die Sie weiter vermitteln würden?	
Haben diese Anbieter/innen Informationsbedarf zu beiden Themen?	
Wie verteilen sich die Themen bei den Teilnehmenden?	
Welche Themen sind wie häufig gefragt?	
Anbieter, die Anfragen erhalten	23
Gründe dafür, dass die Anfragen eintreffen	

Inhaltsverzeichnis

Stufe 2: Ausführliche Befragung von 51 Anbietern	24
Aufbau der Befragung / Logik Stufe 2	25
Beteiligung / Teilnehmende	26
Teilnahme-Motivation / aktive Rückmeldungen	
Monatliche Beratungsanfragen an die Anbieter	26
Wen fragen die Zielgruppen?	
Beratungsanfragen zur sexuellen Orientierung (im Monat)	
Beratungsanfragen zu Transsexualität / Transgender (im Monat)	
Herkunft der Zahlen zu den Beratungsanfragen	
Themen in den Anfragen	29
Die Beratungsthemen im Vergleich	
Finanzierung der Angebote	
Finanzgeber der Angebote	
Zusammensetzung der Berater/innen	34
Wer berät in Ihrem Angebot?	
Die Beratungsleistungen im Überblick	
Vollzeitberater/innen	
Teilzeitberater/innen	
Ehrenamtler/innen	
Weitere Ergebnisse zur Qualität der Beratung	38
Wartezeiten	
Datenschutz	
Vertraulichkeit	
Störungen durch Belästigungen	
Umgang mit Krisensituationen	
Weitervermitteln von Anfragen	
Schwierigkeiten und Grenzen, typische Fehler	
Chancen und Vorteile von Online-Beratung	40
Verbesserung der LSBT-Lebenssituationen	42
Wie kann die Beratung verbessert werden?	
Entwicklungspotential und -bedarf	44
Weitere Zusammenarbeit	

Zusammenfassung

Für die Beratung von jungen Menschen ist das Internet ein geeignetes Medium, insbesondere, weil es aus Sicht von Beratungsanbietern ein von Jugendlichen stark frequentiertes, überregional erreichbares und für die Nutzer nahezu kostenfreies Medium ist.

Informationsdefizite bei themenfernen Beratungsstellen

Anbieter von Online-Beratung, die wenige Anfragen zu den Themen sexuelle Orientierung erhalten (<1 pro Monat), würden diese in zwei Drittel der Fälle selbst beantworten, gleichzeitig fühlt sich nur ein Viertel ausreichend zum Thema informiert. Beim Thema Geschlechtsidentität würde jede/r Zweite selbst antworten, nur jede/r Fünfte fühlt sich ausreichend informiert.

Auch bei der Weiterverweisung an andere Beratungsstellen - knapp 60% würden vor Ort, ein Drittel online weiterverweisen - fehlt oftmals aktives Wissen, welche Anbieter geeignet und kompetent sind, 24% (bei Anfragen zur sexuellen Orientierung) bzw. 40% (bei Anfragen zur Geschlechtsidentität) müssten hierzu erst einmal recherchieren.

Mit wenigen Mitteln und Mitarbeiter/innen wird viel bewegt

Die Beratung zu den Themen sexuelle Orientierung und Geschlechtsidentität findet in der Hauptsache bei auf diese Themen spezialisierten, selbstorganisierten Angeboten statt. Sie werden mit geringem finanziellen Aufwand von Vereinen und Privatpersonen realisiert: Etwa ein Drittel benötigt für die eigene Arbeit weniger als 1.000 Euro jährlich, ein weiteres Drittel verfügt über bis zu 50.000 Euro, also den ungefähren Kosten für eine Vollzeitstelle. Mit sextra.de von profamilia hat ein sehr umfangreiches Onlineberatungsangebot im Netz an der Studie teilgenommen, allerdings wird es von den Zielgruppen nur in sehr geringem Umfang in Anspruch genommen.

Bei jedem fünften Angebot beraten ausgebildete Vollzeitkräfte, bei fast jedem zweiten beraten ausgebildete Teilzeitkräfte. Vereine oder Gruppen setzen stark auf ehrenamtliche Peer-Beratung, selten auch auf ehrenamtliche Unterstützung von ausgebildeten Beratern. Fast jedes dritte Angebot besitzt eine selbsthilfe-ähnliche Struktur, z.B. wenn in einem Internetforum registrierte Mitglieder Antworten auf Fragen geben oder sich am Erfahrungsaustausch beteiligen. Insgesamt stehen für die 2.000 Anfragen, die jeden Monat eintreffen, 1.778 professionelle und ehrenamtliche Beratungsstunden zur Verfügung, das heißt weniger als 1 Stunde pro Beratung. In den Online-Communities werden darüberhinaus hochgerechnet 1.400 Beratungsstunden pro Monat erbracht.

Coming-out, Kennenlernen und Diskriminierungserfahrungen sind die Top-Themen, Selbst- und Suizidgefährdung sind häufig Thema

Bei Fragen zur sexuellen Orientierung steht eindeutig die Suche nach Unterstützung beim inneren und beim äußeren Coming-out im Vordergrund, mit Abstand gefolgt vom Kennen lernen anderer oder Informationen über Freizeit-, weitere Internet- und Gruppenangebote. Berichte über Diskriminierungserfahrungen innerhalb der eigenen Familie, im Umfeld der Freundin / des Friends, in der Öffentlichkeit oder durch Gleichaltrige erreichen mehr als vier von fünf Anbieter.

Die Themenverteilung bei Anfragen zur Geschlechtsidentität ist weniger eindeutig, die Anfragen dazu scheinen komplexer. Es überwiegen der Informationsbedarf zu Kennenlern- und Austauschmöglichkeiten, zu rechtlichen Fragen und Unterstützung beim Selbstfindungsprozess und dem Umgang mit Reaktionen aus dem Umfeld. Mehr als bei der sexuellen Orientierung werden Diskriminierung in der Öffentlichkeit, Gewalterfahrungen und selbstverletzendes Verhalten thematisiert.

Von nach eigener Einschätzung suizidgefährdeten Hilfesuchenden berichten mehr als die Hälfte der teilnehmenden Anbieter.

Es fehlen aktuelle Übersichten von Ansprechpartnern, Möglichkeiten zum Austausch und mehr Gruppen und Beratungsstellen vor Ort.

Wenn es darum geht, wie die Beratungssituation der Teilnehmenden verbessert werden kann, steht eine aktuelle, bundes- und internetweite Übersicht über andere Anbieter auf Platz 1 der Wunschliste. Auch der Austausch mit anderen Fachberatenden steht unabhängig vom Themenbereich auf Platz 2 der Liste. Außerdem wünschen sich im Schnitt 36% der Beratungsanbieter (mehr) Ansprechpartner und Gruppen vor Ort / regional.

Beim Thema Geschlechtsidentität kommen auch noch der Wunsch nach Fortbildungen oder Coaching bei der Beratung zu Transsexualität / Transgender hinzu, sowie eine aktuelle Liste mit Ansprechpartnern und Gruppen in der eigenen Region (sofern nicht in der bundesweiten Liste enthalten).

Was zu Verbesserungen beitragen kann: Bekanntheit, finanzielle Absicherung und weitreichende Aufklärung.

Für die Weiterentwicklung des eigenen Angebots wünschen sich zwei von drei Anbietern einen höheren Bekanntheitsgrad und eine bessere finanzielle Absicherung. Fast jedes zweite Angebot benötigt eine bessere personelle Ausstattung und wünscht sich bessere Aufklärung der Öffentlichkeit zu den Themen.

Für die Verbesserung der Lebenssituationen lesbischer, schwuler, bi- und transsexueller junger Menschen schätzen fast alle Teilnehmenden Aufklärungsarbeit und Akzeptanz an Schulen als wirksamstes Mittel ein. Neun von zehn Anbietern halten die positive Darstellung von lesbischen, schwulen, bi- und transsexuellen (LSBT) Lebensweisen, die Identifikationsmöglichkeiten böte, sowie höhere Akzeptanz in der Gesellschaft und im Berufsleben für notwendig. Noch vor weiteren Gesetzesänderungen (66%) rangiert der Wunsch nach öffentlicher und offensichtlicher Akzeptanz und Unterstützung von Politikerinnen / Politikern (80%).

Aufgabenstellung

Die Senatsverwaltung Berlin, Fachbereich gleichgeschlechtliche Lebensweisen, hat 1999 eine Studie zur psychosozialen Situation junger Lesben, Schwuler und Bisexueller in Berlin veröffentlicht. Eines der Ergebnisse war, dass die Suizidgefährdung dieser Gruppe – insbesondere in der Zeit des Coming-outs – viermal so hoch ist wie bei heterosexuellen Gleichaltrigen.

Der Senat wurde seither mehrfach gefragt, ob die Angebote zur Beratung für diese jungen Menschen in Berlin ausreichen, um sie in ihrer psychosozialen Entwicklung und sozialen Integration sowie insbesondere in Konfliktsituationen zu unterstützen.

Es gibt Hinweise darauf, dass für das Coming-out junger Lesben, Schwuler, Bisexueller und Transsexueller/Transgender-Personen heutzutage das Medium Internet eine sehr große Rolle spielt. Zeitgleich entwickelte sich in Deutschland eine professionelle Online-Beratungsstruktur zu den verschiedensten psychosozialen Themen sowie eine Fülle von privaten und Selbsthilfe-Foren und Chats im Netz. Um ein Bild von Umfang und Qualität dieser Angebote und ihrer Nutzung durch junge Menschen zu bekommen und mögliche Defizite zu erfassen, hat die Senatsverwaltung Berlin die vorliegende Studie in Auftrag gegeben.

Ziele und Hintergründe der Studie

Hauptziel: Bestandsaufnahme

Erstmals werden alle deutschen, im Internet auffindbaren Beratungsangebote für Jugendliche zu ihren Erfahrungen und Kompetenzen in der Beratung von Jugendlichen im Zusammenhang mit Fragen der sexuellen Orientierung und Geschlechtsidentität befragt. Sie nehmen Stellung zu ihren Beratungsformen, häufig gestellten Fragen, Qualitätssicherung und ihrer Sicht auf Möglichkeiten und Grenzen des Internets.

Weitere Ziele: Vernetzung und Aufklärung

Durch die Fragestellung und die niedrigschwellige Kurzbefragung (Stufe 1) sollen die Anbieter für die beiden Themen und ihre Unterscheidung sensibilisiert werden. Aus den Grunddaten der Angebote soll ein Katalog entstehen, der es sowohl den Berater/innen als auch den hilfeschuchenden Jugendlichen ermöglicht, zügig „die richtige Adresse“ zu finden.

Sozialwissenschaftliche und psychologische Hintergründe

Während der Pubertät sehen sich Jugendliche mit vielen neuen Aufgaben konfrontiert. Sie werden selbständiger und verbringen mehr Zeit außerhalb des Elternhauses. Sie müssen sich in vielen Lebensbereichen positionieren, sich nach außen präsentieren und in dem Zuge (erneut) eine Antwort auf die Frage finden: „Wer bin ich und wer möchte ich sein?“

Die Entdeckung der eigenen **sexuellen Orientierung** (genaue Definition siehe Glossar), die selbst nicht frei gewählt werden kann, ist eine der vielen Herausforderungen während der Pubertät. Mit dem Beginn der Geschlechtsreife beginnen Jugendliche meistens, sich für Personen des anderen und/oder des gleichen Geschlechts zu interessieren. Heterosexuelle Jugendliche stellen ihre sexuelle Orientierung meist überhaupt nicht in Frage. Das, was sie fühlen, deckt sich mit ihren Erwartungen – und den Erwartungen anderer. Sie fangen direkt an, sich mit ihren Gefühlen für jemand anderen auseinanderzusetzen und sich in Beziehungen auszuprobieren.

Lesbische, schwule und bisexuelle Jugendliche hingegen müssen zunächst die Tatsache akzeptieren, „anders“ als die Mehrheit zu sein. Aufklärung und prominente Vorbilder, die es heute zunehmend gibt, können dabei die oft im direkten Umfeld der Jugendlichen bestehenden Vorurteile nicht „neutralisieren“. Viele homo- und bisexuelle Jugendliche haben Schwierigkeiten, sich selbst zu akzeptieren und ein positives Selbstbild aufzubauen. Sozialer Rückzug, Depressionen und Suizidgedanken können unter anderem die Folge sein. (Siehe: Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport, 1999; Niedersächsisches Ministerium für Frauen, Arbeit und Soziales, 2001; Watzlawik, 2004)

Transgeschlechtliche Jugendliche (genaue Definition siehe Glossar) werden oft in einem Atemzug mit homo- und bisexuellen Jugendlichen genannt, sehen sich aber zusätzlich noch mit ganz anderen Fragen konfrontiert. Für sie geht es um die Auseinandersetzung mit der eigenen **Geschlechtsidentität**. Das biologische Geschlecht, das bei der Geburt festgestellt wurde, entspricht im Falle von trans*-Jugendlichen (trans* siehe Glossar) nicht dem, was sie empfinden. Bereits während der Kindheit kann deutlich werden, dass etwas „anders“ ist als bei anderen. Rückblickend sagen viele Transfrauen und Transmänner, dass sie sich schon immer als dem anderen Geschlecht zugehörig empfunden haben. Manche geraten schon als Kind in Konflikt mit den Geschlechtsrollenerwartungen des Umfeldes. Wenn das Kind diesbezüglich nicht der „Norm“ entspricht, wird dies von den Eltern, in Nachbarschaft, Kindertagesstätte und Schule bestenfalls ignoriert. Häufiger wird das Verhalten problematisiert, pathologisiert und das Kind zur „Anpassung“ gedrängt. Mit Einsetzen der Pubertät wird die Situation für trans*-Jugendliche noch schwieriger, weil sie den Widerspruch zwischen ihrem Identitätsgefühl und dem sich entwickelnden männlichen bzw. weiblichen Körper verstärkt empfinden. Orientierungslosigkeit und Verzweiflung sind unter trans*-Jugendlichen besonders ausgeprägt (Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport, 2006). Letzteres ist insbesondere dann der Fall, wenn Lehrer/innen mit Unverständnis reagieren oder wenn sie von Klassenkamerad/inn/en gemobbt werden.

Auch für **intersexuelle junge Menschen** (genaue Definition siehe Glossar) ist die Geschlechtsidentität ein Lebensthema. Viele der Betroffenen wurden nicht über die Besonderheit ihrer sexuellen Entwicklung aufgeklärt, bei anderen werden Anzeichen für eine intersexuelle Veranlagung erst in der Pubertät wahrnehmbar. Manche sind geprägt oder sogar traumatisiert durch medizinische und psychotherapeutische Maßnahmen, denen sie ausgesetzt waren und sind. Die Thematik und die Zielgruppe werden erst in allerjüngster Zeit öffentlich und in der sozialpädagogischen und psychologischen Fachöffentlichkeit wahrgenommen.

Das Internet als Beratungsmedium für junge Menschen

Zur Unterstützung aller jungen Menschen zu Fragen der sexuellen Entwicklung, Orientierung und Identität sind schnell erreichbare und niedrigschwellige Beratungsangebote notwendig. Das Internet stellt diese bereit – und sichert gleichzeitig die Anonymität der Hilfesuchenden. Studien belegen, dass 95% der deutschen Haushalte, in denen Jugendliche (12- bis 19-Jährige) leben, mit mindestens einem Internetzugang ausgestattet sind (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [MPFS], 2007). Die meisten haben also – zumindest theoretisch – Zugang zu diesem Medium. Unklar bleibt, ob die entsprechenden Computer von den Jugendlichen „privat“ genutzt werden können, da nur knapp die Hälfte über einen persönlichen Zugang im eigenen Zimmer verfügt. Sollte dies nicht der Fall sein, sind öffentliche Computer z.B. in Schulen oder Internetcafés jedoch mögliche Alternativen.

Neben dem eigentlichen Zugang bestimmt der Bildungshintergrund das Surfverhalten der Jugendlichen. Gymnasiasten „erkunden“ das Internet weitläufiger als Hauptschüler und nutzen es nicht nur vorwiegend als Kommunikationsmedium, sondern auch als Informationsquelle (MPFS, 2007). Die, die das Medium von sich aus erforschen, haben den Vorteil, sich besser auszukennen. Sie finden Beratungsangebote – bei Bedarf – schneller, weil sie wissen, wie und wo sie suchen müssen.

Quellen:

- Niedersächsisches Ministerium für Frauen, Arbeit und Soziales (2001). „Schwule Jugendliche: Ergebnisse zur Lebenssituation, sozialen und sexuellen Identität“
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2007). „JIM 2007: Jugend, Information, (Multi-)Media: Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland“ [www.document]. Abrufbar über: www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf07/JIM-Studie2007.pdf [Zugriffsdatum: Mai 2009]
- Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport Berlin (Herausgeber, 1999). „Sie liebt sie. Er liebt ihn. Eine Studie zur psychosozialen Situation junger Lesben, Schwuler und Bisexueller“
- Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport Berlin (Herausgeber, 2006). „männlich – weiblich – menschlich? Trans- und Intergeschlechtlichkeit“
- Watzlawik, Meike (2004). „Uferlos? Jugendliche erleben sexuelle Orientierungen“. Aachen: Jugendnetzwerk Lambda NRW.

VORGEHENSWEISE

- Recherche der Anbieter von Online-Beratung für junge Menschen und/oder von Webseiten mit Themen für Schwule, Lesben, Bi- und Transsexuelle / Transgender
- Kurzbefragung (Stufe 1) zu den Eckdaten der Angebote
- Qualitative Erhebung (Stufe 2) zu den Hintergründen der Anbieter und zu den Chancen & Risiken der LSBT-Online-Beratung
- Online-Befragung auf www.online-gut-beraten.de

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Empfehlungen

Kurzfristige Maßnahmen

Verzeichnis zur Recherche und Online-Handbuch zur Erstberatung: Auf Grundlage des gesammelten Datenmaterials sollte ein Online-Katalog über die verschiedenen Beratungsangebote entstehen, der gepflegt und um Beratungs- und Selbsthilfeangebote, die vor Ort / nicht online stattfinden, ergänzt wird. In diesem Verzeichnis können sowohl Beratende, die weiterverweisen möchten, als auch Hilfesuchende geeignete Angebote recherchieren. Angebote, die den Kriterien des DAJEB-Katalogs (Deutsche Arbeitsgemeinschaft für Jugend- und Eheberatung e.V.) entsprechen, sollten dort eingebracht werden. Mit dem Online-Verzeichnis geht bestenfalls auch ein redaktionelles Angebot für Beratende einher, das die Themen sexuelle Orientierung und Geschlechts-identität in ihren Grundzügen erklärt und Hilfe zur Erst-Beratung gibt.

Kampagne zum neuen Webangebot: Das Webangebot sollte anschließend mit einer Kampagne bei themenfernen Beratungsangeboten (via DAJEB), bei LSBT-Beratungsangeboten, Gruppen, Vereinen und Gastronomen, sowie an Schulen bekannt gemacht werden (Mailings, Aushangplakate, Internetbanner, Postkarten für die junge Zielgruppe).

Mittelfristige Maßnahmen

Fortbildung und Fachaustausch ermöglichen: Für Weiterbildung und den fachlichen Austausch untereinander sollten belastbare Strukturen geschaffen werden, z.B.

- ein alle ein bis vier Jahre stattfindender Kongress, bzw. ein Treffen oder Symposium,
- in den Bundesländern oder (groß-)regional in kürzeren Abständen stattfindende kleinere Treffen, Trainings oder Schulungen,
- ein Online-Netzwerk der Beratenden mit Mailingliste und Forum.

Langfristige Maßnahmen

Professionelle Beratungsangebote etablieren / fördern: Für jeden der beiden Themenbereiche braucht es Online-Beratungsangebote mit ausgebildeten Beratenden, die sich als starke Netzwerkknoten und qualitätsgesicherte Weiterverweisungsangebote etablieren. Kritischer Erfolgsfaktor hierbei ist der Bekanntheitsgrad außerhalb der LSBT-Strukturen, also bei Jugendberatungsstellen oder direkt bei jungen Menschen.

Themensensibilisierung: Die Anbieter müssen für die Unterscheidung von sexueller Orientierung und Transsexualität / Transgender sensibilisiert werden, da die Fragen hierzu sich auf unterschiedliche rechtliche, gesundheitliche und gesellschaftliche Grundlagen beziehen. Zum Beispiel sollte darauf hingewirkt werden, dass alle Beratungsstellen in ihren Statistiken die Anzahl der Beratungsanfragen hierzu getrennt erheben.

Langzeitbeobachtung: Die Beratungsstatistiken sollten alle ein bis zwei Jahre abgefragt werden und es sollten etwa alle zwei Jahre Folgeerhebungen durchgeführt werden, um die Entwicklungen zu beobachten und beurteilen zu können. Die Teilnahme an der statistischen Erhebung kann z.B. verpflichtend für den Verbleib im Online-Verzeichnis gemacht und mit der Prüfung und Aktualisierung der hinterlegten Daten kombiniert werden.

Begriffe / Glossar

Nicht alle der in der vorliegenden Studie verwendeten Begriffe sind eindeutig besetzt, insbesondere die Begriffe, die erst in den letzten Jahrzehnten entwickelt wurden und weiterhin entwickelt werden. In diesem Glossar halten wir darum die für diese Studie gewählten Begriffsvereinbarungen fest.

Anfragen / Beratungsanfragen

Unter Beratung fassen wir professionelle, ehrenamtliche und Peer-Beratung (also Fragen beantworten untereinander) zusammen. Anfragen im Sinne der Studie sind alle Fragen und Hilfesuche, die online gestellt werden, also als Forumseintrag, per eMail oder im Chat.

Asexualität / asexuell

Asexualität ist eine Ausprägung der sexuellen Identität. Als „asexueller Mensch“ kann ein Mensch verstanden werden, der – unabhängig von seinem Geschlecht – kein Bedürfnis nach sexueller Interaktion mit einer anderen Person hat („sexuelle Lustlosigkeit“). Klar abzutrennen vom Begriff der Asexualität ist der freiwillige (Zölibat) oder unfreiwillige Verzicht auf Sexualität. Unter Letzteres fällt die Thematik der Menschen ohne Beziehungserfahrung (Absolute Beginner [ABs]).

Bisexualität / bisexuell

Als Bisexualität oder Ambisexualität, nach der lateinischen Vorsilbe bi- für „zwei“, bezeichnet man die sexuelle Orientierung, sich bei der Liebe, Romantik und im sexuellen Begehren zu Menschen beiderlei Geschlechts hingezogen zu fühlen. Als Kurzform ist das Adjektiv *bi* gebräuchlich.

Gender

Der Begriff Gender bezeichnet das soziale Geschlecht einer Person im Unterschied zum biologischen Geschlecht (engl. sex). Der Begriff wurde aus dem Englischen übernommen, um auch im Deutschen die Unterscheidung zwischen sozialem (gender) und biologischem (sex) Geschlecht treffen zu können, da das deutsche Wort Geschlecht in beiden Bedeutungen verwendet wird.

Geschlechtsidentität

Der Begriff bezeichnet das innere, zumeist sichere Gefühl über die eigene Geschlechtszugehörigkeit als Frau, Mann oder als anders / dazwischen stehend / einem dritten oder vierten Geschlecht zugehörig.

Heterosexualität

Heterosexualität bezeichnet eine sexuelle Orientierung, bei der Liebe, Romantik und sexuelles Begehren ausschließlich oder vorwiegend für Personen des anderen Geschlechts empfunden werden.

Homosexualität / schwul / lesbisch

Homosexualität (bzw. Homophilie) bezeichnet eine sexuelle Orientierung, bei der Liebe, Romantik und sexuelles Begehren ausschließlich oder vorwiegend für Personen des gleichen Geschlechts empfunden werden. Homosexuelle Frauen werden auch lesbisch genannt, homosexuelle Männer schwul.

Intersexualität / intersexuell

Intersexuelle Menschen werden mit Geschlechtsmerkmalen geboren, die sich von denen unterscheiden, die für gewöhnlich als weiblich oder männlich erkennbar ist. Sie werden jedoch einem der zwei

Begriffe / Glossar

Intersexualität / intersexuell (Fortsetzung)

Geschlechter medizinisch und juristisch zugeordnet. Bei manchen wird ihr „Zwischen-den-Geschlechtern-Stehen“ erst in der Pubertät offensichtlich. Selbstbezeichnungen sind auch: Zwitter, Hermaphrodit.

Da die Gesellschaft nur ein Zwei-Geschlechtersystem kennt, existiert für Intersexuelle praktisch kein sozialer Raum, in dem sie sich nicht „verbiegen“ müssen.

Lesbe / lesbisch

Frauen, die Frauen lieben und begehren. Der Begriff geht auf die griechische Dichterin Sappho zurück, die auf der Insel Lesbos lebte. „Lesbisch“ wurde und wird als Schimpfwort benutzt, lesbische Frauen bezeichnen sich jedoch seit Beginn der Frauen- / Lesben-Emanzipationsbewegung in den 1970er Jahren selbstbewusst als Lesben.

Schwuler / schwul

Männer, die Männer lieben und begehren. „Schwul“ wurde und wird als Schimpfwort benutzt, neuerdings in der Jugendsprache als Synonym für alles „Uncoole“. Schwule Männer bezeichnen sich seit Beginn der Schwulen- / Homosexuellenbewegung in den 1970er Jahren selbstbewusst als schwul.

sexuelle Identität

Sammelbegriff im deutschen Rechtssystem für Geschlechtsidentität und sexuelle Orientierung. Dieser Begriff wird im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) sowie in einigen Landesverfassungen und auch im Betriebsverfassungsgesetz verwendet, um auszudrücken, dass niemand wegen seiner Geschlechtsidentität oder seiner sexuellen Orientierung bevorzugt oder benachteiligt werden darf.

sexuelle Orientierung

Die sexuelle Orientierung erfasst die nachhaltigen Interessen eines Menschen bezüglich des Geschlechts eines potentiellen Partners / einer potentiellen Partnerin (lesbisch, schwul, bisexuell, heterosexuell), aber auch die Abwesenheit sexueller Wünsche (Asexualität). Die sexuelle Orientierung eines Menschen kann sich auf folgende Aspekte beziehen: romantische Liebe/Zuneigung, sexuelles Verhalten und Phantasien sowie Selbstidentifikation. In Bezug auf jeden dieser Aspekte kann die/der Einzelne zahlreiche Ausprägungen zwischen den beiden Extremen Homo- und Heterosexualität einnehmen. Es herrscht eine stufenlose Vielfalt.

Die sexuelle Orientierung, die sich vor allem durch das Sich-Hingezogen-Fühlen zu Personen des anderen und/oder gleichen Geschlechts äußert, kann sich im Verhalten niederschlagen, muss es aber nicht. Die Frage nach dem Entstehen der sexuellen Orientierung ist wissenschaftlich nicht zu beantworten, die Faktoren, die sexuelles Empfinden steuern, sind sehr komplex. Die Frage nach den Ursachen der Homosexualität wurde (und wird) oft mit dem Ziel gestellt, diese verhindern oder verändern zu können.

Transsexualität / Transgender / trans*

Transsexuell ist ein Mensch, der sich dem anderen als dem bei Geburt festgestellten/zugewiesenen Geschlecht zugehörig fühlt. Transsexuelle haben das Gefühl, dass ihr Körper nicht zu ihrer Identität passt und viele streben danach, sich auch körperlich ihrem empfundenen Geschlecht anzunähern. Nach deutschem Recht gibt es verschiedene Möglichkeiten: Man kann seinen Vornamen und auf Wunsch auch

Begriffe / Glossar

Transsexualität / Transgender / trans* (Fortsetzung)

den Geschlechtseintrag im Reisepass ändern lassen (Transsexuellengesetz, Passgesetz) und nach einer operativen Geschlechtsangleichung kann zusätzlich auch der Personenstand (Geschlechtsvermerk in der Geburtsurkunde) gewechselt werden. In Österreich wurde das Transsexuellengesetz wegen der Auflagen zur Personenstandsänderung für verfassungswidrig erklärt und aufgehoben. In der Schweiz gibt es kein spezielles Transsexuellengesetz.

Transgender ist ein Mensch, der eine andere als die für das körperliche Geschlecht (engl. sex) gesellschaftlich übliche soziale Geschlechtsrolle (engl. gender) lebt. Viele Transgender verorten sich zwischen den Polen Frau/Mann oder lehnen das Zweigeschlechtersystem ab. Zu den Transgendern zählen sich auch Cross-Dresser, bewusst androgyne Menschen, Drag Kings und Drag Queens – meist nur dann, wenn das Überschreiten der Geschlechtsrolle für sie nicht als Travestie, Verkleidungskunst oder Show, sondern als Lebensstil angesehen wird.

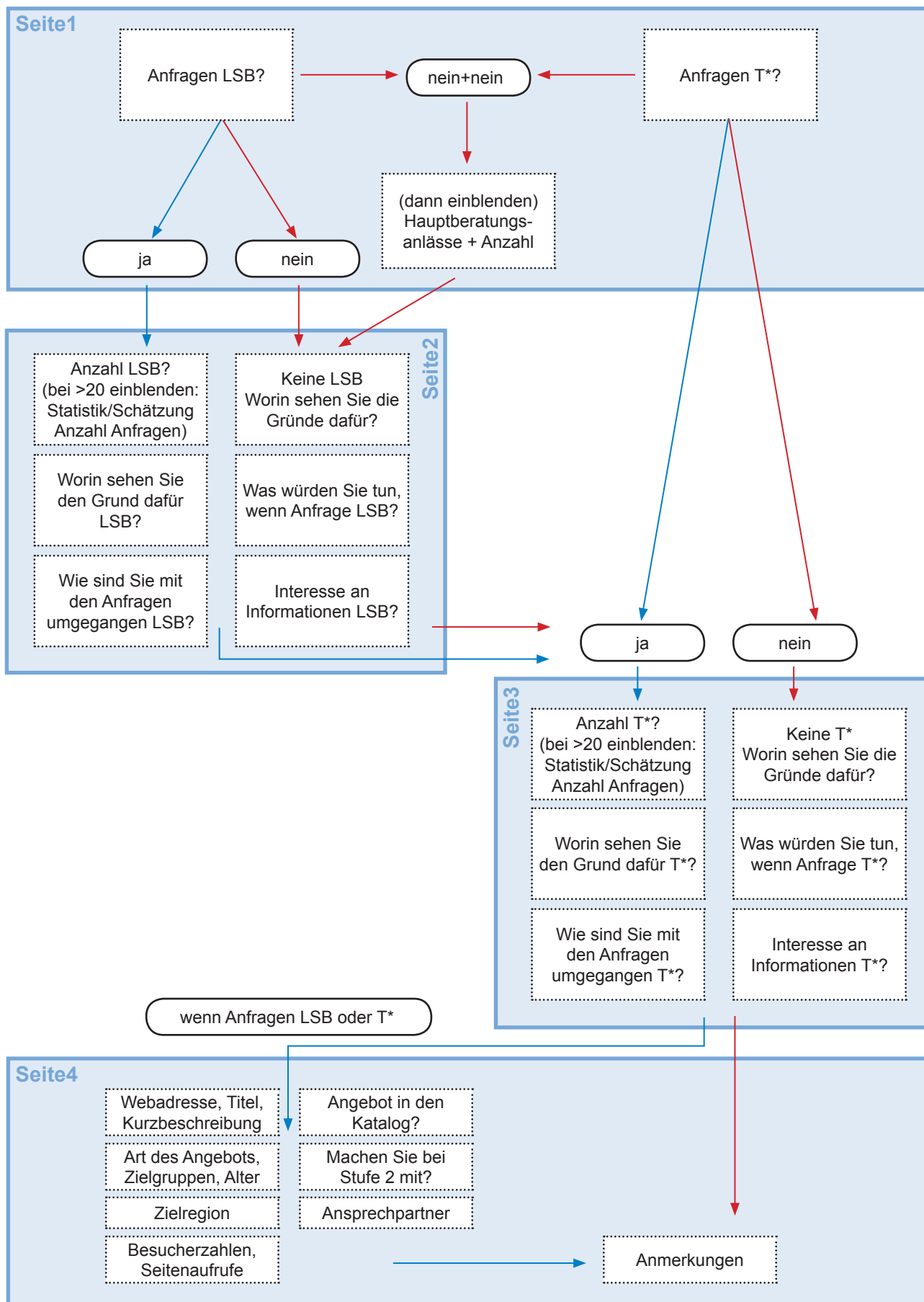
transgeschlechtlich / trans* sind neuerdings von Betroffenen der Selbsthilfe- und politischen Trans-Bewegung gewählte Selbstbezeichnungen und eine Zusammenfassung und eine (besonders im Internet) gebräuchliche Abkürzung für oder Zusammenfassung von Transgender und Transsexuellen.

LSBT-JUGENDLICHE - ONLINE GUT BERATEN?

Studie zu Internetangeboten für schwule, lesbische und bisexuelle sowie transsexuelle und transgender Jugendliche

Stufe 1: Kurzbefragung von 207 Anbietern

Aufbau der Befragung / Logik Stufe 1



Beteiligung / Teilnehmende

Eingeladen wurden sowohl Anbieter/innen recherchierter Webseiten (Beratungsangebote, Communities, Foren, Chats) aus dem LSBT-Bereich (Lesben, Schwule, Bisexuelle, Transsexuelle und Transgender), als auch der per eMail erreichbare Teil des DAJEB-Katalogs aus der Kategorie „Sexualberatung“. Diese beiden Gruppen ergaben circa 1.210 eMail-Adressen. Darüber hinaus konnte sich jede/r Interessierte auf www.online-gut-beraten.de für die Kurzbefragung (Stufe 1) registrieren. Dies nahmen etwa 10 weitere Anbieter/innen in Anspruch.

Teilnahme-Motivation / aktive Rückmeldungen

Von den 1.210 Adressen war <10% (ca. 110 Adressen) nicht erreichbar - diese stammten zum Großteil aus dem DAJEB-Datenbestand.

Es wurden also 1.100 Einrichtungen und Personen kontaktiert und eingeladen.

Vom 1.9. bis zum 31.10.2008 reagierten von diesen 1.100 Eingeladenen etwa 400, das entspricht einer Reaktionsquote von 36%:

- 18% = 207 Eingeladene füllten den Fragebogen vollständig aus (Teilnehmende).
- 8% = 85 Eingeladene brachen die Eingabe ab.
- ca. 150 Eingeladene meldeten sich per eMail ab, darunter auch einige, die ihren Fragebogen unvollständig abgebrochen hatten. Durch Weiterleitungen zu den Verantwortlichen konnten nicht alle eMail-Rückmeldungen zugeordnet werden.

Zusammensetzung der 207 Teilnehmenden an der 1. Stufe der Studie

Von den Teilnehmenden, die ihren Fragebogen komplett ausgefüllt haben,

- erhalten 39,1% = 81 TN regelmäßig durchschnittlich mehr als eine Anfrage monatlich zur sexuellen Orientierung und/oder zur Geschlechtsidentität (Transgender / Transsexualität).
- erhalten 50,8% = 105 TN weniger oder keine Anfragen zu diesen Themen. Die fünf meistgenannten anderen Zielgruppen oder Beratungsthemen dieser TN waren (Mehrfachnennungen möglich): Vermittlung von Selbsthilfegruppen (49 Antworten), Schwangeren- und Schwangerenkonfliktberatung (46), Hilfe und Beratung für Frauen (38), Ehe-, Partnerschafts- und Lebensberatung (37), Familienplanungsberatung (33).
- bieten 21 TN = 10,1% keine Online-Beratung an.

REICHWEITE DER PASSENDEN ANGEBOTE

Die Hälfte aller Teilnehmenden die Anfragen erhielten, nämlich 39 von 81, haben ihre Webstatistiken angegeben. Ihre Webseiten verzeichnen im Monat insgesamt 255.826 Besucher/innen. Der größte dabei angegebene Wert liegt bei 120.000 Webseiten-Besucher/innen proMonat (gayhelp.de).

Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten

Die Anbieter/innen, die keine oder nur wenige Anfragen zu den Themen sexuelle Orientierung oder Geschlechtsidentität erhalten, wurden zu den Gründen dafür und ihrem Vorgehen im Falle einer Anfrage befragt. Abschließend wurde ihr Informationsbedarf zu den beiden Themenkomplexen ermittelt. Die Themenkomplexe wurden getrennt voneinander behandelt, so dass Unterschiede sichtbar werden konnten. Auch die Anbieter mit Anfragen wurden, wenn sie zu einem der beiden Themenkomplexe keine oder wenige Anfragen erhielten, dazu befragt. Dies ergab insgesamt:

- 129 Teilnehmende ohne oder mit wenigen Anfragen zur sexuellen Orientierung
- 180 Teilnehmende ohne oder mit wenigen Anfragen zur Geschlechtsidentität

Gründe dafür, dass keine oder wenige Anfragen eintreffen

Drei Antwortmöglichkeiten waren gegeben (Mehrfachnennungen möglich):

- Das Thema hat mit den Schwerpunkten unseres Online-Angebots nichts zu tun.



- Menschen, die hierzu Fragen und Probleme haben, wenden sich nicht an uns.



- Das Thema wird in unserer Statistik nicht explizit erfasst.



WEITERE GRÜNDE

Die Teilnehmenden hatten die Möglichkeit weitere Gründe als Freitext anzugeben:

- **sexuelle Orientierung:** „Angebot nicht bekannt genug“, „andere Vereine in der Stadt die explizit mit dem Thema arbeiten“, „ländliche Struktur“
- **Geschlechtsidentität:** „Zufall“, „vermutlich nur wenige Anfragen, da es nicht so viele transgener gibt. Evtl. wenden sie sich auch eher an Selbsthilfegruppen“, „Anfragen vor allem zum Thema Transsexualität aktuell in den letzten Monaten steigend“

Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten

Was tun diese Anbieter/innen, wenn Anfragen kommen (würden)?

Beim Thema sexuelle Orientierung fühlen sich 2 von 3 Berater/innen kompetent genug, Fragen selbst zu beantworten. Beim Thema Geschlechtsidentität trifft dies auf jede/n Zweite/n zu.

Für die Weitervermittlung spielen Beratungseinrichtungen und Gruppen vor Ort die Hauptrolle – sie werden doppelt so oft in Betracht gezogen, als andere, z.B. spezialisierte Online-Anbieter.

Insgesamt ergab sich folgendes Bild (Mehrfachnennungen waren möglich):

- Selbst antworten.



- Weiter vermitteln an spezielle Online-Anbieter.



- Weiter vermitteln an Beratungseinrichtungen oder Gruppen vor Ort.



AN WEN WEITERVERWEISEN?

Nicht alle Berater/innen kennen Stellen, an die sie weitervermitteln können: „Müsste ich noch recherchieren“ (z.B. bei google, DAJEB oder über ein regionales Zentrum, wie z.B. Rubikon Köln).

Mehrfach genannt wurden der Lesben- und Schwulen-Verband Deutschland e.V. (LSVD), dessen Arbeitsgruppen, bekannte Selbsthilfegruppen vor Ort und ProFamilia.

Einmalig und auffallend war die Antwort „Wüstenstrom“, da „Wüstenstrom“ der Ex-Gay-Bewegung zuzuordnen ist, die zu gegengeschlechtlichem L(i)eben „helfen“ möchte (vgl.wuestenstrom.de » Schwerpunktthemen » Homosexualität).

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten

Sowohl bei der Weiterleitung an andere Online-Beratungsangebote, als auch bei der Weitervermittlung an Beratungsangebote vor Ort muss viel recherchiert werden.

Welche Online-Anbieter sind Ihnen bekannt, an die Sie weiter vermitteln würden?

Zweithäufigste Nennung in beiden Themenbereichen sind Webseiten von Beratungsangeboten vor Ort, also streng genommen gar keine Online-Beratungsstellen. Um die 5% würden an Anbieter weiterverweisen, die gar nicht zum jeweiligen Thema passen. So werden Transsexuelle an Schwulen- und Lesbenberatungsstellen verwiesen, die zwar vereinzelt, aber nicht regelmäßig zu Trans*-Themen beraten. Womöglich ist auch die Themenunterscheidung nicht klar.

Sexuelle Orientierung (n=38)	%	Platz	%	Transsexualität (n=65)
Muss noch recherchiert werden	26,3%	1	38,5%	Muss noch recherchiert werden
themenspezialisierte Beratungsangebote vor Ort	21,1%	2	12,2%	allgemeine Beratungsangebote online und vor Ort
themenspezialisierte Beratungsangebote online	15,8%	3	7,7%	themenspezialisierte Beratungsangebote vor Ort
allgemeine Beratungsangebote online und vor Ort	13,6%	4	6,2%	themenspezialisierte Beratungsangebote online
Politische Verbände (LSVD)	10,5%	5	6,2%	themenspezialisierte Selbsthilfeangebote online (Foren, Communities)
themenspezialisierte Selbsthilfeangebote online (Foren, Communities)	7,9%	6	4,6%	Beratungsangebote zur sexuellen Orientierung / Homosexualität
Beratungsangebote zur Transsexualität	5,2%	7	3,1%	Politische Verbände (LSVD)
AIDS-Hilfen, HIV-Beratung	2,6%	8	1,5%	Telefonseelsorge / Telefonberatung
Telefonseelsorge / Telefonberatung	2,6%		1,5%	AIDS-Hilfen, HIV-Beratung
			1,5%	Beratung, die auf die Abkehr von Homo- und Transsexualität abzielt

INTERPRETATIONEN

Online-Angebote sind weit weniger bekannt als vor-Ort-Beratungsangebote. Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit (auch in Hinblick auf die Verschiedenartigkeit der beiden Themenkomplexe sexuelle Orientierung und Transgeschlechtlichkeit) ist hier angeraten.

Auffällig ist auch die häufige Nennung der AIDS-Hilfen und des LSVD einschließlich seiner unterschiedlichen Gruppen. Beide Anbieter haben, ausgehend von ihrer Grundausrichtung (Prävention, politische Arbeit), keine Kernkompetenz in der Online-Beratung - aber wohl einen hohen Bekanntheitsgrad. In Ausnahmefällen kann sich eine schwul-lesbische Einrichtung im selben Haus wie die örtliche AIDS-Hilfe befinden.

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten

Welche Anbieter vor Ort sind Ihnen bekannt, an die Sie weiter vermitteln würden?

Weiterleitung an spezialisierte Anbieter vor Ort wurde fast doppelt so häufig angegeben, als Weiterleitung an Online-Angebote (60% zu 33%). Diese Sicherheit spiegelt sich auch in der Kenntnis passender Angebote wider. Insbesondere bei der sexuellen Orientierung fällt auf, dass jede/r Fünfte die AIDS-Hilfe nennt. Es sind zwar zahlreiche Vereine und Selbsthilfeangebote bekannt, allerdings herrscht Mangel oder mangelnde Kenntnis von spezialisierten (professionellen) Beratungsstellen. Jede/r 20. würde bei Fragen zur sexuellen Orientierung und jede/r 10. bei Fragen zur Transgeschlechtlichkeit an psychologische oder medizinische Fachleute weiter verweisen, ein kleiner Bruchteil erwägt, persönlichen Kontakt zu anderen Betroffenen herzustellen.

Sexuelle Orientierung (n=79)	%	Platz	%	Transsexualität (n=104)
themenspezialisierte Selbsthilfeangebote und Vereine vor Ort	38,0%	1	24,0%	themenspezialisierte Selbsthilfeangebote und Vereine vor Ort
AIDS-Hilfen, HIV-Beratung	20,3%	2	18,3%	themenspezialisierte Beratungsangebote vor Ort
allgemeine Beratungsangebote online und vor Ort	16,5%	3	14,4%	Muss noch recherchiert werden
themenspezialisierte Beratungsangebote vor Ort	12,7%	4	11,5%	allgemeine Beratungsangebote online und vor Ort
Muss noch recherchiert werden	6,3%	5	9,7%	Therapeuten oder Therapeutinnen, Ärzte oder Ärztinnen
Therapeuten oder Therapeutinnen, Ärzte oder Ärztinnen	5,1%	6	9,4%	Beratungsangebote zur sexuellen Orientierung / Homosexualität
Telefonseelsorge / Telefonberatung	3,8%	7	7,7%	AIDS-Hilfen, HIV-Beratung
persönlichen Kontakt zu schwulen oder lesbischen Menschen herstellen	1,3%	8	2,9%	themenspezialisierte Beratungsangebote und Selbsthilfe online
Bücher / Literatur-Tipps	1,3%			
Politische Verbände (LSVD)	1,3%			
		9	1,9%	persönlichen Kontakt zu transsexuellen Menschen herstellen
		10	0,9%	Telefonseelsorge / Telefonberatung
			0,9%	Bücher / Literaturtipps

INTERPRETATIONEN

Neben der hohen Quote für AIDS-Hilfe / HIV-Beratungsstellen fällt auf, dass die Beratungsarbeit vor Ort eher Vereinen und Selbsthilfegruppen zugewiesen wird.

Dies kann zum einen daran liegen, dass es mehr solcher Anlaufstellen gibt als speziell auf Beratung ausgerichtete Angebote (dies wäre ein echter Mangel auf kommunaler Ebene). Zum anderen kann es indizieren, dass themenbezogene Fachkompetenz über Beratungskompetenzen eingeordnet wird. Im Vergleich zur Weiterverweisung an Online-Anbieter rangieren hier die allgemeinen Beratungsangebote weiter hinten.

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Anbieter, die keine oder wenige Anfragen erhalten

Haben diese Anbieter/innen Informationsbedarf zu beiden Themen?

Jede/r Vierte fühlt sich beim Thema sexuelle Orientierung ausreichend informiert, beim Thema Geschlechtsidentität ist es nur noch knapp jede/r Fünfte. Etwa jede/r Dritte hat derzeit keinen Informationsbedarf.

Fast die Hälfte all jener Berater/innen, die nur wenig mit den Themen sexuelle Orientierung oder Geschlechtsidentität zu tun haben, möchten dazu mehr Informationen. Das sind doppelt so viele wie die Anzahl der Berater/innen, die sich bereits jetzt ausreichend informiert oder ausgebildet fühlen.

- Ja, wir möchten Informationen dazu.

sexuelle Orientierung  44%

Geschlechtsidentität  46%

- Nein, wir sind ausreichend informiert.

sexuelle Orientierung  26%

Geschlechtsidentität  20%

- Nein, momentan kein Bedarf / das Thema hat keine Relevanz für unsere aktuelle Tätigkeit.

sexuelle Orientierung  30%

Geschlechtsidentität  34%

DETAILS / INTERPRETATION

Die Beratungsstellen, die nur wenige oder bislang keine Anfragen zu den Themen sexuelle Orientierung und Geschlechtsidentität erhielten, sind in hohem Maße (etwa 2 von 3) daran interessiert, auch außerhalb ihres eigentlichen Beratungsthemas und -auftrags gut zu beraten und weiter zu helfen.

Obwohl sich nur 26% der Berater/innen zum Thema sexuelle Orientierung ausreichend informiert fühlen, würden 70% von ihnen Anfragen dazu selbst beantworten. Beim Thema Geschlechtsidentität ergibt dieser Vergleich 20% zu 54%.

Stellen zur Weiterverweisung bekannt und qualifiziert recherchierbar zu machen (also nicht über google-Suchalgorithmen) oder thematische Informationen für die Erstberatung bereitzustellen, sind hier grundlegende und wichtige Maßnahmen.

Anbieter, die Anfragen erhalten

Wie verteilen sich die Themen bei den Teilnehmenden?

81 Anbieter hatten Anfragen zur sexuellen Orientierung und/oder zur Geschlechtsidentität. Dabei bekommen nur sehr wenige Anbieter ausschließlich Anfragen zum Thema Geschlechtsidentität. 24 Anbieter erhalten Anfragen zu beiden Themenbereichen, 54 Anbieter werden ausschließlich für Fragen zur sexuellen Orientierung in Anspruch genommen (neben möglichen anderen Themen außerhalb dieser Studie), bei 3 Anbietern konzentrieren sich die Anfragen auf das Thema Transsexualität / Transgender.



Welche Themen sind wie häufig gefragt?

- 17,3% (14 von 81) TN konnten keine Angaben zur Anzahl der eintreffenden Beratungsanfragen machen.
- Von den anderen 82,7% schätzte knapp die Hälfte diese Zahl, die andere Hälfte konnte auf Beratungsstatistiken zurückgreifen.
- Bei 68 Anbietern (von 78) treffen **1.316 Fragen zur sexuellen Orientierung im Monat** ein. Davon entfällt mehr als ein Fünftel auf sextra.de von ProFamilia mit ~290 Anfragen im Monat. Im Durchschnitt erhalten die 68 Anbieter 19 Anfragen im Monat. Das hochgerechnet auf alle 78 ergeben sich 1.510 Anfragen im Monat.
- Es treffen **zur Geschlechtsidentität monatlich 500 Anfragen** bei 24 (von 27) Teilnehmenden ein. Hierbei entfallen mit ~110 wiederum mehr als ein Fünftel auf sextra.de (Schätzung auf Grundlage der Statistik) und mit geschätzten 300 drei Fünftel auf FTM-portal.net, einer Plattform für Frau-zu-Mann-Transsexuelle und -Transgender. Der Durchschnitt liegt bei etwa 22 und die Hochrechnung bei 587 Anfragen im Monat.

HINWEIS ZU STATISTIKEN

- sextra.de / ProFamilia unterscheidet in der Statistik nicht zwischen Anfragen zur sexuellen Orientierung und zur Geschlechtsidentität / Trans*themen. Die Beratungen von sextra.de (400) wurden deshalb in Anlehnung an das Verhältnis aller anderen Daten aufgeteilt.
- Die Thementrennung ist aufgrund der fachlichen Verschiedenheiten der Themen (Geschichte, Biologie, Soziologie, Handlungsfelder) dringend angeraten.
- Die subjektive Wahrnehmung und Einschätzung bei sextra.de lautet „Fragen zu Trans*-Themen treffen vermehrt ein.“ Um den Beratungsbedarf beobachten zu können ist es notwendig, zu beiden Themen aussagekräftige Zahlen zu erheben.

Anbieter, die Anfragen erhalten

Gründe dafür, dass die Anfragen eintreffen

Von den 71 Anbieter/innen mit Anfragen zur sexuellen Orientierung und den 27 Vertreter/innen der Angebote, die Anfragen zu Transgeschlechtlichkeit erhielten, wählten aus den drei gegebenen Antwortmöglichkeiten die folgenden (Mehrfachnennungen möglich):

- Wir erwähnen in unserer Selbstdarstellung das Thema ausdrücklich.



- Mit unserem qualifizierten Angebot haben wir das Vertrauen der Anfragenden gewonnen.



- Im Fokus der Anfragen ging es um ein anderes Thema, die sexuelle Orientierung war lediglich ein Teilaspekt der Anfrage.



Es fällt auf, dass sich ein Viertel aller Fragestellenden zum Thema Geschlechtsidentität an Angebote wendet, die nicht ausdrücklich erwähnen, dass sie sich mit diesem Thema befassen. Zwei von drei Anbieter/innen sind der Meinung, dass vorab erworbenes Vertrauen in die Qualität des Angebots ausschlaggebend für die Fragestellenden war, um sich an diese Anbieter/innen zu wenden.

WEITERE GRÜNDE

Die Teilnehmenden hatten die Möglichkeit weitere Gründe als Freitext anzugeben:

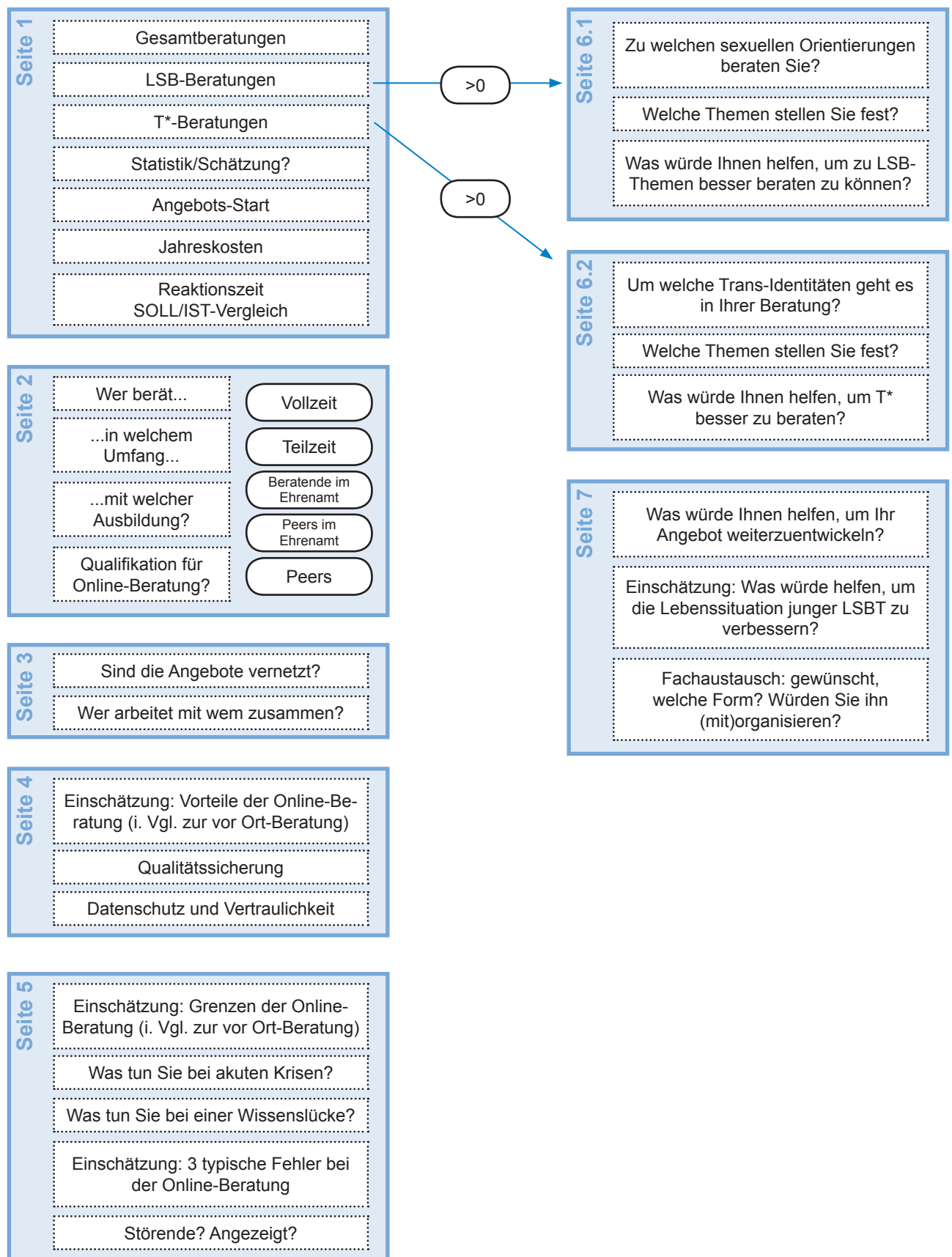
- **sexuelle Orientierung:** „von Mund-zu-Mund-Propaganda“, „persönliche Empfehlung“, „Hauptsächlich durch unsere sexualpädagogischen Veranstaltungen“
- **Geschlechtsidentität:** „persönliche Empfehlung“, „durch Weiterempfehlung und Verlinkung / Vernetzung auf diversen Foren“, „trans* ist ein (großes) Thema unter vielen im Forum (forum.butch-femme.de), und weil es hier viel Diskussionsbedarf und -themen gibt, ermutigt das viele, auch eigene Fragen zu stellen.“

LSBT-JUGENDLICHE - ONLINE GUT BERATEN?

Studie zu Internetangeboten für schwule, lesbische und bisexuelle sowie transsexuelle und transgender Jugendliche

Stufe 2: Ausführliche Befragung von 51 Anbietern

Aufbau der Befragung / Logik Stufe 2



Beteiligung / Teilnehmende

Eingeladen wurden jene Teilnehmende von Stufe 1, die Anfragen zu mindestens einem der beiden Bereiche bekommen haben und sich zur Teilnahme an der 2. Stufe bereit erklärten – dies waren 66 der 81 Teilnehmenden.

Teilnahme-Motivation / aktive Rückmeldungen

Vom 1.10. bis zum 31.10. reagierten die 66 Eingeladenen wie folgt:

- 77% = 51 Eingeladene füllten den Fragebogen vollständig aus.
- 6% = 4 Eingeladene brachen die Eingabe ab.
- 11 Eingeladene nahmen nicht teil, einige meldeten sich wegen hoher Arbeitsbelastung oder gerade laufenden Veränderungen beim Anbieter, die z.B. mit Wechsel oder Ausfall der Ansprechpartner/innen verbunden waren, ab.

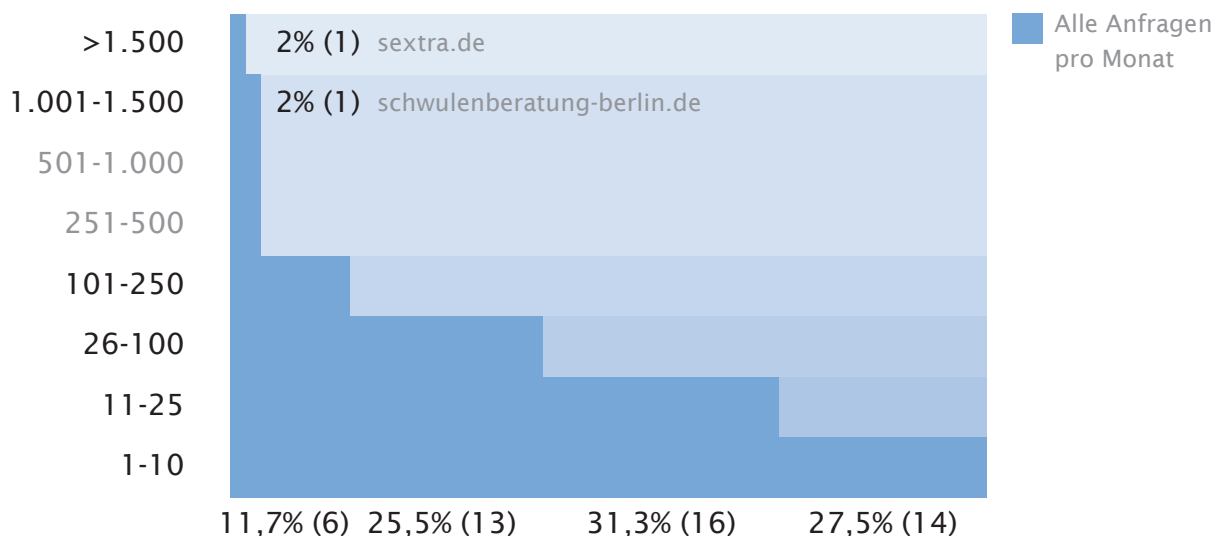
Die Rücklaufquote lag damit über 83%.

AUSSAGEKRAFT DER STATISTIKEN IN STUFE 2

Die Stichprobe von 51 Teilnehmenden ist – auch angesichts der großen Unterschiede zwischen den verschiedenen Angeboten – nur begrenzt repräsentativ. Die Daten ermöglichen einen ersten Einblick in die Situation und Arbeitsweise von Beratungsangeboten. Sobald aus dem Datenbestand eine aktive Vernetzungs(infra)struktur (Online-Katalog, Community o.ä.) in Betrieb genommen wurde, werden sich die Reichweite und die Rücklaufquoten möglicher Folgeuntersuchungen erhöhen.

Monatliche Beratungsanfragen an die Anbieter

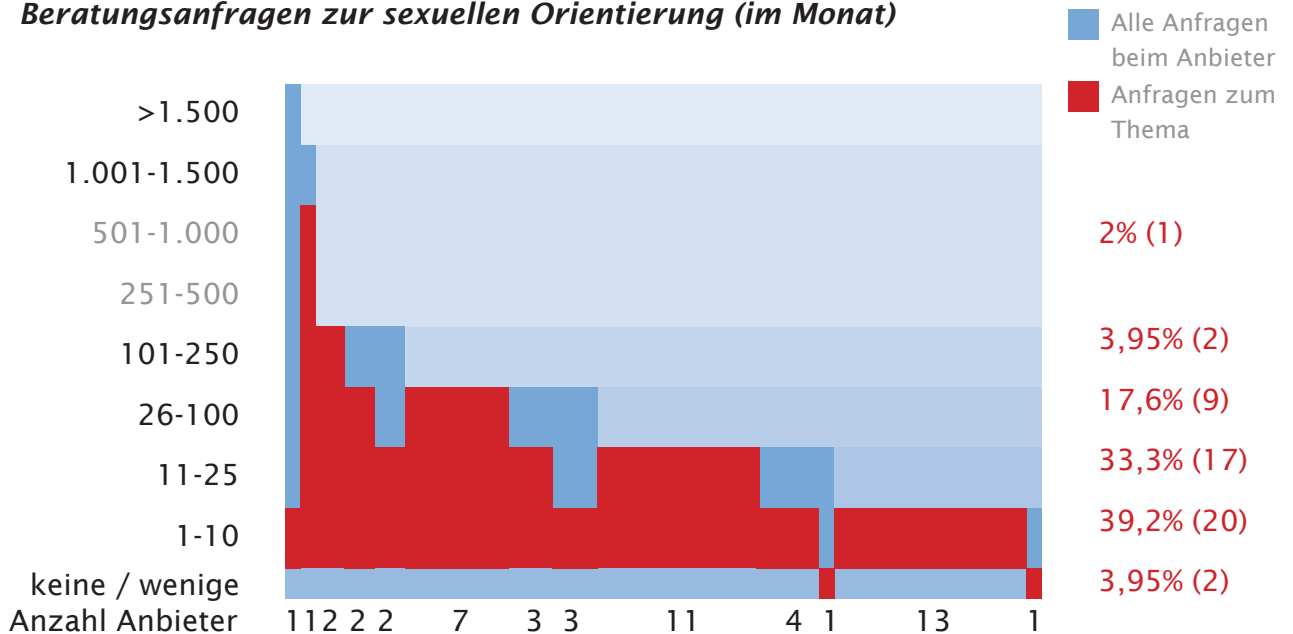
Die Teilnehmenden, die ihren Fragebogen komplett ausgefüllt haben, bearbeiten im Monat folgende Anzahl an Beratungsanfragen (insgesamt - nicht nur zu den Themen der Studie):



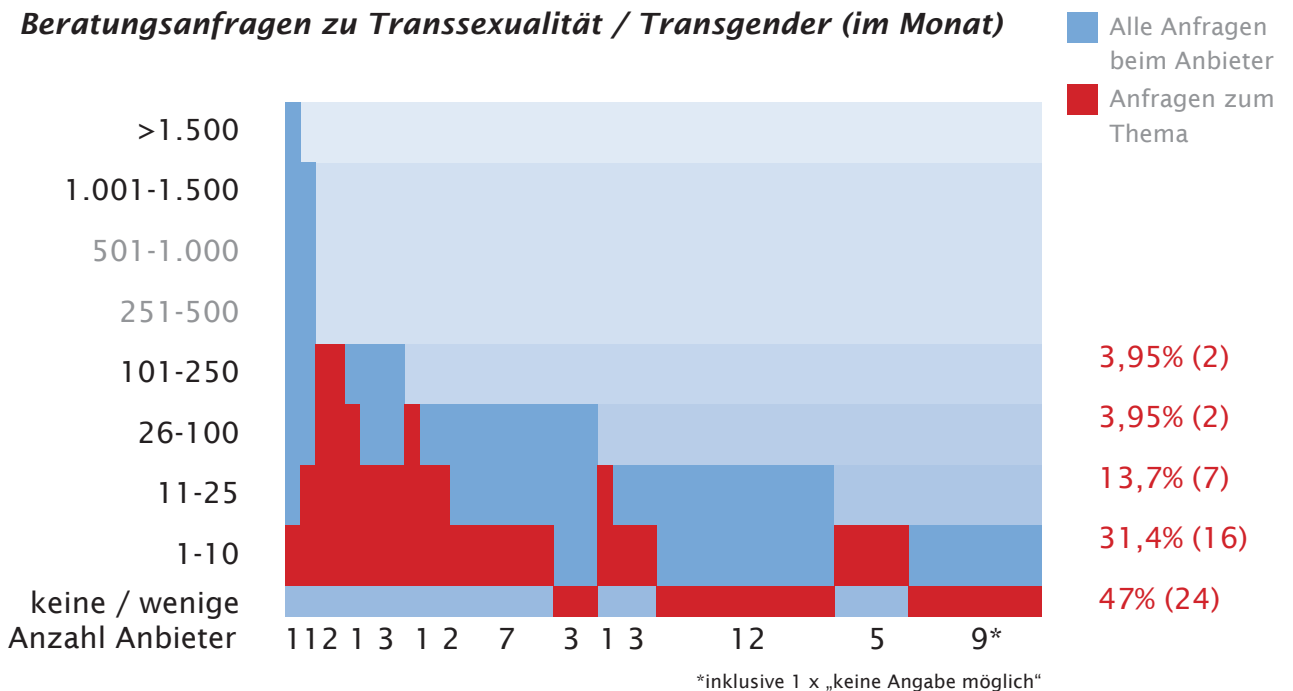
Wen fragen die Zielgruppen?

Bei der Analyse der Antworten auf diese Frage zeigt sich, dass der größte Anbieter (sextra.de) kaum konsultiert wird: Unter mehr als 1.500 Anfragen pro Monat sind jeweils weniger als 10 zu den beiden Themen dieser Studie. Insgesamt erhält fast die Hälfte aller Teilnehmenden keine oder nur wenige Anfragen zu Transsexualität.

Beratungsanfragen zur sexuellen Orientierung (im Monat)



Beratungsanfragen zu Transsexualität / Transgender (im Monat)



Herkunft der Zahlen zu den Beratungsanfragen

Die Angaben zu den Beratungsanfragen waren zur Hälfte von den Teilnehmenden geschätzt, die andere Hälfte der Teilnehmenden führt Statistiken über die Beratungsanfragen.

INTERPRETATION

Es gibt nur wenige „große“ Beratungsangebote, bei denen angesichts ihres Arbeitspensums hohe Beratungskompetenz impliziert werden kann.

Die Zielgruppen junger trans*- und les.bi.schwuler Menschen sucht anscheinend stärker nach auf die Themen sexuelle Orientierung oder Geschlechtsidentität spezialisierten Angeboten. Allgemeine Jugend- oder Sexualberatungen werden zu diesen Themenbereichen dagegen kaum angefragt

Die les.bi.schwule Zielgruppe stellt ihre Fragen in großem Maß bei Anbietern, die von vornherein ein kleines Beratungsangebot vorhalten (Beratung ist oft nur ein Teil des Angebots), die allerdings auf LSB(T)-Themen spezialisiert sind.

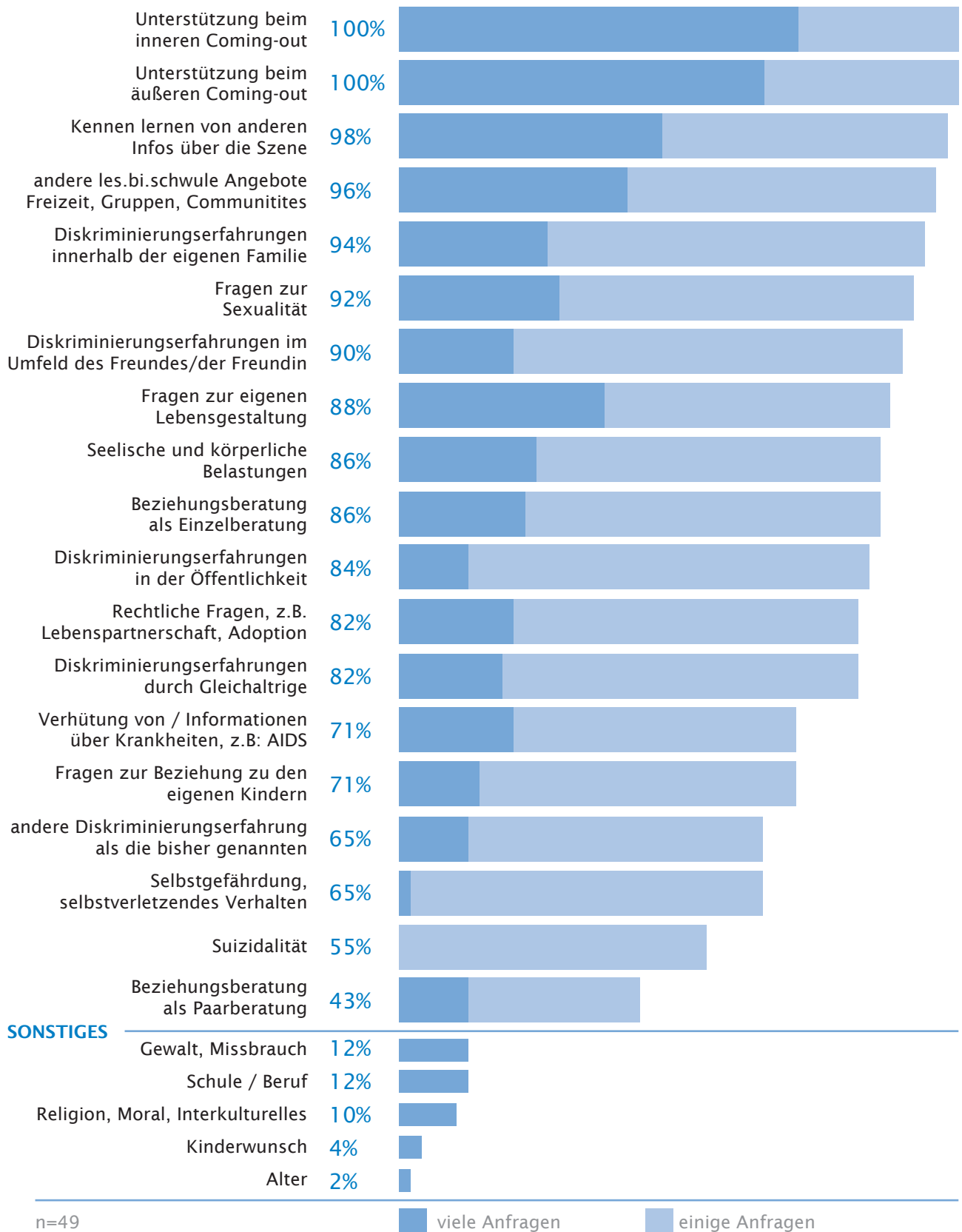
Auffällig ist, dass das Thema Geschlechtsidentität bei 24 Anbietern, also fast der Hälfte der Befragten, nicht in den Fragestellungen vorkommen – während es nur zwei Anbieter unter den Teilnehmenden gibt, die ausschließlich und regelmäßig zu den Trans*-Themen beraten. Dies kann darin begründet liegen, dass viele Vereine und Selbsthilfeangebote für beide Themenbereiche verantwortlich zeichnen oder sich zumindest als erste Anlaufstelle verstehen.

Außerdem liegt es nahe, dass die sexuelle Orientierung bei Fragen zur Geschlechtsidentität mit-thematisiert wird, da mit einer Anpassung der Geschlechtszuschreibung oft eine begriffliche Anpassung für die eigene sexuelle Orientierung einhergehen kann – oder die sexuelle Orientierung ebenfalls einem Entwicklungsprozess unterzogen ist.

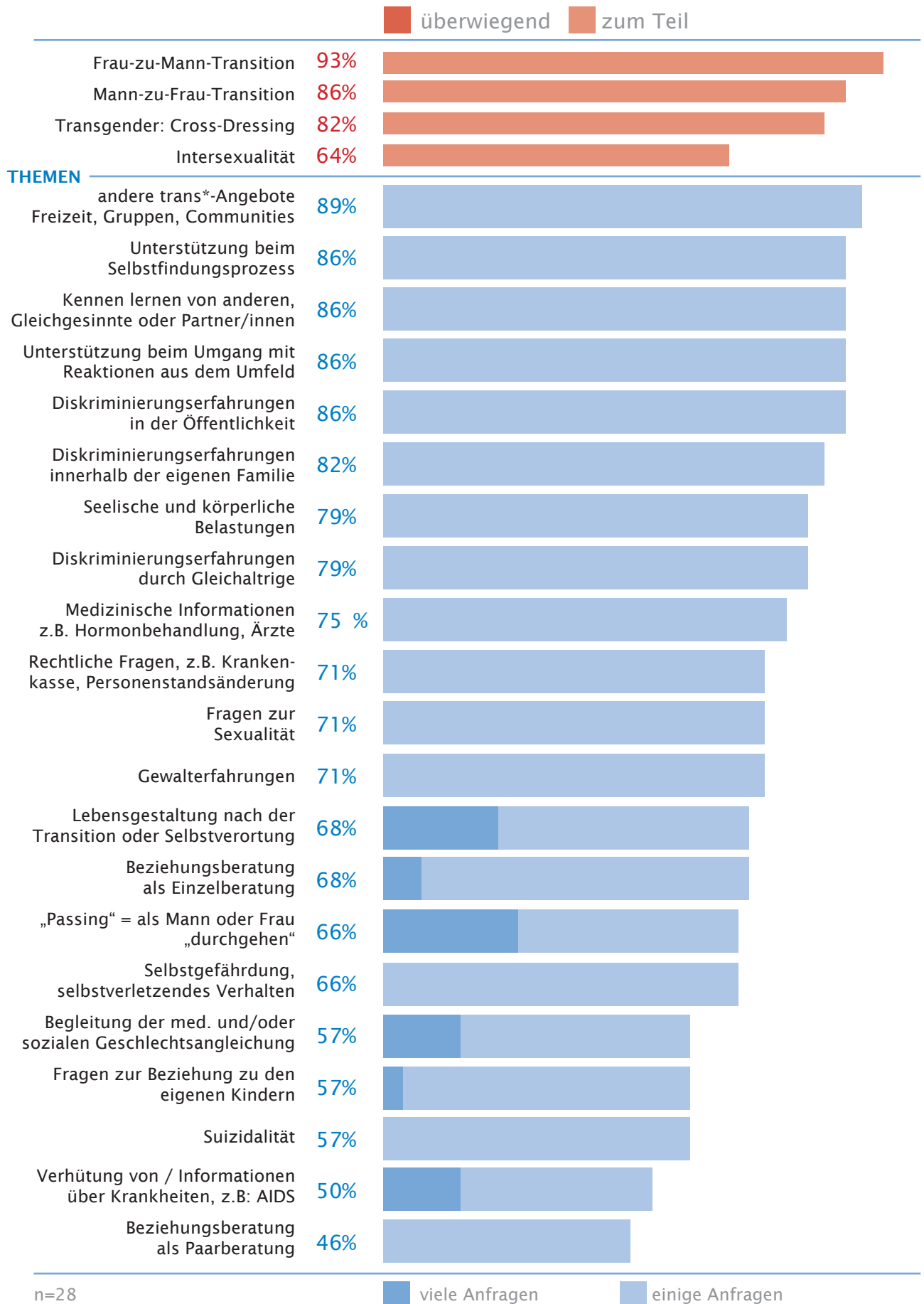
Dass „Geschlechtsidentität“ nicht im Umkehrschluss auch im selben Maße bei Fragen zur sexuellen Orientierung – oder bei Beratungsangeboten zur sexuellen Orientierung – thematisiert wird, kann sowohl am selteneren Hinterfragen der eigenen Geschlechtsidentität im Coming-out-Prozess liegen, als auch in bewusster Abgrenzung zu Trans*-Themen durch die Anbieter begründet liegen. Insbesondere private Seitenbetreiber/innen fokussieren sich im Vergleich zu vereins- oder verbandsorganisierten Angeboten stärker auf einen der beiden Themenkomplexe.

Themen in den Anfragen

Die 49 Träger, die Anfragen zur sexuellen Orientierung bekamen, berichten dass folgende Themen häufig oder ab und zu angefragt werden:



Trans-Identitäten und Themen bei der Beratung zur Geschlechtsidentität:



Die Beratungsthemen im Vergleich

Die Selbstfindung (inneres Coming-out), der Umgang mit dem Umfeld (äußeres Coming-out), Informationen zu anderen LSBT-Angeboten (Netzwerke, Communities, Gruppen) sowie das Kennenlernen anderer gehören in beiden Themenbereichen zu den Top 4 in leicht variierender Reihenfolge. Auch Diskriminierung wird stark thematisiert, hier unterscheiden sich allerdings sexuelle Orientierung und Geschlechtsidentität stärker: Während bei der sexuellen Orientierung Diskriminierungserfahrungen in der eigenen Familie und im Umfeld des Freundes oder der Freundin im Vordergrund stehen, thematisieren Fragende zur Geschlechtsidentität am häufigsten die Diskriminierung in der Öffentlichkeit und erst danach im eigenen familiären Umfeld.

Die seelischen und körperlichen Belastungen, zum Beispiel manifestiert durch Depressionen oder Sucht, rangieren in beiden Betroffenen Gruppen ähnlich hoch: Vier von fünf der teilnehmenden Beratungsangebote erhalten hierzu Anfragen. Auch Anfragen, in denen selbstgefährdendes Verhalten beschrieben wird, treffen bei zwei von drei Anbietern ein, Suizidgefährdung ist nur wenig seltener Thema (Vorkommen bei 55% der Anbieter).

Besonders viele Fragen treffen – wenn es um die sexuelle Orientierung geht – zum inneren und äußeren Coming-out ein. Über die Hälfte der teilnehmenden Beratungsangebote berichtet von „vielen Anfragen“ dazu.

Bei der Beratung zur Geschlechtsidentität gibt es keinen so eindeutigen Schwerpunkt. Besonders häufig (bei jedem dritten Anbieter) stellen die Ratsuchenden Fragen zu anderen trans*-Angeboten, wie Gruppen, Communities und Freizeitangeboten, bitten um Unterstützung beim Selbstfindungsprozess und haben rechtliche Fragen, zum Beispiel zum Sozialversicherungsrecht, Krankenkassen, dem Transsexuellengesetz (Namen- und Personenstandsänderung) oder den Ehe- und Lebenspartnerschaftsgesetzen.

Das einzige Thema, das bei weniger als 50% der Teilnehmenden angefragt wird, ist die Beziehungsberatung als Paar.

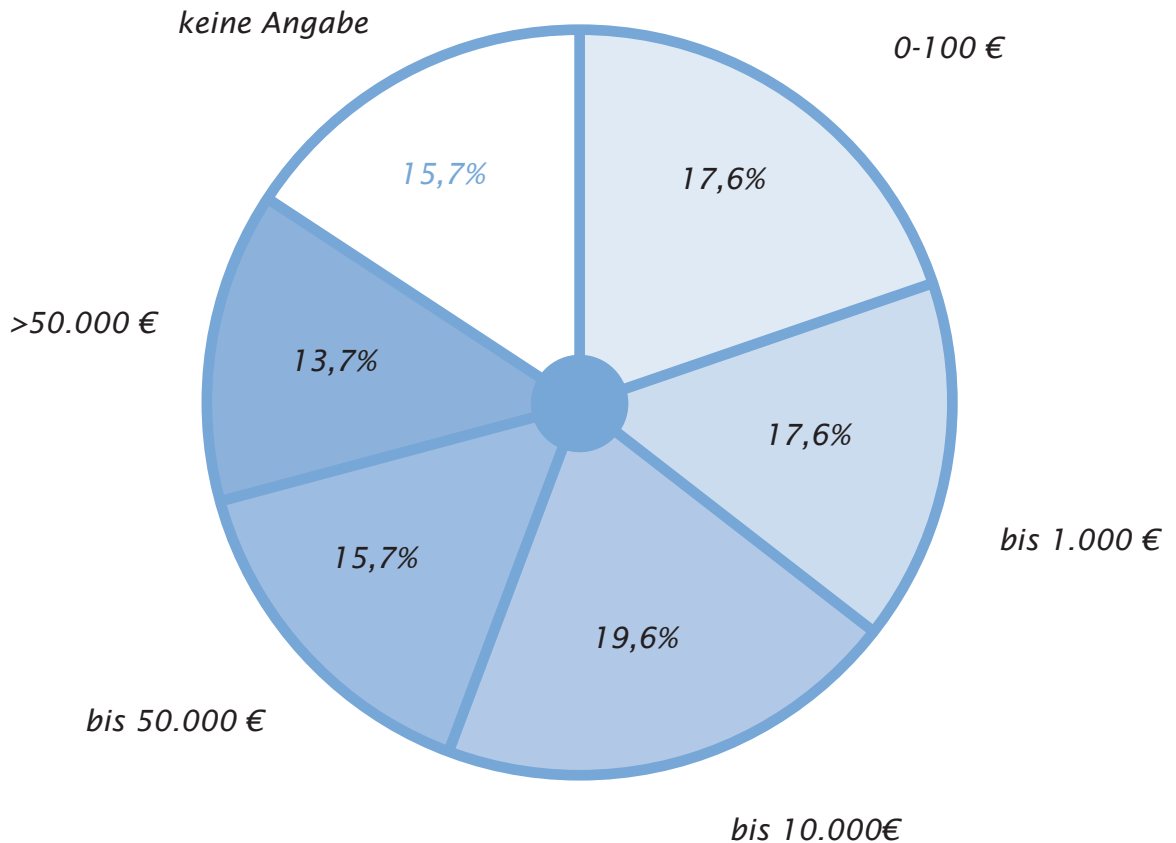
SCHLUSSFOLGERUNGEN

Während die Beratungsanfragen zum Thema sexuelle Orientierung stark auf das innere und äußere Coming-out und die Lebensgestaltung danach sowie auf den Kontakt zu anderen les.bi.schwulen Menschen fokussiert sind, erfordert die Trans*-Beratung ein sehr viel breiteres Wissens- und Themenspektrum.

Hier zeigt sich ein ungleich stärkerer Einfluss von externen (gesellschaftlichen und rechtlichen) Faktoren auf die Situation der Ratsuchenden, zudem kommt mit den medizinischen Aspekten eine weitere Dimension hinzu. Da sich kein Themenschwerpunkt herauskristallisiert, ist davon auszugehen, dass die Situationen, in denen sich die Anfragenden im Bereich Geschlechtsidentität befinden, von mehreren Fragen- und Problemfeldern gleichzeitig geprägt werden.

Finanzierung der Angebote

Die Antworten auf die Frage nach dem jährlichen Finanzbedarf zeigen, dass ein Drittel der Angebote mit einem geringen Finanzvolumen realisiert wird (bis 1.000 €). Ein Fünftel arbeitet mit einem Finanzvolumen bis 10.000 € und jedes siebte Angebot verfügt über ein Budget bis 50.000 €, das maximal eine Vollzeitkraft ermöglicht. Jedes achte Angebot verfügt über mehr als 50.000 €.



SCHLUSSFOLGERUNGEN

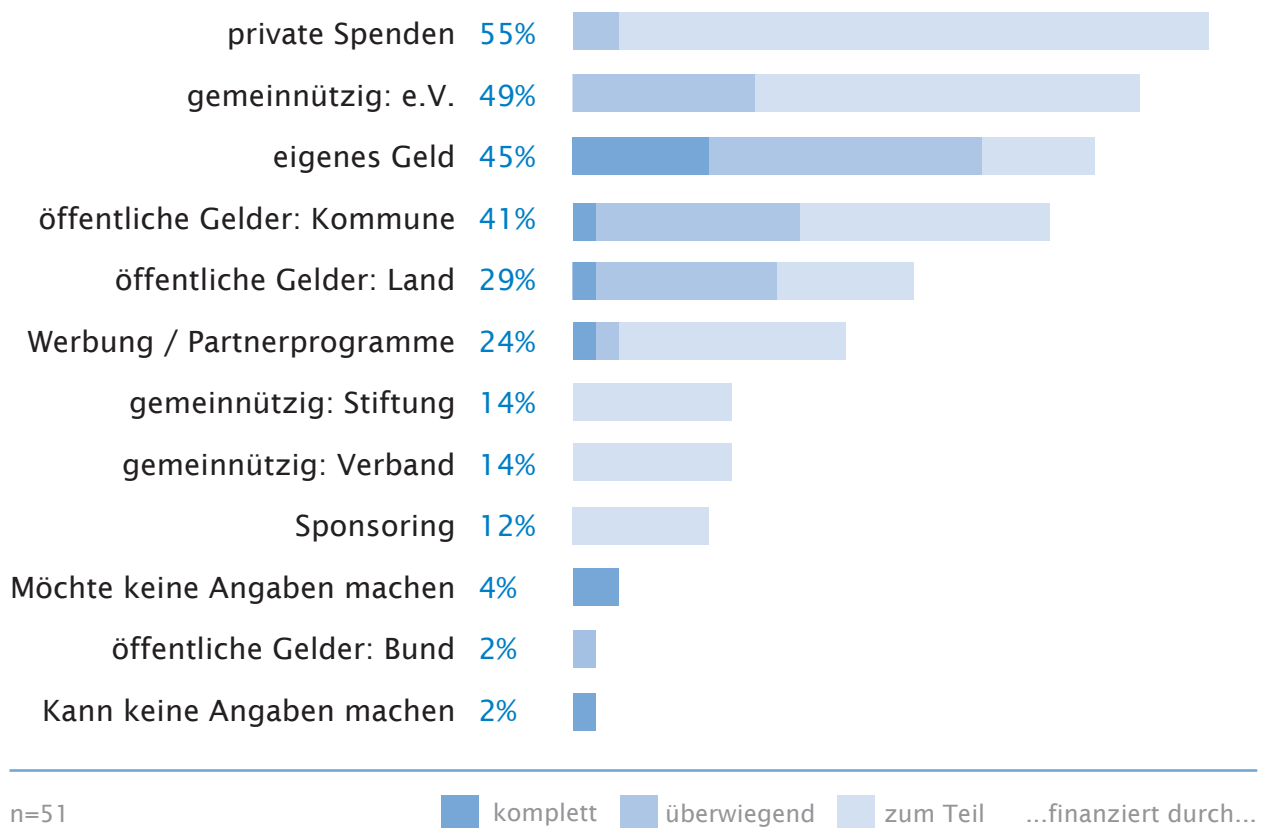
Es herrscht großer Mangel an professionellen Beratungsangeboten – insbesondere da sich unter den sieben finanzkräftigsten Anbietern mit sextra.de auch noch ein nicht-spezialisiertes und vergleichsweise wenig von den Zielgruppen frequentiertes Angebot befindet. An zweiter Stelle steht die Schwulenberatung Berlin, deren Angebot sich an schwule und bisexuelle Männer richtet, die jedoch kein speziell an Jugendliche adressiertes Angebot vorhält.

Gleichzeitig bedeutet es, dass im Internet eine weitere Form von Selbsthilfe entstanden ist, die aus Vereinsstrukturen oder privatem Engagement Einzelner herrührt. Hierfür Maßstäbe zur Qualitätskontrolle und Maßnahmen zur Förderung zu entwickeln, ist bislang nach unseren Recherchen noch nicht geschehen.

Finanzgeber der Angebote

Fast alle Teilnehmenden (94%) konnten und wollten Angaben zu den Finanzgebern machen. Nicht an der Finanzierung der teilnehmenden Beratungsangebote beteiligt sind die Europäische Union, kirchliche Institutionen oder kommerzielle Anbieter, wie z.B. Verlage. Keines der Angebote ist kostenfrei realisierbar, in fast jedem Beratungsangebot werden private Spenden oder eigenes Geld eingebracht. Sechs Angebote sind sogar vollständig privat von den Anbietenden finanziert.

Seitens der öffentlichen Hand ist es die kommunale Ebene, auf der - gefolgt von der Landesebene - Online-Beratung gefördert wird. Der Bund ist nur einmal Finanzgeber, nur jedes achte Angebot ist zum Teil über Sponsoren aus der Wirtschaft finanziert.



SCHLUSSFOLGERUNGEN

Beratungsangebote zur sexuellen Orientierung und zu Transsexualität werden großflächig privat finanziert. Es ist davon auszugehen, dass dies in hohem Maße die Betroffenen selbst sind, die einzahlen und/oder in Vereinen einwerben.

Die Finanzierung durch die öffentliche Hand ist stark regionalisiert, was dem Medium Internet nicht entspricht. Synergie-Effekte sind so kaum zu erzielen und auch die Stärken des Mediums, zum Beispiel junge Menschen in ländlichen Regionen oder schwächer bis nicht-finanzierenden Städten und Gemeinden zu erreichen, bleiben unter ihren Möglichkeiten genutzt.

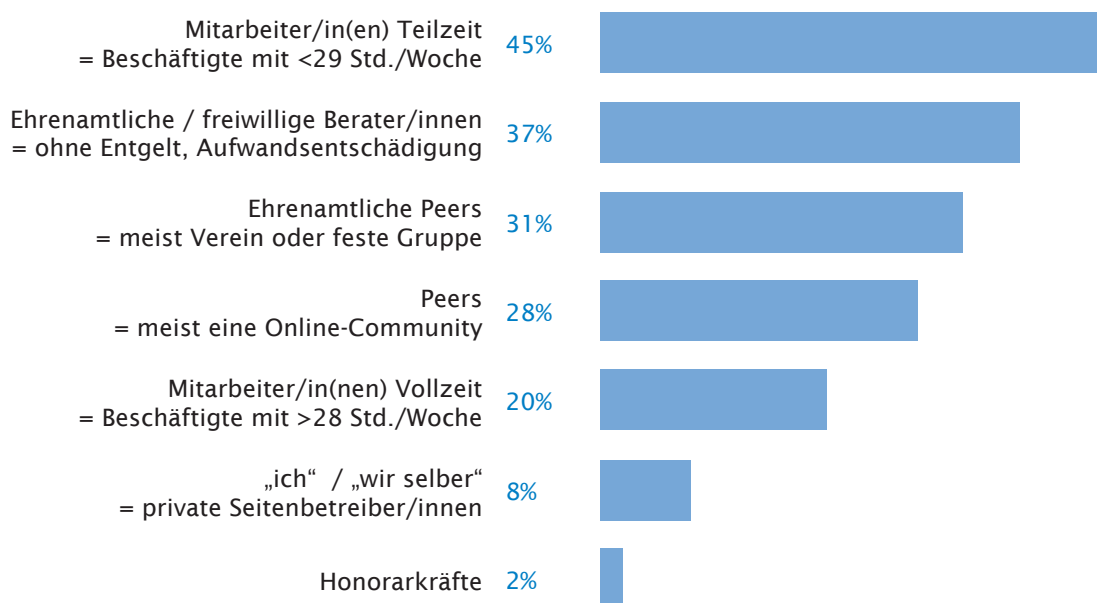
Zusammensetzung der Berater/innen

Der Großteil der Beratung zur sexuellen Orientierung und zu Geschlechtsidentität wird ehrenamtlich, unentgeltlich und/oder untereinander von Peers geleistet (Peers = Menschen aus derselben Zielgruppe, private Seitenbetreiber/innen).

Nur in jedem fünften Angebot sind Vollzeitkräfte beschäftigt, über Teilzeitkräfte verfügt fast jedes zweite Angebot. Jedes zwölfte Angebot ist ein Beratungsangebot ausschließlich der Seitenbetreiber/innen, meist eine, seltener zwei Personen.

Wer berät in Ihrem Angebot?

Mehrfachantwort möglich, n=51



INTERPRETATION

Das Internet wird vor allem als Selbsthilfemedium und Medium des Erfahrungsaustauschs genutzt. Viele der selbst organisierten Angebote entstanden (so zum Teil die Selbstaussagen auf den Webseiten) nach der Feststellung des Bedarfs, der nicht gedeckt schien.

Fast jedes dritte Angebot ist eine Online-Community. Diese Form der Beratung ist vergleichbar mit einer losen Selbsthilfegruppe. Sie nutzt die Möglichkeiten des Internets, unabhängig(er) von Zeit und Raum zu kommunizieren und schafft bestenfalls einen Synergieeffekt, da verschiedene Erfahrungen und Sichtweisen eingebracht werden. Es ist notwendig zu prüfen, wie in Communities mit kritischen Beratungssituationen (z.B. Selbstgefährdung) umgegangen wird und wie sowohl Qualität als auch Vernetzung mit Kriseninterventionsstellen gefördert werden können.

Die Beratungsleistungen im Überblick

Soweit es möglich war, haben die Teilnehmenden sowohl die Anzahl der Beratenden als auch deren für die Beratung zur Verfügung stehenden Stunden pro Monat angegeben.

Im Durchschnitt kommen...

- 22 Anbieter auf 1,9 Teilzeitberater/innen für je 19,9 Std./Monat
- 22 Anbieter auf 7,6 ehrenamtliche Berater/innen für je 3,7 Std./Monat
- 9 Anbieter auf 2,3 Vollzeitberater/innen für je 15,5 Std./Monat

16 Anbieter setzen auf Peer-zu-Peer-Beratung z.B. in Form von Internetforen. Bei 15 von ihnen beteiligen sich im Durchschnitt jeden Monat etwa 26 Peers aus den Zielgruppen. Würde das mit den 3,7 Stunden hochgerechnet, die ehrenamtliche Berater/innen z.B. in Vereinen leisten, entspräche das einer Gesamtberatungsleistung von etwa 1.400 Stunden.

Teilzeit-Berater/innen

Bei 23 Anbietern
42 Beratende
für 836 Std./Monat



sind Teilzeit-Berater/innen im Einsatz, 22 von ihnen gaben an:

Ehrenamtliche Berater/innen & Peers

Bei 26 Anbietern
167 Beratende
für 617 Std./Monat



sind ehrenamtliche Berater/innen im Einsatz, 22 von ihnen gaben an:

Peers in Communities


Bei 16 Anbietern
391 Beratende
im Monat



berät sich die Zielgruppe gegenseitig, 15 schätzten die Beteiligung auf:
Schätzung
Hochrechnung: 1.400 Std./Monat

Vollzeit-Berater/innen

Bei 10 Anbietern
21 Beratende
für 325 Std./Monat



sind Vollzeit-Berater/innen im Einsatz, 9 von ihnen gaben an:

HINWEISE ZUR STATISTIK

Zwei Teilnehmende wurden aus der Statistik zu den Mitarbeitenden- und Stundenangaben herausgenommen, da sie Ausreißer darstellen: sextra.de kann auf einen immensen Berater/innen-Stamm (>10.000 Vollzeitkräfte) zurückgreifen, wird aber von den Zielgruppen nur wenig in Anspruch genommen (jeweils <10 Anfragen pro Monat). Zweiter ausgenommener Ausreißer ist ein Portal, bei der für 1.000 ehrenamtliche Berater/innen nur 10 Stunden Beratung im Monat angegeben wurden.

Wer berät in Ihrem Angebot?

Vollzeitberater/innen

Von den 10 Angeboten mit Vollzeit-Mitarbeiter/innen (>28 Std./Woche) arbeiten 90% mit nur 1 bis 3 Beratenden, die im Höchstfall halbtags (80 Std./Monat) in der Beratung tätig sind. Nur 1 Anbieter (sextra.de) verfügt über einen großen Berater/innen-Stamm (>10.000 Vollzeit- und 150 Teilzeitberater/innen), wird allerdings wie bereits festgestellt seltener als viele andere Angebote von den Zielgruppen frequentiert.

Im Schnitt (sextra.de ausgenommen) stehen die 21 Vollzeit-Berater/innen 15,5 Stunden pro Monat für die Beratung zur Verfügung. Die Gesamtberatungsleistung pro Monat beträgt 325 Stunden.

Die Vollzeitkräfte haben ein abgeschlossenes Studium in (Mehrfachnennung möglich):

- 70% - (Sonder-)Pädagogik
- 50% - Psychologie
- 50% - Sozialarbeit
- 20% - ein anderer psychologisch/sozial orientierter Studiengang

Teilzeitberater/innen

Auch die Teilzeitberater/innen sind (außer bei sextra.de - hier als Ausreißer ausgenommen) eher rar gesät:

Anzahl der Teilzeitkräfte	Anbieter	%	Gesamtsumme	Durchschnitt
1	12	54,5%	286 Std./Monat	23,8 Std./Monat
2	6	27,3%	149 Std./Monat	12,4 Std./Monat
3	1	4,5%	60 Std./Monat	20,0 Std./Monat
4	2	9,1%	229 Std./Monat	28,6 Std./Monat
7	1	4,5%	112 Std./Monat	16,0 Std./Monat
Gesamtberatungsleistung der 42 Teilzeit-Berater/innen:			836 Std./Monat	19,9 Std./Monat

Die 42 Teilzeitkräfte bei den 23 Teilnehmenden haben ein abgeschlossenes Studium in

- 52% - (Sonder-)Pädagogik
- 44% - Psychologie, Medizin oder als Paartherapeutin
- 30% - Sozialarbeit
- 25% - einem anderen psychologisch/sozial orientierten Studiengang
- 9% - sind ausgebildete Erzieher/innen
- 9% - nannten „Studentin Psychologie“ / „sexualpädagogische Schulungen“

Mehrfachnennungen waren möglich.

Wer berät in Ihrem Angebot?

Ehrenamtler/innen

Bei 26 Angeboten beraten Ehrenamtliche und Peers innerhalb fester Strukturen. Wie viele und in welchen zeitlichen Umfang variiert hier sehr, zum Beispiel von einer/einem Beratenden mit zehn Beratungsstunden im Monat über 8 Beratende mit nur vier Std./Monat bis hin zu 70 Beratenden, die gemeinsam 1.500 Stunden im Monat aufbringen. Die 22 Antwortenden, die Angaben zu ihren ehrenamtlichen Berater/innen machen konnten, verfügen über:

Anzahl der Ehrenamtler/innen	Anbieter	%	Gesamtsumme	Durchschnitt
1-3, insgesamt 21 Ehrenamtliche	9	40,1%	97 Std./Monat	10,8 Std./Monat
4-5, insgesamt 35 Ehrenamtliche	8	36,4%	198 Std./Monat	5,7 Std./Monat
8-10, insgesamt 26 Ehrenamtliche	3	13,6%	50 Std./Monat	1,9 Std./Monat
15	1	4,5%	160 Std./Monat	10,7 Std./Monat
70	1	4,5%	112 Std./Monat	1,6 Std./Monat
Gesamtberatungsleistung der 167 Ehrenamtlichen:			617 Std./Monat	3,7 Std./Monat

Knapp ein Drittel (acht Teilnehmende) gaben an, die ehrenamtlichen Mitarbeiter/innen aufgrund ihrer beruflichen Qualifikation ausgewählt zu haben (Mehrfachnennungen möglich). Auffallend ist, dass es sich überwiegend um Studierende und Absolventen sozialpsychologischer Fächer handelt.

- 75% - haben ein abgeschlossenes Studium in Sozialarbeit
- 75% - studieren derzeit Psychologie, Pädagogik, Sozialarbeit oder Ähnliches
- 38% - absolvieren derzeit eine soziale Umschulung, Aus- oder Weiterbildung
- 38% - haben ein abgeschlossenes psych./soziales Studium
- 25% - haben jeweils
 - ein abgeschlossenes Studium in Psychologie
 - ein abgeschlossenes Studium in (Sonder-)Pädagogik
 - eine abgeschlossene Ausbildung als Erzieher/in
- 13% - also 1 nannte „Lehrkräfte, Medizinisches Personal, Priester, etc. – die Peers: Schüler/in Ausbildung (nicht zwingend sozial)“

INTERPRETATION

Ehrenamtlich Beratende sind zum Großteil Peers, also vornehmlich durch ihren eigenen Erfahrungsschatz und ihre Bereitschaft zum Engagement für die Beratung qualifiziert. Ihre für die Beratung durchschnittlich zur Verfügung gestellte Zeit variiert stark zwischen einer und zehn Stunden pro Monat, in seltenen Fällen liegt sie darüber.

Insgesamt stehen für die 2.000 Anfragen, die jeden Monat eintreffen (vgl. Stufe 1) 1.778 professionelle und ehrenamtliche Beratungsstunden zur Verfügung, also theoretisch weniger als eine Stunde pro Beratung.

Weitere Ergebnisse zur Qualität der Beratung

Wartezeiten

Die Hälfte der Anbieter gibt an, dass Anfragen bei ihnen in weniger als einem Tag beantwortet werden, bei weiteren 45% in weniger als einer Woche. Insgesamt ist also eine zeitnahe Beantwortung gewährleistet.

Wie lange dauert es im Durchschnitt von der Anfrage bis zur 1. Antwort?	absolut	%
weniger als 1 Stunde	4	3,9%
bis zu 12 Stunden	8	15,6%
weniger als 1 Tag	11	21,6%
1 bis 3 Tage	22	43,1%
weniger als 1 Woche	4	7,8%
Sonstiges	2	3,9%

Datenschutz

Auf die Frage, wie der Datenschutz während der Beratung gewährleistet wird, geben knapp die Hälfte der Anbieter die Antwort, dass sie nur wenige persönliche Daten speichern und diese nur den Beratenden und Administratoren zugänglich sind. Über ein lückenloses Sicherungssystem verfügen nur sechs von 51 Anbietern, elf nutzen Standard-Software (z.B. für ein Forum) und vertrauen auf die „mitgelieferte“ Absicherung. Hier besteht also durchaus Verbesserungsbedarf.

Vertraulichkeit

Zur Sicherung der Vertraulichkeit werden verschiedene Abstufungen gewählt:

- sechs Angebote sind komplett öffentlich einsehbar
- sechs Anbieter beschränken den Zugang auf registrierte Nutzer/innen, vier von ihnen schalten Registrierungen zusätzlich frei
- sieben Angebote sind nicht-öffentlich
- 20 Anbieter machen die Anfragen nur für die Beratenden einsehbar
- bei weiteren zehn wird eine Anfrage nur von einem oder einer bestimmten Berater/in bearbeitet.

Als vorbildlich kann die Antwort eines Anbieters angesehen werden: „der User kann selbst wählen ob öffentlich oder nicht, Lesen in den Foren ohne Registrierung möglich, Abstufungen der Vertraulichkeit durch verschiedene Beratungsangebote“. Angesichts der Sensibilität und Intimität der Themen kommt der Vertraulichkeit als Qualitätskriterium eine große Bedeutung zu.

Weitere Ergebnisse zur Qualität der Beratung

Störungen durch Belästigungen

Bei der Hälfte der Anbieter gehen Störungen und Belästigungen ein (26 von 51):

- die häufigste Störungsform ist Werbespam
- 3/4 berichten von Beschimpfungen wegen der sexuellen Orientierung
- 2/3 berichten von sexuellen Belästigungen
- 1/3 spricht von rechtsradikalen Belästigungen
- bei 1/4 wird das Angebot häufig durch Hacks, Skript- oder Bot-Angriffe zeitweise lahmgelegt

Gleichwohl haben nur drei Anbieter je einmal Anzeige wegen solcher Störungen erstattet. Hier wäre es interessant herauszufinden, ob es spezifische Angebote sind, die solchen Angriffen ausgesetzt sind und welche Schutz- und Gegenmaßnahmen ergriffen werden können.

Umgang mit Krisensituationen

Auf die Frage, was die Beratenden in Fällen tun, in denen sich die Ratsuchenden in einer selbstgefährdenden Krise befinden, gaben 90% der Anbieter frei formulierte differenzierte Antworten. Dies lässt darauf schließen, dass sie solche Situationen kennen. Ein Viertel der Anbieter traute sich selbst eine akute Krisenintervention zu, die Hälfte verweist weiter an Beratungsstellen vor Ort, auch „Weiterverweisen an andere Internetangebote und Telefonberatung“ wurde genannt. 75% halten es für schwieriger, Hilfsmaßnahmen vor Ort zu initiieren, als dies bei einer persönlichen Beratung der Fall wäre.

Weitervermitteln von Anfragen

Wenn sich die Beratenden selbst in einer Frage nicht für ausreichend kompetent halten, vermitteln sie an andere Stellen weiter bzw. arbeiten mit diesen zusammen. Fast 1/3 bezieht intern Andere mit ein, z.B. durch Supervision oder kollegiale Beratung.

Schwierigkeiten und Grenzen, typische Fehler

Die Grenzen der Onlineberatung sehen die Berater/innen insbesondere darin, dass es in Krisenfällen – im Vergleich zur Face-to-Face-Beratung – schwerer oder nicht möglich ist, Hilfsmaßnahmen vor Ort zu initiieren (76,5%). Auch dass Beratende und Ratsuchende eine hohe schriftliche Kommunikationskompetenz benötigen und es in der Schriftkommunikation häufiger (als bei Telefon- oder Face-to-Face-Beratung) zu Missverständnissen kommen kann, wird von jeder/jedem zweiten Teilnehmenden angeführt.

Die Teilnehmenden wurden nach typischen Fehlern in der Online-Beratung gefragt und nannten in den bis zu drei frei formulierbaren Antworten am häufigsten:

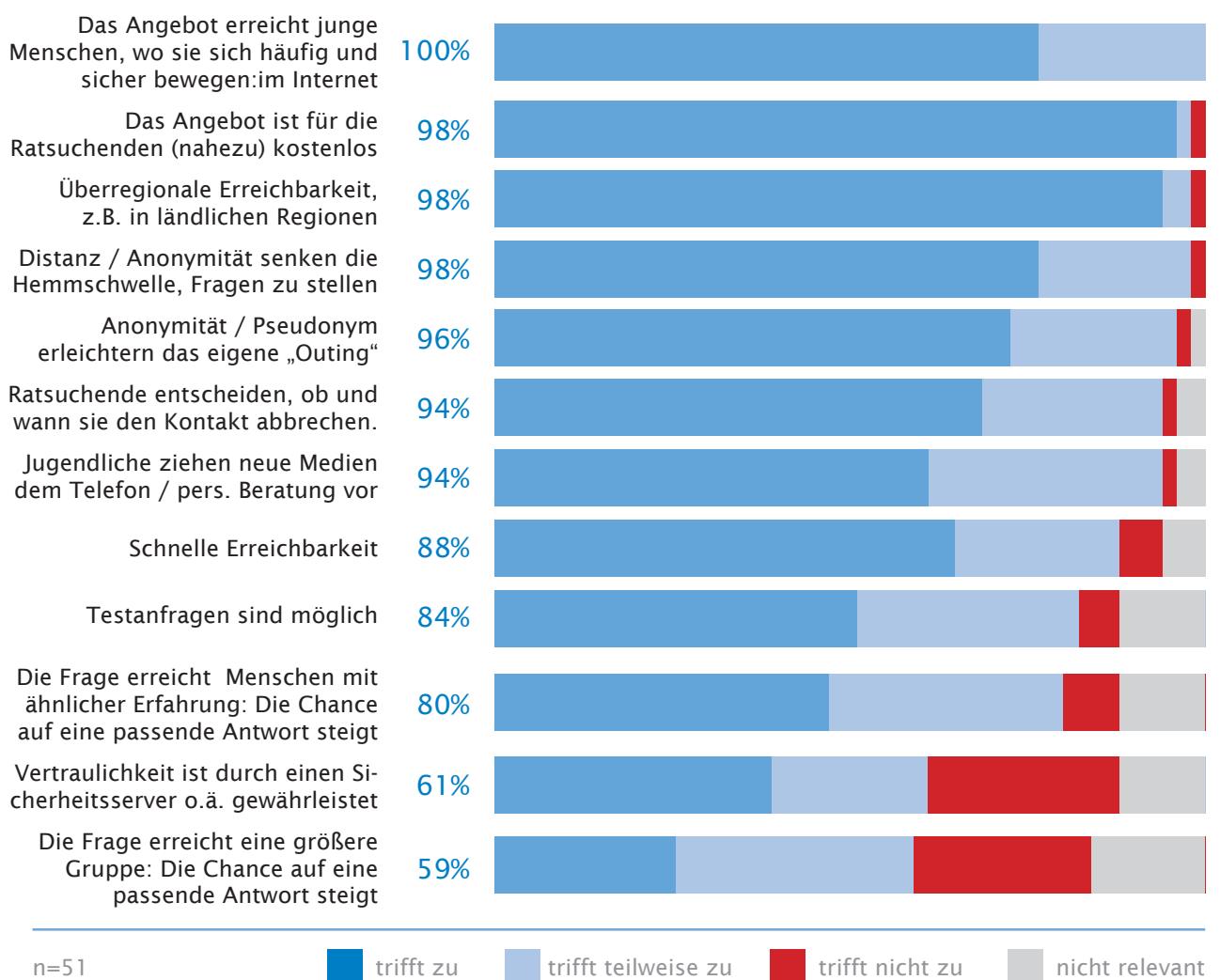
- methodische Fehler, z.B. Belehrung, zu allgemeine Antworten oder Einseitigkeit (45%)
- Fehleinschätzungen, z.B. wegen regionaler Unterschiede, zu wenig Nachfragen (33%)

Chancen und Vorteile von Online-Beratung

Mit Blick auf die **Ratsuchenden** schätzen die teilnehmenden Berater/innen insbesondere, dass das Medium Internet Jugendlichen vertraut, es nahezu kostenfrei für sie und überregional sowie rund um die Uhr erreichbar ist.

Zudem senkt nach Auffassung der Teilnehmenden die Anonymität und die Distanz des Mediums die Hemmschwelle, Fragen zu stellen. Hinzu kommt, dass Ratsuchende bei Online-Beratung stärker als bei der vor Ort-Beratung das Gefühl haben, die Situation im Griff zu haben und selbst bestimmen zu können, wann sie den Kontakt beenden.

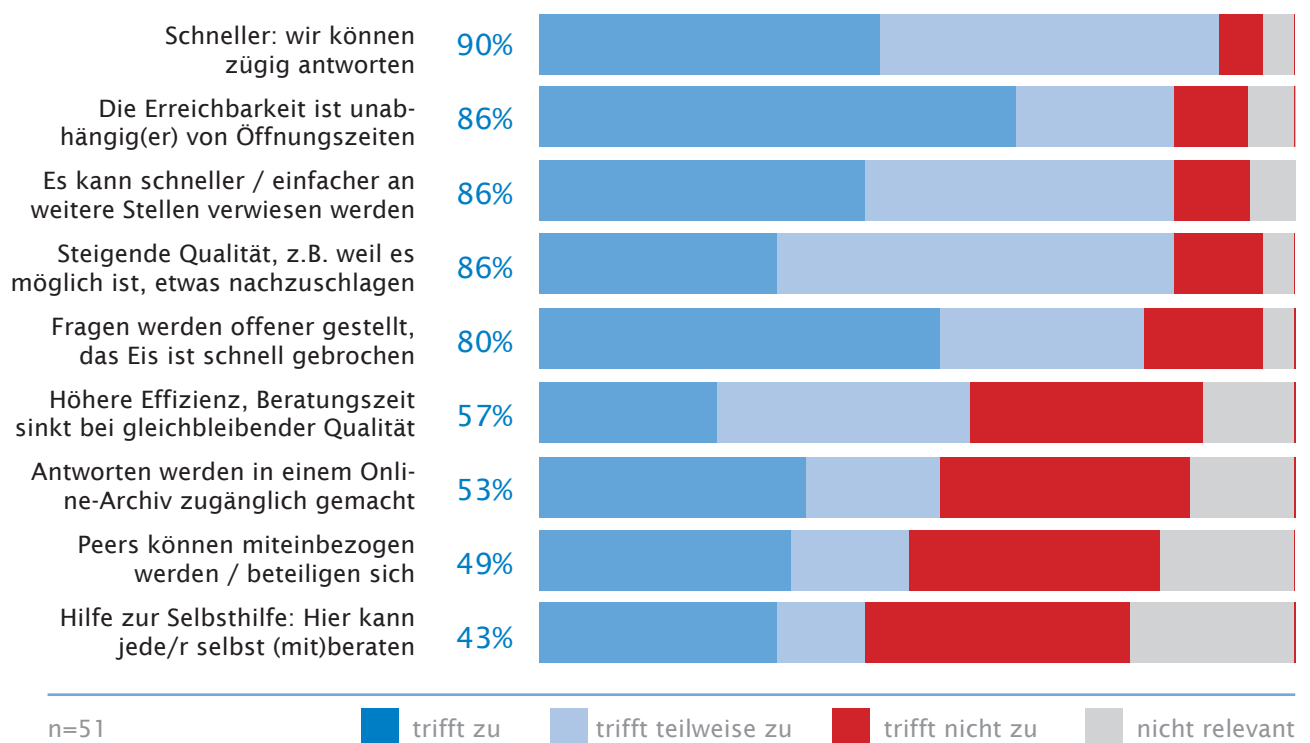
Außerdem scheinen die Themen sexuelle Orientierung und Geschlechtsidentität weiterhin heikel zu sein, denn in großem Maße wird Erleichterung beim Fragenstellen durch die Distanz und Anonymität des Internets angenommen.



Chancen und Vorteile von Online-Beratung

Aus Sicht der **Beratenden** liegen die Vorteile besonders in der Reaktionsgeschwindigkeit und der Erreichbarkeit unabhängig von Sprech- und Öffnungszeiten. Die Teilnehmenden finden, dass einfacher an andere Stellen verwiesen werden kann und dass sie besser helfen können, auch weil Sie die Möglichkeit haben, sich mit anderen zu beraten oder etwas nachzuschlagen. Auffällig ist auch, dass mehr als jede/r Zweite findet, dass im Vergleich zur persönlichen Face-to-Face-Beratung die Fragen offener gestellt werden und „das Eis schneller gebrochen“ ist.

Dass die Beratungszeit kürzer wird, finden nur drei von fünf, knapp ein Drittel widerspricht dem sogar. Peers beziehen knapp die Hälfte aller teilnehmenden Anbieter mit ein, zum Großteil in Form von Selbsthilfe-Strukturen, wie z.B. Foren, Mailinglisten oder offenen Chats - zum Teil mit Archiven bisheriger Fragen und Antworten.



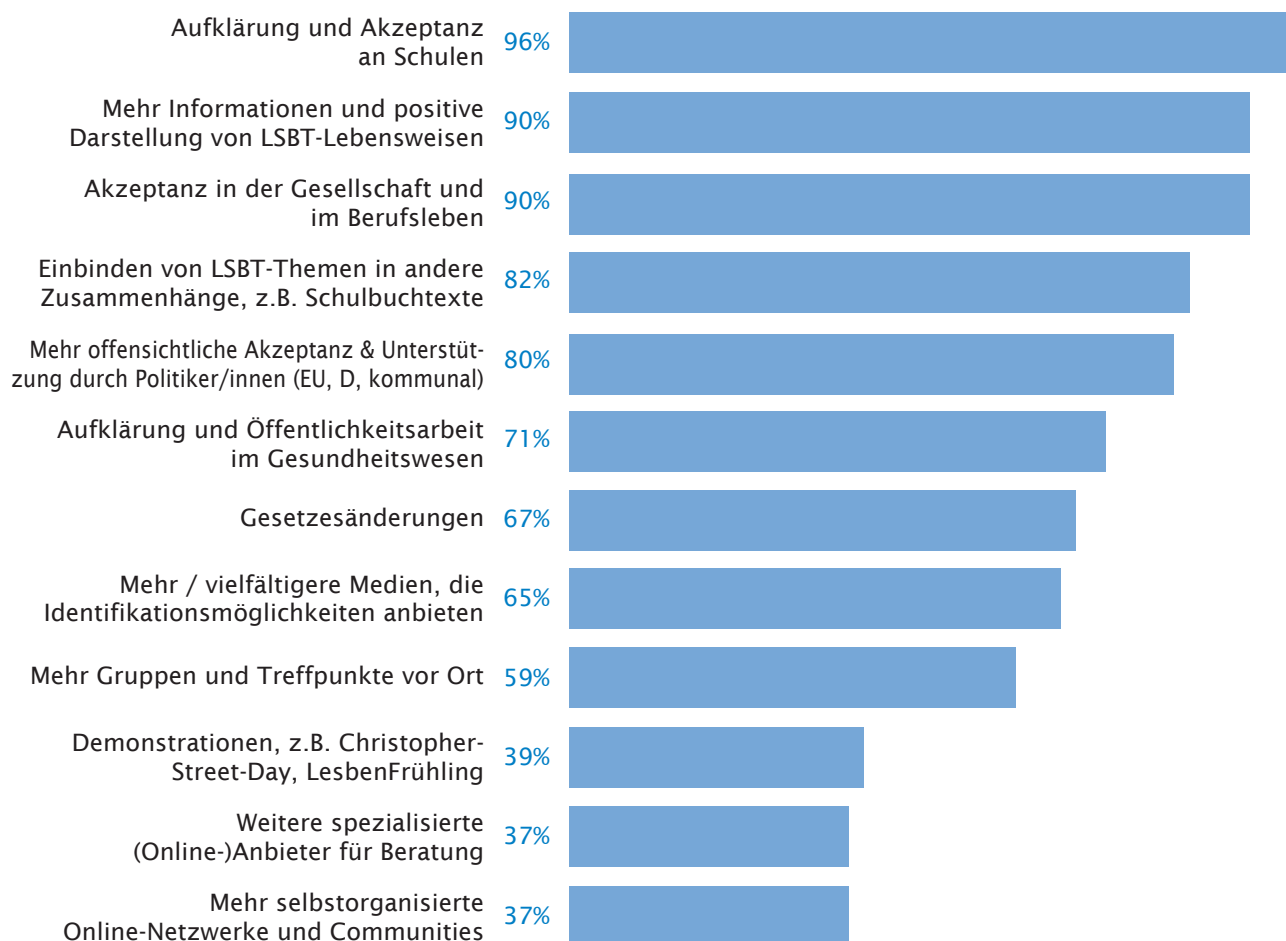
INTERPRETATION

In erster Linie profitieren die Beratenden von technischen Eigenschaften des Mediums Internet, von höherer Erreichbarkeit, Geschwindigkeit und Vernetzung.

Dass das Internet Beratungszeit einsparen könnte, ist nicht so zutreffend, wie es vermutet war, dafür ermöglicht die zeitversetzte und indirekte Kommunikation eine Qualitätssteigerung durch Supervision, Rückfragen bei anderen Beratenden oder schnellem Nachschlagen zwischendurch.

Verbesserung der LSBT-Lebenssituationen

Die Befragten gaben ihre persönliche Einschätzung dazu ab, was ihrer Meinung nach dazu beitragen würde, die Lebenssituation von jungen lesbischen, schwulen, bi- und transsexuellen oder transgender lebenden Menschen (LSBT) zu verbessern:



INTERPRETATION

Der Schule wird die größte Bedeutung beigemessen, was die Förderung von Akzeptanz und die Notwendigkeit von Aufklärung angeht. An zweiter Stelle rangiert die Gesellschaft im Gesamten. 71% finden, dass die Multiplikatoren im Gesundheitswesen – auch als Anlaufstelle für Betroffene – offenbar zu wenig über LSBT-Themen wissen. Fast 60% würden mehr Gruppen und Treffpunkte vor Ort begrüßen.

Demonstrationen und der LSBT-eigenen Vernetzung im Internet werden mit Abstand insgesamt wenig Veränderungspotenzial beigemessen.

Den Beitrag der eigenen Beratungsarbeit (oder den anderer Mit-Anbieter) sehen fast zwei von drei Berater/innen als ausreichend an.

LSBT-Jugendliche – Online gut beraten?

Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin (SenIAS)
Friederike Sobiech und Dr. Meike Watzlawik, TU Braunschweig, 2009

Wie kann die Beratung verbessert werden?

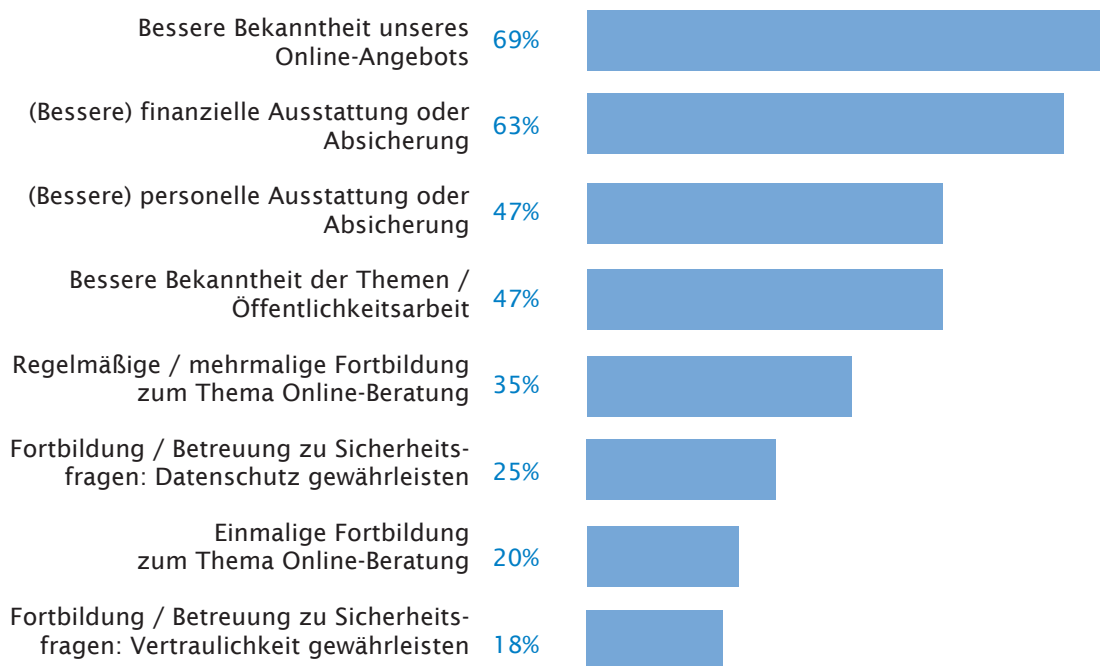
Die Hälfte aller Beratenden wünscht sich eine aktuelle Liste mit bundes- und internetweiten Ansprechpartnern und Weiterverweisungsstellen. Der Wunsch nach Austausch mit anderen Beratenden steht in beiden Themenbereichen auf Platz 2. Einen Mangel an Ansprechpartnern oder Gruppen vor Ort stellt mindestens jede/r dritte Teilnehmende fest und auch fachbezogene Fortbildungen und Austausch zwischen den Beratungsstellen rangieren unter den Top 5 der Verbesserungswünsche.

Jede/r Siebte hat (derzeit) keinen Verbesserungsbedarf für die Beratung beim Thema sexuelle Orientierung, bei der Geschlechtsidentität findet das jede/r Fünfte. Fachbücher oder Online-Fachinformationen sowohl zu den Themen selbst, als auch zur Beratung dazu, rangieren in beiden Themenkomplexen hinten, sie werden nur von 14% bis 25% der Teilnehmenden als hilfreich eingestuft, um Verbesserungen herbeizuführen.

Sexuelle Orientierung (n=51)	%	Platz	%	Transsexualität (n=51)
Aktuelle Liste von Ansprechpartnern und Weiterverweisungsstellen bundesweit oder internetweit	47,1%	1	54,9%	Aktuelle Liste von Ansprechpartnern und Weiterverweisungsstellen bundesweit oder internetweit
Austausch mit anderen Beratenden zum Thema sexuelle Orientierung / Coming-out	43,1%	2	41,2%	Austausch mit anderen Beratenden zum Thema Transsexualität / Transgender
(Mehr) Ansprechpartner oder Gruppen regional / vor Ort	39,2%	3	41,2%	Fortbildung(en) oder Coaching zur Beratung für Transsexualität / Transgender
Fach- und Erfahrungsaustausch mit anderen Coming-out-Beratungsstellen	37,3%	4	39,2%	Aktuelle Liste von Ansprechpartnern und Gruppen in der eigenen Region zum Thema Transsexualität / Transgender
Fortbildung(en) oder Coaching zu Coming-out-Beratung	35,3%	5	33,3%	(Mehr) Ansprechpartner oder Gruppen regional / vor Ort
Aktuelle Liste von Ansprechpartnern und Gruppen in der eigenen Region zum Thema Coming-out	31,4%	6	31,4%	Fach- und Erfahrungsaustausch mit anderen Trans-Beratungsstellen
(Mehr) Fachinformationen zur Coming-out-Beratung, die im Internet verfügbar sind	25,5%	7	27,5%	(Mehr) Fachinformationen zum Thema Transsexualität / Transgender, die im Internet verfügbar sind
(Mehr) Fachinformationen zum Thema sexuelle Orientierung / Coming-out, die im Internet verfügbar sind	19,6%	8	25,5%	(Mehr) Fachbücher, Lehrmaterial zum Thema Transsexualität / Transgender
(Mehr) Fachbücher, Lehrmaterial zum Thema sexuelle Orientierung / Coming-out	19,6%		21,6%	(Mehr) Fachinformationen zur Trans-Beratung, die im Internet verfügbar sind
Nichts - wir haben (derzeit) keinen Verbesserungsbedarf.	15,7%	9	21,6%	Nichts - wir haben (derzeit) keinen Verbesserungsbedarf.
(Mehr) Fachbücher, Lehrmaterial zur Coming-out-Beratung	13,7%	10	17,6%	(Mehr) Fachbücher, Lehrmaterial zur Beratung für Transsexualität / Transgender

Entwicklungspotential und -bedarf

Mehr als zwei Drittel der Teilnehmenden schätzen, dass ihnen ein höherer Bekanntheitsgrad bei der Weiterentwicklung ihres Beratungsangebots helfen kann, knapp dahinter liegt der Bedarf besserer finanzieller Absicherung. Fast die Hälfte aller Teilnehmenden wünscht sich zudem eine bessere personelle Ausstattung oder die Absicherung der bestehenden Personaldecke und schätzt eine bessere Bekanntheit der Themen, zum Beispiel durch Öffentlichkeitsarbeit, als hilfreich ein. Fortbildungen zu Sicherheitsfragen wie z.B. Datenschutz und Vertraulichkeit sowie zu Online-Beratung an sich folgen am Ende.



Weitere Zusammenarbeit

37 der 51 Anbieter haben Interesse an einem Fachaustausch mit anderen (online-) Anbietern zu den Themen der Umfrage. Dabei haben knapp die Hälfte der Antwortenden Interesse an einem Austausch „im realen Leben“ (Fachtagungen und -kongresse, Trainings und Regionaltreffen), etwa 1/3 wünscht sich verschiedene, zumeist dauerhafte Formen des virtuellen Austauschs.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Anbieter von Online-Beratung zu sexueller Orientierung und zur Geschlechtsidentität benötigen Unterstützung für ihre Vernetzung und die Auffindbarkeit ihrer Webseiten. Außerdem empfinden sie die vor-Ort-Versorgung durch Gruppen und Beratungsangebote als mangelhaft und ihre finanzielle und personelle Situation als unsicher. Aufklärung durch Öffentlichkeitsarbeit würde ihre Arbeitssituation ebenso verbessern, wie Fortbildungen zum Thema „Beratung via Internet“.

Eine ausführliche Auswertung des Datenmaterials (Datentabellen und frei formulierte Antworten) finden Sie auf der homepage www.online-gut-beraten.de