

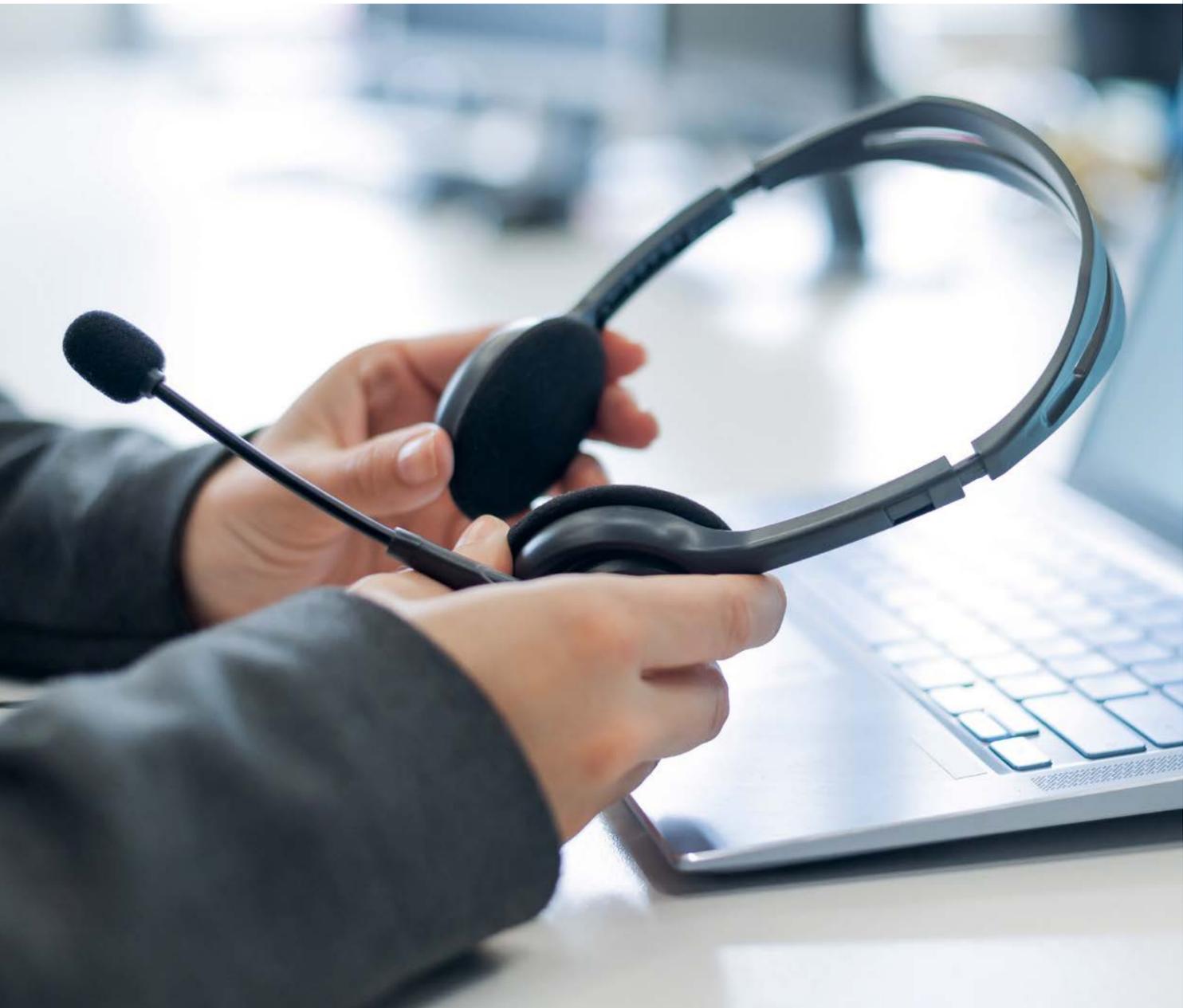


Manual für die Beratung am Telefon

Für Mitarbeitende der
Sucht- und Drogennotrufe
und der Einrichtungen der
Suchtprävention und Suchthilfe
und insbesondere der
Sucht & Drogen Hotline



Hinweise zur geschlechtergerechten Sprache bei der DHS finden Sie unter folgendem Link:
<http://www.dhs.de/gender-sprache>
Alternativ kommen Sie auch über den QR-Code auf unsere Erläuterungen.



Manual für die Beratung am Telefon

Für Mitarbeitende der
Sucht- und Drogennotrufe
und der Einrichtungen der
Suchtprävention und Suchthilfe
und insbesondere der
Sucht & Drogen Hotline

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Einführung | 3 |
| 1 Grundlagen der Telefonberatung | 4 |
| 1.1 Kommunikationskanäle in der Beratung | 5 |
| 1.2 Grundregeln einer guten Sprechweise am Telefon | 8 |
| 1.3 Rhetorik am Telefon | 9 |
| 1.4 Die Wahl der Worte | 10 |
| 1.5 Die Anrufenden: Betroffene oder Angehörige? | 11 |
| 2 Grundlagen der Kommunikation: Was wir uns wie sagen | 12 |
| 2.1 Stuart Hall: Das Sender-Empfänger-Modell | 13 |
| 2.2 Paul Watzlawick und Friedemann Schulz von Thun: Fünf Grundsätze der Kommunikation und die vier Seiten einer Nachricht | 15 |
| 3 Eigene innere Grundhaltung im Gespräch: Wertschätzung, Verstehen und Stimmigkeit | 21 |
| 3.1 Akzeptanz und Wertschätzung: Du bist gut, wie du bist | 22 |
| 3.2 Empathie: Fähigkeit, wahrzunehmen, was in einem anderen vorgeht | 23 |
| 3.3 Stimmigkeit: Glaubwürdig, echt und der Situation angemessen | 24 |
| 4 Hilfreiche Kommunikationstechniken und Methoden | 26 |
| 4.1 Aktives Zuhören | 27 |
| 4.2 Fragen statt sagen: Wer fragt, setzt Menschen in Bewegung | 29 |
| 4.3 Ich-Botschaften senden und nutzen | 32 |
| 4.4 Motivierende Gesprächsführung | 34 |
| 5 Interkulturelle Kommunikation: Thema unserer Zeit | 41 |
| 6 Sechs Phasen einer gelungenen Telefonberatung | 46 |
| 7 Besondere Problemfelder | 52 |
| 7.1 Umgang mit schwierigen Anruferinnen und Anrufern | 53 |
| Was tun, wenn Anrufende Vielredner bzw. -rednerinnen sind? | 55 |
| Was tun, wenn Anrufende schweigen? | 56 |
| Was tun, wenn Anrufende ausfallend sind oder werden? | 57 |
| Was tun, wenn Anrufende sich nicht festlegen wollen? | 58 |
| 7.2 Notfälle und besondere Herausforderungen in der Telefonberatung | 59 |
| Verhalten und Verantwortung bei Notfallanruferinnen und -anrufern | 59 |
| Umgang mit Daueranrufern und Daueranruferinnen | 59 |
| Umgang mit Sex-Anrufern und Sex-Anruferinnen | 63 |
| Anrufende mit komplexen Problemlagen | 63 |
| Anrufende mit Doppel- oder Mehrfachdiagnosen | 63 |
| 7.3 „Mitbetroffenheit“ – oder die Betroffenheit der Angehörigen | 64 |
| Suchtunterstützendes Verhalten in drei Phasen | 64 |
| Elternberatung – Wenn die eigenen Kinder Probleme haben | 67 |
| 8 Anhang: Wenn Sie mehr wissen wollen | 71 |
| Anhang Teil 1 Rahmenbedingungen für Beratende | 72 |
| Anhang Teil 2 Gesprächsführung im Detail: Beispiele und Formulierungen | 73 |
| Anhang Teil 3 Sechs Stadien der Veränderung (nach Prochaska und DiClemente) | 78 |
| Anhang Teil 4 Literaturempfehlungen und Quellenangaben | 80 |
| Anhang Teil 5 Informationsmaterial zum Thema Sucht und Abhängigkeit | 82 |
| Anhang Teil 6 Beratende Institutionen, Informationsstellen und Verbände | 84 |
| Die DHS | 86 |
| Die BZgA | 87 |
| Impressum | 88 |

Einführung

Im Jahr 2003 erschien die erste Ausgabe des Manuals für die Beratung am Telefon. Sie halten nunmehr die dritte Auflage in den Händen. Die Leserinnen und Leser mögen sich fragen, was ändert sich an den Grundlagen der Kommunikation in dieser Zeit? Nicht viel und doch einiges. So sind es Ihre Erfahrungen und Wünsche, die in die Neufassung eingeflossen sind. Und natürlich verändern sich schleichend die Rahmenbedingungen der Kommunikation: Ausdruck, Stil, Wortwahl und innere Haltung der Kommunizierenden unterliegen einem steten Wandel. Die Vielfalt unserer Gesellschaft wird deutlicher thematisiert. Damit geht eine erhöhte Sprachsensibilität einher. Auch Kommunikationskanäle sind im steten Wandel, so erweiterte sich das Beratungsangebot auf soziale Medien. Onlinechats und die Nutzung von Messengerdiensten werden vielfach angeboten, sind jedoch nur am Rande Thema dieses Manuals. Im Zentrum steht die Beratung im Telefongespräch.

Zum Glück gibt es aber auch unveränderliche Größen. Empathische Grundhaltung und die gelungene Akzentuierung der Beziehungsebene sind solche Konstanten, die niemand ernsthaft in Zweifel zieht. Und dennoch erscheinen immer neue Kommunikations-, Beratungs- und Therapiekonzepte, die keineswegs bisherige Erkenntnisse in Frage stellen, jedoch neue Akzente anbieten. Beispielhaft seien an dieser Stelle die „Motivierende Gesprächsführung“ (Miller, Rollnick, 2015) und das „Mentalisieren“ (Haim Omer, Arist von Schlippe, 2016) genannt.

Das Manual wendet sich aber auch an Mitarbeitende aller Einrichtungen der Suchtprävention und Suchthilfe, die Anrufe Ratsuchender entgegennehmen. Ihnen soll dieses Manual eine Basis für Telefonate mit Hilfesuchenden geben. Ziel ist es, den Anrufenden schnell und kompetent Auskunft geben zu können und grundsätzlich eine gewisse Sicherheit im Umgang mit schwierigen Anrufenden zu erlangen. Die Grenzen zwischen einem Anruf und einem Hilfeanruf sind unscharf und entwickeln sich oftmals

erst innerhalb eines Telefonates. Darauf sollten die Mitarbeitenden eingestellt sein. Ihre Institutionen sollten im Vorfeld die damit verbundenen Aufgaben und Rollen geklärt haben.

Der Aufbau und die Inhalte des Manuals orientieren sich am Informationsbedarf unterschiedlicher Zielgruppen. Jedes Kapitel beginnt mit einer Inhaltsübersicht und einer Kurzdarstellung. Die ersten drei Kapitel führen in die Telefonkommunikation ein. Sie sind allgemein gehalten und gelten für alle ehrenamtlichen und professionellen Mitarbeitenden gleichermaßen.

Ab Kapitel 4 „Hilfreiche Kommunikationstechniken und Methoden“ werden vorrangig Aspekte der Beratung am Telefon vermittelt. Dies betrifft vor allem die Praxis der Beraterinnen und Berater der Telefon-Notrufe und -Hotlines, insbesondere der Sucht & Drogen Hotline. Methoden der Gesprächsführung, Aufgaben und Rolle der Beratenden sowie mögliche Besonderheiten der Ratsuchenden werden praxisnah vermittelt.

Diejenigen, die gerne auf Checklisten oder weitere Formulierungsvorschläge zurückgreifen möchten, finden im Anhang zusätzliche Vorschläge und weitere Informationsangebote.

Das Manual ist als einführendes Informationsangebot konzipiert. Es soll Sie mit den Grundlagen vertraut machen, kann aber verhaltensorientierte Kommunikationstrainings nicht ersetzen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Praxistransfer, gute Telefonate und hilfegebende Beratungsgespräche in der Telefonberatung.

Grundlagen der Telefonberatung

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Telefonieren, schreiben, Videochats oder im direkten Kontakt von Angesicht zu Angesicht. Kommunikation findet auf unterschiedlichen Kanälen statt – alle bieten besondere Chancen, aber auch Einschränkungen.

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

- Kommunikationskanäle: Das Telefon bekommt Konkurrenz
- Gute Sprechweise: Atmung, Stimme und Stimmwirkung
- Rhetorik: Vom ersten Eindruck bis zur Verabschiedung
- Die Wahl der Worte
- Ihr Lächeln kann man hören
- Die Anrufenden: Betroffene oder Angehörige?

1.1 Kommunikationskanäle in der Beratung

Die Kontaktaufnahme und Beratung am Telefon ist sicherlich noch der vorrangige Kommunikationskanal. Daher steht das Telefongespräch auch weiterhin im Zentrum dieses Manuals. Andere Medien haben aber bereits in die Beratungspraxis Einzug gehalten und werden in den nächsten Jahren mit großer Wahrscheinlichkeit an Bedeutung gewinnen. Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, werden andere Kommunikationskanäle am Rande erwähnt, wengleich nicht in der Tiefe besprochen.

Telefonieren wird weder im Rahmen der schulischen noch der beruflichen Ausbildung erlernt. Es wird üblicherweise als „Basis-Qualifikation“ angesehen, über die jeder verfügt. Tatsächlich ist es ja auch so, dass jeder Mensch telefoniert – soweit er oder sie der Sprache mächtig ist. Spätestens seit Sie in der Telefonberatung tätig sind oder für Ihre Einrichtung Telefonate entgegennehmen, wissen Sie, dass gute Gespräche am Telefon nicht „zufällig“ entstehen. Sie haben bereits Erfahrungen in der Beratung am Telefon gesammelt. Dabei haben Sie wahrscheinlich Gespräche erlebt, mit denen Sie sehr zufrieden waren, die Sie als „gute Gespräche“ bezeichnen würden. Daneben haben Sie wohl auch schon erlebt, dass

Gespräche und Beratungen am Telefon unbefriedigend verlaufen sind. In diesem Kapitel finden Sie Anregungen für die Gesprächsführung und Beratung am Telefon. Manche der aufgeführten Informationen werden nicht neu oder gar selbstverständlich für Sie sein, vieles machen Sie wahrscheinlich bereits „intuitiv“ gut – vielleicht ist Ihnen bisher die Bedeutung einiger Aspekte nicht so deutlich gewesen. Nutzen Sie die folgenden Ausführungen als eine Art „Bestandsaufnahme“ Ihres Gesprächs- und Beratungsverhaltens am Telefon. Dabei werden Sie Ihre Stärken und eventuell auch einige Entwicklungsmöglichkeiten erkennen. Neben fachkundiger Beratung ist es besonders wichtig, dass die Anrufenden sich während des Telefonkontaktes ernst genommen und verstanden fühlen. Weiterhin entscheidend ist es, dass die Beratenden die Probleme und Wünsche der Anrufenden erkennen und diese mit hoher Aufmerksamkeit und Sorgfalt bearbeiten.

Um das Potenzial des Telefons und der Telefonberatung einschätzen zu können, machen wir uns zunächst mit einigen Unterschieden der geläufigsten Kommunikationssettings vertraut, die alle ihre Vor- und Nachteile haben.

Das Gespräch vis-à-vis

Vorteile

Mehr Ausdruckskraft durch Körpersprache (Gestik, Mimik, Blickkontakt, Haltung etc.)

Unsicherheit, Zweifel und Ablehnung usw. werden eher sichtbar und können thematisiert werden

Weniger Missverständnisse, da man sehen kann, ob das Vermittelte richtig verstanden wurde und im Zweifel können Nachfragen für ein besseres Verständnis sorgen

Nachteile

Meist höherer Zeit- und Kostenaufwand (Termin vereinbaren, Anfahrtszeiten etc.)

Persönliches Erscheinen kann eine Hürde für Ratsuchende sein



Das Telefongespräch



Vorteile

Alle Beteiligten sind mit diesem Medium vertraut
Aufwand, Kosten und Nutzen stehen in einem guten Verhältnis
Gewünschte Anonymität kann in einem Telefonat gewährleistet werden

Nachteile

Körpersprache, Gestik, Mimik, Blickkontakt, Haltung etc. nicht oder nur sehr eingeschränkt einsetzbar
Höheres Risiko für Missverständnisse und größerer Raum für Interpretationen
Vorzeitiges Beenden des Gesprächs leichter möglich

Schriftliche Kommunikation per Brief, E-Mail oder Text-Chat



Vorteile

Mehr Zeit zum Formulieren (taktische Aussagen)
Die Inhalte sind dokumentiert und jederzeit zur weiteren eindeutigen Verwendung nutzbar

Nachteile

Großer Zeitaufwand
Beziehungsebene kann nicht durch Körpersprache, Stimmwirkung und andere individuelle Eigenschaften des gesprochenen Wortes (Wie wird gesprochen?) gestaltet werden

Messenger-Applikationen



Vorteile

Sehr verbreitetes Medium, große Zahl möglicher Ratsuchender wird erreicht
Gutes Angebot für niederschwellige Beratung
Anonymität (je nach Messenger) möglich

Nachteile

Stimmwirkung und Körpersprache nicht nutzbar
Höheres Maß an Missverständnissen und Fehldeutungen der Botschaften ist zu beobachten
Je nach Vertrautheit mit dem Medium, gewöhnungsbedürftiges Handling, z.B. Schreibgeschwindigkeit, Einsatz von Emojis, etc.
Datenschutzrechtliche Aspekte sind zu bedenken

Messenger-Applikationen mit Video-Funktion



Vorteile

Aufwand, Kosten und Nutzen können in einem guten Verhältnis stehen
Zunehmend vertrautes Medium, große Zahl möglicher Ratsuchender kann erreicht werden
Gutes Angebot für niederschwellige Beratung
Ausdrucksmöglichkeiten im Vergleich zum Telefon vielfältiger

Nachteile

Je nach Vertrautheit mit dem Medium, gewöhnungsbedürftiges Handling
Technische Rahmenbedingungen müssen bei beiden Kommunikationsparteien vorhanden sein
Datenschutzrechtliche Aspekte sind zu bedenken

1.2 Grundregeln einer guten Sprechweise am Telefon

Die Atmung

Sprechen ist gezieltes Entweichen eingatmeter Luft entlang der Stimmbänder. Lautstärke, Tonhöhen, Sprechtempo und Deutlichkeit der Aussprache sind also – wie auch andere Faktoren des Sprechens – nicht zuletzt von der zur Verfügung stehenden Luft abhängig. Wenn der Sprecher oder die Sprecherin mit der in den kurzen Einatmungspausen gewonnenen Luft nicht gekonnt umgeht, klingt Sprache abgehackt, gepresst und zerrissen. Die Betonung, der Zusammenhang von Sätzen und Gedanken und somit die Verständlichkeit des Gesagten werden dann ebenfalls darunter leiden. Sorgen Sie also dafür, dass Sie stets genug Atem zum Sprechen haben. Bevor Sie den Telefonhörer abnehmen, kommen Sie kurz zur Ruhe und atmen Sie einmal tief durch, das lässt Sie entspannter und ruhiger wirken.



Praxistipp:

Atmen Sie bewusst ein, bevor Sie den Hörer abnehmen. Wenn Sie stehen, bevor Sie den Hörer abheben, haben Sie mehr Volumen für die Atmung.

Modulation („Wie wird gesprochen?“)

Die Sprachmelodie ist meist Ausdruck der Stimmung, in der wir gerade sind. Jeder Zustand hat seine eigene Melodie: Freude, Begeisterung, Trauer, Zorn etc. Stimme, Sprechgeschwindigkeit und Sprechtechnik bestimmen wesentlich über den Erfolg einer Kommunikation am Telefon. Überzeugende Wirkung wird daher nur dann entfaltet, wenn die Information der Inhaltsebene (Fachwissen) mit der Information der Beziehungsebene (Freundlichkeit, innere Haltung zum Anrufenden) übereinstimmt. Ein Lächeln hört man! Durch Betonung und Aussprache wird es möglich, Einfluss auf das Verhalten der Interaktionspartnerinnen und -partner zu nehmen. Die richtige Atemtechnik sowie gesprochene Satzzeichen – insbesondere das Ausrufezeichen, Fragezeichen und der Gedankenstrich als Denkpause – vermitteln Dynamik und Engagement. Dadurch wirken Sie überzeugender und glaubwürdiger.

Auch Lautstärke und Tonfall der Stimme haben einen starken Einfluss auf die Überzeugungskraft. Die Zwischentöne in diesen Bereichen spiegeln die Bandbreite der Einflussmöglichkeiten. So haben wissenschaftliche Untersuchungen ergeben, dass lauter Tonfall Dominanzgefühle, sanfter Tonfall dagegen Unterlegenheit und Unterordnung vermittelt. Die positivste Wirkung wird demnach mit einer mittleren Lautstärke erzielt.

Unstimmigkeiten, die sich negativ auf den Gesprächsverlauf auswirken können, entstehen beispielsweise auch dann, wenn Stimme und Erscheinungsbild nicht den Vorstellungen entsprechen, die sich andere von uns gemacht haben. Ein Stimmbildungstraining kann dazu beitragen, die eigene Stimme zu entwickeln (vgl. Jessen, 2006; Semmelrock, 2013).

Vor allem bei Telefongesprächen sollten Sie bei jedem Gespräch erneut darauf achten, langsam, deutlich und akzentuiert zu sprechen und sich, soweit es geht, in Wortwahl und Sprechtempo Ihrem Gesprächspartner oder Ihrer Gesprächspartnerin anzupassen. Wer pausenlos und gleichmäßig spricht, wirkt übereifrig oder gelangweilt. Durch Pausen geben Sie Ihrem Gegenüber die Möglichkeit, eigene Gedanken und Überlegungen zu äußern. Versäumen Sie das, fühlen sich Anruferinnen und Anrufer nicht beteiligt. Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner brauchen außerdem Zeit, um das Gehörte gedanklich zu verarbeiten, mitzudenken, Zweifel oder Bestätigungen zu entwickeln und zu formulieren. Pausen sind nötig, um Atem zu holen und den nächsten Satz gedanklich vorzubereiten. Achten Sie aber darauf, dass Sie die Pausen an der richtigen Stelle setzen. Die Wirkung eines Wortes kann durch eine richtig gesetzte Pause stark erhöht werden. Mit einer falsch gesetzten Pause kann ein Satz gänzlich anders verstanden werden.

Ihre Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner hören auch ein Lächeln in Ihrer Stimme. Das bringt die nötige Freundlichkeit in das Gespräch und sorgt für eine gute Grundstimmung.

1.3 Rhetorik am Telefon

Zur Rhetorik am Telefon zählt vor allem eine verständliche und überzeugende Ausdrucksweise. Richten Sie bitte Ihr Sprachniveau und Ihre Wortwahl an den momentanen Möglichkeiten Ihres Gegenübers aus. Hier eine kleine Auswahl rhetorischer Elemente, die Ihnen in der Telefonberatung helfen können.

Der Erste Eindruck zählt

Stimmen Sie schon in der Begrüßung Ihre Gesprächspartner und -partnerinnen positiv ein, indem Sie mit mittlerer Lautstärke sprechen und Ihr Interesse an Ihrem Gegenüber bekunden.

Achten Sie bei der Begrüßung darauf, dass die zu Beratenden alle Elemente Ihrer Begrüßung klar und deutlich verstehen können.

Beim Namen nennen

Sollte die Anruferin oder der Anrufer nicht den Wunsch haben anonym zu bleiben, nennen Sie gelegentlich ihren oder seinen Namen.

Gestikulieren Sie ruhig

Wenn es zu Ihnen passt und Sie in direkten persönlichen Kontakten eine bewegte Körpersprache haben, behalten Sie dies auch im Telefonkontakt bei. Ihre Kommunikationspartnerinnen und -partner werden es spüren und Ihre authentische Wirkung schätzen.

Ihr Lächeln kann man hören

Wenn Sie mit grimmigem Gesicht telefonieren, wird dies nicht ohne Wirkung bleiben. Probieren Sie es im Telefontraining aus: Telefonieren Sie abwechselnd mit grimmigem Gesicht und oder einem Lächeln – spüren Sie den Unterschied, wenn Sie lächelnd sprechen?

Knappe Botschaften

Nach 30 Sekunden hört niemand mehr zu! Es gibt Menschen, die reden und reden und reden und lassen andere nicht zu Wort kommen. Dabei schalten die meisten Zuhörerinnen und Zuhörer nach 30 Sekunden ab und wenden sich ihren eigenen Gedanken zu – oder langweilen sich. Daraus ergibt sich eine Faustregel: Fassen Sie sich kurz und versuchen Sie, Ihre Botschaften so knapp und konzentriert wie

möglich zu präsentieren. Dann lassen Sie Ihre Gesprächspartnerin oder Ihren -partner zu Wort kommen. Es gilt der alte Grundsatz: Dialog vor Monolog.

Einfachheit

Vermeiden Sie alle Wörter, die die Klarheit Ihrer Aussagen beeinträchtigen! Das Wort „eigentlich“ ist eines der beliebtesten Füllwörter. Es schränkt die Überzeugungskraft der Argumente ein. Wenn eine Kollegin oder ein Kollege zu Ihnen sagt: „Eigentlich hast du das ziemlich gut gemacht!“, hören Sie in diesem Satz sicher kein Kompliment, sondern ein großes „Aber ...!“ Auch mit „vielleicht“, „würde“ oder „könnte“ stellen Sie Ihre Aussagen infrage. Mit „äh“, „öm“ oder anderen Füllwörtern erschweren Sie es den Ratsuchenden, das Wesentliche Ihrer Aussagen herauszufinden. Eine schlechtere Gesprächsatmosphäre, längere Gespräche und Missverständnisse könnten die Folge sein. In schwierigen Situationen werden diese Wörter vermutlich trotzdem „rausrut-schen“. Es kann daher hilfreich sein, im kollegialen Austausch gelegentlich um ein Feedback zu bitten oder sich durch die Aufzeichnung von Telefonaten selbst zu kontrollieren. Das hilft, Füllwörter zu vermeiden: Konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Inhalte und verwenden Sie kurze und einfache Formulierungen. Dies entlastet das Gehirn und optimiert das Sprechdenken.

Und zum Schluss: Die Verabschiedung

Nicht nur der erste Eindruck zählt, auch der letzte ist von Bedeutung. Wollen Sie der Anruferin oder dem Anrufer zum Schluss noch etwas sagen? Vielleicht haben Sie auch noch einen Wunsch für Ihn? Lassen Sie ihn hören!

Konkrete Hinweise und Formulierungen finden Sie im sechsten Kapitel dieses Manuals.

1.4 Die Wahl der Worte

Es entstehen wahrscheinlich in keinem anderen Bereich so viele Missverständnisse wie in der Sprache. So gehen wir meist von der Überzeugung aus, zu wissen, was jedes einzelne Wort für jeden und jede bedeutet. Dabei existiert eine Vielzahl von Wörtern, die mehrdeutig sind. In manchen Zusammenhängen ist eine Verallgemeinerung notwendig, um von den Gesprächspartnern bzw. -partnerinnen verstanden zu werden, insbesondere bei wissenschaftlichen Themen, deren Verständnis detailliertes Grundwissen voraussetzt. Durch bewusstes und unbewusstes Verallgemeinern können aber Informationen unterdrückt oder entstellt werden, was wiederum Kommunikationsverluste zur Folge haben kann. Diese entstehen ebenfalls, wenn sich Aussagen durch ungenaue Sprache inhaltlich ändern.

Ebenso wie Ihre Stimme beeinflusst Ihre Sprache. Es ist nicht grundsätzlich erforderlich, am Telefon dialektfrei zu sprechen – im Gegenteil! Eine leichte Dialektfärbung kann Sie sympathischer erscheinen lassen, als wenn Sie übertrieben fehlerfreies Hochdeutsch sprechen. Der Mittelweg ist die beste Entscheidung: Gehobene Umgangssprache. Bildhafte Ausdrucksweise (Visualisierung) wird leichter verstanden und schneller aufgenommen. Deshalb dringt sie tiefer in das Unterbewusstsein ein und löst emotionale Erlebnisse aus. Die genaue Wortwahl verleiht der Sprache Farbe. Hierzu reicht der aktive Wortschatz oft nicht aus. Deshalb sollten Sie bestrebt sein, den Wortschatz um die Skala der Wörter zu erweitern, die Sie verstehen, aber selten oder nie benutzen. Der Gesamtwortschatz der deutschen Sprache wird auf 300.000 – 500.000 Wörter geschätzt. Eine Angabe, die alle Fachausdrücke einschließt, ist nach Aussage von Fachleuten nicht möglich. Unser passiver Wortschatz umfasst alle Wörter, die wir kennen und mittels derer wir die Äußerungen unserer Mitmenschen verstehen können – auch wenn wir sie nicht benutzen. Um die Dimensionen zu verdeutlichen: Der große Duden enthält „nur“ 148.000 Wörter. Und jetzt kommt es noch ernüchternder: Ein gebildeter Mensch versteht davon nur gut die Hälfte! Und diese ihm bekannten Wörter verwendet er längst nicht allesamt. Die Fülle der Wörter, die wir nutzen, bildet den aktiven Wortschatz. Dieser umfasst, je nach Bildung und Übung, etwa 2.000 bis 4.000 Wörter – kein Vergleich also zu unserem passiven Wortschatz.

Benutzen Sie in Ihrer Telefonberatung keine schwer verständlichen Fachbegriffe. Nur so vermeiden Sie Missverständnisse. Die Wenigsten geben sich gerne die Blöße, nach der Bedeutung eines Fachbegriffes zu fragen. Die Furcht vor einer Bloßstellung ist in der Regel zu groß. Eine besonders gute Wirkung lässt sich durch bildhaftes Sprechen erzielen, so dass sich der Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin wichtige Details vorstellen kann.

Vergleichen Sie folgende Sätze:

„Das ist genau richtig.“

„Da haben Sie voll ins Schwarze getroffen.“

Der erste Satz transportiert den Inhalt korrekt und ist in vielen Fällen auch passend.

Der zweite Satz ist jedoch wirkungsvoller. Er arbeitet mit bildhafter Sprache, einer kleinen Metapher. Durch diese Technik bewirken Sie zweierlei:

- ▶ Ihr Gegenüber versteht, was Sie sagen und kann es sich leichter merken. Eine bildhafte Sprache ist eingängiger und die Fähigkeiten des Gehirns werden optimal genutzt.
- ▶ Ihr Gegenüber fühlt sich verstanden und es macht Freude, mit Ihnen zu sprechen. Ihre Sprache vermittelt und unterhält.



Praxistipp:

Beratung auf Augenhöhe: Wortwahl und Satzbau an die sprachlichen Möglichkeiten der Ratsuchenden anpassen. Dies vermittelt Gleichwertigkeit. Seien Sie sich der Möglichkeiten der bildhaften Sprache bewusst.

1.5 Die Anrufenden: Betroffene oder Angehörige?

Der Adressatenkreis der Ratsuchenden beschränkt sich nicht auf Menschen mit einem Suchtproblem. In vielen Fällen, Fachleute gehen von bis zu 40 Prozent aus, sind es Freundinnen, Freunde und Angehörige der Ratsuchenden.

Somit ist es unerlässlich, den Adressatenkreis zweigeteilt zu sehen. Diese Zweiteilung hat jedoch keinen Einfluss auf die Wirksamkeit der vorgestellten Empfehlungen zur Gesprächsführung. Kommunikationstechniken und Methoden finden für beide Adressatenkreise gleichermaßen Anwendung. Warum sollte beispielsweise das Aktive Zuhören nur für eine Zielgruppe wirksam sein? Auch **Fragetechniken** (siehe Kapitel 4.2) entfalten in vielen Fällen die gewünschte Wirkung, das Gespräch zu steuern. Natürlich können Sie auch auf Elemente der **Motivierenden Gesprächsführung** (siehe Kapitel 4.4) zurückgreifen.

Inhaltlich gibt es aber möglicherweise Unterschiede. Um diesen Unterschieden gerecht zu werden, empfehlen Expertinnen und Experten aus dem Bereich der Telefonberatung grundsätzlich folgenden Gesprächsaufbau:

- ▶ Die Ratsuchenden sollen ermutigt werden, die Geschichte der betroffenen Person zu erzählen.
- ▶ Die Ratsuchenden sollen im Anschluss berichten, wie belastend diese Situation für sie persönlich ist.
- ▶ Und es gibt entgegen der üblichen Empfehlungen eine Abweichung: Weisen Sie bitte eindringlich darauf hin, dass Ratsuchende der betroffenen Person nur eingeschränkt helfen können. Der größte Teil einer Lösung, vielleicht sogar der ganze Teil, liegt in der Verantwortung der betroffenen Person. Sie muss die Initiative für eine Veränderung selbst ergreifen. Diese Empfehlung muss allerdings bei besorgten Eltern von minderjährigen Kindern auf die vorliegende Problemlage angepasst werden.

Weitere Informationen zum Gespräch mit Angehörigen finden Sie im **Kapitel 7.3** dieses Manuals.

Bitte beachten Sie bei all unseren Hinweisen und Tipps: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Auch ein simpel erscheinender Vorgang wie ein gutes Telefongespräch will geübt sein und bedarf einiges an Training und ggf. Supervision.

Grundlagen der Kommunikation: Was wir uns wie sagen

2

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Vom Sendenden zum Empfangenden:
Von meinem Kopf in deinen Kopf.

Auf dieser Strecke geschieht ganz viel.
Wie beschreibt die Wissenschaft diese Strecke?

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Stuart Hall:
Das Sender-Empfänger-Modell

Paul Watzlawick:
Man kann nicht nicht kommunizieren und die anderen
pragmatischen Lehrsätze der Kommunikation

Friedemann Schulz von Thun:
Die vier Seiten einer Nachricht treffen auf vier Ohren

2.1 Stuart Hall: Das Sender-Empfänger-Modell

Die Kommunikationsforschung stammt ursprünglich aus der physikalischen Informationstheorie. Hier war von Interesse, die technische Übertragung von Informationen (Daten) zu verstehen. Bildhaft beschrieben: Wie kommt die Stimme des Nachrichtensprechers bzw. der -sprecherin von der Sendeanstalt zum Empfangsgerät, möglicherweise zu einem Radiogerät? Das Ergebnis dieser Forschung, ein Regelkreismodell, wurde Sender-Empfänger-Modell genannt und später in den Sozialwissenschaften genutzt und angepasst.

Der Kommunikationswissenschaftler Stuart Hall hat bereits in den 1970er Jahren Kommunikation als einen Prozess der Nachrichtenübertragung von Sendenden zu Empfangenden dargestellt: Sendende möchten einen bestimmten Inhalt vermitteln. Diese Gedanken werden in Worte gefasst, dieser Prozess wird Kodierung oder Verschlüsselung genannt. Hinzu kommt noch die Entscheidung des Sendenden, ob die Botschaft im direkten Kontakt, schriftlich, telefonisch oder über ein Messengerdienst, z. B. WhatsApp, Signal, Threema o. a. verschickt werden soll.

Empfängerinnen und Empfänger haben nun die Aufgabe, dieser Botschaft einen individuellen Sinn zu geben, sie zu entschlüsseln. Konkret bedeutet dies, den Schallwellen, die das Ohr erreichen, den Buchstaben und Schriftzeichen, die vom Auge wahrgenommen werden, eine Bedeutung zu geben. Dies gilt natürlich auch für Gestik, Mimik, Körpersprache und auf neueren Kommunikationskanälen für Emojis.

Auf dieser Grundlage können Empfängerinnen und Empfänger auf die Nachricht der sendenden Person reagieren, es entsteht ein wechselseitiger Prozess zwischen den Beteiligten, der auf den Kodier- und Dekodierfähigkeiten der Beteiligten beruht.

Die Konsequenz liegt auf der Hand: Kommunizierende ver- und entschlüsseln mit ihren individuellen Mustern und Erfahrungen gesendete und empfangene Botschaften, damit wird Kommunikation unzuverlässig. Die Wahrnehmung und Deutung der Botschaft kann dann zuverlässig(er) werden, wenn Sendende und Empfangende ein einheitliches System für das Ver- und Entschlüsseln nutzen. Das technische Bild hierzu ist: Die Kommunizierenden funken auf der gleichen Welle.

Jedoch ist es aufgrund der individuellen Entwicklungsgeschichte (Sozialisation) beinahe unmöglich, sich genau derselben Verschlüsselungs- und Ent-

schlüsselungscode zu bedienen. Ist ein Lächeln ein Zeichen von Wärme und Zuneigung oder von Spott? Ist die hochgezogene Augenbraue Ausdruck des Erstaunens oder der stillen Kritik? Sagt mir mein Erfahrungsschatz, dass ein „Hast du gut gemacht“ als ernst gemeintes Lob aufgefasst werden darf oder als ironische Abwertung meiner Fähigkeit interpretiert werden muss? Ist die Bezeichnung als „Alter/ Alte“ eine bodenlose Frechheit oder ein Zeichen von Akzeptanz und Zugehörigkeit? Es ist nicht möglich, den kompletten Erfahrungshintergrund eines Gesprächsgegners zu rekonstruieren – und selbst wenn, können wir uns nicht vollständig von unserem Erfahrungs- und damit Interpretationswissen distanzieren. Kurz: Wir werden es nie schaffen, eine Aussage vollständig zu entschlüsseln und damit den vom Sender beabsichtigten Inhalt zu erfassen. Ebenso wenig dürfen wir erwarten, dass ein Gesprächsgegnere unsere Aussagen zu 100 Prozent nachvollziehen wird. Und diese Tatsache beschreibt nur eines der Grundprobleme, denen wir uns in der Kommunikation stellen müssen. Je besser die Beziehung zwischen den Kommunizierenden und je besser das „Empfangsgerät“ auf die Kommunikationspartnerinnen und -partner eingestellt ist, desto eindeutiger und unmissverständlicher wird die Botschaft verstanden. Dies wird noch begünstigt, wenn die Empfangenden Botschaften erhalten, deren Inhalte sie auch gerne empfangen möchten. Deshalb sagen wir im Volksmund manchmal: „Was er nicht hören will, das hört er auch nicht“, oder wir sprechen vom selektiven Hören. Wir glauben meist, dass diese Weise des ausgewählten Wahrnehmens stets bewusst gewählt und gewollt ist. Das stimmt so nicht. Ähnlich ist es in der Kommunikation: Wir hören und verstehen den Inhalt einer Nachricht besser, wenn wir diese Information auch genauso wollen oder gar begrüßen.

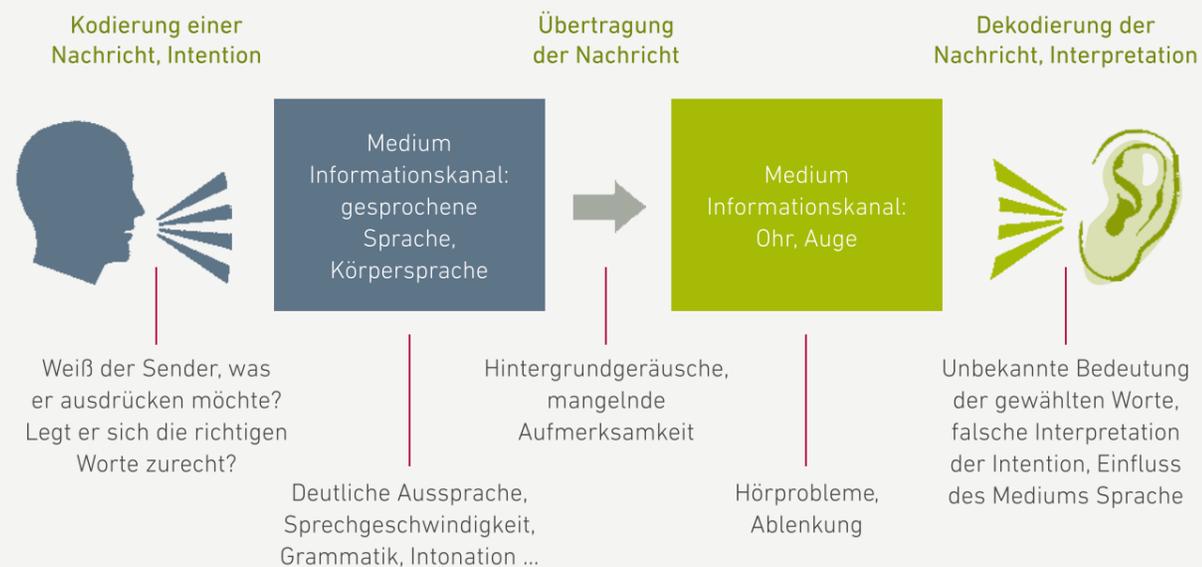
Begreifen wir die Übermittlung einer Nachricht vom Sendenden zum Empfangenden als Prozess, kann die Kommunikation an jedem einzelnen Zwischenschritt maßgeblich beeinflusst werden.

Auf der Seite der Sendenden können sich Einschränkungen im kommunikativen Austausch bereits dadurch ergeben, wenn ein konkreter Gedanke im Kopf ist, dieser aber nicht in die passenden Worte gekleidet werden kann. Wie häufig suchen wir selber nach den passenden Begriffen, um ein Gefühl zu umschreiben, um so etwas wie Atmosphäre zu erfassen, um körperliche Empfindungen darzustellen?

Und wie häufig wissen wir selber nicht so genau, was wir eigentlich empfinden? So verwundert es nicht, dass uns gelegentlich die „richtigen Worte“ fehlen können.

Wenn wir aber gelegentlich unsere Gedanken schon selber nicht konkret benennen, wir also unsere Gedanken nicht angemessen ins Wort bringen können, wie können wir dann erwarten, dass wir richtig interpretiert und damit verstanden werden? Doch selbst wenn Sendende ihre Gedanken konkret in Worte verpacken können, ist damit nicht gesagt, dass sie sich eines allgemein bekannten Wortschatzes bedienen. „Chillen“, „abhängen“, „sich eingrooven“

oder „gedisst werden“ ... Tagtäglich sind wir mit Begriffen konfrontiert, die außerhalb unseres Arbeitsplatzes nicht zwingend zu unserem Wortschatz gehören. Wir müssen uns als Empfangende zunächst eine Interpretation erarbeiten und hoffen, dass diese mit der Intention der Sendenden übereinstimmt. Genauso ist aber auch umgekehrt zu prüfen, ob unsere Formulierungen von Ratsuchenden verstanden werden können. Ist Ihnen ein Begriff wie „Reaktanz“ oder „Prävention“ bekannt? Können wir den Begriff „Perspektive“ nutzen oder sollten wir nicht lieber von „Standpunkt“ oder „Sichtweise“ sprechen?



Beeinflussung der Kommunikation – Sender-Empfänger-Modell nach Stuart Hall, 1973

Bedeutung für die Praxis:



Funken Sie auf der gleichen Welle!

Für eine gute Krisenkommunikation ist zunächst zu prüfen, welches Sprach- und Verständnisniveau unser Gegenüber mitbringt. Da die Wahrnehmungs- und Interpretationsfähigkeit durch Stressreaktionen im Konflikt maßgeblich nachlässt, können wir weder er-

warten, dass Ratsuchende in einer Krise ihre Gedanken angemessen in Worte fassen können oder in der Lage sind, Aussagen auf unserem normalen Sprachniveau zu verstehen. Einfache und klare Ansagen sind der Schlüssel, Menschen in Krisen sprachlich überhaupt noch zu erreichen.

2.2 Paul Watzlawick und Friedemann Schulz von Thun: Fünf Grundsätze der Kommunikation und die vier Seiten einer Nachricht

Der Kommunikationswissenschaftler und Psychotherapeut Paul Watzlawick (1969) stellte fünf Grundregeln (von ihm pragmatische Axiome genannt) auf, die versuchen menschliche Kommunikation modellhaft zu erklären und auch ihre Widersprüchlichkeit zeigen. In der Kommunikationswissenschaft wurden die von Paul Watzlawick formulierten fünf Axiome akzeptiert und waren Anlass und Grundlage für weitere Forschungen und Entwicklungen im Bereich der Kommunikationspsychologie.

Hier ein Überblick über die fünf pragmatischen Lehrsätze (Axiome):

- ▶ Man kann nicht nicht kommunizieren
- ▶ Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt
- ▶ Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung
- ▶ Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten
- ▶ Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär

Man kann nicht nicht kommunizieren

Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler gehen davon aus, dass jedes Verhalten in einer zwischenmenschlichen Interaktion Mitteilungskarakter hat. Sprichwörtlich ist uns diese Erkenntnis schon längst in die Sprache gefolgt: „Ein Blick sagt mehr als tausend Worte“, „Reden ist Silber, Schweigen ist Gold“ ... Handeln oder Nichthandeln, Sprechen oder Schweigen beinhalten eine Mitteilung an das Gegenüber und regen es seinerseits zu einer Reaktion oder eben Nicht-Reaktion an. Kommunikation soll immer eine Wirkung haben. Sprechende ich jemanden an, so erwarte ich eine Reaktion. Wer mit anderen Menschen sprechen möchte, aber keine Reaktion erzielt, fühlt sich ausgeschlossen und isoliert.

Beispiel:

Ein Mann sitzt im Empfangsraum einer Beratungsstelle und starrt die ganze Zeit auf den Boden. Da er mit niemanden spricht und niemanden ansieht, könnte die Idee entstehen, er kommuniziert nicht. Dennoch sendet er eine Botschaft, z. B. dass er nicht sprechen möchte oder dass er sehr angestrengt ist. Wir wissen nicht genau, wie die Botschaft konkret aussieht, aber es steht eine Botschaft im Raum.

Vielleicht würden wir auf Nachfrage eine Antwort bekommen. Vielleicht möchte er aber seine Gefühle jetzt nicht mit anderen Menschen besprechen.

Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt

Der Inhaltsaspekt hat die Aufgabe Informationen zu übermitteln. Der Beziehungsanteil einer Botschaft gibt Hinweise, wie die Beziehung vom Empfangenden aufgefasst wird. In der Kommunikationspsychologie besteht Einigkeit darüber, dass es keine ausschließlich informative Kommunikation gibt.

Beispiel:

Die Aussage: „Sie haben aber eine Reihe von Problemen, das ist bestimmt sehr schwer für Sie“ enthält nicht nur den Informationsanteil, sondern eben auch einen Beziehungsaspekt. Dieser kann vielschichtig sein. Denkbar ist hier, dass sich der oder die Sendende ermächtigt fühlt, die Last des anderen zu bewerten oder überhaupt das Thema Probleme anzusprechen. Gestik, Mimik und Stimmfärbung machen die Botschaften noch genauer.



Bedeutung für die Praxis:

Jede kommunikative Äußerung hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, wobei der Beziehungsaspekt häufig über dem Inhaltsaspekt steht. Bitte bedenken Sie, dass eine Aussage nicht nur einen Sachinhalt transportiert, sondern gleichzeitig einen Beitrag zur Gesprächsbeziehung leistet. Besteht eine gute Beziehungsebene, nehmen wir die Empfehlungen von Beratenden eher an.

Friedemann Schulz von Thun (1981) analysiert in seinem Grundlagenwerk „Miteinander Reden“ das Kommunikationsverhalten noch differenzierter. Er geht in seinem „Vier-Ohren-Modell“ noch einen Schritt weiter und gliedert die Aussagekraft einer Nachricht in vier unterschiedliche Aspekte: Neben dem Sachinhalt und Hinweisen auf die Beziehung zwischen den Kommunizierenden vermutet Schulz von Thun in jeder Aussage auch noch eine Selbstoffenbarung des Sendenden sowie einen Appell an sein Gegenüber.

Beispiel:

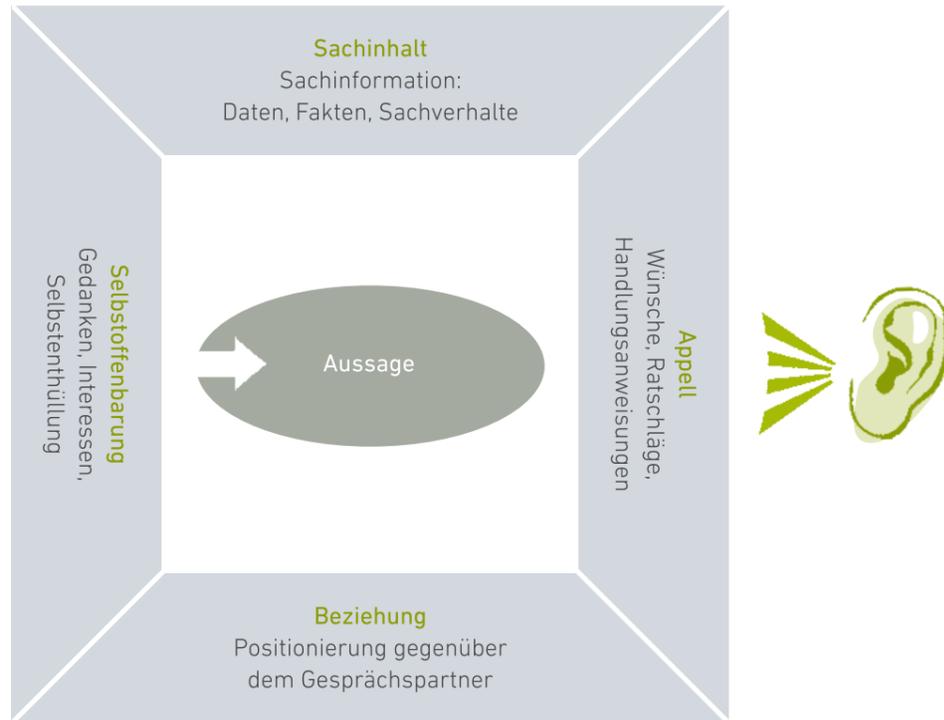
Eine Frau sagt zu ihrem Ehemann, der ein starker Raucher ist: „Rauchen ist ungesund!“ Neben der Sach- und Beziehungsebene sind noch zwei weitere Botschaften in diesem kleinen Satz versteckt. Möglicherweise spricht die Frau damit auch über ihre eigenen Ängste und die Folgen einer Gesundheitsbeeinträchtigung für ihren Mann und kommuniziert damit auf der Selbstoffenbarungsebene: „Ich bin um deine Gesundheit besorgt“. Sie spricht eben auch über sich. Und ihre Äußerung beinhaltet auch einen Appell an ihren Ehemann: „Bitte höre auf zu rauchen“.

Da Kommunikation ein Wechselspiel des Ver- und Entschlüsselns ist, wird jetzt bedeutsam, welchen der möglichen vier Aspekte der Ehemann als Empfänger der Botschaft zunächst registriert. Hört er die Botschaft deutlicher als Sachinformation könnte seine Antwort lauten: „Ja, ich weiß, dass Rauchen sehr schädlich für die Gesundheit ist.“ Nimmt er den möglichen Appell auf, wäre eine denkbare Antwort: „Ich informiere mich mal über Möglichkeiten, mir das Rauchen abzugewöhnen.“ Liegt sein Fokus auf dem positiv belegten Beziehungsaspekt, hören wir ihn sagen: „Mache dir bitte keine Sorgen.“ Sollte die Beziehung aktuell negativ gefärbt sein, wäre eine denkbare Antwort: „Immer hast du was zu meckern!“ Und zum Schluss eine mögliche Antwort des Ehemannes, die sich auf die Selbstoffenbarungsseite seiner Ehefrau bezieht: „Ich weiß, es wäre auch für dich schlimm, wenn ich erkrankte“.

Aus den hier beispielhaft angeführten Antwortmöglichkeiten wird sich der Ehemann eine Antwort aussuchen. Welche zu ihm im Moment des Ge-

sprächs am besten passt, entscheiden auch seine Hörgewohnheiten und seine eigene innere Haltung. Manche Menschen neigen zu einer deutlichen Akzentuierung einer Seite des Nachrichtenquadrats. Friedemann Schulz von Thun nennt dieses Phänomen die Entscheidungsfreiheit der Empfängerinnen und Empfänger. Sein Vier-Ohren-Modell dient der Analyse von Kommunikationsprozessen und hilft uns, unsere eigenen Hörgewohnheiten zu reflektieren. Hören wir gleichmäßig alle Ebenen? Oder vielleicht doch mehr auf der Beziehungs- oder Appellebene? Natürlich wird unsere Antwort immer von unserer Hörgewohnheiten bestimmt werden.

Sicherlich ist es schwierig, in einem realen Gespräch alle vier Seiten und alle vier Ohren immer unter Kontrolle zu behalten. Hinzu kommt noch, dass viele Botschaften implizite, also unterschwellige Anteile haben. Kommunikationswissenschaftler und -wissenschaftlerinnen unterscheiden hier zwischen den impliziten (gemeinten, aber nicht gesagten) und den expliziten (offensichtlichen) Anteilen einer Botschaft.



4-Ohren-Modell nach Schulz von Thun, 1981



Bedeutung für die Praxis:

Kommunikation hat viele Facetten. Die Empfängerinnen und Empfänger einer Botschaft haben grundsätzlich die Möglichkeit, jede Botschaft auf vier verschiedenen Bedeutungsebenen (Selbstoffenbarung, Sachinhalt, Appell und Beziehung) wahrzunehmen. Mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit kann man annehmen, dass Empfängerinnen und Empfänger unter schwierigen Umständen häufiger die Beziehungsebene einer Botschaft hören. Gerade dann, wenn wir den Status einer Beziehung nicht genau einschätzen können, werden wir nach Beziehungssignalen in den Botschaften suchen, also mehr auf dem Beziehungs-ohr hören.



Praxistipp:

Es ist günstig, wenn wir nicht einseitige Hörgewohnheiten im Laufe unseres Lebens ausbilden. Jeder von uns hört aber sicherlich auf einem der vier Ohren besser. Welches könnte es bei Ihnen sein? Befragen Sie doch Ihre Mitmenschen, welches Ohr bei Ihnen das dominanteste ist. Selbstreflexion und Kenntnis der eigenen inneren Wirkkräfte verbessern unsere Kommunikationsmöglichkeiten enorm.

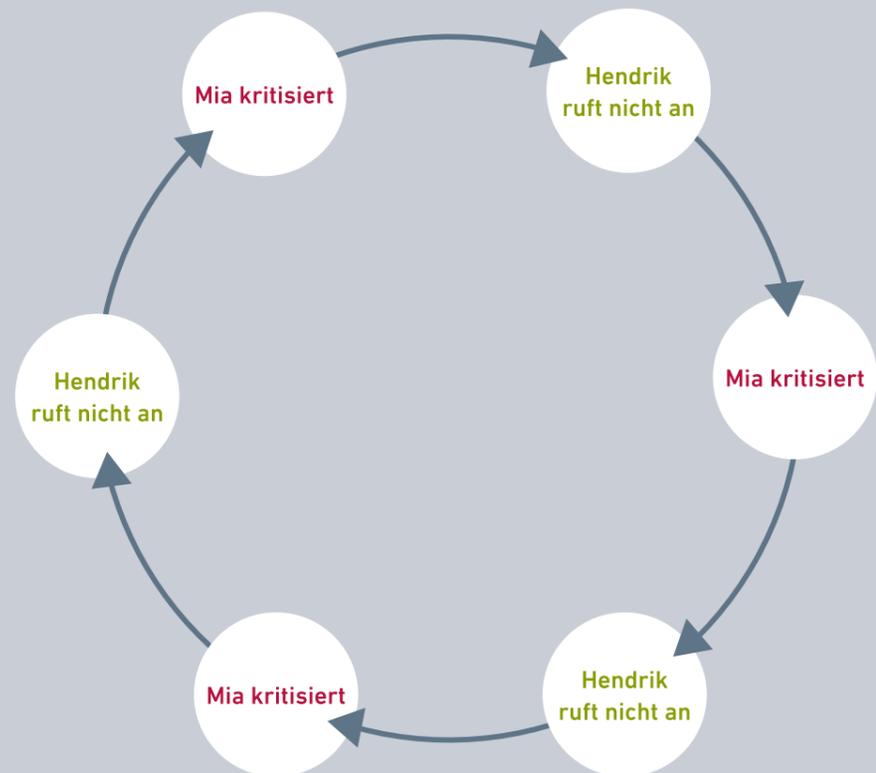
Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung

Die Beziehungsebene im Gespräch wird durch die Interpretation der Botschaften von den Gesprächspartnerinnen und -partner geprüft. Menschen nehmen Kommunikationsabläufe unterschiedlich wahr und organisieren ihr eigenes Verhalten oder ihre Wahrnehmung als Reaktion auf das Verhalten des Gegenübers. Im Klartext heißt das: Die Ursache für eine fehlerhafte Kommunikation wird häufig bei der Gesprächspartnerin bzw. beim -partner gesucht. Gerade in Krisensituationen müssen wir davon ausgehen, dass der Inhalt unserer Aussagen durch die Interpretation unserer Gesprächspartnerin oder unseres Gesprächspartners verzerrt und der eskalative (sich wechselseitig steigernde) Verlauf einer Krise dadurch begünstigt wird.

Beispiel:

Mia ist sauer und kritisiert Hendrik, weil dieser nicht anruft. Hendrik beschwert sich, weil Mia sein Verhalten ständig kritisiert. Hendrik findet, dass er sich nur zurückzieht, weil Mia ständig an ihm herumnörgelt. Mia kritisiert, also zieht Hendrik sich zurück. Weil er sich zurückzieht und nicht anruft, beschwert sich Mia.

Wir sehen einen Teufelskreis.



Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten

Paul Watzlawick unterscheidet zwischen digitalen und analogen Modalitäten. Also einerseits dem mündlichen Austausch zwischen Menschen (digitale Modalitäten) und andererseits nonverbaler Kommunikation wie Körperhaltung, Gestik und Mimik etc. (analoge Modalitäten). Wenn wir das Wort „Wasser“ aussprechen, ist auf der verbalen Ebene klar, wovon wir sprechen. Chemiker würden dies auch auf die Formel H_2O reduzieren. Dies ist dann die digitale Modalität (Wörter sind bestimmten Objekten zugeordnet). Im normalen Kommunikationsalltag, aber auch in Krisensituation würde dem Wort „Wasser“ aber eine Bedeutung hinzugefügt werden. Stellen Sie sich vor, ein Verdurstender in der Wüste sieht eine Oase und ruft „WASSER“! Dieser Mensch spricht nicht von H_2O , er spricht von etwas, das sein Leben rettet. Durch die Stimmfärbung, den Tonfall, die Lautstärke und vielleicht auch durch Körpersprache (der Verdurstende reißt die Arme hoch), wird dem reinen Wortsinn von „Wasser“ eine weitergehende Bedeutung hinzugefügt. Paul Watzlawick nennt dies die analogen Modalitäten (nonverbale Signale und die Signale der Stimme). In der Kommunikationspsychologie wird gelegentlich für die hörbaren Anteile von Botschaften der Begriff „paraverbale“ Signale verwendet.

So hilfreich die Ergänzung des Wortsinns durch Körpersprache (analoge Modalitäten) ist, sie hat auch eine zweite Seite. Gestik, Mimik und Sprachfärbung sind hochgradig interpretierbar und doppeldeutig. So werden sie gelegentlich Quelle von Missverständnissen und können Konflikte zwischen den Kommunikationspartnern entstehen lassen.

Watzlawick nutzt einige Beispiele: Tränen können Ausdruck von Schmerz oder Freude sein. Die geballte Faust kann Drohung oder „Geschafft!“ bedeuten.

Wie ist das nun, wenn ich soziale Medien nutze? So kann der im Chat geschriebene Satz „Ich bin heute alleine“ seine wahre Bedeutung durch das Hinzufügen eines Emojis bekommen:

„Ich bin heute alleine 😊“

„Ich bin heute alleine 😞“

Die Nachrichten vermitteln zwei komplett unterschiedliche Botschaften. Wir versuchen daher sehr oft, unsere Textmitteilungen um die analogen Modalitäten mittels kleiner Bilder zu erweitern.



Bedeutung für die Praxis:

Wenn wir spüren, dass unser Gegenüber erstaunt, verärgert oder mit Unverständnis auf unsere Botschaft reagiert, kann dies auch an der Interpretationsvielfalt der stimmlichen und nonverbalen Signale liegen. Hilfreich in einem solchen Fall ist die Nachfrage, wie die Botschaft interpretiert und damit aufgenommen wurde. Eine solche Nachfrage einer beratenden Person könnte lauten: „Ich spüre Ihre Verärgerung, habe ich Sie mit meiner letzten Äußerung verletzt?“

Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär

In jeder Kommunikation befinden sich die Gesprächsparteien in einer Beziehung zueinander. Es existieren zwei unterschiedliche Formen von Beziehung, die entweder als symmetrisch (gleichmäßig) oder komplementär (ergänzend) bezeichnet werden und somit etwas über das Machtverhältnis zwischen den Beteiligten aussagen.

In einer symmetrischen Kommunikationsbeziehung verhalten sich die Kommunikationsbeteiligten spiegelbildlich und bemühen sich darum, wahrgenommene Ungleichheiten direkt auszugleichen. Dies ist vor allem für die Entstehung von Krisen bedeutsam: Interpretiert unser Gegenüber eine Aussage als Kritik oder gar als Drohung, so wird uns in der Regel ein vergleichbares Verhalten entgegengebracht. Gesprächspartnerinnen und -partner reagieren ebenfalls mit Druck oder ziehen sich zurück. Darauf antworten wir möglicherweise mit noch mehr Druck – er oder sie hat es ja scheinbar noch nicht verstanden

– oder wir ziehen uns mit dem inneren Monolog – „Macht ja keinen Sinn“ – ebenfalls zurück. Eine symmetrische Gesprächsbeziehung verstärkt in diesem Fall die Eskalationsspirale.

Im Fall einer komplementären Gesprächsbeziehung ergänzen sich die Gesprächspartnerinnen und -partner: Auf eine Drohung wird mit einer Beschwichtigung reagiert, auf Kritik mit Humor – das Gegenüber wird dabei nicht gespiegelt, sondern ihm wird mit einem entgegengesetzten Gesprächsverhalten begegnet. Gerade die Unterscheidung zwischen symmetrischem und komplementärem Kommunikationsverhalten ist für eine effektive Krisenkommunikation von besonderer Bedeutung.

Bedenken Sie bitte, dass eine symmetrische Kommunikation den Krisenverlauf begünstigen kann und Sie durch ein komplementäres Gesprächsverhalten das Krisenmuster durchbrechen und Krisen möglicherweise abwenden können.



Bedeutung für die Praxis:

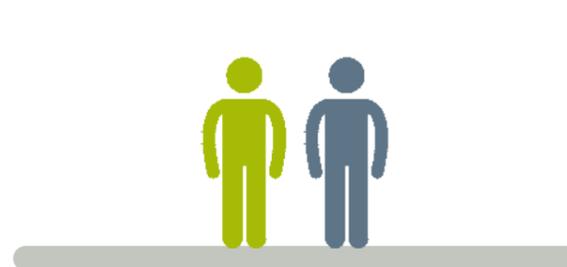
Idealerweise ist eine Beratungssituation durch eine komplementäre Kommunikation geprägt. Personen mit Sorgen und Nöten möchten Hilfe oder einen Rat. Die beratende Seite kann hierzu einen guten Beitrag leisten. Wie sehen Sie Ihre Rolle in einem Beratungsgespräch? Und wie könnte Ihr Gegenüber Ihre Rolle empfinden? Möglicherweise sieht der bzw. die Hilfesuchende Sie in einer Machtposition. Versuchen Sie ein mögliches Machtgefälle so auszubalancieren, dass Sie eine günstige Beziehung für Ihr Beratungsgespräch erreichen.

Beratungen sind in der Regel komplementär. Beratende Personen haben Erfahrungen oder Fachwissen. Im Perspektivwechsel: Wenn wir eine gute Ärztin oder einen guten Arzt um Rat bitten, sind wir froh über eine gute Empfehlung. Nicht angenehm erleben wir diese Situation, wenn diese Empfehlung mit anklagendem Ton und „von oben herab“ ausgesprochen wird. Unser Wunsch: Das Machtgefälle in dieser Beratungssituation soll so gering wie nötig sein und durch eine beziehungsfördernde Kommunikation begleitet werden. Dann fühlen wir uns im doppelten Sinne des Wortes gut behandelt.

So nicht: Kommunikation von oben herab



So: Kommunikation auf Augenhöhe



Eigene innere Grundhaltung im Gespräch: Wertschätzung, Verstehen und Stimmigkeit

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Faustregel für die Kommunikation:

„Innere Wahrheit,
äußere Klarheit

und angemessene Wortwahl in der Situation!“

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Akzeptanz (unbedingte Wertschätzung)

Empathie (einführendes Verstehen)

Stimmigkeit

3.1 Akzeptanz und Wertschätzung: Du bist gut, wie du bist

Unsere Erfahrungen, aber auch die Erkenntnisse der Kommunikationspsychologie zeigen uns, dass das Fundament für gelingende Kommunikation, hier insbesondere in Gesprächen mit Hilfesuchenden, eine tragfähige Gesprächsatmosphäre ist.

Aber wie errichten wir ein solches Fundament? Nehmen wir das Bild eines Kompasses. In welche Richtung sollen wir uns bewegen? Stellen wir uns vor, wir möchten nach Norden. Auf unserem Gesprächskompass sehen wir die vier Himmelsrichtungen, eine davon ist Norden und steht in unserem Bild für das gewünschte solide Fundament in der Kommunikation. Ersetzen Sie Norden durch Akzeptanz (unbedingte Wertschätzung), Empathie (einführendes Verstehen) und Stimmigkeit. Die exakte Gegenrichtung führt zu einer schwierigen Gesprächsatmosphäre. Hier heißen die Koordinaten Geringschätzung, Unverständnis und künstlicher persönlicher Auftritt.

Schauen wir uns die positiven Koordinaten, die im besten Fall unserer inneren Grundhaltung entsprechen, genauer an.

Akzeptanz bedeutet, den Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin ohne Vorbedingung ernst zu nehmen. Dies verringert Ängste, mildert Spannungen, schafft Vertrauen, baut Beziehungen auf, ermutigt dazu, sich selbst zu akzeptieren und Verantwortung für sich zu übernehmen. Wenn ich unbedingte Wertschätzung übe, signalisiere ich meinem Gegenüber: „Du bist gut so, wie du bist. Du musst nicht

so sein, wie andere dich gerne hätten. Du machst, denkst und fühlst manches anders als andere. Ich traue dir zu, dass du findest und tust, was du für richtig hältst. Ich akzeptiere dich, auch wenn du andere Lösungen findest als ich. Ich respektiere, dass du ein eigenständiger Mensch mit eigenen Gefühlen und Erwartungen bist.“

Wenn Menschen unbedingte Wertschätzung erfahren, lernen sie, sich zu vertrauen und Verantwortung für sich selbst zu übernehmen. Sie können die ständige Angst vor den Reaktionen anderer aufgeben, werden freier und selbstbewusster, weil sie Ermutigung und Zutrauen erfahren. Sie können lernen, ihren Erfahrungen zu vertrauen, sich wichtig zu nehmen und selbstverantwortliche Entscheidungen zu treffen.

Persönliche Wertschätzung ist mehr als Sympathie, sie ist kein Gefühl, sondern eine Grundhaltung, an der die ganze Person beteiligt ist. Ihr liegt die Einstellung zugrunde, dass jeder Mensch wertvoll ist.

3.2 Empathie: Fähigkeit, wahrzunehmen, was in einem anderen vorgeht

Empathie bedeutet, sich in Andere einzufühlen. Die Welt mit ihren Augen zu sehen und Gefühle der anderen Seite zu verstehen. Gut sichtbar wird Empathie für unsere Gesprächspartnerin oder unseren -partner, wenn wir „aktiv zuhören“ ([Erläuterungen zum Aktiven Zuhören finden Sie im Kapitel 4](#)) und uns selbst nicht in den Vordergrund stellen. Durch diese Haltung fühlt sich die andere Seite als Gesprächspartnerin bzw. -partner ernst genommen und hat die Möglichkeit, sich selbst besser kennenzulernen.

Diese Einstellung hängt eng mit der unbedingten und persönlichen Wertschätzung zusammen. Wenn ich einen anderen Menschen wertschätze, dann interessiere ich mich für seine Gefühle, für seine Erlebniswelt und für sein Leben. Ich weiß, dass seine Welt anders ist als meine und ich bin gespannt, davon zu erfahren und zu lernen.

Einführendes Verstehen bezieht meine ganze Person mit allen Gefühlskräften ein. Ich versetze mich in die Situation des bzw. der anderen, um zu erfahren, zu spüren und zu erkennen, was er oder sie denkt und wie es ihm oder ihr geht. Es ist so, als ob ich versuche, mit den Augen der anderen Person zu sehen, mit ihren Ohren zu hören, mit ihren Gefühlen zu empfinden, mit ihren Gedanken zu überlegen – weil ich nur so bei ihr bin und nicht meine Welt als die ihre ansehe.

Ich versetze mich (oder versuche es zumindest) in sie hinein und wechsele so die Perspektive.

Wenn Menschen einführend verstanden werden, erleben sie, wirklich ernst genommen zu werden, weil das Gegenüber ihre Gedanken und Gefühle aufnimmt, sie nicht „weg“-redet oder verharmlost. So können sie besser zu den eigenen Gedanken und Gefühlen stehen, weil der bzw. die andere sich bemüht, zunächst etwas so zu sehen oder zu fühlen, wie sie es gerade erfahren.

Hilfesuchende erleben ihre eigenen Gedanken und Gefühle als berechtigt, brauchen sie nicht zu verbergen und müssen sich nicht dafür schämen. Dies wiederum ermöglicht es den Hilfesuchenden, über sich selbst klarer zu werden. Sie bekommen Mut sich ernst zu nehmen, zu sich zu stehen und selbst zu entscheiden, wie sie ihr Leben gestalten wollen.

Einführendes Verstehen vermittelt die Erlaubnis: „Ich darf so fühlen, das ist in Ordnung. Es ist nicht schlecht.“ Auch dabei geschieht etwas Widersprüchliches: Einführendes Verstehen hilft Menschen, ihre Gefühle, Wünsche und Gedanken zuzulassen, ernst zu nehmen und sie gerade deshalb auch zu verändern oder aufzugeben. Wenn ich mein Verhalten oder meine Gefühle verstanden fühle, kann ich sie leichter loslassen. Wenn ich mir dagegen ein bestimmtes Denken oder Fühlen verbiete, wird es mich gerade deshalb immer wieder einholen, mich vielleicht sogar überwältigen.

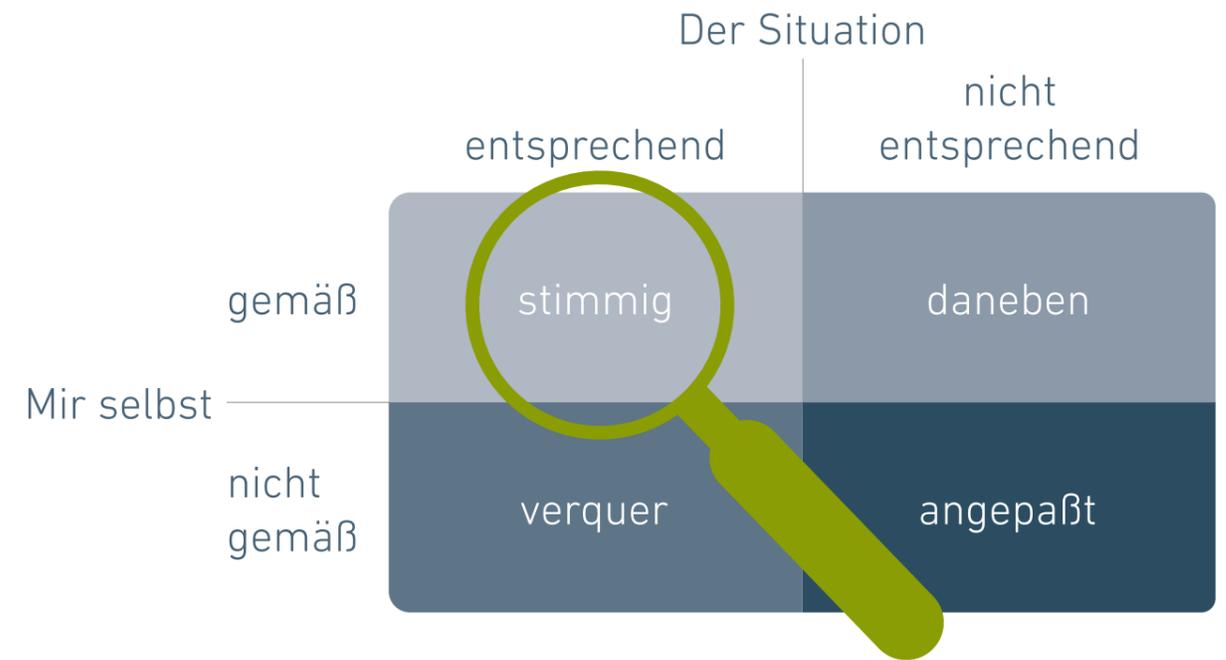
3.3 Stimmigkeit: Glaubwürdig, echt und der Situation angemessen

Stimmigkeit bedeutet, die innere Einstellung und das äußere Verhalten stimmen überein und meine Art zu kommunizieren passt zur Situation. Friedemann Schulz von Thun formuliert in seinem Grundlagenwerk „Miteinander Reden“, dass Stimmigkeit mehr als Authentizität ist. Wenn wir „authentisch sein“ mit Echtheit gleichsetzen, spüren wir, dass diese innere Haltung nicht in jeder Situation ausreicht, vielmehr muss etwas hinzukommen. Wir sollten prüfen, ob unsere Worte auch in der Situation angemessen sind. Üblicherweise wird diese Angemessenheit mit Taktgefühl, Höflichkeit und ähnlichen Eigenschaften umschrieben.

Stellen wir uns vor, ein Anrufer spricht gebrochen Deutsch und wir verstehen nur sehr schwer, was uns diese Person mitteilen will. Glaubwürdig und echt wäre folgender Satz: „Ich kann Sie gar nicht gut verstehen, Ihr Deutsch ist wirklich nicht besonders gut“. Es ist aber deutlich zu spüren, dass etwas fehlt.

Führen wir Glaubwürdigkeit, Echtheit und Angemessenheit zusammen, könnte unsere Botschaft lauten: „Ich kann Sie nicht gut verstehen. Lassen Sie uns langsam sprechen und ich werde gelegentlich nachfragen, um Sie besser zu verstehen“. Diese „stimmige“ Botschaft enthält ebenfalls alle notwendigen Sachanteile, beachtet aber auf angenehme Weise auch den Beziehungsaspekt.

Stimmigkeit ist nicht in erster Linie eine Technik, vielmehr eine innere Haltung. Wenn Menschen Stimmigkeit erleben, lernen sie, anderen eher zu vertrauen. Sie müssen nicht ständig argwöhnisch sein und rätseln, was hinter Äußerungen verborgen sein könnte. Sie werden sicherer in der Beziehung. Sie merken, dass ehrlich gesagt wird, was gemeint oder gewollt ist. Sie fühlen sich nicht angegriffen, sondern angemessen behandelt.



Vier-Felder-Schema zum Konzept der Stimmigkeit, mit personaler und situativer Komponente nach Schulz von Thun, 1998

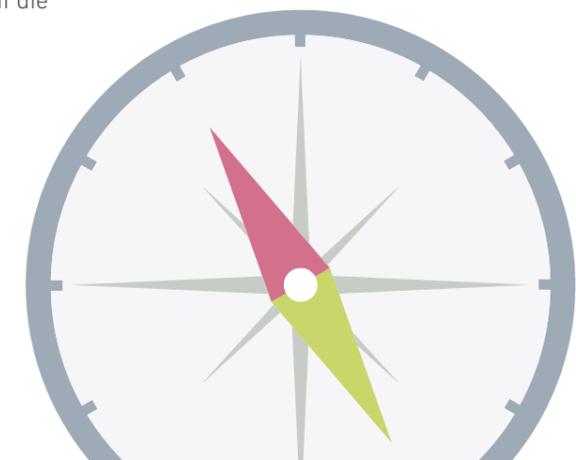
Zusammenfassung

Erinnern Sie sich an unseren Gesprächskompass? Hier eine zusammenfassende Betrachtung für eine innere Grundhaltung, die mit hoher Wahrscheinlichkeit ein gutes Fundament, nicht nur für Beratungsgespräche, bildet.

Verstehen heißt, sich hineinzudenken. Verstehen heißt hier nicht nur, dass Sie den Standpunkt Ihres Gesprächspartners bzw. Ihrer Gesprächspartnerin verstandesmäßig nachvollziehen können. Verstehen heißt auch, dass Sie die Sichtweisen Ihres Gegenübers akzeptieren und respektieren. Dazu müssen Sie inhaltlich nicht gutheißen, was Ihr Gegenüber sagt. Sie versuchen aber, die andere Sicht auf die Dinge anzuerkennen.

Wenn jemand redet, glauben wir bisweilen, ohnehin schon zu wissen, was er oder sie sagen will. Vielleicht interessiert uns auch gar nicht wirklich, was er bzw. sie sagt. Wir wollen lieber unsere eigenen Argumente anbringen und denken, während der bzw. die andere noch redet, schon darüber nach, was wir antworten wollen. Genau so soll es nicht sein!

Einfacher und erfolgreicher ist es, wenn unser Gegenüber spürt, dass wir seine bzw. ihre Sicht auf die Dinge akzeptieren. Gelingt es uns, unsere Botschaft stimmig zu senden, zeigt der Gesprächskompass in die richtige Richtung.



4

Hilfreiche Kommunikationstechniken und Methoden

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Kommunikationstechniken und Methoden allein machen noch kein gutes Gespräch. Helfen aber ungemein dabei.

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Aktives Zuhören
Fragen statt sagen: Wer fragt, setzt Menschen in Bewegung
Ich-Botschaften senden und nutzen
Motivierende Gesprächsführung

4.1 Aktives Zuhören

Zuhören ist ein bedeutsamer Baustein im Kommunikationsverhalten. Nur wer zuhört, wird in Beratungssituationen den Ratsuchenden angemessen begegnen können. Wir können diese grundsätzlich positive Kommunikationstechnik aber noch weiter professionalisieren. Das Aktive Zuhören, ursprünglich von Carl Rogers (1972) als therapeutische Technik entwickelt, geht einen Schritt über das „normale“ Zuhören hinaus. Aktives Zuhören ist vielmehr die Königsdisziplin des Zuhörens. Gesprächspartner und -partnerinnen, die das Aktive Zuhören anwenden, erfassen nicht nur den Inhalt des Gesagten, sondern versuchen zusätzlich auch Empfindungen, Motive und Gefühle zu erfassen. Dies verlangt ein hohes Maß an Feingefühl und Fokussierung auf die andere Person. Es ist die Fähigkeit, zwischen den Zeilen zu lesen.

Aktives Zuhören hilft, ein gemeinsames Verständnis des besprochenen Themas zu erreichen. Es hilft, Motive, Bedenken oder Schwierigkeiten genauer zu verstehen und nicht zuletzt, eine gemeinsame Sprachebene zu finden. Der Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin fühlt sich ernst genommen. Gleichzeitig erhöht sich der Informationsanteil und Sie erfahren viel mehr über die Hintergründe der anrufenden Person. Zuhören, insbesondere das Aktive Zuhören, macht sympathisch und baut Vertrauen auf. Wenn wir hingegen das Gesagte schweigend verarbeiten, also schweigend zuhören, werden die Gesprächspartner und -partnerinnen am anderen Ende der Leitung bald fragen, ob wir noch da sind. Die Anwendung des Aktiven Zuhörens vermeidet viele Missverständnisse. Mit dieser Form der Gesprächsführung gelingt es uns besser, neben den sachlichen Informationen auch andere mitschwingende Botschaften wahrzunehmen. So können wir zeigen, dass wir sehr aufmerksam zuhören. „Mitschwingenden Botschaften“ können versteckte Bedürfnisse, verschlüsselte Gefühlsregungen und unterschwellige Werthaltungen und Appelle sein.

Damit nun Zuhören auch wirklich zum Aktiven Zuhören wird, ist es erforderlich, das Zuhören durch einige Aktivitäten anzureichern. Kommunikationsprofis raten zu vier Schritten: Paraphrasieren, Verbalisieren, Nachfragen, und Aufklären von Unverständlichem.

-  **Paraphrasieren:** Wiederholen Sie die Aussage Ihres Gegenübers mit eigenen Worten
-  **Verbalisieren:** Die Gefühle des Gegenübers werden benannt (gespiegelt)
-  **Nachfragen:** Haben Sie Ihren Gesprächspartner, Ihre Gesprächspartnerin richtig verstanden?
-  **Unklares klären:** Wenn es wichtig und erwünscht ist, Unklares aufhellen

Aktives Zuhören am Telefon heißt:

- ▶ Machen Sie Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit hörbar durch ein gelegentliches „mhmm“, „ach“, „ja“, „aha“.
- ▶ Wiederholen Sie wichtige, interessante, auffällige Aussagen des Anrufers bzw. der Anruferin.
- ▶ Verdeutlichen und umschreiben Sie.
- ▶ Wiederholen Sie das Gesagte inhaltsgemäß oder sprechen Sie aus, welche Gefühle Sie hinter einer Botschaft vermuten.



Praxistipps und Formulierungen für das Aktive Zuhören

Paraphrasieren:

Anrufende Person: „Ich weiß nicht, ob ich bei Ihnen nun an der richtigen Stelle bin, in diesem Land fühlt sich ja niemand zuständig“.
Beratende Person: „Es ist schwer für Sie, eine geeignete Stelle zu finden?“

Sie können Paraphrasen entweder durch ein „Fragezeichen in der Stimme“ (Stimme am Satzende anheben) aussprechen oder durch „Sie meinen ...“, „Das heißt ...“ einleiten.

Verbalisieren:

Wichtige Aussagen und Gefühle des bzw. der anderen erkennen und in eigenen Worten wiederholen. Verwenden Sie hierzu „Ich-Botschaften“: „Ich entnehme dem Gesagten, dass Sie sich Hilfe wünschen.“ oder „Ich verstehe den Wunsch, das Problem lösen zu wollen“.

Wahrnehmungen wiedergeben:

z.B. „Ich höre, wie Sie tief Luft holen.“

Vermutungen anstellen:

„Ich habe den Eindruck, dass Sie im Moment nicht wissen, was Sie zuerst tun oder lassen sollen?“

Das eigene Gefühl zum Ausdruck bringen:

„Ich spüre bei Ihnen einen gewissen Stolz über das bisher Erreichte.“ oder „Ich bin unsicher, welches Gefühl die beschriebene Situation bei Ihnen hervorruft.“

Sich Zeit nehmen:

Sich auf das Gegenüber konzentrieren, zuhören und ausreden lassen.

„Türöffner“ benutzen:

„Möchten Sie darüber sprechen?“ oder „Ich würde Ihnen gerne helfen, wenn ich kann.“

Nachfragen bei Unklarheiten:

Offene Fragen stellen: „Wie genau meinen Sie das?“ oder „Was meinen Sie mit ...?“ oder „Haben Sie ein Beispiel dafür?“

Aktives Zuhören eignet sich nicht für jede Art von Kommunikation. Wir verwenden es hier als hilfreiche „Methode“ in der Gesprächsführung mit ratsuchenden Menschen am Telefon. Sie hilft, die oft nicht offen und klar dargelegten Wünsche und Bedürfnisse des Anrufenden zu erkennen. Alles, was als Hintergrund im Moment von Bedeutung ist, kann zum Vorschein kommen. Das Aktive Zuhören hilft Anrufenden, sich über ihre Anliegen und Gefühle klar zu werden. Das ist der

erste Schritt auf dem Weg, sich selbst aus schwierigen oder unklaren Situationen zu helfen!

Seien Sie bitte nicht überrascht, wenn die Anwendung des Aktiven Zuhörens nicht sofort flüssig wirkt. Es ist allgemein bekannt, dass die gekonnte Anwendung des Aktiven Zuhörens durchaus Übung erfordert. Auch hier gilt: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.



So!

- „Sie haben das Gefühl, dass ...“
- „Von Ihrem Standpunkt aus ...“
- „Es scheint Ihnen ...“
- „Aus Ihrer Perspektive ...“
- „Sie denken, dass ...“
- „Sie glauben, dass ...“

So nicht!

- Beschwichtigen:
„Das ist doch nicht so schlimm.“
- Bewerten:
„Das war aber sehr gut.“
- Kritisieren:
„Da haben Sie einen Fehler gemacht.“

4.2 Fragen statt sagen: Wer fragt, setzt Menschen in Bewegung

Fragen zu stellen, ist ein wirksames „Instrument“ der Gesprächsführung. Wer Fragen stellt, gibt seinem Gegenüber die Möglichkeit, sich darzustellen. Anhand der Antworten lässt sich der Gesprächspartner bzw. die -partnerin besser verstehen und einschätzen.

zen. Hinzu kommt: Fragen regen – im Gegensatz zu fertigen Antworten – die oder den Befragten zum Denken an. In der Fachliteratur wird Sokrates als geistiger Vater des Grundsatzes „Wer fragt, der führt“, genannt.

Wer fragt, gestaltet Beziehungen

Wer fragt, setzt Menschen in Bewegung

Wer fragt, der führt das Gespräch

Es gibt eine Vielzahl von Arten zu fragen. Jede Frageart ist per se weder gut noch schlecht. Wichtig ist es immer, die richtige Frage zum richtigen Zeitpunkt zu wählen. Nachfolgend wird eine kleine Auswahl von Fragearten vorgestellt.

Zunächst ein Praxisbeispiel, um Fragearten und Aussagen näher zu skizzieren. Spüren Sie die unterschiedliche Wirkung?



Praxisbeispiel:

Geschlossene Fragen

- „Sind Sie an einem Gespräch interessiert?“
- „Sie möchten doch sicher Ihr Problem lösen?“

Offene Fragen

- „Wie kann ich Sie zu einem Gespräch bewegen?“
- „Welche Lösungsidee haben Sie für Ihr Problem?“

Aussagen

- „Ich schlage Ihnen ein Gespräch vor.“
- „Beschreiben Sie bitte Ihren Lösungsvorschlag.“

Zur Erklärung: Geschlossene Fragen lassen sich mit ja oder nein beantworten. Offene Fragen werden auch „W-Fragen“ genannt. Oft werden diese mit folgenden Fragewörtern eingeleitet: Wieso, warum, wer, wann, etc. Weitere Hinweise zu Fragetechniken finden Sie im Anhang des Manuals.

(Udo Haeske (2010): Kommunikation mit Kunden, Kundengespräch, After Sales und Reklamation. 3. Auflage. Berlin: Cornelsen.)

Im helfenden Kontext, damit auch in der Telefonberatung, sind Fragen nicht nur ein Mittel der Informationserhebung. Eine zielführende Frage, die nicht den Eindruck des Ausfragens erweckt, kann eine starke Wirkung entfalten und zeigt durchaus die Effekte einer therapeutischen Intervention. Mit klug gestellten Fragen lässt sich am leichtesten die Aufmerksamkeit unseres Gegenübers in eine nützliche Richtung lenken, und auch die gemeinsame Suche nach Lösungen und Ressourcen lässt sich am einfachsten durch Fragen fördern.

Steve de Shazer (1992) gilt als gedanklicher Vater der lösungsorientierten Kurzzeitintervention. Finden und erfinden von Lösungen war sein therapeutisches Interesse. Zusammen mit seiner Frau Insoo Kim Berg einwickelte er einige besondere Fragearten, die Einzug in die therapeutische Praxis aber auch in die Beratung gefunden haben.

Zwei Fragearten könnten für die telefonische Beratung von besonderem Interesse sein und werden nachfolgend beschrieben. [Weitere Informationen finden sie im Anhang des Manuals.](#)

Skalierungsfragen

Skalierungsfragen erleichtern zu Beginn eines Beratungsprozesses die Einschätzung der Bedeutung des Problems und im weiteren Verlauf den Fortschritt auf dem Weg zu einer Lösung. Dies hilft bei der Einschätzung von subjektiv empfundenen Belastungen. Skalierungsfragen ermöglichen eine präzisere Standortbestimmung für den Ratsuchenden bzw. die Ratsuchende.

Stellen Sie sich eine Skala vor, die bei 0 beginnt und bei 10 endet. 0 bedeutet, dass das Problem im Grunde nicht existiert. 10 Punkte werden als Antwort genannt, wenn das Problem sehr bedrohlich, also sehr schlimm ist. Ein Beispiel: Eine Person berichtet von häufigen Kopfschmerzen. Um die Beeinträchtigung besser zu verstehen, kann folgende Skalierungsfrage helfen: „Auf einer Skala von 0 bis 10 – Wie schlimm sind die Kopfschmerzen?“ Die 10 könnten häufige und starke Migräneattacken sein. Skalierungsfragen erleichtern es uns und den Ratsuchenden, das vorgetragene Problem in seinem Ausmaß und in seiner Bedeutung zu verstehen.

Entnommen aus Girsberger, Andri (2012): Methodenhandbuch System- und lösungsorientierter Interventionen.

Wunderfragen

Mit der Wunderfrage werden Menschen, die intensiv über Probleme sprechen, auf dem Weg zu einer Lösung oder Verbesserung des Problems unterstützt. Dies gilt insbesondere dann, wenn ihre Gedanken sich im Kreis drehen und eine Lösung in weiter Ferne scheint.

Wunderfragen unterstützen die Ratsuchenden, sich auf Lösungen und nicht nur auf das Problem zu konzentrieren. Steve de Shazer formulierte die Wirkung dieser Frageart so: Das Sprechen über Probleme verstärkt das Problem. Das Sprechen über Lösungen erzeugt Lösungen. Wunderfragen sollen den Weg zu den Lösungsmöglichkeiten aufzeigen.



Praxisbeispiel:

Skalierungsfragen

Zunächst erklären Sie Ihrem Gesprächspartner oder Ihrer Gesprächspartnerin die Skala. Z.B.: „Stellen Sie sich eine Skala vor, die bei 0 beginnt und bei 10 endet. 0 bedeutet, dass das Problem im Grunde nicht existiert. Vergeben Sie 10 Punkte, wenn das Problem sehr bedrohlich, also sehr schlimm ist.“

Dann stellen Sie eine oder mehrere Skalierungsfragen.

„Auf einer Skala von 0 bis 10: Wie sehr belastet Sie Ihr Problem?“

Oder ohne Skalierung, in einem offenen System: „Stellen Sie sich eine ‚Hitliste‘ Ihrer Probleme vor. Auf welchen Platz setzen Sie das konkrete Thema?“

Wunderfragen

Diese Fragen werden ohne vorgelagerte Erklärung gestellt, können aber – je nach Gesprächssituation – eingeleitet werden. Z.B.: „Ich stelle Ihnen nun eine Frage, die Ihnen zunächst etwas merkwürdig vorkommt.“

„Angenommen, das Problem ist morgen wie durch ein Wunder gelöst – woran würden Sie es bemerken, was wäre dann anders?“

„Wer würde es noch merken, woran?“

„Was könnte so ein Wunder ausgelöst haben?“

Fragetechniken dienen jedoch nicht nur der Informationssuche. Fragen sind auch eine Möglichkeit, auf Einwände, Widerspruch und Kritik zu reagieren.

Einwände oder Widersprüche der Ratsuchenden sollten im Beratungsgespräch nicht als Störung bewertet werden. Vielmehr bietet sich den Beratenden an dieser Stelle die Chance, wichtige Aspekte noch tiefer mit den Anrufenden zu besprechen. Bei Widerspruch gilt es zunächst zu analysieren, um was es dem Gegenüber eigentlich geht: Gibt es einen sachlichen Grund, der einen Einwand rechtfertigt, oder ist es eher Widerspruch um des Widersprechens

willen? Wie jede Aussage besteht auch ein Einwand mindestens aus einer Sachebene und einer Beziehungsebene. Es gilt also, das Objektiv-Sachliche vom Subjektiv-Emotionalen abzugrenzen. Hierzu können Beraterinnen und Berater natürlich die vorgestellten Fragearten in angepasster Form nutzen.

Üben Sie sich im Fragenstellen, um Ratsuchenden dadurch zu eigenen Klärungen und Lösungen zu verhelfen. Wenn Sie Ihr Ziel in der Gesprächsführung kennen, können folgende Formulierungen weiterhelfen:



Ziel

„Sie haben das Gefühl, dass ...“

„Von Ihrem Standpunkt aus ...“

„Es scheint Ihnen ...“

„Aus Ihrer Perspektive ...“

„Sie denken, dass ...“

„Sie glauben, dass ...“

Formulierungsvorschläge für die Praxis

„Was empfinden Sie, wenn Sie an ... denken?“

„Welche Punkte sind Ihnen wichtig?“

„Welche Möglichkeit halten Sie für die beste oder für die, die Sie derzeit am ehesten umsetzen können?“

„Wenn Sie den weiteren Verlauf bestimmen könnten, was würden Sie tun?“

„An welchem Beispiel können Sie das verdeutlichen?“

„Was hat das für Hintergründe, wenn Sie das so sagen?“

„Was könnten Sie Ihrem Partner anbieten, damit er mit Ihren Vorstellungen einverstanden ist?“

4.3 Ich-Botschaften senden und nutzen

Es ist oft schwierig, sich klar und verständlich auszudrücken. Wir Menschen verstecken gerne unsere wirklichen Empfindungen und Gedanken hinter einem „man“ oder einem „Du“, was nicht selten in anklagender Form geäußert wird. Der Psychologe Thomas Gordon zeigte in seinen Veröffentlichungen in den 1970er Jahren die besondere Bedeutung und die hohe Wirksamkeit sogenannter Ich-Botschaften auf.

Dabei spricht der Sender bzw. die Senderin von persönlichen Gefühlen und Absichten, ohne dem Kommunikationspartner bzw. der -partnerin vorwurfsvoll oder anklagend zu begegnen. Im Gegensatz hierzu steht die im Kommunikationsverhalten weit verbreitete Du-Botschaft. Um die unterschiedliche Wirkung dieser beiden Botschaften besser zu verstehen, nachfolgend ein Beispiel:



Ich-Botschaft

„Ich bin nicht in der Lage, ohne weitere Informationen eine hilfreiche Antwort zu geben.“

Du-Botschaft

„Warum fragen Sie immer dasselbe?“

Es hat nichts mit Egoismus zu tun, wenn Sie Ich-Botschaften aussenden, sondern zeigt eher ein gesundes Selbstbewusstsein, eigene Klarheit und Ich-Stärke. Aktives Zuhören und Ich-Botschaften gehören als Methode oder Technik in der Gesprächsführung zusammen. Ich-Botschaften sind stets wirksamer, um Verhalten zu verändern. Eine Ich-Botschaft löst zudem viel weniger Widerstand und Ablehnung aus. Sie kann besser akzeptiert werden. Das werden Sie auch im Kontakt mit Ihren Telefonpartnern und -partnerinnen feststellen. Ein Vorteil der Ich-Botschaften ist, dass die andere Seite diese als subjektive Aussagen in der Regel akzeptiert. Auch weil die eigene Sicht der Dinge entgegengesetzt werden kann, ohne grundsätzlich zu widersprechen. Wenn Sie die Gespräche in Ihrem Umfeld analysieren, können Sie feststellen, dass viele Äußerungen Sie- oder Du-Elemente enthalten. Solche Du-Botschaften können in direkter oder verdeckter Form auftreten. „Können Sie mich vielleicht ausreden lassen?“, ist eine solche Du-Botschaft, auch wenn sie als Frage auftritt. Die eigentliche Aussage ist ein Befehl und lautet: „Hören Sie auf, mich zu unterbrechen“.

Besonders häufig tauchen Du-Botschaften in schwierigen oder konflikthaften Gesprächssituationen auf. Es entsteht dann schnell eine Negativ-Spirale, denn die Gefahr ist groß, dass die Beziehung zum Gesprächspartner bzw. zur Gesprächspartnerin und das gesamte Gesprächsklima durch Du-Botschaften weiter verschlechtert werden. Die meisten Menschen hören einen Vorwurf, eine Herabsetzung oder Ablehnung in der Du-Botschaft, und das provoziert in erster Linie Widerstand. Mit der Du-Botschaft machen Sie Ihren Gesprächspartner bzw. Ihre Gesprächspartnerin und sein bzw. ihr Verhalten zum Thema, bewerten es und versuchen, darauf Einfluss zu nehmen. Indem Sie dem Gegenüber sagen, was es zu tun und zu lassen hat, wollen Sie die Situation kontrollieren. Damit stellen Sie sich über die andere Person, bringen aber Ihr eigentliches Anliegen und Ihre Emotionen nicht zum Ausdruck.

Beispiele für Du-Botschaften

Formulierung:

„Wenn Sie so weitermachen, ...“

„Sie sollten besser ...“

„Da sind Sie schlecht informiert.“

„Sie wissen doch ganz genau ...“

„Ich kann Ihnen nur raten ...“

Effekt beim Gesprächspartner bzw. bei der -partnerin:

Drohung

Belehrung

Bewertung

Unterstellung

Anweisung

Formulieren von Ich-Botschaften

Mit einer Ich-Botschaft treffen Sie Aussagen über Ihre eigenen Ziele, Bedürfnisse und Emotionen und können Ihrem Gesprächspartner bzw. Ihrer Gesprächspartnerin die Konsequenzen bestimmter Verhaltensweisen aufzeigen. Sie begegnen sich auf Augenhöhe und ohne den Anspruch, Ihre Sicht der Dinge durchzusetzen. Die Kommunikation verläuft offen, direkt und ehrlich. Ich-Botschaften werden im Wesentlichen als angriffsfreie Botschaften von Ihrem Gesprächspartner bzw. Ihrer Gesprächspartnerin aufgenommen.

Sind Ihnen jemals Leute begegnet, die Ihnen einfach gesagt haben, was sie empfanden? Zum Beispiel: „Ich bin ärgerlich auf Sie“, oder „Ich bin wirklich besorgt“? Solche Botschaften verwirren und befremden. So ist meist die erste Reaktion, zu fragen, warum der Sprecher oder die Sprecherin ärgerlich oder besorgt ist.

(Thomas Gordon (2005): Managerkonferenz. Effektives Führungstraining. Aktualisierte Neuauflage. München: Heyne.)

Eine vollständige Ich-Botschaft besteht aus drei Komponenten:

Verhalten

Sie beschreiben das auslösende Verhalten, ohne es zu bewerten.

„Sie lassen mich nicht zu Wort kommen und verwenden gelegentlich Schimpfworte, die auf mich bezogen sind.“

Gefühle

Sie sagen, welche Gefühle dieses Verhalten bei Ihnen hervorruft.

„Das empfinde ich als unangenehm.“

Wirkungen

Sie nennen die möglichen Konsequenzen.

„So erreiche ich Sie nicht. Ich bin mir sicher wir können zusammen gute Ideen für Sie entwickeln.“

Hinweis: Wenn Sie anfangs versuchen, vollständige dreiteilige Ich-Botschaften zu senden, werden Sie sich möglicherweise ungeschickt und pedantisch vorkommen. Mit zunehmender Übung werden Ihre Ich-Botschaften immer natürlicher werden. Sie werden auf die Gedankenkontrolle zunehmend verzichten können. Doch ohne Übung gelingt es nicht, wie bei jeder neuen Technik.

4.4 Motivierende Gesprächsführung

Das Ziel von Beratung ist es, Hilfesuchende bei der Lösung von Problemen zu unterstützen und Veränderungsprozesse zu stützen oder auszulösen. Daher stellt sich die wichtige Frage, wie inhaltlich bedeutende Veränderungen bei Hilfesuchenden stattfinden und wie Beratende dazu beitragen können.

Hierzu sind viele Theorien und Modelle im Einsatz, eines davon – mittlerweile häufig in der Beratungspraxis mit Erfolg eingesetzt – ist die Motivierende Gesprächsführung. William R. Miller und Stephen Rollnick entwickelten in den 1980er Jahren das Konzept „Motivational Interviewing“ kurz MI genannt.

Was Motivierende Gesprächsführung **nicht** ist:

Tacheles reden, dunkle Horrorvisionen ausmalen, Ratschläge geben, mahnen, überreden oder bitten. Dieses Bemühen ist kräftezehrend und der Erfolg eher zweifelhaft. Grundlage eines solchen Beratungsgesprächs wäre die Vorstellung, dass zu beratende Personen in den meisten Fällen änderungsresistent und uneinsichtig sind.

Die Perspektive der Motivierenden Gesprächsführung:

Eine zentrale Aufgabe in der Arbeit mit suchtkranken Menschen und deren Angehörigen ist die wirksame Ermutigung, Hilfen in Anspruch zu nehmen, sich Schritt für Schritt ihrer Situation zu stellen und ihr Leben (wieder) selber zu gestalten. Es geht also sehr oft darum, Ratsuchenden zu Klärungen zu verhelfen und sie zu motivieren, bestimmte Schritte zur Verhaltensänderung zu tun – oder zu lassen. Die Ratsuchenden entscheiden über ihre mögliche Veränderung und wie dieser Weg gestaltet werden kann. Die beratende Person ist diesbezüglich absichtslos. Die einzige Absicht besteht darin, Ratsuchende auf diesem Weg beratend und kompetent zu begleiten.

Widerstreitende Gefühle und Gedanken (Ambivalenzen) scheinen einer Veränderung im Wege zu stehen und die Entschlusskraft zu lähmen. Die Motivierende Gesprächsführung erkennt die Zwiespältigkeit gegenüber einer Veränderung als Teil des Problems an und macht sie zum Gegenstand des Gesprächs.

Die Motivierende Gesprächsführung stellt nicht in Frage, dass und ob eine hilfesuchende Person zu einer Veränderung bereit ist, d.h. die Sinnhaftigkeit einer Veränderung erkennt. Doch aller Anfang ist schwer, wenn die Aufgabe geradezu übermächtig erscheint. Daher gilt es, herauszufinden, bis zu welchem Punkt der Veränderungsmöglichkeiten die Motivation des bzw. der Hilfesuchenden aktuell reicht und ihn bzw. sie in diesem Etappenziel zu bestärken.

Veränderungsprozesse

Da Motivierende Gesprächsführung im Kern auf Veränderungen abzielt, schauen wir zunächst auf Veränderungsprozesse. In den 1980er Jahren beobachteten James O. Prochaska und Carlo DiClemente Personen mit Suchtproblemen. Sie erkannten, dass Verhaltensveränderungen in Etappen verlaufen und in sechs Phasen unterteilt werden können.



Die Motivierende Gesprächsführung hat die Ziele Veränderungsbereitschaft (Phase 1) zu erzeugen und im weiteren Verlauf den konkreten Veränderungsprozess (Phase 2) zu unterstützen. Vielleicht ist die Hilfesuchende Person bereit, sich die Frage zu stellen: „Soll ich aufhören zu trinken?“ Die zu beratende Person befindet sich dann auf der zweiten Stufe der Veränderungsskala. Viele Ratsuchende befinden sich auf den rot markierten Stufen.

Weitergehende Details zu den Stadien der Veränderung finden Sie im Anhang dieses Manuals. Das Modell „Stufen der Veränderung“ ist ein guter Anhaltspunkt für Klärungsfragen im Rahmen der Anwendung der Motivierenden Gesprächsführung. Es ist von großem Interesse, auf welcher Stufe sich Ratsuchende aktuell befinden, um bei der Beratung möglichst den richtigen Weg zu wählen. Eine ratsuchende Person auf der Stufe 2 (Absicht einer Änderung wird erwogen), wird eine andere inhaltliche Beratung wünschen, als eine ratsuchende Person, die sich auf der dritten Stufe befindet (Vorbereitungsphase der Veränderung). Sollte diesen inhaltlichen Bedürfnissen nicht entsprochen werden, führt dies sicherlich zu einer Unzufriedenheit auf der Seite der Beratenden und kann zum Gesprächsende führen.

Anwendung der Motivierenden Gesprächsführung

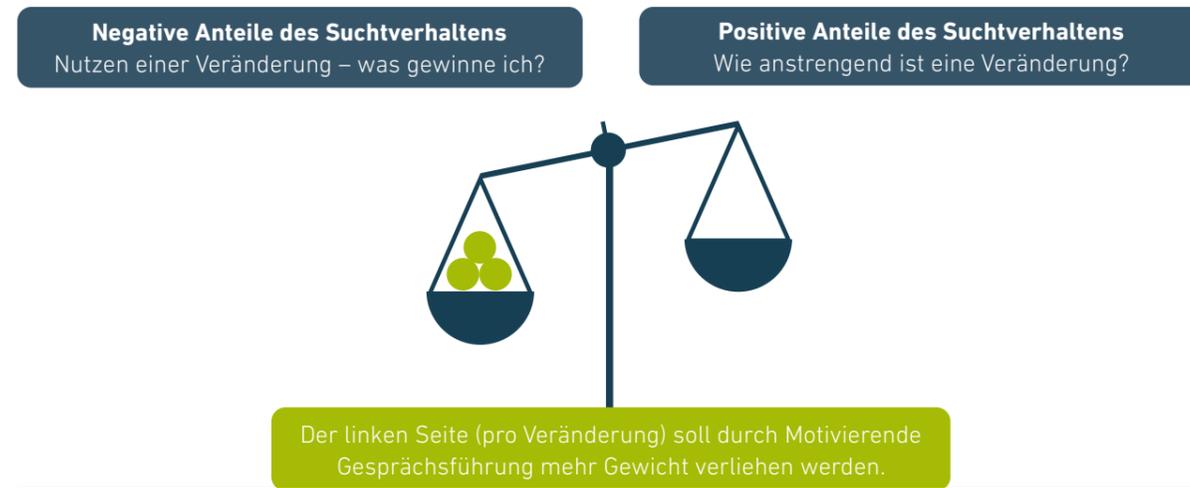
Nun konkret zur Anwendung der Motivierenden Gesprächsführung. Vorangeschickt werden muss, dass die Anwendung dieser Methode ein nicht zu unterschätzendes Maß an Ausbildung und Übung erfordert. Motivierende Gesprächsführung kann in diesem Manual nur kurz und lediglich überblicksartig dargestellt werden. Einige Punkte, die auch mit wenig Übung gut in der telefonischen Beratung anwendbar sind, werden herausgehoben.

Der Motivierenden Gesprächsführung liegt die Idee zugrunde, dass Menschen mit Suchtproblemen nicht unmotiviert sind, ihrer Sucht zu entkommen, sondern zwiespältig. Was bedeutet das? Sie könnten im inneren Monolog formulieren: „Einerseits möchte ich etwas ändern, andererseits aber auch nicht“ (Körkel, Veltrup, 2003). Der Volksmund kennt hierzu die Formulierung: Zwei Herzen schlagen in meiner Brust.

In der Beratungspraxis nehmen wir die Ambivalenzen (Zwiespältigkeit) ernst. Beratende stellen Fragen und diskutieren mit den Ratsuchenden über diesen besonderen Punkt. Das Waage-Modell verdeutlicht das Gesprächsziel. „Kosten und Nutzen“ einer Veränderung können miteinander verglichen werden.

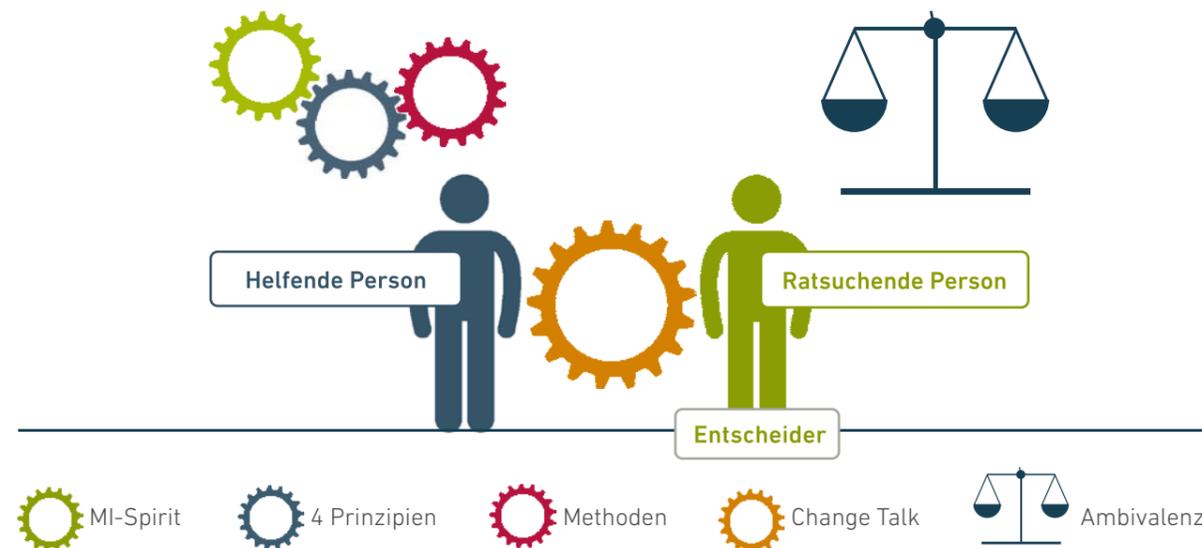
Vielleicht neigt sich die Waage für die Ratsuchenden zu einer Seite. Vielleicht bewertet unser Gesprächspartner oder unsere Gesprächspartnerin die Kosten des augenblicklichen Zustands (z.B. die wahrgenommenen gesundheitlichen Probleme) als zu hoch und fühlt eine aufkommende Veränderungsbereitschaft.

Ambivalenzmodell



Die Grundidee der Motivierenden Gesprächsführung ist nun skizziert. Schauen wir nun auf den Gesprächsprozess zwischen beratender und hilfesuchender

Person. Das folgende Schaubild bietet einen Überblick über die Bausteine der Motivierenden Gesprächsführung.



Wie werden all diese Ideen in ein Gesprächskonzept gefasst? Was verbirgt sich hinter den Begriffen? So viel vorweg: Motivierende Gesprächsführung bedient

sich aus dem Baukasten bekannter Kommunikationstechniken und Ideen der systemischen Beratung. Sie ist aber mehr als die Summe der Einzelheiten.

Starten wir mit der geistigen Grundhaltung der Telefonberaterin oder des Telefonberaters (MI-Spirit). Dieser Spirit entspricht im Wesentlichen den Ausführungen im dritten Kapitel dieses Manuals. Miller und Rollnick verwenden allerdings andere Begriffe.

| | | | |
|--|--|-------|---------------|
| MI-Spirit (geistige Grundhaltung der beratenden Person) | Partnerschaftlichkeit | statt | Konfrontation |
| | Hervorrufen von Ideen (Evokation) | statt | Ratschläge |
| | Akzeptanz der Eigenständigkeit (Autonomie) | statt | Autorität |
|  | | | |
| Helfende, die Motivierende Gesprächsführung anwenden, sind „Wegweiser“, die Informationen über mögliche Wege liefern statt für andere einen Zielort auszusuchen. Niemals entscheiden Sie für Ratsuchende. Die Entscheidung für eine Veränderung und deren Ausgestaltung liegt allein bei der ratsuchenden Person. | | | |

Sie haben den MI-Spirit und wollen die nächsten Bausteine einsetzen. Hierfür sollten Sie sich zunächst mit den nachfolgenden vier Prinzipien auseinandersetzen. Verstehen Sie diese nicht als

Gesprächstechniken, sie sind vielmehr Leitlinien für den Dialog mit den Ratsuchenden (Körkel, Veltrup, 2003).

| | | |
|---|-------------------------------|---|
| Vier Prinzipien  | R resist | Widerstehe, deine Wahrheit direkt zu äußern |
| | U nderstand motivation | Verstehe die Motivlage des zu Beratenden |
| | L listen | Zuhören und verstehen |
| E empower | | Ermutige und befähige Ratsuchende |
| In der englischsprachigen Fachliteratur als Akronym 2008 eingeführt. | | |
| RULE: Ein Akronym. Jeder Buchstabe steht für einen Begriff. Englisch „rule“, wird mit „Regel“ übersetzt und soll damit ausdrücken, dass Sie sich die Anwendung dieser Prinzipien zu Ihrer Regel in Beratungsgesprächen machen sollten. | | |
| Praxistipp 1: Auch außerhalb von Motivierender Gesprächsführung gut anwendbar und hilfreich! | | |
| Praxistipp 2: Spüren Sie Widerstand auf der Seite der Ratsuchenden? Bitte nicht verbal „rangeln“, „tanzen“ Sie mit dem Widerstand. | | |

Diese Prinzipien schlagen die Brücke zu den Methoden. Wenn Sie sich an „RULE“ halten, werden nicht Sie, sondern der Ratsuchende die entscheidenden Sätze aussprechen.

Methoden



Empfohlene Gesprächstechniken:

1. Offene Fragen stellen
2. Würdigung
3. Aktives Zuhören
4. Zusammenfassung

Anmerkung: Motivierende Gesprächsführung ist ein komplexes System, die einzelnen Elemente hingegen sind Ihnen vermutlich vertraut. Sie finden im Manual an anderen Stellen konkrete Empfehlung zu den hier dargestellten Methoden.

Die dargestellten Gesprächstechniken werden hier Methoden genannt. Sie sind das Gerüst der bisherigen und auch zukünftigen Anteile im Gespräch. Natürlich können Sie auch andere Gesprächstechniken nutzen, die Ihnen angemessen erscheinen. In vielen Fachbüchern werden Ihnen sieben Methoden angeboten. Wir versuchen aber an dieser Stelle, die Dinge möglichst einfach zu gestalten.

Change Talks (Gespräch über Veränderungen)

Sie haben Ihr Beratungsgespräch bisher nach den Empfehlungen von Motivierender Gesprächsführung geführt. Veränderungsbereitschaft bei der ratsuchenden Person ist erkennbar. Woran merken Sie, dass Sie sich im Change Talk (Gespräch über Veränderungen) befinden? Erkennungsfaktoren finden Sie in der nächsten Abbildung. Vielleicht sehen Sie aber noch keine oder nur geringe Ansätze eines Gesprächs über Veränderungsbereitschaft bei Ihrem Gegenüber. Versuchen Sie gerne, die ratsuchende Person zum Change Talk zu stimulieren. Stellen Sie hierzu offene Fragen. Auch Skalierungs- oder Wunderfragen sind hilfreich (siehe hierzu Kapitel 4.2).

Change Talk



Erkennen und Fördern einer Sprechweise bei Ratsuchenden (Change Talk), die ausdrückt, dass sie sich bereits mit möglichen Veränderungen ihres Verhaltens befassen.

„Ich kiffe seit 10 Jahren und es gefällt mir selbst nicht mehr“.

Erkennungsfaktoren für Change Talk:

- ▶ Nachteile des Status Quo werden erkannt und benannt
- ▶ Vorteile einer Veränderung werden erkannt und benannt
- ▶ Optimismus bzgl. einer Veränderung
- ▶ Vorsatz einer Veränderung



Praxistipps:

Motivation zur Veränderung mit Skalierungsfragen aufbauen

„Wie dringend ist es für Sie zu ...? Auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 gar nicht wichtig und 10 extrem wichtig ist, wo würden Sie sich einordnen?“ (Förderung)

„Was würden Sie sagen, wie zuversichtlich sind Sie, falls Sie schon entschieden haben, ... umzusetzen? Auf einer Skala von 0 bis 10 ...“ (Festigung)



Change-Talk

Sie können u. a. folgende Techniken für Change-Talk nutzen:

- ▶ Offene Fragen (Kapitel 4.2)
- ▶ Wichtigkeitrating über Skalierungsfragen
„Wie wichtig ist Ihnen auf einer Skala von 0 bis 10 ...?“
- ▶ Veränderungsmotive genau erfragen
„Warum ist es Ihnen wichtig?“
- ▶ Extrementwicklungen erfragen
„Denken Sie manchmal an schlimme gesundheitliche Folgen? Wenn ja, was denken Sie genau?“
- ▶ Rückschau halten
„Wie sah Ihr Leben ohne Sucht aus?“
- ▶ Bessere Zukunft imaginieren
„Wie könnte Ihr Leben ohne Suchtdruck aussehen?“
- ▶ Lebensziele erkunden
„Was wünschen Sie sich für Ihre Zukunft?“

Interkulturelle Kommunikation: Thema unserer Zeit

Zusammenfassung

Dr. Ralf Demmel, ein anerkannter Experte für Motivierende Gesprächsführung, formuliert Gedankenstützen für Beratende, die Motivierende Gesprächsführung anwenden:

(Quelle: Miller und Rollnick, 2015, S. 31)

Motivierende Gesprächsführung ist kein Verfahren, um Menschen mit Tricks zur Veränderung zu bewegen, sondern eine Methode, mit der wir ihre eigene Motivation und ihre eigenen Veränderungsressourcen aktivieren können.

Ratsuchende werden häufig im inneren Monolog das Für und Wider einer Verhaltensänderung, einer Abkehr vom Suchtverhalten abwägen. Ratsuchende Personen könnten sich beispielsweise folgende Fragen stellen:

- ▶ „Ich möchte mich verändern, aber wie soll ich es nur anfangen?“
- ▶ „Werde ich mich von meinen Freunden lösen müssen?“
- ▶ „Wenn ich aufhöre, wie wird dann mein Leben aussehen?“

Diese Ambivalenz ist das mit Abstand größte Hindernis auf dem Weg zur Veränderung. Argumente für und wider Veränderung sind in der ambivalenten

Person bereits vorhanden (Miller, Rollnick, 2015, S. 21). In einer Beratungssituation ist zu bedenken: Wenn Sie für eine Veränderung argumentieren und die ratsuchende Person dagegen, erreichen Sie genau das Gegenteil des Gewünschten (Miller, Rollnick, 2015, S. 22).

Es ist davon auszugehen, dass jede Person ein großes Veränderungspotenzial besitzt. Die Aufgabe der Beratung liegt darin, die Möglichkeiten der ratsuchenden Person freizusetzen und den Veränderungsprozess zu fördern. Ratsuchende werden mit großem Respekt und als Verbündete behandelt.

Und zum Schluss ein entscheidender Satz von Dr. Ralf Demmel:

(Quelle: Miller und Rollnick, 2015, S. 30)

Motivierende Gesprächsführung ist etwas, das „mit“ einem und „für“ einen Menschen geschieht.

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Soziale Kompetenz ist wichtiger als kulturspezifisches Wissen.

Es gibt keine Checklisten für richtiges oder falsches Verhalten im interkulturellen Kontext.

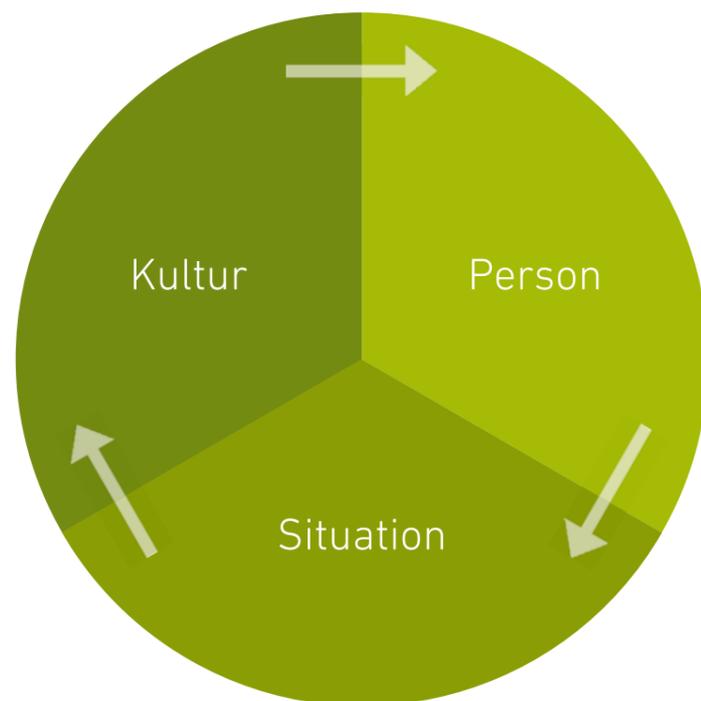
Diejenigen, die Hilfe suchen, müssen das Hilfsangebot auch verstehen können.

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Kulturbegriff

Das Kultur-Person-Situation-Modell

Das Kultur-Person-Situation-Modell (KPS-Modell)



Interkulturelle Kommunikation: Thema unserer Zeit

„Wenn Menschen miteinander in Kontakt treten, prallen Welten aufeinander. Das ist schon innerhalb einer Kultur der Fall, weil jeder mit einem persönlichen, mentalen System ausgestattet ist, das ihn zu einem einmaligen und einsamen Inselbewohner macht“ (Dagmar Kumbier, Friedemann Schulz von Thun, 2010, S. 9).

Wie groß ist dann erst der Anspruch an eine gelungene interkulturelle Kommunikation? Diese Herausforderung ist eher größer als kleiner geworden. Begriffe wie Diversität, hybride Identitäten, Transkulturalität und Multikulturalität (Zwengel, 2018) werden diskutiert und zeigen, dass ein traditioneller Kulturbegriff oft nicht ausreicht, um in einer konkreten Beratungssituation Leitlinie zu sein. Diese in der Fachliteratur genutzten Begriffe umschreiben unterschiedliche Lebensbiografien. Sie können durch Vielfalt, zusammengesetzten Identitäten und vermischte kulturelle Intergründe gekennzeichnet sein.

Das vorliegende Manual will in erster Linie praktikabel sein. Ein pragmatischer Ansatz für eine achtsame Kommunikation mit Menschen unterschiedlicher Herkunft ist es, die kulturellen Wurzeln zu würdigen, aber eine Überbewertung des Kulturellen gegenüber anderen Faktoren zu vermeiden. Die einseitige Konzentration auf kulturelle Wurzeln greift häufig zu kurz. Wir finden in unseren kommunikativen Begegnungen nicht den Deutschen, die Italienerin, die Türkin oder den Tunesier. Wir finden aber Menschen, die ein individuelles Muster haben und möglicherweise aufgrund ihrer Lebensgeschichte unterschiedliche kulturelle Aspekte in sich spüren.

Es ist nicht immer eindeutig, ob ein Verhalten durch kulturelle Wurzeln, individuelle Muster oder die Situation bestimmt wird.

Hilfreich ist es daher, wenn wir mit dem Kultur-Person-Situation-Modell (kurz KPS-Modell genannt – nach Leenen, Grosch, 1998) versuchen, das aktuelle Verhalten und das vorgetragene Problem einer Person zu verstehen.

Schauen wir auf die drei Elemente des KPS-Modells

Kultur

Auch wenn kulturelle Aspekte nicht überbetont werden sollten, kann ein Blick auf die kulturellen Wurzeln des bzw. der Ratsuchenden bedeutsam sein.

- ▶ Gibt es Besonderheiten des Menschen, der eine Beratung wünscht?
- ▶ Welche Werteorientierung könnte bei dieser Person vorliegen?
- ▶ Welche unterschiedlichen Kommunikationskonventionen des oder der Ratsuchenden könnten von Bedeutung sein?

Dieses Manual kann nicht von „den“ Besonderheiten arabischstämmiger Menschen oder von Menschen mit osteuropäischen Wurzeln berichten, um nur zwei exemplarische Gruppierungen zu nennen. Dies wäre sehr umfangreich und könnte nur eine unscharfe, wenig hilfreiche Annäherung bieten. Welche Gruppen sollten hier einen Platz finden, welche sollten nicht beschrieben werden?

Grundsätzlich gibt es aber eine kommunikative Lösung für die angeführten Aspekte und Fragen: Wenn Sie den Eindruck haben, der kulturelle Hintergrund ist für eine kompetente und einführende Beratung von Bedeutung, fragen Sie einfach nach. Beispielsweise fordert ein männlicher Anrufer die Telefonberaterin auf, einen männlichen Berater ans Telefon zu bitten. Dies kann verschiedene Motive haben. Ihre Nachfrage um die Gründe des Wunsches besser zu verstehen, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Verschlechterung der Beziehungsebene zur Folge haben. Wir dürfen sogar vermuten, dass es die Beziehungsebene stärkt. Und dann kommen wieder die pragmatischen Lehrsätze von Paul Watzlawick ins Spiel: Es gibt eine Sachebene und eine Beziehungsebene. Die Beziehungsebene dominiert in vielen Fällen die Sachebene. Unsere empathische Grundhaltung, das Aktive Zuhören und das interessierte Nachfragen sind starke Angebote auf der Beziehungsebene. Und um das Beispiel mit einer Empfehlung abzurunden: Wenn es in der Beratungsstelle möglich ist, könnte dem Wunsch nach einem männlichen Gesprächspartner entsprochen werden.

Person

Die Eigenschaften, die die Persönlichkeit eines Menschen bestimmen, werden in der Persönlichkeitspsychologie (differenziellen Psychologie) behandelt. Psychologen nutzen für die Beschreibung von Persönlichkeitsstrukturen das Fünf-Faktoren-Modell. Hier stellt sich die Frage, ob der Versuch einer Beschreibung von Persönlichkeitsmerkmalen nach diesem Modell im Rahmen der Telefonberatung überhaupt angebracht wäre. Die Antwort liegt auf der Hand: eher nicht.

Fragen wir uns lieber, wie uns der Mensch während des Beratungsgesprächs begegnet.

- ▶ Ist er oder sie ängstlich?
- ▶ Aufgeregt oder verzweifelt?
- ▶ Ist er oder sie emotional stabil und will zunächst nur Informationen?

Auch an dieser Stelle gibt es eine kommunikative Empfehlung für den Umgang mit Ratsuchenden aus anderen Kulturkreisen oder mit hybriden Identitäten: Ist jemand ängstlich und aufgeregt, behandeln wir diesen Menschen wie jemand, der ängstlich und aufgeregt ist. Unabhängig davon, welchen kulturellen Hintergrund dieser Mensch haben mag. Sollten Missverständnisse auftreten, haben wir in aller Regel die Möglichkeit, diese anzusprechen. Sollten wir jemanden im Gespräch verärgern, bleibt uns selbstverständlich das Verbalisieren der erkannten Emotion (siehe Kapitel 4.1). Eine Formulierung in diesem Zusammenhang könnte sein: „Ich spüre, dass Sie mit meiner letzten Äußerung nicht einverstanden waren. Was genau hat Sie verärgert?“

Situation

Liegt der Grund für den erkennbaren emotionalen Status oder das Problem in der momentanen Lebenssituation? Grundlagen für das Verhalten von Menschen sind ihre biografischen Hintergründe, charakterliche Veranlagungen und Ausprägungen aber auch situative Einflüsse.

- ▶ Spielen Trennung, Arbeitslosigkeit oder vielleicht andere Aspekte eine Rolle?
- ▶ Welche Bedeutung hat die Situation für die Anruferin oder den Anrufer?
- ▶ Ist eine Angehörige oder ein Angehöriger die ratsuchende Person?
- ▶ Liegt eine ausgeprägte Suchthistorie vor, sodass die Situation langfristig belastend ist?

Ein Gedanke zum Abschluss dieses Themas: Im Umgang mit verschiedenen Kulturen ist eine innere Grundhaltung, die dem Menschen zugewandt ist, von großer sozialer Bedeutung. Kultursensibilität ist insbesondere für Telefonberaterinnen und Telefonberater eine Voraussetzung für gelingende Kommunikation. Kultursensibilität bedeutet aber nicht, dass Beratende ein spezifisches Detailwissen über eine Vielzahl von Kulturen haben müssen. Es gibt einen Wirkfaktor für gelingende Kommunikation, der über alle Kulturen hinweg von Bedeutung ist: Ihre Hinwendung zum Menschen, der Ihren Rat sucht.



Praxistipps:

Versuchen Sie zu verstehen: Ist das aktuelle Verhalten der ratsuchenden Person eher in kulturellen, persönlichen oder situativen Faktoren begründet?

Menschen, die einen Migrationshintergrund haben, aber in der zweiten oder dritten Generation bei uns leben, wollen unter Umständen nicht über ihren kulturellen Hintergrund definiert werden und nicht als Migrant oder Migrantin eingestuft werden. Bitte vergeben Sie nicht zu schnell ein Etikett.

Wenn Sie etwas nicht verstehen, fragen Sie interessiert nach.

Bei erkannter Selbst- oder Fremdgefährdung und vorhandener Sprachbarriere ist Krisenkommunikation erforderlich. Falls verfügbar, greifen Sie auf vorbereitete Vokabeln zurück. Jetzt ist es von Bedeutung, Menschen in Ausnahmesituationen so zu beraten, dass ärztliche oder andere fachliche Hilfe angenommen werden kann (siehe auch Kapitel 7).

6

Sechs Phasen einer gelungenen Telefonberatung

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Ein Telefonat hat üblicherweise mehr als einen Anfang und ein Ende.

Die sechs Phasen einer gelungenen Telefonberatung.

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Freundlicher Gesprächseinstieg

Problemanalyse

Absicherung der Information

Lösungssuche

Abschluss der Beratung

Individuelle Verabschiedung des Anrufers bzw. der Anruferin

Eine gelungene Telefonberatung lässt sich modellhaft in sechs Phasen gliedern:

- ▶ Freundlicher Gesprächseinstieg
- ▶ Problemanalyse
- ▶ Absicherung der Information
- ▶ Lösungssuche
- ▶ Abschluss der Beratung
- ▶ Individuelle Verabschiedung des Anrufers bzw. der Anruferin

1

Phase 1: Freundlicher Gesprächseinstieg

Der erste Eindruck ist entscheidend – der letzte bleibt. Die Konsequenz aus dieser Erkenntnis: Beginn und Ende eines Telefonates sind für den Erfolg des gesamten Gespräches entscheidend. Gerade die ersten 20 Sekunden entscheiden häufig, ob ein Telefonat positiv verläuft oder nicht. Erfahrungen zeigen, dass sich ein negativer erster Eindruck des Gesprächspartners bzw. der Gesprächspartnerin im weiteren Verlauf des Telefonats nur schwer verbessern lässt. Folgende Punkte sind für den Gesprächseinstieg besonders wichtig:

- ▶ Wählen Sie eine standardisierte Meldeformel (siehe Anhang Seite 73).
- ▶ Klären Sie, mit wem Sie sprechen.
- ▶ Bauen Sie Vertrauen auf, indem Sie Ruhe ausstrahlen.
- ▶ Halten Sie ein angemessenes Sprechtempo.
- ▶ Beachten Sie die gleiche Gesprächsebene.
- ▶ Hören Sie aktiv zu.
- ▶ Machen Sie sich Notizen.

Im weiteren Verlauf geben Sie Ihrem Gesprächspartner bzw. Ihrer Gesprächspartnerin genügend Zeit, Wünsche und Anliegen in Ruhe darzulegen. Hören Sie in dieser Phase vorwiegend aktiv zu und notieren Sie sich bei Bedarf wichtige Details. Schaffen Sie eine solide Basis für den weiteren Verlauf des Gespräches und nehmen Sie sich hierfür etwa 60 bis 90 Sekunden Zeit. Am Ende der ersten Phase übernehmen Sie die Gesprächsführung. Dies gelingt am besten durch eine offene Frage, die automatisch in die zweite Phase des Gespräches überleitet.

Allgemeine Hinweise:

Es ist grundsätzlich empfehlenswert, den Namen des Anrufers bzw. der Anruferin zu erfragen, da dies eine persönlichere Ansprache ermöglicht. Anrufende sollten im Verlauf des Gespräches auch mit Namen angesprochen werden. Wird hingegen eine anonyme Beratung gewünscht, ist dies immer zu akzeptieren. Nehmen Sie sich Zeit für die Begrüßung. Es ist eine der häufigsten „Telefonsünden“, dass die Meldeformel viel zu schnell gesprochen wird. Dies gilt auch für die Gesprächsannahme in Beratungs- und Behandlungsstellen sowie anderen Einrichtungen der Suchtprävention und Suchthilfe. Die Praxis der telefonischen Suchtberatung zeigt deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Anbieterinnen und Anbietern: Einige Telefonberaterinnen und -berater nutzen Decknamen, andere melden sich gänzlich ohne persönlichen Namen. Einige Anbieterinnen und Anbieter sprechen bei der anonymen Telefonberatung mit

dem Anrufenden per „Du“, andere grundsätzlich per „Sie“. „Sie“ oder „Du“ – welche Melde- und Anredeform hilft Ihnen persönlich, eine professionelle Beraterhaltung einzunehmen? Grundsätzlich gilt, dass eine namentliche Nennung vielen Menschen hilft, Vertrauen zu entwickeln. Es entsteht relativ rasch eine „persönliche Atmosphäre“. Manche Menschen benötigen in schwierigen Krisen- und Lebenssituationen eher die absolute Anonymität – sie wollen weder ihren eigenen Namen nennen noch legen sie Wert darauf, den Namen des Telefonberaters bzw. der Telefonberaterin zu erfahren. In der Praxis der Telefonberatung ist es wichtig, dass jeder Anbieter und jede Anbieterin mit den Beratern und Beraterinnen gemeinsam entscheidet, welche Meldeformel und Anrede grundsätzlich genutzt wird (siehe Anhang Seite 73).



Formulierungsbeispiele aus der Beratungspraxis:

- „Was haben Sie bereits unternommen, um die Situation / das Problem zu bewältigen?“
- „Schildern Sie bitte ein Beispiel / eine Situation, an dem / in der das Problem deutlich wurde.“
- „Was ist dann geschehen? Wie ist es Ihnen damit ergangen?“
- „Welche Ihrer Bemühungen war erfolgreich – was war nicht erfolgreich?“



Phase 2: Problemphase

In der ersten Phase des Gespräches erhalten Sie bereits wichtige Informationen. Klären Sie weitere Details durch zielorientierte Fragen. Dies hat drei entscheidende Vorteile: Sie zeigen Interesse, Sie erhalten weitere wichtige Informationen und Sie gewinnen Zeit, um Lösungsansätze zu entwickeln. Der Einsatz von Fragetechniken hilft Ihnen hierbei. Stellen Sie in der zweiten Phase vor allem offene Fragen („W-Fragen“, siehe hierzu Kapitel 4.2). Gleichzeitig sollten Sie auf diese Aspekte achten:

- ▶ Klären Sie das Anliegen des Anrufers bzw. der Anruferin.
- ▶ Nehmen Sie sich Zeit für wichtige Details: Wann? Wo? Wer? Warum? Wie? Wie viel? Bis wann?
- ▶ Das Gespräch darf darüber nicht zu einem Verhör werden.
- ▶ Klären Sie gemeinsam mit dem Anrufer bzw. der Anruferin die Gewichtung der mit dem Problem verbundenen Schwierigkeiten.
- ▶ Hat die anrufende Person bereits Vorstellungen von der Lösung ihres Problems oder Anliegens?

Lieber zwei Fragen zu viel – als eine zu wenig! Häufig glauben wir früh zu wissen, worum es dem Anrufer bzw. der Anruferin geht und gehen deshalb nicht weiter in die Tiefe. Die Konsequenz: Erst im späteren Gesprächsverlauf wird deutlich, worum es wirklich geht. Unnötiger Zeitverlust und eine Verschlechterung der Gesprächsatmosphäre sind die negativen und unangenehmen Folgen. Finden Sie möglichst genau heraus, um was es dem Anrufer bzw. der Anruferin geht. Umso leichter wird es Ihnen dann fallen, eine angemessene, hilfreiche und rasche Antwort zu geben.



Phase 3: Absicherung der Informationen

Bevor Sie die Fragen der oder des Anrufenden beantworten bzw. bei der Lösung des Problems beraten, sollten Sie die wichtigsten Informationen absichern. In den meisten Telefonaten fehlt diese Phase: Es wird vielmehr von der Problemanalyse direkt in die Phase der lösungsorientierten Antworten gewechselt. Dies führt häufig zu Irritationen und Missverständnissen, da beide Gesprächspartner oder -partnerinnen das Gefühl haben, aneinander vorbeizureden. Dem lässt sich in der dritten Phase vorbeugen: Fassen Sie kurz zusammen, wie Sie das Anliegen verstanden haben. Verwenden Sie dabei Formulierungen wie „Habe ich Sie richtig verstanden, dass ...?“ oder „Es geht Ihnen also um ...?“. Das signalisiert dem Anrufer bzw. der Anruferin, dass Sie aufmerksam zuhören und das Anliegen wirklich verstehen wollen. So schaffen Sie eine solide Basis für den weiteren Gesprächsverlauf.

Folgende Aspekte sind in dieser Phase besonders wichtig:

- ▶ Fassen Sie das Anliegen des Anrufers bzw. der Anruferin kurz zusammen.
- ▶ Verwenden Sie eigene Formulierungen.
- ▶ Greifen Sie zusätzlich Kernbegriffe des Anrufers bzw. der Anruferin auf.
- ▶ Fragen Sie den Anrufer bzw. die Anruferin, ob dies so richtig ist.
- ▶ Verwenden Sie hier eine geschlossene Frage (geschlossene Fragen beziehen sich auf einen Sachverhalt und lassen nur Ja-Nein Antworten zu. Beispiele siehe Seite 29).
- ▶ Warten Sie, bis der Anrufer bzw. die Anruferin geantwortet hat.

4

Phase 4: Lösungssuche

Nachdem Sie die wesentlichen Informationen abgesichert haben, können Sie mit der Lösung des Anliegens beginnen. Grundsätzlich gilt dabei:

- ▶ Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.
- ▶ Verwenden Sie kurze und einfache Sätze.
- ▶ Vermeiden Sie Fremdwörter und Fachbegriffe.
- ▶ Konzentrieren Sie sich auf den Nutzen der Lösung, argumentieren Sie mit dem „Mehrwert“ für den Ratsuchenden bzw. die Ratsuchende.
- ▶ Verwenden Sie positive Formulierungen.
- ▶ Fragen Sie nach, ob es noch weiteren Gesprächsbedarf gibt.
- ▶ Gehen Sie auch auf die Befindlichkeit des Anrufers bzw. der Anruferin ein.
- ▶ Fragen Sie nach, was der Anrufer bzw. die Anruferin schon alles unternommen hat, um sein bzw. ihr Problem zu lösen. Drücken Sie Wertschätzung für Lösungsbemühungen aus.
- ▶ Fragen Sie, welche Lösungsmöglichkeiten der Anrufer bzw. die Anruferin bereits sieht.
- ▶ Erfragen Sie die Vor- und Nachteile der Lösungsansätze.
- ▶ Fragen Sie nach möglichen Hindernissen oder Bedenken.
- ▶ Fragen Sie nach, welchen ersten bzw. nächsten Schritt der Anrufer bzw. die Anruferin sich am ehesten zutraut.

Es ist oft nicht möglich und sinnvoll, sämtliche Fragen und Probleme in einem einzigen Telefonat zu erörtern. Wählen Sie mit dem Anrufer oder der Anruferin gemeinsam die Schwerpunkte der aktuellen Beratung aus. Dabei sollte so beraten werden, dass der Anrufer bzw. die Anruferin selber die nächsten Schritte erarbeitet. Beratende können hier unterstützen, jedoch kann dem Ratsuchenden die Entscheidung nicht abgenommen werden. So erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass er oder sie das Vorhaben tatsächlich in Angriff nimmt. Ratschläge des Beraters bzw. der Beraterin rufen rasch inneren Widerstand hervor. Gezielte Fragen können sein: „Was könnten Sie tun?“, „Was genau wollen Sie erreichen?“, „Welche Möglichkeiten sehen Sie?“, „Wer oder was könnte Ihnen dabei helfen?“ ... Es ist ganz natürlich, dass der Anrufer bzw. die Anruferin weitere Fragen hat bzw. Fragen wiederholt stellt. Bleiben Sie gelassen und antworten Sie. Verweisen Sie bei Bedarf auf die Möglichkeit, sich an anderen Stellen Informationen einzuholen – z.B. bei Suchtberatungsstellen, Selbsthilfegruppen oder -kontaktstellen, Ärztinnen und Ärzten etc. Verweisen Sie hierauf idealerweise immer mitsamt den Kontaktdaten.

5

Phase 5: Abschluss der Beratung

Stellt der Anrufer bzw. die Anruferin keine weiteren Fragen, beenden Sie das Gespräch aktiv. Beendet der oder die Anrufende das Gespräch, werden wichtige Aspekte nicht noch einmal zusammengefasst. Das Gespräch endet nicht optimal. Daher behalten Sie auch in dieser Phase die Gesprächsführung. Diese Aspekte sind dabei besonders wichtig:

- ▶ Fassen Sie wichtige Ergebnisse und Erkenntnisse kurz zusammen.
- ▶ Fragen Sie nach, ob Sachinformationen notiert wurden.
- ▶ Wiederholen Sie bei Bedarf Adressen oder Telefonnummern.
- ▶ Fragen Sie nach, ob der Anrufer bzw. die Anruferin mit dem Ergebnis zufrieden ist.
- ▶ Weisen Sie den Anrufer bzw. die Anruferin darauf hin, dass er oder sie erneut anrufen kann, wenn es weiteren Beratungsbedarf gibt.

6

Phase 6: Individuelle Verabschiedung

„Der erste Eindruck ist entscheidend – der letzte bleibt.“ Nutzen Sie diese Erkenntnis und gestalten Sie das Ende des Telefonates möglichst positiv.

- ▶ Betonen Sie die positiven Aspekte des Gespräches.
- ▶ Greifen Sie ein individuelles Detail noch einmal auf.
- ▶ Verwenden Sie persönliche Formulierungen.
- ▶ Verzichten Sie auf Floskeln.
- ▶ Sprechen Sie engagiert und glaubwürdig.
- ▶ Sprechen Sie den Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin, wenn möglich noch einmal mit Namen an.
- ▶ Verabschieden Sie den Anrufer bzw. die Anruferin individuell.

Fazit: Kein Telefongespräch ist besser als das Gefühl, das es beim Gesprächspartner bzw. der Gesprächspartnerin hinterlässt!

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

Wenn nicht immer alles glatt läuft: Hinweise zum Umgang mit schwierigen und herausfordernden Anruferinnen und Anrufern.

Hier finden Sie Informationen zu den Themen:

Umgang mit schwierigen Anruferinnen und Anrufern
Notfälle und besondere Herausforderungen in der Telefonberatung
Mitbetroffenheit – oder die Betroffenheit der Angehörigen
Elternberatung: Wenn die eigenen Kinder Probleme haben

7.1 Umgang mit schwierigen Anruferinnen und Anrufern

Einige Anrufer bzw. Anruferinnen machen die Beratung nicht leicht. Sie sind gefühlsmäßig sehr aufgewühlt, fordernd, machen Druck oder greifen Sie im Telefonat auch persönlich an. Wie können Sie trotzdem die Führung des Gesprächs behalten bzw. übernehmen, wenn Ihre Gefühle und Ihre fachliche Kompetenz unangemessen auf die Probe gestellt werden?

Problematische Gesprächssituationen erfordern Konzentration und kosten Kraft. Gerade aus diesen Gründen wird ein konstruktives und zielorientiertes Vorgehen empfohlen. Es mag aber Ausnahmesituationen geben, in denen auch der Abbruch des Gesprächs eine Option wird. Wenn an anderer Stelle Begriffe wie Stimmigkeit, Authentizität, Echtheit erwähnt wurden, gilt dies natürlich ebenfalls für diese, möglicherweise als sehr belastend empfundene Gesprächssituation.

Bevor es jedoch soweit kommen kann, haben wir viele Möglichkeiten. Erfahrungen und Beobachtungen haben gezeigt, dass vier Schritte zur Bewältigung von krisenhaften Kommunikationsverläufen günstig sein können. Die nachfolgenden Betrachtungen zu problematischen Personen in der Telefonberatung gliedern sich daher in vier Schritte und sind als Prozess zu verstehen.

1. Der erste Schritt ist einfach formuliert, aber vielleicht der schwerste: **Selbstkontrolle.**

Gewinnen Sie die Kontrolle über die eigenen negativen Emotionen, die sich im inneren Monolog unüberhörbar zu Wort melden.

2. Zweiter Schritt: **Diagnose.**

Welches Verhalten zeigt Ihr Gegenüber? Vielredner bzw. -rednerin? Sexanrufer bzw. -anruferin? Welche Anteile des Gesprächsverhaltens sind problematisch?

3. Dritter Schritt: **Zielsetzung.**

Welches Ziel möchte ich im Gespräch verfolgen? Das eigene Gesprächsziel ist absolut wichtig. Erfolgreich kann das Gespräch nur werden, wenn ich mein Ziel definiere. Dieser Schritt wird häufig nicht genug beachtet.

4. Vierter Schritt: **Kommunikationsverhalten anpassen.**

Kommunikative Umsetzung meiner Zielsetzung. Hierzu ist das eigene Kommunikationsverhalten anzupassen. Hierbei können auch dreiteilige Ich-Botschaften hilfreich sein (Kapitel 4.3).

Nachfolgend finden Sie einige Empfehlungen für die Praxis.

Alle weiteren Ausführungen sind in die Schritte 1 bis 4 gegliedert. Auf Ausführungen zum ersten Schritt wird verzichtet, er wird vorausgesetzt.



Szenario 1: Was tun, wenn Anrufende Vielredner bzw. -rednerinnen sind?

Charakteristisches Gesprächsverhalten:

- ▶ lässt Sie kaum zu Wort kommen (monologisiert)
- ▶ weicht immer wieder vom Thema ab („Von Höcksken auf Stöcksken“)
- ▶ hört nicht zu
- ▶ unterbricht Sie

Gesprächsziele:

- ▶ den Redefluss der Anruferin bzw. des Anrufers stoppen, ohne Ärger hervorzurufen
- ▶ das Gegenüber zum Kern des Anliegens zurückführen
- ▶ ein konstruktives, kooperatives Gespräch führen



Praxistipps für das Gesprächsverhalten mit Vielrednern bzw. Vielrednerinnen:

- ▶ Hören Sie nur selektiv aktiv zu (möglichst wenige „Verstärker“ geben wie z. B. „Aha?“ oder „Das hört sich interessant an!“).
- ▶ Haken Sie mit einer Ansprache ein (dadurch hält der Vielredner bzw. die Vielrednerin kurz inne und Sie haben die Möglichkeit, Ihre Anmerkungen und Eindrücke mitzuteilen).
- ▶ Verpflichten Sie auf ein gemeinsames Ziel (z. B.: „Herr ..., damit Sie die besprochenen Möglichkeiten tatsächlich in Angriff nehmen können, schlage ich vor ...“).
- ▶ Strukturieren Sie Gespräch für Ihr Gegenüber (z. B.: „Frau ..., Sie haben gerade mehrere wichtige Punkte benannt. Wir sollten diese der Reihe nach durchgehen/besprechen/anschauen. Fangen wir mit ... an.“).
- ▶ Fassen Sie die zentralen Gesprächsthemen zusammen und kommen Sie auf den Kern des Anliegens zurück (z. B.: „Es ist Ihnen also besonders wichtig, zu erfahren, wie Sie mit Ihrem Partner das Thema ansprechen können. Diese Möglichkeiten haben wir besprochen. Brauchen Sie noch etwas von mir, um dieses Vorhaben in die Praxis umzusetzen? ... Wenn nicht, schlage ich vor, dass Sie sich nicht zu viel auf einmal vornehmen und den nächsten Schritt tun. Sie können dann gerne wieder bei uns anrufen.“).

Szenario 2: Was tun, wenn Anrufende schweigen?

Charakteristisches Gesprächsverhalten:

- ▶ lässt ausschließlich Sie reden
- ▶ stellt keine Fragen
- ▶ gibt keine Kommentare
- ▶ beantwortet Fragen sehr sparsam (oft nur mit einzelnen Worten, mit „Ja“ oder „Nein“)
- ▶ ist in der Aussprache undeutlich
- ▶ macht lange Pausen

Gesprächsziele:

- ▶ den Anrufer bzw. die Anruferin aktivieren
- ▶ den Dialog initiieren
- ▶ Informationen und Rückmeldung ermitteln

Praxistipps für das Gesprächsverhalten mit schweigenden Anrufenden:

- ▶ Stellen Sie möglichst viele offene Fragen (Fragen, die dem Gegenüber die Möglichkeit für umfassende Antworten geben), um Informationen zu erhalten (z. B.: „Was haben Sie bisher getan, um das Problem zu lösen?“, „Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?“, „Wie sind Sie auf die Idee gekommen, dass ...?“).
- ▶ Locken Sie die Gesprächspartnerin bzw. den -partner durch Aktivierungsfragen aus der Reserve („Welche anderen Vorschläge oder Ideen haben Sie?“, „Woran würden Sie merken, dass Ihr Problem gelöst ist? Wie wäre Ihre Situation dann?“, „Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich dann für Ihre Situation wünschen?“, „Wie können Sie das erreichen?“).
- ▶ Spielen Sie den Ball zurück (z. B. durch Rückformulierungen: „Das kann ich mir noch nicht gut vorstellen. Sie meinen, da gebe es keine anderen Möglichkeiten? Wie kommen Sie zu dieser Annahme ...?“).
- ▶ Hören Sie aktiv zu: Wenn der Anrufer, die Anruferin endlich mehrere zusammenhängende Sätze spricht, signalisieren Sie ihm bzw. ihr, dass es wichtig ist, was er bzw. sie sagt. Dies bezeugt Ihre Aufmerksamkeit und verstärkt den Redefluss der „Schweigenden“.
- ▶ Ertragen Sie die Pausen des Anrufers bzw. der Anruferin. Prüfen Sie, ob es Ihnen schwerfällt, die Stille im Gespräch auszuhalten. Lassen Sie Ihrem Gesprächspartner bzw. Ihrer Gesprächspartnerin Zeit zum Überlegen. Wenn Sie unsicher sind, sprechen Sie die Situation an (z. B.: „Herr/ Frau ..., Sie sagen im Moment gar nichts dazu. Überlegen Sie noch oder fällt es schwer, mehr davon zu berichten?“ oder „Mir ist im Moment nicht ganz klar, was Sie sich von mir wünschen. Möchten Sie mehr Zeit zum Nachdenken oder was würde Ihnen weiterhelfen?“).

Szenario 3: Was tun, wenn Anrufende ausfallend sind oder werden?

Charakteristisches Gesprächsverhalten:

- ▶ reagiert mit persönlichen Angriffen
- ▶ ist beleidigend
- ▶ verallgemeinert extrem
- ▶ wird laut (brüllt ins Telefon)
- ▶ ist zynisch bis sarkastisch

Gesprächsziele:

- ▶ den Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin beruhigen, Aggressionen abbauen
- ▶ Beleidigungen selbstbewusst abwehren
- ▶ sachliche Klärung der Anliegen herbeiführen

Praxistipps für das Gesprächsverhalten mit ausfallenden Anrufenden:

- ▶ Atmen Sie bewusst.
- ▶ Distanzieren Sie sich innerlich von der Aggression bzw. der Beleidigung (z. B.: Stellen Sie sich vor, Ihr Gesprächspartner bzw. Ihre Gesprächspartnerin ist Hauptakteur bzw. Hauptakteurin in einem Film, der vor Ihnen abläuft).
- ▶ Hören Sie genau hin, was gesagt wird. So erhalten Sie Informationen über die sachliche Ursache der Aggression.
- ▶ Spiegeln Sie das Verhalten (z. B.: „Sie sind im Moment sehr aufgebracht, da fällt es mir schwer, Sie richtig zu verstehen.“).
- ▶ Zeigen Sie Verständnis. Unabhängig davon, ob die Aggressionen berechtigt und Sie der richtige Adressat sind, sollten Sie ein konstruktives Gespräch anstreben. Vor allem wenn er bzw. sie ausschließlich aggressiv ist und nicht zudem noch beleidigend.
- ▶ Wenn alles nichts hilft, senden Sie eine Ich-Botschaft, mit der Sie Ihrer Betroffenheit und Kränkung Ausdruck verleihen. Das zwingt Ihr Gegenüber, sich mit den Folgen auseinanderzusetzen, und macht sie in der Regel gleich viel zugänglicher (z. B.: „Ich bin nicht bereit, in diesem Tonfall weiter mit Ihnen zu sprechen.“, „Bitte versuchen Sie es noch einmal, dann kann ich mich auf ein Gespräch einlassen.“).

Alternativ können Sie um einen erneuten Anruf zu einem späteren Zeitpunkt bitten. Dies ermöglicht Ihrem Gegenüber, sich des Anliegens und seiner bzw. ihrer Gefühle etwas bewusster zu werden.

Handeln Sie entsprechend den Regeln Ihrer Einrichtung bezüglich der Anonymität von Beratern und Beraterinnen.

Szenario 4: Was tun, wenn Anrufende sich nicht festlegen wollen?

Charakteristisches Gesprächsverhalten des Anrufers bzw. der Anruferin:

- ▶ weicht immer aus, drückt sich um definitive Aussagen herum (Formulierungen wie z.B. „Ja, aber ...“)
- ▶ hat nur Fragen über Fragen, keine eigenen Ideen oder Antworten
- ▶ weicht konkreten Fragen aus, indem die Antwort unheimlich schwierig dargestellt wird (z.B.: „Tja, da muss ich erst mal ...“, „Das kann ich jetzt so einfach gar nicht beantworten ...“)
- ▶ verliert sich gerne in Allgemeinweisheiten und Empfehlungen (z.B.: „Da müsste man mal vorher ...“)
- ▶ äußert eine Scheinzustimmung. Dadurch drückt sich der bzw. die Anrufende um die weitere Diskussion (z.B.: „Im Prinzip sehe ich das auch so, aber ...“)

Gesprächsziele

- ▶ dem Gesprächspartner bzw. der Gesprächspartnerin Sicherheit geben
- ▶ eine verbindliche Aussage einfordern und erhalten
- ▶ den Anrufer bzw. die Anruferin auf Aussagen festlegen und zur Entscheidung führen



Praxistipps für das Gesprächsverhalten mit Anrufern, die sich nicht festlegen wollen:

- ▶ Stärken Sie das Selbstwertgefühl des Anrufers bzw. der Anruferin: Sagen Sie ihm bzw. ihr, wie viel Ihnen an seiner bzw. ihrer Sichtweise liegt. Signalisieren Sie, dass eine Entscheidung für ihn bzw. sie wichtig ist und Sie verstehen, dass die Entscheidungsfindung nicht leicht ist.
- ▶ Sammeln Sie alle positiven Aussagen – auch die zwischen den Zeilen geäußerten. Bündeln Sie diese und schlagen Sie eine Konsequenz vor (z.B.: „Frau ..., Sie sind also sicher, dass Ihr Partner hinter Ihnen steht, ebenso eine wichtige Freundin. Das bedeutet doch, dass Sie nun den ersten Schritt Ihres Vorhabens tun können. Vielleicht kann Ihr Partner Sie dabei unterstützen ...“).
- ▶ Versuchen Sie, den Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin „auf den Kern seines bzw. ihres Problems“ zu bringen. Sollten Sie erkennen, dass es sich um Ambivalenzen der anrufenden Person handelt (Kapitel 4), gelten die Empfehlung zur Motivierenden Gesprächsführung. Sollte ein Festlegen in dieser Beratung nicht möglich sein, ist dies zu akzeptieren.
- ▶ Setzen Sie gemeinsam Prioritäten. Das gelingt Ihnen, indem Sie die Anrufenden mit Aktivierungsfragen führen (z.B.: „Herr ..., was ist aus Ihrer Sicht der entscheidende Punkt?“, „Was brennt Ihnen am meisten unter den Nägeln?“, „Womit wollen Sie beginnen?“, „Welches Vorgehen sehen Sie als geeignet und am zweckmäßigsten an?“).
- ▶ Sichern Sie sich ausreichend ab! Hat der bzw. die Anrufende seine bzw. ihre Entscheidung selbst getroffen, meint er bzw. sie es ernst? Fassen Sie das Besprochene zusammen und fragen Sie: „Ist das richtig so?“ oder „Habe ich das so richtig verstanden?“ Führen Sie anschließend die konkreten nächsten Schritte und Konsequenzen noch einmal auf.

7.2 Notfälle und besondere Herausforderungen in der Telefonberatung

Verhalten und Verantwortung bei Notfallanruferinnen und -anrufern

(Angelehnt an das Telefonmanual des Drogennotdienstes, Berlin)

In medizinischen Notfällen sollen Anrufende aufgefordert werden, die Notrufnummer der Feuerwehr 112 anzurufen. Diese Anrufe sind kostenlos. Fühlen sich Ratsuchende bedroht, sollen sie die Notrufnummer der Polizei 110 anrufen. Kann der bzw. die Anrufende keine Notrufnummer direkt anrufen, ist es ratsam, die Polizei oder die Feuerwehr selbst zu benachrichtigen. Vorher sollte die anrufende Person unbedingt nach dem Standort befragt werden, damit dieser weitergegeben werden kann. Wenn der bzw. die Beratende das Gefühl oder den konkreten Eindruck hat, die Polizei rufen zu müssen, sollte diese Entscheidung direkt und ohne Rücksprache umgesetzt werden.

Siehe auch: Drogennotfall <https://mindzone.info/gesundheits/drogennotfall> (Zugriff: 06.01.2021)

Umgang mit Daueranrufern und Daueranruferinnen

(Angelehnt an die Ausbildungsunterlagen des Telefon-Notrufs für Suchtgefährdete in München)

Definition

Daueranrufende bzw. Mehrfachanrufende nutzen Notruf-Telefone sowie die Sucht & Drogen Hotline zum Teil über viele Jahre hinweg. Die Abstände ihrer Anrufe variieren von mehrmals monatlich bis zu mehrmals täglich. Anlässe sind wechselnde Alltagsschwierigkeiten wie gleichbleibende Probleme, z.B. mit Familienangehörigen. Im Verlauf mehrerer Gespräche wird deutlich, dass die Störungen in ihren persönlichen Beziehungen zu Familie, Freundeskreis und Kollegium über einen langen Zeitraum unverändert bleiben. Über Sucht und Abhängigkeit sprechen sie eher selten. Entweder besteht keine stoffliche Abhängigkeit oder das den Alltagsschwierigkeiten zugrunde liegende Suchtproblem soll nicht erkannt werden. Alternativ wird der Telefon-Notruf als einer unter vielen Anlaufstellen, z.B. Hotlines wie die Telefonseelsorge, genutzt. Daueranruferinnen und -anrufer sehen in der Sucht & Drogen Hotline weniger ein Krisenangebot als vielmehr einen dauerhaften Gesprächspartner, der z.B. für die Zeit des Telefonats die persönliche Isolation aufhebt. Im Gespräch sind Daueranrufende häufig daran zu erkennen, dass sie monologisieren und sich beschweren, ohne die Beratung wirklich wahrzunehmen. Sie wirken durchaus redigiert oder routiniert und lenken in der Regel von sich selbst ab.

Problematik der Daueranrufenden

In den über die Sucht & Drogen Hotline eingehenden Telefonaten sind die Daueranrufenden auch unter dem Gesichtspunkt der Abhängigkeit zu betrachten: Es scheint, als würden sie ähnlich zum Telefon greifen wie Abhängige zum Suchtmittel. Durch die Rahmenbedingung einer Telefon Hotline (z.B. die anonyme Beratungssituation) wird eine stabile Gesprächsbeziehung vermieden. Diese ist für die Aufgabe des Suchtverhaltens jedoch notwendig, geradezu unerlässlich. Ohne direkte Konfrontation dienen die Gespräche am Telefon lediglich zur momentanen Entlastung in ihrer aktuellen Situation. Da die Sucht & Drogen Hotline, wie andere Hotlines auch, immer erreichbar und für die Entlastung verfügbar ist, kann beim Daueranrufer bzw. bei der Daueranruferin kein innerer Druck entstehen, der für eine wirkliche Veränderung der Problematik erforderlich wäre. Die Telefonberatung gerät auf diesem Weg möglicherweise in die Funktion eines „Mitbetroffenen“, wenn die kontinuierlich gewährte Entlastung dazu beiträgt, dass die Lebenssituation und die Problemlage der ratsuchenden Person unverändert bleiben.

Die Telefonseelsorge kennt unterschiedliche Varianten, die Daueranrufende einsetzen, um ein Gespräch zu ermöglichen (Harsch, 1974):

- ▶ Lob: „Nur du allein verstehst mich! Wenn ich dich nicht hätte!“
- ▶ Tadel: „Sehr erfahren sind Sie ja gerade nicht! Nun ja, Sie tun, was Sie können!“
- ▶ Lob eines früheren Beraters: „Schade, dass ich jetzt nicht mit Frau oder Herrn Y sprechen kann, die haben mir so geholfen! Aber wenn die nicht da sind, dann meinestwegen ...“

- ▶ Tadel eines anderen Beraters: „Herr Z hat mich gar nicht verstanden. Die Telefonseelsorge hat mich nur beschimpft, statt mir zu helfen!“
- ▶ Entschuldigungen: „Ich weiß, gestern habe ich mich danebenbenommen.“, „Ich weiß, ich bin an allem schuld.“, „Ich glaube, ich falle Ihnen zur Last.“
- ▶ Plauderstündchen: „Darf ich mir eine Zigarette anzünden?“, „Ich weiß, uns beiden wird so ein gemütliches Plauderstündchen ganz guttun!“
- ▶ Erpressung: „Wenn Sie das nicht tun, rufe ich morgen bei Frau ... (der Leitung des Notrufes) an und beschwere mich über Sie!“, „Wenn Sie das nicht tun, bringe ich mich um.“

In jedem Fall werden sich die Beratenden mit persönlichem Ehrgeiz, den Grenzen fachlichen Handelns, mit der eigenen „Verführbarkeit“, mit Rivalität, Müdigkeit oder Befürchtungen auseinandersetzen müssen. Wenngleich die Anzahl der Daueranrufenden in Relation zur Gesamtzahl der Anrufe erfahrungsgemäß eher gering ist, beschäftigen die Daueranrufenden die Beratenden persönlich wie in der Supervision überproportional. Dabei geraten sie in einen inneren Spannungsbogen zwischen dem ethisch hoch einzuschätzenden Anspruch, Menschen in akuter Not beizustehen, und der Erkenntnis, dass sich in sehr vielen Fällen die Situation der Daueranrufenden auch über Jahre hinweg nicht grundlegend verändert. Dies wirft die Frage auf, ob derartige Telefongespräche über die momentane Entlastung hinaus für Anrufende hilfreich sind. Zudem wird das Konzept der Telefonberatung, akute Krisenberatung anzubieten, mit jedem Anruf eines bzw. einer Daueranrufenden erneut in Frage gestellt. Berater und Beraterinnen erleben dies häufig als Misserfolg und reagieren bisweilen wider besseres Wissens:

- ▶ Die Hilfe für Daueranrufende wird verstärkt, indem das Gespräch länger geführt und ermuntert wird, bald wieder anzurufen. Es entsteht das Gefühl, Schutz gewähren zu müssen – evtl. auch vor anderen Beratern und Beraterinnen. Der Berater bzw. die Beraterin setzt sich vehement für die Bedürfnisse der Daueranrufenden ein, die damit Verbündete gefunden haben, wodurch ihr „Suchtverhalten“ möglicherweise verstärkt und aufrechterhalten wird.
- ▶ Auf diese Frustration reagieren Beratende mit Wut und lassen dies Daueranrufende offen oder verdeckt spüren. Mit der Folge möglicher Schuldgefühle nach dem Gespräch. Oder die Daueranrufenden fühlen sich in ihrer Person abgelehnt und hoffen auf eine verständnisvollere beratende Person, wenn sie ein nächstes Mal anrufen.
- ▶ Der Eindruck setzt sich durch, dass Daueranrufende nicht „heilbar“ sind und sie, im Extremfall bis zu ihrem Tod, dauerhaft begleitet werden müssen (Fürsorgegedanke). Der Glaube an eine Weiterentwicklung der Persönlichkeit fehlt. Auf diese Einstellung reagieren Daueranrufende nicht selten dankbar. Der Konflikt zwischen Beratern und Daueranrufenden wird vermieden.

Folgerungen für die telefonische Beratung

In der Annahme der Beratenden, dass auch bei Daueranrufenden zumindest unbewusst ein latenter Wunsch besteht, ohne abhängiges Verhalten zu leben, ist es erforderlich, deren Problematik und die eigene Reaktion darauf zu erfassen und zu reflektieren. Hierzu sind Selbsterfahrung und Supervision unabdingbar. In Anlehnung an ein Gesprächskonzept für Daueranrufende des Telefon-Notrufs für Suchtgefährdete in München sind folgende Grundsätze zu beachten:

- ▶ In der telefonischen Beratung ist darauf zu achten, dass Daueranrufende nicht in „Nebenproblematiken“ entlastet werden. Dies würde eine weitergehende Inanspruchnahme von Hilfen eher verhindern. Konsequentes Verhalten der Beratenden ist von entscheidender Bedeutung. Um dies zu erreichen, werden im Kreis der Mitarbeitenden für jeden Daueranrufer und jede Daueranruferin Gesprächskonzepte entwickelt, die für alle Beratenden verbindlich sind.
- ▶ Inkonsequenz verstärkt das problematische Verhalten und hält es stabil. Wenn sich z.B. die Mehrheit der Beratenden an ein gemeinsames Gesprächskonzept hält und eine einzelne beratende Person nicht, wird der Daueranrufer bzw. die Daueranruferin eher wenig Veränderungsmotivation entwickeln.

Folgendes Gesprächskonzept wird empfohlen:

Ehrlichkeit

Die beratende Person teilt dem bzw. der Daueranrufenden mit, dass der gesamte Mitarbeiterkreis („Wir“ von der Hotline) die Problematik kennt, sich Gedanken macht und aus dem „Spiel“ aussteigen wird.

Konfrontation

Die beratende Person teilt dem bzw. der Daueranrufenden mit, dass sie die Hotline „süchtig missbraucht“ und ein sogenanntes Entlastungsgespräch letztlich keine Hilfe bringt. Dies hat sich in vielen Gesprächen gezeigt, die keine grundsätzliche Veränderung hervorriefen.

Anerkennung der Not

Die beratende Person teilt dem bzw. der Daueranrufenden ihren Eindruck und ihr Verständnis für deren persönliche Situation mit und gibt den Hinweis, dass die Telefonberatung dennoch eine andere Auffassung davon hat, welche Hilfe eine Veränderung für die anrufende Person herbeiführen würde.

Einheitliche Verweisung

Unterschiedliche Hinweise auf und Verweise an Beratungsstellen, therapeutisches Fachpersonal, Selbsthilfegruppen etc. verwirren die Daueranrufenden – mit dem Risiko, dass diese keine weiteren Hilfen in Anspruch nehmen. Daher bedarf es der gezielten Absprache aller Beratenden und wenn möglich einer Abstimmung aller regionalen Beratungsangebote. Im Telefonat mit Daueranrufenden muss deutlich werden, dass deren Wünsche nicht zu erfüllen sind. Eine ärgerliche oder enttäuschte Reaktion des Daueranrufenden ist durchaus verständlich und nachvollziehbar und muss von der beratenden Person akzeptiert werden.

Hilfesuchende mit Suchtproblematik können auf das Suchthilfeverzeichnis der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e.V. (DHS) verwiesen werden. Dort sind alle bundesweit tätigen Hilfestellen aufgeführt und können je nach Region ausgegeben werden:

www.dhs.de/service/suchthilfeverzeichnis

Praktische Anregungen und Formulierungsvorschläge für Gespräche mit Dauer- oder Mehrfachanrufenden

- ▶ Teilen Sie dem Daueranrufer bzw. der Daueranruferin mit, dass er bzw. sie schon bekannt ist:
„Wir haben ja schon miteinander gesprochen.“
„Ich habe den Eindruck, Sie rufen hier öfter an.“
„Ich weiß, dass Sie oft bei uns anrufen.“
- ▶ Thematisieren Sie häufige Anrufe:
„Inwiefern haben Ihnen die Gespräche weitergeholfen?“
„Was hat sich an Ihrer Lage durch die Telefonberatung verändert?“
- ▶ Fragen Sie nach Veränderungsmöglichkeiten:
„Was soll sich in Ihrem Leben konkret ändern, damit es Ihnen in Zukunft besser geht? Wie können Sie das erreichen?“
„Welche kleinen und realistischen Schritte sind möglich?“
„Was können Sie tun, damit Sie nicht dauerhaft auf die Hotline zurückgreifen müssen?“

Umgang mit Sex-Anrufern und Sex-Anruferinnen

Die Telefonberatung unterscheidet verdeckte und offensichtliche Sex-Anruferinnen und -Anrufer. Einige sind schwer zu identifizieren, andere benennen es sehr deutlich: „Ich glaube, ich bin sexsüchtig. Sie sind doch eine Suchthotline ...“ Meist suchen solche Anrufenden über das Telefonat sexuelle Erregung oder einen Triumph, der den Gesprächspartner bzw. die -partnerin gedemütigt, schamvoll oder erzürnt zurücklässt. Auch und besonders für Telefonberater und Telefonberaterinnen ist es wichtig, die eigenen Gefühle in Beratungssituationen wahrzunehmen, ernst zu nehmen und danach zu handeln. Wenn Sie sich in einer Gesprächssituation unwohl fühlen, wenn Sie den Verdacht haben, es handelt sich um einen Sex-Anruf, oder wenn jemand von bestimmten Sexualpraktiken erzählt, haben Sie nicht nur das Recht, sondern auch sich selbst gegenüber die Pflicht, das Gespräch sofort zu beenden. Sie können und dürfen sich eingestehen, dass Sie hier an die Grenzen der Beratung stoßen. Solch eine klare Haltung und Entscheidung ist für alle Beteiligten vorbildlich.

Anrufende mit komplexen Problemlagen

In Beratungsgesprächen erleben Sie manchmal Anrufende, die Sie mit ihren Themen und Anliegen geradezu „überfallen“. Sie springen ins Gespräch, sind in ihrer Darstellung sprunghaft und vermitteln den Eindruck, nicht in den Kontakt gehen zu wollen. Manchmal sind sie aggressiv und distanzlos. Wenige Momente später wirken solche Ratsuchenden hilflos und beziehungslos – so als ob sie keinen Boden unter den Füßen hätten. Bei sich selbst stellen Sie unter Umständen fest, dass Sie in ihrer eigenen Wahrnehmung verunsichert werden. Sie entwickeln den Ehrgeiz, diese Person auf einen „guten“ Weg zu bringen und bemühen sich, außergewöhnlich auf diese Anrufer bzw. Anruferinnen einzugehen. Solche Anrufenden sind möglicherweise Menschen, die nicht nur unter einer Suchtproblematik leiden, sondern zudem weitere psychische Störungen oder Erkrankungen entwickelt haben. Heute werden hierfür meist die Begriffe Doppeldiagnose oder Komorbidität (Mehrfacherkrankung) benutzt.

Anrufende mit Doppel- oder Mehrfachdiagnosen

Während der Begriff „Mehrfachabhängigkeit“ in der Regel im Zusammenhang mit unterschiedlichen substanzbezogenen Störungen verwendet wird, verweist Komorbidität darauf, dass mehrere verschiedene psychische Störungen diagnostiziert werden. Mehrfachabhängigkeit und Komorbidität schließen sich nicht aus – im Gegenteil: Es ist damit zu rechnen, dass Mehrfachabhängigkeiten und weitere psychische Erkrankungen gemeinsam auftreten.

In der Telefonberatung der Sucht & Drogen Hotline sollten Sie versuchen, die Fragen und Anliegen der Anrufenden zum Thema Sucht aufzugreifen. Darüber hinaus ist es wichtig, die Dauer der Gespräche zu begrenzen. Menschen mit Doppel- oder gar Mehrfachdiagnosen brauchen professionelle fachliche Beratung und Begleitung, die die Telefonberatung mit dem Ziel, Hilfe in Krisensituation zu geben, nicht leisten kann. Deshalb sollten sich Telefonberatende die „Erlaubnis“ geben, solche Gespräche höflich, aber bestimmt zu beenden. Sie können die anrufende Person durchaus darauf verweisen, dass Sie als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter einer Telefonhotline leider keine ausreichende fachliche Hilfe geben können.

Stellen Sie gemeinsam mit allen Beratenden sicher, dass Sie in diesen Fällen unbedingt auf Experten und Expertinnen, Beratungsstellen, therapeutisches Fachpersonal, Selbsthilfegruppen etc. verweisen können. Auch hier gilt es, den bzw. die Anrufende nicht durch zu viele Kontaktmöglichkeiten zu verwirren.



Praxistipp:

Formulieren Sie die fachlichen Grenzen einer Telefonberatung und deren Bedeutung für die anrufende Person. Verweisen Sie auf die Expertise anderer Hilfestellen.

7.3 „Mitbetroffenheit“ – oder die Betroffenheit der Angehörigen

Die Telefonberatung wird häufig von „Mitbetroffenen“, den Angehörigen suchtgefährdeter oder suchtkranker Menschen, in Anspruch genommen: Eltern, Partnerinnen und Partnern, Geschwistern und (erwachsenen) Kindern. Auch andere nahestehende Personen greifen auf das Angebot zurück, z.B. der Freundeskreis oder Kolleginnen und Kollegen. Die Beratung dieses Personenkreises kann für die Telefonberater und -beraterinnen durchaus anstrengend sein. Die in die Erlebenswelt eines abhängigen Familienmitglieds verstrickten Angehörigen sind oft verzweifelt und akut hilfebedürftig. Häufig werden sie in ihrer Persönlichkeitsentwicklung beeinträchtigt, gekränkt und in vielen Fällen auch seelisch und körperlich krank. Das Suchtverhalten des Familienmitglieds bestimmt die Beziehung und das Zusammenleben. Unbewusst unterstützen sie vielfach das süchtige Verhalten über einen relativ langen Zeitraum und tragen zu dessen Aufrechterhaltung bei, indem sie eine konsequente Beratung und Behandlung (unbewusst) verhindern. Sie versuchen durch ihren persönlichen, nicht selten auch finanziellen Einsatz, – manchmal über Jahre – die Sucht des ihnen nahestehenden Menschen „in den Griff“ zu bekommen. Zudem plagen sie Schuldgefühle: „Was habe ich falsch gemacht, dass er (oder sie) süchtig wurde?“ Verharmlosen und Beschönigen, das Vertuschen des süchtigen Verhaltens in der Familie zählen zum Verhalten Mitbetroffener ebenso wie der Glaube an die Beteuerungen der Betroffenen: „Ab morgen wird alles anders.“ – Auch wenn dieser Glaube, oft über Jahre, enttäuscht wird.

Suchtunterstützendes Verhalten in drei Phasen

Mitbetroffenheit verläuft in unterschiedlichen Phasen, wobei eine Phase nicht zwangsläufig auf die andere folgt. Es kann zum Verharren in einer Phase kommen und Phasen können übersprungen werden.

Beschützerphase und Erklärungsphase

Eltern und Angehörige meinen zu wissen, was dem betroffenen Familienmitglied fehlt, und möchten es durch ihre Liebe und Fürsorglichkeit „heilen“. Typische Gedanken und innere Monologe von der Mitbetroffenen: „Er/Sie hat zurzeit eine schwierige Phase“ oder „seine/ihre Freunde haben ihn/sie ständig gedrängelt, da kann er/sie sich ja nicht selber ausschließen“.

Kontrollphase

Eltern und Angehörige können sich ihre Ohnmacht gegenüber dem Verhalten des betroffenen Familienmitglieds oft nicht eingestehen. Sie hoffen: „Wenn ich mir nur genug Mühe gebe, werde ich die Situation in den Griff bekommen und das Problem lösen können.“, „Ich erfülle seine/ihre Wünsche, damit er/sie vom Drogenkonsum abgelenkt ist.“, „Ich blieb zu Hause, um mich seiner/ihrer Drogenprobleme anzunehmen (z.B. Entzug im privaten Umfeld), anstatt zur Arbeit zu gehen“.

Anklagephase

Die suchtkranke Person wird zum Sündenbock. Ihr wird die Schuld für das Befinden der Mitbetroffenen gegeben, Vorwürfe und Klagen bestimmen die Kommunikation. Das Karussell dreht sich weiter, es wird immer enger: „Du bist an allem schuld, was schief läuft! Wenn du nicht diese Drogen nehmen würdest, dann könnte das Leben wirklich schön sein.“, „Wenn du nicht so leben würdest, könnte ich eine gute Beziehung zu deinem Vater haben“, „Wir haben nur noch Streit miteinander, weil du ...“.

Drei Phasen im Überblick

| Phase | Mögliches Verhalten von Suchtkranken | Mögliches Verhalten von Angehörigen oder Bezugspersonen |
|------------------------------------|--|---|
| Beschützerphase Erklärungsphase | <ul style="list-style-type: none"> · Rechtfertigung · Verheimlichung · Abstreiten | <ul style="list-style-type: none"> · Mitgefühl · Verteidigung · Verharmlosung · Besondere Zuwendung · Hoffnung, dass das Suchtverhalten nur eine kurze Episode ist |
| Kontrollphase | <ul style="list-style-type: none"> · Gerät unter Druck · Suchtmittel werden heimlich konsumiert · Schuldgefühle | <ul style="list-style-type: none"> · Suchtverhalten wird „überspielt“ · Aufgaben des Süchtigen werden übernommen · Versuch, die Sucht nicht öffentlich werden zu lassen |
| Anklagephase | <ul style="list-style-type: none"> · Fühlt sich angeklagt · Wehrt sich | <ul style="list-style-type: none"> · Zunehmende Wut · Aggression · Kritisieren · Schuldzuweisungen · Hilflosigkeit |

Jens Flassbeck (2010): Co-Abhängigkeit. Diagnose Ursachen und Therapie für Angehörige und Suchtkranke. Stuttgart: Klett-Cotta

Bedeutung für die Praxis

Ähnlich wie Süchtige haben auch deren Angehörige oft das Gefühl für und zu sich selbst verloren, auch zu den eigenen Grenzen. Sie sind häufig „außer sich“ in ihrer Hilflosigkeit und Ohnmacht gegenüber der Sucht eines nahestehenden Menschen. Ihre psychische Situation ist gekennzeichnet durch Dauerstress. Bezogen auf die Abhängigkeit des betroffenen Familienmitglieds befinden sie sich in einem psychischen Ausnahmezustand, einer fortwährenden Krisensituation.

Das Bedürfnis vieler Angehöriger nach „Patentrezepten“ und konkreten Handlungsanweisungen ist verständlich und nachvollziehbar. Zugleich ist es für jede beratende Person wichtig, sich von dem drängenden Wunsch nach klaren Anweisungen nicht unter Druck setzen zu lassen.



Praxistipp:

In der Beratung mit Angehörigen ist besonders zu beachten:

- ▶ Entlastung ist ein wichtiger Bestandteil der Angehörigenberatung.
- ▶ Wertschätzung für das, was der bzw. die Angehörige aus Sorge um den Betroffenen bzw. die Betroffene schon alles getan hat (denn es ist völlig in Ordnung, jemandem in Not zunächst helfen zu wollen).
- ▶ Frage danach, was das bisher gebracht hat.
- ▶ Ermutigung, der eigenen Wahrnehmung zu trauen und eigenen Bedürfnissen nachzugehen.
- ▶ Informationen geben über typische Verhaltensweisen Suchtkranker, wie z. B. Verleugnung, Verantwortung an andere abgeben, sich gekränkt fühlen, wenn das Suchtverhalten angesprochen wird.
- ▶ Informationen geben, wie und wann Gespräche auf Augenhöhe mit dem/der Suchtkranken am besten möglich sind.
- ▶ Vorsichtige Hinweise auf Verhaltensweisen der angehörigen Person, mit denen er bzw. sie das Suchtverhalten eventuell unbeabsichtigt verstärkt.
- ▶ Ermutigen, das Handeln auf das eigene Wohlergehen auszurichten.
- ▶ Anregung zu vermehrter Selbstfürsorge.

Mögliche „Mitbetroffenheit“ von Telefonberaterinnen und Telefonberatern

In der Telefonberatung Suchtkranker und deren Angehörigen können auch Beratende das Verhalten „Mitbetroffene“ oder „Mitbetroffener“ entwickeln. Wenn sich z. B. ein Berater oder eine Beraterin überverantwortlich für die ratsuchende Person fühlt oder Hilflosigkeit, Macht und Ohnmachtsgefühle dieser Person gegenüber entwickelt. Je größer die Ohnmacht im Gesprächsverlauf wird, desto mehr Anstrengungen werden investiert, um doch noch Lösungsmöglichkeiten anzubieten.

Telefonberater und -beraterinnen sind aufgefordert, trotz empathischer Zuwendung auch auf professionelle Distanz zu achten. Regelmäßige Supervision und Praxisberatung bieten den geeigneten Raum zur kontinuierlichen Reflexion und Weiterentwicklung des eigenen Beratungsverhaltens.

Elternberatung – Wenn die eigenen Kinder Probleme haben

Angehörige suchen in der Telefonberatung häufig Hilfe für ihr Familienmitglied und für sich selbst, vor allem wenn sie bei ihrem Kind Probleme mit Suchtstoffen (legalen wie illegalen) oder ein Missbrauchsproblem vermuten. Anlass ist weniger der Wunsch, für sich selbst Hilfe in Anspruch zu nehmen. Doch der Wunsch, dem Kind zu helfen, verstellt vielfach den Blick anrufender Eltern auf eigene Schwierigkeiten in dieser Situation.

Die Beratung von Eltern stellt eine Besonderheit unter den Beratungen Angehöriger dar. Je nach Alter des Kindes ist sie einmal mehr auf Abgrenzung vom Abhängigkeits- bzw. Gefährdungsproblem ausgerichtet. Das trifft besonders auf Eltern älterer Jugendlicher bzw. junger Erwachsener zu. Bei jüngeren Jugendlichen bzw. Pubertierenden sollte die Herausarbeitung elterlicher Kompetenzen im Mittelpunkt stehen.

Denkbare Leitlinien für ein Beratungsgespräch:

- ▶ Den Eltern helfen, ihr bisheriges Handeln wertzuschätzen (es gibt bereits vieles, was ich richtig gemacht habe, woran mein Kind sieht, dass es mir/uns wichtig ist).
- ▶ Herausarbeiten, wie sich die Eltern als Team finden bzw. noch besser zusammenwirken können.
- ▶ Anregungen geben, wie eine gelungene familiäre Kommunikation und Aktivitäten stattfinden können.
- ▶ Hilfestellungen für sinnvolle Regelungen, Kompromissbereitschaft und Konsequenzen geben.
- ▶ Unterstützung, die Kinder in eine größere Selbständigkeit und Eigenverantwortung zu überführen.
- ▶ Gemeinsam herausfinden, wo Abgrenzung überhaupt möglich und ggf. nötig ist.
- ▶ Anregung zu gezielter Selbstfürsorge, um der Erziehungsaufgabe gewachsen zu bleiben.

Eltern stehen in besonderer Weise in einem mehrschichtigen Fürsorgedilemma gegenüber dem Kind. Zum einen obliegt ihnen die Verantwortung für den jungen Menschen, zum anderen geht es um eine altersgerechte Übergabe von Eigenverantwortung. Hinzu kommt noch die Arbeit an einer gelingenden Abgrenzung von Seiten der Eltern und des Kindes/Jugendlichen/jungen Erwachsenen.

In einem Erstkontaktgespräch wird entsprechend der individuellen Problemlage die Annahme professioneller Hilfe angeregt und zur Suchthilfe weitervermittelt, z. B. zu Suchtberatungsstellen wie auch zu anderen psychosozialen Beratungsangeboten.

Auf Seite der bzw. des Anrufenden sind die Telefonate geprägt durch:

- ▶ großen Leidensdruck (Anrufer bzw. Anruferin weint am Telefon)
- ▶ großen emotionalen Druck
- ▶ Sorgen
- ▶ Angst, das Kind zu verlieren
- ▶ Verzweiflung
- ▶ Orientierungslosigkeit
- ▶ Hilflosigkeit
- ▶ Scham
- ▶ Angst vor Konsequenzen (des Anrufs und des weiteren Geschehens)
- ▶ das Gefühl, allein gelassen zu sein (von anderen Familienmitgliedern)
- ▶ Unkenntnis über die Substanzen
- ▶ Unkenntnis des Konsumverhaltens und möglicher Verhaltensweisen von Konsumierenden

In der Beratung der Eltern ist das Gespräch über Abgrenzung und Verantwortung besonders schwierig. An die beratende Person wird nicht selten die Bitte nach Unterstützung („Können Sie das nicht machen?“) und konkreter Handlungsanleitung („Ich muss nur wissen, was ich machen soll“) herangetragen. Dahinter steht oftmals der Wunsch, dass das Problem möglichst schnell und ohne größeren persönlichen Einsatz verschwindet. Als Beraterin oder Berater haben Sie sicher auch schon mal den Satz gehört: „Ich will nur, dass es aufhört.“

Aus der Verantwortung für die häusliche Situation können Sie die Anruferin bzw. den Anrufer nicht entlassen. Im Beratungsgespräch sollten Sie die Gesprächsleitung (siehe auch S. 47) übernehmen und den Anrufer bzw. die Anruferin zunächst beruhigen. Wichtig ist der Hinweis, dass Eltern in der häuslichen Situation nicht in Panik geraten und nicht überreagieren. Im familiären Gespräch mit dem betroffenen Kind (wie im aktuellen Beratungsgespräch am Telefon) ist eine ruhige Gesprächssituation wichtig, damit sich alle Gesprächsteilnehmenden ernst genommen fühlen. Dem anrufenden Elternteil hilft es sehr, wenn sich der Berater bzw. die Beraterin in diesem telefonischen Erstkontaktgespräch Zeit nimmt und alle Fragen beantwortet. Die Struktur eines solchen Erstgesprächs sollte die wichtigsten Aspekte der häuslichen Situation (z. B. Alter des Kindes, Familiensituation, Freundeskreis, Schule, berufliche Situation und besondere Begebenheiten) umfassen.

Vielen Eltern hilft es, über ein strukturiertes Gespräch „Dampf abzulassen“. Häufig hat sich bei ihnen über längere Zeit Leidensdruck aufgebaut, ohne dass sie Hilfe von außen annehmen konnten. Der Anruf bei einer Telefonberatung hat oftmals schon sehr viel Überwindung gekostet. Dieser Leistung sollten beratend Tätige Respekt zollen. Oftmals kommt erschwerend hinzu, dass sich die Familienmitglieder nicht einig sind, ob, wann und bei wem Hilfe gesucht werden sollte.

Besondere Vorbehalte, professionelle Hilfe anzunehmen, beziehen sich bisweilen auf Erziehungs- und Familienberatungsstellen. Die Gründe bewegen sich zwischen dem Glauben, mit der Inanspruchnahme professioneller Hilfe eigenes Versagen eingestehen zu müssen und der Befürchtung, Institutionen wie z. B. dem Jugendamt ausgeliefert zu sein. Die Erfahrung zeigt, dass es für Eltern häufig leichter ist, Hilfe von z. B. Sucht- und Drogenberatungsstellen anzunehmen. Durch den Fokus auf Substanzmittelkonsum oder süchtiges Verhalten fühlen sich Eltern unter Umständen weniger in ihrem Selbstverständnis als Mutter oder Vater bedroht als in einer Erziehungsberatung und weniger hinsichtlich der Erziehung ihrer Kinder infrage gestellt.

Der Berater bzw. die Beraterin sollte gegebenenfalls in der Klärung der familiären Situation auch auf die Verbindung des kindlichen Konsum- und möglicherweise Abhängigkeitsverhaltens mit der besonderen Entwicklungssituation in der Pubertät hinweisen. Und dies kann durchaus eine Frage für Erziehungsberatung sein. An dieser Stelle könnte auch der Hinweis auf Erziehungsberatungsstellen ergänzend zur Suchtberatung hilfreich sein. Für die beratende Person ist es oftmals heikel, wenn sie bzw. er bemerkt, dass das Problem des betroffenen Kindes auch mit familiären Schwierigkeiten verbunden ist, etwa mit unterschiedlichen Erziehungsstilen der Eltern. Dennoch muss im Zusammenhang des Konsum- und Missbrauchsverhaltens des Kindes auch das entscheidende elterliche Verhalten besprochen werden, vor allem auch für das familiäre Gespräch:

- ▶ mit dem Kind „im Gespräch bleiben“
- ▶ nicht überreagieren
- ▶ eine ruhige Gesprächsatmosphäre schaffen, wenn über Probleme gesprochen wird
- ▶ in Bezug auf das suchterzeugende Mittel oder das Missbrauchsverhalten Regeln vorgeben oder mit älteren Kindern gemeinsam erstellen
- ▶ eindeutige Grenzen ziehen (keine Suchtmittel im familiären Bereich)

Viele Eltern kennen sich mit verschiedenen Substanzen nicht aus. Im Telefongespräch sollte der bzw. die Beratende alle Fragen des Elternteils beantworten und über die Substanzen und süchtigen Verhaltensweisen informieren. Fragen, ob und inwieweit Eltern Proben testen lassen sollen, um Sicherheit über den Stoff zu bekommen, sind besonders schwierig zu beantworten. An dieser Stelle sollte auf die Fachkompetenz der Mitarbeitenden der Sucht- und Drogenberatungsstellen verwiesen werden. Sie können Hilfestellung geben, vor allem im Einzelfall. Grundsätzlich sollte Eltern auch verdeutlicht werden, dass „Spionieren“, wenn es die elterliche Sorge und Kontrolle übersteigt, einen Vertrauensbruch darstellt und dem wichtigen Grundsatz, „im Gespräch zu bleiben“, zuwiderläuft. Ein möglicherweise vorübergehender Konsum könnte durch drastische Maßnahmen zu einer Verschärfung der familiären Situation führen. Die Vermittlung an eine Sucht- bzw. Drogenberatungsstelle ist für den Informations- und Kenntniserwerb der Eltern hilfreich, aber vor allem für den Beginn persönlicher und vertraulicher Gespräche mit Fachkolleginnen und -kollegen.

Im telefonischen Erstkontakt hat der bzw. die Beratende folgende Aufgaben:

- ▶ Anrufende beruhigen
- ▶ verdeutlichen, dass sie bzw. er mit dem Problem nicht allein ist
- ▶ die Situation klären (Anlass des Anrufs, welches Problem, welches Mittel?)
- ▶ informieren: Fragen zu Substanzen und süchtigen Verhaltensweisen beantworten
- ▶ Verhaltenshinweise auf das familiäre Gespräch mit dem Kind geben (keine Überreaktion, keine Panik, jedoch konsequent in der Haltung und im Verhalten)
- ▶ Vermittlung von Drogen- und Suchtberatungsstellen und ggf. auch von Erziehungsberatungsstellen
- ▶ Anrufende in Richtung weiterer fachlicher Hilfe leiten.

Wichtig ist es, zu vermitteln,

- ▶ dass es professionelle Ansprechpartnerinnen und -partner gibt
- ▶ dass es keine Schande ist, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen
- ▶ dass vertrauliche und kostenlose Beratungsangebote für sie selbst und ihre Situation bestehen
- ▶ dass es Beratungs- und Behandlungsmöglichkeiten für das betroffene Kind gibt

Die Telefonberatung sollte den anrufenden Eltern in jedem Fall die positiven Möglichkeiten einer fachlichen Hilfe aufzeigen. Hier gilt: Nur eine oder zwei Kontaktmöglichkeiten aufzeigen. Eine Vielzahl erschwert die Entscheidung, fachliche Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Eine besondere Zielgruppe mit Beratungsbedarf: Kinder von Eltern mit Suchtproblemen

Kinder, Jugendliche oder junge Erwachsene wenden sich eher selten an Beratungsstellen. Wenn dies jedoch der Fall ist, ist eine sehr sensible Beratung erforderlich. Kinder aus Suchtfamilien sind in der Beratung emotional darauf angewiesen, sich von der beratenden Person ernst genommen zu fühlen. Oft ist es auch bei ihnen der erste Kontakt zum Suchthilfesystem und zu Erwachsenen, die auf die häusliche Problemlage adäquat eingehen können. Die Beratenden sollten neben der bereits ausgiebig besprochenen empathischen Grundhaltung einige Besonderheiten im Gespräch beachten:

- ▶ Da es für ein Kind extrem mutig ist (der Leidensdruck ist in der Regel sehr hoch), sich mit diesem Thema an Erwachsene zu wenden, gebührt diesem Schritt viel Anerkennung.
- ▶ Kinder machen sich Sorgen um ihre süchtigen Eltern. Sie fühlen sich möglicherweise schuldig, wenn es den Eltern schlecht geht und das, obwohl sie selbst dabei auf vielfältige Weise vernachlässigt werden.
- ▶ Es gilt, Ressourcen bei Erwachsenen im näheren sozialen Umfeld (z. B. Tante, Onkel, Lehrerin, Nachbarn) herauszuarbeiten und das Kind zu ermutigen, von diesen Hilfe anzunehmen.
- ▶ Kinder können sich nicht grundsätzlich von ihren Eltern abgrenzen. Dies ist ein langer, in der Regel therapeutisch zu begleitender Prozess. Das Kind kann jedoch ermutigt werden, seiner eigenen Wahrnehmung zu trauen und seine Empfindungen (wie z. B. Trauer, Wut, Verletzlichkeit) ernst zu nehmen.
- ▶ Der Kommunikation sollte auf Augenhöhe und trotzdem dem Alter des Kindes angemessen verlaufen. Also keine Überforderung mit Erwachsenenthemen, auch wenn Kinder aus Suchtfamilien diese selber gerne anschneiden.

Zusammenfassung

Wenn nicht immer alles glatt läuft: Hinweise zum Umgang mit schwierigen und herausfordernden Anruferinnen und Anrufern sind die zentralen Elemente dieses Kapitels. Eine Auswahl an denkbaren und in der Praxis bekannten Problemfeldern wurde erörtert. Telefonberaterinnen und Telefonberater können in diesem schwierigen Umfeld an ihre Grenzen kommen. Im Alltag der Beratung kann es zur Herausforderung werden, die Balance zwischen Zuwendung und Abgrenzung zu finden und zu halten. Dysbalancen können zu persönlichen Missempfindungen und veränderter emotionaler Grundhaltung führen.

Einige zusammenfassende Gedanken zu diesem Kapitel:

Nehmen Sie das Verhalten und die Aussagen der anrufenden Person persönlich?

Auf einer Skala von 0 bis 10: Wie sehr belastet Sie das Erlebte?

Was müsste passieren, damit Sie das Erlebte nicht als belastend empfinden?

Bedenken Sie bitte, Sie sind mit diesen Erfahrungen nicht alleine. Nutzen Sie Angebote der Supervision und der kollegialen Beratung. Lassen Sie andere von Ihren Erfahrungen wissen und profitieren Sie von den Ideen anderer.

Anhang: Wenn Sie mehr wissen wollen

Der Anhang bietet Ihnen sechs Teile. Hier werden weitergehende Informationen, Formulierungsvorschläge und Erklärungen angeboten. Natürlich kann dieses Angebot nicht alle Situationen und Problemkreise abdecken, soll Ihnen aber eine Handreichung für Ihre anspruchsvolle Arbeit sein.

Was erwartet Sie in diesem Kapitel?

- Teil 1** Rahmenbedingungen für Beratende
- Teil 2** Gesprächsführung im Detail: Beispiele und Formulierungen
- Teil 3** Sechs Stadien der Veränderung (nach Prochaska und DiClemente)
- Teil 4** Literaturempfehlungen und Quellenangaben
- Teil 5** Informationsmaterialien zum Thema Sucht und Abhängigkeit
- Teil 6** Beratende Institutionen, Informationsstellen und Verbände

Anhang Teil 1

Rahmenbedingungen für Beratende

Welche Kompetenzen und Stärken sollte ein Telefonberater bzw. eine -beraterin mitbringen?

Im Folgenden lesen Sie die Auswahlkriterien für ehrenamtliche Telefonberater und -beraterinnen, die beim Telefon-Notruf für Suchtgefährdete in München entwickelt wurden. Interessenten für die Ausbildung zum ehrenamtlichen Telefonberater bzw. zur ehrenamtlichen Telefonberaterin sollten demnach folgende Kriterien erfüllen:

- ▶ klare, gut verständliche Stimme
- ▶ Belastbarkeit (emotional und zeitlich)
- ▶ Zuverlässigkeit
- ▶ Bereitschaft, Hilfe anzunehmen
- ▶ Selbstreflexion
- ▶ Einfühlungsvermögen
- ▶ Abgrenzungsfähigkeit
- ▶ Kontaktfähigkeit
- ▶ weltanschauliche Offenheit (keine Ideologie, kein Missionieren)
- ▶ Sympathie und sympathisches Erscheinungsbild
- ▶ sprachliche Ausdrucksfähigkeit

Clean bzw. trocken lebende Bewerberinnen und Bewerber sollten über eine ausreichende Stabilität in ihrer Abstinenz verfügen.

Arbeitsplatz Beratungstelefon

In der Alltagsarbeit suchtspezifischer Einrichtungen wird mit direktem, persönlichem Kontakt gearbeitet. Grundvoraussetzung ist eine ungestörte Gesprächsatmosphäre, die ein vertrauliches Gespräch ermöglicht. Dieser Standard gilt auch für die Telefonberatung. Ruhige Räumlichkeiten sind unabdingbar. Erforderlich ist in jedem Fall ein eigenes Konzept des Trägers, das die Telefonberatung als Aufgabe der Einrichtung beschreibt. Würden (professionelle) Mitarbeitende die telefonische Beratung quasi „nebenbei“ leisten, so bliebe die Beratung am Telefon wahrscheinlich eine „Nebensache“. Die Aufgaben und Herausforderungen sind jedoch zu komplex, als dass Sie sich dazu verleiten lassen sollten.

Regelmäßige Supervision, Praxisberatung und Fortbildung für Telefonberaterinnen und -berater

Die Arbeit mit suchtkranken Menschen und deren Angehörigen ist psychisch belastend und zehrend. Sucht ist eine chronische Erkrankung. Dies setzt bei Telefonberatern und -beraterinnen ein fundiertes Grundwissen über Konsumverhalten, Suchtmittelmissbrauch, Abhängigkeit und Suchterkrankungen, deren Verlauf und deren Erscheinungsformen voraus. Um Ratsuchenden angemessen helfen zu können, sollten sie über Möglichkeiten und Prozesse der Gesundung informieren können. Die Kenntnisse dienen auch dem Selbstschutz der Beratenden, um ungesunde Stolperfallen der Beratung zu vermeiden und mögliches Verhalten der Mitbetroffenen zu erkennen. Spezielle Schulungen der Anbieter geben in jedem Fall begleitende Unterstützung, ebenso Publikationen und Gespräche mit Mitarbeitenden.

Mehrwert für Telefonberaterinnen und -berater

Telefonberaterinnen und -berater profitieren von Fortbildungsangeboten mit dem Ziel, Wissen zu ergänzen, Verhalten für die Praxis zu üben und Rückmeldungen zu erfahren. Sie erhalten Praxisberatung und Supervision mit dem Ziel, schwierige und belastende Beratungssituationen zu reflektieren und besser zu verstehen, eigene Sichtweisen und Handlungsmöglichkeiten zu erweitern. Negativer Stress wird abgebaut und die Freude an der (ehrenamtlichen) Tätigkeit gestärkt. Es gibt einen Erfahrungsaustausch in der Gruppe mit dem Ziel, von anderen zu lernen, Rückmeldungen zu erhalten, Erfahrungen weiterzugeben und als Chance zur eigenen Entwicklung zu begreifen. Dabei stellen sie fest, dass sie mit ihren Fragen, Unsicherheiten und Ideen nicht allein sind. Für die meisten Menschen ist es sehr wichtig, in der ehrenamtlichen Arbeit in ein Team Gleichgesinnter eingebunden zu sein. In der telefonischen Beratung Tätige erhalten Informationen über aktuelle Entwicklungen und Erkenntnisse in Suchtprävention und Suchthilfe. Sie lernen neue Entwicklungen kennen und können ihre Beratungskompetenz weiterentwickeln.

Anhang Teil 2

Gesprächsführung im Detail: Beispiele und Formulierungen

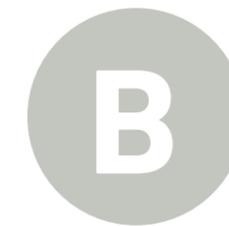
Überblick

- A 10 Grundregeln für die Gesprächsführung am Telefon – ein Überblick
- B Gesprächseinstieg – Meldeformel
- C Fragearten
- D Formulierungsbeispiele für Fragen
- E Formulierungen für das Aktive Zuhören



10 Grundregeln für die Gesprächsführung am Telefon – ein Überblick

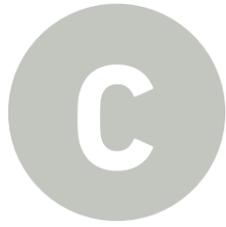
- ▶ Sprechen Sie in klaren, deutlichen Sätzen, die sofort verständlich sind.
- ▶ Aktives Zuhören ist die Grundlage jedes guten Gespräches.
- ▶ Gute Gespräche brauchen Zeit.
- ▶ Bitten Sie um Rückmeldungen. So erfahren Sie, ob Sie richtig verstanden wurden.
- ▶ Stellen Sie einen positiven Kontakt zu Ihrem Gesprächspartner bzw. Ihrer Gesprächspartnerin her. Achten Sie darauf, dass Sie seinen bzw. ihren Selbstwert nicht angreifen.
- ▶ Fragen fördern den Gesprächsverlauf. Achten Sie aber darauf, dass Sie nicht ausfragen.
- ▶ Achten Sie auf Sprache, Sprechweise, Betonung, Stimme, Atmung Ihres Gesprächspartners bzw. Ihrer -partnerin.
- ▶ Sprechen Sie die Gefühlslage Ihres Gegenübers an. Achten Sie auch auf die eigene Befindlichkeit während des Gesprächsverlaufs.
- ▶ Sprechen Sie mit „Ich-Botschaften“.
- ▶ Vermeiden Sie, per „man“ oder „wir“ zu sprechen. Formulieren Sie besser: „Ich bin der Überzeugung, dass ...“



Gesprächseinstieg – Meldeformel

Eine standardisierte Meldeformel hat sich in der Praxis bewährt

- ▶ Guten Tag/Guten Abend – Sucht & Drogen Hotline (... oder andere Institution).
- ▶ Mein Name ist (eventuell Deckname).
- ▶ Spricht der bzw. die Anrufende noch nicht, können Sie z.B. fragen: „Darf ich fragen, was der Anlass Ihres Anrufes ist?“
- ▶ Meldet sich der bzw. die Anrufende direkt, grüßen Sie ggf. noch einmal.



Fragearten

Nachfolgend sollen hilfreiche Fragearten vorgestellt und ihr Nutzen beschrieben werden:

Geschlossene Sachfrage

Eine „geschlossene Sachfrage“ zielt darauf ab, Informationen über Tatsachen zu sammeln oder Meinungen und Vorschläge vom Gesprächspartner bzw. von der -partnerin einzuholen. Geschlossene Sachfragen beziehen sich speziell auf einen realen Sachverhalt. Die geschlossene Sachfrage verlangt eine präzise Antwort und schränkt die Antwortmöglichkeiten aufgrund des Frageformats bereits ein.

„Hast du Hunger?“

„Wie heißt du?“

„Ist dir das so recht?“

Offene Sachfrage

Eine „offene Sachfrage“ zielt ebenfalls darauf ab, Informationen über Tatsachen zu sammeln oder Meinungen bzw. Stimmungsbilder vom Gesprächspartner bzw. von der -partnerin einzuholen. Offene Fragen holen jedoch Informationen ein, deren Ausführlichkeit von der Rückmeldung des bzw. der Antwortenden abhängt. Wenn wir Hilfesuchende verstehen wollen, sind wir auf ausführliche Darstellungen ihrer Sicht oder ihrer Gefühle angewiesen. Mit einer offenen Frage signalisieren wir unserem Gegenüber Interesse – und geben ihm gleichzeitig die Möglichkeit, über die Auswahl der Informationen und damit den weiteren Verlauf des Gespräches zu bestimmen. Eine offene Sachfrage drückt also Interesse und Wertschätzung aus.

„Wie geht es Ihnen gerade?“

„Warum haben Sie das gemacht?“

„Was kann ich tun, um dir zu helfen?“

„Wie erklärst du dir das?“

Perspektivwechsel

Bei einem „Perspektivwechsel“ stellt der bzw. die Fragende eine offene Frage und fordert das Gegenüber damit auf, einen Perspektivwechsel vorzunehmen und aus der Sicht des bzw. der Fragenden zu argumentieren und zu antworten. Die Reaktion des bzw. der Antwortenden steht völlig frei. Ziel eines Perspektivwechsels ist es, festgefahrene Denkstrukturen aufzubrechen und mögliche Vermutungen, Befürchtungen oder Wünsche des Gegenübers zu erfahren.

„Was würden Sie denn an meiner Stelle denken?“

Suggestivfrage

Die „Suggestivfrage“ dient dazu, dem Gesprächspartner bzw. der -partnerin den eigenen Standpunkt aufzuzwingen. Eine Suggestivfrage kann eigentlich nur bestätigt werden. Die Suggestivfrage ist dazu geeignet, eine Zustimmung zu erhalten. Für den Befragten bzw. die Befragte ist dabei deutlich, dass eine vorgegebene Antwort von ihm bzw. ihr erwartet wird. Es wird „über den Kopf hinweg“ entschieden.

„Dir geht es doch sicher auch um eine Lösung des Problems, oder?“

„Das willst du doch sicher nie wieder durchmachen?“

Alternativfrage

Die „Alternativfrage“ ist von besonderer praktischer Relevanz, da sie die Auswahl zwischen lediglich zwei Möglichkeiten vorgibt. Beim Einsatz einer Alternativfrage sind die Alternativen für die fragende Partei zumeist beide akzeptabel, dem Gegenüber wird lediglich die Entscheidung zwischen diesen beiden Lösungswegen überlassen.

„Möchtest du die Aufgabe direkt erledigen oder erst nach dem Abendessen?“

Gegenfrage

Eine „Gegenfrage“ ist als Antwort auf eine zuvor gestellte Frage definiert, wobei zumeist nicht auf den Inhalt der vorangestellten Frage eingegangen wird. Eine Gegenfrage wird meist dann eingesetzt, wenn es einer Frage auszuweichen oder Zeit zu gewinnen gilt.

Frage: „Warum kannst du nicht einfach mal fünf gerade sein lassen?“

Gegenfrage: „Was meinst du denn genau damit?“

Rhetorische Frage

Bei „rhetorischen Fragen“ wird keine Antwort erwartet, denn die Antwort ist in der Frage bereits enthalten. Damit beantwortet der bzw. die Fragende eine rhetorische Frage selbst und erwartet vom Gegenüber – wenn überhaupt – höchstens einen Ausdruck der Zustimmung zur offensichtlichen und vorgegebenen Antwort.

„Wollen wir denn noch ewig über dieses Thema reden?“

Skalierungsfrage

Diese Art des Fragens ist ein Instrument, um Ängste, Frustrationen, Belastungen aber auch Fortschritte zu bewerten. Skalierungsfragen geben auch Auskunft über Erfolgswahrscheinlichkeiten oder Veränderungen. Sowohl Fragende als auch Antwortende bekommen durch die Einschätzung auf einer Skala von 0 bis 10 einen Blick auf die aktuelle Befindlichkeit. Die Skalierung beginnt bei 0 und beschreibt einen Zustand, der ohne Bedeutung oder ohne Belastung ist. Die Skala endet bei 10 und beschreibt an dieser Stelle einen maximal belastenden Zustand.

„Wie schätzen Sie auf einer Skala von 0 bis 10 Ihren aktuellen Gesundheitszustand ein?“

„Wenn Ihr Problem heute bei einer 8 liegt, wie groß war es vor einem Jahr?“

„Sie beschreiben Ihren Rückfall. Als Sie es vor drei Jahren geschafft haben clean zu werden, wie glücklich waren Sie über Ihren Erfolg?“

Wunderfrage

Wunderfragen unterstützen den Weg aus dem Problemerkislauf. Wunderfragen stellen imaginär einen gewünschten Zustand her, der zunächst noch in weiter Ferne erscheint. Wunderfragen sind eine Mentaltechnik, die ausgehend von der aktuellen Krise in eine Zukunft springt, in der das Problem aufgelöst ist.

„Ich stelle Ihnen jetzt eine etwas ungewöhnliche Frage: Stellen Sie sich vor, Sie wachen morgen früh auf und über Nacht ist Ihr Problem auf wundersame Art verschwunden. Woran würde Sie es als erstes merken, dass das Problem verschwunden ist?“

Achten Sie bitte bei möglichen Antworten auf konkrete Aussagen. Übliche Reaktionen können sein: „Dann wäre ich glücklicher“ oder „Dann hätte ich keinen Stress mehr“. Diese Antworten sind noch nicht die gewünschte Imagination. In einem solchen Fall stellen Sie weitere offenen Fragen.

„Woran würden Sie merken, dass sie glücklich sind?“
Alternativ besteht auch die Möglichkeit zu fragen:
„Woran würden das Ihre Mitmenschen merken?“

Formulierungsbeispiele für Fragen im (telefonischen) Beratungsgespräch

Durch Fragen das Gespräch lenken

- Was bewegt Sie, wenn Sie an ... denken?
- Welche Punkte sind Ihnen wesentlich?
- Wie lauten die Themen für das heutige Gespräch?
- Was würde jetzt passieren, wenn Sie ...?
- Worin besteht das Problem aus Ihrer Sicht?
- Aus welchen Gründen kommen Sie / wir – nach Ihrer Meinung – an diesem Punkt nicht weiter?
- Wo fühlen Sie sich missverstanden?
- Wenn es nach Ihnen ginge, was würden Sie tun?
- Was ist Ihnen daran wichtig?

Erarbeiten einer Richtung

- Welche Möglichkeit halten Sie für die beste oder für die, die Sie am ehesten umsetzen können?
- Wenn Sie den weiteren Verlauf bestimmen könnten, was würden Sie tun?
- Was können und müssen wir jetzt noch tun?
- Was wäre, wenn ...?
- Was wäre nötig, um einen Schritt weiterzukommen?

Die „innere Landkarte“ des Gesprächspartners bzw. der Gesprächspartnerin besser verstehen

- An welchem Beispiel können Sie das verdeutlichen?
- Sie sagen ... Wie kommen Sie darauf?
- Was ist das für Sie denkbar Schlimmste, was passieren kann?
- Was geht in Ihnen vor, wenn Sie hören, dass ...?
- Wie beurteilen Sie ...?
- Was verstehen Sie unter ...?
- Was meinen Sie mit ...?
- Wer außer Ihnen sieht noch Probleme?
- Was hält Ihr Partner bzw. ihre Partnerin von diesem Aspekt?
- Wie geht es Ihnen dabei, wenn Sie an die Umsetzung im Alltag denken?

Ergebnisse vorbereiten

- Was könnten Sie Ihrem Kind / Partner bzw. Ihrer Partnerin anbieten, damit es / er / sie mit Ihren Vorstellungen einverstanden ist?
- Wenn Sie die Absicht haben, diesen Schritt zu tun, was genau werden Sie machen?
- Wie wollen Sie es konkret angehen?
- Wie wird dieses Vorgehen Ihr Problem lösen?
- Haben wir alle Punkte besprochen?
- Wie kommen Sie nun zu einer Vereinbarung?
- Wäre das eine Lösung für Sie?
- Bis wann können / wollen Sie die Entscheidung treffen?
- Ist diese Frage für Sie beantwortet?
Ist dieser Punkt für Sie geklärt?
- Findet das Ergebnis Ihre Zustimmung?



Formulierungen für das Aktive Zuhören

- Sie haben das Gefühl, dass ...
- Von Ihrem Standpunkt aus ...
- Es scheint Ihnen ...
- Aus Ihrer Perspektive ...
- Sie denken, dass ... oder Sie glauben, dass ...
- Wenn ich Sie richtig verstanden habe ...
- Ich habe den Eindruck, Sie sind verärgert, zuversichtlich, zufrieden, schockiert, verzweifelt, ratlos usw.
- Ich höre heraus, dass Sie ...
- Ich nehme an, Sie ...
- Liege ich richtig, dass Sie ...
- Es klingt so, als ob ...
- Angenommen, Sie würden ...

Anhang Teil 3

Sechs Stadien der Veränderung (nach Prochaska und DiClemente)

Ein hilfreiches Modell der Veränderung haben die Psychologen James Prochaska und Carlo DiClemente (1982) entwickelt. Sie beschreiben eine Abfolge von Stadien, die Menschen durchlaufen, wenn sie ein Problem bearbeiten. Diese Stadien lassen sich sowohl auf Selbstveränderungsprozesse als auch auf begleitete Veränderungsprozesse anwenden. Prochaska und DiClemente bezeichnen als Motiva-

tion das derzeitige Stadium der Veränderungsbereitschaft. Es handelt sich dabei um einen inneren Zustand, der von äußeren Faktoren beeinflusst wird. Das Bild eines Rades oder Kreises entspricht am ehesten dem Ablauf der Veränderungsprozesse. Es ist durchaus normal, dass eine Person die einzelnen Stadien in diesem Prozess mehrmals durchläuft, bis sie eine stabile Veränderung erreicht hat.

Stadium 1: Absichtslosigkeit

Der Betreffende bzw. die Betreffende denkt noch nicht über die Möglichkeit einer Veränderung nach und besitzt kein Problembewusstsein. Wird ein Mensch in diesem Stadium darauf aufmerksam gemacht, dass er ein Problem hat, reagiert er möglicherweise überrascht. Dieses Stadium geht oft damit einher, dass jemand von außen das Problem erkannt hat, nicht aber die betreffende Person selbst. Viele Menschen begeben sich aus diesem Stadium heraus mehr fremd- als eigenmotiviert in Behandlung und verhalten sich eher als defensiv Betrachtende denn als Handelnde.

In dieser Phase sind Information und Rückmeldung erforderlich, um ein eigenes Problembewusstsein und damit die Möglichkeit zur Veränderung entwickeln zu können. Jemandem in dieser Phase zu einer Veränderung zu raten, kann kontraproduktiv sein.

Stadium 2: Absichtsbildung

Die Entwicklung von Problembewusstsein ist der Eintritt in die Phase der Absichtsbildung. Der Betreffende bzw. die Betreffende erwägt die Veränderung und verwirft sie zugleich wieder. Hat die Person die Möglichkeit, ungestört über ihr Problem zu sprechen, schwankt sie zwischen Besorgnis und Sorglosigkeit hin und her. Das ist ein normales und charakteristisches Verhalten in diesem Stadium, kein Hinweis auf ein krankhaftes Merkmal oder einen Abwehrmechanismus. Man kann das Erleben in dieser Phase als Schwankungen zwischen dem Wunsch, sich zu ändern und dem Wunsch, so zu bleiben, beschreiben.

Ein Mensch in dieser Phase findet gleichzeitig oder in schnellem Wechsel Gründe, sich zu ändern und Gründe, alles beim Alten zu lassen.

Aufgabe von Beratenden in dieser Phase ist es, einen Anstoß in Richtung Änderung zu geben. Besonders in diesem Stadium kann die Methode der Motivierenden Gesprächsführung sehr nützlich sein. Wendet man zu diesem Zeitpunkt Strategien an, die dem Handlungsstadium nicht angemessen sind, wird wahrscheinlich Widerstand erzeugt. Es ist zu vermuten, dass zahlreiche bei der Telefonberatung Anrufende sich in diesem Stadium befinden.

Stadium 3: Vorbereitung

Von Zeit zu Zeit beginnt der Mensch, ernsthaft über eine Veränderung nachzudenken. Dies äußert sich in einer Art, die wir gemeinhin am ehesten mit „Motivation“ beschreiben können („Ich muss etwas gegen dieses Problem tun! Das ist ernst! Etwas muss sich ändern! Was kann ich tun? Wie kann ich mich ändern?“).

Dieser Zustand gleicht einem Fenster der Möglichkeiten, das für eine gewisse Zeit geöffnet ist. Wird die Person in dieser Zeit aktiv, hält der Änderungsprozess an, wenn nicht, fällt sie in das vorherige Stadium zurück. In diesem Stadium ist es vorrangige Aufgabe der Beratung, mit den Hilfesuchenden eine akzeptable, realistische und effektive Veränderungsstrategie zu finden.

Viele Ratsuchende, die Kontakt zur Suchtberatung oder Suchtselbsthilfe aufnehmen, ordnen sich diesem Stadium zu.

Stadium 4: Handlungsstadium

Der bzw. die Hilfesuchende unternimmt konkrete Schritte der Veränderung. Diese Schritte können, müssen aber nicht durch professionelle Beratung ausgelöst und begleitet werden.

Ist die Veränderung erreicht, garantiert dies natürlich nicht automatisch ihren Fortbestand. Offensichtlich ist das menschliche Leben voll guter Absichten und Veränderungsversuche – gefolgt von kleineren Ausrutschern oder größeren Rückfällen.

Stadium 5: Aufrechterhaltung

In diesem Stadium besteht die Aufgabe darin, die erzielten Veränderungen zu festigen und einem Rückfall vorzubeugen. Dies erfordert hohe Aufmerksamkeit und bewusstes Handeln.

Hier ist es von besonderer Bedeutung, sich realistische und attraktive Ziele zu setzen.

Stadium 6: Rückfall

Nun besteht die Aufgabe des bzw. der Hilfesuchenden darin, erneut in den „Kreislauf der Veränderung“ einzutreten und nicht im Rückfall zu verharren.

Die Aufgabe der Beratung ist es, dem bzw. der Betroffenen zu helfen, Entmutigung und Demoralisierung zu vermeiden und weiterhin eine Veränderung anzustreben, die eigene Entschlusskraft zu erneuern und wieder aktiv zu werden.

Die Methode der Motivierenden Gesprächsführung bewährt sich seit vielen Jahren in der Arbeit mit suchtkranken bzw. suchgefährdeten Menschen. So sind die Grundlagen und Prinzipien dieses Gesprächs- und Beratungsansatzes auch in der Telefonberatung sehr hilfreich und nützlich.

Anhang Teil 4

Literaturempfehlungen und Quellenangaben

Cohn, Ruth (1991):
Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion: **Von der Behandlung einzelner zu einer Pädagogik für alle**
Stuttgart: Klett-Cotta.

Girsberger, Andri (2012):
Methodenhandbuch System- und lösungsorientierter Interventionen
Trogen: ZAEP – Zentrum für angewandte Erlebnispädagogik.

Flassbeck, Jens (2010):
Co-Abhängigkeit. Diagnose Ursachen und Therapie für Angehörige und Suchtkranke.
Stuttgart: Klett-Cotta.

Fuller, Catherine; Taylor, Phil (2015):
Therapie-Tools: Motivierende Gesprächsführung
2. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

Gordon, Thomas (2005):
Managerkonferenz. Effektives Führungstraining
Aktualisierte Neuauflage. München: Heyne.

Haeske, Udo (2010):
Kommunikation mit Kunden
Kundengespräch, After Sales und Reklamation.
3. Auflage. Berlin: Cornelsen.

Hall, Stuart (1973):
Encoding und Decoding in the Television Discourse
Birmingham: Centre für Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.

Harsch, Helmut (1974):
Theorie und Praxis des beratenden Gesprächs
2. Auflage. München: Kaiser.

Jessen, Marianne (2006):
Einfluss von Stress auf Sprache und Stimme
Idstein: Schulz-Kirchner Verlag.

Körkel, Joachim; Veltrup, Clemens (2003):
Motivation Interviewing: Eine Übersicht
In: Suchttherapie, 4(3), 115-124.

Kumbier, Dagmar; Schulz von Thun, Friedemann (2010):
Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele
4. Auflage. Reinbek: Rowohlt.

Lambrou, Ursula (1996):
Helfen oder aufgeben
Reinbek: Rowohlt Verlag.

Leenen, Wolf-Rainer; Grosch, Harald (1998):
Interkulturelles Training in der Lehrerfortbildung
In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.):
Interkulturelles Lernen. Arbeitshilfen für die politische Bildung. Bonn: BZpB. 317-340.

Mason, Paul T.; Kreger, R. (2003):
Schluss mit dem Eiertanz
Ein Ratgeber für Angehörige von Menschen mit Borderline. Bonn: Psychiatrie-Verlag.

Miller, William R.; Rollnick, Stephen (1999):
Motivierende Gesprächsführung
Ein Konzept zur Beratung von Menschen mit Suchtproblemen.
Freiburg: Lambertus Verlag.

Miller, William R.; Rollnick, Stephen (2009):
Motivierende Gesprächsführung
Motivational Interviewing
3. Auflage. Freiburg: Lambertus Verlag.

NAKOS (2012):
Gruppen im Gespräch – Gespräche in Gruppen
Leitfaden für Mitglieder, Moderatoren und Moderatorinnen von Selbsthilfegruppen.
3. aktualisierte Auflage, Berlin.

NAKOS (2003):
Starthilfe zum Aufbau von Selbsthilfegruppen
Grundsätzliche Aufklärung und Information zum Aufbau von Selbsthilfegruppen.
8. Auflage, überarbeitete Neuauflage, Berlin.

Omer, Haim; Schlippe von, Arist (2016):
Stärke statt Macht.
Neue Autorität in Familie, Schule und Gemeinde
3. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Pörksen, Bernhard; Schulz von Thun, Friedemann (2014):
Kommunikation als Lebenskunst. Philosophie und Praxis des Miteinander-Redens
Heidelberg: Carl-Auer.

Prior, Manfred (2012):
MiniMax-Interventionen
15 minimale Interventionen mit maximaler Wirkung.
10. Auflage. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.

Prochaska, James O.; DiClemente, Carlo C. (1982):
Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of therapy
In: Psychotherapy: Theory, Research and Practice, 19(3), 267–288.

Rogers, Carl R. (1972):
Die nicht-direktive Beratung
München: Kindler.

Rogers, Carl R. (1981):
Therapeut und Klient. Grundlagen der Gesprächspsychotherapie
München: Kindler.

Rosengren, David B. (2015):
Arbeitsbuch Motivierende Gesprächsführung
2. Auflage. Lichtenau/Westfalen; G. P. Probst Verlag

Schneider, Ralf (2013):
Die Suchtfibel
Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

Schulz von Thun, Friedemann (1981):
Die Anatomie einer Nachricht
In: „Miteinander reden. 1: Störungen und Klärungen“.
Reinbek: Rowohlt.

Schulz von Thun, Friedemann (1981):
Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen
Reinbek: Rowohlt.

Schulz von Thun, Friedemann; Zach, Kathrin; Zoller, Karen (2012):
Miteinander reden von A bis Z.
Lexikon der Kommunikationspsychologie.
Reinbek: Rowohlt.

Seidlitz, Heiner; Theiss, Dietmar (2013):
Ressourcenorientierte Gesprächsführung am Telefon und bei niedrigschwelligen Kontakten
Dortmund: Borgmann Media.

Semmelrock, N. (2013):
Complexity Results for Reachability in Cooperating Systems and Approximated Reachability by Abstract Over-Approximations.
Mannheim: Universität. [Dissertation]

Shazer, Steve de (2006):
Das Spiel mit Unterschieden. Wie therapeutische Lösungen lösen
Heidelberg: Carl-Auer.

Shazer, Steve de (1992):
Muster familientherapeutischer Kurzzeit-Therapie
Paderborn: Junfermann.

Theiss, Dietmar (2013):
Ressourcenorientierte Gesprächsführung am Telefon und bei niedrigschwelligen Kontakten
Dortmund: Borgmann Media.

Vogt, Irmgard (2004):
Beratung von süchtigen Frauen und Männern
Grundlagen und Praxis
Weinheim: Beltz.

Watzlawick, Paul (2016):
Man kann nicht nicht kommunizieren
Das Lesebuch
2., unveränderte Auflage. Bern: Hogrefe.

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (1969):
Menschliche Kommunikation
Formen, Störungen, Paradoxien.
Bern: Verlag Hans Huber.

Weber, Traugott (Hrsg.) (2006):
Handbuch Telefonseelsorge
Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Widulle, Wolfgang (2012):
Gesprächsführung in der sozialen Arbeit
Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zwengel, Almut (2018):
Zusammenleben mit Zu- und Eingewanderten
Weinheim: Beltz Juventa.

Anhang Teil 5

Informationsmaterial zum Thema Sucht und Abhängigkeit

Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen hält eine Vielzahl an kostenfreien Informationsmaterialien zu Suchtstoffen, Suchtmittelkonsum, Verhaltenssüchten sowie substanzbezogenen Störungen bereit. Hier geben wir Ihnen eine kompakte Übersicht, die für Sie und auch für Hilfesuchende von Interesse sein könnte. Alle Informationsmaterialien erhalten Sie über die Internetseite der DHS als Download oder als kostenfrei bestellbare Printversion: www.dhs.de/infomaterial

Suchtmedizinische Reihe

Die Suchtmedizinische Reihe richtet sich insbesondere an jene Berufsgruppen, die mit Patientinnen und Patienten bzw. Klientinnen und Klienten in Kontakt kommen, bei denen ein riskanter Substanzgebrauch, ein Suchtmittelmissbrauch oder eine Abhängigkeit vorliegt. Vertiefend thematisiert werden die spezifischen Problematiken der jeweiligen Substanzen sowie ihre Wirkungsweisen im Körper, gesundheitliche Folgeschäden, Behandlungsmöglichkeiten und rechtliche Aspekte.

- Band 1 – Alkoholabhängigkeit
- Band 2 – Tabakabhängigkeit
- Band 3 – Essstörungen
- Band 4 – Drogenabhängigkeit
- Band 5 – Medikamentenabhängigkeit
- Band 6 – Pathologisches Glücksspielen

Basisinformationen

In der Reihe Basisinformationen werden die wichtigsten Informationen zu Suchtmitteln zusammengetragen. Jede Überschrift – von der Zusammensetzung bis hin zu rechtlichen Fragen – wird auf einer Doppelseite dargestellt. Weitere Informationen erhalten Interessierte über Literaturhinweise.

- Alkohol
- Cannabis
- Medikamente
- Neue psychoaktive Substanzen
- Synthetische Drogen
- Tabak

Die Sucht und ihre Stoffe – Eine Informationsreihe über die gebräuchlichsten Suchtstoffe

Die Faltblätter informieren auf 12 Seiten in Kürze über das wichtigste Grundwissen zu Suchtstoffen.

- Alkohol
- Amphetamine & Ecstasy
- Benzodiazepine und Z-Drugs
- Cannabis
- Heroin
- Kokain, Crack & Freebase
- Methamphetamin
- Neue psychoaktive Substanzen
- Nikotin
- Opiat- und Opioid-Schmerzmittel

Hefte in Leichter Sprache

Die Broschürenreihe in Leichter Sprache informiert über die Risiken von Suchtmitteln und klärt über Verhaltenssüchte auf. Das Format bietet einen leichten Einstieg in die verschiedenen Themen und eignet sich sowohl für die Beratung als auch als Weiterempfehlung für Interessierte oder Betroffene.

- Alkohol ist riskant
- E-Zigaretten sind riskant
- Künstliche Drogen sind riskant – Ein Heft über Crystal Meth in Leichter Sprache
- Glücksspiele sind riskant
- Kiffen ist riskant
- Medikamente – ab wann sind sie riskant?
- Rauchen ist riskant
- Shisha-Rauchen ist riskant
- Rauchen ist auch für andere riskant – Ein Heft über Passivrauchen in Leichter Sprache

Ein Angebot an alle, die einem nahe stehenden Menschen helfen möchten

Als nahestehende Person eines suchtkranken oder suchtgefährdeten Menschen sind Angehörige in einer schwierigen Lage. Sie möchten verstehen, helfen und ein normales Familienleben oder eine unbelastete Partnerschaft führen. Vielleicht haben sie Angst, dass Bekannte sich von ihnen abwenden, wenn die Sucht öffentlich wird. Die Broschüre richtet sich an Angehörige und bietet bei den komplexen Problemen Unterstützung. Sie ist in drei Sprachen verfügbar: Englisch, Türkisch und Russisch.

Auch für die Themenbereiche Sucht im Alter, Sucht am Arbeitsplatz, Kinder aus suchtbelasteten Familien, Rauschmittelkonsum im Jugendalter und Sucht-Selbsthilfe bietet die DHS Informationsmaterialien an.

Unabhängig im Alter

- Alkohol – weniger ist besser
- Medikamente – sicher und sinnvoll gebrauchen
- Tabak – zum Aufhören ist es nie zu spät

Alkohol am Arbeitsplatz

- Suchtprobleme am Arbeitsplatz – Eine Praxishilfe für Personalverantwortliche
- Das Gespräch unter Kolleginnen und Kollegen – Eine Praxishilfe für die Suchtarbeit im Betrieb
- Alkohol am Arbeitsplatz – Eine Praxishilfe für Führungskräfte
- Alkohol am Arbeitsplatz – Hinweise für das Gespräch unter Kolleginnen und Kollegen

Kinder und Jugendliche aus suchtbelasteten Familien

- Erwachsenwerden in Familien Suchtkranker – Eine Arbeitshilfe für Fachkräfte und Ehrenamtliche im Sozial-, Gesundheits- und Bildungswesen sowie der Arbeitswelt
- Mia, Mats und Moritz ... und ihre Mutter, wenn sie wieder trinkt
- Mia, Mats und Moritz ... das Begleitheft
- Luis und Alina – Wenn die Eltern trinken
- Luis und Alina – Das Begleitbuch
- Rauschmittelkonsum im Jugendalter – Tipps für Eltern

Sucht-Selbsthilfe

- 10 gute Gründe für den Besuch einer Selbsthilfegruppe
- Kritische Situationen meistern – Rückfällen vorbeugen

Anhang Teil 6

Beratende Institutionen, Informationsstellen und Verbände

Nachfolgend finden Sie einige Rufnummern, die für Sie oder Hilfesuchende wichtig sein könnten. Neben den hier aufgeführten zentralen Anlaufstellen, gibt es regionale Ansprechpartner wie z. B. den Sozialpsychiatrischen Dienst. Selbsthilfegruppen finden Sie über die Selbsthilfeverbände:

Blaues Kreuz in Deutschland e. V. (BKD)
www.blaues-kreuz.de

Blaues Kreuz in der Evangelischen Kirche in Deutschland e. V. (BKE)
<https://bke-suchtselbsthilfe.de>

Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe
www.freundeskreise-sucht.de

Guttempler in Deutschland e. V.
www.guttempler.de

Kreuzbund e. V.
www.kreuzbund.de

Anonyme Alkoholiker
www.anonyme-alkoholiker.de

Bundesverband der Elternkreise suchtgefährdeter und suchtkranker Söhne und Töchter e. V. (BVEK)
www.bvek.org

Deutsches Rotes Kreuz
www.drk.de

Deutscher Frauenbund für alkoholfreie Kultur e. V.
www.deutscher-frauenbund.de

Fachverband Glücksspielsucht
www.gluecksspielsucht.de

Narcotics Anonymous
www.narcotics-anonymous.de

Stiftungsfamilie BSW & EWH
www.stiftungsfamilie.de

Polizei
Tel. 110

Feuerwehr, Rettungsdienst, Notarzt
Tel. 112

Ärztlicher Bereitschaftsdienst
Tel. 116117

Giftnotruf der Chartié
Tel. +49 30 19240

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)
51071 Köln, Postfach 910152
Tel. +49 221 8992-0, Fax +49 221 8992-300,
poststelle@bzga.de, www.bzga.de

BZgA-Telefonberatung zu HIV und AIDS
Tel. +49 221 892031

BzgA-Telefonberatung zu Essstörungen
Tel. +49 221 892031

BZgA-Telefonberatung zur Suchtvorbeugung
Tel. +49 221 892031

BZgA-Infotelefon zur Glücksspielsucht
Tel. 0800 1372700 (kostenfreie Servicenummer)

BZgA-Beratungstelefon zur Raucherentwöhnung
Tel. 0800 8313131 (kostenfreie Servicenummer)

Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS)
Westenwall 4, 59065 Hamm
Tel. +49 2381 9015-0, Fax +49 2381 9015-30,
info@dhs.de, www.dhs.de

Deutsche Arbeitsgemeinschaft für Jugend- und Eheberatung e. V. (DAJEB)
Neumarkter Straße 84c, 81673 München
Tel. +49 89 4361091, Fax +49 89 4311266
www.dajeb.de, Online-Beratungsführer
(Beratungsstellen)

**Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e. V. (bke),
Der Fachverband für Erziehungs-, Familien-
und Jugendberatung**
Herrnstraße 53, 90763 Fürth
Tel. +49 911 97714-0, Fax +49 911 745497
bke@bke.de, www.bke.de

bke-Jugendberatung (online)
[https://jugend.bke-beratung.de/views/home/
index.html](https://jugend.bke-beratung.de/views/home/index.html)

bke-Elternberatung (online)
[https://eltern.bke-beratung.de/views/home/
index.html](https://eltern.bke-beratung.de/views/home/index.html)

Elterntelefon, Nummer gegen Kummer e. V.
Tel. 0800 1110550 (kostenfreie Servicenummer)
Sprechzeiten: Montag bis Freitag von 9 bis 11 Uhr,
Dienstag und Donnerstag von 17 bis 19 Uhr

**Kinder- und Jugendtelefon,
Nummer gegen Kummer e. V.**
116 111 (kostenfreie Servicenummer)
Sprechzeiten: Montag bis Samstag von 14 bis 20 Uhr

Psychotherapie-Informations-Dienst PID
Tel. +49 30 209166330
Am Köllnischen Park 2, 10179 Berlin
pid@psychologienakademie.de
www.psychotherapiesuche.de
(Vermittlung psychologischer Psychotherapie
(ambulant, in Praxen))
Sprechzeiten:
Montag und Dienstag von 10 bis 13
und von 16 bis 19 Uhr
Mittwoch und Donnerstag von 13 bis 16 Uhr

**Nationale Kontakt- und Informationsstelle
zur Anregung und Unterstützung von Selbst-
hilfegruppen (NAKOS)**
Tel. +49 30 31018960
Otto-Suhr-Allee 115, 10585 Berlin
selbsthilfe@nakos.de, www.nakos.de
Sprechzeiten:
Dienstag, Mittwoch, Freitag von 10 bis 14 Uhr,
Donnerstag von 14 bis 17 Uhr

**TelefonSeelsorge –
Anonym. Kompetent. Rund um die Uhr**
Tel. 0800 1110111 oder 0800 1110222
(kostenfreie Servicenummer)
Gemeinsames Angebot der katholischen und der
evangelischen Kirchen.

Hilfetelefon „Gewalt gegen Frauen“
Tel. 0800 116016 (kostenfreie Servicenummer)

Über das Suchthilfeverzeichnis der DHS können Einrichtungen der Suchthilfe recherchiert werden. Es bietet unter anderem eine Umkreissuche und kann von Beratern als auch Hilfesuchenden genutzt werden:

www.suchthilfeverzeichnis.de

Die DHS

Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS) mit Sitz in Hamm ist der Zusammenschluss der in der Suchtprävention und Suchtkrankenhilfe bundesweit tätigen Verbände. Sie koordiniert und unterstützt die fachliche Arbeit ihrer Mitgliedsverbände und fördert den Austausch mit der Wissenschaft, um ein Höchstmaß an Wirksamkeit für die präventiven und helfenden Tätigkeiten zu erreichen, in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen Ministerien, Behörden, Institutionen des In- und Auslandes. Dazu zählen Öffentlichkeitsarbeit und Prävention sowie die Archivierung und Dokumentation von Veröffentlichungen. Zu den Mitgliedsverbänden der DHS gehören die Spitzenverbände der freien Wohlfahrtspflege, öffentlich-rechtliche Träger der Suchtkrankenhilfe und der Sucht-Selbsthilfe.

Die Geschäftsstelle der DHS in Hamm gibt Auskunft und vermittelt Informationen an Hilfesuchende, Expertinnen und Experten, Medien- und Pressefachleute sowie andere Interessierte.

Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS)
Postfach 1369, 59003 Hamm
Westenwall 4, 59065 Hamm
Tel. +49 2381 9015-0, Fax +49 2381 9015-30
info@dhs.de, www.dhs.de

Die DHS im Internet (www.dhs.de)

Über die Internetseite der DHS sind alle wichtigen Daten, Fakten und Publikationen zu Suchtfragen verfügbar. Fachinformationen (Definitionen, Studien, Statistiken etc.) und Fachveröffentlichungen sind einzusehen und zu einem Großteil auch herunterzuladen. Außerdem besteht ein Zugang zu allen Broschüren und Faltblättern.

DHS-Publikationen, Informationsmaterialien

Die DHS gibt zahlreiche Publikationen für Fachleute und Betroffene heraus. Viele dieser Materialien können auch in größerer Stückzahl über die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen bestellt werden:
www.dhs.de

Bibliothek der DHS

Die Bibliothek der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS) ist eine öffentlich zugängliche wissenschaftliche Fachbibliothek. Der Bestand steht der interessierten Öffentlichkeit zur persönlichen und beruflichen Information, zum Studium und zur Weiterbildung zur Verfügung.

Über die Internetseite www.dhs.de ist der gesamte Bestand der Bibliothek online recherchierbar.

Die BZgA

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist eine obere Bundesbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG). Sie nimmt für den Bund Aufgaben der Prävention und Gesundheitsförderung wahr. Als Fachbehörde für Prävention und Gesundheitsförderung entwickelt sie Strategien und setzt diese in Kampagnen, Programme und Projekte um.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Postfach 910151, 51109 Köln
Tel. +49 221 89920
Fax +49 221 8992300
poststelle@bzga.de, www.bzga.de

Das **BZgA Infotelefon zur Suchtvorbeugung** beantwortet Fragen zur Suchtvorbeugung. Bei Abhängigkeitsproblemen bietet das BZgA-Telefon eine erste persönliche Beratung mit dem Ziel, Ratsuchende an geeignete lokale Hilfe- und Beratungsangebote zu vermitteln. Tel. +49 221 892031 (Preis entsprechend der Preisliste Ihres Telefonanbieters)
Montag bis Donnerstag von 10 bis 22 Uhr
und Freitag bis Sonntag von 10 bis 18 Uhr

Die BZgA bietet spezielle Telefonberatung zur Raucherentwöhnung und zur Glücksspielsucht an:

Telefonberatung zur Raucherentwöhnung

Tel. 0800 8313131 (kostenfreie Servicenummer)

Montag bis Donnerstag von 10 bis 22 Uhr
und Freitag bis Sonntag von 10 bis 18 Uhr

Bundesweite Telefonberatung zur Glücksspielsucht

Tel. 0800 1372700 (kostenfreie Servicenummer)
Montag bis Donnerstag von 10 bis 22 Uhr
und Freitag bis Sonntag von 10 bis 18 Uhr

Folgende Internetportale – u. a. mit Selbsttests und Konsumreduzierungsprogrammen – bietet die BZgA im Bereich Suchtprävention an:

Illegale Drogen: www.drugcom.de

Alkohol: www.kenn-dein-limit.de (für Erwachsene) und www.kenn-dein-limit.info (für Jugendliche)

Glücksspiel: www.spielen-mit-verantwortung.de und www.check-dein-spiel.de

Tabak: www.rauchfrei-info.de (für Erwachsene) und www.rauch-frei.info (für Jugendliche)

Internetabhängigkeit: www.ins-netz-gehen.de (für Jugendliche)

Die BZgA führt in regelmäßigen Abständen bundesweite Repräsentativbefragungen von Jugendlichen und Erwachsenen durch, um den Konsum, die Konsummotive und die situativen Bedingungen des Gebrauchs von Alkohol, Zigaretten und illegalen Rauschmitteln zu erfassen. Die Ergebnisse der BZgA-Drogenaffinitätsstudien sowie der BZgA-Glücksspielsurveys sind unter www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/suchtpraevention/ abrufbar.

Impressum

Herausgeber



Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.
Westenwall 4, 59065 Hamm
Tel. +49 2381 9015-0
Fax +49 2381 9015-30
info@dhs.de, www.dhs.de

Redaktion

Christine Kreider
Petra von der Linde

Neubearbeitung der 3. Auflage (2021)
Dr. Axel Kalus, Ahlen

Neubearbeitung der 2. Auflage (2013)
Dr. Axel Kalus, Ahlen, Dr. Raphael Gaßmann

Konzeption und Text der 1. Auflage (2007)
Ingrid Arenz-Greiving, Münster

Gestaltung

STADTLANDFLUSS, Frankfurt am Main

Druck

Dieses Medium wurde klimaneutral gedruckt.
Warlich Druck Meckenheim GmbH,
Am Hambuch 5, 53340 Meckenheim

Auflage

3. überarbeitete Auflage, 2021
4.4.07.21

Dieses Manual wird von der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e.V., Postfach 1369, 59003 Hamm (info@dhs.de), und der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 50819 Köln (order@bzga.de), kostenfrei abgegeben. Es ist nicht zum Weiterverkauf durch die Empfängerin bzw. den Empfänger oder Dritte bestimmt.

Bestellnummer: 99300108



Deutsche Hauptstelle
für Suchtfragen e.V.

Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.
Westenwall 4, 59065 Hamm
Tel. +49 2381 9015-0
info@dhs.de, www.dhs.de



**Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung**

Gefördert von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit