

	<p style="text-align: center;">Introducing „Digitale Beratung“ ...</p> <p style="text-align: center;">Praxisbasics im Aufbau einer textbasierten bzw. videobasierten virtuellen Beratung</p> <p style="text-align: center;">Karlheinz Benke</p>	<p>Praxis- beitrag</p>
<p>2020</p>		
<p>Verfügbar unter: www.karlheinz-benke.at</p>		

Zusammenfassung

Der Beitrag zu „Introducing ‚Digitale Beratung ...‘“ ist vor dem Hintergrund der unabdingbaren Voraussetzungen für eine qualitativ hochwertige digitale Beratung zu sehen und spiegelt konkrete, persönliche Erfahrungen des Autors wider, als er vor einigen Monaten für zwei große österreichische Organisationen im psychosozialen Bereich die Mail-Beratung (‚Organisation P‘) bzw. die Videoberatung (‚Organisation B‘) hinsichtlich Ausbildung des BeraterInnenteams und der Umsetzung begleiten konnte.

Und dabei zeigten sich bei beiden Tools, so unterschiedlich sie auch sind, ähnlich klassische ‚Fallen‘.

Von den Basicgedanken und Erwartungs-/Haltungen rund um die Einführung, der BeraterInnen-Schulung und den hartnäckigen „Fallstricken“ dabei handelt dieser Beitrag ... Von nicht mehr aber auch nicht weniger!

Keywords

Digitale Beratung , Online Beratung, Mail-Beratung, Video Beratung, textbasiert, bildbasiert, Fallen, Fallstricke

Überblick

1. Gesellschaft & Neue Medien >> Beratungsgesellschaft?

1.1. Vom Punkt zum Fragezeichen

2. Was meint ‚Digitale Beratung‘?

2.1. Das ‚digitale Ich‘ der BeraterInnen

3. Von der Theorie ...

3.1. Von der Erwartungshaltung zur Kompetenz

4. ... zur Praxis

4.1. Beispiel textbasierte Beratung: Mail-Beratung

4.2. Beispiel bildbasierte Beratung: Videoberatung

5. Praktische Erfahrungen Nutzen der Ausbildung

5.1. Textbasierte Beratung: Mail-Beratung

5.2. Bildbasierte Beratung: Videoberatung

6. Going On und Fazit beider Projekte

6.1. Resümee des Beraters – Ausblick!

1. Gesellschaft & Neue Medien >> Beratungsgesellschaft?

Früher war nicht alles einfacher, aber manches verlässlicher. Heute dreht sich die Erde nicht schneller, aber doch wirkt alles hektischer.

Die Schauplätze, an denen sich etwas tut bzw. wir etwas zu tun haben, werden ebenso – und nicht bloß ‚gefühl‘ – mehr wie die Themen, die uns beschäftigen. Dies verunsichert und irritiert uns Menschen zunehmend. Allerdings:

„Wie wir alle diese Welt wahrnehmen, hängt zum einen von unserem persönlichen Umfeld, den Informationsquellen und den genutzten Medien ab und damit von den Worten und Bildern, die diese transportieren (wollen); zum anderen aber auch ganz wesentlich von unserer Haltung bzw. unserer Kritik- und (Selbst-)Reflexionsfähigkeit“ (Benke, 2016a, S.185).

Inmitten eines Gewusels in unserer ‚Beschleunigungsgesellschaft‘ (Rosa) stehen die Zeichen der Zeit auf Rückzug und gipfeln inmitten einer durchrüttelten Welt im Kontrapunkt der ‚Vereinzel(l)ung‘ (Benke). Die Identitäten unserer ‚Gesellschaft der Singularitäten‘ (Rechwitz) bzw. unserer tendenziell stark ‚narzistischen Gesellschaft‘ (Maaz) scheinen sich allmählich zu verflüssigen. Gleichzeitig aber haben wir Menschen als soziale Wesen das Bedürfnis nach Kontakten mit anderen, gerade weil wir erleben, dass sie uns ‚wach‘ und damit (sozial) vital halten.

Was diesen Rückzug aus der Gesellschaft in die **Vereinsamung** anlangt, so vollzieht er sich, ohne dass der ‚Akteur‘ den eigenen Wohnort verlassen muss. Dieses ‚Cocooning‘ bedeutet aber nicht nur weniger Face-To-Face-Kontakte, sondern in Hinblick auf die Nutzung der Neuen Medien der Gefahr ausgesetzt zu sein, sich mit seinem Leben lediglich innerhalb seiner eigenen Echo-‚Kammer‘ bzw. ‚Filterblase‘ zu bewegen.

Denn auf (fast perfide) Weise unterstützen und verfestigen die Neuen Medien (qua Algorithmen) unsere eigenen ‚begrenzten‘ Wertvorstellungen, wie sie vorgeben, ein ‚offenes‘ Bild der Welt wider zu spiegeln. Dergestalt quasi isoliert und abgeschirmt gegenüber anderen Einflüssen, Meinungen etc. zu agieren, bedeutet aber für das Individuum auch im realen Alltag ohne direkte ‚korrektive Kommunikation‘ – und in einem quasi bildhaften Netz selbst sogar zunehmend ohne Worte! – auszukommen.

„Am besten schmeckt’s mit Leuten, die den gleichen Geschmack haben.
Relevant ist nur die Selbstbestätigung in der Gruppe. Dort versteht man die Welt noch, kann ‚authentisch‘ sein und ‚sich identifizieren‘ mit den anderen“ (Lotter, 2019, S.4).

Auf der anderen Seite sorgen mangelnde Messbarkeit und Vergleichbarkeit mit anderen Menschen – gerade im Verein mit dieser Individualisierung – wieder für ein verstärktes, wenn auch diffuses **Gefühl von Verunsicherung**.

1.1. Vom Punkt zum Fragezeichen

Im persönlichen Fokus der Akteure stehen seit Längerem schon die **Neuen Medien**, deren Nutzung zunächst zur eigenen Bequemlichkeit im Alltag wie auch im Umgang mit anderen Menschen von diesen Unsicherheiten verleitet, sich wenig zu bewegen – sowohl räumlich als auch geistig. Und bewegt man sich doch, dann gerade bei jüngeren NutzerInnen eher auf der visuellen (**Bilder**) denn auf der verbalisierten Ebene (**Text**). Und als AkteurIn neigt man dazu, dort in diesen Texten – metaphorisch gesprochen – ein ‚eröffnendes Fragezeichen‘ durch einen ‚ultimativen Punkt‘ zu ersetzen. Ganz nach dem Motto: ‚Punktum‘!

Aufgabe von BeraterInnen ist es somit, die Verfestigungen bzw. komplexitätsreduzierende Punkte in turbulenten und herausfordernden Lebensphasen der Ratsuchenden wieder zu entknoten, und in der Beratung zu Fragezeichen aufzuweichen, um sie schlussendlich im Sinne ‚fraktaler Elemente‘ (Baudrillard) mit den Ratsuchenden gemeinsam zu einer neuen Realität bzw. Wahrnehmungsoption zusammen zu setzen.

Denn im Zuge der neuen Unübersichtlichkeiten isoliert man sich (oft unbewusst) auf verschiedensten Ebenen und verliert mit den sozialen Beziehungen und Netzwerken im Alltag auch sehr leicht die Verankerung im realen Leben.

Inmitten theoretischer gesellschaftlicher Vielfalt also praktische individuelle Einfach?



Digitale Anonymität fördert auch zu jeder Zeit individuelle Rückzugsmöglichkeiten und den Verbleib im eigenen Kokon.

Ganz offenbar ist es diese ‚Entwurzelung‘ vieler Ratsuchender aus ihren realen Netzwerken, die angesichts gegenwärtiger Fliehkräfte einer fragmentierten Welt die Suche nach Halt und Orientierung einfordert. Es ist eine persönliche Suche nach jemandem, der einem auf seinem Weg zur Sortierung seiner Gedanken, zur individuellen Lösungsfindung digital beratend zur Seite steht und dadurch Lernprozesse in Gang setzt, die seine Selbststeuerungs- und Handlungsfähigkeit verbessern.

Dann wäre es im Grunde (nicht mehr, aber auch nicht weniger als) dieser vielzitierte Außenblick, der dem Suchenden hilft, seinen Weg in geordnete Bahnen zu bringen. Die eigentliche Arbeit des ‚Gehens‘, das Finden und das Abwägen auf diesem Weg, liegt stets im Ratsuchenden selbst.

Was es dazu allerdings nach wie vor braucht, sind Einsicht, Willen und die Bereitschaft der zu beratenden Person selbst zu reflektieren – und dies ist nicht selbstverständlich denn ein solches „Selberdenken ist nüchterne Arbeit und die einzige Antwort auf den Zeitgeist des Extremen“ (Lotter, 2019, S.4).

Selbst wenn wir also physisch und materiell in einer Luxuswelt leben, so lösen sich doch die gewohnt stabilen Rahmenbedingungen auf: Die Welt, die es zu verstehen gilt, ist mittlerweile gleich komplex wie unübersichtlich geworden.

Denn unsere Welt ist für viele aus ihrer Ordnung gerückt – zur Unordnung ver-rückt (vgl. Abbildung 0 oben). Die Subjekte in ihr scheinen zunehmend ihre Orientierungsprobleme entschlüsseln zu müssen, was verstärkt Stress und damit neue Unübersichtlichkeit schafft.

Und mait tritt Beratung virtuell, elektronisch, online oder digital auf den Plan. Mit all ihren Vorzügen aber auch Herausforderungen ...

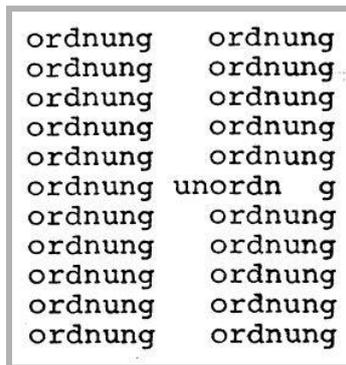


Abbildung 0: die ordnung (Jandl, 1997, S. 188)

„Digitale Beratung ist keine Offline-Beratung
in einem bloß anderen Medium.“
K. Benke

2. Was meint ‚Digitale Beratung‘?

Nach wie vor werden unter dem Sammelbegriff **Online Beratung** ganz konkrete Haupt-Kommunikationsformen der virtuellen Beratung zusammen gefasst: Mail-, Foren- oder Chatberatung oder die Beratung per SMS (also noch alles Tools der ersten Stunde im Web 1.0) bzw. in erweiterter Folge auch Videoberatung (im Web 2.0 wie skype etc.).

Die Fokussierung auf die Annäherung aller in der Kommunikation eingesetzten Sinne (ausgenommen Haptik bzw. Olfaktorik) nähert sich durch die bildbasierte Beratung nicht bloß der Face-to-Face-Beratung an, sondern verfügt auch mit all ihren Tools über eine ‚digitale‘ Basis.

Digitale Beratung (Benke, 2014) umreißt die eingesetzten Sinne und Werkzeuge (siehe auch Abbildung 1 weiter unten) wie folgt:

Online Beratung + Sprache + Bild = Digitale Beratung

Digitale Beratungsprozesse finden ihre Abbildung in Form von ‚bits & bytes‘ und sind damit speicherbar. Dadurch sind auch Merkmale wie Archivierungs- und Kontrollfunktion ebenso impliziert wie ihre permanent-ubiquitäre Verfügbarkeit und damit (als deren Hauptnutzungsmotiv) verbunden auch eine immanente Zeit/Weg-Ersparnis.

Es gibt mittlerweile wohl keinen Lebens- und Gesellschaftsbereich, der nicht von webgestützten Kommunikationsdiensten und Apps erfasst ist. Die Verschränkung der Lebensalltage offline und online lassen auch die Trennlinien beruflich und privat bzw. von allgemeinen und sehr privaten Angelegenheiten bzw. psychosozialen Herausforderungen verschwimmen und die AkteurlInnen somit nach raschen, unkomplizierten wie gerne kostenfreien Lösungen im Netz suchen. Die dort gebotenen niederschweligen Unterstützungsangebote mit ‚netzkonformen Öffnungszeiten‘ (DGOB), die Anon- bzw. Pseudonymität sowie eine Kommunikation die auf dem ‚Nähe-Distanz Paradoxon‘ (Benke, 2007) fußt, das selbst über geographische Entfernungen emotionale Nähe und Vertrauen erfahrbar macht – all das kommt dem oft verunsicherten, postmodernen suchenden Subjekt im ‚Immernet‘ (Grossegger) entgegen.

Dass dabei auf Seiten der BeraterInnen eine **entsprechende Ausbildung** nicht nur hilfreich sondern im Sinne einer **Qualifizierung** unabdingbar ist, zumal die Prinzipien der Beratung

offline nicht eins zu eins auf jene online zu übertragen sind, ist seit den Anfangstagen der virtuellen Beratung eine ‚Conditio sine qua non‘.

Doch diese Selbstverständlichkeit hinsichtlich einer **qualitätvollen Beratungsbeziehung** scheint Risse zu bekommen. So verweist etwa die Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Onlineberatung/DGOB etwa auf die Gefahren von sich ankündigenden Formen einer ‚automatisierten Beratung‘, so wie es etwa das ‚Hilf-dir-Selbst-Konzept‘ (vgl. herzwerkstatt.de) vorsieht, in dem die Ratsuchenden „selbst verantwortlich für die richtige Kombination der angebotenen Bausteine und damit letztlich für den Beratungs- bzw. Therapieerfolg“ sind (vgl. DGOB, 2019). Damit würde sich nicht nur nahezu jegliche fachliche Qualifikation ad absurdum führen, sondern der Fokus von virtueller Beratung auch ganz klar auf eine ‚making money‘-Instant-Beratung verschieben – was langfristig weder im Interesse der Öffentlichkeit noch in dem von Verbänden und LobbyistInnen liegen wird. Denn weder Megatrends wie Digitalisierung und Automatisierung können den Menschen als empathisches, sozial denkendes und handelndes Bindeglied im Beratungsprozess vollumfänglich ersetzen.

2.1. Das ‚digitale Ich‘ der BeraterInnen

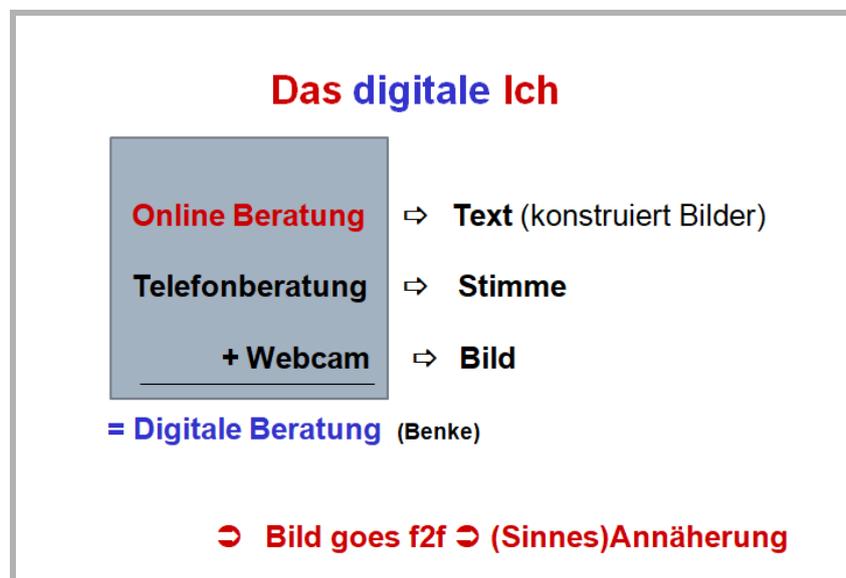


Abbildung 1: Das digitale Ich in der Digitalen Beratung

Die Frage erhebt sich also, wie muss das beratende Ich beschaffen sein, welche Grundausbildung, welche Fähigkeiten bzw. welche Haltung es in den digitalen Beratungsprozess einbringen soll (siehe auch Abbildung 3 und 4 unten), um die vielen Fallstricke einer virtuellen Beratung erkennen und mit diesen kompetent umgehen zu können (vgl. auch Benke, 2016b)?

Gerade die Hochgeschwindigkeit im Alltag, die Omnipräsenz der digitaler (und oft nur marginal ‚sozialen‘) Medien forcieren mit ihrer ‚ubiquitären Überpräsenz‘ (Benke) auch auf Seiten der BeraterInnen ein mögliches Übersättigungsgefühl und damit eine innere Verrohung respektive emotionales ‚Abstumpfen‘ – und häufig eben dann und dort, wo verstärkt Emotionalität und Empathie gefordert ist.

Die Fragen und Fallen, denen es sich daher zu stellen gilt, sind folgende:



Verlernen wir es, unseren Blick angesichts der Bilder- und Textfluten auf das Besondere zu richten ... und neigen dann dazu, das ‚Bild hinter dem Bild‘, den ‚Text hinter dem Text‘, das ‚Wort hinter dem Wort‘ und damit auch das ‚Ich hinter dem Ich‘ (durchaus verstanden als besonderes Basic) zu übersehen/lesen/hören?



Verlieren wir allmählich unsere Sensibilität, ja: Sensitivität gegenüber dem Tiefgang, wenn unsere Sinne immer öfters an der Oberfläche (von Text und Bild) haften bleiben (vgl. Benke, 2016a)?



Verlernen wir die Beibehaltung jener sensitiven (Grund)Kompetenzen wie Beobachten und Lesen, weil wir sie im ‚New-Media-Age‘ nicht mehr im selben Ausmaß benötigen wie noch einige Jahre zuvor?

Und wenn ja: Sollte dies nicht vielleicht auch Auswirkungen auf den Fokus unserer Ausbildungen haben? Will heißen: Also quasi old-school-mäßig schlichtweg vor allem (!) wieder die Lese- und Schreibkompetenzen zu forcieren? Um eben beiden Seiten des Beratungsprozesse bewusst zu machen, dass – auch wenn wir Beratungen von Screen-to-Screen machen – an beiden virtuellen Nabelschnurenden doch nur **Menschen mit ihren ureigensten Bedürfnissen** sitzen, nämlich: Gehört, gelesen bzw. verstanden zu werden. Denn die ultimative Falle dieser These zu einer ‚vielleicht verschütteten Sensitivität‘ (Benke) ist es, BeRATung mit der reflexartigen Weitergabe von RATschlägen gleich zu setzen.



In unsicheren Phasen Halt zu geben hat seine Wurzeln weder in einer direktiven und Ratgebenden Antwort noch in einem asymmetrischen Beratungssetting mit einem (besserwisserischen) superkompetenten ‚Wunderwuzzi‘ selbst.

Genau diesen bisher genannten ‚Basic-Fallen‘ (vgl. Benke, 2016) unterliegen jedoch nach wie vor ‚Azubis und Newbies‘ der digitalen Beratung, also angehende BeraterInnen zu Beginn ihrer Ausbildung. (Übrigens gilt dasselbe auch ungebrochen für Studierenden, wenn sie die Rollen von Ratsuchenden respektive BeraterInnen zu Beginn ihrer Lehrveranstaltung einnehmen).

Eine der wohl wichtigsten Erkenntnisse daraus ist, dass sich an den Verlockungen des klassischen ‚Rat-Antwort‘-Ping-Pong-Reflexes in all den Jahren nichts geändert hat. Die Verlockung es aufgrund und in seiner eigenen Beratungsposition alles – und dies auch noch ‚besser‘ – zu wissen sind ungebrochen da.

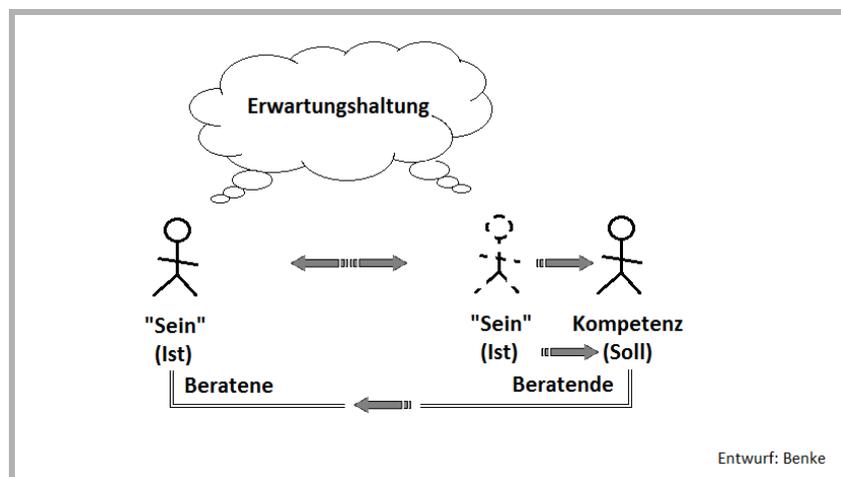


Abbildung 2: Erwartungshaltung + Kompetenzgewinn im Beratungssetting

„Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen.“
Aristoteles

3. Von der Theorie ...

Knapp achtzehn Jahre sind in Österreich mittlerweile seit der Grundsteinlegung durch die Fachtagung ‚[F1] - Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online Kommunikation‘ (2002) vergangen, in denen die Online Beratung (oder auch: eBeratung, Digitale Beratung etc.) ihren Kinderschuhen entwachsen ist und sich fort entwickeln konnte.

Unübersehbar hat auch ein **Professionalisierungsschub** stattgefunden, der seinen adäquaten Ausdruck in diversen Phasen respektive Markpunkten (Fachtagungen, eberatungsjournal.net, Handbuch Online Beratung, Lehrgänge Online/Digitale Beratung, Handbuch Online Therapie u.a.) fand.

Allerdings zeigt sich offenbar in den letzten Jahren – vielleicht im Zuge und als Nachwirkung der Wirtschaftskrise – ein durchaus ambivalentes Bild. Diese sich präsentierte dergestalt, dass zwar

- einerseits eine nachlassende Nachfrage in Anbetracht geringer werdender Fort/Bildungsbudgets (was die Ausbildung von BeraterInnen nachwuchs selbst anbelangt) festzustellen war,
- andererseits jedoch umgekehrt der ungebrochene Wunsch der Ratsuchenden nach ‚unkomplizierter‘, digitaler Beratung abgedeckt werden sollte (woran sich gerade in den letzten Monaten der „Corona/Covid-Zeiten“ natürlich nichts geändert hat – ganz im Gegenteil!) – und sei es auch mittels Online bzw. Digitalen BeraterInnen, die noch gänzlich ohne spezifische Aus- oder Weiterbildung zu arbeiten begannen. (Es mag aus der Perspektive der Qualitätssicherung wohl kaum übertrieben wirken, wenn hier Theodor W. Adorno mit seiner ‚Theorie der Halbbildung‘ aus 1959 ins Treffen geführt wird, wenn er festhält: Das „Halberfahrene ist nicht die Vorstufe der Bildung, sondern ihr Todfeind.“)

Spannend war in dieser Hinsicht der äußerst publikumswirksames Schritt einer Gruppe von PsychologInnen et al. in Richtung Bewusstseinsbildung der Öffentlichkeit (und damit der Eröffnung neuer Zielgruppen), der sich über das österreichische puls4-TV-Format „2Minuten – 2 Millionen“ zeigte, als die virtuelle Beratungsplattform instahelp.at im Jahr 2019 ‚public‘ ging und sogar prominente Sponsoren für die „neue Idee“ von Online Beratung fand.¹⁾ So konnte der Online-BeraterInnenpool von instahelp.at auch breitenwirksam eine Bewerbung von professionalisierter, psychologischer ‚to-pay-Beratung‘ platzieren, die auch einiges an finanziellen Mitteln für deren Weiterentwicklung etc. mit sich brachte – vor allem, weil es gelang, das Ziel und Benefits dieser Form von psychologischer Online Beratung (für die InverstorInnen jenseits der öffentlichen Hand!) auch klar und nachvollziehbar zu formulieren:

„Ziel der psychologischen Online-Plattform ist es, die mentale Gesundheit durch den einfachen und unkomplizierten Zugang zu professioneller Hilfe zu fördern. Auf der Plattform bieten Klinische und Gesundheitspsychologen psychologische Beratung an. Die Beratungs-Sessions sind anonym, orts- und zeitunabhängig nutzbar. Das Millionen-Investment unterstützt die ambitionierte Wachstumsstrategie des HealthTech-Startups: weitere Internationalisierung und Skalierung in den bestehenden Märkten sowie die konsequente Produktweiterentwicklung zur digitalen Plattform für mentale Gesundheit. [...] ‚Psychische Stärke und Gesundheit sind Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches und glückliches Leben. Ich habe nie verstanden, warum viele Menschen gerade bei diesem Thema vor professioneller Hilfe zurückschrecken. Instahelp vereinfacht den Zugang zum Profi hier entscheidend und hat obendrein das Potential, zu einer globalen eHealth-Plattform zu werden“ (vgl. instahelp, 2019).

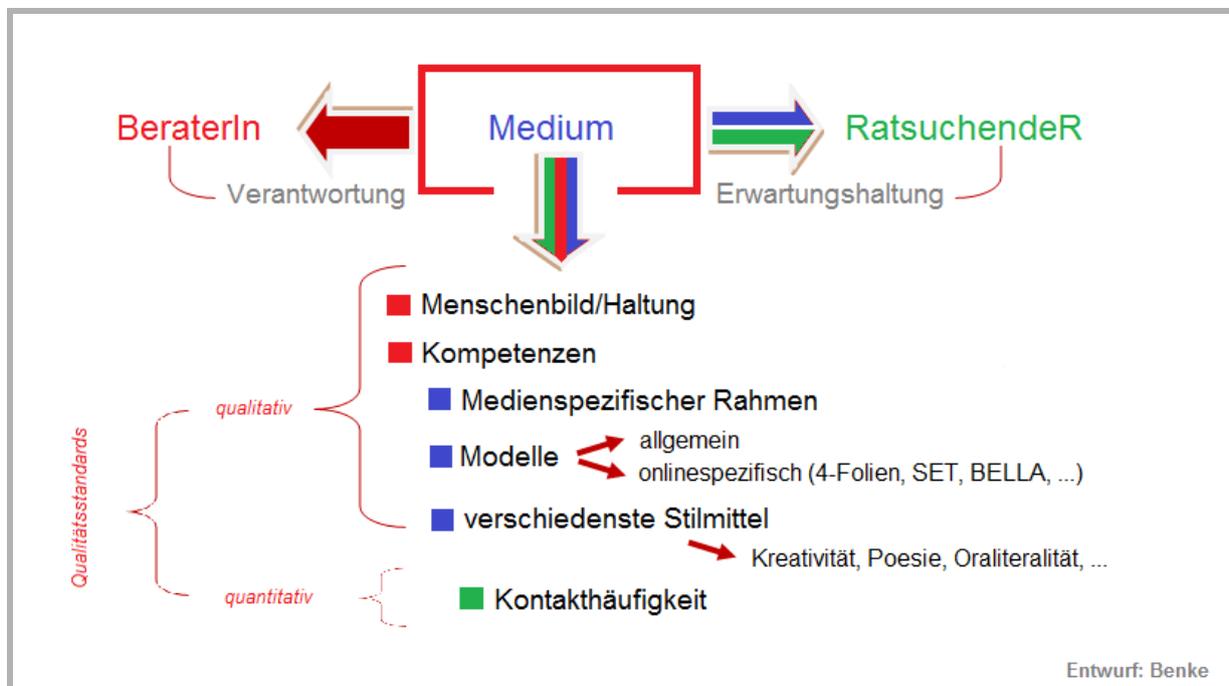


Abbildung 3: Das Medium – zwischengeschaltet zwischen Verantwortung (BeraterIn) und Erwartungshaltung (Ratsuchender)

3.1. Von der Erwartungshaltung zur Kompetenz

Mens sana in corpore sano - daran hat sich seit den Römern nichts geändert! Und auch wenn auf den ersten Blick nicht sofort so augenfällig ist wie die Pflege seines Äußeren (Styling, Frisur etc.) und es eher so scheint, dass das ‚innere‘ Wohlbefinden dem ‚äußeren‘ nachgereiht wird – so geht es auch darum, für Geist und Seele etwas zu tun, was perfekt und von hoher Qualität sein soll ... und damit erfährt auch die individuelle **Erwartungshaltung in die Kompetenzen der BeraterInnen** (vgl. Abbildung 3 oben) ihre erste Bedeutung.

Gemessen wird die beraterische Kompetenzen aber zunächst in der Fähigkeit zu lesen/hören bzw. auch hilfreich auf die Anfrage zu antworten.

Ob und wie sehr jedoch eine Antwort seitens der BeraterInnen als ‚gut oder schlecht‘ empfunden wird, liegt natürlich in erster Linie an der Wahrnehmung bzw. dem situativen Kontext und damit am Maßstab der Ratsuchenden. (Achtung: Ob allerdings eine Antwort hilfreich war, zeigt sich nicht unbedingt darin, ob es eine Rückantwort/-frage gibt).

Worüber es aber sehr klare Übereinkunft gibt, sind die **Qualitätskriterien** die festlegen, was die notwendigen Bestandteile bei einer Antwortmail oder einer Rückfrage ausmachen. Und diese Basics in der schriftlichen respektive mimisch-gestisch-verbale Antwort gilt es sich für zukünftige Digitale BeraterInnen anzueignen – und zwar unabhängig von ihrer psychosozialen Grundausbildung als BeraterInnen.

Sie nämlich stehen nach Birgit Knatz (2006, S. 2) vor der Aufgabe sich einem Annäherungsprozess und Ineinandergreifen von Technik (Computertechnik und Medientechnik) und einem humanistisch/psychologischen Instrumentarium zu stellen. Sie besitzen eine abgeschlossene Beratungsausbildung und sind sowohl theoretisch als auch praktisch mit den wichtigsten Grundlagen der Kommunikationspsychologie und den Konzepten medienbasierter Beratung vertraut.“

Und dazu bedarf es auch eine intensive Auseinandersetzung mit einer Vielzahl von **Leitfäden** und **Kompetenzprofilen** zur Online- bzw. e-Beratung bzw. digitalen Beratung, will man ein sichtbares Zeichen von Qualität setzen (vgl. Benke, 2014b, S. 155).

Wenn hier also – zum besseren Verständnis und Überblick in das Gesagte - im Folgenden (vgl. Abbildung 4) hilfreich erachtete Ausbildungsinhalte gelistet sind, dann spiegeln diese die Anliegen und Erfahrungen des Autors wider und sind als solche Rüstzeug für die beiden hier skizzierten Prozesse rund um die Mail- und Videoberatung zu verstehen:

Online/Digitale Beratung: Chancen und Grenzen von Online/Digitaler Beratung
Medienspezifische Rahmenbedingungen der Online * Beratung (inkl. Telefonberatung)

... **per eMail beraten:** Medienspezifischer Rahmenbedingungen der Mail-Beratung * Charakteristika Mail-Beratung * Merkmale von eMails * Das Ich in der Mail-Beratung

... **per Video beraten: die Besonderheiten:** Medienspezifische Rahmenbedingungen der Videoberatung * Vor- und Nachteile * Basics der Videoberatung * Auftragsklärung * 3Phasen-Videoberatung (Engelhardt & Gerner) * Voraussetzungen und Vorbereitung * Durchführung * Tipps & Checkliste für eine „Gelingende Videoberatung“ (Reisinger et al.) * Nachbereitung

Menschenbild – beraterische Haltung online: Das Bild vom Menschen dahinter

Mail-Beratung Teil I: Rund um das Lesen und Schreiben: Methoden des digitalen Lesens und Schreibens * Zwischen den Zeilen lesen * Beratungstexte schreiben * Die Macht der geschriebenen Worte * Von der Haltung zur Gestaltung - Forward To The Roots! * Kompetenzen der beratenden Person (persönliche, kommunikative, formale bzw. Internetkompetenz * Fallen für BeraterInnen * Auftragsklärung

Mail-Beratung Teil II: Rund um die Gestaltung: Der Spannungsbogen vom Textanfang ...* ... zum Textversand: Kontrolle in der Doppelschleife * Auftragsklärung im Erstmail bzw. Mehrfachkontakt

Konzepte – Methoden – Modelle: Geeigneter Methodenpool für die Digitale Beratung (Best Practise)

Methoden in der Mail-Beratung: Klientenzentrierte Gesprächsführung (Rogers) * Lösungsorientierte Ansatz (De Shazer) * Das Vier-Folien-Konzept (Knatz) * BELLA – Kriseninterventionskonzept (Sonneck) * SET- Modell als 3teilige Kommunikationsstrategie (Kreisman & Straus) ... ergänzt um „SET-UP“-Modell * 14 Schritte der ‚E-Mail-Beratung‘ (Ploil) * Der dialogische Ansatz (Zenner & Gielen)

Sprache, Schrift und Bilder in der Online Beratung

Stilmittel in der Mail-Beratung ... plus: Netzsprache und Internetjargon statt Cyberslang * Nick/Name
Oraliteralität – Zugangstools zur Jugend * Der Einsatz von Poesie – das Gedicht als Medium der Begegnung * Kreativität in der psychosozialen Online Beratung * Arbeit mit Metaphern/-analysen * Wertschätzende Konfrontation – last but not least * Go's und No-Go's der Online Beratung * Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von Mail-Beratung * Gedanken zur Wirksamkeit und Effizienz von Mail-Beratung – ein Resümee * Kontakthäufigkeiten in der ‚Mailberatung‘ (Kühne)
... **Kommunikations-Specials!** Wertschätzende Konfrontation (Justen-Horsten) * Go's und No-Go's (Knatz & Co.) * 8 Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von Mail-Beratung (Vogt) * Gedanken zur Wirksamkeit und Effizienz von Mail-Beratung – ein Resümee (Knatz)

... **Qualitätsstandards**

plus: Übungübungübung (Beispiele)

Zusammenstellung: Benke

Abbildung 4: Know-How-Spektrum für Digitale BeraterInnen

Wichtig ist im individuellen Ausbildungs- und Entwicklungsprozess jenseits aller anzueignenden Kompetenzen das ‚Herauspräparieren‘ bzw. auch die erfahrene Vermittlung einer entsprechenden **beraterischen Haltung** als Fundament jeglicher persönlicher Beratung (siehe Abbildung 5). Denn Haltung – als gelebter Ausdruck (vieler) Bilder im Kopf – drückt schließlich

- auf der einen Seite das aus, was und wie man als BeraterIn denkt und dieses Denken in einem Bild oder Text vermittelt bzw.
- auf der anderen Seite die Fähigkeit, all diese Bilder und Texte seines Gegenübers – gerade bei stark ausgeprägten Gefühlen wie Scham, Ekel oder Angst – möglichst wertfrei zu interpretieren und sie wiederum für das ratsuchenden Gegenüber nutzbar zu machen (vgl. Benke, 2015).



Abbildung 5: Haltung des Ich

4. ... zur Praxis

Digitale Beratung bedient sich im Sinne eines wissenschaftlichen Selbstverständnisses natürlich entsprechender Methoden und Strategien (vgl. Benke, 2010), welche wiederum für ausgebildete BeraterInnen ein selbstverständliches Rüstzeug bilden. Dazu zählen etwa jene

- aus dem amerikanischen Raum stammenden KlientInnen-zentrierte Gesprächsführung (Rogers), der lösungsorientierte Ansatz (de Shazer), des SET/UP-Modell (Kreisman & Straus) oder
- aus dem deutschsprachigen Raum das Vier- bzw. Sechs-Folien-Modell (Knatz) bzw. ergänzend dazu die ‚14 Schritte der E-Mail-Beratung‘ (Ploil), das BELLA-Kriseninterventionskonzept (Sonneck) oder auch der dialogische Ansatz (Zenner & Gielen).

Ganz unabhängig vom Modell, das der Beratung zugrunde liegt, sind wie in jeder qualitativ hochwertigen Beratung auch im digitalen Setting deutlich erkennbar. Diese Phasen des Beratungsprozesses folgen in der Regel einem unsichtbaren roten Faden bzw. einer Struktur:

- Orientierungsphase, Auftragsklärung, Problemanalyse
- Diagnosephase
- Interventionsphase (Phase der Erarbeitung von Lösungsmöglichkeiten und Prognose)
- Abschlussphase (Problemlösung, Behandlung ... plus Evaluation!)

4.1. Beispiel textbasierte Beratung: Mail-Beratung

„Was bedeutet es, einen Text zu lesen und zu interpretieren? Was bedeutet es – ohne jemanden zu kennen – eine Antwort, auch zeitversetzt, auf eine Problemanfrage zu schreiben, sodass dies eine Antwort ist, die den Anfragenden dann noch anspricht? [...]

Wie mache ich mir ein Bild vom anderen, den ich nicht sehen kann, der mir anonym als ein Schreibender, eine Schreibende, gegenübertritt?

Wie bin ich sensibel gegenüber meinen eigenen Bildern des Bildes vom anderen, der für mich gar nicht sichtbar ist“ (Huth-Hildebrandt & Will, 2009, S. 47).

Textbasierte Beratung lebt vom Schreiben und Lesen, vom Nachlesen und von gut durchdachten Formulierungen, die entsprechende Zeit zum Reifen brauchen. Sie fußt auf verschrifteter Kommunikation und beinhaltet qua Lesen des eigenen Textes zugleich eine Prüfung bzw. Reflexion des Verschrifteten – und zwar wesentlich ausgeprägter als dies bei der gesprochenen Sprache im direkten Kontakt möglich ist. Dies hat in der Regeln auch klarer und pointiertere Formulierungen zur Folge.

Beim Formulieren und beim Lesen der eigenen Formulierungen sind beide Seiten einerseits im Dialog miteinander, andererseits bewegen sie sich auch auf einer Metaebene und beobachten zugleich im Lesen und Korrigieren den Beratungsprozess aus einer externen Perspektive.

Wie geht man zunächst also in der hier beschriebenen ‚Organisation P‘ mit asynchroner (Mail)Kommunikation im Zuge einer psychosozialen digitalen Beratung um? Woran gilt es zu denken und was ist zu beachten?

Einmal ganz unabhängig von der Qualität des Anfragetextes ist davon auszugehen, dass die Nachricht ‚wahr‘ ist. Dies gilt es in einem entspannten Setting ggf. mehrfach und quer zu

lesen und entsprechend abzulegen und rasten zu lassen. Womit sich die Chance beim nächsten gedanklichen Zugriff erhöht, auch ‚zwischen den Zeilen‘ lesen zu können, den nicht immer ist der Auftrag auch klar formuliert oder erkennbar (Stichwort: Auftragsklärung).

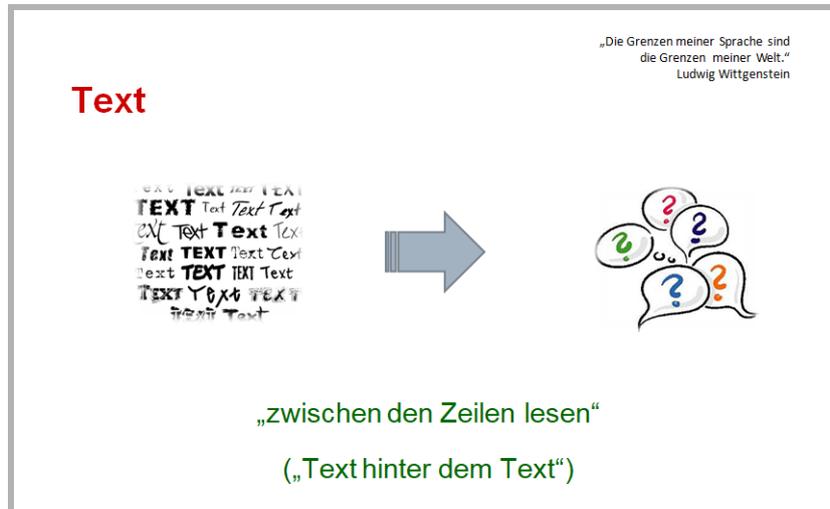


Abbildung 6: Der Text als Medium in der Beratung

Doch gilt es nicht nur Texte zu lesen, sondern sie auch mit dem ‚nötigen Schuss Empathie‘ zu verstehen bzw. im Retourweg wiederum zu verstehen. Denn dieses Verständnis, diese Gefühl des Aufgefangen-Seins ist eine der zentralen Erwartungshaltungen der Ratsuchenden.



Auch betreff Empathie gilt: „Die Dosis macht das Gift.“
(Paracelsus)

Und damit nicht genug: Es sind vor allem die über die Texte im eigenen Kopf entstehenden Bilder zu entschlüsseln bzw. zu ‚dechiffrieren‘. Was für die zu Beratenden umso eher gelingt, je besser es einem als BeraterIn gelingt, sich selbst aus dem Sog der Bilderfluten der Neuen Medien als „Katalysatoren dieser Unübersichtlichkeit“ (Benke, 2016a, S. 187) heraus zu nehmen.

Und dieser ‚Prozess der bewussten Herausnahme‘ setzt bei den Texten an und setzt sich in den gelieferten wie entstehenden Bildern in den Köpfen der BeraterInnen fort. Deshalb lauten einige der zentralen Fragen für die Beratenden wohl auch:

- Erkennt das beratende Ich die Dinge rund um sich oder sieht es sie nur, versteht es sie oder interpretiert es sie nur?
- Versteht das (digitale) Ich die Zwischenzeilen, wenn es weder versucht hat, die Frage zu hören noch den Text (vgl. Abbildung 6) zu verstehen?
- Versteht das beratende Ich das Bild (und in weiterer Folge dessen Abfolge in Gestalt des Videos, um auf einer metaphorischen Ebene zu bleiben – wenn es bereits mögliche Schwierigkeiten hat, das Bild (vgl. Abbildung 7) zu verstehen?



Abbildung 7: Das Bild als Medium in der Beratung

Denn erst wenn das beratende Ich sich dessen selbst bewusst und zunehmend sicherer im Umgang mit Texten und (den oft auch hinter diesen stehenden) Bildern ist, wird es auch imstande sein, mit den entstehenden Bildern auf beiden Seiten des Beratungsprozesses zu arbeiten.

Gerade Digitale Beratung „bietet ein weites Feld für die Verwendung von Bildern, Metaphern und Geschichten, die gut ausformuliert ihre Wirkung entfalten können und helfen können, Nonverbales dennoch zu verbalisieren. Geschichten entfalten in Beratungsprozessen Wirkung (Peseschkian) und können vielfältig eingesetzt werden. Die Anwendung von Bildern, Geschichten und Metaphern in der systemischen Beratung ermöglicht den Ratsuchenden einen Perspektivwechsel. Das Geschehen kann in einem anderen Kontext betrachtet werden und es ergeben sich Möglichkeiten für überraschende Lösungsansätze. Menschen mit künstlerischen Fähigkeiten können ihr Potenzial nutzen, indem man sie ermutigt, ihre Beziehung als Foto, Skulptur, Bild, Tanz oder Musikstück darzustellen und dies zu beschreiben. Menschen mit handwerklichen Fähigkeiten könnte man schildern lassen, wie die Beziehung als Möbelstück, Garten oder Haus aussehen könnte“ (Fieseler & Hentschel, 2011, S.12).

4.2. Beispiel bildbasierte Beratung: Videoberatung

In unserer gegenwärtigen Bilderwelt scheint es nur folgerichtig, auch Beratung via Bilder, also: Videoberatung anzubieten.

Und tatsächlich: Videoberatung scheint mittlerweile angekommen zu sein inmitten von Profit- und Social-Profit Organisationen bereits der simple Versuch einer Google-Recherche („online beratung video beratung“) zeigt, dass gerade Banken, Versicherungen und Hardwareanbieter auf Videoberatung setzen – durchsetzt von Angeboten bzw. Beiträgen (bereits auf den ersten Seiten) der psychosoziale Videoberatung. Die dabei verwendeten Tools vor allem für den Coaching- und Supervisionsbereich sind Skype, Purpleview, Zoom oder Telebond lassen eine Face-to-Face-ähnliche digitale Beratung fast wie im Alltag zu. Damit eröffnen sich Chancen auf neue Perspektiven einer neuen Zielgruppe.

All diese Aspekte bedeuten aber noch nicht, dass es einen gemeinsamen Nenner darüber gibt, was denn bildbasierte Beratung, sprich: Videoberatung eigentlich ist (vielfach ist eher undifferenziert von Chancen und Grenzen die Rede).

Jedenfalls steht und fällt das Verständnis um bildbasierte Beratung mit ihrem jeweiligen Einsatzbereich (Videokonferenzen in speziellen Konferenzräumen bzw. über Bildtelefone oder auch Computergestützte Videokonferenzen).

Insofern kann unter Videoberatung (siehe Abbildung 8) vor allem „eine bildgestützte, synchrone Kommunikation von räumlich getrennten Akteuren im Rahmen eines personenbezogenen Beratungsprozesses verstanden werden. Wenngleich das Medium Video auch für asynchron stattfindende Kommunikationshandlungen eingesetzt werden kann (z.B. zum Versenden von aufgezeichneten Videobotschaften), wird Videokommunikation in Form von Videokonferenzen (auch ‚Video-Chat‘ genannt) den synchronen Kommunikationsformen zugeordnet“ (Engelhardt & Gerner, 2017, S.20).

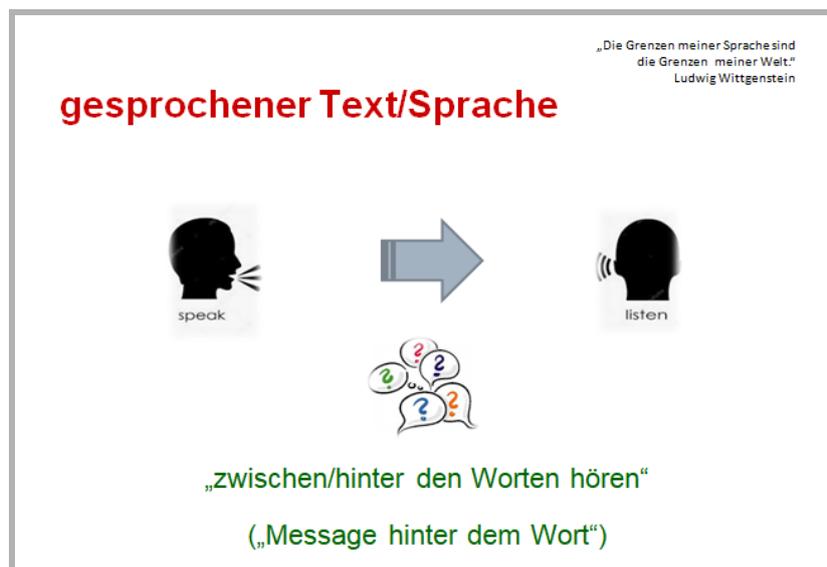


Abbildung 8: Der Text/die Sprache als Medium in der Beratung

Die hier beschriebene ‚Organisation B‘ aus dem psychosozialen Bereich etwa hat sich eingehend mit der Frage beschäftigt, welches Beratungswerkzeug es denn zur Erreichung seiner Zielgruppe bzw. zur Ressourcen schonenden Umsetzung seines Arbeitsauftrags einsetzen sollte, damit sich ein maximaler Nutzen finden lässt. (Eine denkbare Alternative dazu wäre etwa die Form des Blended Counselling).

Im Fokus allerdings stand und steht für die ‚Organisation B‘ weiterhin der zu erwartende Nutzen unter den nötigen Rahmenbedingungen – und nicht unbedingt die Frage nach einer neuen kreativen methodischen Intervention um der Neuigkeit willen. Insofern bietet sich ein Auge-in-Auge-Medium wie die Videoberatung gerade für deren ‚Intersession-Prozesse‘ (Zwischensitzungsprozesse) an, die auch einen Großteil ihres Arbeitsauftrags im Alltag ausmachen.

5. Praktische Erfahrungen Nutzen der Ausbildung

Die in dieser Hinsicht zentrale Frage beider Ausbildungen (vor dem Hintergrund des skizzierten, klassischen Zugangs zur Online bzw. Digitalen Beratung) lautet damit einmal mehr:

Was nehmen sich die TeilnehmerInnen von solcherlei spezifischen Fortbildungen mit und was sind deren tool-spezifische Erkenntnisse in Abgrenzung zur Beratung face-to-face?

Als persönlicher Benefit (durchaus verstanden als Kluft zwischen dem eigenen Anspruch und den zentralen Ausbildungsinhalten) wurde aus der Sicht der Kurs-TeilnehmerInnen einmal ganz generell folgende Resümees gezogen, die unter dem Motto ‚generell gut gefallen haben mir‘ bzw. ‚mitgenommen habe ich mir‘ [ohne Doppel- und Mehrfachnennungen ;-)] subsummiert werden können:

- „ganzheitlicher Online Beratungsansatz“
- „Der Text hinter dem Text und das Bild hinter dem Bild“
- „Jedes Problem verdient meine/unsere Aufmerksamkeit“

5.1. Textbasierte Beratung: Mail-Beratung

- „Mir hat sehr gut gefallen, dass wir selber die Methoden zu Beratung ausprobiert haben und dadurch auch merkte ich auch, wie schwer es eigentlich ist, auf manche Themen zu antworten. [...] Die Methoden die wir angewendet haben waren sehr spannend, nicht immer einfach aber trotz allem sehr hilfreich.“ (Alia G.)
- Habe „erstmal einen Einblick in und um das Feld Online Beratung bekommen und bin sehr positiv überrascht, dass man auch bereits mit verschiedensten Anliegen bzw. Problemen Anschluss findet. Egal welches Problemchen man hat, man findet dazu meist eine passende online-Anlaufstelle, an die man sich wenden kann. [...]
- „Speziell die Übung in der Lehrveranstaltung mit dem Telefoncoaching als es darum ging einmal die Beraterin als auch die Ratsuchende zu verkörpern war es für mich sehr spannend, das es zwar aus meiner Sicht eher leichter war die Ratsuchende zu spielen und ein Problem zu erfinden und Rat zu suchen als die Beraterin zu sein, mit einem Problemkonfrontiert zu werden und eine passende Antwort zu finden“ (Eva B.)
- Habe selbst erfahren „wie wichtig es ist Menschen mit Problemen Zeit zu schenken und ihnen zuzuhören, sodass sie sich verstanden fühle. [...] Auch wurde mir [...] erst richtig bewusst, wie sehr man als Berater von den einzelnen Fällen betroffen sein kann
- Eine schöne Form der Beratung finde ich die bildliche Darstellung von Situationen, welches ist zukünftig in meine Beratung einbeziehen möchte
- „mir [ist] bewusst geworden, dass ein offenes Ohr (oder Chatfenster) manchmal den Unterschied machen kann und ein Leben tatsächlich beeinflussen kann.“
- Die ideale Online Beratung sollte für mich definitiv eine Notfallnummer hinterlegt haben.“ (Xena B.)
- „Beratung kann nur zwischen Menschen und nicht zwischen Mensch und Maschine/künstliche Intelligenz erfolgen.“
- „Ich löse keine Probleme, ich löse nur die Blockade zu Selbstreflexion.“

- „[...] dem Hilfesuchenden keine falschen Hoffnungen zu machen.“ (Heno C.)
- „Online Beratung ist nicht annähernd so einfach wie gedacht! Die richtigen Worte finden ist ein langwieriger Prozess.“ (Yasa K.)
- „Wie simple oft die Lösungsvorschläge aussehen und dass Personen, die selbst in einer schwierigen Situation sind, durch die Überforderung oft geblendet sind und nicht weiter wissen.“ (Hana S.)

5.2. Bildbasierte Beratung: Videoberatung

Was ich mir mitnehmen werde für meine zukünftige Herangehensweise und was mich weiter gebracht hat:

- „ganzheitlicher Ansatz“
- „Praxisbezug“, „Praktische Beispiele“
- „Rückmeldungen der KollegInnen, Erfahrungsaustausch“
- „Mehr Zeit wäre ideal gewesen!“
- „Das Wahrnehmen von Pausen in der Kommunikation“
- „Vertiefung zur Online Beratung erwünscht!“
- „Technische Voraussetzungen in der Organisation selbst!“

Fazit – nicht neu, aber erstaunlich ...



Die Technik – und (nach wie vor) die Technik!

Die wohl größte – und ungebrochen virulente – Falle in der Videoberatung lauerte trotz mehrfacher Abklärungen und Vorbereitungen durch die ‚Organisation B‘ in der Technik bzw. an technischen ‚Schnittstellen‘ (etwa bereits der Softwareabhängigkeit von der Wahl des Browsers bzw. den eingesetzten Endgeräten).

Trotz vorangegangener mehrfacher Testung von Videoberatungsschaltungen in verschiedenen Konstellationen scheiterte etwa schlussendlich auch eine ‚Live-Demo-Übertragung‘ des Videochats ins Plenum, was von den auszubildenden TeilnehmerInnen (nicht zu Unrecht) als vermeidbare Schwäche eines starken ‚Systems Technik‘ gesehen wurde.

6. Going On und Fazit der beiden digitalen Beratungsprojekte

Ein paar Monate nach der Ausbildung war das Mailberatungstool in der ‚Organisation P‘ installiert, womit konnten die ersten Anfragen (es waren insgesamt mehr als vierzig in den ersten Wochen nach dem Beratungsstart) auch online bearbeitet werden konnten. Das Team war seiner Selbsteinschätzung nach mit der Qualität seiner Antworten „im Großen und Ganzen zufrieden“, was offenbar auch an der bewussten Nutzung des ‚4-Augen-Prinzips‘ lag – auch wenn es schon in der Anfangsphase „abschreckende Themen“ gab, Antworten die man als „zu kurz-zu lang geraten“ erachtete und Schreibfehler, die im Nachhinein entdeckt wurden.

Eine der ersten Herausforderungen – so unisono die BeraterInnen in der ersten f2f-Supervisionseinheit – war es für das BeraterInnen-Team jedoch, „jedem Teammitglied seinen eigenen Stil zu lassen“ und dennoch eine gemeinsame, ‚grobe Linie‘ zu verfolgen. Die ‚Korrekturoption‘ des Teamleiters wurde als ‚gut und nicht einschränkend‘ erlebt. (Übrigens: Die Initiierung von Online/Mail-Beratung das erste gemeinsame Projekt überhaupt, was als zusätzlicher Benefit für die Organisation selbst wie auch deren multiprofessionelle Sub-Teams wahrgenommen wurde – gerade weil es auch offenbart, wie die eigenen KollegInnen denken/arbeiten/mit Fragen umgehen). Gerade im Fall vielfältigster Persönlichkeitsstörungen bieten sich – wie es das folgende Erstmail zeigt – laut allgemeinem Tenor für Ratsuchende ‚online gute Möglichkeiten sich auszutauschen‘:

Es war auf Seite der BeraterInnen sehr häufig das Selbstverständnis, möglichst zeitnah und ‚adäquat‘ zu antworten, das nicht bloß Druck machte, sondern durchaus auch einmal für ein Gefühl von ‚Wut oder Ärger‘ – gerade in Fällen von Suizidalität oder hoher Gewaltbereitschaft u.ä. sorgte. Als hilfreich dabei erwies sich die sich bald einstellende Erkenntnis, dass solcherlei Prozesse kürzere Zeit und weniger Platz in Anspruch nehmen sollen, als man ihnen zu Beginn (bei individuellen Verunsicherungen) eingeräumt hat und dass gerade längere bzw. bewusst gesetzte Pausen die immanente (Krisen)Dynamik unterbrechen bzw. entschleunigen können.

Für die nächsten Einheiten sollten (bunt gemischte) Fragestellungen rund um die Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualitäten wie etwa ...

- Wie präsentieren wir uns à la longue gegenüber unseren KlientInnen - mit Klarnamen oder Nicknamen (Stichwort: Privatsphäre)?
- Woher kommen unsere KundInnen?
- Wollen wir/und wenn ja wie bekommen wir Feedback auf unsere Beratung?
- Was macht das mit uns, wenn wir keine Antwort mehr erhalten? Wieviel Ärger oder Unverständnis produziert das Gegenüber, wenn es seine Antwort, für die man sich Mühe gegeben und Zeit genommen hat, offenbar nicht einmal gelesen hat?
- Wie wird die Online/Mailberatung und wie werden wir (intern/extern) wahrgenommen? Wie sind wir ‚auffindbar‘ (online auf Homepage bzw. auf Printprodukten)?
- Ist es hilfreich, das Beratungsmedium zu wechseln – etwa auf das Telefon?
- ‚Wie gehen wir mit Suizidalität und Gewaltbereitschaft (individuell und seitens des Teams/der Organisation) um?‘
- Fallbeispiele
- etc.

... auf der Wunschliste stehen.

Wie meinte eine Mail-Beraterin so treffend: „Ich bin bereit, in das Projekt viel Zeit zu investieren.“

Im zweiten Projekt Videoberatung in der ‚Organisation B‘ ist eine Weiterbildung zu Qualitätssicherung – sobald es ausreichende Beratungserfahrung gibt bzw. die Technik auch in der Beratungspraxis reibungsfrei funktioniert – für die Zukunft geplant.

6.1. Resümee des Beraters – Ausblick!

Aus Sicht der Prozessbegleitung ist, was den Prozess ‚Mensch-Maschine‘ angeht, seitens des Verfassers unbedingt Folgendes zu resümieren:

- Wenn sich auch die technischen Möglichkeiten der Beratungstools verbessert haben, die technischen Grundherausforderungen und Anfälligkeiten haben es – zumindest im hier skizzierten Beispiel der Videoberatung – trotz eines technisch höheren Levels nicht getan: Nach wie vor geht es um Verlässlichkeit und Gewährleistung von Kommunikation online!
- Und wenn sich auch die Digitale Beratung in mittlerweile mehr als 18 Jahren enorm professionalisiert hat, so sind nicht nur die Fallen (wie angehende BeraterInnen den Beratungskontext gerade zu Beginn ihrer Ausbildung sehen) auch ungebrochen in zahlreichen ‚Fallstricken‘ (siehe oben) vorhanden, sondern zeigen damit auch implizit die Notwendigkeit und Bedeutung von spezifischen digitalen bzw. online Bildungsinhalten auf.

Beides dauert also ungebrochen an und braucht seine Zeit ... Doch: Was lange dauert, wird endlich gut. Und ist es noch nicht gut, dann ist es noch nicht zu Ende!

Fußnote

- 1) „Instahelp startete 2015 in Österreich, ist mittlerweile in fünf europäischen Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz, Frankreich und UK) tätig und ergänzt das bestehende Angebot in Praxen und Gesundheitseinrichtungen. Seit dem Start wurden mehr als 20.000 Privatpersonen über die Plattform beraten. Zudem steht die Online-Plattform 22.000 Mitarbeitern im Rahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung in zahlreichen Unternehmen kostenlos und anonym zur Verfügung. Dazu zählen unter anderem Unternehmen wie trivago, Lidl oder Renault. Seit kurzem bieten auch zwei Versicherungsunternehmen ihren Kunden bzw. deren Angehörigen die Möglichkeit, psychologische Beratung über Instahelp zu nutzen. Zur Sicherung der Beratungsqualität verfügt Instahelp über einen wissenschaftlichen Beirat, der die Entwicklung der Plattform begleitet. Zudem arbeitet Instahelp eng mit der psychologischen Fakultät der Sigmund Freud PrivatUniversität Wien (SFU) zusammen. Weitere Informationen: <https://instahelp.at>“ (vgl. instahelp, 2019).

Literatur – Basics & Extras

- Adorno, Theodor W. (1972). Theorie der Halbbildung, © 1959. In: Gesammelte Schriften (Bd. 8, Soziologische Schriften 1), Frankfurt, S. 93-121.
- Bechar-Israel, Haya (o.J.): From <Bonehead> to <LoNehEAd>: Nicknames, play and identity on the internet relay chat. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x>
- Benke, Karlheinz (2016a). Forward To The Roots! Grundgedanken zur Digitalen Beratung: Von der Haltung zur Gestaltung. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://soziales-kapital.at/index.php/sozialeskapital/article/view/488/894> , S.185-201
- Benke, Karlheinz (2016b): Richtlinien für die Online Beratung und Digitale Beratung im Rahmen des Berufs Lebens- und Sozialberatung (LSB der Wirtschaftskammer Österreich).
- Benke, Karlheinz (2014a). [Digitale.Beratung]: online beraten. Duisburg: Wissenschaft und Kultur.
- Benke, Karlheinz (2014b): Qualität in der Digitalen Peer-Beratung: Zwischen Erwartungshaltung und Kompetenz. In: ders. (Hg.): [Digitale.Beratung]: online beraten. Duisburg: Wissenschaft und Kultur, S. 155-187.
- Benke, Karlheinz (2014c): Digitale Beratung: Neuer Wein in alten Schäuchen? In: ders. (Hg.): [Digitale.Beratung]: online beraten. Duisburg: Wissenschaft und Kultur, S. 17-37.
- Benke, Karlheinz (2014d): Zur Zukunft der Digitalen Beratung: Geh_danken – Trends. In: ders. (Hg.): [Digitale.Beratung]: online beraten. Duisburg: Wissenschaft und Kultur, S. 191-199.
- Benke, Karlheinz (2013a). Das. In: Bildungsberatung Wien, ed.: Rückblick: 2. Fachkonferenz: Bildungs- und Berufsberatung aktiv im Web: Formate, Methoden, europäische Praxis (Tagungsdokumentation vom 31. Mai 2012). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2012_Tagungsdokumentation_bbWien_2012.pdf
- Benke, Karlheinz (2013b). Das virtuelle Ich 2.0 – Gegenwart und Zukunft. Wie viel(e) Ich bin ich im Netz? In: Bildungsberatung Wien, ed.: Rückblick: 2. Fachkonferenz: Bildungs- und Berufsberatung aktiv im Web: Formate, Methoden, europäische Praxis (Tagungsdokumentation vom 31. Mai 2012). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2012_Tagungsdokumentation_bbWien_2012.pdf
- Benke, Karlheinz (2010). ...auf Augenhöhe: Rundumblicke zur Peer-Online-Beratung. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2009a). Netz, Online-Kommunikation und Identität. In: Kühne Stefan, Hintenberger Gerhard, ed.: Handbuch Online Beratung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S.47-60. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: http://psydok.psycharchives.de/jspui/bitstream/20.500.11780/2832/1/9783647401546_Kuehne_Kapitel_Benke_ebook.pdf
- Benke, Karlheinz (2009b). beRATung.digital: Vom Helpdesk zum digitalen Coaching. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2007). Online-Beratung und das Ich: Bild Bilder und Abbilder im virtuellen Raum. Duisburg, Wissenschaft und Kultur (2. Aufl. 2014).
- Diakonie Berlin Stadtmitte (2017). Konzept des Berliner Onlineberatungs- und Informationsprojekts. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.diakonie-stadtmitte.de/fileadmin/user_upload/dateien_und_bilder/Dokumente/PIN/echt_unersetzlich_Das_Konzept2017.pdf
- DGOB, Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Onlineberatung (2019): Online-Beratung als „Hilf-dir-selbst“ Konzept. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://dg-onlineberatung.de/online-beratung-als-hilf-dir-selbst-konzept/>

- Drda-Kühn Karin, Hahner Renate, Schlenk Evelyn (2018). Mit Smartphone, Tablet und Sozialen Medien – Online-Beratung und –Therapie für die Generation der „Digital Natives“. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2018/04/drda-kuehn_hahner_schlenk.pdf
- Engelhardt, Emily (2018). Lehrbuch Onlineberatung: Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Engelhardt Emily M., Storch Stefanie D. (2013a). Was ist Onlineberatung? - Versuch einer systematischen begrifflichen Einordnung der ‚Beratung im Internet‘. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/engelhardt_storch.pdf
- Engelhardt, Emily (2013b). Qualitätsmerkmale guter Onlineberatung - Aktuelle Anforderungen an Forschung und Praxis. In: Zeitschrift für systemische Therapie und Beratung, (H.3). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://onlinecoachingblog.net/2/08/01/artikel-zu-den-qualitaetsmerkmalen-guter-onlineberatung>
- Engelhardt Emily M., Gerner Verena (2017). Einführung in die Onlineberatung per Video. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf
- Griesser, Doris (2018). Das Handy, mein Aushilfstherapeut. In: Der Standard (9. Februar 2018). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000073745950/Das-Handy-mein-Aushilfstherapeut>
- Fieseler Klaus, Hentschel Karin (2011). Online systemisch beraten. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0211/fieseler_hentschel.pdf
- Huth-Hildebrandt Christine, Will Manuel (2009). Online Beratung in der Sozialen Arbeit. In: Sozialmagazin (34.Jg./H.11), S.40-48. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://content-select.com/de/portal/media/view/527fcbd9-8e24-4c96-ac7c-68cd2efc1343>
- instahelp (2019). Toto Wolff, Florian Gschwandtner und die ProSiebenSat.1 Gruppe investieren Millionenbetrag in die psychologische Beratungsplattform (Pressemitteilung, 19. Februar). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://instahelp.at/presseaussendung/millioneninvestment-fuer-instahelp/>
- Jandl, Ernst (1997). die ordnung. In: poetische werke 8. der gelbe hund. selbstporträt des schachspielers als trinkende uhr. München: Luchterhand, S. 188.
- Justen-Horsten Agnes, Paschen Helmut (2016). Online Interventionen in Therapie und Beratung. Ein Praxisleitfaden. Weinheim: Beltz.
- Knatz, Birgit (2006). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf
- Knatz Birgit, Dodier Bernard (2003): Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail. Stuttgart. Klett-Cotta.
- Kühne, Stefan (2014). Einmal, nochmal, immer wieder – Mailberatung zwischen professionellem Handeln und Brieffreundschaft. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0114/kuehne.pdf
- Kühne, Stefan (2012). Qualitätsmanagement in der psychosozialen Onlineberatung. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0212/kuehne.pdf
- Kühne, Stefan (2006). Qualität und die Rechte von KlientInnen in der Online-Beratung. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/kuehne.pdf
- Kühne Stefan, Hintenberger Gerhard (2009). Handbuch Online Beratung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lang, Josef (2015). Wo steht die Onlineberatung/-therapie in 10 Jahren? In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0215/lang.pdf
- Lotter, Wolf (2019). Empört euch! In: Der Standard (Wien, 6.-7.4.2019, Beilage S. 4-5)
- Nordfeld, Clara [U25 Freiburg] (2017). Krisen in der Onlineberatung. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsinstitut.de/wordpress/wp-content/uploads/2014/02/FF17_WS2_Krisen-in-Onlineberatung_Nordfeld.pdf

Ploil, Eleonore Oja (2009). Psychosoziale Online-Beratung. München: E. Reinhardt.

pro familia (2004). Standards zur Qualitätssicherung der Online-Beratung bei pro familia. Verfügbar unter: pro familia (2004). Standards zur Qualitätssicherung der Online-Beratung bei pro familia. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.profamilia.de/fileadmin/dateien/fachpersonal/standards_online-beratung.pdf

Reindl, Richard (2015). Psychosoziale Onlineberatung – von der praktischen zur geprüften Qualität. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0115/reindl.pdf

Reisinger, Andrea (2011). Psychotherapie mit Videotelefon - Telemental Health by using Videoconferencing. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0112/reisinger.pdf

Röthler David, Pleschko Anita [WerdeDigital.at] (2017). Videobasierte Online-Beratung (Video-Lehrmodul). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=o8bHUK-lwvU>

Weinhardt, Marc (2014). Wissen, Intuition und Können in der E-Mail-Beratung. In: e-beratungsjournal.net. Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0114/weinhardt.pdf

wienXtra et al. (2003). [F1] - Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und OnlineKommunikation (21.9.2002). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <http://www.karlheinz-benke.at/modules/list/download.php?14,41,8>

Extra ‚Schreib-Lese-Alternativen‘

a. Methodik in der Online-Beratung – www.e-beratungsjournal.net (2. Jg, H. 2 – Sept. 2006)

Gerhard Hintenberger: *taschentuchreich* – Überlegungen zur Methodik der Chatberatung
Alexander Brunner: Methoden des digitalen Lesens und Schreibens in der Online-Beratung

b. Sprachbilder - Bildersprache – www.e-beratungsjournal.net (3. Jg., H. 2- Sept. 2007)

Claudia Beck: Die Metaphernanalyse in der textbasierten Online-Beratung
Elisabeth Goebel-Krayer: Narrative E-Mail-Supervision
Adelheid Primus : Kreativität in der psychosozialen Online-Beratung
Brigitte Vogt: Schreiben, ein wirksamer Prozess. Acht Thesen zur Wirksamkeit und Effektivität von E-Mail-Beratung

c. Zwischen den Zeilen – www.e-beratungsjournal.net (4. Jg., H. 1 - April 2008)

Birgit Knatz: Zwischen den Zeilen
Daniela Saueremann: Der Einsatz von Poesie im Online-Coaching

Links

Purpleview: Videoberatung mit Empathie (2019). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: <https://www.purpleview.de/empathy-videoberatung/empathy-funktionen/>

4Gamechangers-Festival: Grazer Instahelp wurde zum Start-up des Jahres gekürt (2019). Zugriff am 16.04.2019. Verfügbar unter: https://www.kleinezeitung.at/wirtschaft/wirtschaftstmkhp/5612048/4GamechangersFestival_Grazer-Instahelp-wurde-zum-Startup-des

Herzwerkstatt (2019). Zugriff am 16.04.2019 (Status „In Bearbeitung“). Verfügbar unter: <https://herzwerkstatt-deutschland.de>