

Suchtfachpersonen unter Druck

Beziehungsarbeit: Sinn und Erschöpfung
Zeitdruck, Komplexität, Personalmangel
und was im Alltag wirklich entlastet

KI & Ethik in der Suchtarbeit

Autonomie, Glück, Verbundenheit
Chatbots: Beratung oder Illusion?
Beratende werden KI-Lotsen

Anerkennung, Sprache, Beziehung

Wie Worte Würde und Zugang prägen
Zwischen Stigma und Selbststigma
Wenn Arbeit unsichtbar bleibt

SuchtMagazin

Interdisziplinäre Fachzeitschrift
der Suchtarbeit und Suchtpolitik



Inhalt

5	Wenn Beziehungsarbeit belastet: Gesundheit und Selbstfürsorge von Suchtfachpersonen Katrin Liel, Tanja Mühling
14	«Suchtarbeit braucht Zeit – und eine Gesellschaft, die hinschaut» Fachgespräch mit Simone Schär und Angelika Lüchinger-Birrer
19	Warum Sprache Beziehung schafft Otto Schmid, Thomas Müller
25	Kommunikation mit Künstlicher Intelligenz: Wer spricht hier mit wem? Stefan Kühne, Frank Engel
30	Selbstbestimmung in der Suchtarbeit: zwischen Autonomie, Glück und Verbundenheit Christof Arn
39	Podcast zum Thema: Berufsbild Suchttherapeut:in Stefanie Bötsch
42	Fazit. ForschungsSpiegel von Sucht Schweiz Wie Jugendliche in Genf geldspielbezogenen Reizen ausgesetzt sind
47	Newsflash
50, 51	Bücher
52, 53	Veranstaltungen
56	Fotoserie Duy Tong

Kommunikation mit Künstlicher Intelligenz: Wer spricht hier mit wem?

2026-1
Jg. 52
S. 25-28

Die Kommunikation mit Künstlicher Intelligenz (KI) ist für viele Ratsuchende längst Teil ihres Alltags. Chatbots beantworten Fragen, strukturieren Probleme und erzeugen kommunikative Anschlussfähigkeit. Obwohl dabei weder ein Gespräch noch eine Beratung im eigentlichen Sinn stattfindet, wird diese künstliche Kommunikation häufig als Beratung erlebt. Daraus ergeben sich drei Herausforderungen: Reicht das bisherige Beratungsvokabular, um diese Kommunikation zu beschreiben? Worin unterscheidet sie sich grundlegend von menschlicher Beratung? Und welche neue Rolle erwächst daraus für professionelle Beratende?

STEFAN KÜHNE

M.Sc Social Management, Gründer und Herausgeber e-beratungsjournal.net, Obmann Forschungsgreisslerei, Nussdorfer Strasse 52/6-7, A-1090 Wien, office@stefankuehne.net, www.stefankuehne.net

FRANK ENGEL

Beratungswissenschaftler, Lehrbeauftragter Hochschule Bielefeld, frank.w.engel@t-online.de, www.kühne-engel.eu

Beratung mit Maschinen und die Anthropomorphisierungsfalle

Wahrnehmung des Beratungssettings mit KI

Im Kontext von Beratung beteiligen sich neue Akteure in Form von Chatbots mit KI-basierter kommunikativer Technologie. Selbst wenn innerhalb professioneller Beratung die Verwendung von KI noch nicht zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, im Alltag der Ratsuchenden ist sie das längst (OpenAI 2025). Hierbei macht kommunikative Technologie ein inhaltlich-informierendes und ein beziehungsorientiertes-soziales Angebot. Wird KI beratungsorientiert nur inhaltlich-informierend als Tool genutzt, sind die sozialen Prozesse mehr oder weniger zu vernachlässigen, es geht dann, wie noch aufzuzeigen ist, primär um die Validität der Information. Wird aber die von der KI erzeugte soziale Situation seitens der Nutzenden als Beratungsgespräch wahrgenommen, muss hinterfragt werden, welche Form von Beratung das ist und wie sich diese Form der Beratung mit einer Maschine von der Beratung zwischen

Berater:innen und Ratsuchenden unterscheidet. Wir haben schon vor Jahren (Engel et al. 2023) dargelegt, dass es sich in der Wahrnehmung der Ratsuchenden um Beratung handeln kann, dass diese aber trotz kommunikativer Prozesse ohne Berater:innen stattfindet. In der Auseinandersetzung mit dieser Thematik wurde schnell deutlich, dass hier seitens der Technologie kommunikative sowie interpretative Prozesse erzeugt werden, die wir bisher in dieser Form in der Beratung nicht kannten (Kühne & Engel 2025b).

Ganz grundlegend geht es um Kommunikation zwischen Menschen und Maschinen (englisch: HMC für Human-Machine Communication) sowie um die Versuche, diese in adäquaten Modellen und mit sensibilisierendem Vokabular zu erfassen. Zu gross ist die Versuchung und damit verbunden die Gefahr, vertraute Modelle und Begrifflichkeiten zu übernehmen, die dann dem «Wer spricht hier mit wem» nicht gerecht werden.¹ Gleiches gilt selbstverständlich und ganz besonders für beratenden Prozesse mit einer KI.

Inszenierung von KI als Gesprächspartnerin

Damit Beratung mit einer KI/einem Chatbot überhaupt möglich wird und als solche prozesshaft und gesprächsorientiert wahrgenommen wird, bedarf es seitens der Ratsuchenden der Konstruktion eines beraterischen Gegenüber. KI, so wie beispielsweise ChatGPT, bieten sich gern selbst als Gesprächspartner:in an und inszenieren sich als solche. Dies ist augenscheinlich und gehört zum Geschäftsmodell der Plattformen (Fraser 2023).

Beispiel ChatGPT 5.2 Instant (23.02.2026)

SK: Hallo

ChatGPT 5.2 (Instant)

Hallo!

Wie kann ich dir heute helfen?

SK: Können wir miteinander sprechen?

ChatGPT 5.2 (Instant)

Ja, sehr gerne

Worüber möchtest du sprechen?

Über etwas Persönliches, ein bestimmtes Thema, etwas, das dich gerade beschäftigt oder einfach ein lockeres Gespräch?

Man kann hier unter Verwendung des von Vance Packard Ende der 1950er-Jahre mit Blick auf Werbung vorgelegten Begriffs durchaus von neuen «geheimen Verführern» (Packard 1962) sprechen. Chatbots wie ChatGPT verführen also zu kommunikativen Prozessen, bestätigen die Nutzer:innen gern und bedienen auch mit ihrer Schnittstelle kommunikative Gewohnheiten (Kühne & Engel 2025a).

In der Konsequenz führen sie zu etwas, das kommunikative Anthropomorphisierung begünstigt (Laaksonen et al. 2023; für Beratung auch: Kühne & Engel 2025b): Die KI/der Chatbot macht mit Blick auf die kommunikativen Prozesse das verführerische Angebot, sie doch als menschliche Gesprächspartnerin wahrzunehmen und zu nutzen. Mit der Technologie wird dann wie mit einem Menschen kommuniziert. Das geschieht möglicherweise bewusst oder unbewusst und sowohl mit Blick auf das Gesamtgeschehen wie auch auf die kommunikativen Mikroprozesse. Die Gefahr, in diese Anthropomorphisierungsfalle (Kühne & Engel 2025a) zu geraten, ist gross. Schon die Ausgangsfragestellung im Titel dieses Artikels kann strenggenommen als eine Form der Anthropomorphisierung gefasst werden, denn mit der Verwendung des Wer sowie des Verbs sprechen greifen wir auf Begriffe zurück, die wir ansonsten in der Kommunikation mit Menschen verwenden.

Es wird gerade für Beratung zukünftig bedeutsam sein, derartige Prozesse genauer zu benennen und für sie ein spezifisches Vokabular zu entwickeln. Kommunikative Anthropomorphisierung ist hier ein erster Begriff, der sowohl ein wenig Licht in die kommunikativen Verführungen wie die fehlende algorithmische Transparenz beratungsorientierter Kommunikation mit Maschinen bringen kann.

Beratung mit Maschinen als modale Resonanzrückprojektion

Wirkung der kommunikativen Mikroprozesse

Während man mit dem Begriff der kommunikativen Anthropomorphisierung die Prozesse der Konstruktion des beraterischen Gegenübers beschreiben kann, ist noch nichts darüber gesagt, wie diese Pro-

zesse kleinteilig wirken. Wir haben uns für den ein wenig sperrigen Begriff modaler Resonanzrückprojektion entschieden, der beratungskommunikative Konstruktionsprozesse deutlich macht und dafür sensibilisiert, dass in der Beratung mit Maschinen etwas völlig anderes geschieht als in der Beratung zwischen Menschen.

Hartmut Rosa hat mit dem Resonanz-Begriff eine Soziologie der Weltbeziehung (Rosa 2016) vorgelegt und Resonanz als Modus des In-der-Welt-Seins (Rosa 2016: 285) beschrieben. Menschen suchen nach Resonanz und wenn es dazu kommt, dass «Resonanzachsen zwischen Selbst und Welt (...) stumm (bleiben)» (ebd.: 26), wird das Leben kompliziert und problematisch zugleich.

In dieser Terminologie lässt sich das kommunikative Beratungsgeschehen zwischen Menschen als Resonanzraum (ebd.: 284) fassen, als ein Raum, in dem «aufeinander antwortend, zugleich aber auch mit eigener Stimme sprechend» (ebd.: 286) reagiert wird. Im Sinn von Hartmut Rosa lässt sich nun argumentieren, dass Menschen auch und gerade in Fragen des Lebens oder bei Problemen Resonanz suchend gern den kommunikativen Verführungen maschineller Kommunikation erliegen. Zugleich ist aber augenscheinlich, dass in der beraterischen Kommunikation mit einer KI – also zwischen Mensch und Maschine – diese Resonanz anders aussieht als in Beratungen zwischen Menschen. Unbestreitbar ist, dass auch ein kommunikatives KI-Modell wie ChatGPT einen Resonanzraum erzeugt und damit dem von Rosa aufgezeigten menschlichen Bedürfnis nach Resonanz-erfahrung nachgekommen kann. Aber ebenso unbestreitbar ist, dass diese maschinelle Resonanz nicht oder nur bedingt «mit eigener Stimme sprechend» (ebd.: 286) präsent ist.

Wir haben diese Form der maschinellen Resonanz modale Resonanzrückprojektion genannt (Kühne & Engel 2025). Sie basiert auf einer seitens der KI aus den Eingabedaten der Person berechneten probabilistischen Resonanz und wird anschliessend kommunikativ zurückgespiegelt.

Resonanzrückprojektion im Beratungskontext

Da es sich nur um eine berechnete Resonanz eines Computerprogramms handelt, ist diese Kommunikation kein Gespräch mit einem Gegenüber im eigentlichen Sinn.

«Es kann aber als eine Form künstlicher Kommunikation wahrgenommen werden, wenn ihm Sinn und Bedeutung zugeschrieben werden. Es ist in diesem Sinne eine Kommunikation, die mit sozialer Bedeutung vom Empfänger selbst aufgeladen werden muss» (Kühne & Engel 2025b).

Es entsteht also ein Resonanzraum, der sich grundlegend von dem Resonanzraum der Beratung zwischen Menschen unterscheidet und letztlich zu etwas führt, das wir verdeckte Selbstberatung (Kühne & Engel 2025b) genannt haben.

Wenn also KI nicht nur als Tool in der Beratung, sondern kommunikativ und beratungsorientiert als maschinelle Interaktionspartnerin genutzt wird, bedarf es kommunikativer Konstruktionen. Zwei haben wir benannt: Es wird ggf. kommunikativ anthropomorphisiert und zugleich wird ein kommunikativer Resonanzraum erzeugt, der einer Beratung unter Menschen ähnlich, aber dennoch grundlegend verschieden ist.

Aktuelle Herausforderungen für die Beratung

Feste Verankerung von KI im Alltag von Ratsuchenden

Im Jahr 2025 gab es zwei wichtige Ereignisse, die das Thema KI noch einmal näher zu Ratsuchenden und der Verwendung im Alltag gebracht haben. Im April 2025 wurde der KI-Chatbot «Meta AI» automatisch mit einem Update in die Programme WhatsApp, Instagram- und Facebook-Messenger eingespielt und im Oktober 2025 hat die Suchmaschine Google dann auch im deutschsprachigen Raum die neue KI-Funktion mit dem «KI-Modus» implementiert.

Durch diese beiden Neuerungen ergibt sich für Ratsuchende die Möglichkeit, ganz einfach und ohne Anmeldung und Registrierung das Angebot eines KI-Chatbots zu nutzen. Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass die Kommunikation mit

diesen Chatbots fest im Alltag vieler Menschen angekommen ist (YouGov Deutschland 2025; Feierabend et al. 2025). Die KI wird dabei für allgemeine Themen ebenso befragt, wie bei psychosozialen Themen (Zao-Zanders 2025).

In der Beratungspraxis und im Gespräch mit Ratsuchenden kann daher inzwischen davon ausgegangen werden, dass viele Ratsuchende bereits vor der Beratung die aktuellen Themen und Fragestellungen mit einem KI-Chatbot besprochen haben. Diese Benennung ist hervorgehoben, da es sich in der Kommunikation mit einem solchen KI-Chatbot nicht um einen Dialog und damit nicht um ein Gespräch im klassischen Sinne handelt. Allerdings wird diese Kommunikation von Ratsuchenden als Gespräch erlebt, sowie diese künstlichen Dialoge von Ratsuchenden dann auch als Beratung erlebt werden (Engel et al. 2023). Ungeachtet dessen, ob die Antworten eines KI-Chatbots inhaltlich valide und aus Sicht von Fachpersonen einer guten Beratung entsprechen. Ratsuchende nehmen die Antworten des KI-Chatbots und beziehen sie auf ihre eigene Situation, auch weil sie die Antworten als Beratung wahrnehmen wollen.

Wie Fachpersonen darauf eingehen können

Fachkräfte der Beratung sehen sich daher in der Situation, dass Ratsuchende vorberaten in die Beratung kommen und es erscheint wichtig, in einem Erstgespräch zu thematisieren, ob und wie die Ratsuchenden bereits mit einer KI geschrieben bzw. gesprochen haben und welche Ergebnisse bei dieser Kommunikation entstanden sind. Dieses aktive Ansprechen ermöglicht den Fachkräften, ggf. falsche Informationen des KI-Chatbots richtigzustellen oder die gegebene Information richtig einzuordnen. Es kann dadurch aufgezeigt werden, welche Expertise durch Fachkräfte der Beratung in einem Beratungsgespräch eingebracht werden kann und wie dies für die Ratsuchenden relevant ist. Im besten Fall kommen die Ratsuchenden mit validen Informationen der KI in die Beratung und dann kann im Rahmen eines shared decision making gemeinsam auf diesen Informationen aufgebaut werden. Ein Stolperstein kann in der Einbeziehung

von KI-Ergebnissen in die Beratung darin bestehen, dass Ratsuchende durch den *automation bias*² manchmal eher geneigt sind, den Informationen, Ratschlägen und Ergebnissen einer KI zu glauben, als der Beratungsfachkraft.

Berater:innen als KI-Lotsen

Gerade zu Beginn eines Beratungsprozesses kann eine vorläufige Informationssuche mit KI hilfreich sein: Ratsuchende kommen dann vielleicht sogar besser vorbereitet in die Beratung, können Ziele klarer benennen und Optionen schneller überblicken. KI-Chatbots sind gut geeignet, wenn es um erste Orientierung, Strukturierung von Gedanken, Ideensammlung, Erklärungen in einfacher Sprache, Zusammenfassungen, Übersetzungen sowie Entwürfe (z. B. E-Mails, Texte, Pläne oder Checklisten) geht. Gleichzeitig bleiben Grenzen bestehen: KI liefert zwar Vorschläge, liegt dabei aber nicht immer richtig. Sie kann Quellen erfinden (Halluzinationen), Verzerrungen reproduzieren und bei schnell wechselnden Themen (z. B. Termine, Preise, Gesetze) rasch veralten.

Wenn Fachkräfte diese Realität nicht aufgreifen, entstehen Risiken: Fehleinschätzungen aus KI-Dialogen werden ungeprüft zu Handlungsgrundlagen der Ratsuchenden («Das hat die KI gesagt, also stimmt es»). Der Datenschutz ist zudem kritisch zu sehen, wenn sensible Daten (Adressen, Ausweis- oder Kundennummern, Finanzdetails) bei KI-Chatbots eingegeben werden. Und Verzerrungen verfestigen sich, wenn stereotype oder einseitige Aussagen unbemerkt bleiben. Deshalb kann eine frühe, enttabuisierte Frage in einem Erstgespräch wegweisend sein: «Haben Sie dazu schon eine KI genutzt – und was kam dabei heraus?»

Daraus erwächst eine neue Rolle: Fachkräfte der Beratung werden zu KI-Lotsen. Sie helfen Klient:innen, KI als Werkzeug zu nutzen, ohne Verantwortung an die Maschine abzugeben. Diese Lotsenfunktion umfasst dabei auch, den Ratsuchenden Informationen zur Nutzung von KI-Systemen an die Hand zu geben, z. B. in Form einer Handreichung für Ratsuchende (Kühne 2026).

Diese neue Lotsenfunktion von Fachkräften der Beratung ist keine Konkurrenz

zur Beratung, sondern kann eine Weiterentwicklung darstellen: KI liefert den Text – Beratung liefert die Bedeutung. Fachkräfte können dabei maschinelle Antworten mit Lebenslage, Ressourcen, rechtlichen Rahmenbedingungen und emotionalen Dynamiken der Ratsuchenden verbinden. Gerade weil KI oft überzeugend formuliert, braucht es professionelle Einordnung: «Was ist fachlich korrekt? Was passt zur Person und ihrem jeweiligen Kontext? Welche nächsten Schritte sind realistisch, sicher und ethisch vertretbar?» Für die Praxis heisst das: KI-Nutzung wird ebenso ein regulärer Gesprächspunkt, wie Vorinformationen aus dem Internet (Stichwort: Dr. Google).

Was vom Menschen in der Beratung bleibt

In Beratungskontexten kann KI heute strukturieren, formulieren und Informationen schnell zugänglich machen. Dennoch bleiben Fachkräfte in der Beratung in wichtigen Dimensionen unersetzlich – nicht wegen mehr Wissen, sondern wegen spezifisch menschlicher Fähigkeiten. Oliver Hoffmann (2025) bündelt diese Differenz in «acht unersetzliche Aspekte des menschlichen Geistes», die den Unterschied zwischen Mensch und Maschine markieren und für professionelle Beratung besonders bedeutsam erscheinen.

Erstens, besitzen Menschen eine Tiefe von Emotionen, die sich nicht auf Datenpunkte reduzieren lässt. Menschliche Beratung arbeitet mit den Themen Angst, Scham, Trauer, Hoffnung oder Ambivalenz – und damit mit einem subjektiven Erleben, das sich situativ verändert und sich oft nonverbal zeigt. Zweitens, ermöglicht menschliche Kreativität, Neues zu entwerfen: ungewöhnliche Lösungswege, passende Metaphern oder Interventionen, die genau zu einer Biografie passen. Drittens, braucht Beratung moralisches Urteilsvermögen: Nicht jede effiziente Option ist auch gut oder gerecht. Fachkräfte wägen Werte, Würde, Schutz und Folgen ab – gerade dort, wo Interessen kollidieren. Viertens, stützt sich professionelle Praxis auf Bewusstsein und Selbstreflexion: Beratende prüfen ihre Haltung, Rollenbilder, Erwartungen sowie Machtasymmetrien, um nicht zu drängen, sondern zu befähigen. Fünftens, ist Em-

pathie mehr als freundliche Sprache: Sie entsteht aus Resonanz, Perspektivenübernahme und der Fähigkeit, z. B. Schmerz, Scham und Trauer auszuhalten, ohne dies vorschnell wegzulösen. Sechstens, sind Freiheit und Verantwortung entscheidend: Fachpersonen handeln autonom, treffen Entscheidungen unter Unsicherheit, dokumentieren sie und bleiben rechenschaftspflichtig – fachlich, ethisch und rechtlich. Siebtens, ergänzt Intuition das Fachwissen. Das «Bauchgefühl» kann Hinweise geben, wenn etwas nicht stimmig wirkt – etwa bei Krisen, Gewalt- oder Suizidrisiken – und lenkt Aufmerksamkeit auf das, was noch nicht ausgesprochen ist. Achters, schliesslich tragen menschliche Beziehungen: Vertrauen, Bindung, Humor, Verlässlichkeit und die Erfahrung, gesehen zu werden, sind selbst wirksame Faktoren (Hoffmann 2025: 232ff.).

Gerade weil KI sprachlich überzeugend wirken kann, braucht es Menschen, die Bedeutung herstellen, Verantwortung übernehmen und Beziehung gestalten. KI kann Beratung unterstützen – die professionelle, ethisch begründete Beratung und Begleitung bleibt jedoch (noch) eine genuin menschliche Leistung.

In diesem Sinne ist menschliche Beratung gegenüber der künstlichen Kommunikation eines KI-Systems in der Lage zu handeln, wo KI-Systeme in ihrem jeweiligen Rahmen («Konstellation» bei Rosa 2026) nur eine vollziehende Rolle einnehmen können, die von Algorithmen und Wahrscheinlichkeiten bestimmt ist.

Wildenhain (2024: 78) verweist zudem darauf, dass KI-Systeme zwar inzwischen viel Faktenwissen über die Welt haben, aber «sie [die Maschine] lebt, anders als der Mensch, nicht in der Welt.» Fachkräfte der Beratung leben in der Welt.

«Menschen sind autark in der Welt, wir atmen Luft, wir nehmen Wasser und Nahrung zu uns, die wir uns selbst organisieren können. Ein Chatbot braucht Strom, den er sich nicht selbst organisieren kann, er ist in diesem Sinne nicht autark in der Welt. Zieht man den Stecker wird deutlich: Bot ist tot.» (Engelhardt & Kühne 2025: 164).

Literatur

- Engel, F./Kühne, S./Sickendiek, U. (2023): Einige Bemerkungen zu Beratung, künstlicher «Intelligenz» und ChatGPT. Diskussionsbeitrag zur Beratungswissenschaft und -praxis. <https://t1p.de/nmaer>, Zugriff 09.02.2026.
- Engelhardt, E.M./Kühne, S. (2025): Künstliche Intelligenz in der Beratung. Ein Kompass für die systemische Praxis. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Feierabend, S./Rathgeb, T./Gerigk, Y./Glöckler, S. (2025): JIM-Studie 2025: Jugend, Information, Medien. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). <https://t1p.de/3826e>, Zugriff, 23.02.2026.
- Fraser, Colin (2023): Who are we talking to when we talk to these bots? Online-Artikel auf medium.com vom 27.02.2023. <https://t1p.de/7ju7y>, Zugriff 23.02.2026.
- Guzman, A.L./McEwen, R./Jones, S. (2023): The SAGE Handbook of Human–Machine Communication. Thousand Oaks/London: SAGE.
- Hoffmann, O. (2025): Die Psychologie und die Künstliche Intelligenz. Maschinen, Bewusstsein und die menschliche Psyche. Berlin: Springer.
- Kühne, S. (2026): Handreichung für Ratsuchende und den Einsatz Künstlicher Intelligenz. <https://t1p.de/lb47e>, Zugriff 09.02.2026.
- Kühne, S./Engel, F. (2025a): ELIZA und die Falle der Anthropomorphisierung. Kommunikation mit Künstlicher «Intelligenz». <https://t1p.de/zwu6h>, Zugriff 09.02.2026.
- Kühne, S./Engel, F. (2025b): Ein erstes Begriffsinventar zu einer Theorie Künstlicher Kommunikation in der Beratung. <https://t1p.de/nz79z>, Zugriff 09.02.2026.
- Laaksonen, S.-M./Laitinen, K./Koivula, M./Sihvonen, T. (2023): Triggered by socialbots. Communicative anthropomorphization of bots in online conversations. Human-Machine Communication 6(1): 135–153. doi: 10.30658/hmc.6.8

- OpenAI (2025): How people are using ChatGPT. <https://t1p.de/9d3ee>, Zugriff 09.02.2026.
- Packard, V. (1962): Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewussten in jedermann. Frankfurt a. M., Berlin: Ullstein.
- Rosa, H. (2026): Situation und Konstellation. Vom Verschwinden des Spielraums. Berlin: Suhrkamp.
- Rosa, H. (2016): Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin: Suhrkamp.
- Wildenhain, M. (2024): Eine kurze Geschichte der Künstlichen Intelligenz. Stuttgart: Cotta.
- YouGov Deutschland (2025): ChatGPT – Wer nutzt das Tool? Online-Artikel auf yougov.de vom 20.06.2025. <https://t1p.de/516w3>, Zugriff 23.02.2026.
- Zao-Zanders, M. (2025). How people are really using generative AI now. Open Access Artikel auf learn.filtered.com. <https://t1p.de/n9ora>, Zugriff 23.02.2026.

Endnoten

- ¹ Primär im Anglophonen hat sich in den letzten Jahren ein lebendiger Diskurs entwickelt; bspw. Guzman, McEwen und Jones (2023) mit ihrem umfangreichen Handbuch über die Mensch-Maschine-Kommunikation: «The Sage Handbook of Human-Machine Communication» sowie die Publikationen des Journals of Human-Machine Communication.
- ² Automation Bias (Automatisierungsverzerrung) bezeichnet in Medizin und Psychologie die Tendenz, automatisierten Systemen oder technischen Entscheidungshilfen zu stark zu vertrauen – selbst dann, wenn diese fehlerhaft sind.
- ³ Die Zusammenfassung wurde von der Redaktion des SuchtMagazin mithilfe von Künstlicher Intelligenz (Microsoft 365 Copilot, GPT 5 Chat Modell) erstellt. Die Autoren haben die Aussagen geprüft und inhaltlich verifiziert.

Darum geht es³

- KI-Kommunikation wird als Beratung erlebt, obwohl kein echtes Gespräch stattfindet; sie erzeugt Anschlussfähigkeit ohne menschliches Gegenüber.
- Gefahr der Anthropomorphisierung: Chatbots inszenieren sich als Gesprächspartner und verleiten dazu, sie wie Menschen zu behandeln.
- Maschinelle «Resonanz» ist berechnet, nicht dialogisch: Sie basiert auf Wahrscheinlichkeiten und führt zu verdeckter Selbstberatung.
- Konsequenz für die Praxis: Beratende werden KI-Lotsen: Ratsuchende kommen oft «vorberaten»; KI-Nutzung sollte im Erstgespräch aktiv thematisiert werden.
- Fazit: KI kann formulieren, strukturieren und Informationen schnell zugänglich machen; Menschen stellen Bedeutung, Verantwortung und ethische Einordnung her.

Lieferbare Nummern

Bestellungen

abo@suchtmagazin.ch
Alle verfügbaren Ausgaben
finden Sie unter
www.suchtmagazin.ch

2026

- 1 Suchtfachpersonen im Fokus

2025

- 1 Menschen mit Suchterfahrung
- 2 Qualität und Wirkfaktoren der Suchtarbeit
- 3 Verhaltenssüchte (Doppelnummer 3&4/2025)
- 5 Niederschwellige Suchtarbeit
- 6 Prägung – Risiken – Lösungsansätze

2024

- 1 Wohnen, Angebote, Institutionen
- 2 KI und Sucht
- 3 50 Jahre SuchtMagazin (Doppelnummer 3&4/2024)
- 5 Junge Menschen heute
- 6 Prävention – Integrative Behandlung – Alkohol

2023

- 1 Stigmatisierung und Diskriminierung
- 2 Behinderung und Sucht
- 3 Geschäftsmodell Sucht (Doppelnummer 3&4/2023)
- 5 Gefährdung und Sucht
- 6 Suchtverständnis, Rauchen und aktuelle Themen

2022

- 1 Corona-Pandemie
- 2 Schadensminderung
- 3 Soziale Arbeit und Sucht
- 4 Sucht- und Genussmittel Alkohol (Doppelnummer 4&5 2022)
- 6 Digitalisierung, Diversität, Nachtleben

2021

- 1 Leistungsgesellschaft
- 2 Mann und Sucht
- 3 Suchtpolitik der Zukunft (Doppelnummer 3&4/2021)
- 5 Jugendliche
- 6 Aktuelle Themen

Impressum

Erscheinungsweise

4 Ausgaben pro Jahr, 52. Jahrgang

Druckauflage

1000 Exemplare

Kontakt

Redaktion, Walter Rohrbach,
Telefon +41(0)31 385 00 16,
info@suchtmagazin.ch,
www.suchtmagazin.ch

Herausgeber

Infodrog, Eigerplatz 5,
CH-3007 Bern
Infodrog ist die vom Bundesamt
für Gesundheit BAG eingesetzte
nationale Koordinations- und
Fachstelle Sucht mit der
gesetzlichen Grundlage des
Betäubungsmittelgesetzes.

Inserate

www.suchtmagazin.ch/inserieren
info@suchtmagazin.ch

Inserateschluss Ausgabe

2/2026, 25. Mai 2026

Abonnemente

abo@suchtmagazin.ch
www.suchtmagazin.ch
Jahresabonnement
CHF/€ 90.– (exkl. Porto))
Unterstützungsabonnement
CHF/€ 120.– (exkl. Porto))
Einzelnummer
Print: CHF 25.– (exkl. Porto)
PDF: CHF 22.–

Kündigungsfrist

1 Monat, Kündigung jeweils
auf Ende Kalenderjahr

Open Access

Autor:innen haben nach einer
Sperrfrist von sechs Monaten das
Recht, ihre Beiträge auf dem
institutionellen Repositorium ihrer
Hochschule gemäss Schweizer
Urheberrechtsgesetz frei zur
Verfügung zu stellen.

Redaktionsleitung

Walter Rohrbach

Redaktionskomitee

Facia Marta Gamez, Marcel Krebs,
Simon Marmet, Markus Meury,
Christina Rummel, Corina Salis
Gross, Domenic Schnoz

Gestaltung

Facia Marta Gamez und Walter
Rohrbach

Rubrik «Fazit»

Sucht Schweiz,
fazit@suchtschweiz.ch
Sabine Dobler, Gerhard Gmel,
Markus Meury, Monique Port-
ner-Helfer

Lektorat

Gabriele Wolf, Niolyne Bomolo

Layout

Roberto Da Pozzo

Druck/Vertrieb

Werner Druck & Medien AG
4001 Basel

Bankverbindung

Gesundheitsstiftung Radix,
Infodrog, CH-8006 Zürich,
PostFinance, Mingerstrasse 20,
CH-3030 Bern
Kto-Nr. 85-364231-6
IBAN CH9309000000853642316
BIC POFICHBEXXX
Clearing: 09000

ISSN

1422-2221

Kommende Schwerpunkte

Nr. 2/2026 — Lebensqualität

Inserateschluss: 25. Mai 2026

erscheint im Juni 2026

Nr. 3/2026 — Therapie & Ziele der Suchtarbeit

Inserateschluss: 25. August 2026

erscheint im September 2026

Nr. 4/2026 — Suchtpolitik

Inserateschluss: 25. November 2026

erscheint im Dezember 2026

Redaktion & Inserate

info@suchtmagazin.ch

www.suchtmagazin.ch/inserieren

Abonnemente

abo@suchtmagazin.ch



www.suchtmagazin.ch