

**Kommunikationsbedarf im Rahmen der Anbahnung
lerntherapeutischer Zusammenarbeit zwischen Familien
und Lerntherapeutinnen und Lerntherapeuten**

Kurzüberblick / Wichtige Ergebnisse einer Online-Befragung 2022

2022

Integrative Lerntherapeutin

Viola Dibbern

viola.dibbern@dst-tech.de

0175 / 2080515

„Man kann nicht nicht kommunizieren“

Watzlawick/Beavin/Jackson 2017

Problemstellung

Die Online-Befragung beschäftigte sich mit dem Thema „Kommunikationsbedarf im Rahmen der Anbahnung lerntherapeutischer Zusammenarbeit zwischen Familien und Lerntherapeutinnen und Lerntherapeuten“.

Leitidee dieser Befragung war es, herauszufinden, welche Erwartungen, Interessenschwerpunkte und Informationsbedarfe auf Seiten der betroffenen Familien in Situationen bestehen, in denen erstmals eine Recherche über Therapieangebote unternommen wird und wie die lerntherapeutischen Informationsangebote aussehen, die diesen Erwartungen heute gegenüberstehen.

Gespräche mit Lerntherapeutinnen und Lerntherapeuten aber auch mit betroffenen Familien ergaben Hinweise, dass es

- oftmals auf Seiten der Familien und Eltern von möglichen Therapiekindern noch maßgebliche Kenntnis- und Wissenslücken über Lerntherapie als Therapieform „als Solche“ gibt
- andererseits nur wenige Therapeutinnen und Therapeuten genauere Einblicke in die Denkmuster und Fragestellungen auf Seiten der Familien und Eltern haben, wenn diese sich erstmals mit einem Therapieerfordernis konfrontiert sehen.

Die sich ableitenden Kernfragen lauteten konsequenterweise, wie Eltern auf lerntherapeutische Hilfestellung und lerntherapeutische Praxen aufmerksam werden können, was ihre Bedürfnisse bei der Recherche nach geeigneten Praxen sind und wie geeignete Kommunikationsangebote lerntherapeutischer Praxen aussehen könnten.

Auffällig war beispielsweise, dass es zum einen viele Praxen gibt, die bislang weder eine eigene Internetpräsenz haben und keine schriftlichen Broschüren vorhalten noch Informationen über das eigene Therapieangebot (bspw. auf Listen von Therapeutinnen und Therapeuten der einschlägigen Fachverbände) preisgeben. Zum anderen fiel auf, dass sich bestehende Broschüren, Internetseiten oder weitere Informationsangebote sehr heterogen darstellen mit Blick auf Inhalte, Struktur und Sprache.

„Marketing“ – im Sinne von professionellem Publimachen der eigenen Dienstleistung – wird auch in verwandten therapeutischen Disziplinen bzw. bei anderen Gesundheitsleistungen oftmals nur ungern oder nicht ausreichend berücksichtigt. Diese Sichtweise ist insofern problematisch, da eine nicht ausreichende Kommunikation über das eigene Angebot Therapiekindern den Zugang zur eigentlich erforderlichen Therapie und dem besten oder eigentlich passendsten Therapieangebot erschweren kann.

Der Autorin der Umfrage erschien es ableitend aus dem vorher Gesagten also als ein erstes grundsätzlich relevantes Thema, wie lerntherapeutische Praxen im Vorfeld einer Therapie möglichst viele/alle Familien von Therapiekindern erreichen können, die auf der Suche nach einer Lerntherapie sind:

- Wie hoch ist in der Realität der Bekanntheitsgrad von Lerntherapie bei den Familien mit lerntherapiebedürftigen Kindern?
- Welchen Beitrag können lerntherapeutische Praxen leisten, diesen zu erhöhen?

Als zweites wesentliches Fragenfeld stellten sich somit die Fragen nach den Informationsbedürfnissen der Familien und Eltern:

- Welche Fragen haben die Eltern in Bezug auf Lerntherapie als Therapieform?
- Was möchten sie in Bezug auf das konkrete lerntherapeutische Angebot wissen?
- Was möchten sie über die Therapeutinnen und Therapeuten wissen?

Befragt wurden Familien, deren Kind oder Kinder derzeit oder vor nicht allzu langer Zeit in lerntherapeutischer Behandlung sind oder waren. Etwas mehr als 50 Familien nahmen an der Umfrage teil, sodass keine vollständige statistische Repräsentativität, sehr wohl aber erste quantitative, indikative Aussagetendenzen ableiten ließen.

Wesentliche Erkenntnisse

Ein erster wesentlicher Aspekt, der durch die Befragung gewonnen werden konnte, ist der, dass es unumgänglich zu sein scheint, den Begriff Lerntherapie in der Öffentlichkeit noch bewusster zu machen und so den Bekanntheitsgrad von Lerntherapie zu steigern.

Die Ergebnisse der Befragung deuten klar daraufhin, dass eine umfängliche **Bekanntheit von Lerntherapie** als grundsätzliches Hilfsangebot noch nicht in aller Breite im Bewusstsein von Familien verankert ist. Sowohl Praxen als auch Fachverbände und

Vereine sollten weiterhin in ihrer Kommunikation und ihren Informationsangeboten bemüht sein, einen Beitrag zu leisten, Lerntherapie grundsätzlich zu erläutern und kommunikativ offensiv zu platzieren, so dass ein noch größerer Anteil der Familien von Kindern mit lerntherapeutischem Bedarf einfacher und schneller auf „Lerntherapie“ als Lösung oder Hilfsangebot stoßen.

Mit Blick auf **Zugangswege hin zu einer vertrauensvollen Beziehung zu Therapeutinnen und Therapeuten** ergaben sich folgende Erkenntnisse: Eine Mehrheit der Familien fand die letztlich ausgewählte lerntherapeutische Praxis über Mund-zu-Mund-Kommunikation. Diese Form der Kommunikation spielt offenbar bei sensiblen und persönlichen Entscheidungsprozessen wie der Auswahl einer vertrauensvollen Therapeutin oder eines vertrauensvollen Therapeuten eine starke Rolle. Für die lerntherapeutischen Praxen leitet sich daraus ab, dass es von zentraler Bedeutung zu sein scheint, aktiv ein Netzwerk zwischen sich und den umgrenzenden Kindergärten und Schulen zu gestalten, so dass eine Interaktion zwischen den Praxen und Kindergärten bzw. Schulen gut gelingen kann. Auch die Vernetzung mit Kinder- und Jugendärztinnen und -ärzten ist aus selbigem Grund sehr zu empfehlen, die Mund-zu-Mund-Kommunikation über Vertrauenspersonen spielt für die befragten Familien eine bestimmende Rolle.

Neben der Mund-zu-Mund-Kommunikation und Empfehlungen spielen **bewusst zur Verfügung gestellte Informationen** über klassische oder digitale Informationsmedien eine wichtige Rolle für die therapiebedürftigen Familien. Sogenannte „High-Involvement-Entscheidungssituationen“, zu denen die Auswahl einer vertrauensvollen Therapiebeziehung fraglos gehört, führen zu einem hohen Bedürfnis, sich intensiv mit dem Angebot der Therapeutinnen bzw. Therapeuten auseinandersetzen zu können.

Aus kommunikations- und wahrnehmungstheoretischen Ansätzen lassen sich nach Auswertung der Befragung einige Thesen und Erkenntnisse bestätigen:

Die Informationsangebote der lerntherapeutischen Praxen sollten sich an der kommunikativen „Reise“ der Familien orientieren („Customer Journey“), die sich auf der Suche nach therapeutischer Unterstützung befinden. Es gibt dabei verschiedene kommunikative Aufschlagpunkte („Touch Points“), die durch die Praxen bewusst, gezielt und aktiv gestaltet sein sollten. Es gibt zudem stets aktivierende und kognitive Elemente der Kommunikation, die im Zusammenspiel die Entscheidung von Familien und Eltern von Therapiekindern positiv beeinflussen. Familien und Eltern mit einem Therapiekind, die erstmals auf der Suche nach Unterstützung für ihr Kind mit Lernschwierigkeiten sind, befinden sich in der Regel in einer emotional herausfordernden Grundsituation. Neben der ausreichenden Befriedigung kognitiver Bedürfnisse („Harte Fakten“, Informationen)

kann eine bewusste Berücksichtigung emotionaler Aspekte wie beispielsweise Fotos der Lerntherapeutin bzw. des -therapeuten oder der Praxisräume hilfreich sein („Aktivierende Prozesse“).

Es gibt eindeutige Hinweise darauf, dass die zunehmende Digitalisierung unserer Umfeldbedingungen auch für diese Kommunikationskaskade von zunehmender Bedeutung ist. Die Befragung der Familien macht sehr deutlich, dass heute und künftig Kommunikationsmedien und kommunikative Berührungspunkte von Eltern/Familien nicht nur über klassische Medien sondern auch über „**Online-Medien**“ – mit einer Internetpräsenz der Praxis als zentrale, digitale kommunikative Informationsplattform – erwartet werden. Herkömmliche Kommunikations- und Marketinginstrumente wie „Anzeigen“ oder Broschüren haben bei der Recherche nach lerntherapeutischen Praxen für die Befragten dieser Umfrage keine große Rolle mehr gespielt.

Bei der Suche nach einer lerntherapeutischen Praxis über das Internet spielt nicht nur der herkömmliche PC oder Laptop eine Rolle, heutzutage werden in hohem Maße auch oder ausschließlich **mobile Endgeräte** wie Mobiltelefon oder Tablet bei der Internetsuche genutzt. Insofern scheint es sinnvoll zu sein, die Internetpräsenzen auch für mobile Endgeräte bewusst zu gestalten. Entsprechende Dienstleister helfen dabei.

Die Nutzung von **Suchmaschinen** nimmt an Bedeutung zu. Es empfiehlt sich daher zudem, bei der Gestaltung der Praxis-Internetseite die sogenannte Suchmaschinen-Optimierung anzuwenden bzw. im Blick zu haben. Dies erleichtert es, suchenden Familien einfacher und schneller eine geeignete lerntherapeutische Praxis in ihrer regionalen Nähe über die Suche im Internet zu finden. Auch hier gibt es entsprechende Dienstleistungsunternehmen, die dabei unterstützen können.

Dagegen hat sich die Bedeutung der „**Sozialen Medien**“ im Anbahnungsprozess einer lerntherapeutischen Beziehung im Rahmen der Befragung (noch) nicht bestätigt. Inwiefern sich dies bei künftigen Elterngenerationen ändern könnte, wird die Zukunft zeigen, sollte aber durch die Praxen idealerweise im Blick gehalten werden.

Bei der **konkreten Gestaltung der Online- und Offline-Kommunikations-** und Informationsangebote sollten sich die Praxen Gedanken über die informatorische Detailtiefe und Strukturierung der Kommunikationsmedien inklusive der Farbgestaltung, Schriftart und/oder -größe machen. Die Befragung indizierte an dieser Stelle konkret, dass kontrastreiche Farbauswahl und gut lesbare Schriftgröße die optische Lesbarkeit offenbar erleichtern und für ein gutes Verständnis des Informationsangebotes hilfreich

sind. Dies umso mehr, um auch gegebenenfalls leseschwache Familien besser zu erreichen. Auch wenn schwach literalisierte Personen häufig über ein Vertrauensnetzwerk bei der Bewältigung des Alltags verfügen, so sollten doch Kommunikationsmedien auch für diese Personen visuell durchdacht und zu verstehen sein. Auch mit Blick auf die Strukturierung der Kommunikationsangebote scheint für einen Großteil der nach lerntherapeutischer Unterstützung suchenden Familien „weniger hier mehr zu sein“. Ähnlich wie bei den Fragen nach der informatorischen Ausführlichkeit scheint es ratsam, einen klaren, einfachen und nicht zu komplexen Aufbau der jeweiligen Informationsmedien zu wählen und so der Lesbarkeit und Verständlichkeit für die Interessenten entgegenzukommen.

Zuletzt lässt sich mit Blick auf die nach der Phase der Informationsgewinnung folgende Kontaktaufnahme von Eltern bei lerntherapeutischen Praxen folgendes sagen: Offenbar ist es für den Alltag von Familien von besonderer Bedeutung, in direkter Nähe („Regionalität“), eine Praxis zu finden, die mit „schneller Reaktionszeit“ auf ihre Anfragen aufwartet und mit „grundsätzlicher Terminverfügbarkeit“ glänzen kann.