Masterarbeit zur Erlangung des akademischen Grades "Master of Arts" (M.A.)

im Masterstudiengang: Beratung in der Sozialen Arbeit Evangelische Hochschule Berlin – EHB

Die Beratungsbeziehung in der Face-to-Face- und Video-Beratung

Eine theoretische und empirische Annäherung an Gemeinsamkeiten und Unterschiede beider Settings

Anforderungen an die Kompetenzen Beratender zur Herstellung einer tragfähigen Beratungsbeziehung in der Video-Beratung

Eingereicht von: Andrea Bülow und Barbara Kunner

Erstgutachter: Prof. Dr. Sebastian Sierra-Barra

Zweitgutachter: Helmut Kreller

Abgabetermin: 20.08.2021

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER)	<u>5</u>
2. BERATUNG (BARBARA KUNNER)	8
2.1. DEFINITION BERATUNG	8
2.2. ABGRENZUNG VON PSYCHOTHERAPIE UND BERATUNG	
2.3. BERATUNGSFORSCHUNG	
2.4. WIRKFAKTOREN	
2.5. BERATUNGSBEZIEHUNG	19
2.5.1. DEFINITION	20
2.5.2. BEGRIFFE: HELFENDE BEZIEHUNG, THERAPEUTISCHE BEZIEHUNG, THERAPEUTISCHE ALLIANZ,	
BINDUNGSBEZIEHUNG	22
2.5.3. RELEVANZ DER BERATUNGSBEZIEHUNG	23
2.5.4. ZIEL UND ZWECK DER BERATUNGSBEZIEHUNG	24
2.5.5. DIE SCHULENSPEZIFISCHE HALTUNG IN DER BERATUNGSBEZIEHUNG	25
2.5.6. Aufbau der Beratungsbeziehung	26
2.5.6.1. Prozessvariable	26
2.5.6.2. Haltung	28
2.5.6.3. Kompetenzen der Berater:innen und Rahmenbedingungen der Beratung	33
2.5.7. HINDERNISSE UND HERAUSFORDERUNGEN	34
2.6. BINDUNG	37
2.6.1. DEFINITION	37
2.6.2. BINDUNGSTYPEN	
2.6.3. Berater:in als "sicherer Hafen"	
2.6.4. BINDUNG UND BERATUNG: KONSEQUENZEN FÜR DIE BERATUNGSBEZIEHUNG	
2.6.5. BINDUNGSSTILE BERATENDER	42
3. KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENTHEORIEN (KT: BARBARA KUNNER/ MT: AND	
<u>BÜLOW)</u>	44
3.1. DAS ORGANON-MODELL (BÜHLER)	44
3.2. DIE FÜNF AXIOME (WATZLAWICK)	45
3.3. DIE VIER SEITEN EINER NACHRICHT (SCHULZ VON THUN)	46
3.4. NONVERBALE KOMMUNIKATION	48
3.4.1. DEFINITION	48
3.4.2. RELEVANZ	50
3.4.3. FUNKTIONEN	51
3.4.4. BLICKKONTAKT	51
3.5. MEDIENTHEORIE(N)	52
3.6. MEDIENBEGRIFFE/MEDIENMODELLE/MEDIENKATEGORIEN	54
4. MEDIATISIERUNG UND DIGITALISIERUNG (ANDREA BÜLOW)	Ε0
4. WIEDIATISIERUNG UND DIGITALISIERUNG (ANDREA BULUW)	59
4.1. MEDIATISIERUNG	59
4.2. DIGITALISIERUNG	62

4.3. TIEFGREIFENDE MEDIATISIERUNG	63
4.4. EMPATHIE UND OBJEKT	65
4.5. MEDIATISIERUNG, DIGITALISIERUNG UND BERATUNG	67
5. ONLINE-BERATUNG (ANDREA BÜLOW)	68
,	
5.1. GESCHICHTE DER ONLINE-BERATUNG	68
5.2. Online-Beratung Heute	69
5.2.1. ONLINE-BERATUNGSSETTINGS	70
5.2.2. THEORIEN COMPUTERVERMITTELTER KOMMUNIKATION	71
5.3. ETHIK	73
5.4. QUALITÄTSKRITERIEN/QUALITÄTSSTANDARDS	75
5.5. RECHT/DATENSCHUTZ	
6. AUDIOVISUELLE FERNKOMMUNIKATION (ANDREA BÜLOW)	79
6.1. GESCHICHTE DER VIDEOKONFERENZFORSCHUNG	79
6.2. SELBSTWAHRNEHMUNG UND WAHRNEHMUNG DES GEGENÜBERS IN AUDIOVISUELLER	
FERNKOMMUNIKATION	_
6.3. FORSCHUNG ZUR BERATUNGSBEZIEHUNG IN VIDEO-THERAPIE UND -BERATUNG	86
6.3.1. Defizitärer Blick auf Video-Beratung	87
6.3.2. RISIKEN DES VIDEO-SETTINGS FÜR BERATER:INNEN	89
6.4. VIDEO-BERATUNG IN ZEITEN DER PANDEMIE	91
6.4. VIDEO-BERATUNG IN ZEITEN DER PANDEMIE	91
7. FORSCHUNGSTEIL	
7. FORSCHUNGSTEIL	95
7. FORSCHUNGSTEIL	9 <u>5</u>
7. FORSCHUNGSTEIL	95 95 95
7. FORSCHUNGSTEIL	95 95 95
7. FORSCHUNGSTEIL 7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW)	9595959698
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW)	95959698
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW)	95959698
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN –	9595969899
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING	959596989993
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING.	9595969899102
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: KLIENT: INNEN	959595969999102103108116
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: KLIENT:INNEN 5. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG	9595969899102103116119
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: KLIENT: INNEN 5. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER)	9595959699102103108116119
7. FORSCHUNGSTEIL 7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IM	9595969899102103108116119
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IN VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG?	9595969899102103116119122125
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IN VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG?	9595969899102103116119122125
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT: INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IN VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG?	9595959699102103108116119122125126
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG. 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IM VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG? 7.4.2. WIE GELINGT ES BERATER:INNEN, DIE MEDIENINDUZIERTEN DIFFERENZEN ZU KOMPENSIEREN?	9595959699102103108116119122125126 EINE
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG — KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN — UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IN VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG? 7.4.2. WIE GELINGT ES BERATER:INNEN, DIE MEDIENINDUZIERTEN DIFFERENZEN ZU KOMPENSIEREN? 7.4.3. WELCHE KOMPETENZEN BENÖTIGEN BERATER:INNEN UM IM SETTING DER VIDEO-BERATUNG ER	959595969999102103108116119122125126 EINE134
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG — KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN — UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IN VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG? 7.4.2. WIE GELINGT ES BERATER:INNEN, DIE MEDIENINDUZIERTEN DIFFERENZEN ZU KOMPENSIEREN? 7.4.3. WELCHE KOMPETENZEN BENÖTIGEN BERATER:INNEN UM IM SETTING DER VIDEO-BERATUNG ETRAGFÄHIGE BERATUNGSBEZIEHUNG ZU IHREN KLIENT:INNEN AUFZUBAUEN?	9595959699102103108116119122125126 EINE134135
7.1. ERKLÄRUNG ZUR VORARBEIT DES FORSCHUNGSDESIGNS (ANDREA BÜLOW) 7.2. FORSCHUNGSDESIGN (ANDREA BÜLOW) 7.2.1. EXPERT:INNENINTERVIEWS (ANDREA BÜLOW) 7.2.2. THEMENKOMPLEXE UND LEITFRAGEN: (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.3. AUSWERTUNG – KATEGORIEN (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 1. KATEGORIE: GEMEINSAMKEITEN MIT DEM FACE-TO-FACE-SETTING IN HANDLUNG UND PROZESS 2. KATEGORIE: VIDEO-BERATUNG: WAHRNEHMUNGSBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN – UNTERSCHIEDE ZUM FACE-TO-FACE SETTING 3. KATEGORIE: ANFORDERUNGEN AN KOMPETENZEN DER BERATENDEN IM VIDEO-SETTING 4. KATEGORIE: ZUKUNFT DER VIDEO-BERATUNG. 7.4. DISKUSSION (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER) 7.4.1. INWIEFERN ERGEBEN SICH MEDIENINDUZIERT DIFFERENZEN IN DER BEZIEHUNGSGESTALTUNG IM VERGLEICH ZUR FACE-TO-FACE-BERATUNG? 7.4.2. WIE GELINGT ES BERATER:INNEN, DIE MEDIENINDUZIERTEN DIFFERENZEN ZU KOMPENSIEREN? 7.4.3. WELCHE KOMPETENZEN BENÖTIGEN BERATER:INNEN UM IM SETTING DER VIDEO-BERATUNG ET RAGFÄHIGE BERATUNGSBEZIEHUNG ZU IHREN KLIENT:INNEN AUFZUBAUEN? 7.4.4. IMPLIKATIONEN FÜR DIE PRAXIS – HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	959595969999102103108116119122126 EINE134135139

8. FAZIT UND AUSBLICK (ANDREA BÜLOW, BARBARA KUNNER)	142
TABELLENVERZEICHNIS	147
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	148
LITERATURVERZEICHNIS/QUELLENVERZEICHNIS	149
ERKLÄRUNGEN	
ANHANG 1: ANSCHREIBEN EXPERT:INNEN	I
ANHANG 2: INFORMIERTE EINWILLIGUNG	II
ANHANG 3: INTERVIEWLEITFADEN	V
ANHANG 4: KODIERLEITFADEN	VI

Autorenschaft:

Vorliegende Arbeit wurde von Andrea Bülow und Barbara Kunner verfasst.

Das einleitende Kapitel, der Forschungsteil mit Auswertung und Diskussion der Forschungsergebnisse sowie Fazit und Ausblick wurden gemeinsam in enger Kooperation erstellt.

Die jeweilige Autorenschaft aller anderen Kapitel ist im Inhaltsverzeichnis hinter den Kapitelüberschriften vermerkt.

Hinweis:

Zur adäquaten Repräsentation aller Geschlechter wird in vorliegender Arbeit durchgehend der Doppelpunkt verwendet.

1. Einleitung (Andrea Bülow, Barbara Kunner)

"[...] the literature on interpersonal video communication is limited. This is odd. After all, the literature on Computer-Mediated Communication (CMC) is enormous. However, the bulk of this research focuses on what are essentially textually-mediated forms of communication. There are many of these 'textualities' to be found on the Web. [...] All these entail typing, not gazing; reading and not listening [...]"

(Harper/ Watson/ Licoppe 2017, S. 301f)

Anfangs skeptisch besuchten die Verfasserinnen vorliegender Thesis das Einführungsseminar zur Online-Beratung im F-Strang¹ des 3. Semesters des Studiengangs Beratung in der Sozialen Arbeit an der EHB. Der Fokus des Seminars lag auf schriftbasierter Beratung (Mail-Beratung) und bereits in der ersten Seminareinheit "fesselten" die Möglichkeiten dieses Online-Beratungsformats². Die Verfasserinnen lernten Mail-Beratung als eine Form der Beratung kennen, die, theorie- und erfahrungsgestützt neue Wege in der Beratungsarbeit geht und damit Menschen erreichen kann, denen der Zugang zur Präsenz-Beratung aus unterschiedlichen Gründen verschlossen ist. Im Zuge der Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen von Online-Beratung sowie sozialpsychologischen Aspekten der Internetkommunikation stellte sich jedoch heraus, dass neben dem Format der Mail-Beratung mit der Video-Beratung ein audiovisuelles Online-Beratungsformat existiert, dem bislang in der Literatur, zumindest den Beziehungsaufbau in der Beratung betreffend, relativ wenig Aufmerksamkeit zuteil wurde, da unter dem Oberbegriff "Online-Beratung", wie auch das obenstehende Zitat zeigt, in erster Linie die schriftgestützte Mail-Beratung verstanden wird. Es entstand das Bedürfnis, die immer noch relativ "magere" Studienlage das Format der Video-Beratung betreffend zu erweitern. Gerade auch in der aktuellen Situation der Corona-Pandemie, die es derzeit und anzunehmender weise auch in näherer Zukunft unabdingbar macht, Beratungsgeschehen zumindest in Teilen in den Online-Bereich zu überführen, erscheint es den Verfasserinnen relevant, diesem Beratungsformat und insbesondere der Beratungsbeziehung im Video-Setting Aufmerksamkeit zu schenken. Die Datenlage durch empirische Forschung zu aktualisieren bzw. zu erweitern und die Möglichkeiten der Gestaltung der

¹ Praxisorientierte Fallarbeit

² So wurde bspw. die Annahme, k\u00f6rpersprachliche Hinweise seien unabdingbar sowohl f\u00fcr erfolgreichen Beziehungsaufbau als auch zielf\u00fchrende Beratungsarbeit, bereits innerhalb der ersten Seminareinheit relativiert.

Beratungsbeziehung in der Video-Beratung mit ihren jeweiligen Chancen und Risiken, bzw. Vor- und Nachteilen zu verdeutlichen, ist ein Vorhaben, welches lohnend erscheint.

Folgende Forschungsfrage(n) wurde(n) formuliert:

Hauptfrage:

Welche Kompetenzen benötigen Berater:innen um im Setting der Video-Beratung eine tragfähige Beratungsbeziehung zu ihren Klient:innen aufzubauen?

Unterfragen:

- Inwiefern ergeben sich medieninduziert Differenzen in der Beziehungsgestaltung im Vergleich zur Face-to-Face-Beratung?"
- Wie gelingt es Berater:innen die medieninduzierten Differenzen zu kompensieren?

Das zweite Kapitel widmet sich nach Definitionen des Begriffs Beratung und der Abgrenzung zwischen Psychotherapie und Beratung, einem Überblick zur Beratungsforschung sowie der Frage nach Wirkfaktoren der Beratung und der Beratungsbeziehung im Faceto-Face-Setting und in diesem Kontext bedeutsamen Faktoren. Abschließend erfolgen Erläuterungen zur Bindungstheorie und deren Relevanz für die Beratungsbeziehung.

Im dritten Kapitel erfolgt zum Verständnis kopräsenter kommunikativer Prozesse als Grundlage von Beratungshandeln zunächst die Vorstellung in den Augen der Verfasserinnen relevanter Kommunikationstheorien, sowie die Erläuterung nonverbaler Kommunikation als integraler Bestandteil kommunikativen Handelns. Da medienvermittelte Kommunikation erhebliche gesellschaftliche Bedeutung erhalten hat, folgen den kommunikationstheoretischen Ausführungen neben medientheoretischen Einlassungen die Erläuterung weiter und enger Medienbegriffe, sowie Definitionen von Medienkategorien.

Kapitel vier nimmt unter Einbezug der in Kapitel drei vorgestellten Medienkategorien Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse in den Fokus, da diese Kommunikationsbedingungen und Kommunikationspraxen und damit auch Beratungsprozesse beeinflussen und verändern. Am Beispiel der Smartphone-Nutzung werden die Auswirkungen der Digitalisierung auf Handlungspraxis und Identitätskonstruktion der Nutzer:innen, sowie die Bindung zwischen Subjekt und (technischem, digital vernetztem) Objekt thematisiert.

Das fünfte Kapitel wird eingeleitet durch einen Abriss zur Geschichte von Online-Beratung, dem die Vorstellung von Online-Beratungssettings und Theorien zu

computervermittelter Kommunikation folgt. Sich aus dem digitalen Setting ergebende ethische Fragestellungen, (Datenschutz)-rechtliche Aspekte, sowie Definitionen von Qualitätskriterien werden abschließend erläutert.

Im sechsten Kapitel wird zunächst das Format der Audiovisuellen Fernkommunikation auf Grundlage des derzeitigen Forschungsstandes erläutert. Medieninduzierte Spezifikationen der Interaktion werden im Anschluss vorgestellt. Es folgt eine Definition der Video-Beratung, sowie ein kurzer Überblick zum Forschungsstand in Video-Therapieund -Beratung mit Fokus auf die Beratungsbeziehung.

Den Abschluss des theoretischen Teils der Thesis bilden Überlegungen zur Video-Beratung in Zeiten der Corona-Pandemie, sowie Handlungsempfehlungen für Berater:innen.

Das siebte Kapitel beschreibt den empirischen Teil vorliegender Thesis in Form einer qualitativen Forschung vermittels Expert:inneninterviews. Es wird eingeleitet durch Einlassungen zur geplanten Vorgehensweise sowie die Beschreibung des letztlich gewählten Forschungsdesigns. Im Anschluss folgen Auswertung und Diskussion der sich aus der theoretischen und empirischen Bearbeitung der Forschungsfragen ergebenden Erkenntnisse zur Beratungsbeziehung in Face-to-Face und Video-Beratung.

Kapitel acht schließt die Thesis mit einem Fazit und einem Ausblick auf die Zukunft der Video-Beratung ab.

7

2. Beratung (Barbara Kunner)

Das Kapitel "Beratung" wird eingeleitet mit einer Definition von Beratung und geht auf Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Überschneidungen zwischen Beratung und Therapie ein, um zu klären, ob und inwiefern Erkenntnisse der Therapieforschung auf die Beratung im Rahmen dieser Arbeit übertragbar sind. Der aktuelle Stand der Beratungsforschung wird ebenso erläutert wie allgemeine Wirkfaktoren in der Beratung. Ausführlich werden Aspekte der Beratungsbeziehung und der Bindung behandelt. Es soll geklärt werden, was unter "Beratungsbeziehung" verstanden werden kann, welche Relevanz diese für die Beratung hat und welche weiteren Begriffe für diese spezifische Beziehung noch geläufig sind. Von Interesse ist zudem die Frage, woran erkennbar ist, dass eine Beratungsbeziehung tragfähig ist und wie diese von der/dem Berater:in aufgebaut und erhalten werden kann.

2.1. Definition Beratung

Die vorliegende Definition von Beratung ist der Versuch, die Vielseitigkeit und Facettenhaftigkeit des Begriffs Beratung darzustellen. Die Autorinnen beabsichtigen, die für die vorliegende Arbeit relevanten Aspekte aufzugreifen – ein Anspruch auf Vollständigkeit kann jedoch allein schon aufgrund des Umfangs der Thematik nicht bestehen.³

"Beratung ist nicht einfach nur etwas, was zwischen zwei Menschen stattfindet, sondern auch eine gesellschaftliche Institution, die in die Kultur der modernen Industriegesellschaften eingebettet ist. Beratung ist historisch gesehen eine verhältnismäßig junge Tätigkeit, Disziplin oder Beruf" (McLeod 2004, S. 25). ⁴

Um Beratung zu definieren, bedarf es zunächst der Abgrenzung professioneller Beratung von der Alltagsberatung. Alltäglich suchen Menschen Rat und beraten in ihrem persönlichen Beziehungsgeflecht. Davon grenzt sich die Professionelle Beratung durch ihre

³ Eine sehr umfassende Ausführung zum Beratungsverständnis liefert die DGfB (Deutsche Gesellschaft für Beratung e.V.) mit dem Ziel der fachlichen Fundierung und der Qualitätssicherung von Beratung. In neun Dimensionen wird das Beratungsverständnis dargelegt. Diese umfassen neben dem Fachverständnis, sowie Tätigkeitsfeldern und Aufgaben von Beratung, das Vertrauensverhältnis und die Beratungsbeziehung, die Wert- und Zielorientierung, Standards für die Qualifikation von Beratungsfachkräften, die wissenschaftliche Fundierung der Beratungskonzepte, das Beratungswissen/Expertenwissen die Qualitätssicherung und Evaluation sowie die Organisation (vgl. Deutsche Gesellschaft für Beratung/ German Association for Counseling e. V.).

⁴ Siehe zur Geschichte der Beratung z.B. McLeod 2004, S. 37-59.

theoretischen Bezüge, ihr methodengeleitetes Vorgehen, ihr institutionalisiertes sowie ihr festgelegtes raumzeitliches Setting und ihre Beratungsfelder ab (vgl. Engel/ Nestmann/ Sickendiek 2007, S. 34; Nestmann 2007, S. 549).

Im Sinne einer "Doppelverortung von Beratung" benötigen professionelle Berater:innen sowohl feldabhängiges Fachwissen (bspw. Drogenberatung) als auch feldübergreifende Beratungskompetenzen. Sie müssen u.a. eine tragfähige Beratungsbeziehung aufbauen und gestalten sowie Interventionen innerhalb des rechtlichen Rahmens und situationsangemessen einsetzen können (vgl. Engel/ Nestmann/ Sickendiek 2007, S. 35). Steinebach führt eine tragfähige Beratungsbeziehung als Grundlage jeder Beratung und damit einhergehend der gemeinsamen Arbeit an Lösungen für herausfordernde Lebenssituationen der Klient:innen an (vgl. Steinebach 2003, S. 138f.). Abplanalp et al. konkretisieren: "Die persönlich-symmetrische und zugleich formal-hierarchische Beziehung ist eines der prägendsten Strukturmerkmale professioneller Beratung" (Abplanalp et al. 2020, S.108).

Großmaß und Püschel heben zudem die interdisziplinäre Ausrichtung professioneller Beratung hervor:

"Beraterisches Handeln bedarf einer kritischen Distanzierung, um Voraussetzungen, Handeln und Wirkungen aus der Alltagsroutine zu lösen und aus der Sicht unterschiedlicher Disziplinen reflektieren zu können. Als Professionelle Praxis greift Beratung auf ein breites Spektrum von sozialwissenschaftlichen Theorien und empirischen Ergebnissen zurück" (Großmaß/ Püschel 2010, S. 21).

Die Autorinnen benennen zudem Beratungsanlässe- und Ziele und betonen, dass Berater:innen ressourcenaktivierend und personenzentriert vorgehen:

"Beratung hilft den individuellen Akteuren dabei, mit den sozialen Anforderungen gesellschaftlicher Institutionen zurechtzukommen, und sie tut dies personenzentriert. Ausgangspunkt jeder Beratung sind die Orientierungsbedürfnisse der Klienten und Klientinnen, die Fragen, die sie stellen, die Schwierigkeiten, die sie zum Thema machen, und die emotionalen Konflikte, die sie zum Ausdruck bringen. Die individuelle Psyche, die Wahrnehmungen und das Erleben der Einzelnen stehen im Zentrum von Beratungsprozessen; sie gilt es in einer Weise zu verstehen, die Vertrauen schafft und offen macht für einen veränderten Blick auf sich, die soziale Realität und die eigenen Ressourcen" (Großmaß/ Püschel 2010, S. 27).

Pallasch und Kölln konstatieren den interaktiven Charakter und erweitern die Definition um den Aspekt der Freiwilligkeit in der Beratung:

9

"In einem kooperativen Beratungsprozess suchen Berater und der freiwillig erscheinende Ratsuchende unter Sachdominanz gemeinsam und gezielt nach Lösungen für ein eingegrenztes Problem" (Pallasch/ Kölln 2009, S. 26).

Weiterhin kann Beratung schriftlich oder mündlich erfolgen, einmalig oder mehrmalig, im Einzel- oder Gruppensetting. Zentral ist das kommunikative Moment, es bezieht sich sowohl auf verbale wie nonverbale Anteile (vgl. Steinebach 2003, S. 138f.). Beide haben entscheidende Auswirkungen auf den Beratungsprozess.

"Das grundsätzliche Ziel einer jeden Beratung ist die "Hilfe zur Selbsthilfe"" (Nußbeck 2019, S. 99) die kognitive und emotionale Neubewertungen ermöglichen soll und die Handlungsmöglichkeiten der Klient:innen erweitern hilft (vgl. Steinebach 2003, S. 138f.).

Nachdem in diesem Abschnitt eine Definition zum Begriff Beratung erarbeitet wurde, soll im Folgenden näher auf die Unterschiede und Überschneidungen zwischen Psychotherapie und Beratung eingegangen werden.

2.2. Abgrenzung von Psychotherapie und Beratung

Beratung und Psychotherapie haben einerseits eine große Nähe sind jedoch unterschiedlich eingebunden und organisiert (vgl. Engel/ Nestmann/ Sickendiek 2007, S. 37). Beide Hilfeformen zeichnen sich durch eine Beziehungsgestaltung aus, die Klient:innen bzw. Patient:innen im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe unterstützen soll, ihr Leben wieder selbstbestimmt zu gestalten (vgl. Stimmer/ Ansen, 2016, S. 42). In beiden Bereichen arbeiten zumeist: Psycholog:innen, Pädagog:innen, Mediziner:innen und Sozialpädagog:innen mit Klient:innen bzw. Patient:innen an deren zwischenmenschlichen Beziehungen und Konflikten die kommunikativ bearbeitet werden. Die theoretischen und methodischen Grundlagen beider Disziplinen liegen in der Psychoanalyse, der Gesprächstherapie, der Gestalt- oder der Verhaltenstherapie (vgl. Nußbeck 2019, S. 21). Beiden liegt ein ähnliches Verständnis zur Entstehung und Veränderung von Problemsituationen zugrunde. In der Beratung werden vielfach (modifizierte) Konzepte aus der Psychotherapie eingesetzt. Hoff und Zwicker-Pelzer merken hierzu kritisch an, dass aus aktueller beratungswissenschaftlicher Sicht die therapeutischen Konzepte häufig die kontextuelle Eingebundenheit vermissen lassen, die in der Beratung einen wichtigen Stellenwert hat (vgl. Hoff/ Zwicker-Pelzer 2015, S. 149). Ebenso wie eine Therapie ist auch der

10

Beratungsprozess gekennzeichnet durch grundlegende Handlungsmuster der Diagnostik, Intervention und Evaluation (vgl. Nußbeck 2019, S. 19 ff.).

Unterschiede zwischen Therapie und Beratung zeigen sich u.a. im Veränderungsprozess, der in der Psychotherapie zentraler Bestandteil ist und in der Beratung häufig (erst) nach der Beratung erfolgt (vgl. Hoff/ Zwicker-Pelzer 2015, S. 148). Die Psychotherapie wird stark reguliert, insbesondere durch das Psychotherapeutengesetz und orientiert sich am medizinischen Modell: Diagnostik, Indikationsstellung und die Heilung von psychischen Erkrankungen bilden die Hauptmerkmale (vgl. Engel/ Nestmann/ Sickendiek 2007, S. 37). Menschen mit psychischen Erkrankungen kommen jedoch auch in die Beratung, so dass Berater:innen Kenntnis zu Störungen mit Krankheitswert haben sollten, um diese Klient:innen ggf. an geeignete Stellen zu verweisen (vgl. Hoff/ Zwicker-Pelzer 2015, S. 148). Psychotherapeuten verfügen zumeist über eine Approbation und eine Finanzierungsmöglichkeit über die Krankenkassen (vgl. Nußbeck 2019, S. 21). Beratung zeichnet sich demgegenüber durch ihren größtenteils niedrigschwelligen Zugang, einer Fokussierung auf präventive und entwicklungsorientierte Angebote sowie ihr eklektisches Vorgehen aus (vgl. Engel/ Nestmann/ Sickendiek 2007, S. 37). Darüber hinaus nehmen Ratsuchende Beratung in Entscheidungssituation oder zur Kompetenzerweiterung in Anspruch. Die Beratungsleistung ist für die/den Klient:in zumeist kostenfrei und die Beratungsstellen befinden sich häufig in kirchlicher oder öffentlicher Trägerschaft (vgl. Nußbeck 2019, S. 19 ff.).

Eine Übersicht von Nestmann (2002), zitiert in Kupfer zeigt fünf häufig genannte Modelle zum Verhältnis von Beratung und Psychotherapie:

- 1. Nach dem Kongruenzmodell gibt es keinen grundlegenden Unterschied zwischen Therapie und Beratung. Grundlage dieser Annahme ist u.a., dass viele Berater:innen psychotherapeutische Zusatzausbildungen haben.
- 2. Im Differenzmodell werden Therapie und Beratung voneinander abgegrenzt und verschiedene Interventionsformen angenommen.
- 3. Das Ablegermodell betrachtet Beratung als "Kleine Psychotherapie", der die gleichen Konzepte wie der Psychotherapie zugrunde liegen, mit Hilfe derer jedoch weniger starke Störungen behandelt bzw. Probleme weniger tiefgreifend und zumeist in kürzerer Dauer bearbeitet werden können. Die Aus- und Weiterbildung der Berater:innen erfolgt häufig durch Psychotherapeuten:innen.
- 4. Das Integrationsmodell fasst Beratung als Teil von Psychotherapie, z.B. in Form von Psychoedukation auf.

5. Das Überschneidungsmodell bezeichnet Nestmann als "realitätsangemessenstes" Modell. Beratung und Therapie weisen jeweils eigene Wissenschafts- und Praxisbereiche auf (z.B. Traditionen, Funktionen, professionelles Selbstverständnis etc.), haben jedoch in den meisten Bereichen Ähnlichkeiten und es kommt zu Überschneidungen. Beratung und Therapie werden als Pole von Kontinuen beschrieben, die sich z.B. in den Bereichen Anlässe, Organisationsform oder Setting etc. einerseits durch gemeinsame Schnittstellen und anderseits durch ihre Positionierung zur einen oder anderen Seite abgrenzen (vgl. Nestmann 2002 zitiert in Kupfer 2015, S. 45 ff.).⁵

Dörrich hat sich im Rahmen ihrer Masterarbeit speziell mit der Übertragbarkeit der Wirkfaktoren der Psychotherapie nach Grawe auf die Beratung befasst. Nach einer umfassenden Gegenüberstellung beider Disziplinen und der intensiven Analyse der Wirkfaktoren, zieht sie die Schlussfolgerung, dass die Ähnlichkeiten beider Hilfeformen für den spezifischen Bereich der Wirkfaktoren eine Übertragbarkeit zulässt (vgl. Dörrich 2017, S. 76 ff.). Behr et al. resümieren:

"Zusammenfassend bestehen zwischen Beratung und Psychotherapie gewisse Unterschiede, vor allem aber Gemeinsamkeiten. Therapien können hohe Beratungsanteile haben, z.B. zeitlich begrenzt, informationsbezogen und lösungsorientiert sein, aber auch tiefgreifende Veränderungsprozesse in Gang setzen. Beratungen haben manchmal einen eher formellen und informativen Charakter, psychische Veränderungsprozesse stehen dann weniger im Vordergrund. In anderen Fällen erreichen sie aber auch, ähnlich wie erfolgreiche Psychotherapien, eine bedeutsame Veränderung der Selbststruktur. Es handelt sich im Kern um die Förderung derselben psychischen Prozesse [...]" (Behr et. al. 2017, S. 212).

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die Autorinnen, aufgrund der Ähnlichkeit und der vielfältigen Überschneidungen zwischen Therapie und Beratung, von einer grundsätzlichen Übertragbarkeit der Erkenntnisse aus der Psychotherapierforschung auf die Beratung ausgehen.

Nach dieser kurzen Abhandlung zu Unterschieden, Überschneidungen und Gemeinsamkeiten der Beratung und der Psychotherapie wird im folgenden Abschnitt der Fokus auf dem Thema Beratungsforschung und der Relevanz dieser liegen.

⁵ Stimmer und Ansen (2016, S. 42) sehen Therapie und Beratung ebenfalls als Pole eines Kontinuums, Boeger (2018, S. 16) spricht von fließenden Übergängen ebenso Dietrich (1991, S. 11), er ergänzt zudem mit den Begriffen Deckung und Überlappung.

2.3. Beratungsforschung

"Auf dem Gebiet der Beratung und Psychotherapie wurde, insbesondere in den letzten 30 Jahren, sehr viel Forschung betrieben. Die Existenz all dieser Forschungsarbeiten weist allerdings scheinbar auch auf ein Paradox hin: Während die therapeutische Beziehung privater Natur ist und auf absoluter Vertraulichkeit der übermittelten Informationen basiert, beruht der wissenschaftliche Forschungsprozess auf einem externen Zugang zu Informationen. Doch genau diese versteckte oder verborgene Dimension von Beratung und Therapie ist es, die Forschung so unerlässlich gemacht hat. Schließlich soll durch gute Forschungsarbeiten ein besseres Verständnis für die von Therapeuten, Beratern und Klienten erlebten Prozesse und Ereignisse ermöglicht werden, sodass professionelle Helfer voneinander lernen können" (McLeod 2004, S. 420).6

McLeod spricht das Paradoxon an, einen Bereich zu erforschen, der durch Vertraulichkeit gekennzeichnet ist, dies stellt die Beratungsforschung vor besondere Herausforderungen. Berater:innen müssen Sorge tragen, dass Klient:innen im potenziell risikobehafteten Prozess der Beratung kein Schaden entsteht. Forschung in diesem sensiblen Bereich kann Klient:innen mit schmerzhaften Gefühlen konfrontieren, zudem werden evtl.
persönliche Daten weitergegeben und die Beratungsbeziehung kann durch den Forschungsprozess beschädigt werden (vgl. McLeod 2004, S. 434).

Nicht nur aus genannten Gründen kann der Bereich der Beratungsforschung als noch ausbaufähig bezeichnet werden. Es fehlt zudem häufig an Berater:innen, die entsprechende Veröffentlichungen rezipieren. Gleichzeitig verfügen die Beratungsfachkräfte über ein großes Praxiswissen, doch auch eigens entwickelte Beratungskonzepte fehlen zumeist. Als Resultat werden häufig Studien zur Wirksamkeit aus der Psychotherapieforschung auf die Beratung übertragen. Nußbeck merkt hierzu an, dass dieses Vorgehen aufgrund der unterschiedlichen Klientel, der unterschiedlichen Zugänge sowie der Interdisziplinarität der Beratung durchaus kritisch zu betrachten ist (vgl. Nußbeck 2019, S. 199). Daher betonen auch Hoff und Zwicker-Pelzer die Problematik der Übertragbarkeit der Ergebnisse der Wirkfaktorenforschung der Psychotherapie auf die Beratung. Unter Beachtung der schulenspezifischen Denkrichtungen der Beratung, befürworten sie

⁶ McLeod bezieht sich hier insbesondere auf den englischsprachigen Raum (UK). In Deutschland wird Beratung nicht als eigenständige Profession aufgefasst, was eine Lücke zwischen Wissenschaft und Praxis zur Folge hat. In der Praxis bewährten Angeboten fehlt vielfach der wissenschaftliche Unterbau (vgl. Warschburger 2009, S. 55).

jedoch die Nutzung der Ergebnisse der Therapieforschung (vgl. Hoff/ Zwicker-Pelzer 2015, S. 150).

Im einleitenden Zitat von McLeod betont er die Relevanz der Beratungsforschung für professionelle Entwicklungen der Berater:innen und für die Qualitätsentwicklung der Hilfeleistung (vgl. McLeod 2004, S. 419f.). Auch Heiner betont:

"Wenn Beratung "wissenschaftlich" begründet, nicht beliebig in das Ermessen einzelner Berater gestellt ist und sich von gekonnter Alltagsberatung abhebt, muss sie sich wissenschaftlicher Überprüfung stellen. Unterschiedliche Wege zu Wissen über Konzepte und Wirkfaktoren zu kommen, können genutzt werden, auch Erfahrungswissen kann wichtige Erkenntnisse liefern. Allerdings muss ein Mindestmaß an Forschungskriterien erfüllt sein" (Heiner 2004 zitiert in Nußbeck 2019, S. 130).

In der Beratungsforschung sind insbesondere die Ergebnis- und Evaluationsforschung sowie die Prozessforschung zu nennen. Erstgenannte überprüft, ob eine Beratung für eine ratsuchende Person hilfreich war. Die Prozessforschung soll identifizieren oder messen, welche Beratungselemente eine Veränderung bewirkt haben (vgl. McLeod 2004, S. 422-426). Daten in der Beratungsforschung werden durch Beobachtungen erhoben (vgl. Nußbeck 2019, S. 131). Jedoch lassen sich Beratungssituationen "nicht so standardisieren, dass die Wirkung allein auf das dahinter liegende Konzept zurückgeführt werden kann" (ebd.). Alternative Erklärungen für eine erfolgreiche Beratung lassen sich somit nicht ausschließen.⁷ Auch verändern sich psychosoziale Probleme der Ratsuchenden oder verschwinden teilweise ohne die Inanspruchnahme von Beratung (vgl. ebd., S. 132).

In der Forschung finden sich wenige Erkenntnisse zur Gestaltung der Beratungsbeziehung. Gahleitner merkt an, dass die wenigen Erkenntnisse zur inhaltlichen Gestaltung zudem "alltagsorientiert" anmuten, was sie jedoch vor dem Hintergrund, dass Klient:innen Beziehungen aufgrund ihrer Alltagserfahrungen beurteilen, nicht verwundert (vgl. Gahleitner 2017, S. 74):

"Aspekte wie Vertrauen, Einfühlungsvermögen, Sympathie, Ansprechbarkeit, genug Zeit, die Fähigkeit zum Aufzeigen von Lösungsmöglichkeiten bei Problemen, Respekt, gutes Zuhören und Offenheit schätzen sie [die Forscher:innen; Anm. d. V.] aus dieser Perspektive als bedeutsame Kompetenzen für eine gelungene Gestaltung einer therapeutischen Beziehung ein" (Gahleitner 2017, S. 74f.)

_

⁷ siehe hierzu Abschnitt 2.4. Wirkfaktoren

Norcross liefert einige empirisch gut abgesicherte Aspekte zur Gestaltung der Beratungsbeziehung:

"Dazu zählen ein gelungenes Arbeitsbündnis, Empathie, Übereinstimmung und Kooperation zwischen TherapeutIn und KlientIn, ein gelungenes Anpassen der therapeutischen Beziehung an den Widerstand des/der PatientIn, an die jeweilige Problematik und Bewältigungsstil" (Norcross 2002 zitiert in Gahleitner 2017, S. 75).

Als mittelmäßig belegte Aspekte können:

"Wertschätzung, Kongruenz, adäquates Feedback, Wiederherstellen der Beziehung nach Beziehungsbrüchen, Selbstöffnung, Handhabung der Gegenübertragung, Beziehungsreflexionen, gelungenes Anpassen der therapeutischen Beziehung an das Stadium der Veränderungen, an Entwicklungsstile, an Erwartungen und Präferenzen, Bindungsstile, Religiosität und Spiritualität, an kulturelle Spezifität und an eventuelle Persönlichkeitsstörungen" (Ackermann/ Hilsenroth 2003 zitiert in Gahleitner 2017, S. 75).

genannt werden.

Die Aussagen korrespondieren mit Staats: Therapeut:innen mit guten interpersonellen Fertigkeiten bauen festere Beziehungen zu ihren Klient:innen auf und erzielen bessere Therapieergebnisse⁸ (vgl. Staats, 2017, S. 11). Staats benennt auch kritische Stimmen zum Konzept der therapeutischen Beziehung: Es sei zu breit und die Nützlichkeit für die Forschung sei damit nicht mehr gegeben, zudem sei es kein eigener Wirkfaktor, sondern eher ein moderierender Faktor (vgl. Staats 2017, S. 20).

In vielfältigen Studien zeigt sich, dass die Beratungsbeziehung allein einen geringen direkten Einfluss auf einen positives Beratungsergebnis hat. Sie korreliert jedoch mit andern Prozessvariablen, welche wiederum positiv mit einem erfolgreichen Beratungsprozess einhergehen. Somit trägt eine vertrauensvolle Beratungsbeziehung signifikant zu einem konstruktiven Arbeiten der Interaktant:innen und damit zu einer erfolgreichen Beratung bei (vgl. Sachse 2006, S. 22).

Zu kritisieren ist nach Pfab, dass in den vielfältigen Ansätzen jeweils umfassende Ausführungen zum Verhalten der Berater:innen zu finden sind, jedoch nicht zur Beziehung sowie zur Interaktion zwischen Klient:in und Berater:in (vgl. Pfab 2020, S. 166).⁹

⁸ Staats bezieht sich dabei auf Studien u.a. von Anderson; Crowley; Himawan; Holmberg und Uhlin (2016).
⁹ "Dies liegt auch daran, dass der Klient in Konzept- und Methodendarstellungen den Status einer Un-Person erhält, was seine interaktive Beteiligung angeht. Als Gegenstand der Beratung, als Fall, taucht er zwar überall auf, wenig aber als Interaktionsteilnehmer – und wenn, dann entweder als Akteur, der (in gelingender Kommunikation) auf alle Interventionen "passend" im Sinne des Ansatzes reagiert, oder als Akteur, getrieben von "Widerstand""(Pfab 2020, S. 166).

Um zu erfassen, welche Faktoren zur Wirksamkeit von Beratung beitragen, werden im nachfolgenden Abschnitt die Wirkfaktoren der Therapie (und Beratung) erläutert.

2.4. Wirkfaktoren

Zur Wirksamkeit der Beratung liegen nur wenige empirische Studien vor, weder national noch international wird eine intensive Beratungswirkungsforschung verfolgt (vgl. Kupfer 2015, S. 59). Beushausen zufolge muss daher (noch) auf die Bezugsdisziplinen rekurriert werden. Er zitiert Schneider, der Wirkung wissenschaftstheoretisch als "das Ergebnis einer Ursache, einer Kausalität" betrachtet (Schneider 2011 zitiert in Beushausen 2016, S. 225). Beushausen merkt an, dass sich im Bereich der Sozialen Arbeit Kausalität nicht herstellen lässt (vgl. Beushausen, 2016, S. 225):

"Die Frage der Wirksamkeit wird beeinflusst von vielfältigen, komplexen Bedingungen und ist somit letztlich nicht berechenbar. Sie kann nur unter Angabe bestimmter Kontext- und Prozessbedingungen beantwortet werden" (ebd.).

Warschburger konstatiert: "Das genaue Verständnis der Wirkfaktoren ist grundlegend für die Etablierung einer evidenzbasierten Beratungspraxis" (Warschburger 2009, S. 64).

Eine Vielzahl an Studien und Metastudien konnte nur geringe Wirkungsdifferenzen zwischen verschiedenen Schulen und Techniken bestimmter Therapie- und Beratungsrichtungen belegen (vgl. Kupfer 2015, S. 62f.). Diese Erkenntnis wurde auch unter dem sog. "Dodo-Bird-Verdict" oder "Dodo-Bird-Prinzip" bekannt¹⁰ (vgl. Warschburger 2009, S. 66). Assay und Lambert gehen von strukturellen Gemeinsamkeiten verschiedener Verfahren, allgemeinen Wirkfaktoren (Common Factors) aus (vgl. Kupfer 2015, S. 64): Sie benennen vier allgemeine Wirkfaktoren der Therapie/Beratung. Den größten Anteil nehmen Extratherapeutische Faktoren bzw. Merkmale des/der Klient:in mit 40% ein. Dies können beispielsweise Persönlichkeitsmerkmale, ein Veränderungswunsch und persönliche Ressourcen sein. Den zweitgrößten Anteil nimmt die Beratungsbeziehung bzw. die Therapeutische Beziehung mit 30 % ein.

¹⁰ "In 1936, Rosenzweig realized that each of the advocates were singing the same refrain and used an Alice in Wonderland metaphor to refer the equivalence in outcomes: ,At last the Dodo said, >Everybody has won, and all must have prizes.<´The general equivalence of outcomes in psychotherapy has now been firmly labeled as the Dodo Bird effect" (Wampold 2009 zitiert in Kupfer 2015, S. 63).

Jeweils 15% verteilen sich auf (positive) Erwartungen & Placebo-Effekte sowie therapeutische/beraterische-Methoden & Techniken (vgl. Asay/ Lambert, 1999, S. 30ff.; Warschburger 2009, S. 72).

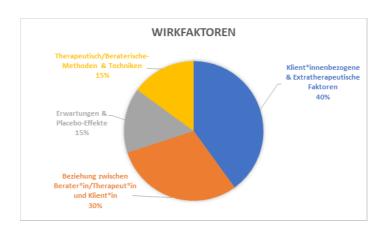


Abbildung 1: Wirkfaktoren (eigene Darstellung nach Assay & Lambert, 1999)

Die allgemeinen Wirkfaktoren zählen "zu den stärksten Prädiktoren des Beratungsergebnisses […] und [können] mehr Varianz aufklären als die spezifischen Techniken" (Warschburger 2009, S. 72).

Grawe wertete Studien aus, auf deren Basis er Wirkfaktoren (therapeutische Wirkprinzipien) benannte (vgl. Boeger 2018, S. 24). Die vier therapeutischen Wirkprinzipien nach Grawe sind:

- Ressourcenaktivierung (Orientierung an den Ressourcen der Ratsuchenden)
- Problemaktualisierung (Probleme werden im Hier und Jetzt bearbeitet)
- Aktive Hilfe zur Problembewältigung (aktive Unterstützung der Ratsuchenden)
- Therapeutische Klärung (Klient:innenverhalten- und erleben ergründen),

diese sind eingebettet in eine tragfähige Beziehung (vgl. Grawe 1995 zitiert in Beushausen 2016, S. 226 f.; Boeger 2018, S. 24f.; Kupfer 2015, S. 67).

Ähnlich wie Grawe macht auch Frank die Wirksamkeit von Beratung und Therapie nicht primär an ihren Inhalten und Theorien, sondern an ihren (positiven) Wirkungen fest (vgl. Boeger 2018, S. 24)¹¹.

17

¹¹ Für einen ausführlichen Überblick zur Konzeptualisierung allgemeiner Wirkfaktoren, siehe Kupfer 2015, S. 65-92. In einem umfassenden Taxonomie-Projekt haben Pfammatter et al. Zusammenhänge zwischen den allgemeinen Wirkfaktoren und spezifischen Techniken analysiert, siehe Pfammatter et al. 2012, S. 17-31

Beratung ermöglicht es Klient:innen neue Erfahrungen durch neue Lernchancen, neues Fühlen, Denken und Handeln, kombiniert mit der Hoffnung auf Besserung zu machen. Positiv verstärkend wirken sich Erfolgserlebnisse und eine tragfähige Beratungsbeziehung auf den Beratungsprozess aus (vgl. Frank 1961 zitiert in Nestmann 2007, S. 790).

"Die besten Therapieergebnisse zeigen sich, wenn Therapeutinnen als vertrauenswürdig, zuverlässig und unterstützend wahrgenommen werden und ihnen ein einfühlsames, verständnisvolles und wertschätzendes Verhalten zugeschrieben wird" (Grawe, 2004 zitiert in König 2018, S. 93).

König zieht hier die Parallele zwischen dem feinfühligen Verhalten der Bindungsperson und den unspezifischen Wirkfaktoren der Psychotherapie. "Dies korrespondiert mit der bindungstheoretischen Annahme, dass die therapeutische Beziehung die Kriterien einer Bindungsbeziehung erfüllen und im therapeutischen Prozess eine zentrale Rolle spielen sollte" (König 2018, S. 93)¹².

Neben Klient:innenvariablen, wie positiven Erwartungen, Hoffnung und eigene aktive Hilfesuche beeinflussen auch Berater:innenvariablen, wenn auch in einem deutlich geringeren Umfang, die Wirksamkeit von Beratung (vgl. Kupfer 2015, S. 67, S. 84). ¹³ In zahlreichen Studien und Meta-Studien ¹⁴ konnte belegt werden, dass Berater:innen unterschiedlich erfolgreich agieren (vgl. Warschburger 2009, S. 67). Untersucht wurden u.a. soziodemographische Variablen wie "Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit, die therapeutische Orientierung, persönliche Überzeugungen oder Variablen des sozialen Einflusses" (ebd.). Die Berater:innen-Variablen Alter und Geschlecht haben keinen signifikanten Einfluss auf die Beratung. Eine Ähnlichkeit zwischen Berater:innen und Klient:innen scheint sich positiv auf die Beratung auszuwirken (vgl. Cornier & Hackney zitiert in Warschburger 2009, S. 68). Erfolgreiche Berater:innen verfügen zudem über: "ein höheres Maß an allgemeiner emotionaler Anpassung sowie über eine stärkere Fähigkeit zur Selbstmitteilung" (McLeod 2004, S. 448). Weitere Variablen zur Berater:innenpersönlichkeit wie z.B. seelische Gesundheit oder Offenheit und Objektivität, zeigten wenig bis keine Auswirkungen (vgl. Cornier & Hackney zitiert in Warschburger 2009, S. 68).

¹³ Da in der vorliegenden Arbeit der Fokus der empirischen Erhebung auf der Berater:innenseite liegt, wird dieser ausführlicher behandelt.

¹² Siehe vertiefend hierzu Abschnitt 2.6. Bindung.

¹⁴ Warschburger nennt u.a. Crits-Christoph; Baranackie & Kurcias 1991; Luborsky, McLellan, Diguer, Woody & Seligmann 1997.

Wird die Beratungsperson selbst als eigenständige Wirkvariable betrachtet, können die sechs von McLeod aufgeführten und aus Forschungsarbeiten abgeleiteten Kompetenzen, über die Berater:innen verfügen sollten, eine gute Orientierung bieten (vgl. McLeod 2004, S. 443):

Kompetenzbereich	Beschreibung
Interpersonale Fertigkeiten	Kompetente Berater:innen sind in der Lage, die folgenden Fertigkeiten angemessen zu zeigen: Zuhören, Kommunikation, Empathie, Präsenz, Bewusstsein über nonverbale Kommunikation, Sensibilität gegenüber der Stimmqualität, Eingehen auf das Ausdrücken von Gefühlen, Ausbalancieren der Gesprächsanteile, zeitliche Strukturierung, Einsatz von Sprache.
Persönliche Überzeugungen und Einstellungen	Fähigkeit, andere zu akzeptieren, Glaube an das Veränderungspotenzial, Bewusstsein über ethische und moralische Wahlmöglichkeiten. Sensibilität gegenüber Werten, die von der/dem Klient:in bzw. Berater:in selbst vertreten werden.
Konzeptionelle Fertigkeiten	Fähigkeit, die Probleme der/des Klient:in einschätzen und verstehen zu können; die weiteren Konsequenzen von Handlungen abzuschätzen; vorhandene Probleme in ein breiteres konzeptionelles Schema einzuordnen; sich Informationen über die/den Klient:in zu merken. Kognitive Flexibilität. Problemlösefähigkeit.
Persönliche Integrität	Keine persönlichen Bedürfnisse oder irrationale Überzeugungen zu haben, die sich destruktiv auf die therapeutische Beziehung auswirken können; Selbstbewusstsein; Fähigkeit, starke oder unangenehme Gefühle gegenüber Klient:innen zu tolerieren; sichere persönliche Grenzen; Fähigkeit, ein/e Klient:in zu sein. Keine gesellschaftlichen Vorurteile haben, ebenso wenig Ethnozentrismus oder autoritäres Verhalten an den Tag legen.
Beherrschung der therapeuti- schen Techniken	Wissen, wann und wie bestimmte Interventionen durchzuführen sind; Fähigkeit, die Effektivität von Interventionen einzuschätzen; die Grundlagen der jeweiligen Techniken verstehen; über ein ausreichend breites Repertoire an Interventionen verfügen.
Fähigkeit, soziale Systeme zu verstehen und mit ihnen zu ar- beiten	Beinhaltet die Kenntnis der Familien- und Arbeitsbeziehungen der/des Klient:in; den Eindruck der Beratungseinrichtung auf die/den Klient:in; die Fähigkeit, Unterstützungsnetzwerke und Supervision in Anspruch zu nehmen. Sensibilität gegenüber den sozialen Welten der/des Klient:in, die/der ein anderes Geschlecht bzw. eine andere ethnische Zugehörigkeit, sexuelle Präferenz oder Altersgruppe haben kann.

Tabelle 1: Kompetenzbereiche von Berater:innen. McLeod 2004, S. 443

Im vorliegenden Abschnitt konnte gezeigt werden, wie Beratung wirkt und welche Wirkfaktoren den stärksten Einfluss haben. Ein Faktor mit einer hohen Relevanz für die Beratung ist die Beratungsbeziehung, diese soll im folgenden Abschnitt näher erläutert werden.

2.5. Beratungsbeziehung

Wie weiter oben beschrieben, gilt die Beratungsbeziehung als der am besten erforschte allgemeine Wirkfaktor (vgl. Warschburger 2009, S. 70). Stehle et al. merken an, dass die Komplexität und die Vielschichtigkeit der Beziehung zwischen Klient:in und Berater:in jedoch schwer erfassbar ist (vgl. Stehle et al. 2016, S. 121). Staats bezeichnet die Komplexität als "Voraussetzung für Vertrauen und Veränderung, als eigenständigen

Wirkfaktor und als das Spielfeld [...] auf dem die therapeutische Arbeit geschieht und reflektiert wird" (Staats 2017, S.25).

Eine optimale Beratungsbeziehung ist für Mahoney (1991)

"[...] geprägt durch Sicherheit, offene Entwicklungsmöglichkeiten und durch ein grundlegendes Interesse des Beraters für die Anliegen und Probleme des Klienten sowie die Beschäftigung damit. Ein aktiv erprobendes Handeln des Klienten soll ermöglicht werden. Der Klient erhält Gelegenheit, bewährte, aber auch neue Arten des Umgangs mit sich selbst und mit anderen, mit seiner Umgebung und seinen Problemen auszuprobieren" (Mahoney 1991 zitiert in Sickendiek et al. 2008, S. 152).

Sie ist zudem gekennzeichnet durch:

"[...] Fürsorge, Vertrauen und Hoffnung, sachdienliche, angemessene und korrekte Informationen und die Möglichkeit für den Klienten, sich über Ziele und Zukunftsvorstellungen wie auch persönliche Potenziale und Beschränkungen bewusst zu werden" (Peavy 1998 zitiert in Kupfer 2015, S. 74).

2.5.1. Definition

Zur Definition der Beratungsbeziehung bzw. der therapeutischen Beziehung greift Sachse eine "Arbeitsdefinition" von Otto et al. (2000) auf:

"Die therapeutische Beziehung ist eine Beziehung zwischen Therapeut und Klient, die zu einem therapeutischen Zweck vom Therapeuten aktiv gestaltet wird und endet, wenn der Zweck erfüllt ist oder wenn deutlich wird, dass er nicht erreicht werden kann" (Otto et al. 2000, zitiert in Sachse 2006, S. 9).

Auch wenn die professionelle Beratungsbeziehung Ähnlichkeiten zu privaten Beziehungen aufweist, gibt es doch einige bedeutsame Unterschiede: Beziehungen im privaten Umfeld sind eher auf Dauer angelegt und nicht zeitlich begrenzt, die Personen stehen in wechselseitiger Abhängigkeit voneinander und sind sich emotional nahe (vgl. Stimmer/ Ansen, 2016, S. 318).

Der zeitliche Rahmen der Beratungsbeziehung ist in der Regel klar begrenzt, sowohl bezogen auf die einzelne Sitzung als auch auf den Zeitraum des Beratungsprozesses (vgl. Sachse 2006, S. 10ff.).

Nach Sachse handelt es sich bei einer Beziehung um ein theoretisches Konstrukt, welches nicht direkt beobachtbar ist, sich jedoch aus der Interaktion der Beteiligten erschließen lässt. Er konkretisiert, dass auch die Art der Beziehung sich nur aus dem Verhalten

sowie den Aussagen der Akteure über die Beziehung ableiten lässt (vgl. Sachse 2006, S. 9ff.).¹⁵

Einhergehend mit der therapeutischen Beziehung ergeben sich wechselseitige Erwartungen und Ziele – sowohl Klient:in als auch Berater:in haben spezifische, sich aus ihren jeweiligen Rollen ergebende Erwartungen. Sachse spricht von einem "therapeutischen Regelsystem", welches sich auch auf die Beratung übertragen lässt und besagt, dass im Setting der Beratung nur bestimmte Interaktionen stattfinden können und u.a. freundschaftliche und erotische Formen ausdrücklich ausgeschlossen sind. Die dieser asymmetrischen Beziehung zugrunde liegenden eingenommen Rollen sind festgeschrieben. Berater:in und Klient:in sind Expert:innen und bilden in der Beratungsbeziehung ein Expert:innenteam (vgl. Sachse 2006, S. 12f.):

"Der Therapeut ist in dem Therapie-Team der Experte für die Klärung und Lösung von Problemen und für das therapeutische Prozessgeschehen; der Klient ist Experte für die zu verändernden Inhalte, die Ziele und die Umsetzung neuen Handels in den Alltag" (Sachse 2006, S. 13).

Ungleichheiten zwischen Klient:in und Berater:in ergeben sich u.a. durch eine unterschiedliche Betroffenheit sowie aus einer Differenz im Wissen, denn die Beratungsperson verfügt als Fachkraft z.B. über Problembewältigungswissen (vgl. Pfab 2020, S. 49f.). Sachse fasst dies prägnant zusammen:

"Die therapeutische Beziehung ist damit, verglichen mit anderen Arten von Beziehungen, stark eingeschränkt, stark regelgeleitet, zeitlich eng definiert. Aber sie ist auch hoch spezifisch und hoch spezialisiert. Und sie ist dadurch im Hinblick auf die Lösung der Klienten-Probleme auch hoch effektiv" (Sachse 2006, S. 12).

Aufgrund der Asymmetrie in der Beratungsbeziehung besteht ein Machtgefälle zwischen Berater:in und Klient:in (vgl. Stimmer/ Ansen, 2016, S. 319; Gemende 2014, S. 133; Sachse 2006, S. 16). Durch die Beratungsbeziehung und ihre Rolle haben Berater:innen großen Einfluss auf Klient:innen. Klient:innen, die sich nicht beeinflussen lassen wollen und daher nicht mitarbeiten, werden Berater:innen andererseits nicht oder nur bedingt beeinflussen können (vgl. Sachse 2006, S.16). Beide sind wechselseitig voneinander

¹⁵ Zu betonen ist, dass Berater:innen die Beziehung stets rekonstruieren müssen, d.h. den Stand der Beziehung z.B. durch Beobachtung der Klient:innen erfassen sollen. Da die Beziehung keine Konstante darstellt und sich fortlaufend ändern kann, z.B. durch erfolgte Interventionen, handelt es sich jeweils nur um eine Momentaufnahme. Eine "objektiv definierbare" Berater:innen-Klient:innen-Beziehung kann es aus diesem Grund nicht geben, da die Rekonstruktion der Beziehung stets eine stark subjektiv gefärbte Komponente hat (vgl. Sachse 2006, 9ff.).

abhängig: Klient:innen können ohne Berater:innen keine Erfolge verbuchen, gleichzeitig sind Berater:innen auf die Kooperation der Ratsuchenden angewiesen. Die Aufgabe ist es eine Gesprächsatmosphäre zu schaffen, in der sich Klient:innen angenommen fühlen können und die sie zum Mitarbeiten anregt (Pfab 2020, S. 32). Aufgrund dieser Abhängigkeit von der/dem Ratsuchenden haben Berater:innen kaum "reale Macht" (vgl. Sachse 2006, S. 16).

2.5.2. Begriffe: Helfende Beziehung, therapeutische Beziehung, therapeutische Allianz, Bindungsbeziehung

Die Beratungsbeziehung wird in der Literatur auch als therapeutische Allianz und als Arbeitsbündnis bezeichnet (vgl. Kupfer 2015, S. 74).

Einige Autor:innen grenzen die Begriffe der therapeutischen Allianz bzw. des Arbeitsbündnisses vom Begriff der Beratungsbeziehung ab und heben bei erstgenanntem die Übereinstimmung der Ziele und Aufgaben zwischen Klient:innen und Berater:innen hervor oder erfassen allgemein "das therapeutische Klima" (vgl. Klemenz 2018, S. 301; Staats 2017, S. 16f.; Gumz et al. 2016, S. 200). Der Begriff Bündnis spricht die Kooperation zwischen Berater:in und Klient:in im Beratungsprozess an. Dieser kann nur durch die gemeinsame Arbeit an einem gemeinsamen Ziel erfolgreich verlaufen, auf dessen Basis sich eine emotionale Bindung entwickeln könne (vgl. Stimmer/ Ansen 2016, S. 318; Gelso/ Carter 1985 zitiert in Sickendiek 2008, S. 131¹⁶). Für Staats bildet das Arbeitsbündnis bereits eine gelungene Abstimmung beider Beteiligter und ist nicht nur eine Voraussetzung zur gemeinsamen Arbeit. Es betont die Bereitschaft¹⁷ und die Fähigkeit der Klient:in zur Mitarbeit – diese muss jedoch auf Basis einer vertrauensvollen Beziehung erwachsen (vgl. Staats 2017, S. 16 ff.). Bei Warschburger heißt es hierzu:

"[...] Klient und Berater/Therapeut [tragen] gemeinsam zum erfolgreichen Aufbau einer therapeutischen Allianz bei (der Berater durch die Gewährleistung von förderlichen Therapiebedingungen; der Klient z.B. durch das Hinarbeiten auf vereinbarte Therapieziele) [...] (Warschburger 2009, S. 70).

Wobei sich die Beziehungsqualität¹⁸ im Prozessverlauf verändern kann (vgl. ebd). In empirischen Untersuchungen zeigte sich, dass Konzepte der therapeutischen Allianz

22

¹⁶ Siehe auch: Rauchfleisch 2001, S. 26; Bordin 1979 zitiert in Sickendiek et al. 2008, S. 132; Warschburger 2009, S. 70 und Sachse 2006, S. 19f.

¹⁷ Es kann auch von Verpflichtung gesprochen werden (Anmerkung der Autorinnen)

¹⁸ Mit Hilfe des "Helping Alliance Questionaire" (HAQ), der von Bassler, Potratz und Krauthauser entwickelt wurde, lässt sich die Qualität der therapeutischen Beziehung bestimmen. Der aus elf Items bestehende HAQ erfasst die Beziehungs- und Erfolgszufriedenheit der Klient:innen (vgl. Bassler, Potratz, Krauthauser 1995

reliablere Vorhersagen zum Therapieerfolg machen konnten als Konzepte zur therapeutischen Beziehung (vgl. Staats 2017, S. 18).¹⁹

Zudem kann die Beratungsbeziehung auch als Bindungsbeziehung aufgefasst werden:

"[...] aus intersubjektiver Sicht [...] [bedeutet das], sie als wechselseitige Bindungsbeziehung zu verstehen. Nicht nur der Patient bindet sich an den Psychotherapeuten, sondern auch der Therapeut ist emotional auf den Patienten bezogen und an ihn gebunden. Die Intensität der Bindung mag unterschiedlich sein – in der Regel wird der Patient eine stärkere emotionale Bindung an den Therapeuten entwickeln als umgekehrt, was mit der Asymmetrie der Beziehung zusammenhängt -, aber gleichwohl besteht eine wechselseitige Bindung" (Wirth 2016, S. 61).

2.5.3. Relevanz der Beratungsbeziehung

Nach Nestmann ist

"Die Beziehung zwischen BeraterInnen und KlientInnen [...] die wichtigste Dimension einer jeden Beratungskonstellation. Im Vergleich zu den verschiedensten untersuchten Beratungsmethoden, Charakteristika von BeraterInnen und BeratungsklientInnen, Beratungsprozeduren und -settings etc. war es lediglich die Beratungsbeziehung, die sich in der Beratungsforschung durchgängig als entscheidende Wirkungsgröße eines erfolgreichen Beratungsprozesses erwiesen hat. Der Erfolg jeglicher Beratungsbemühung ist abhängig von der Berater-Klient-Beziehung, die im Beratungsprozess aufgebaut wird" (Nestmann 2007, S. 792).

Auch Gahleitner und Preschl betonen: "Die Qualität der psychosozialen Arbeit [ist] eng an das Gelingen der professionellen Beziehungsgestaltung gebunden […]" (Gahleitner/ Preschl 2016, S. 109). ²⁰

Um sich den Berater:innen gegenüber mit ihren Problemen zu öffnen, ist es für die Kli ent:innen hilfreich, dies in einer wohlwollenden Atmosphäre zu tun. Diese kann sich

23

zitiert in Röhrle 2014, S. 117). Daneben ist das WAI (Working Alliance Inventory) ein häufig genutztes Instrument, das Therapeut:innen und Klient:innen zu Aufgaben, Zielen und der persönlichen Bindung befragt (vgl. Staats 2017, S. 19). Auch die Einschätzung der Klient:innen zur Qualität des Arbeitsbündnisses ist wichtig für einen erfolgreichen Beratungsprozess (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 132).

¹⁹ "Real existierende Beziehung", "Nichtreale Beziehung" und "Arbeitsbündnis" (bzw. Dyade) sind die drei Perspektiven unter denen Gelso und Carter (1985) Beratungsbeziehungen multidimensional betrachten. Die weitgehend an der Realität orientierte real existierende Beziehung meint die Interaktionen zwischen Berater:in und Klient:in. Sie ermöglicht, dass sich eine Arbeitsbeziehung entwickeln kann. Die nichtreale Beratungsbeziehung meint unbewusste Übertragungen und Gegenübertragungen: Gefühle, Gedanken und Verhaltensweisen werden durch frühere Erlebnisse und Beziehungserfahrungen ausgelöst und wirken in und auf die Beratungsbeziehung (vgl. Gelso/ Carter 1985 zitiert in Sickendiek 2008, S. 131; Rauchfleisch 2001, S. 26).

²⁰ Siehe hierzu auch Warschburger 2009, S. 70.

u.a. auf Basis einer tragfähigen Beratungsbeziehung entfalten (vgl. Stimmer/ Ansen 2016, S. 319):

"Die vertrauensvolle Beziehung zur Therapeutin stellt die Basis dar für die Erkundung der Probleme des Ratsuchenden. Ein Ratsuchender, der nicht die Erfahrung einer verlässlichen und fürsorglichen Beziehung in seiner Kindheit machen konnte, soll die Möglichkeit gewinnen, im Rahmen der Therapie eine neue, bessere Beziehungserfahrung in der Realität zu machen. Der Erfolg der Beratung hängt maßgeblich davon ab, wie der/die Ratsuchende bewusst oder unbewusst die Beraterperson und die Zusammenarbeit mit ihr erlebt" (Boeger 2018, S. 64).

2.5.4. Ziel und Zweck der Beratungsbeziehung

Ziel und Zweck der Beratungsbeziehung sind klar definiert. Wie weiter oben beschrieben finden nur bestimmte Interaktionen im Rahmen dieser Beziehung statt, mit denen ein festgelegtes Ziel verfolgt wird. Damit grenzt sich die Beratungsbeziehung ab von der Alltagsbeziehung, in der es nicht (nur) ein Ziel gibt, sondern die vielen Zwecken dienen kann. Sachse merkt an, dass die Alltagsbeziehung vermutlich nicht effektiv für die Problemlösung der/des Klient:in sein könne, da diese:r ansonsten nicht als Klient:in in die Beratung käme. Aus diesem Grund sei es unabdingbar, dass sich die Beratungsbeziehung deutlich von der Alltagsbeziehung abgrenze (vgl. Sachse 2006, S. 14). Nach Sachse hat die therapeutische Beziehung zwei Prozessziele: Sie dient als Grundlage für weitere Interventionen, bewirkt aber auch selbst Veränderungen bei der/dem Klient:in. Ein weiteres Ziel ist die Ressourcenaktivierung, die ebenfalls eine Grundlage für weitere Interventionen schafft (vgl. Sachse 2006, S. 27).

Im Laufe ihres Lebens machen Menschen Beziehungserfahrungen, die ihre Denk- und Gefühlsstrukturen sowie Handlungsmuster prägen. Ein Ziel der Beratungsbeziehung ist es, diese häufig nicht bewussten Schemata – wie sie in der Entwicklungspsychologie genannt werden – den Klient:innen bewusst zu machen. Dies kann z.B. durch Rückmeldungen der Berater:innen zum Beziehungserleben mit den Ratsuchenden erfolgen (vgl. Behr et al. 2017, S. 32). Für Belardi et al. ist dies gar "das wichtigste Element einer gelungenen Beratungsbeziehung" (Belardi et al. 2007, S. 50). Auf diese Weise ist es möglich, zunächst unbewusste Schemata in der Interaktion erlebbar zu machen und eine Veränderung dieser zu bewirken (vgl. Behr et al. 2017, S. 32).

Vielfach haben Klient:innen negative Bindungserfahrungen in ihrem Leben gemacht, was sie sensibel reagieren lässt, sobald sie das Gefühl haben, die Beratungsperson

könnte weniger konzentriert und fokussiert sein, nicht ehrlich und kongruent kommunizieren oder sie gar "abschieben wollen" (vgl. Grawe 2004 zitiert in Klemenz 2018, S. 320).²¹ Berater:innen sollten sich deshalb ihrer nonverbalen Kommunikation bewusst sein und Verhaltensweisen meiden, die von Klient:innen derart interpretiert werden könnten (vgl. Klemenz 2018, S. 320).

Gerade bei Klient:innen, die sich als hilf- und orientierungslos wahrnehmen, kann die Beratungsbeziehung Halt geben und die/der Berater:in stellvertretend als "Träger:in von Hoffnung" stehen. Eine ressourcenorientierte Haltung kann helfen, die Entwicklungsmöglichkeiten der/des Klient:in auch in herausfordernden Situationen realistisch einzuschätzen (vgl. Rauchfleisch 2001, S. 29).

2.5.5. Die schulenspezifische Haltung in der Beratungsbeziehung

Für Vertreter:innen personenzentrierter Ansätze ist der Aufbau einer tragfähigen Beratungsbeziehung das wichtigste Element der Beratung, sie sehen die Beziehung als Voraussetzung für einen gelingenden Beratungsprozess an (vgl. Behr et al. 2017, S. 109). In der klientenzentrierten/personenzentrierten Therapie nach Rogers ist die Beziehung gar die Therapie (vgl. Mearns/ Thorne 2003; Auckenthaler 2008 zitiert in Klemenz 2018, S. 314).²²

Vertreter:innen des verhaltenstherapeutischen Ansatzes sehen die Beratungsbeziehung als Basis ihrer Arbeit, ohne die keine therapeutischen Techniken Anwendung finden können (vgl. Klemenz 2018, S. 308). Caspar konstatiert eine doppelte Kausalität zwischen therapeutischer Beziehung und Behandlungserfolg, wonach erste Erfolge sich wiederum positiv auf die Beziehung auswirken (vgl. Caspar 2003 zitiert in Klemenz 2018, S. 308). Als positiver Effekt kann sich dies auf die Compliance, die Bereitschaft der Klient:innen sich auf den Beratungsprozess einzulassen auswirken und darauf, die Beziehung zur

_

²¹ Das folgende Zitat von Klemenz zum Bindungsbedürfnis lässt sich nach Meinung der Verfasserinnen auch auf die Beratung übertragen: "Dem Therapeuten sollte bewusst sein, dass in der Therapie das Bindungsbedürfnis des Patienten aktiviert ist und dieser in jedem Moment der Behandlung Wahrnehmungen im Hinblick auf sein Bindungsbedürfnis erlebt. Insofern kommt es darauf an, dass der Patient in der Beziehung zum Therapeuten positive Bindungserfahrungen sammelt" (Klemenz 2018, S. 320).

²² Vor dem Hintergrund ihres personenzentrierten Ansatzes beschreiben Behr et al. Ihr Realitätsverständnis: "Wirklich große Berater und Therapeuten sind eher bescheidene, geerdete, unprätentiöse Menschen. Dies kommt auch in einem Beratungsverständnis zum Ausdruck, das der eigenen Weltsicht nicht mehr Gültigkeit beimisst als der einer anderen Person. Wir erklären unseren Klienten darum nicht die Welt, versuchen nicht, sie "auf das richtige Gleis" zu setzen, geben keine Ratschläge oder Lösungen – weil wir nicht denken, dass wir besser als unsere Klienten wüssten, was für sie das richtige ist. Insofern ist unsere Interventionstheorie scheinbar schlicht: Wir helfen anderen, ihre Erfahrung zu organisieren, ihre Realität zu verstehen und für sich passende Lösungen zu finden" (vgl. Behr et al. 2017, S. 27).

Beratungsperson als Ressource wahrzunehmen (vgl. Grawe 2004 zitiert in Klemenz 2018, S. 308).

Aus psychodynamischer Perspektive nehmen Berater:innen in der Arbeit mit ihren Klient:innen Empfindungen und Gefühle wahr, die ihnen helfen können, die Gefühle der Klient:innen zu erfassen und damit zu arbeiten. Die/der Berater:in muss jedoch aufgrund ihrer/seiner Ausbildung und durch umfassende Selbsterfahrung zwischen ihren/seinen eigenen Gefühlen und denen der Klient:innen unterscheiden können (vgl. Belardi 2007, S. 51 ff.; Rauchfleisch 2001, S. 26). Berater:innen können lernen, diesen auch "Gegenübertragung" genannten Vorgang zu diagnostischen Zwecken zu nutzen (vgl. Belardi et al., 2007, S. 56). Häufig ermöglicht erst dies den Berater:innen Konflikte der Klient:innen zu erkennen (vgl. Rauchfleisch 2001, S. 27). Durch die Reflexion der Gegenübertragung reagiert die/der Berater:in für die/den Klient:in möglicherweise anders als erwartet, wohlwollend und akzeptierend, wodurch diese:r neue Beziehungserfahrungen machen kann (vgl. Stehle et al. 2016, S. 126).

"Das psychoanalytische Übertragungskonzept läßt uns erkennen, daß viele Gefühle und verbale Äußerungen der Klientinnen nicht uns Professionellen als Person gelten, sondern wir nur Repräsentanten früherer Bezugspersonen sind. [...] Die Beachtung der Übertragungsdynamik verhindert aber, daß wir sie allzu persönlich nehmen und darauf in einer therapeutisch unangemessenen Art reagieren" (Rauchfleisch 2001, S. 25).

Die unbewusste Kommunikation ist für die Wirksamkeit der Psychotherapie deutlich relevanter als für die Beratung, in der es eher um die bewusstseinsfähige Kommunikation geht. Dennoch sei dieser Anteil im Beratungsgespräch wirksam (vgl. Püschel 2016, S. 508).

2.5.6. Aufbau der Beratungsbeziehung

Im Folgenden werden Variablen und Kompetenzen der Berater:innen, sowie weitere beeinflussende Faktoren zur Gestaltung und zum Aufbau der Beratungsbeziehung in den vier Kategorien "Prozessvariable", "Haltung", "Kompetenzen" und "Rahmenbedingungen" gruppiert dargestellt.

2.5.6.1. Prozessvariable

Die Aufgabe der Beratungsperson ist es, die Beziehung professionell d.h. zielgerichtet, geplant und intentional in Abhängigkeit der jeweiligen Klient:innen zu gestalten, um bestimmte Effekte zu erzielen und um Interventionen zu ermöglichen. Beeinflussende

Faktoren auf Seiten der/des Klient:in können z.B. Vertrauen in die/den Berater:in sein (vgl. Sachse 2006, S. 15.; vgl. Sachse 1991 zitiert in Sachse 2006, S. 16).

Berater:innen verfügen über das Fachwissen und über Kompetenzen zur Gestaltung professioneller Beratungsbeziehungen mit ihren Klient:innen. Ihr Vorgehen sollte methodisch begründet sein. Gemende nennt Beispiele, wie Berater:innen Transparenz schaffen können, um den Klient:innen zu helfen, sich in der asymmetrischen Beziehung möglichst gleichberechtigt zu fühlen:

"Bereits das Schaffen von rechtlich verankerten institutionellen Rahmenbedingungen bis hin zur Aufklärung der Adressat/innen über die je handlungsfeldspezifischen allgemeinen Ziele, Inhalte und Methoden, Möglichkeiten und Grenzen sowie Erwartungen an ihre Mitwirkung tragen dazu bei, Transparenz herzustellen und tendenziell aus einer asymmetrischen Beziehung eine möglichst gleichberechtigte für alle Akteur/innen zu machen, ohne die Asymmetrie auflösen zu können" (Gemende 2014, S. 133).

Der Beziehungsaufbau zwischen Berater:in und Klient:in beginnt bereits mit dem Klopfen der/des Klient:in an der Tür und bildet die Grundlage für den weiteren Beratungsprozess (vgl. Pfab 2020, S. 35).²³

Die Gestaltung der Beratungsbeziehung zieht sich durch den gesamten Beratungsprozess, die/der Berater:in "gestaltet ständig" von Beginn bis zum Ende der Beratung (vgl. Sachse 2006, S. 90). Ebenso kommuniziert die/der Berater:in kontinuierlich, dass sie/er Zutrauen in die/den Klient:in hat (vgl. ebd., S. 56).

Der Aufbau einer Beratungsbeziehung umfasst auch das Klären und Aushandeln der zu erreichenden Ziele im Beratungsprozess. Berater:innen helfen, Ziele zu definieren, wenn Klient:innen gar nicht wissen, was ihr Ziel ist, bzw. helfen Ziele zu konkretisieren (vgl. Behr et al. 2017, S. 109).

Für Püschel sind Problemklärung, Ressourcenaktivierung, Unterstützung bei der Problembewältigung, gegenseitiges Verstehen und Akzeptieren die grundlegenden Faktoren im Beratungsprozess, wobei sich die Beziehung zwischen Klient:in und Berater:in auf die genannten Faktoren auswirkt. (vgl. Püschel 2016, S. 508).

²³ "Durch die Art und Weise, wie die Beraterin auf dieses Klopfen reagiert, führt sie die Begegnungssituation fort und verleiht ihr eine bestimmte Färbung: durch die Tonart ihrer Stimme, mit der sie "Herein" ruft oder "Ja bitte", durch ihre körperliche Präsenz, je nachdem ob sie sich von ihrem Stuhl erhebt und zur Tür geht, um sie zu öffnen, oder ob sie an ihrem Schreibtisch ("hinter" ihrem Schreibtisch) sitzen bleibt, durch ihre Geste, mit der sie den Klienten auffordert, Platz zu nehmen oder die Art ihrer entsprechenden Formulierung, durch ihren Blick, den sie dem Klienten schenkt und ihre Körperhaltung, mit der sie sich ihm zuwendet. Auf all dies wiederum reagiert der Klient" (Pfab 2020, S. 35).

Bordin nennt drei für ihn relevante Elemente zur Herstellung einer tragfähigen Arbeitsbeziehung bzw. *working alliance*: "Agreement on Goals", "Tasks" und "Bonds" (vgl. Bordin, 1979, S. 253 f.):

- 1. "Das Erarbeiten einer Übereinstimmung hinsichtlich der therapeutischen Ziele"
- 2. "Ein gemeinsames Verständnis von den Aufgaben, die zur Erreichung dieses Ziels erforderlich sind"
- 3. "Das Schaffen einer emotionalen Verbindung zwischen Klient und Berater" (McLeod 2004, S. 445; vgl. Gumz et al. 2016, S. 201; Gahleit-ner 2017, S. 69).

Nach Staats wird das Arbeitsbündnis durch gemeinsame Erfolge von Klient:innen und Berater:innen gestärkt und die Beziehung wird zu einer Moderatorvariable (vgl. Staats 2017, S. 34).

Darüber hinaus kann die gemeinsame Reflexion der Beratungsbeziehung und des Beratungsprozesses mit den Ratsuchenden sowie in der Supervision oder kollegialen Beratung zur Ausgestaltung einer tragfähigen Beziehung beitragen (vgl. Gemende 2014, S. 133). Zudem sollten Klient:innen die Beratungsperson als unterstützend und selbstwertbestärkend wahrnehmen (vgl. Sanders, 2007, S. 801).

2.5.6.2. Haltung

Rogers formuliert sechs Bedingungen zur "therapeutischen Veränderung der Persönlichkeit" (vgl. McLeod 2004, S. 140):

- 1. Zwei Personen befinden sich in Kontakt.
- 2. Die erste Person, die wir Klient nennen, befindet sich in einem Zustand der *Inkongruenz*; sie ist *verletzlich* und *voller Angst*.
- 3. Die zweite Person, die wir den Therapeuten nennen, ist *kongruent* in der *Beziehung*.
- 4. Der Therapeut empfindet *bedingungslose Wertschätzung* gegenüber dem Klienten.
- 5. Der Therapeut *erfährt empathisch den inneren Bezugsrahmen* des Klienten.
- 6. Der Klient *nimmt* zumindest in geringem Ausmaße die Bedingungen 4 und 5 *wahr*, nämlich die *bedingungslose Wertschätzung* des Therapeuten ihm gegenüber und das *empathische Verstehen* des Therapeuten (Rogers, 2009, S. 46 f.).

Gahleitner konstatiert, es käme vor allem auf die Passung der verschiedensten Einflussfaktoren an. Sie bezieht sich auf Orlinsky und Howard, wonach Klient:innen, Berater:innen, Methode und Störung bzw. Problem aufeinander abgestimmt sein müssten (vgl. Orlinsky/ Howard 1987 zitiert in Gahleitner 2017, S. 76).

Die von Rogers genannten Variablen werden McLeod zufolge dahingehend interpretiert, dass Empathie, Kongruenz und bedingungslose Wertschätzung Grundelemente einer tragfähigen Beratungsbeziehung sind (vgl. McLeod 2004, S. 135). Dabei handelt es sich weniger um Techniken als vielmehr um eine Grundhaltung die/der Berater:in (vgl. Nußbeck 2019, S. 111).

Sickendiek et al. übersetzen die drei von Rogers (1973) formulierten zentralen Beziehungsvariablen mit: Empathie, Wärme bzw. Akzeptanz und Echtheit bzw. Authentizität. Diese gelten als ebenso notwendige wie hinreichende Bedingungen, um positive Beratungsergebnisse zu erzielen (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 129). Belardi et al. sehen sie gar als die wichtigsten Elemente einer gelingenden Beratungsbeziehung an (vgl. Belardi 2007, S. 52).

Rogers definiert Empathie wie folgt:

"Empathisch zu sein bedeutet, den inneren Bezugsrahmen des anderen möglichst exakt wahrzunehmen, mit all seinen emotionalen Komponenten und Bedeutungen, gerade so, als ob man die andere Person wäre, jedoch ohne jemals die "als ob"-Position aufzugeben. Das bedeutet, Schmerz oder Freude des anderen zu empfinden, gerade so wie er empfindet, dessen Gründe wahrzunehmen, so wie er sie wahrnimmt, jedoch ohne jemals das Bewusstsein davon zu verlieren, dass es so ist, als ob man verletzt würde usw. Verliert man diese "als ob"-Position, befindet man sich im Zustand der Identifizierung" (Rogers 2009, S. 44).

Empathie beschreibt somit die Fähigkeit der/des Berater:in sich in die Gedanken und Gefühle ihrer/seiner Klient:in hineinzuversetzen (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 129). Belardi et al. grenzen Einfühlen ab von Sympathie bzw. kritikloser Übereinstimmung und betonen: Es sei wichtig, dass Berater:innen ihre durch die Äußerungen der Klient:innen hervorgerufenen Gefühle wahrnehmen, diese jedoch von ihren eigenen Gefühlen abgrenzen (können) (vgl. Belardi et al. 2007, S. 51).

Rogers spricht auch von bedingungsloser bzw. bedingungsfreier Wertschätzung und meint damit:

"[...] eine Person zu schätzen, ungeachtet der verschiedenen Bewertungen, die man selbst ihren verschiedenen Verhaltensweisen gegenüber hat. Wir sind der Meinung, dass eines der entscheidenden Elemente in der therapeutischen Beziehung das der "Wertschätzung" des Therapeuten bzw. der Therapeutin für die gesamte Person des Klienten ist" (Rogers 2009, S. 41).

Für Boeger stellt die bedingungslose Wertschätzung ein Beziehungsangebot dar (vgl. Boeger 2018, S. 87). Klient:innen sollen sich von Berater:innen sicher, angenommen und akzeptiert fühlen. Dies kann gelingen, wenn sie sich nicht bewertet oder gar kritisiert fühlen (vgl. Behr et al. 2017, S. 38; Belardi et al. 2007, S.51). Wertschätzung ist nicht an bestimmte Bedingungen gebunden (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 130). Dies bedeutet jedoch keinesfalls, dass Berater:innen jedes Verhalten ihrer Klient:innen "gut heißen" (vgl. Belardi et al. 2007, S. 51). Es bedeutet vielmehr, ihre Gefühle, Motivationen und Gedanken zu akzeptieren (vgl. Behr et al. 2017, S. 52).

Wertschätzung zeigt sich insbesondere im nonverbalen Verhalten der Berater:in, durch ihre/seine Wortwahl, den Tonfall, die Körpersprache, den Blick, den Gesichtsausdruck, das Ernstnehmen der Wünsche der Klient:innen (vgl. Brodley/ Schneider 2001 zitiert in Behr et al. 2017, S. 51). Die/der Berater:in vermittelt Wertschätzung z.B. durch aufmerksames und konzentriertes Zuhören (vgl. Boeger 2018, S. 92). Eine so gestaltete respektvolle Beziehung ermöglicht es der/dem Klient:in sich angstfrei und offen auf die Beratungsbeziehung und den Beratungsprozess einzulassen und neues Denken, Handeln und Fühlen in diesem sicheren Rahmen zu erproben und zu erfahren (vgl. Sickendick et al. 2008, S. 130). Die so gemachten Erfahrungen können in veränderte Interaktionsschemata der Klient:innen münden und diesen helfen, sich selbst mehr zu akzeptieren (vgl. Behr et al. 2017, S. 54). Darüber hinaus wirkt die/der wertschätzende Berater:in auch als Modell für die/den Klient:in, sich selbst wertschätzend und nicht wertend anzunehmen (vgl. Boeger 2018, S. 87). Wird die/der Berater:in als wertschätzend und empathisch wahrgenommen und ist sie zudem an den Bedürfnissen der Klient:in nach Wohlbefinden, Selbstwertschutz bzw. Selbstwerterhöhung orientiert, kann sich eine tragfähige Beratungsbeziehung entwickeln (vgl. Püschel 2016, S. 511).

Sickendiek et al. beschreiben Echtheit bzw. Authentizität als:

"[...] eine Haltung, die unverfälschte Kommunikation in der Beratung möglich macht. Die Beziehung soll geprägt sein vom direkten und offenen Umgang miteinander, in der auch auf Seiten des Beraters keine Maskierungen und Verstellungen nötig' werden" (Sickendiek 2008, S. 130).

Echtheit meint, "dass die Beraterinnen und Berater den Mut haben, Dinge zu sagen, wie sie selber sie sehen, hören und fühlen" (Belardi et al. 2007, S. 52). Die/der Berater:in zeigt sich als echte, authentische Person mit eigenen Gefühlen und Wahrnehmungen (vgl. Klemenz 2018, S. 313). Auf diese Weise geben sie ihren Klient:innen ein ehrliches Feedback, bei dem es nicht darum gehen kann, alles zu benennen, sondern wohldosiert das im Prozess Relevante anzusprechen. Somit bezeichnet "Echtsein" Kongruenz und Transparenz: Berater:innen die sich kongruent verhalten, wirken auf ihre Klient:innen authentisch und glaubwürdig. Ihre gesprochenen Worte passen zu ihrer Gestik, Mimik und Körperhaltung, und auch der Tonfall wird als der Situation angemessen und stimmig wahrgenommen, ebenso stimmt ihr Selbstbild mit ihrer Erfahrung überein (vgl. Behr et al. 2017, S. 38; ebd. S. 56). Zudem tragen Kongruenz und Authentizität zur Entwicklung von Vertrauen bei (vgl. Staats 2017, S. 33).

Vertrauen ist Grundlage wirksamer Beratungsprozesse, in denen es nicht nur einmalig hergestellt wird, sondern sich immer wieder im Prozess beweisen muss, um in der Beziehung tragfähig zu werden (vgl. Engel 2019, S: 18)²⁴. Als Grundlage einer tragfähigen Beratungsbeziehung ermöglicht es der/dem Klient:in sich im Beratungsprozess zu öffnen (vgl. Sachse 2006, S. 28), Zuversicht und darüber Motivation zu entwickeln²⁵. Erzeugt wird das Vertrauen der Klient:innen dabei u.a. durch das in der Kommunikation vermittelte Sichtbarwerden der Persönlichkeit der Beratenden jenseits ihrer Fachlichkeit (vgl. Gahleitner 2017, S. 103).²⁶

Sachse nennt im Folgenden einige Strategien, um Vertrauen aufzubauen: "Verstehen, akzeptieren, emotionale Wärme, Signalkongruenz, Respekt, Loyalität" (Sachse 2006, S. 36). Verstehen meint, dass die/der Berater:in nachvollziehen kann wie die/der Klient:in denkt und fühlt und auf eine spezifische Weise handelt. Das Verstehen signalisiert

-

²⁴ Nach Luhmann "schwebt die Vertrauensfrage" über allen Interaktionen (vgl. Luhmann 2014, S. 48). Darüber hinaus ermögliche Vertrauen eine Reduzierung der Komplexität zukünftiger (Handlungs-und Erlebnis-) Möglichkeiten durch Ausschluss bestimmter Optionen und damit ein Gefühl erhöhter Sicherheit (vgl. ebd., S. 23f).

²⁵ "Es geht um die Induktion der Erwartung, dass etwas Positives eintreten wird – und die damit verbundene Motivation des Klienten." (Bamberger 2015: S.97)

²⁶ Das Hormon Oxytocin nimmt Einfluss auf die psychische Befindlichkeit und auf das Verhalten von Menschen. Es wird u.a. bei Körperkontakt und bei vertrauensvollen Gesprächen, wie sie beispielsweise in einem therapeutischen Setting stattfinden ausgeschüttet (vgl. Trost, 2018, S. 62). Studien von Domes et al. zeigen, dass Oxytocin die Wahrnehmungsfähigkeit für das Gegenüber schärft und dessen Gefühle besser wahrgenommen werden können. Zudem zeigte Oxytocin eine angstmindernde Wirkung (vgl. Domes et al. 2007; Heinrichs/ von Dawans/ Domes 2009 zitiert in Gloger-Tippelt 2012, S. 374).

zudem, dass die/der Berater:in aktiv zuhört, Interesse zeigt und die Inhalte der/des Klient:in ernst nimmt (vgl. Sachse 2006, S. 37 ff.).

Mit "akzeptieren" meint Sachse, dass die/der Klient:in nicht bewertet wird – weder positiv noch negativ (vgl. ebd. S. 40f.). Unter "Respekt" versteht Sachse, dass die/der Berater:in die/den Klient:in als Person wahrnimmt, die (zwar) Probleme hat, aber auch über Ressourcen und Fähigkeiten verfügt und in der Lage ist eigenständige Entscheidungen zu treffen und Verantwortung für ihr/sein Handeln zu übernehmen. Die/der loyale Berater:in ist bemüht, der/dem Klient:in zu helfen und verpflichtet sich nicht Dritten gegenüber, z.B. Partner, Eltern etc. (vgl. ebd., S. 46f.).

Die Punkte emotionale Wärme und Signalkongruenz decken sich mit den von Rogers genannten Variablen (unbedingte) Wertschätzung und Kongruenz und werden an dieser Stelle nicht näher erläutert.

Klient:innen profitieren von einer ich-stützenden Beziehung, die Vertrauen schafft und Anerkennung vermittelt. Püschel zufolge bedarf es keiner langfristigen Arbeitsbündnisse, sondern vielmehr einer offenen und experimentellen Haltung der Berater:innen (vgl. Püschel 2016, S. 522).

Klemenz bezieht sich auf Norcross (2002), wonach die Responsivität der/des Berater:in wichtig für einen erfolgreichen Beratungsprozess sei. Die Anpassungsfähigkeit der/des Berater:in an die/den jeweiligen Klient:in wird als relevanter erachtet als spezifische Beziehungsvariablen (vgl. Norcross 2002, zitiert in Klemenz 2018, S. 305). Die Zugewandtheit der/des Berater:in, die ebenfalls Einfluss auf die Beziehung nehmen kann, zeigt sich beispielsweise in einer zugewandten Köperhaltung, einer freundlichen Stimme, dem aufmerksamen Folgen der Erzählungen oder eines Kopfnickens (vgl. Pfab 2020, S. 42). Ebenso scheint das Engagement der/des Berater:in im Beratungsgespräch relevant zu sein, gibt sie/er so doch der/dem Klient:in das Gefühl, ernst genommen zu werden, auch kann sich ein Gefühl der Solidarität entwickeln (vgl. Nothdurft 1994 zitiert in Pfab 2020, S. 41).

Sachse konstatiert, dass die Beziehungsgestaltung größtenteils über implizierte Botschaften erfolgt, so z.B. indem die/der Berater:in Inhalte erfragt und der/dem Kient:in die Botschaft vermittelt, dass sie/er ihm zutraut, sich diesen zu stellen (vgl. Sachse 2006, S. 88).

Nicht nur die verbalen Anteile sondern auch die nonverbalen Kommunikationsanteile wie Mimik, Körperhaltung, Blickverhalten der/des Berater:in sind bedeutsam für die

Entwicklung der Beratungsbeziehung, drücken sie doch die innere Haltung der/des Berater:in aus (vgl. Grawe 1992 zitiert in Klemenz 2018, S. 305; vgl. Nußbeck 2019, S. 112). Sachse merkt an, dass viele Beziehungsaspekte para- oder nonverbal vermittelt werden – dies meint beispielsweise die Art, wie die/der Berater:in etwas sagt (vgl. Sachse 2006, S. 87).²⁷

2.5.6.3. Kompetenzen der Berater:innen und Rahmenbedingungen der Beratung

Generell lässt sich sagen, dass fachliche Kompetenzen der Beratungsperson zur therapeutischen Beziehung beitragen und so zu erfolgreichen Beratungsprozessen führen (vgl. Staats 2017, S. 34). Zudem werde Beratung als erfolgreich erlebt, wenn Klient:innen die Beratungsperson als kompetent erleben und das Gefühl haben, gut mit dieser in Kontakt zu sein (vgl. Großmaß/ Püschel 2006 zitiert in Püschel 2016, S. 508).

Belardi et al. nennen ergänzend zu den drei von Rogers genannten Variablen eine weitere: Konkretheit. "Hilfebedürftige Personen neigen dazu, alles 'in einen Topf zu werfen' oder nur 'schwarz-weiß' zu denken" (Belardi et al. 2007, S. 52). Für sie kann es hilfreich sein, wenn sie gemeinsam mit der/dem Berater:in ihr Anliegen konkretisieren (vgl. ebd).

Die Variable Konfrontation, die nach Carkhuff durch die stabilisierenden und sichernden zuvor genannten Beziehungsvariablen getragen wird, ermöglicht es, Klient:innen auf nicht verletzende Weise mit Diskrepanzen zu konfrontieren. Diese können sich z.B. auf das Selbst- und Fremdbild, Wunsch und Wirklichkeit oder die Einstellungen und das Handeln von Klient:innen beziehen (vgl. Carkhuff 1969 zitiert in Sickendiek 2008, S. 130).

Die Möglichkeit der Selbstmitteilung können Berater:innen sparsam einsetzen, um ihren Klient:innen ein Modell anzubieten oder um "Normalität herzustellen" (vgl. Warschburger 2009, S. 70). Weitere Faktoren, die die Beratungsbeziehung und somit den Beratungsprozess positiv beeinflussen können, stammen aus der sozialpsychologischen Einflusstheorie. Diese Faktoren sind: die Expertise bzw. das Expertentum, die Attraktivität und die Vertrauenswürdigkeit der/des Berater:in. Klient:innen, die ihre/n Berater:in als kompetent wahrnehmen, beispielsweise durch einen Abschluss, einen Titel oder durch das gezeigte Verhalten, profitieren eher von ihrer Hilfe. Berater:innen werden als attraktiv empfunden, wenn Klient:innen sie als sympathisch und als sich ihnen ähnlich erleben. Nehmen Klient:innen ihre Berater:in als ehrlich, ernsthaft und engagiert wahr, wirken sie

_

²⁷ Siehe hierzu auch Abschnitt 3.6. zur nonverbalen Kommunikation.

vertrauenswürdig (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 132). Obgleich Sickendiek et al. die genannte Theorie als hilfreich für die Analyse und die Interpretation von Beratungsbeziehungen erachten, betonen sie:

"Im Zentrum eines beraterischen Arbeitsbündnisses bleibt allerdings das Bemühen um Verständnis des Klienten, das Bemühen um die Entwicklung einer konstruktiven Zusammenarbeit und das Bemühen, die jeweilige Beratungstheorie in einer realen Beratungspraxis den gegebenen Verhältnissen und den beteiligten Personen anzupassen" (ebd.).

Stimmer und Ansen betonen, dass stabilisierende Rahmenbedingungen für den Beratungsprozess sehr förderlich sind. Darunter verstehen sie neben dem Aufbau einer tragfähigen Beratungsbeziehung auch die Gestaltung des Beratungssettings, z.B. des Beratungsraumes sowie der Beratungsstelle. Neben der kommunikativen Ebene hat der Ort an dem Beratungsgespräche stattfinden nach Aussage der Autoren einen relevanten Einfluss auf die Beratungsbeziehung zwischen Berater:in und Klient:in. Der Beratungsraum sollte nach Möglichkeit, anregend und einladend gestaltet und gut erreichbar sein (vgl. Stimmer/ Ansen 2016, S. 125f.). Stimmer und Ansen zitieren Moreno, der in der gelungenen Umsetzung der genannten Rahmenbedingungen eine "Einladung zu einer Begegnung" sieht (Moreno o.J. zitiert in Stimmer; Ansen 2016, S. 126).

Die professionelle Beziehung wird zudem durch Strukturelles wie die Bezahlung und die Arbeitszeit der Berater:innen bedingt (vgl. Gemende 2014, S. 133).

2.5.7. Hindernisse und Herausforderungen

"Die Entwicklung einer Beziehung ist oft der schwierigste Teil einer Beratung. Sie kann längere Zeit in Anspruch nehmen und wenn eine Beratung misslingt, dann sehr häufig, weil keine tragfähige Beziehung entstanden ist" (Behr et al. 2017, S. 108).

Eine der zentralen Herausforderungen ist es, die Vereinbarkeit von Nähe und Distanz in der Beratungsbeziehung zu gewährleisten. Gemende spricht hier, bezugnehmend auf Großmaß, auch von "distanter Nähe" (vgl. Großmaß 2009 zitiert in Gemende 2014, S. 133).

Probleme im Beziehungsaufbau sind zudem häufig darauf zurückzuführen, dass Klient:innen und Berater:innen unterschiedliche Vorstellungen zur Zusammenarbeit und zur Zielerreichung haben und sich nicht einigen können, wie Anliegen bearbeitet werden, bzw. welches Ziel erreicht werden soll (vgl. ebd. S. 119). Erschwerend kommt hinzu, dass in Beratungen häufig wenig Zeit für die Etablierung einer tragfähigen Arbeitsbeziehung zur Verfügung steht (vgl. Püschel 2016, S. 521).

Weitere Gründe, die den Beziehungsaufbau erschweren können, sind aus Sicht der/des Klient:in:

"äußere Umstände, generelles Misstrauen gegenüber anderen Menschen, Scham, massives Ablehnen der eigenen Person, schwere affektive Symptome – fassungsloses Weinen, Verärgerung durch Therapeutenverhalten, schematisches Wiederholen der Klienten-Äußerungen, Nicht-Eingehen auf Klienten-Wünsche nach Handlungsanweisungen" (Behr et al. 2017, S. 120).

Aus Sicht der Berater:innen können folgende Gründe genannt werden:

"generelles Misstrauen anderen Menschen gegenüber, schwere affektive Symptome – fassungsloses Weinen, Erzählen von Geschichten, keine Auseinandersetzung der Klienten mit sich selbst, ständig reden, kaum reden, emotionale Kühle des Klienten" (Behr et al. 2017, S. 121).

Die Autoren empfehlen aus diesem Grund, dass sich Berater:in und Klient:in zum Ende der Anfangsphase darüber (auf einer Metaebene) austauschen, ob sie sich eine Zusammenarbeit vorstellen können und ob sich eine Arbeitsbeziehung aufbauen konnte (vgl. ebd, S. 108).

Insbesondere bei einer länger andauernden Beratungsbeziehung kann es vorkommen, dass Klient:innen Berater:innen persönliche Fragen stellen, private Einladungen aussprechen oder sonstige Möglichkeiten des Settingwechsels ersuchen. Dies kann u.a. durch Missverständnisse in der Deutung des Beziehungsverhaltens der/des Berater:in/s entstehen. Hier kann es für die/den Berater:in hilfreich sein, z.B. durch Supervision das eigene Handeln zu beleuchten und ggf. zu verändern (vgl. Stimmer/ Ansen 2016, S. 319).

Behr et al. betrachten Situationen, die der Klärung und Reflexion der Beratungsbeziehung bedürfen, als besonders zielführend für den Beziehungsaufbau. Durch das gemeinsame und transparente Thematisieren kann der Klient neue Erlebens- und Verhaltensmuster entwickeln und erproben (vgl. Behr et al. 2017, S. 109). Studien deuten darauf hin, dass vorübergehend verschlechterte therapeutische Beziehungen mit größeren therapeutischen Erfolgen einhergingen, jedoch nur, wenn sich die Beziehungen auf das vorherige oder ein höheres Niveau entwickelten (vgl. Stiles et al. 2004; Strauss et al. 2006 zitiert in Gumz et al. 2016, S. 203). So können herausfordernde Situationen im Beratungsprozess die Beratungsbeziehung zunächst zwar negativ beeinflussen, werden sie jedoch von der/dem Berater:in konstruktiv gemeinsam mit der/dem Klient:in angegangen, können Prozess und Beziehung gestärkt daraus hervorgehen.

Auch gesellschaftliche Rahmenbedingungen können Einfluss auf die professionelle Beratungsbeziehung nehmen. Die Vereinbarkeit von ökonomischen Zwängen und individuellen Bedürfnissen der Klient:innen können bei den Berater:innen Druck erzeugen, möglichst effizient zu arbeiten und somit beiderseitig Stress auslösen, was sich wiederum negativ auf die Beratungsbeziehung auswirken kann (vgl. Krautz/Schieren 2013 zitiert in Gemende 2014, S. 135). Weiterhin können Beziehungen durch gesellschaftliche Schicht, Alter, ethnische Zugehörigkeit und Geschlecht beeinflusst werden. McLeod betont daher, dass Berater:innen die Bedeutung dieser Kriterien bewusst sein müsse und es sinnvoll sei, ihr Handeln dementsprechend anzupassen (vgl. McLeod 2004, S. 445). Nicht immer gelingt die Gestaltung der Beratungsbeziehung. Die Gründe hierfür können vielseitig sein:

"Missverständnis und Ohnmacht, Antipathie, Unverständnis, Vernachlässigung, Verweigerung und Gewalt, unreflektierte Übertragung und Gegenübertragung, Manipulation, Indoktrination und Missbrauch [können dazu führen, dass] die Beziehung nicht mehr Mittel zum Zweck, sondern Selbstzweck zur Befriedigung von Bedürfnissen des/der Professionellen [ist]" (Gemende 2014, S. 134).

Rauchfleisch nennt Gefühle der Sympathie und Antipathie. Auch sie spielen eine relevante Rolle in der Gestaltung der Beratungsbeziehung. Obgleich dies nach Aussage des Autoren kaum von Berater:innen thematisiert wird, seien diese Gefühle z.B. in Supervision und Fallbesprechungen auch ohne explizit benannt zu werden präsent.

Die Beendigung einer Beratungsbeziehung kann sowohl für Berater:in als auch für Klient:in herausfordernd sein. Für Klient:innen kann dies eine Verlusterfahrung darstellen. Um die Abschlussphase gelingend und hilfreich zu gestalten, sollte diese durch die Berater:in professionell begleitet und gut vorbereitet werden (vgl. Stimmer; Ansen 2016, S. 320). Vor dem Hintergrund, dass für Belardi et al. "Bindung das reifste Muster menschlicher Beziehungen" darstellt, konstatiert er, dass "das wichtigste Muster für die Beratung [die] Beziehung [ist]. Sie sollte so gestaltet sein, dass nach Abschluss der Beratung keine Bindung (Abhängigkeit vom Berater) bestehen bleibt" (Belardi et al. 2007, S. 75).

Nach diesen umfassenden Ausführungen zur Beratungsbeziehung wird im folgenden Abschnitt die Bindungstheorie nach Bowlby vorgestellt sowie Bindungstypen, Bindungsstile und ihre Implikationen für die Beratungspraxis dargelegt.

2.6. Bindung

Die von Bowlby begründete Bindungstheorie befasst sich mit engen zwischenmenschlichen Beziehungen, deren Merkmalen und den psychosozialen Auswirkungen dieser auf die Menschen. Sie reiht sich ein in die Theorien der Entwicklungspsychologie und wurde seit ihrer Entstehung stetig beforscht und weiterentwickelt²⁸(vgl. Lengning/ Lüpschen 2019, S. 8ff.; Holmes, Geleitwort in Bowlby 2008, S. XII).

2.6.1. Definition

Nach Bowlby bezeichnet Bindung ein: "[...] natürliches vom Nahrungs- und Sexualtrieb abzugrenzendes Überlebensmuster [...]" (Bowlby 2008, S. 21). König definiert Bindung als: "emotionales Band, [...] das sich Zeit und Raum übergreifend zwischen zwei Personen, insbesondere zwischen dem Kleinkind und seiner primären Fürsorgeperson entwickelt" (König 2018, S. 13). Bindung stellt für Ainsworth einen interaktiven, von zwei Seiten bestimmten Prozess dar (vgl. Ainsworth 1964, S. 102). Zusammenfassend sei die Definition von Lengning und Lüpschen genannt, die zuvor Genanntes vereint und Beispiele für Situationen, in denen Bindungsverhalten gezeigt wird nennt:

"Bindung bezeichnet eine enge emotionale, länger andauernde Beziehung zu bestimmten Menschen, die nach Möglichkeit sowohl Schutz bieten als auch unterstützend wirken, z.B. wenn ein Kind verunsichert oder traurig ist und sie dem Kind helfen, seine Emotionen zu regulieren" (Lengning/Lüpschen 2019, S. 11).

Unter Bindungsverhalten werden Verhaltensweisen wie Weinen, Anklammern, Hinkrabbeln etc. verstanden, die sich insbesondere im Säuglings- und Kleinkindalter zeigen, jedoch auch im Erwachsenenalter fortbestehen. Diese zeigen sich in als Gefahren- oder Mangelsituationen wahrgenommen Momenten, z.B. bei Angst, Müdigkeit oder bei Krankheit (vgl. Bowlby 1987, S. 23; Lengning/ Lüpschen 2019, S. 11; Strauß 2014, S. 26 Bowlby 2008, S. 21). Sie werden mit dem Ziel verfolgt, emotionale Nähe und Fürsorge der Bezugsperson herzustellen oder zu bewahren und Hilfe zu erhalten (vgl. Strauß 2014, S. 26; Bowlby 2008, S. 21). "Wenn wir uns auf eine sensible Bindungsfigur verlassen können, fühlen wir uns geborgen und möchten diese Beziehung nicht missen" (Bowlby 2008, S. 21). Im Erwachsenenalter nimmt die Intensität und die Häufigkeit von Bindungsverhalten ab und tritt insbesondere zutage, wenn Menschen verängstigt, gestresst oder

²⁸ Einen wichtigen Beitrag zur empirischen Bestätigung dieser lieferte u.a. Ainsworth z.B. 1964; 1985.

krank sind (vgl. Bowlby 1991, S. 59). Im (gesunden) Entwicklungsverlauf entstehen durch das Bindungsverhalten sog. "affektive Bande oder Bindungen", die über die gesamte Lebensspanne wirksam sind. Diese entstehen zunächst zwischen Kind und Bezugsperson und später zwischen Erwachsenen (vgl. Bowlby 1991, S. 60). Dieses "emotionale Band", auch Attachment Bond genannt, zeigt sich als relativ zeitstabiles Persönlichkeitsmerkmal im Entwicklungsverlauf. Abzugrenzen davon ist das Beziehungsmerkmal "gefühlsmäßige Verbundenheit", auch "Affectional Bond" genannt. Es kann bei verschiedenen Beziehungen unterschiedliche Ausprägungen haben (vgl. König 2018, S. 14; Ainsworth 1985, S. 334).

Bindungsmuster wirken in der Begegnung mit neuen Kontakten, woraufhin die Bindung zu diesen an die bereits bestehenden Muster angepasst werden (vgl. Bowlby 2011 zitiert in Lengning/ Lüpschen 2019, S. 30). Dennoch soll nicht unerwähnt bleiben, dass eine Möglichkeit zur Veränderung der etablierten Bindungsmuster z.B. im Rahmen einer Psychotherapie besteht, wo korrigierende Bindungserfahrungen gemacht werden können (vgl. König 2018, S. 93). Bowlby betont, dass Bindungsverhalten positiv und keinesfalls als krankhaft zu werten ist (vgl. Bowlby 1987, S. 25). Für ihn kennzeichnet Bindungsfähigkeit psychisch stabile Menschen (vgl. Bowlby 2008, S. 98).

2.6.2. Bindungstypen

Ainsworth und Wittich untersuchten in Studien mit einjährigen Kindern, wie sich diese in einer "fremden Situation" verhielten. Von Interesse war, wie das Kind seine Bezugsperson, in diesem Fall die Mutter, als sichere Basis nutzte, welche Reaktionen es zeigte, wenn diese den Raum verließ bzw. zurückkehrte und wie sich das Kind einer fremden Person gegenüber verhielt (vgl. Ainsworth/Wittich 1969, S. 112).

Auf Basis dieser Beobachtungen, die an dieser Stelle nicht im Detail ausgeführt werden können, wurden die Kinder zunächst drei Bindungsmustern (später ergänzt um ein viertes²⁹) zugeordnet:

- 1. sicheres Bindungsmuster
- 2. unsicher-vermeidendes Bindungsmuster
- 3. unsicher-ambivalentes Bindungsmuster

²⁹ Dieses wurde aufgenommen, da einige Kinder keinem der drei geordneten Bindungsmuster zugeordnet werden konnten.

4. desorganisiertes/desorientiertes Bindungsmuster (vgl. Lengning/Lüpschen, 2019, S. 20)

In nachfolgender Tabelle sind die vier Bindungsmuster kindlichen Verhaltens samt deren vier Bindungsrepräsentationen im Erwachsenenalter dargestellt. Die Bindungsrepräsentationen der Erwachsenen werden z.B. mit Hilfe des AAI (Adult Attachment Interview) oder des AAP (Adult Attachment Projective Picture System)³⁰ erhoben, (vgl. Strauß 2014, S. 64).

Bindungsmuster kennzeichnendes kindliches	Bindungsrepräsentationen Erwachsener	
Verhalten		
Sicher	Sicher-autonom	
Gestresst nach Trennung	Eher positive Sicht des Selbst und des An-	
Bindungsperson ist sichere Basis	deren	
Suche nach Nähe	Fähigkeit, Hilfe anzunehmen und zu geben	
Unsicher-vermeidend	Unsicher-vermeidend (abweisend)	
Ignoriert Bindungsperson bei Annährung	Affektarmut, Überregulation des Affekts	
Angst vor Zurückweisung	Negative Sicht anderer/Abwertung von Bin-	
	dungen und Betonung von Unabhängigkeit	
Unsicher-ambivalent	Unsicher-verwickelt (verstrickt)	
Ausgeprägte Belastung und Affekte (Angst,	Affektreiche Darstellung vor allem mit Ärger,	
Wut)	Ängstlichkeit (Unterregulation des Affekts)	
Schwer zu beruhigen	Abhängigkeit von anderen, Mangel an Iden-	
	tität, Überbewertung von Bindungen	
Desorganisiert	Unverarbeitetes Trauma/Verlust	
Keine durchgängige Strategie	Erzählung von nicht verarbeiteten traumati-	
Unvereinbare Verhaltensweisen und Wider-	schen Erlebnissen auf verwirrende/desorga-	
sprüche (Erstarren, Absencen, Stereotypien)	nisierte Weise	

Tabelle 2: Charakteristika des Bindungsverhaltens von Kindern (in der fremden Situation) und entsprechender Bindungsrepräsentation bei Erwachsenen, von den Verfasserinnen gekürzt. Im Original: Strauß 2006 in Strauß 2014, S. 71 f.

_

³⁰ Das Adult Attachment Interview (AAI) ist ein als "Goldstandard" geltendes Erhebungsverfahren, das von George, Kaplan und Main entwickelt wurde, um die mentalen Bindungsrepräsentationen von Erwachsenen zu erfassen (vgl. Trost 2018, S. 145; Gloger-Tippelt 2012, S. 93). Dieses halb-strukturierte klinische Interview soll frühere Beziehungserfahrungen und deren aktueller Bewertungen und Bedeutungen erfassen (vgl. Lengning/Lüpschen 2019, S.54; Trost 2018, S. 145; Strauß 2014, S. 66). Aufgrund der umfassenden Schulungen der Interviewer:innen sowie der zeitaufwendigen Auswertung ist es jedoch in der Paxis nur bedingt anwendbar (vgl. Trost 2018, S. 146; Lengning/Lüpschen 2019, S. 54f.; Gloger-Tippelt 2012, S. 93). Eine weitere Methode zur Erfassung der Bindungsrepräsentationen im Erwachsenenalter ist das von George, West und Pettem entwickelte Adult Attachment Projective Picture System (AAP) (vgl. Gloger-Tippelt 2012, S. 357 f.). Die Durchführungs- und Auswertungszeit liegt deutlich unter der des AAI und scheint damit auch in der klinischen Praxis einsetzbar zu sein (vgl. ebd., S. 375). In diesem projektiven Verfahren sollen die Betrachter:innen zu den Bildern eine Geschichte erzählen (vgl. ebd., S. 357 f.).

Auf Basis der Bindungserfahrungen mit ihren primären Bezugspersonen (zumeist den Eltern) bilden Kinder ein sogenanntes inneres Arbeitsmodell aus. Dieses umfasst Annahmen zu ihrem Selbstbild sowie zum Bild ihrer Mitmenschen (vgl. Neumann/ Sache 2018, S. 48). Konkret zur Liebenswürdigkeit der eigenen Person, zur Vertrauenswürdigkeit anderer Menschen sowie zum Erleben von (nahen) Beziehungen (vgl. Strauß 2014, S.26). Bindung im Erwachsenenalter zeigt sich zum einen durch beobachtbares Bindungsverhalten, zum anderen beeinflusst es als mentale Bindungsrepräsentation Denkund Fühlmuster und erweitert oder schränkt so die Handlungsmöglichkeiten und die Wahrnehmung der Person ein (vgl. Trost 2018, S. 144).

2.6.3. Berater:in als "sicherer Hafen"

Nach Bowlby hat die/der nach bindungstheoretischen Grundlagen arbeitende Therapeut:in fünf Hauptaufgaben: Sie/Er ...

- 1. dient den Klient:innen als verlässliche Basis.
- 2. regt die Klient:innen zur Reflexion über ihre Beziehungserfahrungen an.
- 3. regt die Klient:innen zur Reflexion über die therapeutische Beziehung an, die die inneren Arbeitsmodelle repräsentiert.
- 4. bietet den Klient:innen Raum, eigene Wahrnehmungen, Erwartungen, Gefühle etc. mit denen der Kindheit in Beziehung zu setzen und dabei den Fokus auf die primären Bezugspersonen zu legen.
- 5. unterstützt die Klient:innen darin, eigene innere Arbeitsmodelle zu ergründen und auf deren Stimmigkeit zu überprüfen (vgl. Bowlby 2008, S. 113).

Da diese Aufgaben jedoch i.d.R. in der Praxis nicht klar zu trennen sind, betont Bowlby die Notwendigkeit, den Klient:innen ein sicheres Gefühl in der Arbeit mit der/dem Berater:in bzw. der/dem Therapeut:in zu vermitteln (vgl. Bowlby 2008, S. 114):

"Wie Kinder zur Entfaltung ihres Explorationsdranges die Mutter brauchen, sollte der Therapeut dem erwachsenen Patienten eine verlässliche Basis für dessen geistig-seelische Selbstexploration und Verbalisierungen bieten, ihn dabei ebenso aufmerksam wie sensibel begleiten und zugleich mitfühlend zu verstehen suchen, wohl wissend, wie misstrauisch die frühen negativen Erlebnisse den Patienten gemacht haben und ihn daher zweifeln lassen, wie ehrlich es der Therapeut meint und ob er seine schwierige Situation überhaupt begreift. Andererseits kann das ungewohnte Entgegenkommen die Hoffnung nähren, nun endlich die so lange entbehrte Aufmerksamkeit und Zuwendung zu erhalten" (Bowlby 2008, S. 115).

Strauß zitiert Fonagy (2001), wonach Therapeut:innen guten Eltern ähneln sollten (vgl. Fonagy 2001 zitiert in Strauß 2014, S. 99). Im Sinne der Bindungstheorie können als

gute Eltern Bezugspersonen bezeichnet werden, die feinfühlig auf das Verhalten ihres Kindes reagieren – d.h. sie nehmen die Signale ihres Kindes wahr, interpretieren diese richtig und antworten angemessen und prompt darauf (vgl. Ainsworth 1974, S. 414).

Sachse merkt an, dass die Beziehung im therapeutischen Setting einen Raum bietet, den Klient:innen so außerhalb des Beratungsraums kaum finden können (vgl. Neumann; Sachse 2018, S. 38). Seiner Meinung nach, sorgt gerade dies für die Effektivität in der Therapie (vgl. ebd., S. 35). Er spricht, angelehnt an Bowlby, vom "sicheren Hafen" (vgl. ebd., S. 38).

Neumann zufolge handelt es sich bei der therapeutischen Beziehung um eine Beziehung, die Bindungsmerkmale hat, jedoch keine Bindungsbeziehung im engeren Sinne darstellt. Sie begründet dies, mit der Asymmetrie in der Beziehung zwischen Berater:in/Therapeut:in und Klient:in. Demnach habe eine "Erwachsenenbeziehung" das Merkmal der gegenseitigen Unterstützung, was im genannten Setting nicht der Fall ist und die therapeutische Beziehung somit keine Bindungsbeziehung im engeren Sinne darstellen könne (vgl. Neumann/ Sachse 2018, S. 37). Strauß und Wirth widersprechen dem, für sie hat die therapeutische Beziehung Merkmale einer Bindungsbeziehung Gerade bei länger andauernden Beratungsprozessen entwickeln Klient:innen eine vertrauensvolle und emotional hoch bedeutsame Beziehung zur Beratungsperson. Klient:innen können ihren Berater:innen, möglicherweise zum ersten Mal in ihrem Leben, ihre persönlichsten Probleme, Ängste und Sehnsüchte mitteilen (vgl. Strauß 2014, S.86; Wirth 2016, S. 61).

2.6.4. Bindung und Beratung: Konsequenzen für die Beratungsbeziehung

"Viele der intensivsten Emotionen entstehen während des Aufbaus, des Aufrechterhaltens, der Unterbrechung und der Erneuerung von Bindungsbeziehungen. [...] Das Aufrechterhalten eines Bandes, ohne es in Frage zu stellen, erlebt man als Quelle von Sicherheit und die Erneuerung eines Bandes als Quelle von Freude" (Bowlby 1991, S. 61).

Das Wissen zur Bindungstheorie und eine durch dieses Wissen geprägte Haltung kann Berater:innen helfen, adäquat auf die Bedürfnisse ihrer Klient:innen zu reagieren. Klient:innen, die beispielsweise früh die Erfahrung machen durften eine feinfühlige Reaktion ihrer Bezugspersonen zu erhalten, werden anders reagieren als Klient:innen, die in Situationen in denen sie Unterstützung und Halt gebraucht hätten, keine angemessene Reaktionen erwarten durften (vgl. Bowlby 1991, S. 406).

Es ist davon auszugehen, dass ebenso wie in der weiter oben beschriebenen "fremden Situation", die Anfangsphase einer Beratung eine zunächst fremde Situation darstellt in der frühere positive wie negative Bindungserfahrungen aktiviert sind (vgl. Strauß 2014, S. 111; Trost 2018, S. 15).³¹

Eine Studie von Mallinckrodt (2000) zeigt, dass Selbstwirksamkeit und Bindungssicherheit der Klient:innen zusammen mit dem erinnerten Erziehungsverhalten der Eltern positiv mit der Arbeitsbeziehung korrelieren (vgl. Mallinckrodt 2000 zitiert in Strauß 2014, S. 94). Strauß verweist zudem auf eine Zusammenfassung von Diener und Monroe (2011) von 17 Studien mit 886 Personen, die ebenfalls einen Zusammenhang zwischen sicherer Bindung und positiver therapeutischer Allianz belegen (vgl. Diener/ Monroe 2011 zitiert in Strauß, 2014, S. 97).

2.6.5. Bindungsstile Beratender

Berater:innen bringen ihre eigenen Bindungserfahrungen³² in die Arbeitsbeziehung ein, was sich je nach eigener Bindungsrepräsentation positiv oder negativ auf die gemeinsame Arbeit auswirken kann (vgl. Trost 2018, S. 15).

Bowlby unterstreicht die hohe Relevanz der Reflexionsfähigkeit der/des Berater:in bezogen auf eigene Kindheitserlebnisse, da stets auch die Person der/des Berater:in im Beratungsprozess eine Rolle spielt (vgl. Bowlby 2008, S. 115). Dies impliziert auch, sich als Berater:in eigener Bindungserfahrungen bewusst zu sein und seine eigenen Stärken und Vulnerabilitäten im Umgang mit unterschiedlichen Beziehungsangeboten der Klient:innen zu kennen, um professionell und reflektiert vorzugehen (vgl. Strauß 2014, S. 124; Trost 2018, S. 267; Lengning/ Lüpschen 2019, S. 8ff).

Studien der Bindungsforschung zeigen, dass die Mehrheit der Psychotherapiepatient:innen unsicher gebunden sind (vgl. Schauenburg/Strauß 2002 zitiert in Strauß 2014 S. 104). Wie bereits weiter oben dargelegt, bestehen Zusammenhänge zwischen der Bindungsrepräsentation der Klient:innen und der therapeutischen Allianz. Für die therapeutische Arbeit und den Aufbau der tragfähigen Beziehung bedeutet dies, dass sich

³¹ Aufgrund früherer negativer Erfahrungen mit ihren Bezugspersonen fürchten viele Klient:innen von ihrer/ihrem Therapeut:in abgelehnt, kritisiert oder gar gedemütigt zu werden (vgl. Bowlby 2011, S. 116).

³² Eine Untersuchung von Dozier (1999) belegt einen Zusammenhang zwischen dem Bindungsmuster der Therapeut:innen und der Klient:innen. Es zeigte sich eine Tendenz bei den unsicher gebundenen Therapeut:innen, die unsicheren Bindungsmuster ihrer Klient:innen zu verstärken. Die sicher gebundenen Therapeut:innen hingegen konnten ihre Klient:innen überwiegend dabei unterstützen eine sichere Bindung zu entwickeln (vgl. Dozier 1999 zitiert von Holmes 2011 Geleitwort in Bowlby 2011, S. XII).

Klient:innen entsprechend ihrer Bindungsmuster in der Interaktion unterschiedlich verhalten und Reaktionen bei ihrem Gegenüber auslösen. Strauß merkt an, dass es aus genannten Gründen wichtig sei, die Erkenntnisse der Bindungsforschung in der therapeutischen Arbeit, insbesondere bei der Beziehungsgestaltung zu bedenken (vgl. Strauß 2014, S. 104). Trost sieht eine bindungsorientierte Haltung als förderlich für die Arbeitsbeziehung zwischen Klient:in und Berater:in (vgl. Trost 2018, S. 204). Insgesamt wurden bisher jedoch nur wenige Studien zur Bindungssicherheit von Berater:innen und Therapeut:innen durchgeführt (vgl. Trost, 2018 S. 268).

Neben den im vorliegenden Kapitel behandelten Themen, bilden nach Ansicht der Verfasserinnen Kommunikations- und Medientheorien ebenfalls eine wichtige theoretische Basis zur Beantwortung der Forschungsfrage. Im folgenden Kapitel finden diese daher eine nähere Betrachtung.

3. Kommunikations- und Medientheorien (KT: Barbara Kunner/ MT: Andrea Bülow)

Kommunikation ist Grundlage von Beratungsprozessen. Zum Verständnis von Beratung als "dialogisch gestalteter Prozess" (Arbeitsgemeinschaft Beratungswesen 2003; S. 1275) bzw. "kommunikativ vermittelte und vereinbarte Unterstützungshandlung" (Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e. V. 2002, S. 3), sind kommunikationstheoretische Kenntnisse unabdingbar.

Zur Darstellung der Grundlagen interpersonaler Kommunikationsprozesse erfolgt daher zunächst eine Übersicht nach Ansicht der Verfasserinnen relevanter Kommunikationstheorien.

Beratung ist immer auch im Kontext der jeweils aktuellen gesellschaftlichen, kulturellen und technischen/digitalen Entwicklungen mit ihren vorherrschenden Kommunikationspraktiken zu betrachten (vgl. Wenzel 2013, S. 19).

Da medienvermittelte Kommunikation in kommunikativen Prozessen und damit auch im Beratungshandeln erhebliche Bedeutung erhalten hat, folgen den kommunikationstheoretischen Ausführungen neben medientheoretischen Einlassungen die Erläuterung weiter und enger Medienbegriffe, sowie Definitionen von Medienkategorien.

3.1. Das Organon-Modell (Bühler)

Das 1934 von Bühler entwickelte Organon-Modell bildete zusammen mit dem Kommunikationsmodell von Watzlawik die Grundlage für das 4-Ohren-Modell von Schulz von Thun (vgl. Frindte/ Geschke 2019, S. 197). In der heutigen kommunikationspsychologischen Forschung wird das Modell zumeist nur rezipiert, um die historische Kontinuität zu belegen. Aus diesem Grund wird das Organon-Modell der Vollständigkeit halber genannt und stark verkürzt und vereinfacht dargestellt. Bühler bezog sich bei der Namensgebung auf Platon, der im Kratylos angab, Sprache als "Organum", d.h. als Werkzeug zu betrachten (vgl. Bühler 1934, S. 107).

³³ Siehe hierzu die Ausführungen von Bühler 1934 und von Frindte/ Geschke 2019.

"Im Mittelpunkt dieses Modells steht die Sprache als wahrnehmbare Abfolge von im Allgemeinen akustischen Signalen, also sprachlichen Zeichen. Diese stehen in Relation zu "dem Einen", einem Sender, und dem "Anderen", einem Empfänger, und den "Dingen". Die Dinge sind Ereignisse und Sachverhalte, über die sich Sender und Empfänger verständigen wollen, wobei sie sich der sprachlichen Zeichen bedienen" (Nußbeck 2019, S. 32).

Die sprachlichen Zeichen haben für Bühler drei Funktionen: Darstellungsfunktion, Ausdrucksfunktion und Appellfunktion (vgl. Bühler 1934, S. 112; Frindte/ Geschke 2019, S. 197).

3.2. Die fünf Axiome (Watzlawick)

Das von Watzlawick et al. begründete Kommunikationsmodell fußt auf fünf Axiomen³⁴ (vgl. Nußbeck 2019, S. 40; Röhner; Schütz 2012, S. 25). Das vorgelegte Modell ist jedoch "keine vollständig und in allen Punkten empirisch überprüfbare Theorie" (Nußbeck 2019, S. 38), sondern ist rein beschreibend und berücksichtigt beispielweise nicht, dass auch Sprache (digital) nicht immer eindeutig und nonverbale Kommunikation (analog) nicht immer uneindeutig sein muss (vgl. ebd., S. 40).

- 1. Axiom: "Man kann nicht nicht kommunizieren" (Watzlawick et al. 2011, S. 60). Jede zwischenmenschliche Begegnung, jedes Verhalten in einer Situation sei demnach Kommunikation, sowohl bewusst und willentlich als auch unbewusst und unbeabsichtigt. Egal ob die Kommunikationspartner:innen sprechen, schweigen, handeln oder nicht handeln: sie kommunizieren. (vgl. ebd. S. 58f.).
- 2. Axiom: "Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt" (Watzlawick et al. 2011, S. 64). Der Inhaltsaspekt werde zumeist verbal, der Beziehungsaspekt überwiegend nonverbal übermittelt (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 26).
- 3. Axiom: "Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bedingt" (Watzlawick et al. 2011, S. 70). Diskrepanzen im Bereich der Interpunktion seien nach Watzlawick et al. häufige Gründe für Beziehungskonflikte (vgl. ebd. S. 67): "Jede Kommunikationshandlung lässt sich als Reaktion auf eine vorausgehende Handlung verstehen" (Nußbeck 2019, S. 39).

³⁴ Siehe hierzu die Ausführungen von Watzlawick et al. 2011.

4. Axiom: "Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten" (Watzlawick et al. 2011, S. 78). Digitale (Sprache) und analoge (nonverbale) Kommunikationsanteile ergänzen sich in jeder Mitteilung gegenseitig. Sie seien eigenständig kaum interpretierbar (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 29). Watzlawick et al. gehen davon aus, dass der Inhaltsaspekt digital, der Beziehungsaspekt analog vermittelt wird (vgl. Watzlawick et al. 2011, S. 74).

5. Axiom: "Zwischenmenschliche Kommunikationsabläufe sind entweder symmetrisch oder komplementär, je nachdem, ob die Beziehung zwischen den Partnern auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht" (Watzlawick et al. 2011, S. 81). In symmetrischen Beziehungen streben die Kommunikationspartner:innen nach Gleichheit, in komplementären Beziehungen ergänzt das Verhalten der/des Einen das der/des Anderen (vgl. ebd., S. 79f.).

Watzlawick et al. sehen in der Metakommunikation "ein Mittel, um Kommunikationsstörungen aufzudecken und gegebenenfalls auch zu beheben" (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 25).

Als letztes Kommunikationsmodell soll im folgenden Abschnitt das von Schulz von Thun entwickelte Modell der vier-Seiten einer Nachricht dargelegt werden.

3.3. Die vier Seiten einer Nachricht (Schulz von Thun)

Das Vier-Seiten-Modell einer Nachricht von Schulz von Thun³⁵ ist, wie weiter oben dargelegt, angeregt durch Bühler und Watzlawick. Die drei von Bühler benannten Funktionen der Sprache finden sich im Vier-Seiten-Modell in Sachinhalt, Selbstoffenbarung und Appel wieder, Watzlawicks Inhaltsaspekt im Sachinhalt. Der Beziehungsaspekt umfasst nach Auffassung von Schulz von Thun sowohl Selbstoffenbarung als auch Beziehung und Appell (vgl. Schulz von Thun 2006, S. 30).

Das Vier-Seiten-Modell offenbart drei Aspekte:

- 1. die "Klarheit der Kommunikation [ist] eine vier-dimensionale Angelegenheit" (Schulz von Thun 2006, S. 15).
- 2. Eine Nachricht kann viele Botschaften enthalten. Die/Der Empfänger:in muss auf diese reagieren.

_

³⁵ Siehe hierzu die Ausführungen von Schulz von Thun 2006.

3. Die vier Seiten sind gleich lang und prinzipiell gleichrangig (vgl. Schulz von Thun 2006. S. 15 f.).

Das Grundprinzip der Kommunikation lautet:

Ein:e Sender:in möchte etwas mitteilen, kodiert dies und sendet ihre/seine Nachricht an eine:n Empfänger:in. Diese:r wiederum dekodiert die empfangene Nachricht. Im Regelfall stimmen gesendete und empfangene Nachricht überein und es kommt zu einer Verständigung (vgl. Schulz von Thun 2006, S. 25). Dieser Vorgang ist jedoch aufgrund der Vielseitigkeit einer Nachricht störanfällig.

Eine Nachricht kann ein Wort, ein Satz, ein Blick oder auch ein Schriftstück, z.B. ein Brief sein. Jede Nachricht enthält einen Sachinhalt (das worüber die/der Sender:in informiert), eine Selbstoffenbarung (das was die/der Sender:in von sich preisgibt), einen Beziehungsaspekt (was die/der Sender:in von der/dem Empfänger:in hält) und einen Appell (wozu die/der die Sender:in die/den Empfänger:in veranlassen möchte) (vgl. Schulz von Thun 2006, S. 26 ff.).

Neben der Seite der/des Sender:in hat sich Schulz von Thun ebenfalls mit der Seite der/des Empfänger:in befasst. Diese:r kann die Nachricht verschieden aufnehmen. Sie/Er kann den Sachinhalt, den Beziehungsinhalt, den Appell oder die Selbstoffenbarung wahrnehmen, je nachdem kann sich die Kommunikationssituation sehr unterschiedlich gestalten (vgl. Schulz von Thun 2006, S. 44). "Diese freie Auswahl des Empfängers führt zu manchen Störungen – etwa dann, wenn der Empfänger auf eine Seite Bezug nimmt, auf die der Sender das Gewicht nicht legen wollte. Oder wenn der Empfänger überwiegend nur mit einem Ohr hört, und damit taub ist (oder sich taub stellt) für alle Botschaften, die sonst noch ankommen" (Schulz von Thun 2006, S. 46).

Neben den oben beschrieben Kommunikationsmodellen bzw. Axiomen ist der nonverbale Ausdruck ein nicht zu vernachlässigender Aspekt im Beratungsprozess. Aus diesem Grund werden im Kapitel Nonverbale Kommunikation nach einer allgemeinen Definition, die Relevanz und Funktion sowie speziell der Blickkontakt erläutert.

3.4. Nonverbale Kommunikation

3.4.1. Definition

Nonverbale Kommunikation beachtet das "Wie": Wie wird etwas ausgedrückt? Sie kann anders als die verbale Kommunikation, simultan stattfinden und im Falle einer inkongruenten Mitteilung orientieren sich Gesprächspartner:innen eher an den nonverbalen Anteilen (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 57ff.).

Nonverbaler Ausdruck und nonverbale Kommunikation umfasst: Gestik, Mimik (Gesichtsausdrücke), Blickverhalten (und Pupillenerweiterung), Körperbewegungen (Pantomimik), Körperhaltung, Körperkontakt, Raumverhalten (Proxemik), Kleidung, Aussehen und Geruch (vgl. Argyle 2013, S. 11; Sollmann 2013, S. 21; Thomas 1991 zitiert in Frindte/ Geschke 2019, S. 219):

"Für die Frage nach der Gestaltung der Beziehung in der Beratung sind insbesondere der mimische Ausdruck von Emotionen und die interaktive Bedeutung von Mimik und Lächeln bedeutsam. Beraterln und Klientln gestalten und tragen mit ihrer Mimik die Interaktion in der Beratung" (Schäfter 2010, S. 125).

Wobei schon kleinste mimische Änderungen die zu übertragende Botschaft verändern können (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 66). Gesten sind Bewegungen zumeist der Arme und Hände (vgl. ebd., S. 63). Es kann zwischen eigenständigen Gesten (Embleme), die Sprache ersetzen können (z.B. Winken) und gesprächsbegleitenden Gesten (Illustratoren), die Worte unterstützen und das Verständnis erleichtern sollen, unterschieden werden (vgl. Sollmann 2013, S. 40; Röhner/ Schütz 2012, S. 63).

"Quantitative und qualitative Unterschiede im gestischen Verhalten lasen sich bei gesunden, gestressten oder klinisch kranken Menschen feststellen. Insoweit dient eine genaue Analyse des gestischen Verhaltens einer Person als Hinweis auf mögliche Veränderungs- Verbesserungs- oder Gesundungsprozesse" (Sollmann 2013, S. 46).

Kopfbewegungen gelten als Subtyp von Gesten, die z.B. Sprecherwechsel ankündigen können (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 64).

Die Körperhaltung gibt der/dem Interaktionspartner:in Hinweise auf Emotionen, Einstellungen oder den Status einer Person (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 64; Giese/ de Gelder 2012 zitiert in Nußbeck 2019, S. 47). Zudem spiegelt sie die Gefühle und Befindlichkeiten und gibt Auskunft darüber, wie sicher, souverän, aufmerksam und interessiert die/der Gesprächspartner:in ist (vgl. Nußbeck 2019, S. 47). Sollmann verweist auf Studien, die

zeigen konnten, dass Positionswechsel eng mit dem emotionalen Erleben einer Person verknüpft sind. Zudem könne nach Meinung des Autors "der Wechsel einer Körperhaltung [...] als unbewusster Impuls gedeutet werden, das Thema zu wechseln" (Sollmann 2013, S. 46). Das Auftreten repetitiver Gesten könne auf Stress, Unsicherheit sowie einem Gefühl der Distanziertheit hindeuten (vgl. ebd. S. 46f.).

"Raum und Territorium können nonverbal Einstellungen und Beziehungen kommunizieren und werden bestimmt durch die Intimität, die man dem Partner zugesteht" (Nußbeck 2019, S. 48). Die Autor:innen beziehen sich auf Gelso und Fretz, wonach zudem die "räumlichen Verhaltensdimensionen als Settingbedingungen für Beratungsmethoden" (Gelso/ Fretz 1992 zitiert in Sickendiek et al. 2008, S. 144) Beachtung finden.

Konkret benennen sie die räumliche Nähe und Distanz der Interaktant:innen (vgl. Sickendiek 2008, S. 144).³⁶

In der Literatur wird die paraverbale Kommunikation häufig der nonverbalen Kommunikaton zugeordnet. Sie umfasst verbale Ausdrucksformen: Mit welcher Lautstärke gesprochen wird, ob und wie lange Pausen gemacht werden, Stimmhöhe, Stimmführung, Stimmmodulation, Stimmqualität, Klangfarbe, Artikulation, Sprechgeschwindigkeit, Seufzen, Gähnen, Lachen, betontes Atmen, Weinen Gähnen oder Pfeifen etc. (vgl. Sickendiek et al. 2008. S. 144; Argyle 2013, S. 11; Sollmann 2013, S. 21; Thomas 1991 zitiert in Frindte/ Geschke 2019; S. 219, Nußbeck 2019, S. 48): Finige Emotionen wie "Zorn, Nervosität, Traurigkeit oder Glück" (Nußbeck 2019, S. 48.) sowie Erregung und Angst spiegeln sich stark in der Stimme. Diese ist weniger beeinflussbar als der Gesichtsausdruck und kann damit als zuverlässigerer Indikator aufgefasst werden (vgl. ebd.).

Zumeist erfolgt die nonverbale Kommunikation mehr oder weniger unbewusst und automatisiert auf Sender:innen- und Empfänger:innenseite und ist unbestimmter als die

- Unmittelbarkeitsreize wie Blickkontakt, Körperorientierung oder Berühren kommunizieren Sympathie und Antipathie.

49

-

³⁶ Hall veröffentlichte 1966 in "The hidden dimension" vier Kategorien der Face-to-Face-Interaktion: "Die intime Distanz (15-45cm), die gesellig-persönliche Distanz (45cm-120m), die soziale Distanz (1,20-3,70) und die öffentliche Distanz (3,70 bis Seh-und Hörweite)" (Röhner/ Schütz 2012, S. 67). Siehe hierzu auch S. 83 vorliegender Arbeit.

³⁷ "Mehrabian unterscheidet drei Reizklassen:

⁻ Entspannungsreize wie Einnehmen des Raumes beim Sitzen oder Stehen oder Anspannung der Hände vermitteln Status und soziale Kontrolle.

⁻ Aktivitätsreize wie Bewegungen und Gestik signalisieren Reaktionsbereitschaft und Aufmerksamkeit dem Partner gegenüber" (Mehrabian 1972 zitiert in Nußbeck 2019, S. 47).

verbale Kommunikation. Zudem scheint die Anzahl nonverbaler Zeichen unbegrenzt (vgl. Nußbeck 2019, S. 43; Schäfter 2010, S. 121).

Körpersprache als eine Unterform nonverbaler Kommunikation vereint "persönlichen Ausdruck, persönlichen Eindruck und nonverbale Kommunikation" (Sollmann 2013, S. 21; vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 62). vor dem Hintergrund gesellschaftlicher und kultureller Aspekte (vgl. Sollmann 2013, S. 7f.).

"Körpersprache ist *immer* Kommunikation" (Sollmann 2013, S. 9). Jedoch ist nicht jede nonverbale Kommunikation auch Körpersprache (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 63). ³⁸

3.4.2. Relevanz

Forschungen zufolge sind nonverbale Kommunikationsanteile gleichbedeutend mit verbalen Kommunikationsanteilen, wenn nicht situationsabhängig gar relevanter (vgl. Frindte/ Geschke 2019, S. 218). Eine Studie von Jacob geht gar von einem neunmal höheren Einfluss nonverbaler gegenüber verbalen Anteilen aus (vgl. Jacob 2012 zitiert in Röhner/ Schütz 2012, S. 59). Im Beratungsgeschehen bilden sie also einen entscheidenden Anteil, gleichzeitig werden sie häufig in ihrer Bedeutsamkeit gegenüber den verbalen Anteilen unterschätzt (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 143). Berater:innen senden in der Beratungssituation nonverbale Botschaften (vgl. Schäfter 2010, S. 120):

"Das Gesicht und die Mimik eines Beraters ist wichtiger Schlüsselreiz in der Beratungskommunikation, weil hierdurch neben inhaltlicher Kommunikation Freude oder Bedrückung, Ernst oder Belustigung, Interesse oder Langeweile signalisiert wird. Auch andere Augenbewegungen oder Körperbewegungen sind von Bedeutung. Klienten registrieren, ob Berater sich zurücklehnen, die Arme verschränken, mit den Fingern auf den Tisch trommeln etc. und interpretieren oft nicht bewusst, aber auf dem Hintergrund einer alltäglichen Deutung solche Verhaltensweisen" (Sickendiek et al. 2008, S. 143).

Die nonverbale Kommunikation ist insbesondere relevant für die Beratungsbeziehung:

"[...] weil diese [nonverbalen] Zeichen in der Regel unvermittelter, automatischer und schneller analysiert bzw. encodiert werden. Es zeigen sich auf diese Weise beziehungsrelevante Gefühle und Einstellungen, die verbal möglicherweise gar nicht ausgedrückt werden" (Schäfter 2010, S. 119).

³⁸ Eine Aussage deren Sinn durchaus hinterfragt werden kann.

3.4.3. Funktionen

Nonverbale Kommunikation hat verschiedene Funktionen, sie kann Worte ersetzen, unterstreichen oder unterstützen. Sie kann jedoch auch unbewusste Gefühle und Gedanken offenbaren (auf die Lippen beißen) (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 144).

Argyle nennt fünf Funktionen der nonverbalen Kommunikation:

- Äußerung von Emotionen (zumeist mithilfe von Gesicht, Körper und Stimme)
- Mitteilung interpersonaler Einstellungen (Beziehungsgestaltung mithilfe von nonverbalen Kommunikationsanteilen)
- Begleitung und Unterstützung von sprachlichen Äußerungen (Kopfnicken, Blickkontakte und nonverbale Äußerungen ergänzen verbale Äußerungen)
- Selbstdarstellung (Aussehen und Stimme)
- Rituale (z.B. Begrüßungen) (vgl. Argyle 2013, S. 16).

Frindte und Geschke ergänzenden den zweiten Punkt:

"So neigen wir dazu, aus nonverbalen Signalen, wie Nähe, Tonfall, Berührung, Blickverhalten und Mimik auf die Beschaffenheit der interpersonalen Beziehung zu schließen, in der wir uns befinden oder zu befinden meinen" (Frindte/ Geschke 2019, S. 223).

3.4.4. Blickkontakt

Das Blickverhalten ist eines der wichtigsten und wirksamsten nonverbalen Kommunikationsmittel (vgl. Nußbeck 2019, S. 45). Es sei

"zentrale Verhaltenskategorie [...] in Beratungsprozessen. Viel der Kommunikation und der Beziehung zwischen Berater und Klient wird hierüber ausgedrückt und vermittelt" (Sickendiek 2008, S. 144).

Genannt sei hier z.B. der Sprecherwechsel (Turn-Taking), der mit Hilfe des Blickkontaktes kommuniziert wird (vgl. Nußbeck 2019, S. 45) sowie die "Anzeige der Kommunikationsbereitschaft", "der Kontrolle des Kommunikationskanals" und dem "Bedürfnis nach Rückmeldung über die Reaktionen anderer" (Widmaier 1995 zitiert in Schäfter 2010, S. 126).

"Das Blickverhalten eines Menschen ist eng mit seinen interpersonalen Einstellungen verknüpft und trägt so zur Beziehungsgestaltung bei. Personen, die vom Gegenüber häufig angesehen werden, haben den Eindruck, der Blickende hätte sie besonders gern und entwickeln ihrerseits Sympathie für den anderen" (Ellsworth/ Ludwig 1979 zitiert in Schäfter 2010, S. 127).

Augen- und Blickkontakt sind nicht identisch, der einseitige Augenkontakt unterscheidet sich vom wechselseitigem Blickkontakt (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 65; Schäfter 2010, S. 125f). Beide sind kontextabhängig und können sowohl Zuneigung als auch Konfrontation und Dominanzverhalten signalisieren (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 65). Die Ausgestaltung des Blickkontaktes zeigt eine starke kulturelle Prägung (vgl. Sickendiek 2008, S. 144; Röhner/ Schütz 2012, S. 65).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass nonverbale Ausdrucksformen bedeutsam sind und im Beratungsgespräch wirken. Berater:innen sollten sich dieser Tatsache bewusst sein und Kenntnis über ihre nonverbalen Kommunikationsanteile haben. Idealerweise sind verbale und nonverbale Anteile aufeinander abgestimmt, unterstreichen, ersetzen oder kompensieren einander (vgl. Sickendiek 2008, S.144f.). Der Chamäleon-Effekt³⁹ bildete die Ausgangsbasis für Ramseyer und Tschacher, die untersuchten, ob und inwieweit synchrone nonverbale Verhaltensweisen von Patient:innen und Therapeut:innen im therapeutischen Setting Erfolge anzeigen und fördern können. Sie konnten belegen, dass synchrones nonverbales Verhalten der Interaktant:innen mit einer hohen Beziehungsqualität einherging, die wiederum positiv mit dem Therapieerfolg korrelierte (vgl. Ramseyer/ Tschacher 2011 zitiert in Frindte/ Geschke 2019, 234). Weiterhin sollten Berater:innen die nonverbalen Kommunikationsanteile der Ratsuchenden wahrnehmen und in angemessener Weise in den Beratungsprozess einbringen können (vgl. Belardi et al. 2007, S. 74).

Da aktuell Kommunikationsprozesse zunehmend medial vermittelt stattfinden, bietet das folgende Kapitel einen Überblick über ausgewählte Medientheorien und generell im Zusammenhang mit Medien relevanten Begrifflichkeiten.

3.5. Medientheorie(n)

Medientheorien unterscheiden sich sowohl in ihrer Definition des Medienbegriffs als auch in der Schwerpunktsetzung auf Technik, Funktion oder Inhalt und können dabei (u.a.) sowohl einen kulturwissenschaftlichen als auch einen soziologischen

³⁹ Frindte und Geschke benennen den Chamäleon-Effekt als Beispiel für die weniger bewusst steuerbare nonverbale Kommunikation. Dieser ist ein menschliches Mimikry-Verhalten, der ein (unbewusstes) mimisches und gestisches Nachahmen der/des Gesprächspartner:in beschreibt (vgl. Frindte/ Geschke 2019, S. 231)

Ausgangspunkt besitzen. Fragt die kulturwissenschaftlich orientierte Medientheorie nach Eigenschaften und Praxis von Medien, richtet sich der Fokus soziologischer Medientheorien auf den Einfluss von Medien auf soziale Praktiken und Zusammenhänge. Erstere zeigt sich bspw. im technikorientierten Ansatz oder der phänomenologisch geprägten Ausformung, welche u.a. hervorhebt, dass ein Medium ein Mittel ist, "welches nur funktioniert, wenn es selbst zurücktritt" (Wiesing 2005, S. 150)⁴⁰, sich quasi im Vorgang der Übermittlung unsichtbar macht.

Soziologische Medientheorie, d.h. Mediensoziologie, stützt sich bspw. auf die im Rahmen der Systemtheorie von Luhmann vorgelegte Medientheorie, oder auf die Theorie des Kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas⁴¹.

Stellvertretend für die kulturwissenschaftliche Medientheorie wird der Ansatz von Marshal McLuhan, dessen Satz "*The medium is the message*" als Begründungssatz der Medientheorie gilt (vgl. Wagner 2014, S. 10) im Unterkapitel "Medienmodelle" (kurz) vorgestellt.

An der Schnittstelle zwischen soziologisch fundierten Kommunikations- und Medientheorien findet sich die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) von Bruno Latour. Nach Latour bezeichnet der Begriff "sozial" nicht die Basis menschlicher Interaktionshandlungen, sondern verweist auf eine Verbindung⁴² aus aufeinander bezogenen biologischen und technischen Komponenten, welche erst eine soziale Sphäre/soziale Prozesse schaffen:

"Aus diesem Grund werde ich das Soziale nicht als einen speziellen Bereich, eine bestimmte Sphäre oder eine besondere Art von Ding definieren, sondern nur als eine sehr eigentümliche Bewegung des Wiederversammelns und erneuten Assoziierens" (Latour 2019, S. 19).

Damit stellt er nicht nur die (soziologischen) Paradigmen, nach denen menschliches Handeln aus sozialen Situationen heraus entsteht in Frage, sondern erweitert den Kreis der an eben diesem Handeln Beteiligten um technische Artefakte, wobei er die "Subjekt-Objekt-Dichotomie" (Held 2016, S. 87) aufhebt.

⁴⁰ wobei der Übermittlungsvorgang gleichzeitig durch die eingesetzten Medien geprägt wird (vgl. Wagner 2014, S.12)

⁴¹ deren Medienkategorien im Verlauf des Unterkapitels "Kategorien von Medien" in ihren Grundzügen vorgestellt werden

⁴² bzw. ein Netzwerk, auch als Hybrid bezeichnet (vgl. Held 2016, S. 87)

Fokussiert wird auf die Situationen in denen Handeln erfolgt, wobei Medien vor allem in Form medialer Prozesse auftauchen, welche "zwischen Mensch und Maschine" vermitteln"⁴³ (Wagner 2014, S. 75). Dabei werden "durch soziale Praktiken zwischen Mensch und Ding in einem Netzwerk von Aktanten⁴⁴, bestimmte Handlungen an Materialitäten abgegeben [...] Sie wirken [...] auf soziale Handlungen zurück, schreiben sich in diese ein und verändern sie" (ebd., S. 74), da ihnen, ebenso wie den menschlichen Aktanten Handlungsmacht (agency) zugeschrieben wird (vgl. Held 2016, S. 82).

3.6. Medienbegriffe/Medienmodelle/Medienkategorien

Basierend auf der substantivierten, neutralen Form "medium" des lateinischen Adjektivs "medius" (in der Mitte von; vermittelnd) wurde das Wort "Medium" in den deutschen Sprachgebrauch übernommen (vgl. Mock 2006, S. 185). Obgleich aktuell unter dem Begriff Medium eine Vielzahl an Deutungen möglich ist, liegt der Fokus dieser Thesis auf Medien im Kontext kommunikativer Prozesse. Dabei dienen sie der "Vermittlung, Vervielfältigung, Speicherung und Verbreitung zwischenmenschlicher Kommunikation ebenso, wie sie Teil dieser Interaktion werden" (Marx/ Schmidt 2019, S. 9).

Nach Mock bedarf jedwede menschliche Kommunikation eines Mittels (Medium), "durch das hindurch oder mithilfe dessen kommuniziert wird" (Mock 2006, S. 188). Allgemein lassen sich damit Medien als "Gegenstände, Sachverhalte oder Objekte [bezeichnen], mit deren Hilfe Kommunikation hergestellt wird" (ebd., S. 188) und sind integraler Bestandteil aller Kommunikationshandlungen. Es lassen sich ihnen in dieser Funktion hierarchisch drei "Aufgabenfelder" zuweisen, wobei jeweils das Vorangehende konstitutiv für das Nachfolgende ist (vgl. ebd., S. 193):

1. Mittel der Wahrnehmung:

Physikalische Medien (bspw. elektromagnetische Felder, Luft) als Grundlage menschlicher Wahrnehmung und damit Voraussetzung von Kommunikation. Aus der Zuordnung physikalischer Medien und menschlicher Sinne ergeben sich

⁴³ Hierbei unterscheidet Latour in einem weiten Medienbegriff nicht zwischen Medium und Mittel. "Jedes Artefakt oder Ding, vom […] Schlüssel bis hin zum hochkomplexen, vollautomatischen Zugsystem Aramis

hat für ihn Vermittlungsmacht im Übersetzungsprozess" (Wieser 2012, S. 119; kursiv im Orig.).

44 "Als Akteure oder Aktanten gelten der Akteur-Netzwerk-Theorie "alle Entitäten, denen es mehr oder weniger erfolgreich gelingt, eine Welt voller anderer Entitäten mit eigener Geschichte, Identität und Wechselbeziehungen zu definieren und aufzubauen" (Schulz-Schaeffer 2000, S. 189, zitiert nach Callon 1991: 140). Der Begriff umfasst dabei sowohl menschliche als auch nichtmenschliche Handlungsträger:innen.

45 bzw. "Grundverständnisse" (ebd., S. 193)

Kommunikationskanäle (bspw. optisch/visuell; akustisch/auditiv; chemisch/gustatorisch) (vgl. Mock 2006, S. 189f).

2. Mittel der Verständigung:

Zeichen, bzw. Zeichensysteme wie Sprache, Mimik, Gestik (vgl. ebd., S. 190)

3. Mittel der Verbreitung:

(Technische/digitale) Medien als Übermittler kommunikativer Äußerungen über räumlich/zeitliche Grenzen kopräsenter Kommunikation hinaus (vgl. ebd., S. 191).

Unter Einbezug einer sozialen Komponente kommt es nach Mock zu einem vierten Grundverständnis von Medien, in welchem sie sich als "Form von Kommunikation" darstellen. In dieser Lesart sind Medien "spezifische und mehr oder weniger stabile Verwendungsweisen bestimmter Kommunikationsmittel [...] für bestimmte kommunikative Zwecke, deren Eigenschaften nicht vollständig in den Eigenschaften der zugrunde liegenden Kommunikationsmittel begründet liegen" (Mock 2006, S. 194). Das Zusammenwirken von "Kommunikationsmitteln, Akteuren, Themen, darauf bezogenen Regelungen etc. als etablierte, sozial anerkannte Art und Weise zu kommunizieren [wird] zum eigenwertigen Zusammenhang, zum <Medium> [Klammern im Original]" (ebd., S. 193f) ⁴⁶ D.h. die angeführten Mittel/Medien erhalten eine eigenständige kommunikative Bedeutung durch "soziale Aneignung" und Verwendung, welche zu gesellschaftlichen Effekten führt (vgl. ebd., S. 193)⁴⁷.

Marx und Schmidt stellen in diesem Zusammenhang die Frage nach den "Praktiken, die an medienspezifischen Affordanzen⁴⁸ ansetzen und so strukturelle Kommunikationsbedingungen erst realisieren" (Marx/ Schmidt 2019, S. 14).

Mediale Prozesse können nach Krämer als Übertragungsverhältnisse, die soziale Phänomene wahrnehmbar und erfahrbar machen aufgefasst werden (vgl. Krämer 2008: S. 84f). Hierbei weisen sie sowohl eine materiale als auch eine symbolische Seite auf,

⁴⁷ Siehe hierzu die Ausführungen zum Domestizierungsansatz im Kapitel Mediatisierung

⁴⁶ Mock bezeichnet dies als ein "soziales Phänomen" (vgl. Mock 2006, S. 194f).

⁴⁸ Der von Gibson (1979) geprägte Begriff der "Affordanz" lässt sich definieren als "latentes Handlungsangebot eines unmittelbar verfügbaren Objektes" (Zillien 2019, S. 226). Die Affordanz(en) eines Gegenstandes sind sowohl objektiven-, als auch subjektiven Charakters, da sie unabhängig der individuellen Wahrnehmungen von Akteur:innen existieren, sich jedoch auf deren Möglichkeiten zu agieren beziehen. In einer Weiterentwicklung des Affordanzkonzeptes liegt der Fokus auf dem fortlaufenden Prozess wechselseitiger Bezugnahme von Mediennutzer:innen und (technischen) Medien im Rahmen der "Mensch-Maschine-Interaktion" (vgl. ebd. S. 226f).

indem sie 1. als materiale Träger auftreten, die 2. Informationen durch/über Symbole in Form sprachlicher Zeichen und Zahlen vermitteln (vgl. Wagner 2014, S. 18).

Als einer der ersten untersuchte McLuhan die Auswirkungen vor allem elektronischer (Massen-)Medien auf Wahrnehmung und Erleben der Menschen. Er konstatiert, dass alle Medien "Ausweitungen" der "menschlichen Sinne" (McLuhan 1995, S. 43), bzw. "Erweiterungen einer psychischen oder physischen Fähigkeit des Menschen" sind (McLuhan/ Fiore 2020, S. 26). Dieser weite Medienbegriff umfasst bspw. das Rad als Erweiterung des Fußes, Kleidung als Erweiterung der Haut und den elektrischen Schaltkreis als Erweiterung des Zentralen Nervensystems (vgl. ebd., S.31ff). "Denken und Handeln" und damit die Wahrnehmung der Welt werden durch diese Erweiterungen verändert (ebd. S. 41), Erfahrungen werden transformiert, Umwelten in "neuer Weise" begriffen (vgl. McLuhan 1995., S. 97)⁴⁹. Durch jede Erweiterung unserer Person vermittels des Einsatzes eines neuen Mediums ergeben sich neue Maßstäbe und damit persönliche und soziale Auswirkungen⁵⁰ (vgl. ebd., S. 21). Der Buchdruck bspw. verlagerte die Wahrnehmung vom Akustischen zum Visuellen, gab den Menschen "ein Auge für ein Ohr" (ebd., S.129). Die Geschwindigkeit elektronischer Kommunikation hebt räumliche und zeitliche Distanzen auf und resultiert in einer Gleichzeitigkeit und Fülle an Informationsströmen, welche Menschen von der Aktion in die (unmittelbare) Reaktion zwingt (vgl. McLuhan/ Fiore 2020, S. 63). In dieser alles umspannenden "elektronischen Informationsumwelt" sind Menschen miteinander verbunden⁵¹, freiwillig oder unfreiwillig füreinander verantwortlich (vgl. ebd. S. 24). In seiner Funktions- und Anwendungsweise ist dabei das Medium die Botschaft, d.h., "konstitutiver und von der Botschaft selbst nicht ablösbarer Teil" (Marx/ Schmidt 2019, S. 1).

Medien als materialer Teil medialer Prozesse werden je nach medientheoretischem Paradigma eng, bzw. weit gefasst. So ist bspw. für Krotz Sprache kein Medium⁵², wobei er sie jedoch als Prozess bezeichnet, welchem eine entscheidende Funktion in der Herstellung von Sozialität zukommt (vgl. Krotz 2012, S. 41).

⁴⁹ "Jedes Medium hat die Macht, seine eigenen Postulate dem Ahnungslosen aufzuzwingen." (McLuhan 1995, S. 33).

⁵⁰ "[…] die >Botschaft< (im Original) jedes Mediums oder jeder Technik ist die Veränderung des Maßstabs, Tempos oder Schemas, die es der Situation des Menschen bringt (McLuhan 1995, S.22f).
⁵¹ "die elektronische Technologie erzeugte die Masse" (McLuhan/ Fiore 2020, S. 68).

⁵² im Unterschied zu Luhmann, der Sprache als grundlegendes Kommunikationsmedium bezeichnet (vgl. Luhmann 1997, S.205) und dies folgendermaßen begründet: "Diejenigen Errungenschaften, die an [...] Bruchstellen der Kommunikation ansetzen und funktionsgenau dazu dienen, Unwahrscheinliches in Wahrscheinliches zu transformieren, wollen wir Medien nennen" (ebd., S. 220).

Wenzel bezieht in den Medienbegriff die kopräsente Interaktion mit ein und nimmt darauf basierend in Anlehnung an Pross (1972) eine Kategorisierung von Medien in Körpermedien, Objektmedien und Elektronische Medien vor (vgl. Wenzel 2013, S. 50):

Medienkategorie	Besonderheit	Beispiel
Körpermedien	Wahrnehmungs- und Aus-	Sehen, hören, riechen, schme-
(Primärmedien)	drucksmöglichkeiten des	cken, tasten, Gestik, Mimik,
Kopräsenz, unmittel-	menschlichen Körpers	Sprechen, Skulpturarbeit
bare Wahrnehmung		
durch menschliche		
Sinne, synchron		
Objektmedien	Speicherung und Nutzung	Tagebuch, Flipchart, Meta-
(Sekundärmedien)	von Kommunikationsinhalten	planwand, Systembrett
Technik bei Produzie-	ohne technische Entschlüsse-	
renden, vorwiegend	lung	
asynchron		
Elektronische Medien	Entschlüsseln der Daten	Telefon, Smartphone, tablet,
(Tertiär- und Quartär-	durch technische Medien not-	Mail, Chat, Foren, Video, Multi-
medien) ⁵³	wendig, Hochgeschwindig-	mediaplattform
Technik erforderlich bei	keitstransfer über sehr weite	
Produzierenden und	Strecken möglich	
Rezipierenden, syn-		
chron/asynchron		

Tabelle 3: erstellt nach Wenzel 2013, S. 52; Wenzel 2019, S. 219

Die in obiger Tabelle an Beispielen dargestellten Körpermedien sind Grundlage jedweder menschlicher Kommunikationsprozesse, sowie der Nutzung von Objekt- und elektronischen Medien (vgl. Wenzel 2019, S. 218f). In digitaler Kommunikation und somit auch in Online- Beratungsprozessen besteht somit eine Interdependenz zwischen Körper- und elektronischen Medien, da letztere nicht ohne erstere genutzt werden können. Es stellt sich die Frage, inwieweit die Beratungskommunikation im digitalen Raum den Wahrnehmungs- und Ausdrucksmöglichkeiten des menschlichen Körpers neue/erweiterte/veränderte Kompetenzen abverlangt⁵⁴.

Luhmann unterscheidet innerhalb von Kommunikationssystemen zwischen Medium und Form⁵⁵: "Ein Medium besteht in lose gekoppelten Elementen, eine Form fügt dieselben Elemente dagegen zu strikter Kopplung zusammen" (Luhmann 1998, S. 198). Nur über

57

⁵³ Im Prozess der Digitalisierung werden "immer mehr Tertiärmedien […] zu Quartärmedien" (Wenzel 2013, S. 230). Beispiel: Telefon Þ Voice-over-IP (VoIP) = Internettelefonie (vgl. ebd, S. 230).

⁵⁴ Der Beantwortung u.a. dieser Frage wird in der Forschung zu audiovisueller Kommunikation nachgegangen.

⁵⁵ Wobei diese Unterscheidung konstitutiv für die Selbsterzeugung von Kommunikationsprozessen ist (vgl. Luhmann 1998, S. 195).

ihre Formen seien Medien zu vergegenwärtigen: "Man hört nicht die Luft, sondern Geräusche […]. Das selbe [sic] gilt für die Kommunikationsmedien. Auch hier bilden […] nicht schon Worte, sondern erst Sätze einen Sinn, der in der Kommunikation prozessiert werden kann" (ebd., S. 201).⁵⁶

Im Zusammenhang mit Kommunikation identifiziert Luhmann drei Arten von Medien, mithilfe derer die drei kommunikativen Problemfelder Verstehen, Erreichbarkeit, sowie Erfolgschancen bearbeitet werden können (vgl. Grampp 2006, S. 263; Luhmann 1998, S. 202):

- 1. Das Kommunikationsmedium Sprache
 - ⇒ Ermöglichung von Verstehen als Basis weitergehender Kommunikation (vgl. Gamp 2006, S. 263) "Prozessieren von Sinn im Medium der Lautlichkeit" (Luhmann 1998, S. 213)
- Speicher- und Verbreitungsmedien (Schrift, (Buch-) Druck, Film, Telefon, Computer) ⇒ Erhöhung der Erreichbarkeitswahrscheinlichkeit (vgl. Gramp 2006, S. 263) Bestimmung und Erweiterung des Empfängerkreises einer Kommunikation (vgl. Luhmann 1998, S. 202)
- Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien (bspw. Geld innerhalb der Wirtschaft, Liebe innerhalb von intimen Beziehungen, Macht innerhalb der Politik) (vgl. Wagner 2014, S. 84)
 - ⇒ Erhöhung der Erfolgschancen (vgl. Gramp 2006, S. 263) der Annahme von Information durch Anpassung von Erwartungsstrukturen an jeweils spezifische Situationen (vgl. Wagner 2014, S. 83).

Die nach Wenzel beschriebenen Sekundär-, Tertiär- und Quartärmedien sind konstitutive Elemente von Mediatisierungs-, sowie Digitalisierungsprozessen. Diese werden im folgenden Kapitel erläutert.

_

⁵⁶ "Die Worte einer Sprache […] fungieren […] als Medium eines Vokabulars, dem die Form eines bestimmten Satzes gegeben wird." (Seel 1998, S. 247 zitiert nach Grampp 2006, S. 261)

4. Mediatisierung und Digitalisierung (Andrea Bülow)

Zur Begriffsklärung erfolgen zunächst Definitionen der Begriffe "Mediatisierung" und "Digitalisierung" sowie eine Darstellung daraus resultierender, veränderter/erweiterter Kommunikationsbedingungen und den Auswirkungen, die diese auf (interpersonelle) Kommunikationsprozesse und damit auch auf gesellschaftliche Zusammenhänge zeitigen.⁵⁷

4.1. Mediatisierung

Der im Englischen gebräuchliche Begriff "mediatization" bezeichnet allgemein den "Bedeutungszuwachs von Medien in modernen Gesellschaften" (Birkner 2019, S. 16).

"Mediatization has become a much-used concept to characterize changes in practices, cultures, and institutions in media-saturated societies, thus denoting transformations of these societies themselves" (Lundby 2014, S.3).

Im Prozess der menschlichen Entwicklung hat Mediatisierung/Medienwandel jedoch schon immer (auch) in Kommunikationsprozessen eine Rolle gespielt. Bei Kopp heißt es hierzu:

"Seit jeher steht der Mensch im Rahmen seines Mitteilungsgeschehens oftmals vor einem fundamentalen Problem: Der Raum und die Zeit können Menschen voneinander trennen, die vielleicht gerne in einen kommunikativen Kontakt getreten wären. Mit verschiedenen Mitteln wurden diese Schranken zu umgehen versucht" (Kopp 2004, S. 16).

Ein Beispiel ist die Mechanisierung des Buchdrucks in der Mitte des 15. bis ins 17. Jahrhundert mit ihren Auswirkungen auf Alphabetisierung und Wissensvermittlung (vgl. Roth-Ebner et al. 2018, S. 14), welche "eine der gravierendsten Veränderungen bei dem Bestreben des Menschen, die kommunikative Raum-Zeit-Problematik zu entschärfen", war (Kopp 2004, S. 16).

Nach Krotz lassen sich Mediatisierungsprozesse dabei grundsätzlich "als Ausdifferenzierung von Medien und von Kommunikation beschreiben" (Krotz 2018, S. 44).

Moser zufolge umfasst Mediatisierung "jene Prozesse der gesellschaftlichen Entwicklung, die mit der immer stärkeren Durchdringung der Gesellschaft durch technische

"Da menschliche Kommunikation grundlegende Voraussetzung für Gesellschaft ist, verändern gerade die neuen Kommunikationsformen die Lebenswelten radikal" (Wenzel 2019: S.217).

⁵⁷ Zur Rolle von Kommunikation bei Entstehung und Fortbestand sozialer Systeme siehe Luhmann 1994: S.191f: S.218)

Medien zusammenhängen" (vgl. Moser 2019, S. 5) welche nach Carstensen et al. einen erheblichen Anteil an der "Erosion vertrauter [gesellschaftlicher - Anm. d.V.] Zusammenhänge" haben (Carstensen et al. 2013, S. 9). D.h., Mediatisierungs- und damit einhergehende Transformationsprozesse finden vor dem Hintergrund der jeweiligen gesellschaftlichen und kulturellen Hintergründe/Machtverhältnisse statt (vgl. Krotz 2014, S. 148), es besteht eine Interdependenz "zwischen medienkommunikativem und soziokulturellem Wandel" (Hepp o. J., S. 3).

Nach Hepp kann aktuell der Medienbegriff aus zwei Perspektiven betrachtet und konkretisiert werden. Dabei werden erstens Medien unter dem institutionellen Mediatisierungsbegriff als "mehr oder weniger eigenständige gesellschaftliche Institutionen mit eigenen Regelwerken" bezeichnet. Im Fokus stehen Massenmedien⁵⁸, die einerseits "nicht-mediale Repräsentationsformen aufgreifen", an welche sich andererseits "nichtmediale Akteure anpassen müssen" (Hepp 2014, S. 191) um durch diese repräsentiert zu werden, wobei eine "Anpassung von Kommunikation" diverser Gruppen wie beispielsweise von Politikern oder Sportlern an eine "Medienlogik"⁵⁹ stattfindet (ebd., S. 191).

Laut einer von Radio I durchgeführten Medienanalyse betrug bereits im Jahr 2010 die Mediennutzung jedes/jeder Deutschen im Durchschnitt täglich zehn Stunden. Hiervon entfallen achteinhalb Stunden auf Fernsehen, Zeitung, Radio und Internet⁶⁰. Da persönliche Erfahrungen nur in einem begrenzten Umfeld gemacht werden können, wird ein Großteil des Wissens über die Welt durch Medien vermittelt. Art und Umfang der Berichterstattung können dabei sowohl beeinflussen, welche Themen als relevant wahrgenommen werden (vgl. Baumann et al. 2011, S. 2f), als auch zur Meinungsbildung beitragen. Massenmedien lassen sich daher "als eigenständige Akteure betrachten, die über den Einfluss des politischen Geschehens hinausgehende Wirkungen auf die Gesellschaft haben" (ebd., S. 7). "Weil nun alle Menschen Zugang zu Informationen hätten,

⁵⁸ Diese "enge, systemische, institutionalistische" (Birkner 2019, S. 13; kursiv im Orig.) Perspektive, welche Anpassungsprozesse im "Handeln von Akteuren gegenüber den Massenmedien" (ebd., S. 13) untersucht, bezeichnet Birkner als Medialisierungsforschung,

⁵⁹ Altheide definiert Medienlogik als eine Form der Kommunikation sowie als Prozess, durch den Medien Informationen übertragen und kommunizieren (Altheide 2013, S. 225; Übers. d. d. Verf.). Weiter verortet er als zentrales Element einer sich auf Medienlogik stützenden Mediatisierungstheorie "that the institutional media forms not only help shape and guide content and numerous everyday life activities, but also that audiences-as-actors normalize these forms and use them as reality maintenance tools" (ebd., S. 225).

⁶⁰ Laut einer 2020 im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführten Online-Studie "[...] nutzen" 94 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet zumindest gelegentlich. Dies entspricht 66,4 Millionen der insgesamt 70,6 Millionen Personen ab 14 Jahren in Deutschland, was einen Zuwachs von 3,5 Millionen bedeutet. Vor allem die älteren Zielgruppen ab 60 Jahren tragen dazu bei" (ARD/ZDF 2020).

müsste sich der Wissensstand der niedrig Gebildeten an den der hoch Gebildeten angleichen" (ebd., S. 8)⁶¹. Diese Hoffnungen haben sich (zumindest bis zum Erscheinungsdatum des Beitrags 2010 und anzunehmenderweise auch bis heute) nicht erfüllt. Dies lässt sich erklären durch die "Wissensklufthypothese" (ebd., S. 8) welche besagt, dass vor allem hoch Gebildete mit größerer Wahrscheinlichkeit erweiterten Zugang zu (Informations-) Medien haben und eher in der Lage sind, die Informationen richtig zu rezipieren. Dies vergrößert die Informations- und damit die Wissensunterschiede wodurch es zu einer "digitale[n] Spaltung der Gesellschaft (Digital Divide)" kommt (ebd., S. 8).

Aus einer zweiten Perspektive untersucht der sozialkonstruktivistische Mediatisierungsbegriff die Wechselwirkung zwischen Medien und kommunikativer Konstruktion soziokultureller Wirklichkeit. Es wird danach gefragt, welchen Einfluss einerseits spezifische Medien auf diese (Kommunikations-)Prozesse nehmen und wie sich andererseits diese (Wandlungs-) Prozesse "in bestimmten Medien konkretisieren" (Hepp 2014, S. 191).

Nach Krotz, der den in der deutschen sowie internationalen Kommunikationswissenschaft schon länger gebräuchlichen Begriff "Mediatisierung" in der Mitte der 1990er Jahre zu einem "systematisch entwickelten Konzept" ausarbeitete⁶² (vgl. Krotz 2015, S. 439), kann Mediatisierung einerseits als Prozess der Veränderung, d.h., der Wandlung des Alltags und der sozialen Beziehungen mit Bezug auf verändertes kommunikatives Verhalten durch die zunehmende Bedeutung von Medien, sowie andererseits als wissenschaftliches Konzept an der Schnittstelle diverser Sozialwissenschaftlicher Disziplinen definiert werden (vgl. Hepp/Krotz 2012, S. 9; Krotz 2012, S. 51; Krotz 2015, S. 439f).

Aus erstgenannter Perspektive ähnelt Mediatisierung weiteren historischen Prozessen wie Globalisierung oder Individualisierung⁶³ und muss somit als "kulturell abhängig, technologisch bezogen, sozial eingebettet [...] ungleichzeitig [...], nicht linear und nicht kausal verstanden werden." (Krotz 2015. S. 440). Damit kann das Konzept der Mediatisierung als kultur- und geschichtsübergreifender Metaprozess, der "thematisch

⁶¹ Im Vorgriff auf das Kapitel zur Videokonferenzforschung: in Bezug auf audiovisuelle Fernkommunikation waren mit der globalen Verbreitung der Massenmedien im Verlauf des 20. Jahrhunderts anfänglich Hoffnungen auf einen Integrationsschub durch "gemeinsame Medienthemen" (ebd., S. 4), sowie eine Demokratisierung von Wissen verbunden.

Das Konzept entwickelte Krotz innerhalb eines Forschungsprojektes über sich verändernde öffentliche Kommunikation, gefördert durch die Volkswagen-Stiftung (vgl. Krotz2014: S.132)
 als "complex process of processes" (Krotz 2014, S. 156).

zusammenhängende historische gesellschaftliche bzw. kulturelle Langzeitentwicklungen konzeptionell" zu erfassen sucht, beschrieben werden⁶⁴ (vgl. ebd., S. 440).

Unter letztgenannter Perspektive wirft Mediatisierungsforschung am kommunikativen Handeln, sowie den Aneignungs- und Umgangsweisen von und mit Medien ansetzend⁶⁵ einen Blick auf den "Wandel der Medien" (Krotz 2015: S. 440), auf die daraus resultierende Veränderung menschlicher Kommunikation, Wahrnehmung, Beziehungen und die Auswirkungen, die sich daraus für Alltag, Kultur und Gesellschaft ergeben (vgl. Hepp/Krotz 2012, S. 9; Krotz 2012, S. 25; S. 46, Krotz 2015, S. 441)⁶⁶.

Die sich vollziehenden Aneignungsprozesse stehen im Fokus des Domestizierungsansatzes, unter dem "ein konzeptioneller Entwurf im Rahmen der Cultural Studies verstanden [wird], der darauf abzielt, zu beschreiben und zu rekonstruieren, wie sich Menschen Medien in ihren Haushalten, Lebensformen und Alltagen zu Eigen machen" (Krotz/Thomas 2007, S. 31), d.h., wie Medien "Mittel sozialen Handelns" (Röser/Peil 2012, S. 140)⁶⁷, "von einem technischen Gerät zur sozialen Wirklichkeit im Alltag der Menschen" (Krotz/Thomas 2007, S. 31) werden.⁶⁸ Hierbei kann einerseits auf der Mikroebene (häuslicher) Alltag als "bedeutungsstiftende Sphäre der Medienaneignung" (ebd., S. 140) analysiert sowie zweitens auf der Makroebene untersucht werden, wie eben dieser häusliche Alltag die Basis für gesellschaftliche Verbreitungsprozesse neuer Medien bildet (vgl. ebd., S. 140).

4.2. Digitalisierung

Der Begriff Digitalisierung bezieht sich im Gegensatz zum Begriff Mediatisierung rein auf technische Bedingungen (vgl. Krotz 2014, S. 134)⁶⁹ und bedeutet vereinfacht gesagt, analoge Inhalte, Prozesse, Praktiken oder Daten in ein "diskretes System mit nur sehr

⁶⁴ "[...] mediatization should be seen as a meta process, that has accompanied humanity since the invention of communication" (Krotz 2014: S.148).

^{65 &}quot;[…] Medien selbst bewirken oder verursachen nichts" (Krotz 2018, S. 36).

⁶⁶ In der Hauptsache durch Krotz wurde der Begriff "Mediatisierung", nachdem er bereits in der deutschen, wie auch der europäischen Kommunikationswissenschaft geläufig war, in den 1990er Jahren zu einem "systematisch entwickelten Konzept" (Krotz 2015: S.439).

⁶⁷ "Für die Aneignung von Medien […] ist das Zuhause […] von zentraler Bedeutung" (Röser/ Peil 2012, S. 139).

⁶⁸ "Éingewoben in diesen Prozess sind jedoch gesellschaftliche Diskurse über den Zweck und die praktischen Nützlichkeitspotenziale des Mediums; diese wiederrum sind ebenso verbunden mit kulturellen Normen und gesellschaftlichen Anforderungen wie mit persönlichen Kompetenzen, konkreten Lebensbedingungen und individuellen bzw. kollektiven Interessen, über die sich Alltagspraktiken im Umgang mit dem Medium dann ausbilden" (Krotz/ Thomas 2007, S. 32).

⁶⁹ "The core of mediatization is the social and cultural transformations, not technical media as such" (Lundby 2014, S. 8).

wenigen Wertezuständen, im Extremfall sogar nur zwei (Binärsystem)" zu transformieren (vgl. Heuermann et al. 2018, S. 9; Sauerbrey/Vollmar 2019, S. 150). Die Fokussierung auf die Form der von Medien verarbeiteten Daten, ohne danach zu fragen, warum Veränderungen relevant sind, wovon sie abhängen und wohin sie führen (können), lässt nach Krotz jedoch kontextuelle Bezüge außer Acht. Er hält es daher für zu kurz gegriffen, den aktuellen Medienwandel als Digitalisierung zu bezeichnen (vgl. Krotz 2018, S. 36).

Hepp spricht sich in diesem Zusammenhang dafür aus, den Begriff der "Datafizierung" (Hepp 2016, S. 229; Hervorh. im Orig.) zu nutzen, welcher nach seinem Verständnis allgemein "die Repräsentation sozialen Lebens in computerisierten Daten" (ebd., S. 229) bezeichnet, wobei die "Produktion und Auswertung solcher Daten als Grundlage unserer sozialen Prozesse der Wirklichkeitskonstruktion" akzeptiert werden (vgl. ebd., S. 229).

Im Folgenden werden die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Mediatisierungsprozess erläutert.

4.3. tiefgreifende Mediatisierung

Nach Hepp hat der "Mediatisierungsschub der Digitalisierung"⁷⁰ zu "grundlegenden Veränderungen der Medienumgebung geführt" (Hepp 2018, S. 35), so dass nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche von Digitalisierung durchdrungen sind. Dies führt dazu, dass sich bekannte Strukturen/ Zusammenhänge verändern, teilweise auflösen und durch neue ersetzt werden (vgl. Damberg 2018, S. 2).

Auch Allert et al. stellen fest, "dass derzeitige gesellschaftliche Veränderungen wie etwa die Individualisierung von Lebensentwürfen, die Auflösung linearer Berufsbiographien oder die Pluralisierung von Werte- und Normsystemen durch Prozesse der Digitalisierung zumindest mitbedingt sind" (Allert et al. 2017, S. 9)⁷¹.

Digitalisierungsprozesse erreichen und beeinflussen (nahezu) alle Ebenen des gesellschaftlichen und individuellen (Er-) Lebens, da "grundlegende[...] Elemente der

⁷⁰ Der Begriff Mediatisierungsschub bezeichnet eine "umfassende qualitative Veränderung der Medienumgebung insgesamt" (Hepp 2016, S. 228; Hervorh. im Orig.) welche die Veränderung bereits bestehender, sowie das Hinzukommen neuer Medien einschließt (vgl. ebd., S. 228).

Anders gesagt bedingt und begleitet Digitalisierung die sich verändernden gesellschaftlichen Prozesse mit ihren von Menschen als ambivalent empfundenen Freiheiten und Möglichkeiten auf der einen und Ängsten und Überforderungen auf der anderen Seite (vgl. Rietmann/ Sawatzki/ Berg 2019, S. V). Die aus der Auflösung traditioneller Lebensentwürfe resultierenden Unsicherheiten werden in den digitalen Raum hinein erweitert und aus diesem heraus verstärkend wieder in die Lebenswelt zurückgetragen.

Konstruktion der sozialen Wirklichkeit selbst medial vermittelt" werden (Hepp 2018, S. 35). Damit sind Medien aktuell nicht mehr nur Teil von Gesellschaft und Lebenswelten, sondern konstitutiv in deren Herstellung.⁷² Hepp bezeichnet diesen Prozess als "tiefgreifende Mediatisierung" (ebd., S. 35), der durch fünf Trends gekennzeichnet ist:

- einer Ausdifferenzierung verschiedener Endgeräte und Dienste als (digitale) Medien.
- einer zunehmenden Konnektivität⁷³ dieser Medien durch die Infrastruktur des Internets, wodurch sie eine zunehmende kommunikative Konnektivität ermöglichen.
- einer zunehmenden *Omnipräsenz* dieser Medien durch Mobilkommunikation.
- einer sich beschleunigenden *Innovationsdichte* in der Entwicklung neuer Medien.
- einer *Datafizierung* von Kommunikation (vgl. ebd., S. 35; Kursiv im Original)

Waren Medien zuvor "nur technische Mittel der Kommunikation" in einer durch "soziale Aushandlung und menschliche Handlungspraxis" hergestellten (Lebens-) Wirklichkeit (vgl. Rummler 2018, S. 200f), kann Lebenswelt aktuell nicht mehr "losgelöst von Medien als technischen Mitteln von Kommunikation *und* Produktion von Daten gedacht werden" (Hepp 2018, S. 35; Kursiv im Original). Daten(-prozesse) erhalten eine "prägende Rolle [...] bei der Produktion von sozialem Wissen (ebd., S. 85) und der Herstellung von Wirklichkeitskonstruktionen." Sie verändern "den Raum, in dem Praktiken stattfinden" (ebd., S.94)⁷⁴. Durch die Infrastruktur des Internets mit ihrer zunehmenden Konnektivität findet auf einer "kontinuierliche[n] Interaktionsebene" (Couldry/ Hepp 2021, S. 96) eine "Verdichtung von Vergemeinschaftung" über geografische und zeitliche Distanzen statt, in der alle potenziell mit allen anderen (kommunikativ) verbunden sind (Krotz 2018, S. 45). Es kommt zu einer "sozialen Beschleunigung" (Damberger 2018, S. 2) und zu verändertem Kommunikations- und Sozialverhalten. In schriftbasierter digitaler Kommunikation

⁷² Als Beispiel nennt Hepp plattformbasierte Dienste. Aktueller Bezug: Bedingt durch die aktuelle Corona-Situation k\u00f6nnen soziale Beziehungen au\u00dferhalb des eigenen Hausstandes oftmals nur unter Zuhilfenahme digitaler Medien (bspw. Messenger, Signal, Zoom, Skype) aufrechterhalten werden.

⁷³ Ursprünglich bezeichnet Konnektivität rein technisch die "Fähigkeit von Betriebssystemen, zwischen einem Rechner und Netzwerken, besonders dem Internet, eine Verbindung herzustellen" (www.duden.de). Mittlerweile liegt der Fokus auf der sozio-kulturellen Bedeutung des Begriffs. So beschreibt das Zukunftsinstitut Vernetzung basierend auf digitalen Infrastrukturen als "dominante[s] Grundmuster des gesellschaftlichen Wandels im 21. Jahrhundert" und definiert Konnektivität (neben bspw. Globalisierung und Individualisierung) als einen von 12 Megatrends (www.zukunftsinstitut.de)

⁷⁴ Nach Berger und Luckmann wird "alles Menschliche >Wissen< [Klammern im Original] […] in gesellschaftlichen Situationen entwickelt, vermittelt und bewahrt" (Berger/ Luckmann 2001, S. 3). Die "gesamte Ordnung der sozialen Welt [wird] umgestaltet durch die neuen Werte, zu denen die umfassende Datafizierung des sozialen Lebens Anlass gibt" (Couldry/ Hepp 2021, S. 100)

bleibt es bspw., abhängig von der gewählten Plattform⁷⁵, den Interaktant:innen überlassen, ob sie sofort oder verzögert einer Nachricht antworten. Relevant für das von Damberger Beschriebene ist: Es besteht die Möglichkeit, Kommunikationsfrequenz und -dichte mithilfe digitaler Medien selbst zu steuern. Dies prägt sich ein, wird zum Gewohnten und wirkt sich nachhaltig auf Kommunikationspraxen aus⁷⁶, d.h. es entstehen "neue Sprach- und Kommunikationsmuster" (Carstensen et al. 2013, S. 10).

Kommunikationsprozesse können dabei nicht mehr nur über einzelne, sondern nahezu zeitgleich über ein Geflecht sich aufeinander beziehender Medien (-Kanäle) wie Instagram, WhatsApp, Twitter oder Skype erfolgen.

Am Beispiel der Smartphone-Nutzung werden im Folgenden die Auswirkungen der Digitalisierung auf Handlungspraxis und Identitätskonstruktion der Nutzer:innen, sowie die Bindung zwischen Subjekt und (technischem, digital vernetztem) Objekt thematisiert.

4.4. Empathie und Objekt

"Im Verlauf gegenwärtiger Digitalisierungsprozesse durchdringen moderne Smartphones [...] beinahe alle Lebensbereiche wodurch sie sich im Prozess der Ausbildung von netzwerkförmigen Mensch-Smartphone-Partnerschaften tiefgreifend in die Alltagspraxen und in die Körper ihrer Nutzer einschreiben" (Held 2016, S. 100)

Im Rückgriff auf die Akteur-Netzwerk-Theorie kann dabei davon ausgegangen werden,

"dass das Smartphone als nichtmenschliche Entität eine gleichberechtigte und eigenständige Rolle im Netzwerk der Aktantenbeziehungen⁷⁷ zu seinen Nutzern einnimmt. Ein partnerschaftsähnliches Verhältnis zwischen Smartphone mit anthropomorpher Eigenschaft und Nutzer begünstigt einerseits nicht nur die Verschränkung von Mensch und Technik. Vielmehr modifiziert dieses andererseits auch interpersonale Kommunikationsweisen und Beziehungen" (Held 2016, S. 81).

Dieser Prozess beinhaltet erstens eine Antropomorphisierung des Gerätes, also eine "Zuschreibung quasi menschlicher Eigenschaften" (Held 2016, S. 90) und zweitens die

⁷⁵ Auf WhatsApp mit seinem eher gesprächsartigen Charakter erfolgt vermutlich eher eine zeitnahe/unmittelbare Antwort auf einen Text als nach Eingang einer Mail im Postfach des Empfängers.

⁷⁶ Aktuell erleben wir coronabedingt die Aufhebung räumlicher Distanz mittels Video-Konferenzen. Nach ca. einjähriger Nutzung dieses Kommunikationstools zur Durchführung von Seminaren, Weiterbildungen sowie Teamsitzungen ist auch bei der Verfasserin bereits ein Gewöhnungseffekt eingetreten. Positiv verstärkt wird dieser durch die Tatsache, dass dieses Format derzeit die einzige Möglichkeit bietet, außerhalb des eigenen Hausstands Menschen ohne Maske zu begegnen.

⁷⁷ Aktant: Unter den Begriff "Aktanten" werden in der Actor-Network-Theory sowohl menschliche, als auch nicht- menschliche Handlungsträger:innen gefasst.

"Extension und Externalisierung von Information und Wissen" (ebd., S. 81), da sich "Wissensaneignung und der Umgang mit Informationen, sowie Denk- und Gedächtnisleistung" (Weniger 2019, S. 132) verändern⁷⁸. Darüber hinaus werden in einer weiteren Externalisierungsebene Smartphones zu Trägern persönlicher Erinnerungen wie bspw. Urlaubs- oder Familienfotos (vgl. Weniger 2019, S. 133).

Es kann von einem "nach außen einheitlich agierenden hybriden Wesen" (ebd., S. 83) durch "die Ausformung einer engen emotionalen und geistigen partnerschaftlichen Bindung zwischen dem Nutzer und seinem Smartphone" (Held 2016, S. 91) gesprochen werden.⁷⁹

Weniger geht in ihren Ausführungen weiter und konstatiert, dass über eine emotionale Bindung an das Smartphone hinaus aus dem "Zusammenspiel aus unterstellter Ähnlichkeit [durch Antropomorphisierung - Anm. d.V.] und materiellem Aneignungsprozess [...] die Ähnlichkeit zwischen sich und dem Objekt überschätzt" (Weniger 2019, S. 147) wird. Als Folge entstünde eine empathische Mensch-Objekt-Beziehung (vgl. ebd., S. 147).

Abschließend stellt sie folgende Fragen, die vor dem Hintergrund der in diesem Kapitel vorgestellten Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse in Bezug auf die immer tiefere Durchdringung menschlicher Alltagspraxen durch digitale Medien durchaus berechtigt erscheinen:

- Ist es ethisch vertretbar, "ein Objekt so zu gestalten, dass der Nutzer ein schlechtes Gewissen bekommt, wenn er die Interaktion beendet?"
- "Ersetzt ein Objekt, dass sich leicht anthropomorphisieren lässt, menschliche soziale Interaktion und fördert Isolation?"
- "Wird die Beziehung zum Objekt, weil sie konfliktfreier abläuft, einer zwischenmenschlichen Beziehung vorgezogen?" (Weniger 2019, S. 148)

In Zusammenführung der Themen Mediatisierung, Digitalisierung und Beratung erfolgt die Verortung von Beratung in aktuellen Kommunikationspraxen.

⁷⁹ "Ich liebe mein kleines Alltagshelferlein, [...] das mir immer hilft und mir beisteht, wenn es nötig ist" (Held 2016, S. 90).

⁷⁸ "Alles im Smartphone im Notizblock […] dann kriege ich gleich die Notiz per E-Mail am gleichen Tag geschickt und dann werde ich daran erinnert" (Held 2016, S. 93). "Wenn ich mich kurz informieren möchte, was heute los war, dann gehe ich auf Spiegel online" (ebd., S. 91).

4.5. Mediatisierung, Digitalisierung und Beratung

Unabhängig jedweder theoretischen Ausrichtung ist Beratung mit ihren Themen immer in den jeweils aktuellen gesellschaftlichen und kulturellen Kontext, in vorherrschende "Kommunikationsprozesse und Wertvorstellungen" (Wenzel 2013, S. 19) eingebunden. Problemlagen gesellschaftlicher und kultureller "Ist-Zustände" werden dabei durch die Themen der Ratsuchenden abgebildet (vgl. ebd., S. 7ff; Nestmann/ Engel/ Siekendiek 2013, S. 1327).

Bereits seit 2002 stellt Engel Überlegungen zu der Frage an, was passieren würde, träte die Beratung "in das Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit" ein (vgl. Engel 2002, S. 135; Engel 2004, S. 497f; Engel 2019, S. 30). Er nimmt dabei Bezug auf den von Walter Benjamin 1935 verfassten Aufsatz "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit" und fragt sich, ob auch auf Beratung zutrifft, dass durch den Einsatz neuer Kommunikationsmedien in der Beratung deren "grundlegende Bezüge und Thematisierungen, ihre Konzeptionierung und Praxis" sich verändern wird (vgl. Engel 2002, S. 136). Ohne Bezug auf "Neue Medien", so eine zentrale These, sei Beratung zukünftig weder beschreib-, plan-, noch durchführbar (vgl. ebd., S. 139).

Auch Nestmann, Engel und Sickendiek konstatieren, dass Beratung als auf Kommunikation basierender Interaktionsform "innerhalb sich stetig verändernder Kulturen" (Nestmann/ Engel/ Siekendiek 2013, S. 1327) unvermeidlich neue und veränderte, sowie erweiterte Kommunikationsmöglichkeiten und -praxen im Zuge von Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozessen zu berücksichtigen und in ihre Praxis zu inkludieren hat. Nach Wenzel ist damit:

"[...] für die institutionalisierte Beratung [...] die Möglichkeit gegeben, näher ans Alltagsleben der Menschen anzuschließen, sie in ihren individuellen Lebenswelten gezielter zu erreichen und zugleich eine helfende Situation zu installieren, die frei ist von anderen professionellen Rollenkonstellationen" (Wenzel 2013, S. 215).

Im folgenden Kapitel werden nach einer Einführung in die Geschichte der Online-Beratung und die Settings, in denen diese stattfindet, einige für computervermittelte Kommunikation relevante Theorien vorgestellt. Des Weiteren erfolgt eine kurze Einführung in rechtliche Rahmenbedingungen und Qualitätsstandards. Den Abschluss bildet die Darlegung ethischer Fragestellungen und Grundsätze, welche sich in computervermittelten Beratungssettings ergeben.

5. Online-Beratung (Andrea Bülow)

5.1. Geschichte der Online-Beratung

Die Geschichte der Online-Beratung beginnt 1995 im deutschsprachigen Raum mit einer von der Telefonseelsorge⁸⁰ angebotenen Chat- und Mail-Beratung. Für die seitdem stattfindende Entwicklung der Online-Beratung definiert Kühne, fußend auf dem Institutionenmodel von Tolbert und Zucker (1996), drei Stufen der Institutionalisierung:

- Habitualisation/Vorstufe der Institutionalisierung
- Objectification/Annähernde Institutionalisierung
- Sedimentation/Vollständige Institutionalisierung (vgl. Kühne 2009b, S.4ff; auch: Eichenberg/Kühne 2014, S.33ff)

In der ersten Phase der Habitualisation unternehmen hochmotivierte "early adopters" erste Versuche, Beratung im Online-Setting durchzuführen. Die Devise lautet "learning by doing" (vgl. Kühne 2009, S.4; Kühne/Hintenberger 2013, S.1572). Es gibt weder Ausnoch Fortbildungen in Onlineberatung, auch die technischen Standards müssen aus heutiger Sicht als unzureichend betrachtet werden⁸¹ (vgl. Eichenberg/Kühne 2014, S.36). Beispiele für diese Phase sind das erwähnte Angebot der Telefonseelsorge, sowie das vom Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen eingeführte Gütezeichen für psychologische Onlineberatung.

In der zweiten Phase der Objectification erhält das Thema Online-Beratung zunehmend Aufmerksamkeit in der Fachwelt. Es entstehen Fachverbände (bspw. in Deutschland die DGOB⁸²), verbindliche Rechts- und Qualitätskriterien werden entwickelt (vgl. Kühne, Hintenberger 2013, S.1572). Weiterhin entsteht ein deutlicher "Zuwachs an objektiviertem Wissen" (Kühne 2009, S.6). Zwei der sechs Spitzenverbände der freien Wohlfahrtspflege nehmen Online-Beratung in ihr Angebot auf. Weitere Beispiele sind die Veröffentlichung von Knatz und Dodier: "Hilfe aus dem Netz" (2003) sowie die Gründung der Online-Fachzeitschrift "e-beratungsjournal" (2005).

⁸⁰ Seelsorgeangebot in Verantwortung der Evangelischen und der katholischen Kirche

⁸¹ Beratung findet weitgehend über unverschlüsselte E-Mail-Clients statt (vgl.Eichenberg/Kühne 2014: S 35f)

⁸² Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung, heute: Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung

Aktuell ist die zweite Stufe der Objectification noch nicht abgeschlossen, jedoch stellt Engel 2019 fest, dass "Onlineberatung über ein eigenständiges, elaboriertes im Vergleich zur Präsenzberatung differentes Handlungsprofil" verfügt, einen "Theoriediskurs" initiiert und sich "letztlich professionalisiert" hat (Engel 2019, S. 3). Es bleibt abzuwarten, wann die Stufe der Sedimentation erreicht wird, wobei vermutet werden kann, dass durch die Corona-Pandemie und das damit verbundene Postulat des Social Distancing die Entwicklung beschleunigt wird.

5.2. Online-Beratung heute

Sowohl Mail-, Chat-, Foren-, Messenger als auch Video-Beratung werden aufgrund ihrer Gemeinsamkeit als nicht in einem gemeinsamen Raum stattfindendem Beratungsformat im englischsprachigen Raum mit dem Begriff "Distance Counseling" bezeichnet (vgl. Engelhardt/ Storch 2013, S. 3). Im deutschsprachigen Raum werden bspw. die Begriffe "E-Counseling" oder "Beratung im Internet" synonym zur allgemeinen Bezeichnung von Online-Beratung verwendet (Sauerbrey 2020, S.13). Jedoch unterscheidet sich die Video-Beratung durch ihre bild-, sowie sprachbasierte, synchron⁸³ gestaltete Form von der schriftbasierten, (quasi) synchronen Form der Chat- und Messenger-, sowie der asynchronen Form der Mail-und Foren- Beratung.

Eine Übersicht über die unterschiedlichen Medien der Onlineberatung gibt folgende Tabelle:

	textbasiert	nicht-textbasiert/sprachbasiert
synchron	Chat, Messenger	Video, Internettelefonie, Avatare
asynchron	Mail, Forum	Sprachnachrichten, Videonachrich-
		ten

Tabelle 4: Erstellt nach Engelhardt 2018, S. 16

Textbasierte Online-Beratungssettings werden im Folgenden in ihren Spezifikationen und Wirkmechanismen kurz vorgestellt.

⁸³ Kreller und Thiery benutzen den Begriff "simultan" im Sinne von zeitgleich, jedoch räumlich getrennt (vgl. Thiery/ Kreller 2021a, S. 3; Thiery/Kreller 2021b, S. 5)

5.2.1. Online-Beratungssettings

- Webbasierte Mail-Beratung:

- Asynchronizität
- Anonymität
- Möglichkeit, Texte vor dem Verschicken wiederholt zu überarbeiten
- Dokumentation des Beratungsprozesses, rekapitulierendes Lesen möglich
- Nähe durch Distanz (Knatz 2005, S. 5; kursiv im Orig.) ermöglicht schamfreie Öffnung der zu Beratenden
- Online-Disinhibition-Effect: enthemmender Effekt durch Faktoren wie psychologische Anonymität, "für-den-anderen-unsichtbar-sein", oder Asynchronizität (vgl. Suler 2004: S.321ff)
- Schreibprozess kann zu erhöhter Selbstreflexion der zu Beratenden führen (vgl. Engelhardt 2018, S. 59ff)

- Foren-Beratung:

- Asynchronizität
- Öffentlich, Mitlesen, sowie Mitschreiben auch ohne Registrierung möglich
- In der Regel "many-to-many-Kommunikation" (Engelhardt 2018, S. 65; kursiv im Orig.)
- Positives Feedback, Ratschläge und (emotionale) Unterstützung durch andere Nutzer:innen möglich
- Bei brisanten Themen besteht zum Schutz der zu Beratenden die Möglichkeit, die Kommunikation in Form einer Einzelberatung weiterzuführen.

- Chat-Beratung:

Quasi synchron

 Gebündelte Textsequenzen, die jeweils von den Empfänger:innen gelesen werden müssen, bevor diese antworten

festgelegter Termin

festgelegter ZeitrahmenEinzel-, Gruppen-, Expert:innen⁸⁴-Chat, sowie eine Offene Sprechstunde⁸⁵ möglich

⁸⁴ Ein fest definiertes Thema wird durch extern hinzugezogene Expert:innen behandelt. Hierbei koordiniert, bzw. moderiert die Beratungsfachkraft lediglich und beantwortet selbst keine Fragen (vgl. Engelhardt 2018, S. 63)

⁸⁵ Keine festgelegten Themen, oftmals Orientierung für zu Beratende, der eine Mail- oder Chat-Beratung folgen kann.

- Häufig Verzicht auf Groß-und Kleinschreibung
- Einsatz von Emojis und weiteren nonverbalen Elementen
- Ähnelt eher einem Dialog (vgl. Engelhardt 2018, S. 62ff)

- Messenger-Beratung:

- Generell ermöglichen Mobile Messaging Apps sowohl (quasi) synchronen Sprach-, Text- und Videoaustausch, als auch asynchronen Austausch via Sprache, Text, Video oder Fotos. Beispiele sind WhatsApp oder Signal (vgl. Balaouras 2018, S. 14).
- Engelhardt spricht von "eher latente[n] Konversationsfäden" (Engelhardt 2018, S. 66), innerhalb einer der Chat-Beratung ähnlichen Kommunikationsform, in der es jedoch keinen festgelegten Zeitrahmen gibt, also sowohl sofortige als auch spätere Antworten möglich sind (vgl. ebd, S. 66).

- Video-Beratung:

 Die nicht-textbasierte Video-Beratung wird in Kapitel sechs eingehend vorgestellt.

Im Kontext vor allem textbasierter/schriftbasierter Online-Beratung ergeben sich Sozialpsychologische Besonderheiten, die anhand relevanter Theorien computervermittelter Kommunikation im Folgenden kurz dargestellt werden.

5.2.2. Theorien computervermittelter Kommunikation

Die Kanalreduktionstheorie:

Laut der Kanalreduktionstheorie⁸⁶ handelt es sich bei schriftbasierter "komputervermittelter [sic] Kommunikation [...] um einen unpersönlichen, entemotionalisierten, [...] *entmenschlichten Kontakt*" (Döring/ Eichenberg 2013, S. 1593; kursiv im Orig.), da Wahrnehmungskanäle für non-und paraverbale⁸⁷ Signale fehlen und damit eine "Reduktion gemeinsamer Handlungsmöglichkeiten und verfügbarer Zeichensysteme" (Döring 2003, S. 149) einhergehe. Diese defizitäre Sicht weist Döring jedoch "auf Basis des aktuellen Forschungsstandes" zurück, da "in bestimmten sozialen Situationen der [schriftbasierte

⁸⁶ Zu Kommunikationskanälen siehe auch das Kapitel Medienmodelle. Zur Kanalreduktion i.R.d. Videokonferenz siehe Kapitel Eigen- und Fremdwahrnehmung in Audiovisueller Fernkommunikation

⁸⁷ als paraverbale Signale bezeichnet werden bswp.: Intonation, Stimmlage, Lautstärke (siehe auch Tabelle 5, S. 81 vorliegender Arbeit)

- Anm. d. V.] Online-Austausch sogar als emotionaler und persönlicher empfunden wird als der Face-to-Face-Kontakt" (Döring/ Eichenberg 2013, S. 1593)⁸⁸.

Die Filtertheorie

Die Filtertheorie der computervermittelten Kommunikation hebt hervor, dass "das mediale Herausfiltern von Hintergrundinformationen⁸⁹ beim textbasierten Online-Austausch [...] oft zu einer *sozialen Enthemmung und gesteigerten Emotionalität* [kursiv im Orig.] führt" (Döring 2013, S. 1593), da ein Nivellierungseffekt eintritt, durch den "soziale Hemmungen, Hürden, Privilegien und Kontrollen" (Döring 2003, S. 155) abgebaut und "verstärkte Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit, Partizipation und Egalität" (ebd., S. 155) begünstig werden.⁹⁰

Die Theorie der sozialen Kommunikationsverarbeitung

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung postuliert, dass Nutzer:innen "wesentlichen Einfluss" (Döring 2013, S. 1593) darauf haben, was sie im Kontakt preisgeben⁹¹ und wendet sich damit gegen eine deterministische Vorgabe der Kommunikationsqualität durch die Eigenschaften der Medien (vgl. ebd., S. 1593).

- Die Theorie der hyperpersonalen Interaktion

Laut der Theorie der hyperpersonalen Interaktion werden vor allem länger andauernde schriftbasierte Online-Kontakte "zuweilen als näher und persönlicher empfunden [...] als entsprechende Face-to-Face-Kontakte" (Döring/ Eichenberg 2013, S. 1594). Gründe hierfür können einerseits die gespeicherten und daher immer wieder nachzulesenden und zu rekapitulierenden Nachrichten sein, andererseits können Ratsuchende in diesem Setting Fantasievorstellungen bezüglich der Beratenden entwickeln, in denen diese idealisiert werden. Döring empfiehlt daher, "Übertragungs- und Gegenübertragungsprozesse [...] besonders deutlich zu überdenken" (ebd. 1594).

Medienwahltheorien

Allgemein auf alle Formen computervermittelter Kommunikation anwendbar sind Medienwahltheorien, welche verkürzt besagen, dass in "vielen sozialen Kontexten – so auch im Beratungskontext- meist mehrere mediale Kommunikationskanäle zur Verfügung

⁹⁰ Siehe hierzu auch: The Online Disinhibition Effekt (Suler 2004)

⁸⁸ Ergänzt werden muss hier um den Aspekt der Anonymität, siehe auch Seite 75 vorliegender Arbeit: Qualitätsmerkmale nach Reindl, Punkt 4, Fußnote 91.

⁸⁹ Aussehen, Auftreten, Kleidung....

⁹¹ Bspw. können Emoticons zur Gefühlsverdeutlichung eingesetzt werden, Beratende können ihre Website mit oder ohne Foto gestalten (vgl. Döring/ Eichenberg 2013, S. 1593)

stehen" (Döring/ Eichenberg 2013, S. 1595). Sowohl seitens Beratender als auch Ratsuchender ist die Auswahl eines bevorzugten Beratungssettings eine "Wahlentscheidung", welche immer auch für den Wechsel in einen "anderen Kommunikationskanal" offen ist (vgl. ebd, S. 1595)⁹².

Im folgenden Unterkapitel werden ethische Implikationen thematisiert, welche sich aus computervermitteltem Kommunikations- und Beratungshandeln ergeben.

5.3. Ethik

Ethik ist die wissenschaftliche Disziplin zur Reflexion der Moral. Hierbei hat sie erstens in der Reflexion über Normen, Werte und Regeln einer Gesellschaft (Moral) eine deskriptive Funktion. Zweitens formuliert sie "konsensfähige Kriterien sowie ethische Standards, die Handlungsorientierung bieten" (Grimm/ Keber/ Zöllner 2020, S. 9), wodurch sie eine normative Funktion innehat und als "Theorie des richtigen Handelns" bezeichnet werden kann (vgl. ebd., S. 9)⁹³.

Vor dem Hintergrund in den digitalen Raum erweiterter Beratungspraxis müssen onlinespezifische Interaktionsbedingungen und die sich daraus ergebenden Fragestellungen in die ethische Reflexion zur Entwicklung fachlicher Standards einfließen⁹⁴. Ethische Fragestellungen im Rahmen onlinebasierter Beratungs- und Therapieangebote ergeben sich dabei nach Rocha Dores und Silva aus den folgenden Punkten, die teilweise im Kapitel 5.4. Qualitätskriterien/Qualitätsstandards sowie im Kapitel 5.5. Recht/Datenschutz der vorliegenden Thesis behandelt werden:

- Vertraulichkeit
- Datenschutz
- Qualifikation der Beratenden
- Identifizierung von Beratenden und Klient:innen.
- Aufbau einer (therapeutischen) Beziehung

_

⁹² Diese Entscheidung ist damit auch eine Entscheidung "gegen (kursiv im Orig.) ein anderes Medium" (Döring 2003, S. 131) Döring unterscheidet innerhalb bewusster Medienwahl-Entscheidungen Rationale Medienwahl, Normative Medienwahl und Interpersonale Medienwahl (vgl. Döring 2003, S. 131-147). Im Rahmen dieser Arbeit ist ein näheres Eingehen auf die genannten Theorien nicht möglich.

⁹³ Liegt mein Handeln im Rahmen geltender moralischer Überzeugungen?

⁹⁴ Grimm, Keber und Zöllner konstatieren, dass es zur Reflexion von adäquaten Haltungen und angemessenem Umgang mit durch Digitalisierung veränderten Lebenswelten und Kommunikationspraxen einer Digitalen Ethik bedarf (vgl. Grimm/ Keber/ Zöllner 2020, S. 11). Diese analysiert "welche legitimen Handlungsoptionen sich aus der Entwicklung, dem Einsatz und der Anwendung digitaler Technologien ergeben" (ebd., S. 14). Ziel ist die Ermöglichung eines informierten, reflektierten und verantwortlichen Handelns von Menschen in der Digitalität (vgl. ebd, S. 14).

- Möglichkeiten von Missbrauch der Softwareanwendungen
- Angemessenheit der Interventionen
- Kriseninterventionen (vgl. Rocha Dores/ Silva 2018, S. 36)

Die Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF) präzisiert obige Liste. Für Mitglieder:innen der DGSF sowie Fachkräfte mit DGSF-Zertifikat besteht eine "freiwillige Selbstverpflichtung" (DGSF 2020, S. 1) zur Beachtung und Einhaltung folgender Prinzipien:

- Grundhaltungen den Klient:innen gegenüber wie bspw. Achtung, Wertschätzung, Respekt, Akzeptanz, Allparteilichkeit.
- Selbstfürsorge, d.h., die Grenzen der eigenen Belastbarkeit erkennen, Balance zwischen eigener Rolle und Auftrag im jeweiligen Kontext, Inanspruchnahme von Supervision, Intervision oder Fortbildung.
- Information und Aufklärung über: berufliche Qualifikation(en), Art und Umfang angebotener (medienvermittelter) Leistungen, finanzielle Modalitäten, Vertraulichkeit und Schweigepflicht, Datenerhebung und Dokumentation.
- Grundlegende Kompetenzen in Bezug auf das verwendete Online-Medium, sowie medienspezifische fachliche Reflexion der Beratungsprozesse. Berücksichtigung relevanter Datenschutzbestimmungen, sowie Sicherstellung der zur datensicheren Beratungstätigkeit benötigten Voraussetzungen.
- Verbot von Diskriminierung, Ausbeutung und Ausnutzung der Klient:innen (vgl. DGSF 2020, S. 1ff).

Auch die Deutschsprachige Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB) verpflichtet ihre Mitglieder:innen zur Einhaltung ethisch-fachlicher Standards. Diese enthalten vor allem datenschutzrechtliche Bestimmungen, aber auch Vorgaben zur Einhaltung der Schweigepflicht, zur Beachtung von Grenzen eigener "Kompetenz und Qualifikationen", "höchstmöglicher Transparenz in Vertragsangelegenheiten", dem "Verzicht auf Indoktrination", dem "Respektieren der persönlichen Integrität" der Ratsuchenden, der Vorbeugung evtl. entstehender "Abhängigkeit von Klient:innen", dem Verzicht auf "Vorteilsnahme und Missbrauch", dem Verzicht auf "Übernahme von Aufträgen totalitärer, sexistischer, fremdenfeindlicher oder rassistischer Organisationen" sowie dem "Verzicht auf vereinsschädigendes Verhalten" (vgl. DGOB 2020).

Der Vollständigkeit halber werden speziell auf schriftbasierte Online-Beratung abstellende Erwartungen von Ratsuchenden an ethische Prinzipien/Grundhaltungen

Beratender vorgestellt, da sie in einigen Punkten (1, 3, 6, 7, 9) nach Ansicht der Verfasserinnen anschlussfähig an videogestützte Beratung sind:

- 1. "Sage mir, wer du bist": Wer ist Betreiber der Seite
- 2. "Behandle mich als Individuum": Jede Nachricht hat einen (menschlichen) Absender.
- 3. "Sichere meine Daten": Gewährleistung von Datenschutz
- 4. "Antworte mir": Vorgabe eines Zeitrahmens, in dem eine Antwort erfolgen wird.
- 5. "Beantworte meine Frage(n)": keine Überfrachtung von Antworten.
- 6. "Kenne deine Rolle": klare Definition der professionellen Rolle.
- 7. "Sage mir deine Grenzen": Hinweis auf Grenzen der Beratung, Verweis auf andere Beratungs-/Therapiemöglichkeiten.
- 8. "Nimm dir Zeit für mich": Online-Beratung als gleichwertig mit Face-to-Face Beratung behandeln und entsprechend zeitliche Kapazitäten vorhalten.
- 9. "Kenne deine Technik": technische Kompetenzen, Alternative Kontaktmöglichkeiten vorhalten.
- 10. Behandle mich mit Respekt": Anfragen von zu Beratenden werden Anfragen im Face-to-Face Kontext in der Wertigkeit gleichgestellt (vgl. Eichenberg/ Kühne 2014, S. 205ff).

Im folgenden Kapitel werden (u.a.) durch Fachverbände festgelegte Qualitätskriterien/Qualitätsstandards für Online-Therapie und -Beratung vorgestellt. Der Einfluss ethischer Überlegungen ist evident.

5.4. Qualitätskriterien/Qualitätsstandards

Die Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP) verfasste bereits 2003 eine Definition psychologischer Online-Beratung und legte erste Qualitätskriterien fest:

"Psychologische Online-Beratung ist eine aktive, helfende Begegnung resp. Beziehung zwischen einem/einer Ratsuchenden und einer/einem psychologischen Beraterln. Sie findet virtuell im Internet mittels dessen spezifischen Kommunikationsformen (E-Mail, Chat, Forum etc.) statt, wobei die KlientInnen Ort und Zeitpunkt der Problemformulierungen selber bestimmen. Sie hat zum Ziel, bei den KlientInnen kognitiv-emotionale Lernprozesse anzuregen, damit die Selbststeuerungs- und Handlungsfähigkeit wieder erlangt oder verbessert werden kann. Psychologische Online-BeraterInnen stützen ihre Beratung auf anerkannte psycho- logisch-beraterische Methoden und halten sich an medienspezifisch erweiterte berufsethische Standards (Schweigepflicht, Datenschutz, Erkennbarkeit der Beraterkompetenz u.a.)" (Andermatt et al. 2003, S. 2).

Nach Reindl sind allgemeine Qualitätsmerkmale von Online-Beratung:

- 1. Zielgruppenorientierung: das Angebot muss entsprechend der Bedürfnisse spezifischer Zielgruppen ausgerichtet sein
- Transparenz: die Rahmen- und Nutzungsbedingungen müssen den Nutzer:innen gegenüber kommuniziert werden. Dies beinhaltet Fachlichkeit/Qualifikation der Beratenden, Erreichbarkeit, Kosten, Möglichkeiten und Grenzen der Beratung, sowie Speicherung oder Weitergabe der Daten.
- 3. Qualitätssicherung: klare organisationale Definition von Verantwortung und Zuständigkeit, Formulierung von Mindest- und Qualitätsstandards, Maßnahmen zur Problemlösung, Qualitätsentwicklung
- 4. Ethische Aspekte: Bewusstsein über mögliche Konfrontation mit juristisch relevanten Themen⁹⁵, Verlinkung nur zu Seiten, die ethischen Standards genügen, Wertschätzung und Empathie Ratsuchenden gegenüber, Selbstsorge Beratender (eigene Grenzen anerkennen und kommunizieren) (vgl. Reindl 2015, S. 58f; Engelhardt 2018, S. 24).

Im Oktober 2017 wurden, wiederum durch die FSP, für Psycholog:innen und Psychiater:innen ("Fachpersonen Psychotherapie") folgende Qualitätsstandards zur Durchführung von therapeutischen Onlineinterventionen definiert, welche sich an ähnlichen Kriterien orientieren:

- 1. "Transparenz" (bspw. des Angebotes und der Kosten)
- 2. "Grenzen, Indikationen und Kontraindikationen" (bspw. bei akuten, suizidalen Krisen)
- 3. "Vertraulichkeit und Datenschutz" (bspw. Aufklärung und Verschlüsselung)
- 4. "Berufsethik" (FSP-Berufsordnung, Werbebeschränkung) (vgl. FSP 2017a, S. 2ff)

Auch für Psychologinnen und Psychologen ("Fachpersonen Beratung"), die beraterische Onlineinterventionen durchführen, wurden Qualitätsstandards definiert, welche in sämtlichen, keine therapeutischen Belange betreffenden Punkten mit den zuvor genannten Qualitätsstandards übereinstimmen (vgl. FSP 2017b, 2ff).⁹⁶

_

⁹⁵ An diesem Punkt wird deutlich, dass es sich in erster Linie um Qualitätsmerkmale schriftgestützter, anonymer Online-Beratung handelt.

⁹⁶ Auch hier zeigt sich die enge Verschränkung beider Disziplinen.

Ebenfalls 2018 werden von der DGOB fachliche und technische Standards der Online-Beratung definiert, deren Einhaltung von Mitglieder:innen und Mitgliedsorganisationen erwartet wird:

- Fachverbände legen für ihre Mitglieder verbindlich ethische⁹⁷ Vorgaben fest, unabhängig davon, welches Medium zur Beratung genutzt wird.
- Ratsuchende müssen sicher sein, dass die Garantenpflicht beachtet und ihr Privatgeheimnis nach § 203 StGB gewahrt bleibt.
- Grundlegende technische Kenntnisse seitens der Beratenden sind Voraussetzung zur Einschätzung einer gesicherten vertraulichen Kommunikation.
- Kommunikation mit Ratsuchenden wird ausschließlich vertraulich und datensicher durchgeführt, wobei rechtliche Vorgaben der DS-GVO und abhängig von den angebotenen Leistungen weitere gesetzliche Vorgaben beachtet werden.
- Bei Rechnungsstellung tragen Berater:innen durch geeignete organisatorische Maßnahmen Sorge, dass die Verbindung zwischen dokumentiertem Beratungsverlauf und Rechnungswesen durch Dritte nicht nachvollzogen werden kann (vgl. DGOB 2018, S. 3f).

Im Anschluss werden grundsätzliche (Datenschutz-)rechtliche Vorgaben erläutert.

5.5. Recht/Datenschutz

Rechtliche Aspekte, (Online-)Sicherheit und Datenschutz stellen Anforderungen an die technische Kompetenz der Beratenden. Folgende Punkte müssen beachtet werden:

- Inhalt der Website
- Hard- und Softwareausstattung
- Online-Sicherheitspraktiken
- Schutz von persönlichen sowie gesundheitsbezogenen Daten der Klient:innen (vgl. Balaouras 2018, S. 48)

⁹⁷ Hier findet sich eine Überschneidung zwischen Qualitätskriterien und ethischen Standards: Qualitätsstandards inkludieren Anweisungen zur Umsetzung ethischer Kriterien.

Die DS-GVO⁹⁸ wird zum Schutz der Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen und insbesondere deren Recht auf Schutz personenbezogener Daten seit dem 25.05.2018 in allen EU-Mitgliedsstaaten umgesetzt. Wichtige Punkte sind:

- das Einholen einer schriftlichen Einwilligung zur Datenverarbeitung
- Zweckbindung der erhobenen Daten
- Recht auf Löschen der erhobenen Daten (vgl. Drda-Kühn/ Köttner 2018, S. 27f)

"Allgemein gilt: der Einsatz technischer Maßnahmen ist rechtlich und berufsethisch nur gerechtfertigt, wenn diese der gesetzlich geforderten, zumutbaren Datensicherheit entspricht (vergl. Art. 25 DS-GVO in Verbindung mit den §§ 64 und 35 BDSG⁹⁹)" (DGOB 2021, S. 3). Es dürfen zur Beratungskommunikation nur Dienstleister involviert werden, welche:

- Eine Zertifizierung (bevorzugt der ISO/IEC-27000er Reihe) ¹⁰⁰ nachweisen können.
- ihren Firmensitz innerhalb der EU haben,
- die Technik (Server-Standort) ebenfalls innerhalb der EU betreiben und
- mit den Einzelkunden DS-GVO/BDSG-konforme AV-Verträge¹⁰¹ abschließen (DGOB 2021, S. 3).

AV-Verträge regeln u.a., welche Art personenbezogener Daten zu welchem Zweck verarbeitet werden und sollen damit den Schutz betroffener Personen garantieren (vgl. Art. 28 Abs. 1 DS-GVO).

Bei Zuwiderhandlungen machen sich Berater:innen nach Paragraph 203 StGB (Strafgesetzbuch) strafbar. Als Berufsgeheimnisträger:innen sind sie "einseitig zur Wahrung des Privatgeheimnisses verpflichtet" und haben "es vor unbefugter, versehentlicher oder ungewollter Offenbarung zu schützen" (DGOB 2020, S. 2).

Im folgenden Kapitel erfolgt zunächst ein Abriss über Entwicklung und aktuellen Stand der Forschung zur audiovisuellen Kommunikation. Diesem schließt sich ein Kapitel zur Therapie- und Beratungsforschung im Video-Setting an.

78

⁹⁸ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG)

⁹⁹ Bundesdatenschutzgesetz

¹⁰⁰ International Organization for Standardization/International Electrotechnical Commission

¹⁰¹ Auftragsverarbeitungs-Verträge

6. Audiovisuelle Fernkommunikation (Andrea Bülow)

Zum Verständnis der Fragestellung vorliegender Thesis wird zunächst der Begriff der Audiovisuellen Fernkommunikation unter Rückgriff auf Kopp erläutert.

Dieser definiert jene kommunikativen Prozesse als Audiovisuelle Fernkommunikation, in denen

- "wenigstens zwei räumlich getrennte Individuen
- ihre sprachlichen, parasprachlichen und nonverbalen Handlungen in
- technisch vermittelter, potenziell gleichzeitiger und wechselseitiger, auditiver und visueller Wahrnehmungs- und Steuerungstätigkeit vollziehen und
- die in der technischen Vermittlung auftretenden (Bild-und/oder Ton-) Verzögerungen für die beteiligten Individuen interaktiv noch handhabbar sind" (Kopp 2004, S. 43).

Diese Definition zu Grunde legend werden im Folgenden die Begriffe Audiovisuelle Fern-kommunikation, Videokonferenz, videobasierte Kommunikation und Video-Setting als synonyme Begriffe für jene Prozesse technisch vermittelter Reproduktion kommunikativen Handelns genutzt (vgl. Kopp 2004, S. 17), welche bildgestützt "synchron, reziprok und in gleichzeitiger Wechselwirkung stattfinden" (ebd. S. 43).

Die einzelnen Elemente obiger Begriffsbestimmung sind Gegenstand forschender Aktivitäten zur Videokonferenz. Daher folgt zunächst eine kurze Übersicht zur Geschichte der Videokonferenzforschung.

6.1. Geschichte der Videokonferenzforschung

Die Forschung zur Videokonferenz reicht zum Beginn der 1970er Jahre zurück – fast 50 Jahre, nachdem erste Schritte in Richtung audiovisueller interpersonaler Telekommunikation "zeitgleich mit der Entwicklung des Fernsehens" bereits in den 1920er Jahren unternommen worden waren (vgl. Schulte 2004, S. 552).

Neben einem mechanistischen Ansatz zur Untersuchung der zur Verfügung stehenden Bandbreite und deren Auswirkungen auf die Effizienz der Kommunikationstechnologie ging es den Forschenden in dieser frühen Phase darum herauszufinden, in welchen Bereichen es möglich wäre, Face-to-Face-Prozesse durch Videokonferenzen zu ersetzen. Im Zuge dessen wurden Ergebnisse aus Forschungen zur Bedeutung nonverbaler

Signale in der Face-to-Face Kommunikation auf die telemedial vermittelte Kommunikation übertragen und die Frage gestellt, inwieweit die soziale Präsenz der Interaktant:innen mittels dieses Mediums hergestellt werden kann (vgl. ebd., S. 555).

In den 1980er Jahren traten die Forschungsaktivitäten zur Videokonferenz zugunsten anderer medialer Kommunikationsformen der Computer-Mediated-Communication (CMC) wie bspw. der E-Mail-Kommunikation in den Hintergrund. Jedoch wurde bspw. durch Cohen 1984 erstmalig die Frage gestellt, wie veränderte Wahrnehmungsbedingungen in Videokonferenzen Kommunikationsprozesse beeinflussen. Als Beispiele werden "Rederechtswechsel oder die Länge der Turns" benannt (vgl. Schulte 2004, S. 558). Die Forschung im deutschsprachigen Raum war zu dieser Zeit "aufgrund der verzögerten technischen Entwicklung von den internationalen Forschungsaktivitäten entkoppelt" (ebd., S. 558).

Die 1990er Jahre brachten einen erneuten Forschungsaufschwung. So untersuchte bspw. Rosen 1996 in seinem Beitrag "Personal Videoconferencing" die Rolle der neuen Kommunikationsmedien u.a. im kommunikativen und kulturellen Wandel von Gesellschaften und hob die Vorteile und Potentiale der Videokonferenz hervor (vgl. Kopp 2004, S. 47). Der Fokus lag fortan auf den Auswirkungen der technischen Bedingungen auf den Kommunikationsprozess und griff damit die Frage von Cohen auf. O'Malley et al. führten ebenfalls 1996 eine Untersuchung durch, die speziell unter kommunikationswissenschaftlichen Aspekten relevante Erkenntnisse lieferte. Es wurde wie bereits in den Forschungen der 1970er Jahre der Blick auf nonverbale Kommunikationsanteile gerichtet und konstatiert, dass die Interaktionspartner:innen videovermittelter Kommunikationsprozesse zur Vergewisserung eines gemeinsamen Verstehens wie auch in der Faceto-Face Kommunikation nonverbale Zeichen nutzen. Die Autor:innen schlussfolgern, dass die fehlende physische Kopräsenz dazu führt, dass das Vertrauen der Beteiligten in das gemeinsame Verstehen sinkt, mit dem Effekt, dass verbale und nonverbale Signale im Versuch der Kompensation¹⁰² verstärkt werden (vgl. O'Malley et al. 1996, S. 177). Technische Belange betreffend wird konstatiert, dass die Verzögerung audiovisueller Signale zusätzlich das Kommunikationsgeschehen durch Störungen im Bereich des Sprecherwechsels erschwert (ebd., S. 187)¹⁰³. Auch Vicky Bruce stellte 1996 fest, dass verzögerte audiovisuelle Übertragung den Kommunikationsprozess mehr behindert als

_

¹⁰² Im Original wird der Ausdruck "overcompensation" verwendet.

¹⁰³ Nach Kopp zeigen sich diese bspw. in Überlappungen. Ebenso können Irritationen in der "Bedeutungszuschreibung von Pausen" entstehen (vgl. Kopp 2004, S. 158f).

bspw. eine suboptimale Bildqualität (Kopp 2004, S. 50).

Im Ergebnis lieferten die erwähnten sowie weitere bis zum Jahr 2001 durchgeführte Studien¹⁰⁴ Erkenntnisse zu den (in ihrer Ausprägung abhängig von technischen Bedingungen wie der Bandbreite) Charakteristiken audiovisueller Kommunikation, wie bspw. verzögerten Rückmeldungssignalen (auch durch Asynchronizität von Bild und Ton), die u.a. eine Störung des Redewechsels zur Folge haben, sowie zur eingeschränkten Wahrnehmung nonverbaler Signale (vgl. Schulte 2002, S. 562).

Im Rahmen des von 1999 bis 2003 durchgeführten DFG¹⁰⁵-Projekts "Audiovisuelle Fernkommunikation" an der Universität Essen mit dem Schwerpunkt auf das "kommunikative Ereignis Videokonferenz" (Kopp 2004, S.59) erforschten u.a. Friebel et al. audiovisuelle Kommunikationsprozesse in Bezug auf die medieninduziert spezifischen Wahrnehmungsbedingungen, wobei sie an die ursprünglich von Cohen eingebrachte Fragestellung, sowie die oben genannten Forschungen bis zum Jahr 2001 anknüpften. Es wird konstatiert, dass das Format der Video-Konferenz nicht mit der Face-to-Face-Kommunikation vergleichbar ist (vgl. Friebel et al. 2003, S. 2)¹⁰⁶. Die vorgenommene Definition der Videokonferenz als "*eigenständiger Kommunikationsform*"¹⁰⁷ (kursiv im Original) beinhaltet neben "technischen Realisierungsbedingungen" auch die Fähigkeiten und Leistungen der Interaktionspartner:innen sowie die "jeweils verfolgten Kommunikationszwecke" (vgl. ebd., S. 2; Kopp 2004, S. 52).

6.2. Selbstwahrnehmung und Wahrnehmung des Gegenübers in Audiovisueller Fernkommunikation

Für Friebel et al. besteht ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen Kommunikation und Wahrnehmung. Wahrnehmungsfähigkeiten der Interaktant:innen sowie zur Verfügung stehende Wahrnehmungsbedingungen bilden die Basis für gelingende Kommunikation (vgl. Friebel et al. 2003, S. 5ff)¹⁰⁸. Dabei kommt, wie im Kapitel 3.6. bereits beschrieben, nonverbalen Elementen innerhalb kommunikativer Prozesse auf der

¹⁰⁴ Einen Überblick bis zum Jahr 1997 geben Finn, Sellen, Wilbur in ihrem Sammelband: Video- Mediated Communikation, der eine große Anzahl relevanter Forschungen versammelt (vgl. Kopp 2004, S. 52).

¹⁰⁵ DFG: Deutsche Forschungsgemeinschaft

Nach Held ist audiovisuelle Kommunikation jedoch in der Lage, interpersonelle Face-to-Face-Kommunikation zumindest i.S.v. Nachahmung zu simulieren (vgl. Held 2019, S. 162).
 siehe auch Schmitz 1999, S. 5

¹⁰⁸ Siehe hierzu auch Lanwer: "Eine wie auch immer geartete Form der Synchronisation von Wahrnehmungen sozialer Akteure kann allgemein als Grundvoraussetzung für die Etablierung reflexiver Wahrnehmungswahrnehmung und damit als konstitutiv für soziale Interaktion gelten." (Lanwer 2019, S. 5)

Beziehungsebene bei der Interpretation des Informationsgehaltes, der Vergewisserung der Kopräsenz und der Vertrauensbildung in eine gemeinsame Verständnisebene ein hoher Stellenwert zu. In computervermittelter Kommunikation bestehen je nach gewähltem Medium Differenzen in der Vermittelbarkeit dieser Signale¹⁰⁹. So ist es den Interaktant:innen schriftbasierter Online-Kommunikation nicht möglich non-, para- oder extraverbale Signale des Gegenübers wahrzunehmen¹¹⁰.

Audiovisuelle Fernkommunikation hingegen ermöglicht dies zumindest mit Einschränkungen, wie folgende Tabelle zeigt:

mediale Kanäle kommunika- tive Kanäle non-, para-, extraverbaler Signale	Mail Chat Foren Messenger	Internettelefonie	Web Cam/ Videokonferenz
Nonverbal:			
Körperhaltung	Ø	Ø	1
Gestik	Ø	Ø	1
Mimik	Ø	Ø	$\sqrt{}$
Blickverhalten	Ø	Ø	V
Paraverbal:			
Stimmklang	Ø	$\sqrt{}$	$\sqrt{}$
Betonung	Ø	$\sqrt{}$	$\sqrt{}$
Sprechstörungen	Ø	V	1/
Extraverbal:			
Territorialverhalten/ Proxemik	Ø	Ø	/
Möbelarrangement	Ø	Ø	1
Schmuck/Tattoos	Ø	Ø	$\sqrt{}$

√ möglich / teilweise möglich Ø nicht möglich

Tabelle 5: erstellt nach Geisler 2019, S. 99; Müller/ Gelbrich 2013, S. 9

Obgleich wie in Tabelle 5 ersichtlich Audiovisuelle Fernkommunikation grundsätzlich die Wahrnehmung nonverbaler Signale über kommunikative Kanäle des Gegenübers ermöglicht, erfordert dies, wie Held feststellt, ein "Mehr an kommunikativer Arbeit" (vgl.

¹⁰⁹ Draft & Lengel bezeichnen in ihrer Media Richness Theory Medien als "reichhaltig", welche 1. unmittelbares Feedback, 2. multiple Hinweise, 3. Vielfalt vermittelter Sprache und 4. Soziale Präsenz ermöglichen, da diese Faktoren zur Reduzierung von Mehrdeutigkeit beitragen. Face-to-Face-Kommunikation ist nach dieser Definition das reichhaltigste Medium (vgl. Ishii/ Lyons/ Carr 2019, S. 124), jedoch zeichnet sich auch Videokommunikation durch eine ähnliche Reichhaltigkeit aus (vgl. Engelhardt/ Gerner 2017, S. 25).
¹¹⁰ In Beratungsprozessen wird dies durch Arbeitsmodelle bzw. "Strukturierungshilfen" (Engelhardt 2018, S. 81) zur Interpretation schriftbasierter Aussagen (in großen Teilen) ausgeglichen. Beispielhaft sollen hier das Integrative Strukturierungsmodell (IQSM) nach Eidenbenz (ebd., S. 81ff), sowie das 4-Folienkonzept nach Knatz und Dodier (ebd., S. 86ff) genannt werden.

Held 2019, S. 163), da Gestik und Mimik durch den Bildausschnitt nur eingeschränkt wahrnehmbar sind¹¹¹. Darüber hinaus können durch die bereits angesprochenen Verzögerungen in der Datenübertragung "Backchannel-Signale", d.h., verbale, nonverbale und paraverbale Signale der jeweils Zuhörenden, welche "Aufmerksamkeit und Verstehen" (Friebel et al. 2003, S. 10) signalisieren auf auditiver und visueller Ebene gestört werden (vgl. ebd., S. 10; Argyle 2013, S. 143). Beispiele für Backchannel-Signale sind "Kopfnicken, kurze Vokalisierungen, Blicke und Gesichtsausdrücke, die auch gleichzeitig auftreten können" (Argyle 2013, S. 143). Sie beeinflussen den Kommunikationsprozess positiv verstärkend, bspw. durch zustimmendes Nicken. Ihr Fehlen wird vom Gegenüber als negative Reaktion auf das Gesagte aufgefasst (vgl. ebd., S. 143)¹¹².

Darüber hinaus handelt es sich bei Audiovisueller Fernkommunikation nicht um eine, sondern um "zwei Sequenzen von kommunikativen Ereignissen" (Friebel et al. 2003, S. 13), in denen die "unmittelbare räumliche Reziprozität" (ebd., S. 13) aufgehoben ist. Kommunikative Handlungen der Interaktant:innen und damit auch non- und paraverbale Signale werden jeweils mittels des eigenen technischen Gerätes kodiert und auf der Empfängerseite dekodiert, wodurch jede/r Kommunikationspartner:in in seinem/ihrem Präsenzraum sowohl die eigene (analoge) Kommunikationshandlung als auch die technisch reproduzierte Kommunikationshandlung des Gegenübers wahrnimmt (vgl. Kopp 2004, S. 86). "Damit gibt es keine kommunikative Handlung, die in gemeinsamer Wahrnehmung erfahren werden kann" (ebd., S. 86). Es besteht eine Situation der "separierten Gleichzeitigkeit" (Kunert 2020), d.h., "den Botschaften in den verschiedenen Kanälen mangelt es an einer gegenseitigen Bezogenheit. Die Kanalreduktion wandelt sich zu einer Kanalparallelität" (ebd.). Dennoch ist es nach Lanwer möglich, einen bedeutenden Anteil der zur Wechselbezüglichkeit benötigten Bedingungen nachzubilden und einen geteilten "Wahrnehmungs- und Bewegungsraum" (Lanwer 2019, S. 7) herzustellen. Dieser ist jedoch, im Unterschied zur Face-to-Face Situationen sensorisch auf "visuelle Konstitutionsbedingungen angewiesen" (ebd., S.7) und bietet keine Möglichkeit körperlicher Nähe (vgl. ebd. S. 7). Nach Wiesing entsteht damit keine reale Präsenz, da diese eine "Gegenwärtigkeit mit substantieller Anwesenheit" (Wiesing 2005, S. 32) der Beteiligten erfordert. Stattdessen wird vermittels eines Monitors, der "ein Display zur Präsentation [...] von virtuellen Dingen" (ebd., S. 105) ist, eine artifizielle Präsenz hergestellt.

-

¹¹¹ Es findet eine partielle Kanalreduktion durch den 2-dimensionalen Ausschnitt statt (vgl. Krotz 2004, S. 147)

¹¹² Siehe hierzu die Ausführungen in Kapitel 3.6.

Obigen Ausführungen folgend findet Wahrnehmung in audiovisueller Fernkommunikation in erster Linie akustisch über das Hören und visuell über das Sehen statt. Auf letzteres rekurriert Kopp im Anschluss an einen Laborversuch zur Identifikation spezifischer Merkmale audiovisueller Fernkommunikation. 113. Er konstatiert, dass "gänzlich neue Regeln und Praktiken" (Kopp 2004, S. 193) im Umgang mit der Videokonferenz erlernt werden müssen, um Besonderheiten der Kommunikations-und Wahrnehmungsbedingungen, die zu Kommunikationserschwernissen führen können, zu minimieren. Neben Kenntnissen der Bedienung des Mediums und der "besonderen kommunikativen Anforderungen" (ebd., S. 193), ist seines Erachtens nach eine Neuorganisation und Interpretation des Blickverhaltens (vgl. ebd., S. 194f) erforderlich. Damit bezieht er sich auf ein weiteres bedeutendes Merkmal audiovisueller Fernkommunikation, das sogenannte "eye-contact-dilemma". Anders als in der Face-to-Face Kommunikation ist in Videokonferenzen kein direkter Blickkontakt zwischen den Interaktant:innen möglich. Sie können jeweils entweder in die Kamera oder auf den Monitor sehen. Beim Blick in die Kamera hat das Gegenüber zwar den Eindruck, direkt angesehen zu werden, de facto sieht der/die Schauende jedoch den/die Interaktionspartner:in nicht an. Kopp nennt dies auch "one-way-direction-gaze" (Kopp 2004, S. 165). Beim Blick auf den Monitor wiederum, der dem/der Schauenden ermöglicht, die Umgebung, sowie "alle erkennbaren Aktionen und Regungen" (ebd., S. 165) des Gegenübers zu erfassen, hat dieser/diese den Eindruck, nicht angesehen zu werden (vgl. Schmitz 1999, S. 6). Nach Held ist somit weder ein direktes An- noch Wegblicken möglich, was zur Folge hat, dass beide "weder ihre sonstigen gesprächsregulierenden, noch ihre üblichen kommunikativen Funktionen erfüllen" können (vgl. Held 2019, S. 174)¹¹⁴. Auch Bohannon et al. sprechen dem Blickkontakt eine signifikante Rolle zur Identifizierung nonverbaler Signale innerhalb kommunikativer Prozesse zu (vgl. Bohannon et al. 2013, S. 2). 115

In der Frage, als wie angenehm Interaktant:innen die Nähe - Distanz Situation im Video-Setting empfinden, spielt, wie Held mittels einer Befragung und anschließendem

¹¹³ Proband:innen waren Studierende der Universität Essen sowie externe Personen. Ein Großteil der Teilnehmenden besaßen keine Vorerfahrung in der Video-Kommunikation

¹¹⁴ Zu diesen Funktionen siehe Kapitel 6.2., sowie Kapitel 3.6.. Ergebnisse der Analyse des Blickverhaltens in Videotelefonaten, von Lanwer 2019 durchgeführt, widersprechen dieser Feststellung. Es wird aufgezeigt, dass obwohl kein direkter Blickkontakt möglich ist, "Blickverhalten dennoch als Ressource der Handlungskoordination genutzt wird" (Lanwer 2019, S. 40).

¹¹⁵ In mehreren Experimenten stellte Abele fest, dass Blickkontakte wichtiger für die Überwachung eingehender Informationen als für das Aussenden kommunikativer Signale zu sein schienen (vgl. Abele 1989, S.100). Dies schließt sich an die Erkenntnisse zu Backchannel-Signalen an.

Weitere experimentelle Untersuchungen zeigen jedoch, "daß es nicht möglich ist, einen Blick-Kontakt als Blick von Auge zu Auge von Blicken auf andere Punkte im Gesicht zu unterscheiden" (Ellgring 1986, S. 27).

Interaktionsexperiment herausfand der Bildausschnitt des Gegenübers eine Rolle. Die Mehrheit der Proband:innen entschied sich für einen Bildausschnitt, bei dem Oberkörper und Kopf des Gegenübers zu sehen waren. Dies wurde der im Hinblick auf in Face-to-Face-Kommunikation angemessenen sozialen Distanz von 1,20-3,70 Metern innerhalb beruflicher und unpersönlicher Interaktionen (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 67) als am Ähnlichsten empfunden (vgl. Held 2019, S. 178f)¹¹⁶. Dem widersprechen Bohannon et al. insofern, als sie darauf hinweisen, dass zur Wahrnehmung nonverbaler Signale und dem Empfinden, sich in einer persönlichen Gesprächssituation zu befinden, die Sichtbarkeit der Arme und Hände beitragen kann (vgl. Bohannon et al. 2013, S. 8)¹¹⁷.

Eine weitere Spezifikation der Videokonferenz ist das sogenannte Eigen- oder Kontrollbild in dem jede/r Teilnehmende/r sich selbst spiegelverkehrt sieht, wie man es sonst gewohnt ist beim Blick in bspw. Spiegel oder Schaufenster, was zu einer verstärkten Selbstwahrnehmung führt¹¹⁸. Als Folge werden "Verhalten, Kommunikation und Erleben" (Schneider et al. 2015, S. 352) beeinflusst, was sich in Formen von Selbstinszenierung zeigen kann, welche im Face-to-Face-Setting nicht möglich wären. Beispielsweise können Interaktant:innen den Bildausschnitt wählen, Haltung und Sitzposition korrigieren, sowie Hintergründe nach eigenen Vorlieben gestalten. Damit erlangen sie Kontrolle über das, was visuell über sie vermittelt wird. Sie sind in der Lage, die Wahrnehmung des Gegenübers "zu beeinflussen oder gar gezielt zu steuern" (Held 2019, S. 175). Nach Kopp können Kommunikationsprozesse durch die Fokussierung auf das Kontrollbild/die Eigenwahrnehmung verzögert werden, da hierdurch "Ressourcen der Aufmerksamkeit und Steuerung" (Kopp 2003, S. 181) gebunden werden.

Im folgenden Kapitel wird nach der zuletzt erfolgten Einführung in die Spezifikationen der videobasierten Kommunikation deren Einfluss auf Beratungs- und Therapieprozesse beleuchtet. Weiter werden Begründungen für Ressentiments von Therapeut:innen und Berater:innen gegenüber dem Video-Setting dargestellt. Es wird aufgezeigt, welche Auswirkungen vorwiegend im Video-Setting durchgeführte Beratung auf Körper und Kognition der Beratenden haben kann. Den Abschluss bilden Anmerkungen zur aktuellen

¹¹⁶ Nach Licoppe und Morel lässt sich der Standardmodus einer Video-Konferenz mit dem Begriff "talking heads arrangement" beschreiben (vgl. Licoppe/ Morel 2012, S.2). Dieser Modus wird zumindest während der Eingangsphase der Interaktion überwiegend gewählt (vgl. ebd., S. 8).
¹¹⁷ "Vertrauen braucht Sichtbarkeit" (Deniers 2019)

¹¹⁸ "people may be more self-conscious when talking over video-conferencing (intensified by being able to see their own image on camera" (Bohannon et al. 2013, S. 7).

Pandemie, ihre Auswirkungen auf und Implikationen für die Video-Beratung sowie vor diesem Hintergrund entstandene Handlungsempfehlungen für Beratende.

6.3. Forschung zur Beratungsbeziehung in Video-Therapie und -Beratung

Im 2005 von Gerhard Hintenberger und Stefan Kühne¹¹⁹ ins Leben gerufenen e-beratungsjournal.net, einer halbjährlich erscheinenden wissenschaftlichen Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation, wurde 2017 der erste Artikel zur Videoberatung von Emily Engelhardt und Verena Gerner veröffentlicht. Diese leiteten aus ihren Erkenntnissen folgende Definition der Videoberatung ab:

"Psychosoziale Videoberatung beschreibt eine Form der Onlineberatung, bei der die Kommunikation zwischen der beratenden und der ratsuchenden Person synchron über ein Videoübertragungssystem stattfindet, welches bei Bedarf auch um textbasierte Kommunikation ergänzt werden kann" (Engelhardt/Gerner 2017, S. 21).¹²⁰

Ebenso wie im Face-to-Face Setting stützt sich Beratungsforschung im Bereich der Video-Beratung auf Forschung zu therapeutischen Beratungsprozessen. Vor allem im Hinblick auf Emotionsentwicklung und Aufbau der Beratungsbeziehung lassen sich die Erkenntnisse der im Folgenden aufgeführten Studien auf Beratungssituationen übertragen.

In einer Vergleichsstudie zwischen videogestützter kognitiv-verhaltenstherapeutischer Therapie und Präsenz-Therapie zur Behandlung von Bulimia nervosa, durchgeführt von Ertelt et al. (2011)¹²¹, wurde in beiden Settings die Therapeutische Beziehung von den Klient:innen als positiv empfunden (vgl. Klasen/ Knaevelsrud/ Böttche 2012, S. 5).

Auch Simpson und Reid stellten 2014 als Ergebnis einer literaturgestützten Evaluation von 24 in den vorangehenden 23 Jahren durchgeführten (quantitativen und qualitativen) Studien fest¹²², dass eine therapeutische Allianz¹²³ im Setting der Video-Konferenz

86

¹¹⁹ Beide brachten 2009 mit dem Handbuch der Online-Beratung die erste deutschsprachige Publikation in Buchform zur Online-Beratung heraus. Der Fokus lag auf schriftbasierter Online-Kommunikation.

¹²⁰ An anderer Stelle heißt es: "Videoberatung kann als eine bildgestützte, synchrone Kommunikation von räumlich getrennten Akteuren [sic] im Rahmen eines personenbezogenen Beratungsprozesses verstanden werden" (Engelhardt/ Gerner 2017, S. 20). Es ist der Verfasserin nicht gelungen, eine aktuellere oder möglicherweise treffendere Definition zu finden, da in der zum Zeitpunkt der Erstellung der Thesis zugänglichen Literatur zu videogestützter Beratung ausschließlich auf die zitierte Definition zurückgegriffen wurde.
¹²¹ Basierend auf Daten von Mitchell et al. (2008)

¹²² U.a. gemessen am WAI (Working Alliance Inventory) (siehe Kap. 2.5.2., S. 22, Fußnote 114 vorliegender Arbeit).

¹²³ Siehe hierzu die Ausführungen zu therapeutischer Allianz in Kapitel 2.5.2. vorliegender Arbeit.

ebenso hergestellt werden kann wie im Face-to-Face Format (Simpson/ Reid 2014: S. 280)¹²⁴. Als verstärkender (Erfolgs-)Faktor wird hervorgehoben, dass Klient:innen sich in diesem Setting geschützter und sicherer fühlen, wodurch es ihnen möglich wird, sich mehr zu öffnen und ihre Gefühle zu äußern¹²⁵. Darüber hinaus haben sie das Gefühl, mehr Kontrolle über den therapeutischen Prozess zu besitzen (vgl. ebd. S. 291).

Auch Théberge-Lapointe stellen fest: "recent data [...] show that the patient-therapist alliance does not seem to be jeopardised by recourse to the videoconference" (Théberge-Lapointe et al., 2014).

Dies bestätigen weitere Studien zu videogestützten Therapien, in denen die Teilnehmenden durch das "Zusammenspiel von räumlicher und sozialer Präsenz [...] den Kontakt zum Therapeuten als unmittelbar und nicht medienvermittelt wahrnehmen", was sie als entscheidend für den Aufbau "einer positiven Beziehung" bezeichnen (Klasen/ Knaevelsrud/ Böttche 2012, S. 6).

Etzelmueller et al führten eine Studie zu Kognitiver Therapie für Patient:innen mit Depressionen, die mittels Online-Selbsthilfemodulen und Videoterminen mit Therapeut:innen angeboten wurde durch (vgl. Etzelmueller et al 2018, S. 165). Eine persönliche Ebene wurde laut der Patient:innen über die videobasierten Therapiesitzungen hergestellt (vgl. ebd., S. 173). Die Kombination wurde von Patient:innen als effektiv zur Bewältigung ihrer depressiven Symptome und damit als hilfreiche Alternative zu traditioneller Face-to-Face-Therapie wahrgenommen (vgl. ebd., S. 173)¹²⁶.

6.3.1. Defizitärer Blick auf Video-Beratung

Als Kommunikationsideal gilt bislang das kopräsente Face-to-Face-Setting. Berger und Luckmann identifizieren dieses als "Prototyp aller gesellschaftlichen Interaktion" (Berger/Luckmann 1992, S. 31) und Kopp spricht vom Ideal der unmittelbaren Begegnung (vgl. Kopp 2004, S. 188). Ein aktueller Artikel von Thiery und Kreller trägt den Titel: Primat

¹²⁴Es ist möglich, einen "psychological space" zu schaffen (Eichenberg/ Hübner 2019; S. 518; Anführungszeichen im Original).

¹²⁵ Dies entspricht dem "Online-Disinhibition-Effekt", ein Ausdruck, mit dem Suhler die Komponenten und Auswirkungen der Enthemmung innerhalb der Internet-Kommunikation beschreibt (Suhler 2004), sowie dem "Nähe-Distanz-Paradoxon", welches besagt, dass durch computervermittelte Distanz psychologische Nähe entsteht (Schlenk 2018). Beide Erkenntnisse beziehen sich auf schriftbasierte Online-Therapie, können jedoch, wie gezeigt, auf audiovisuelle (Fern-) Kommunikation übertragen werden.

¹²⁶ Bezug genommen auf die Form des blended counseling wird in der Auswertung der Expert:inneninterviews, sowie in der Diskussion und im Fazit/Ausblick vorliegender Thesis.

der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse (Thiery/ Kreller 2021, S. 1). Kritisiert wird hier, dass "vor allem das forschungsimmanente Motiv, telemediale Settings der Qualität der face-to- face-Interaktion angleichen zu wollen" sich "bei genauer Betrachtung als Ignoranz gegenüber den Unterschieden und Vorteilen, die technische Medien für Interaktion und Kommunikation beinhalten" zeigt (ebd., S. 1). Weiter wird konstatiert, dass ein großer Teil der in der Beratung Tätigen "die selbst geschaffenen Komfortzonen nicht verlassen" will und weiterhin auf Face-to-Face-Beratung setzt (Thiery/ Kreller 2021, S. 1)¹²⁷.

Auch Simpson und Reid mutmaßen, dass Vorbehalte seitens der Therapeut:innen dazu beigetragen haben, die Verbreitung des Video-Formats innerhalb therapeutischer Interventionen zu verlangsamen. Es sei die Ansicht weit verbreitet, dass der Einsatz technologischer Mittel die Entwicklung der Therapeutischen Allianz (TA) beeinträchtige, wodurch Videotherapie der Face-to-Face-Therapie unterlegen sei (vgl. Simpson/ Reid 2014, S. 281).¹²⁸

Dies konstatiert auch Brahnam und führt aus, dass bspw. Synchronisationsprobleme zwischen Audio und Video sowie technische Störungen von den Interaktant:innen unbewusst die gegenseitige Wahrnehmung verändern können (vgl. Brahnam 2014, S. 25), da nonverbale Signale abgeschwächt und damit u.U. nicht mehr wahrgenommen werden (vgl. ebd., S. 132). Sie hebt im Speziellen auf die therapeutische Präsenz der Therapeut:innen ab, d.h. die Aufmerksamkeit oder auch Achtsamkeit, die diese ihren Klient:innen gegenüber zeigen, während sie sich immer auch ihrer selbst bewusst sind (vgl. ebd., S. 126)¹²⁹. In der Auswertung der von Simpson und Reid herangezogenen Studien zeigt sich jedoch, dass sowohl Klient:innen als auch Therapeut:innen die TA als hoch bewerteten (vgl. Simpson/ Reid 2014, S. 180)¹³⁰.

¹²⁷ Generell auf Online-Beratung bezogen konstatiert Wenzel: "Viele Professionelle im psychosozialen Feld benennen häufig, dass sie ihren Beruf gewählt hätten, um mit Menschen zu arbeiten und nicht, um sich mit Technik auseinanderzusetzen" (Wenzel 2015, S. 48).

¹²⁸ Eine europaweite Umfrage von Januar bis März 2017 unter Berater:innen, Therapeut:innen, Lehrkräften, Schulpsycholog:innen und in der Flüchtlingshilfe Tätigen ergab insgesamt eine positive Einstellung gegenüber Online-Kommunikationsmedien in Therapie-und Beratungssettings (> 50%). Deutsche Fachkräfte zeigten dieser Therapie- und Beratungsform gegenüber jedoch eine hohe Skepsis, wobei 31% der Teilnehmenden angaben, keine Erfahrung mit dem Einsatz von Online-Tools in ihrem beruflichen Kontext zu besitzen (vgl. Drda-Kühn/ Hahner/ Schlenk 2018, S. 31f). Einem Artikel im Deutschen Ärzteblatt zufolge können sich jedoch im April 2020 laut einer Blitzumfrage der Deutschen Psychotherapievereinigung 57% der befragten Psychotherapeut:innen, die aufgrund der Corona-Pandemie Therapie im Video-Format anbieten vorstellen, diese Form der Therapie auch zukünftig durchzuführen (Bühring 2020, S. 289).

¹²⁹ "the inner resonance and feeling of connection to the client that the therapist experiences" (Brahnam 2014, S. 127).

¹³⁰ "In general ratings suggest that VC [videoconferencing – Anm. d. V.] can in fact facilitate the transmission of warmth and the development of deeper level emotions and attachment" (Simpson/ Reid 2014, S.193).

Seitens der Klient:innen psychosozialer Beratung könnte nach Risau und Riesenbeck das Erleben von Anonymität durch Kommunikation in Schriftform ein Argument gegen audiovisuelle Beratungsangebote sein (vgl. Risau/ Riesenbeck 2011, S. 2).

6.3.2. Risiken des Video-Settings für Berater:innen

Welche negativen Auswirkungen die in den Kapiteln 6.1 und 6.2 dargestellten Kommunikations- bzw. Interaktionsbedingungen audiovisueller Fernkommunikation zeitigen können, verdeutlicht aktuell Bailenson in einem Artikel. Am Beispiel der Plattform Zoom konstatiert er einen "nonverbal overload" als mögliche Ursache des Ermüdungssyndroms (Fatigue) und stellt vier Aussagen zur Diskussion, um darzulegen, welche psychologischen Auswirkungen verschiedene Aspekte der Video-Kommunikation nach sich ziehen können (vgl. Bailenson 2021, S. 2):

1. "Sich über eine kurze Entfernung ansehen"

In Zoom Meetings erleben die Teilnehmenden ein soziales Verhalten, das in der "Offline-Welt" engen Bekannten vorbehalten ist. Sie müssen das Gegenüber aus einer geringen Distanz, die der Situation bspw. in einem vollen Fahrstuhl ähnelt, anschauen. Das Fahrstuhlbeispiel aufgreifend wäre die normale Reaktion, die Augen zu senken bzw. wegzuschauen, um Augen- oder Blickkontakt zu vermeiden. In der Zoom Konferenz dagegen können sie genau dies nicht tun – sie sind gezwungen, über lange Zeiträume (den in diesem Format simulierten) Blickkontakt zu halten (vgl. Bailenson 2021, S. 3f).

2. Kognitive Belastung

In Face-to-Face-Begegnungen ist das Aussenden und Empfangen nonverbaler Signale gleichzeitig mühelos und hochkomplex. Dass die Interaktant:innen im Video-Setting bei Aussendung und Empfang dieser Signale zu vermehrter Anstrengung gezwungen sind, kann sich auf Seiten der "Empfangenden" bspw. in übertriebenem Nicken zur Anzeige von Zustimmung oder Verständnis äußern¹³¹ und auf Seiten der "Sendenden" im Versuch, Augenkontakt herzustellen, während sie sprechen¹³². Dabei führen der

¹³¹ Siehe Ausführungen zu Backchannel-Signalen in Kapitel 3.6.; 6.2.

¹³² Diese Aussage korrespondiert mit den im Kapitel: Geschichte der Videokonferenzforschung dargelegten Erkenntnissen von O'Malley et al.. In Face-to-Face-Situationen liegt in der Regel zwar der Blick der Zuhörenden überwiegend auf den Sprechenden, diese jedoch lassen ihren Blick eher schweifen, blicken ihr Gegenüber seltener direkt an (vgl. Argyle/ Trower 1981, S. 17).

permanente Blick auf den Monitor und die konstante Beobachtung und Evaluierung des eigenen Verhaltens zu Erschöpfung¹³³.

Auch die Art, in der gesprochen wird ist anstrengend. Bailenson führt eine Studie von Croes et al. an, in der nachgewiesen wird, dass Menschen in Video-Konferenzen im Schnitt 15% lauter sprechen als in Face-to-Face-Situationen und überlegt, welche Auswirkungen es haben kann, wenn über Stunden oder gar einen ganzen Arbeitstag lang die Stimme erhoben wird (vgl. Bailenson 2021, S. 6f).

3. Ein ganztägiger Spiegel

Sich über Stunden in Interaktion selbst zu beobachten ist eine Situation, die es so in der Geschichte der Medien und, wie Bailinson anmerkt, in der Geschichte der Menschheit noch nicht gegeben hat. Besonders die dadurch evozierte Selbstbewertung kann zu negativen Auswirkungen und Stress führen (vgl. Bailenson 2021, S. 8f)¹³⁴.

4. Eingeschränkte Mobilität

Während sich Menschen in Face-to-Face-Meetings bewegen können, bspw. in dem sie ihre Sitzposition ändern, den Stuhl zurückschieben oder aufstehen, erfordert das Video-konferenz-Format eine relativ statische Position sowie einen konstanten Blick in die Kamera, damit die Interaktant:innen im (eingeschränkten) Blickfeld der Kamera verbleiben. Obgleich die Erkenntnisse Bailensons sich auf Videokonferenzen mittels der Zoom-Plattform beziehen, die nicht in beraterischen Kontexten zu verorten sind, sind sie anschlussfähig an das Format der Video-Beratung. Speziell auf Seiten der Berater:innen können die Auswirkungen mehrstündiger Beratungstätigkeit die beschriebenen Effekte zeitigen¹³⁵, sodass es unumgänglich sein wird, dass diese sich (Pausen-)Zeiten schaffen, in denen sie "abschalten" und in den "Offline-Modus" zurückfinden können, um die Gefahr eines Burnouts zu minimieren (vgl. Simpson et al 2020, S. 7).

¹³³ Das permanente Fixieren des Monitors erschwert die "Konzentration auf die eigentlichen Kommunikationsinhalte" und kann zu Ermüdung führen (vgl. Wenzel/ Jaschko/ Engelhardt 2020, S. 60). Es sollten daher "Projektionsflächen und kognitive Erholungsräume abseits des Computers" genutzt werden (Kühne/ Hintenberger 2020, S. 39). Durch "Zu- und Abwenden" können Interaktant:innen "die Art und das Ausmaß der eingehenden visuellen Information […] selbst regulieren" (Ellgring 1983, S. 31).

¹³⁴Auf der Zoom-Plattform ist die Selbstansicht als Standardeinstellung aktiv, kann jedoch deaktiviert werden. Daneben ist es möglich, das eigene Kontrollfenster an eine gewünschte Position zu bewegen, wodurch möglicherweise die Eigenwahrnehmung etwas aus dem Fokus genommen werden kann.

¹³⁵ bspw. ist es in beraterischen bzw. therapeutischen Prozessen u.U. nicht angezeigt, die unter Punkt 4 behandelte Selbstansicht in Form des Kontrollbildes auszuschalten.

6.4. Video-Beratung in Zeiten der Pandemie

"Das Ziel lautet: digitale Nähe in Zeiten sozialer Distanz" (Kunert 2020).

Bailensons Artikel entstand mit Bezug zur Corona-Pandemie und die damit verbundene Anforderung, zur Vermeidung direkter Kontakte Kommunikation wenn möglich (technisch) medial vermittelt durchzuführen¹³⁶.

Die Prämisse des *Social Distancing* gilt auch für Therapie- und Beratungsprozesse. ¹³⁷ Für das Format der Video-Therapie konstatieren Simpson et al, dass die COVID-19-Pandemie nicht nur eine noch nie dagewesene Herausforderung, sondern auch eine einmalige Gelegenheit zur Ausschöpfung ihres Potentials darstellt (vgl. Simpson et al 2020, S. 1). Neben Schlüsselqualifikationen zur Entwicklung einer starken therapeutischen Allianz in videovermittelter Therapie betonen sie u.A. mit Blick auf durch Home-Office möglicherweise beengte häusliche Gegebenheiten die Relevanz von Privatsphäre. Weiterhin wird sowohl für Therapeut:innen als auch Klient:innen die Bedeutung eines therapeutischen Raums hervorgehoben. Während einerseits Therapeut:innen ihre Praxis in ihr privates Umfeld integrieren und dabei ein Gefühl von Arbeitsatmosphäre schaffen müssen, benötigen andererseits Klient:innen im Home-Office Abstand zu ihrem dort geschaffenen Arbeitsbereich (vgl. Simpson et al 2020, S. 7).

Im deutschsprachigen Raum wurden seit 2020 verschiedene Handlungsempfehlungen zur Durchführung mediengestützter Interventionen durch relevante Akteur:innen und Institutionen veröffentlicht, zu denen die Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung (DGOB), das Institut für E-Beratung der Technischen Hochschule Nürnberg (e-beratungsinstitut) sowie das e-beratungsjournal.net zählen. Neben Empfehlungen zu schriftgestützter Kommunikation wird in unterschiedlicher Tiefe auf das Video-Setting rekurriert. Das Institut für E-Beratung empfiehlt bspw. Berater:innen, welche keine Qualifizierung in Online-Beratung besitzen, "vorrangig auf die Onlineberatung per

^{136 &}quot;Das Ziel lautet: digitale Nähe in Zeiten sozialer Distanz" (Kunert 2020)

¹³⁷ So schreibt Emily Engelhardt in einem Blog: "Für mich hat das Coronajahr vor allem ein Phänomen mit sich gebracht: Onlineberatung ist Videoberatung!" Ihre Hypothese ist: "Die massive Einführung von Videoberatung liegt vor allem darin begründet, das Beratende damit dem Präsenzgespräch so nah wie möglich kommen wollten" (Engelhardt 2021).

¹³⁸ Die Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF) hat vor dem Hintergrund der Pandemie eine Liste mit Online-Beratungsangeboten veröffentlicht (https://www.dgsf.org/aktuell/news/hilfen-in-zeiten-von-corona#informationen-zu-videoplattformen-und-onlinediensten).

Video oder das Telefon zu fokussieren" (Institut für E-Beratung 2020, S. 2). Der sprachbasierte Interaktionscharakter dieser Beratungssettings entspräche den Kommunikationsgegebenheiten, für die Beratende geschult seien (vgl. ebd, S. 2)¹³⁹.

Wenzel, Jaschko und Engelhardt geben folgende (organisatorische) Empfehlungen zur Durchführung von Video-Beratung:

- ruhiger Arbeitsplatz zur Minimierung von Hintergrundgeräuschen und "Durchgangsverkehr"
- neutraler und reizarmer Hintergrund zur Vermeidung von Irritationen
- gute Ausleuchtung des Gesichts durch Licht von vorne zur bestmöglichen Wahrnehmung
- Blickrichtung von Augen und Kamera auf einer Linie. Dies vermeidet den Eindruck des "Von-oben-Herabschauens" bzw. "Von-unten-Hinaufschauens".
- neutrale Kleidung, keine grellen Rottöne (vgl. Wenzel/ Jaschko/ Engelhardt 2020,
 S. 61; Kühne/ Hintenberger 2020, S. 39; Engelhardt 2018, S. 122)
- Für den Fall technischer Störungen sollte ein alternativer Kommunikationsweg¹⁴⁰
 zur Erreichbarkeit vereinbart werden (vgl. Wenzel/ Jaschke/ Engelhardt 2020, S. 60).

Methodisch erfordert die in diesem Setting begrenzte optische und akustische Wahrnehmung der Signale des Gegenübers seitens der Beratenden genaues Hinhören und Hinsehen, deutliche Aussprache sowie die Reflektion eigenen Blickverhaltens und eigener Körperhaltung gegenüber den Klient:innen (vgl. ebd, S. 61). Sprecherwechsel sollten unter deutlichem Einsatz nonverbaler akustischer, mimischer und gestischer Signale gestaltet werden. Kontextbezogen ist der Einsatz weiterer Hilfsmittel (bspw. textbasierte Kommunikation via Chat, Bildschirmfreigabe, Übermittlung von Dateien) möglich (vgl. Kühne/ Hintenberger 2020, S. 39).

Es wird betont, dass darüber hinaus "in diesem Setting grundsätzlich methodisch wie auch im klassischen Beratungsgespräch gearbeitet werden" kann (Wenzel/Jaschko/ 2., S. 61).

¹⁴⁰ Benannt wird die telefonische Erreichbarkeit, denkbar wären jedoch auch Chat, Messenger oder Mail.

92

¹³⁹ Lediglich mit einem Satz wird auf die medieninduzierte Besonderheit der (nur teilweisen) Wahrnehmbarkeit des Gegenübers durch den Kameraausschnitt hingewiesen (e-beratungsinstitut 2020, S. 2).

Dass es im Format der Video-Beratung seitens Berater:innen zu Unsicherheiten in Bezug auf ihre professionelle Rolle/ ihr professionelles Handeln kommen kann¹⁴¹, zeigen Ergebnisse des Forschungsprojekts: "DigiBerTH (Digitale Beratung und Therapie) – Eine qualitative Studie" des FH Campus Wien¹⁴². Befragt wurden 15 in unterschiedlichen psychosozialen Handlungsfeldern vor und auch während der Pandemie tätige Berater:innen.

Von den drei Forschungsfragen erscheint in Bezug auf die Beratungsbeziehung die folgende von Relevanz:

Welche handlungsleitenden Erfahrungen lassen sich für die Transformation von Faceto-Face-Settings in virtuelle Settings psychosozialer Beratung beschreiben?

Folgende Erkenntnisse konnten gewonnen werden:

- Autodidaktisches und Versuch-Irrtum-Verhalten im virtuellen Setting führt zu einer Grenzverschiebung in Form von Rollenunsicherheit oder Reduktion des professionellen Handlungsspektrums.
- 2. Der Wechsel in das virtuelle Setting führt zu einer Reduktion des professionellen Handlungs**spielraums**. Dies betrifft
 - die Ebene der Beratungsaktivitäten (bspw. Reduktion von emotionaler Bearbeitung hin zu Beziehungsarbeit), sowie
 - das professionelle Selbstverständnis (bspw. durch eingeschränkte Möglichkeiten zur Ausschöpfung des professionellen Handlungsrepertoires).
- Verwendete Medien haben einen Einfluss auf Beratungsinhalte: So wurde u.a. bei Videogestützter Beratung weniger emotionsbezogen, dafür rationaler, direktiv, proaktiv, nachgehender gearbeitet, auf therapeutisches Schweigen oder Körperarbeit verzichtet.
- 4. Unsicherheit über die Bezeichnung des virtuellen Settings wirkt sich auf professionelles Handeln aus.
- 5. Mit der als geringer empfundenen Beratungsqualität gingen erhöhte Rollenelastizität und Flexibilität einher. Es konnten seitens der Klient:innen Grenzüberschreitungen in Richtung der Privatsphäre der Berater:innen festgestellt werden. War hingegen

-

¹⁴¹ welche Einfluss auf die Herstellung einer Beratungsbeziehung nehmen können

¹⁴² (Laufzeit: November 2020 – November 2021) Vorgestellt am 06.05.2021 im Rahmen der Online-Tagung: "Facetten der Digitalisierung in der Klinischen Sozialarbeit" der Hochschule Nordhausen in Kooperation mit dem European Centre for Clinical Sozial Work (ECCSW).

wenig Flexibilität in Bezug auf die professionelle Rolle vorhanden, konnte dies zu Unterbrechungen von Beratungsprozessen führen (vgl. Ehrhardt/ Zeller 2021).

Die Forschungsergebnisse sollen als Grundlage für die Entwicklung eines Trainings zu Gesprächsführung für psychosoziale Beratung in virtuellen Settings dienen. Die Erprobung einer ersten Version wurde gestartet.

Nach der Darstellung aller (nach Ansicht der Verfasserinnen) mit der Fragestellung vorliegender Arbeit in Verbindung stehenden Begrifflichkeiten, Theorien und einer (kurzen) Übersicht des aktuellen Forschungsstandes zu Video-Therapie und -Beratung wurde von den Verfasserinnen eine durch Expert:inneninterviews gestützte Forschung zu Spezifikationen der Beratungsbeziehung in videogestützter Beratung sowie Gemeinsamkeiten und Unterschieden von Face-to-Face- und Video-Settings durchgeführt.

Die Vorstellung des Forschungsdesigns, der Auswertung sowie der Diskussion der Ergebnisse erfolgt im nächsten Kapitel.

7. Forschungsteil

7.1. Erklärung zur Vorarbeit des Forschungsdesigns (Andrea Bülow)

Es ist den Verfasserinnen vorliegender Thesis ein Anliegen nicht unerwähnt zu lassen, dass im Prozess der Findung einer Forschungsfrage die Idee zu einer zweistufigen Erhebung geplant war. Da ursprünglich das Erkenntnisinteresse im Vergleich zwischen der Herstellung der Beratungsbeziehung in den Settings Face-to-Face-, Mail- und Video-Beratung lag, war geplant, vorgeschaltet den Expert:innen-Interviews eine Online-Befragung unter Mitglieder:innen der DGOB durchzuführen. Diese sollte aus acht geschlossenen und zwei offenen Fragen bestehen, also vorwiegend quantitativ gestaltet sein. Im weiteren Prozess wurde klar, dass ein Vergleich zwischen drei verschiedenen Beratungsformen für die Fragestellung u.U. nicht zielführend und möglicherweise in Format und zeitlichem Rahmen einer Master-Thesis nicht zu bearbeiten wäre. Diesem gedanklichen Austausch war es zu verdanken, dass die Forschungsfrage auf die Bereiche Faceto-Face- und Video-Beratung eingegrenzt werden konnte. Da die Berater:innen der DGOB¹⁴³ überwiegend im Format der Mail-Beratung tätig sind, erschien es damit nicht zielführend, die geplante Online-Befragung durchzuführen.

7.2. Forschungsdesign (Andrea Bülow)

Nach Kopp zeigt sich die Schwierigkeit der Messung und Bewertung von Vor- und Nachteilen der Video-Kommunikation in der "erhebliche[n] Differenz" (Kopp 2004, S. 54) zwischen Auswertungsergebnissen quantitativ erhobener (objektiver) Daten und denjenigen Daten, die durch Aussagen subjektiv an den Prozessen beteiligter Interaktionspartner:innen gewonnen werden. "Dies kann zum einen bedeuten, dass es nicht möglich ist, relevante Aspekte der Video-Kommunikation quantitativ zu erfassen, andererseits besteht die Möglichkeit, dass Wahrnehmungen der Interaktionspartner:innen sich weder in äußerlich messbarem Verhalten manifestieren noch sich daraus ableiten lassen"¹⁴⁴ (vgl. Sellen 1997, S. 99 in Kopp 2004, S. 54f).54f).

 ¹⁴³ nach Kenntnisstand der Verfasserinnen zu Beginn der Bearbeitungszeit vorliegender Thesis
 144 Freie Übersetzung aus dem Englischen d. d. V.

Da das Interesse der Forscherinnen darin begründet ist, die Datenlage insbesondere für Praktiker:innen in der Video-Beratung zu erweitern, wurde diesen Zweifeln an der Operationalisierbarkeit der für die Beantwortung der Fragestellung relevanten Faktoren trotz des durch Kopp erwähnten Risikos qualitativ erhobener Daten durch die Wahl einer qualitativen Forschungsmethode Rechnung getragen.

7.2.1. Expert:inneninterviews (Andrea Bülow)

Die Verfasserinnen entschieden sich zur Beantwortung der in der Einleitung gestellten Forschungsfragen für die Durchführung von Expert:inneninterviews mit Fachkräften der Video-Beratung.

Expert:inneninterviews dienen als "rekonstruierende Untersuchungen" von "Prozessen und Situationen" (vgl. Gläser/ Laudel 2010, S. 13) und den involvierten Personen. Im Fokus der Interviews stehen das Handlungsfeld der Expert:innen sowie ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihr Handeln innerhalb dieses Feldes (vgl. Meuser/Nagel 2005, S. 73ff). Im Fall vorliegender Forschung sollten empirisch unterlegte Informationen über den Beziehungsaufbau und -erhalt in der Online-Beratung über das Medium Video generiert und eventuell bestehende Gemeinsamkeiten oder Unterschiede zum Beziehungsaufbau in der Face-to-Face-Beratung verdeutlicht werden.

Leitfadengestützte Interviews sind durch eine durchgehende thematische Fokussierung durch die Fragestellung und eine den Interviewverlauf lenkende, vorab festgelegte und systematisch angewandte Strukturierung charakterisiert. Dabei bieten sie jedoch eine zumindest eingeschränkte Offenheit durch die Möglichkeit, die Reihenfolge der Fragen dem Interviewverlauf anzupassen sowie optional bspw. Erzählaufforderungen einzufügen. Der Leitfaden soll unter der Maßgabe gestaltet werden, dass größtmögliche Offenheit mit so wenig Strukturierung wie möglich verbunden wird (vgl. Helfferich 2014, S. 560).

Stellvertretend für die umfangreiche Anzahl der Akteur:innen in der Video-Beratung wurden acht Expert:innen aus therapeutischer und beraterischer Praxis, Lehre sowie Wissenschaft befragt. Dies ermöglichte einen differenzierten Zugang zum Forschungsthema.

Im Folgenden werden die Expert:innen anonymisiert in ihren Tätigkeitsfeldern vorgestellt¹⁴⁵:

- Leiter einer Jugendberatungsstelle für die Stadt Wien, seit fast zwanzig Jahren mit den Themen Onlineberatung, Onlinetherapie beschäftigt, 2004 Konzeption des ersten Ausbildungslehrgangs zur Online-Beratung, Mitherausgeber des e-beratungsjournal.net, Lehraufträge, Veröffentlichungen und Lehrbücher zur Online-Beratung, Seminare, Workshops, Trainings zum Thema Online-Beratung.
- Berufs- und Laufbahnberaterin in einer kantonalen Stelle in der Schweiz. Die Kunden sind Jugendliche in der obligatorischen Schulzeit, nach der weiterführenden Schule, nach der beruflichen Ausbildung und insbesondere auch Personen, die stellensuchend sind.
- Mitgründer einer Plattform, die einen virtuellen Raum für systemische Beratung und Coaching zur Verfügung stellt, Psychologe, Systemischer Berater, zertifiziert durch die Systemische Gesellschaft (SG), Online-Berater, Ausbilder im Bereich Online-Supervision und Online-Beratung für eine durch die Deutsche Gesellschaft für Supervision (dgsv) zertifizierte Ausbildung.
- Sozialpädagogin in einer Beratungsstelle für Pflegeberatung bei Fragen rund um Pflege, das Älterwerden sowie angrenzende Themen
- Sozialpädagogin in einer Beratungsstelle für Pflegeberatung bei Fragen rund um Pflege, das Älterwerden sowie angrenzende Themen
- Sozialpädagogin in einer Beratungsstelle für Pflegeberatung bei Fragen rund um Pflege, das Älterwerden sowie angrenzende Themen
 - Alle drei Kolleginnen bieten seit der Corona-Pandemie ihre Beratung u.a. im Video-Setting an.
- Psychotherapeut und Supervisor in freier Praxis, Lehraufträge an verschiedenen Universitäten und Hochschulen im deutschsprachigen Raum, Lehrtherapeut für integrative Therapie, Leiter einer Kindertherapie- und Jugendtherapieausbildung, Mitherausgeber des e-beratungsjournal.net.

_

¹⁴⁵ Zu Beginn jedes Interviews wurden die Expert:innen gebeten, für die Vorstellung innerhalb der Thesis in eigenen Worten ihre (vergangene und aktuelle) Tätigkeit im Feld der Video-Beratung (bzw. der Online-Beratung) zu beschreiben. Für mit dem Feld Vertraute lassen sich so sicherlich in einigen Fällen Rückschlüsse auf die Person ziehen.

 Sozialpädagogin, seit 17 Jahren in der Online-Beratung tätig. Seit zwei Jahren selbstständig in Online-Beratung, Ausbildung von Online-Berater:innen, gesundheitlicher Bereich, Bildungsberatung.

Den Expert:innen wurde im Vorfeld der Interviews zur Vorbereitung der Leitfaden¹⁴⁶ mit den Interviewfragen via Mail zugesendet. Die Länge der Interviews bewegte sich im Zeitrahmen von jeweils ca. 45 bis 60 Minuten.

Alle Interviews wurden über die Plattform "Jitsi Meet" geführt. Die Audiospur wurde sowohl mittels des Audio-Programms "Audacity" als auch mittels der Sprachmemo-Funktion eines Smartphones digital aufgezeichnet und anschließend mit Hilfe der nichtautomatisierten Transkriptionssoftware "f4transkript" der Firma "audiotranskription.de" transkribiert. Hierbei wurde auf vollständige Pseudonymisierung geachtet. Die Transkription erfolgte nach inhaltlich semantischen Regeln, wobei der Verzicht auf genaue Details zur Aussprache die Lesbarkeit erleichtert und infolgedessen einen erleichterten Zugang zum Inhalt des Textes ermöglicht (vgl. Dresing/ Pehl 2018, S. 17f).

Nach Abschluss der Transkription wurden die Audioaufnahmen gelöscht. Die Transkripte werden nach Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist vernichtet.

7.2.2. Themenkomplexe und Leitfragen: (Andrea Bülow, Barbara Kunner)

Nach Gläser und Laudel sind zur Erfassung der für die Beantwortung der Forschungsfrage erforderlichen Informationen Leitfragen unabdingbar. Sie legen den Rahmen für die Daten/Informationen fest, welche durch die Erhebung generiert werden müssen (vgl. Gläser/ Laudel 2010, S. 91) 91)

Die aus den Forschungsfragen im Vorfeld gebildeten Themenkomplexe und die daraus jeweils abgeleiteten (Leit)fragen bildeten das Gerüst der Interviews.

Übersicht der fünf Themenkomplexe und (Leit)fragen:

Beziehungsaufbau:

- 1. Wie bauen Sie eine Beratungsbeziehung in der Video-Beratung zu Ihren Klient:innen auf?
- 2. Was erachten Sie im Prozess als wirksam?

_

¹⁴⁶ Siehe Anhang 3 vorliegender Arbeit

Beziehung im Beratungsverlauf:

- 1. Wie gestalten Sie im weiteren Verlauf die Beratung, um die Beratungsbeziehung aufrechtzuerhalten?
- 2. Wie stellen Sie sicher, dass Sie gut "in Kontakt" sind?

Besonderheiten (und Hindernisse in) der Video-Beratung, Beziehung und Beratungsverlauf betreffend:

- Klient:innen
 - 1. Gibt es Gründe keine Video-Beratung anzubieten? (Ausschlusskriterien)
 - 2. Wie gehen Sie mit angedrohten Kontaktabbrüchen um?
 - 3. Wie gehen Sie mit vollzogenen Kontaktabbrüchen um?
- Technische Rahmenbedingungen/ Medieninduziert
 - 1. Welche Möglichkeiten zur Inszenierung ergeben sich aus den technischen Rahmenbedingungen?
 - 2. Was empfinden Sie als besonders herausfordernd im Beziehungsaufbau, bzw. der Beziehungsgestaltung im Setting der Video-Beratung?

Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Face-to-Face- und Video-Beratung:

- 1. Wo sehen Sie Unterschiede in der Gestaltung der Beratungsbeziehung in der Face-to-Face- und Video-Beratung?
- 2. Wo sehen Sie Gemeinsamkeiten in der Gestaltung der Beratungsbeziehung in der Face-to-Face- und Video-Beratung?

Ausblick:

1. Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Video-Beratung zukünftig entwickeln?

7.3. Auswertung – Kategorien (Andrea Bülow, Barbara Kunner)

Die Auswertung der Expert:inneninterviews erfolgte mit Hilfe des Analysetools "f4analyse" anhand der strukturellen Inhaltsanalyse nach Mayring. Bei dieser wird das erhobene Material inhaltlich strukturiert, in dem es zuerst deduktiv, d.h. ausgehend von der Fragestellung in Kategorien unterteilt wird. Das Kategoriensystem stellt nach Mayring das zentrale Instrument zur "Vergleichbarkeit der Ergebnisse" und zur "Abschätzung der

Reliabilität" der qualitativen Inhaltsanalyse dar (vgl. Mayring 2010, S. 50). Bei unklarer Abgrenzung zwischen einzelnen Kategorien müssen Regeln zur eindeutigen Zuordnung formuliert und diesen jeweils relevante Textstellen zugeordnet werden, was als Kodierung bezeichnet wird. In einem zweiten Durchlauf werden Kategorien und Kodierungen auf Passgenauigkeit hin überprüft. Gegebenenfalls werden dabei induktiv, d.h. aus dem Material heraus in einem "Verallgemeinerungsprozess" Kategorien neu definiert oder ergänzt (vgl. ebd., S. 83ff). In der Verschriftlichung werden sog. Ankerbeispiele zur Repräsentation der einzelnen Kategorien angeführt, die durch Paraphrasierung weiterer passender Zitate ergänzt werden. Nach der Erstellung eines Kodierleitfadens¹⁴⁷ wurde mit der Methode der Triangulation gearbeitet. Hierzu sichteten beide Verfasserinnen separat die Interviews und ordneten relevante Textstellen den festgelegten Kategorien zu. Im Anschluss wurden die Ergebnisse verglichen und etwaige Diskrepanzen in der Kodierung diskutiert und ggfs. korrigiert. Durch diese Vorgehensweise wurden Exaktheit und Trennschärfe der Kategorien sichergestellt.

Die im Vorfeld der Interviews (aus der Auseinandersetzung mit dem in den Kapiteln zwei bis sechs diskutierten aktuellen Theorie- und Forschungsstand) festgelegten Kategorien lauteten wie folgt:

- 1. Aufbau der Beratungsbeziehung
- 2. Festigung/Erhalt der Beratungsbeziehung im Beratungsprozess
- 3. Besonderheiten/Hindernisse der Videoberatung in der Interaktion
 - 3.1. Kontaktabbrüche (angedroht oder vollzogen)
- 4. Technische Rahmenbedingungen
 - 4.1. Inszenierung
- 5. Herausforderungen im Beziehungsaufbau
- 6. Unterschiede im Beziehungsaufbau in Face-to-Face- und Video-Beratung
- 7. Gemeinsamkeiten im Beziehungsaufbau in Face-to-Face- und Video-Beratung
- 8. Zukunft der Video-Beratung

Im Verlauf der Auswertung ergaben sich folgende endgültige Kategorien und Unterkategorien:

¹⁴⁷ Siehe Anhang 4 vorliegender Thesis

1. Kategorie:

<u>Video-Beratung: Gemeinsamkeiten mit dem Face-to-Face-Setting in Handlung und Prozess</u>

2. Kategorie:

<u>Video-Beratung: Wahrnehmungsbedingungen und Herausforderungen – Unterschiede zum Face-to-Face-Setting</u>

- 2.1. Kanalreduktion:
 - 2.1.1. Zweidimensionalität
 - 2.1.2. Nonverbale Signale: Mimik, Gestik
 - 2.1.3. Nonverbale Signale: Blickkontakt
 - 2.1.4. Nonverbale Signale: Proxemik/Kameraausschnitt
- 2.2. Störungen/Verzögerungen/Verbindungsaufbau/Turn-Taking
- 2.3. Eigenbild
- 2.4. Einblicke in Lebensbereiche der Klient:innen

3. Kategorie:

Anforderungen an Kompetenzen der Beratenden im Video-Setting

- 3.1. Haltung
 - 3.1.1. Vorbehalte und Missverständnisse das Medium betreffend
 - 3.1.2. Präsenz/Authentizität der Beratenden im Video-Setting
- 3.2. Inszenierung
- 3.3. Transparente Kommunikation: Rahmenbedingungen/Safe Place/Notfall-kommunikation
- 3.4. Verbalisierung von Emotionen, nonverbalen Signalen und Handlungen, Kompensation der Kanalreduktion
- 3.5. Methoden- und Medienkompetenz

4. <u>Kategorie:</u> Klient:innen

- 4.1. Kontrolle/Verbindlichkeit
- 4.2. Zielgruppenspezifische Bedarfe/Medienwahl
- 4.3. Ausschlusskriterien

5. <u>Kategorie:</u> Zukunft der Video-Beratung

1. Kategorie: Gemeinsamkeiten mit dem Face-to-Face-Setting in Handlung und Prozess

Alle Befragten nennen Ähnlichkeiten und Gemeinsamkeiten des Face-to-Face- und des Video-Settings. Der Ablauf der Beratung wird als übereinstimmend beschreiben: "[...] die Ausgangslage, das ist alles auch eigentlich das gleiche, [...] [die] Anamnese zu Beginn, wie ist der Ablauf, die Struktur von der Beratung, welche Teile gibt es in der Beratung, ähm, das ist exakt das Gleiche" (I2, #00:33:11-2#). Weiterhin, so eine Befragte, obliegt, wie auch im Setting der Face-to-Face Beratung die Prozessgestaltung den Beratenden, während die inhaltliche Ausrichtung in der Verantwortung der Klient:innen liegt.

Auch die Herangehensweise an Beratung ist ähnlich: "Ich würde immer, wenn immer erst erzählen lassen, oder wenn jemand noch nicht so erzählt, dann dass man offene Fragen stellt [...]" (I4, B6, #00:41:38-0#). Ein Befragter nennt die umfassende Vorstellung der eigenen Person zu Beginn des Beratungsprozesses als Gemeinsamkeit beider Settings.

Ebenso sehen alle Befragten Gemeinsamkeiten in den eingesetzten Interventionen: "Ich kann ganz viele Interventionen tatsächlich auch setzen, die ich aus dem Face-to-Face-Kontext kenne. Ich fühle mich da inzwischen nicht mehr sonderlich eingeschränkt. Ich habe Sprache und Bild zur Verfügung, [...] ich kann synchron quasi Kommunikation herstellen, die sowohl auch über Visuelles als auch Auditives geht. Das sind für mich die größten Gemeinsamkeiten ehrlich gesagt. Und da gibt es wirklich Vieles, wenn man es sich erlaubt, was man aus dem Face-to-Face Kontext auch kennt. Bisschen adaptieren muss man es [...]" (15, #00:36:12-5#). Eine Befragte gibt an, dass auch körperliche Übungen, sowie theaterpädagogische Elemente in der Video-Beratung eingesetzt werden können.

Als weitere Gemeinsamkeiten werden genannt: "[...] die Sprache bleibt gleich, ähm, der Blick ins Gesicht bleibt gleich. Die Themen bleiben gleich. Die Bezahlung bleibt gleich. [...] Die systemischen Fragen, [...] die Fragen bleiben gleich, ähm, die Paus/Pausen halten bleibt gleich. Es bleibt ganz [...] viel gleich" (13, #00:45:44-5#). "Ebenfalls

¹⁴⁸ Zum besseren Verständnis: I"x" bezeichnet das jeweilige Interview (bspw. I1). Da Interview 4 mit drei Teilnehmenden durchgeführt wurde, wird hinter I4 auch das Kürzel der jeweiligen Expertin (B4; B5; B6) genannt.

Gemeinsamkeit ist die Kopräsenz, dass wir uns zur selben Zeit idealerweise im Praxisraum befinden, auch online, um dann eben sprechen zu können miteinander" (I1, #00:38:48-7#). Weiterhin sei im analogen wie im digitalen Setting der Einsatz nonverbaler Zeichen, z.B. um das Verstehen zu signalisieren, sowie des Paraphrasierens eine Gemeinsamkeit.

Übereinstimmend in beiden Settings sei auch die "[...] Wichtigkeit von einem persönlichen Beziehungsaufbau" (I2, #00:29:17-7#). Wobei dieser "vom Gefühl her genauso intensiv sein kann und genauso nahe" (I2, #00:29:17-7#) wie im Face-to-Face-Setting.

2. Kategorie: Video-Beratung: Wahrnehmungsbedingungen und Herausforderungen – Unterschiede zum Face-to-Face Setting

2.1. Kanalreduktion:

Drei von acht Interviewteilnehmer:innen benennen Reduktionen im Setting der Video-Beratung: "[...] ich habe Kanalreduktion oder eine Informationsreduktion durchs Online-Setting die ich irgendwie/eine Reduktion generell, Informationsreduktion, ähm, Kommunikationsreduktion, Emotionsreduktion. Ich habe ganz viele Reduktionen [...]" (13, #00:44:31-1#).

Die Sinneskanalreduktion erfolgt visuell (Bildausschnitt), akustisch (Umgebungsgeräusche und Körpergeräusche (z.B. Räuspern) des Gegenübers werden – in Abhängigkeit vom Mikrofon - nicht wahrgenommen), olfaktorisch (z.B. Parfum etc.), haptisch (Händedruck, etc.).

2.1.1. Zweidimensionalität:

Eine Besonderheit in der Video-Beratung ist: "die andere Wahrnehmung des Gegenübers, nämlich, dass ich ja in jedem Fall eine dreidimensionale Person in einem zweidimensionalen Medium wahrnehme" (I1, #00:36:03-5#). "[...] und ich schaue DRAUF. Ich schaue nicht dahinter, ich schaue nicht drum rum, hier schau ich DRAUF auf ein Abbild" (I1, #00:37:09-7#).

Die rein virtuelle Kopräsenz hat zur Folge, dass es nicht möglich ist, in herausfordernden Situationen "einfach mal die Hand auf den Arm [zu] legen [...] oder auf die Schulter, oder weiß ich nicht, ein Taschentuch [zu] reichen [...]" (I4, B4, #00:37:59-2#). Die Einschätzung einer Befragten dazu ist: "Also, dass körperlicher Kontakt nicht möglich ist, denke ich, das ist nicht zu unterschätzen" (I6, #00:54:34-9#).

Auch Leib- und körpertherapeutische Interventionen sind in der Video-Beratung nicht möglich, da die/der Berater:in nicht körperlich präsent ist, um mit der/demKlient:in

beispielsweise eine Aufstellung oder ein Lebenspanorama gemeinsam abzugehen. Ein Befragter vermutet, dass Interventionen im Video-Setting möglicherweise weniger intensiv ausfallen, da Berater:innen Reaktionen nicht vor Ort auffangen können. Ebenso wird im Video-Setting, anders als in der Face-to-Face-Beratung, durch die fehlende Leiblichkeit kein Oxytocin ausgeschüttet.

2.1.2. Nonverbale Signale: Mimik, Gestik

Bedingt durch die kommunikationsvermittelnde Technik, sowie abhängig von der Übertragungsqualität ist Mimik zum Ausdruck von Emotionen (u.U.) weniger gut wahrnehmbar als in der Face-to-Face Kommunikation: "[...] wenn man jetzt Face-to-Face arbeitet vor Ort dann sehe ich auch in der Regel ob die (unv.) auch wenn die Person jetzt nicht WEINT oder so, aber ob jemand sozusagen Augen hat, wo, ja, wo eine Traurigkeit ein Stück da ist. Ja, also das ist wesentlich besser SPÜRbar, SEHbar und da ist so eine Technik dazwischen, die das oft gar nicht ermöglicht, das in DER Intimität auch, ähm, festzustellen" (15, #00:28:44-2#).

Drei Expert:innen betonen in diesem Zusammenhang, dass nonverbale Signale (Mimik, Gestik) in der Video-Beratung von Seiten der Berater:innen stärker bzw. deutlicher gezeigt werden (müssen) als im Face-to-Face-Setting um Reduktionen durch das Medium auszugleichen. Weiterhin sei das Nicken eine Möglichkeit Klient:innen Zustimmung zu signalisieren, sie jedoch nicht durch sprachliche Aussagen zu unterbrechen bzw. ins Wort zu fallen. Eine weitere Interviewteilnehmerin sieht hingegen keinen Bedarf, im Video-Setting intensivere Mimik und Gestik zu zeigen als im Face-to-Face-Setting. Eine Expertin betont generell die Relevanz der Körpersprache im Beziehungsaufbau, weist jedoch auf die Herausforderung im Video-Setting hin, dass die Interaktant:innen jeweils nur einen Teil des Körpers sehen können. Neuere Formate erlaubten jedoch auch größere Bildausschnitte so dass das Gegenüber im Sitzen und Stehen mit dem gesamten Körper wahrgenommen werden könne.

2.1.3. Blickkontakt:

Einer der größten genannten Unterschiede und Herausforderungen in der Video-Beratung ist, dass sich Berater:in und Ratsuchende:r nicht in die Augen schauen können. "Ich kann in die Kamera schauen wie jetzt […] aber wir können uns nicht anschauen. Wir imaginieren den Eindruck, uns anschauen zu können, aber eben das nur in dem Rahmen, den wir hier gestaltet haben. Das ist der größte Unterschied" (I1, #00:36:03-5#). Dies hat den Wegfall des in der Beratung so wichtigen Blickkontaktes zur Folge, welchen insbesondere Berater:innen, die über langjährige Erfahrungen in der Face-to-Face-

Beratung verfügen nutzen, um das Befinden der Klient:innen an den Augen abzulesen. Auch ein bestärkender Blick sei in der Video-Beratung schwieriger. Gleichzeitig betonen zwei der Expert:innen dass ihr Blickkontakt – wenn auch kein "wirklicher" Blickkontakt - konstanter als im Face-to-Face-Setting sei. Dieser Aspekt wird von einem der Interviewpartner durchaus kritisch betrachtet: "[...] ein riesen NACHteil bei der videobasierten Geschichte ist, wenn ich es nicht kommuniZIERE, dass wir uns ständig auf dem Bildschirm versuchen anzuschauen, nä, was wir in einer natürlichen Kommunikation, im Face-to-Face Kontext nie machen, nä, weil da sitzen wir im neunzig Grad Winkel [...] und schauen uns entweder an oder wir schauen aneinander vorbei um uns sozusagen diesen projektiven Raum nach vorne zu öffnen, [...] wo wir unsere inneren Assoziationen und unsere ähm Erinnerungswelten, Bilderwelten erzeugen und das können wir nicht, wenn wir uns ständig anschauen" (15, #00:35:03-5#).

2.1.4. Proxemik/Kameraausschnitt:

Zwei der Befragten gaben an, ihre Entfernung zur Kamera bedarfsgerecht anzupassen: "Wenn ich merke, jemand ist sehr bewegt kann ich ja auch mehr Raum geben, wenn ich einen Stuhl habe mit dem man rollen kann, kann ich ja so ein bisschen auch rausgehen aus der Beziehung, ne. Oder will ich viel mit den Händen machen, dann ist es vielleicht wichtig, dass mein Ausschnitt größer ist damit auch meine Hände zu sehen sind sozusagen" (16, #00:09:49-4#).

"[...] ich spiele dann gerne auch mal mit meiner Position vor der KAMERA und frag die Person, ob das so angenehmer ist, wenn ich näher rankomme oder wenn ich weiter weg gehe [...]" (I3, #00:08:07-6#). Der Experte experimentiert gleichwohl damit, die oben genannte "konfrontative" Sitzposition im digitalen Setting aufzuweichen, indem er sich beispielsweise seitlich platziert und den Blick der Ratsuchenden auf ein hinter ihm hängendes Bild freigibt. Wie zielführend sein Vorgehen ist, konnte er bislang noch nicht analysieren.

Durch den begrenzten Ausschnitt im Video-Format fallen bestimmte Informationen weg: "Ich SEH nicht alles, ich seh vielleicht die Reaktion von meinen Klienten nicht so gut, wenn ich eine Methode mache, wo ich/wo die Person sich im Raum aufstellen soll oder bewegen soll, dann seh ich es auch nochmal schlechter. Wenn ich zum Beispiel ein Tetralemma machen soll, dann ist eigentlich in der Beratung oder s/einer der entscheidenden Momente ist, was passiert, was macht die Person, wenn die sich auf eine der Optionen im Tetralemma stellt. Das kann ich leider nicht beobachten, wenn ich sage "Jetzt stell dich da mal in deinem Raum irgendwo auf" (13, #00:44:31-1#).

Auch körperliche Einschränkungen der Ratsuchenden können schwerer oder kaum wahrgenommen werden: "Oder weiß ich nicht, ob jemand besonders Rückenschmerzen hat oder mit Gehstock hier reinkommt, oder mit Rollator oder so was. Das sind natürlich alles so Sachen, so Zusatzinfos, die man in der Video-Beratung, wenn da jetzt jemand so auf dem Stuhl sitzt vor einem auch nicht hat" (I4, B4, #00:39:44-8#). Was von der Beraterin als Nachteil wahrgenommen wird, kann von Menschen mit Behinderung durchaus als Vorteil aufgefasst werden, sie können beispielsweise ihre Querschnittslähmung preisgeben, müssen es jedoch nicht. "Also das hat so einen FRAME, und in dem nehme ich sie wahr" (I1, #00:13:56-5#). In diesem Ausschnitt ist ebenso wenig erkennbar, ob Klient:innen (nervös) mit den Füßen wippen. Auch Stimmungen können durch das Medium schwer übertragen werden: "[...] obwohl man das Bild hat, obwohl man einen Körper hat, so zumindest einen kleinen Ausschnitt, hat man trotzdem nicht die, also die Vibes, die Energie" (I2, #00:09:50-3#).

2.2. Störungen/Verbindungsqualität/Turn Taking:

Technische Störungen und Herausforderungen wurden von nahezu allen Expert:innen thematisiert: "[...] wenn dann die Verbindung schlecht wird. Und das Risiko besteht eigentlich immer. Ist es dann blöd, wenn man dann in einer Situation ist, wo jemand gerade mh in einer emotional schwierigen Situation ist und ich als Beratungsperson weiß dann nicht mehr was jetzt passiert oder was jetzt läuft" (I2, #00:09:50-3#). Die Expertin vermutet, dass für den Beziehungsaufbau erschwerend hinzu kommen könne, dass Berater:innen daher ein gewisses Stresslevel bezüglich der Technik verspüren könnten.

Der Umgang mit einem zeitversetzten Ton wird ebenso als herausfordernd erlebt: "[...] wenn ich direkten Bezug nehmen möchte, dann geht es manchmal gar nicht oder ich rede der Frau dazwischen, die hat wieder angesetzt was zu sagen und ich dachte sie macht eine Pause" (I4, B6, #00:05:52-6#). Die auch in guten Übertragungsverhältnissen leichte Zeitverzögerung und ihre Auswirkung auf den Rederechtswechsel thematisieren insbesondere drei Expertinnen: "[...] ich glaube das läuft in der Video-Beratung, zumindest ist das mein Eindruck, geordneter ab. Also man unterbricht sich viel weniger, sondern man wartet halt tatsächlich ab, bis der andere [...] fertig geredet [hat], dann kann ich reden" (I4, B4, #00:17:44-6#). "Das ist immer noch dazu zeitversetzt. Also in einer guten Verbindung nimmt man es nicht so stark wahr" (I6, #00:50:30-2#).

Eine unzureichende Internetverbindung, die zu Unterbrechungen im Ton führt, fordert laut eines Experten: "kognitive [...] Ergänzungsleistungen [die] immer ständig gemacht werden müssen [...] wo das Gehirn versucht, immer ne Wortgestalt daraus zu kreieren,

obwohl ich nur die Hälfte des Wortes verstanden hab. Das mach ja auch unendlich MÜDE" (15, #00:23:20-3#).

2.3. Eigenbild

In den meisten Video-Konferenz- oder Video-Beratungstools findet sich das eigene Bild auf dem Monitor. Dies hat unmittelbare Konsequenzen für die Beratung: "Jetzt sehe ich MICH hier auch noch, wenn ich mich nicht ausschalte, die ganze Zeit und das habe ich in der Praxis ja nicht, weil ich keinen Spiegel habe. Das ist auch so eine Veränderung im Setting die auch irritierend sein kann für MICH als Berater genauso wie für die Klientin" (I1, #00:09:09-3#).

Durch die Präsenz des eigenen Bildes wird zudem aus einer Dyade eine Triade: "[...] auch wenn wir zu zweit sind, sind wir nie zu zweit. Das heißt eine dyadische Situation trianguliert plötzlich. Nur dadurch, dass ich ja ein Video habe, [...] wo ich, ähm, das Gegenüber sehe, ich sehe mich selber wenn ich mich anschaue und ich sehe mich selber, wenn ich sozusagen hier noch mal in das Video schaue und dem Gegenüber geht es genauso. Und das ist eine ganz unnatürliche Kommunikation, so als würde man im Faceto-Face Kontext immer einen Spiegel dazustellen" (15, #00:31:08-1#).

2.4. Einblicke in Lebensbereiche/Inszenierung der Klient:innen:

Berater:innen erhalten in der Video-Beratung Einblicke in die Lebenswelt ihrer Klient:innen, die sie so in der Face-to-Face-Beratung nicht haben. Fünf Expert:innen merken an, dass Beratung im Video-Setting Einblicke ins Private der Klient:innen gewährt: "Meine Erfahrung ist, dass sich Klientinnen nicht so viele Gedanken machen, wie Beraterinnen, wie was hinter ihnen denn so ist. Das heißt man hat plötzlich einen Blick, den man in keiner einzigen Beratungsform außer halt dem Hausbesuch hätte" (16#00:34:46-2#).

Ein weiterer Experte sieht für seine Tätigkeit auch positive Aspekte: "Dafür kommt wieder eine ganz andere Form von Intimität rein, die ich sonst nicht habe, nämlich weil ich ja in der Regel auch einen Einblick in ganz intime Räume oder Lebensräume dieser Menschen bekomme, die ich sonst NICHT bekomme, oder bekommen würde, mit allen Vorund Nachteilen, ja also manchmal ist das ja auch schambesetzt, ja, also sozusagen sich in seinem Umfeld zu zeigen, vor allem wenn ich da etwas sehe, was vielleicht so gar nicht sichtbar sein sollte. Auf der anderen Seite ermöglicht es mir [...] wirklich auch einen EINblick zu bekommen nicht nur in individuelle Sinnesverstehenswelten, sondern auch in den sozialen Kontext zu gewinnen, was es MIR vielleicht auch wieder ermöglicht, diese Person ein Stück mehr verstehen zu können" (15, #00:30:01-8#). Hier sei ein sensibles Vorgehen der Berater:innen geboten, ggf. könne es nötig sein bestimmte (z.B.

schambehaftete) Dinge zu thematisieren, ebenso könne beispielsweise ein virtueller Hintergrund eingeblendet werden. Ein Experte macht sich Gedanken, "was das VERÄN-DERT in dem [...] Prozess" (13, #00:26:49-2#) und wünscht sich weitere Forschung diesbezüglich.

Eine Beraterin empfindet es als "eine Herausforderung [...] wirklich neutral zu bleiben, das ist viel einfacher, wenn jemand im Beratungsraum da ist und es ist einfach grau hinter der Person [...]" (I2, #00:24:02-3#). Sie vermutet zudem, dass die Ratsuchenden teilweise mehr von sich preisgeben, als ihnen bewusst ist. Im Zuge dessen spricht sie auch das Thema Datenschutz an und würde ebenfalls für eine Software plädieren, die ggf. den Hintergrund der Klient:innen ausblendet.

3. Kategorie: Anforderungen an Kompetenzen der Beratenden im Video-Setting

3.1. Haltung:

Eine Haltung, die die Relevanz betont, auf die Bedürfnisse der Klient:innen einzugehen, findet sich bei allen Befragten. Dies zeigt sich beispielweise vom Angebot eines Settingwechsels, bis hin zum Wechsel/Abhängen eines im Hintergrund befindlichen Bildes, welches den Klient:innen Unbehagen bereitet. Eine Haltung, welche die Autonomie der Klient:innen betont, wird bei mehreren Befragten auch in Bezug auf Abbrüche deutlich: "[...] wenn jemand den Kontakt abbrechen will [...] dann ist es die Freiheit der Klienten, Klientinnen und der Patientinnen" (15, #00:18:46-2#). "Hat der Klient die Kanalwahl und die Wahl, ob er in Beratung gehen möchte oder nicht [...]" (16, #00:27:35-2#). Als Berater:in sei es wichtig, sich darüber im Klaren zu sein, "dass ich eine Gastgeberinnenrolle einnehme" (16, #00:12:35-6#), im gleichzeitigen Bewusstsein darüber, in der Video-Beratung weniger Kontrolle als im Face-to-Face-Setting zu haben: "Kontrolle nicht im Sinne von einschränken, sondern ich kann nicht sehen was auf der anderen Seite passiert. Die Person dreht sich weg, ist der Stuhl umgekippt, ist das Internet weg? Also es sind so viele Sachen, die einfach technisch auch passieren können. Oder es klingelt an der Tür der Postbote ist da, jemand ist plötzlich weggegangen [...]" (16, #00:50:30-2#).

3.1.1. Vorbehalte und Missverständnisse das Medium betreffend:

Das Setting der Video-Beratung steht auf Seiten der Berater:innen einigen Vorbehalten und Missverständnissen gegenüber. Zum einen wirkt die Video-Beratung möglicherweise auf den ersten Blick wie eine Face-to-Face-Beratung, dies sei ein häufiges Missverständnis. Denn Beide Formate haben zwar vielfältige Gemeinsamkeiten jedoch auch vielfältige Unterschiede. Zum anderen sei da "die SKEPSIS in beratenden Berufen, dass

nur die REALE Begegnung die richtige Begegnung ist, nur die REALE Begegnung ermöglicht Therapie und Beratung" (I1, #00:30:07-2#). Vielfach finde sich die Skepsis der Berater:innen in ihrer Haltung: "das ist halt NUR Video-Beratung. [...] Und man hört ja eben auch an der Sprache, wenn die Leute darüber sprechen, ob sie es selbst mit UN-BEHAGEN wahrnehmen, und man merkt es auch meist an ihnen in [...] dem [...] Online-Setting" (I1, #00:31:35-7#). Eine Beraterin betont, es handele sich vielfach um "die Angst vor der Technik" (I2, #00:29:17-7#) oder wie ein anderer Experte betont, die "Befürchtung bei den Beraterinnen, die dann glauben, man würde ihnen was wegnehmen, durch das Medium" (I1, #00:32:56-5#). Er führt weiter aus: "Nein, das sind verschiedene Kanäle nebeneinander, die alle Vor- und Nachteile haben, und alle verschiedene Methoden vertragen. Es sind alle gut zu gestalten" (I1, #00:32:56-5#).

3.1.2. Präsenz/Authentizität im Video-Setting:

Video-Beratung benötigt Präsenz und die volle Aufmerksamkeit der Berater:innen, daher müssten Störquellen wie das Telefon, Drucker etc. ausgestellt werden. Video-Beratung benötige "seitens der Beraterinnen und Berater die VOLLE Aufmerksamkeit, die ist HIER, in diesem Meeting. Die ist nicht bei der KATZE, bei der KAFFEEMASCHINE, die ist nicht nebenbei, wo noch gerade jemand anderes mich anschreibt. Das wäre für mich eine Grundvoraussetzung, auch wahrzunehmen, was medial vermittelt ist, eben das Wahrnehmen der anderen Person und wertschätzen eben auch dadurch, dass ich NICHTS andere tue" (11, #00:10:20-1#). Eben zitierter Experte spricht auch vom "ANGE-BOT der PRÄSENZ" (11, #00:11:02-8#).

Ein gelingender Beziehungsaufbau hänge zudem an der Fähigkeit der Berater:innen die eigene Beratungsauthentizität auf das Video-Setting zu übertragen.

3.2. Inszenierung:

Vier Expert:innen betonen die Relevanz einer guten Ausleuchtung in der Video-Beratung: "[...] bis hin zum Licht, mit welchem Licht arbeite ich [...]. Dass ich nicht im dunklen Kämmerchen sitze und meine Klientinnen gucken: Ist der Herr X noch da oder nicht? Dass es irgendwie so ist, dass ich mich WOHL fühle. Und manche unterschätzen das" (I1, #00:25:39-2#). Ein Befragter gibt an, seine Klient:innen zur guten Sichtbarkeit zu befragen: "[...] ICH frage, ob man MICH gut sehen kann und MEINEN Ausdruck gut sehen kann" (I3, #00:20:15-9#).

Die Raumgestaltung bzw. Hintergrundgestaltung wird von allen Befragten als wichtig erachtet: Gewünscht werde ein "möglichst [...] neutraler Hintergrund" (I4, B4, #00:25:52-6#). Eine Beraterin habe aus diesem Grunde: [...] ein Bild abgehangen [...] oder

irgendwas weg gemacht" (I4, B6, #00:27:21-2#). Ein anderer meint: "Ich würde im Hintergrund WENIG Ablenkendes machen, auch wenig TECHnisches" (I3, #00:23:17-0#). Des Weiteren "sollte es AUFgeräumt sein, es muss aber nicht steril sein" (I3, #00:24:12-7#). "Teil der Inszenierung kann [ein] Bild [sein], [können] Pflanzen [sein]" (I3, #00:23:17-0#).

Eine Befragte empfiehlt den Raum zu gestalten, wie "[...] auch in Face-to-Face, da hat sich auch irgendwann mal jemand Gedanken gemacht" (16, #00:12:35-6#). Ein Experte betont, dass es unabdingbar sein: "[...] sich wirklich ZEIT zu nehmen für die SETTING-überlegungen auf Seiten der Beraterinnen und Berater. Wirklich zu überlegen, wo mach ich das, was platziere ich da, platziere ich Dinge überhaupt, bis hin zu, was hab ich an" (11, #00:25:00-3#). Diese Überlegungen reichen bis hin zur Entscheidung für oder gegen ein Headset oder Kopfhörer.

Für eine professionelle Inszenierung der Berater:innen ist überdies eine gute technische Ausstattung (Kamera, Beleuchtung, Mikrofon) notwendig. Ein Experte gibt diesbezüglich zu bedenken, dass: "[...] wenn ich unscharf bin, wenn ich nicht gut verständlich bin. All das sind sozusagen ja auch Zusatzbotschaften, die in diesem Kontext oder auch den Beziehungskontext mit einfließen" (15, #00:21:05-2#).

Für einen Befragten ist es zudem "extrem hilfreich […], wenn auch ich den Klienten gut sehen kann und das GESICHT gut ausgeleuchtet ist. […] zumindest so, dass die Lichtverhältnisse sich, dass ich ganz den emotionalen Ausdruck sehen kann" (13, #00:20:15-9#).

3.3. Transparente Kommunikation:

Im Video-Setting ist es nach Meinung der Mehrzahl der Expert:innen notwendig, zum Beziehungsaufbau und -Erhalt die Kommunikation, besonders in Bezug auf die Rahmenbedingungen, den zu schaffenden Safe Place, sowie Notfallkommunikation transparent zu gestalten.

Zu Beginn der Beratung werden als Grundlage für einen vertrauensvollen Beziehungsaufbau durch die Beratenden Rahmenbedingungen kommuniziert und geklärt. Von den
Expert:innen als Themen genannt werden zeitliche und ggfs. finanzielle Konditionen, allgemeine technische Fragen, Fragen zu Datenschutz, Vertraulichkeit und Privatsphäre,
alternative Kontaktmöglichkeiten bei Verbindungsstörungen und Möglichkeiten und
Grenzen der Video-Beratung: "Mit TRANSPARENZ versuchen, den RAHMEN klar zu
machen und damit eine Vertrauensbasis zu setzen, dass es beginnen kann" (11,

#00:05:38-3#). Die anfänglich vereinbarten Rahmenbedingungen müssen anschließend sowohl von Beratenden als auch Klient:innen eingehalten werden.

Einige der Expert:innen empfinden die Kommunikation über die genannten Themen als Äquivalent zum Small-Talk in der Face-to-Face Beratung.

Um sicher zu stellen dass Klient:innen sich im Setting wohl fühlen gilt es für einen Befragten: "Unbehagen anzusprechen [...], oder wahrzunehmen, wenn Klienten, Klientinnen das als Unbehagen empfinden. Das eben als Medium NICHT nutzen können oder möchten" (I1, #00:04:35-7#). Ein weiterer Experte leitet die Beratung ein, indem er sowohl seine eigene (räumliche) Situation beschreibt, als auch die Kontextbedingungen auf Seiten der Klient:innen erfragt: "[...] was ich als aller erstes mache ist erstmal [...], zu sagen: "in welchem Raum befinde ich mich jetzt gerade, in welchem Raum befindest du dich gerade, geht es dir da gerade gut wo du bist, fühlst du dich da SICHER, fühlst du dich da WOHL an dem Platz wo du bist, wie geht es dir mit dem Online-Setting GE-NERELL, hast du schon ErFAHRUNGEN mit Video-Konferenzen [...]" (I3, #00:03:31-2#). Auch im weiteren Verlauf eruieren zwei der Befragten durch wiederholtes Nachfragen, ob das Setting von den Klient:innen (noch) als passend empfunden wird.

Zu den settingspezifischen Rahmenbedingungen, die im Face-to-Face-Kontext als gegeben vorausgesetzt werden können, hier jedoch kommunikativ hergestellt werden müssen, gehört insbesondere der Safe Place. Im Face-to-Face-Setting ist dieser durch die gemeinsame physische Anwesenheit in einem Beratungsraum mit geschlossener Tür gegeben. Im Video-Setting kann ein Safe Place u.a. hergestellt werden, in dem die Beratung über eine datensichere Plattform erfolgt und sowohl Berater:innen als auch Klient:innen sich in einem ruhigen Raum befinden, in welchem sie ungestört sind: "[...] jetzt haben wir natürlich in der Video-Beratung das Problem, dass dieser Safe Place auf dreifache Art und Weise gefährdet ist. Das heißt, ähm, die Klient:innen sind zu Hause oder wo auch immer und können sozusagen (unv.) also selber diesen Safe Place nicht herstellen oder ich habe wenig Einfluss darauf. Ich bin vielleicht jetzt in Covid-Zeiten auch nicht in der Praxis, auch zu Hause. Und das löst ja auch wieder projektive Flächen bei den Klien:innen aus, weil die natürlich nicht wissen, ob ICH diesen Safe Place herstellen kann und dann gibt's noch den dritten, nämlich den Technikraum also das heißt die Videokonferenz selber, der auch kein richtiger Safe Place eigentlich ist.[...] Eigentlich das, was Vertrauen herstellt, nämlich einfach mal einen äußeren, sicheren Raum herzustellen, das KANN ich in der Form nicht garantieren und von daher investiere ich sehr viel Zeit darin das ANzusprechen, zu besprechen, ähm, meine eigene Situation zu schildern, meine Klient:innen anzuregen selber dafür zu sorgen, dass sie einen sicheren

Raum haben [...], nachzufragen ob das möglich ist, ihnen zu sagen, auch wenn das selbstverständlich ist, dass bei MIR niemand im Raum ist [...]" (I5, #00:06:00-1#).

Auch für die Wahl des sicheren Raumes erhalten Klient:innen Anregungen durch Beratende. So sollte bei beruflichen Themen der Raum, in dem die Beratung in Anspruch genommen wird, nicht der Arbeitsraum der Klient:innen sein und bei privaten Themen möglichst ein Ort außerhalb des Zuhauses gewählt werden.

Kommunikation über alternative Kontaktmöglichkeiten wird von der Mehrheit der Befragten als relevant bezeichnet: "Dann habe ich vielleicht eine Telefonnummer und habe zu BEGINN DIESES Settings auch vereinbart: "Wenn etwas sein sollte, können wir bitte Telefonnummern austauschen". Das ich einfach eine Sicherheit gewinne im Sinne von/oder nachfragen könnte: "WAR das technisch [...]? [...] dass man einen alternativen Weg bespricht. [...] Vice versa ja auch. Wenn mir etwas passiert, technisch gesehen, weil mein Provider zusammenbricht, und wir waren gerade an einem relevanten Punkt in der Beratung, dass auch mein Klient, Klientin die Sicherheit hätte, mich anrufen zu können: "Herr X. wo sind Sie denn?" [...]" (I1, #00:22:16-0#).

Auch für den Fall emotional hoher Belastung von Klient:innen sollte nach Ansicht mehrerer Interviewter im Vorfeld ein mögliches Vorgehen besprochen werden.

3.4. Verbalisierung von Emotionen, nonverbalen Signalen und Handlungen, Kompensation von Kanalreduktion:

Ein Interviewteilnehmer schildert seinen Blick auf und Umgang mit Kanalreduktion folgendermaßen: "Ich habe ganz viele Reduktionen, das reduziert ganz viel, was Vorteile haben kann, Nachteile haben kann und ich es irgendwie schaffen muss manche dieser Dinge zu kompensieren und andere Dinge zu akzeptieren und transparent zu machen" (13, #00:44:31-1#).

Da u.U. durch die Übertragungsqualität nonverbale Signale nur eingeschränkt wahrnehmbar sind, müssen Beratende diese vermehrt verbalisieren, um sicher zu gehen, Emotionen richtig wahrgenommen und gedeutet zu haben. Dies spielt eine große Rolle im Beziehungsaufbau. Ein Experte konstatiert allgemein: "Was den Beziehungsaspekt anbelangt geht's einfach darum, wesentlich MEHR auch von nonverbalen Begleitphänomenen in Sprache umzusetzen" (15 #00:10:19-9#). Eine weitere Expertin formuliert es folgendermaßen: "Dass man das ausspricht, was man nicht sieht sozusagen, ne. Also das, oder das was man vermutet, eine Schwingung aufzugreifen" (14, B6, #00:39:02-6#). Dies beinhaltet auch zu thematisieren wenn der Eindruck entsteht, Klient:innen sind abgelenkt und aktiver nach deren jeweils aktueller Befindlichkeit bspw. nach einer

Intervention der Beratenden zu fragen. Oben genannter Experte spezifiziert im Hinblick auf zugewandt unterstützenden Blickkontakt als Grundlage von Beziehungsarbeit: "[...] das was sonst in einem BLICK ist [...] MUSS (unv.) in ein Wort übersetzt werden" (15, #00:11:50-9#).

Handlungen, die außerhalb des Bildschirmausschnitts vollzogen werden (bspw. aufstehen, um ein Fenster zu öffnen, den Blick vom Bildschirm weglenken um sich etwas zu notieren), müssen im Video-Setting erklärt werden: "[...] dann beschreibe ich, oder erkläre das zumindest warum ich jetzt gerade irgendwie weggucke. So unter dem Motto ich mach mir jetzt mal Notizen. Damit mein Gegenüber da jetzt nicht irgendwie irritiert ist, warum ich jetzt irgendwie weggucke und vielleicht einen Stift suche oder so was. Also das sieht man ja eben nicht. Also das begleite ich schon viel mehr [...]" (I4, B4, #00:08:13-1#).

Zur Kompensation der "Nicht-Körperlichkeit" (und damit auch der fehlenden Ausschüttung von Oxytocin) können Handlungen in Sprache übersetzt werden. Statt beispielsweise in emotional intensiven Situationen ein Taschentuch oder ein Glas Wasser zu reichen, kann dies in verbaler Form erfolgen: "Ich würde Ihnen jetzt gerne ein Taschentuch geben" (16, #00:05:54-7#).

3.5. Methoden- und Medienkompetenz:

Ein Experte betont, dass Video-Beratung gegenüber Face-to-Face-Beratung eine "gleichrangige Beratungsmethodik [ist], die verschiedenen Gesetzmäßigkeiten unterliegt" (I1, #00:30:36-9#).

Auf Grund der beschriebenen Wahrnehmungsbedingungen ist es notwendig, bestimmte Methoden verstärkt anzuwenden: "MEHR zu SPIEgeln, mehr zu paraphraSIEREN, [...], das mach ich im DIGItalen nochmal MEHR als im Analogen" (I3, #00:05:06-4#). Dieser Experte holt am Ende des Erstgespräches das Feedback der Klient:innen ein, um zu klären, ob das Format passend ist oder evtl. ein/e Berater:in vor Ort gesucht werden muss.

Eine weitere Expertin leitet Folgesitzungen mit einer Zusammenfassung der letzten Sitzung ein und erfragt die Entwicklung seit dem letzten Termin, sowie eventuell neu aufgekommene Fragen. Sie ist der Meinung: "[...] dass jede längerfristige Video-Beratung so Rituale für sich entwickelt" (16, #00:18:06-0#).

Das Angebot von Pausen kann Klient:innen helfen, emotional schwierige Situationen zu bewältigen. Dies wird von der Mehrheit der Expert:innen geäußert. Ebenso kann eine emotional herausfordernde Situation in den Prozess integriert werden: "komm mach mal

eine Pause, schnauf mal durch, geh mal vielleicht kurz an die frische Luft". Aber eben, damit die Verbindung gewahrt bleibt sage ich ganz klar nicht "wir legen jetzt auf hier an der Stelle und machen eine Pause", sondern "Kamera aus, Mikro aus" und trotzdem sind wir noch miteinander verbunden [...] Wenn jemand da sitzt und weint oder wenn jemand einen Wutausbruch hat, dann kommt es immer sehr auf die STÄRKE an, ob ich sage "Ok, wollen wir eine Pause machen". Manchmal sagen die Leute auch "nee, wir können weitermachen" und dann bin ich auch relativ schnell wieder im Modus: Ok, wie können wir das jetzt nutzen, also was belastet dich da jetzt so besonders und wo siehst du da vielleicht für dich eine Möglichkeit, das zu nutzen" (I3, #00:15:03-7#).

Einer der Befragten integriert von ihm wahrgenommene, durch das Setting ermöglichte Handlungen der Klient:innen, wie bspw. die Beschäftigung mit dem Handy, in die Beratung: "[...] das auch zu thematisieren, wenn ich mitbekomme dass mein Gegenüber abgelenkt ist durch irgendwas. Das auch wohlwollend und freundlich anzusprechen. [...] Ich kann das auch einbauen in die BERATUNG. Wenn ich mitbekomme, jemand schreibt nebenbei eine SMS oder irgendetwas, das kann ich thematisieren" (I1, #00:11:02-8#).

Die nur virtuelle Kopräsenz im Video-Setting sollte bei der Anwendung von Methoden/Interventionen berücksichtigt werden: "[...] bin ich ja/wenn ich jetzt in einem Beratungsgespräch wäre, vorsichtiger in der Intervention die ich setze, wo ich unter Umständen härter sein kann, direkter sein kann in der Praxis, weil ich es dort auffangen kann" (I1, #00:17:46-0#).

Der angemessene Einsatz von Interventionen unter den settingspezifischen Wahrnehmungsbedingungen erfordert dabei, so der Experte weiter: "[...] Erfahrung und Training, wie weit kann ich denn gehen" (I1, #00:17:46-0#).

Eine weitere Expertin empfindet auf Grund der Kanalreduktion das Ansprechen emotionaler Themen als herausfordernder. Auch gilt es ihrer Meinung nach Humor behutsam einzusetzen und in der Beratung kein zu hohes Tempo einzuschlagen.

In der Anwendung der Interventionsmethoden müssen Methoden aus dem Face-to-Face-Setting teilweise verändert oder angepasst werden, teilweise kommen neue Möglichkeiten in der Video-Beratung hinzu: "Ich hab im digitalen Setting zwar ein Paar Methoden die ich da SCHLECHTER machen kann, [...] ich habe aber auch Methoden und Tools im Internet die ich nutzen kann, die sogar besser sind, oder ne, also, mehr hinzukommen. [...] mein Methodenkoffer erweitert sich ein Stück weit im digitalen Setting" (13, #00:45:44-5#). Diese Einschätzung wird von einem weiteren Experten geteilt. Der Vorteil in der videobasierten Beratung liegt für ihn in der parallelen Nutzbarkeit verschiedener

Settings zur Durchführung von Interventionen:" [...] dass wir hier mehrere Parallelmöglichkeiten haben, die wir sonst im Face-to-Face-Kontext nicht haben, oder wo das sehr viel Aufwand bedeuten würde, das aufzubauen. Zum Beispiel habe ich in der Regel einen, einen schriftbasierten Kanal daneben. [...] ich kann relativ einfach Bilder, Texte, Filme einspielen zum Beispiel [...] das geht im Face-to-Face-Kontext auch, wenn man technisch gut ausgerüstet ist, aber es braucht wesentlich viel mehr Aufwand, um das überhaupt zu machen. Das kann ich hier sehr schnell tun und das mach ich auch regelmäßig [...] auf dieser Interventionsebene und das ist sicher auch beziehungsfördernd" (15, #00:08:43-9#).

Die Kenntnis der Anwendungsmöglichkeiten vorausgesetzt ist es mit entsprechender technischer Ausstattung möglich, kreative Interventionen wie bspw. gestalterisches Arbeiten und Aufstellungen sowie Bewegungsübungen durchzuführen. Spezielle Tools (bspw. Padlet oder Conceptboard) ermöglichen laut eines Experten bspw. das Erstellen eines Lebenspanoramas. Trotzdem konstatiert dieser Experte: "Aber ich bin nicht leiblich anwesend, um mit dieser Person das abgehen zu können, was ein WESENtlicher Zusatzeffekt nochmal ist" (15, #00:32:47-8#).

Im Beziehungsaufbau spielen Anfang und Abschluss der Beratung eine große Rolle. Durch lediglich das Ein- und Ausschalten der Kamera fallen Ankommen und Verabschieden im Video-Setting wesentlich abrupter aus als im Face-to-Face-Setting. Smalltalk als beziehungsorientierter Einstieg in die Beratung findet sich daher in der Video-Beratung zumindest nicht in der aus der Face-to-Face bekannten Form "[...] es funktioniert ja viel über videobasiert, aber was nicht funktioniert ist Small Talk, ja?" (15, #00:25:56-7#) "[...] der übliche Smalltalk am Anfang fällt weg, dieses erstmal: "Kommen Sie an, machen Sie es sich gemütlich, fühlen Sie sich wohl." Einen Kaffee anbieten. So diese ganzen zwischenmenschlichen Sachen, die fallen halt weg bei der Video-Beratung" (14, B5, #00:02:59-0#). Eine weitere Expertin stellt in Bezug auf das Ende der Beratung fest: "Im Moment purzelt man mit der Beratung so aus der Beratung, aus dem Beratungsraum raus und ins Private hinein" (12, #00:35:44-7#). Dies muss durch Berater:innen "aufgefangen" werden: "[...] der Beginn und das Ende ist eigentlich prozessorientiert. Weil das fällt im Video-Kontext eigentlich weg. Also man ist schlagartig da und dann winkt man einmal kurz in die Kamera und "wusch" ist man wieder weg. Also das heißt dieser Prozess des Ankommens und Verabschieden, der aber ganz wesentlich für Beziehungsarbeit ist, der verschwindet [...] von daher fallen so ganz wesentliche beziehungsorientierte Elemente ja auch weg und ich versuche gerade am Anfang und am Schluss immer ein Stück zu verlangsamen, also wirklich zu entschleunigen, ähm, um zu mindestens im

Ansatz diese prozessorientierten Elemente ein bisschen mit reinzunehmen" (15, #00:25:56-7#). Gerade am Ende versucht der Befragte den Prozess zu verlangsamen, um ein abruptes "Aussteigen" aus dem Thema zu verhindern.

Eine der Befragten gibt an, bspw. mit Hilfe des Austauschs über nicht optimal funktionierende technische Bedingungen ein "warming up" herzustellen (siehe auch: Transparente Kommunikation: Rahmenbedingungen).

4. Kategorie: Klient:innen

4.1. Kontrolle/Verbindlichkeit:

Im Video-Setting öffnen Klient:innen sich schneller und entwickeln ein Gefühl erhöhter Kontrolle über den Prozess: "TATSÄCHLICH ist es so, dass sich in Forschungen zeigt, dass sich Klienten im Online-Setting schneller öffnen UND aber auch ein höheres Gefühl haben, den Prozess steuern zu können" (13, #00:11:56-9#).

Ein Gefühl vermehrter Kontrolle wird in Abbruchsituationen vermutet. Obgleich keine/r der Interviewpartner:innen einen vollzogenen Abbruch seitens der Klient:innen erlebt hat, erscheint es der Mehrzahl als größere Hürde eine Face-to-Face-Beratung abzubrechen als das Verlassen der Beratung durch "Klicken auf den Ausgangsbutton" (I1, #00:19:58-7#) zu vollziehen, da die Hemmschwelle in Folge der nicht gemeinsam geteilten körperlichen Präsenz als geringer eingeschätzt wird. Dies wird von einem Interviewpartner als "Paradebeispiel für Autonomie der Klient:innen in der Online-Beratung" bezeichnet (I1, #00:19:58-7#).

Klient:innen haben darüber hinaus – das Einverständnis der Beratenden und eine ausreichende technische Ausstattung vorausgesetzt – die Kontrolle über den Ort, an dem sie die Beratung in Anspruch nehmen. Dies kann bei Ängsten bspw. auch ein Ort im Freien, ein Park o.ä. sein, an dem sie sich mit ihren Themen evtl. geschützter fühlen als bspw. in einem Beratungszimmer "[...] dass ich das von überall aus machen kann, wenn ich mich nicht traue" (16, #00:37:25-8#).

Von zwei der Interviewten wird angenommen, dass es im Video-Setting, korrespondierend mit einem erhöhten Kontrollgefühl seitens der Klient:innen zu einer Abnahme des Empfindens von Verbindlichkeit kommt, so dass Termine nicht eingehalten werden. Sich nicht einzuwählen scheint eine geringere Hürde zu sein, als einen Beratungstermin vor Ort nicht wahrzunehmen: "[...] das ist leichter, dass ich einen Video-Beratungstermin

absage oder gar nicht komme als ich würde nicht zum Beratungstermin erscheinen" (16, #00:51:57-3#). "Das hat weniger Verbindlichkeit vielleicht" (12, #00:19:48-1#).

4.2. Zielgruppenspezifische Bedarfe/Medienwahl:

Für Menschen, die aus Gründen körperlicher Immobilität, organisatorischer Hürden (Kinderbetreuung o. Ä.) oder anderen persönlichen Gründen eine Beratungsstelle nicht aufsuchen können oder wollen, ermöglicht das Video-Setting einen Zugang zu Beratungsleistungen: "[...] dass das auch neue Türen öffnen kann, gerade wenn Menschen nicht mobil sind und gar nicht mal eben so bei uns vorbeikommen können" (I4, B5, #00:44:48-1#). Es sollte dabei die Niedrigschwelligkeit bei der Bedienung der Software (bspw. Einwahl) gewährleistet sein, um Klient:innen nicht zu überfordern.

Die Wahl des Mediums hängt nach Ansicht aller Interviewten eng mit dem Beratungsthema zusammen, wobei den Klient:innen ein gutes Gespür für das jeweils benötigte Setting zugesprochen wird.

In jedem Fall sollten Berater:innen genau darauf achten, ob das Setting von den zu Beratenden als passend und angenehm empfunden wird und dies auch thematisieren: "[...] wahrzunehmen, wenn Klienten, Klientinnen das als Unbehagen empfinden. Das eben als Medium NICHT nutzen können oder möchten" (I1, #00:04:35-7#).

Es wird von zwei der Interviewten empfohlen, generell verschiedene Beratungskanäle anzubieten und die Klient:innen je nach Bedarf wählen zu lassen. Innerhalb eines bestehenden Beratungsprozesses verschiedene Settings zu kombinieren wird ebenfalls von zwei der Interviewten als Möglichkeit gesehen, auf Bedarfe der Klient:innen flexibel zu reagieren, da besonders schambesetzte Themen bevorzugt im anonymen, schriftbasierten Kanal der Mail-Beratung zur Sprache gebracht werden. Ein Interviewpartner beschrieb sein Vorgehen dahingehend folgendermaßen: "[...] vor allem zum Beispiel kann man grad bei sehr heiklen Themen, das mach ich immer wieder mal, ähm, einfach in den schriftbasierten Kanal wechseln. Also das heißt dass wir dann in den Chat wechseln, ähm, vielleicht sogar zwischendurch auch die Kamera ausschalten. Weil, äh, es gibt einfach heikle Themen, selbst dann, wenn man weiß, wer jetzt hinter dieser Kamera sitzt, weil man sich ja vor fünf Minuten gerade gesehen hat, ja, aber es gibt einfach Themen, wo es LEICHTER ist, darüber in dem Fall zu SCHRElben, weil Klient:innen hier im wahrsten Sinne des Wortes ihr Gesicht wahren können" (15, #00:10:19-9#).

4.3. Ausschlusskriterien:

Von den Befragten werden im Hinblick auf die Eignung des Video-Settings für Klient:innen bestimmte Ausschlusskriterien genannt.

Für ungeeignet wird die Video-Beratung bei psychischen Störungen gehalten, in denen generell Beratung oder Coaching nicht möglich sind. Vermutet wird in diesem Zusammenhang von einem Interviewpartner, dass bspw. Menschen in einer psychotischen Phase die Form der Kommunikation und die Rahmenbedingungen als verwirrend erleben, was zu einer Verschlechterung ihres Zustands führen könnte. Menschen mit Grenz-überschreitungserfahrungen könnten durch den Einsatz eines Head-Sets Schwierigkeiten mit der Nähe-Distanz-Regulierung haben: "[...] weil das ja eine extreme Intimität ist wenn ich jemanden guasi im Ohr habe" (I5, #00:15:24-1#).

Im Falle schwer traumatisierter Menschen hält ein Interviewpartner das Video-Setting auf Grund seiner zweidimensionalen "Un-körperlichkeit" für ungeeignet: "[...] es ist tatsächlich ein Stück find ich gefährlich bei Menschen eben, die schwere Traumatisierungen haben, weil die Gefahrenbeherrschung nicht (unv.). Das heißt wenn die dissoziieren et cetera kann ich nicht vor Ort sein und manchmal ist es hier sehr wichtig, auch ganz, ja körperlich nahe sozusagen interven/mit den Interventionen einzugreifen" (I5, #00:16:39-5#).

Dies gilt für drei der Befragten auch im Falle an Demenz erkrankter Personen, da diese auf körperlichen Kontakt wie bspw. das Auflegen der Hand bei emotional schwierigen Situationen angewiesen sind.

In Bezug auf die Herstellung einer Beratungsbeziehung betont ein Interviewpartner, dass er im Beratungs- oder Therapiekontext nicht mit Menschen arbeitet, mit denen zuvor nicht zumindest ein Erstgespräch in Präsenz stattgefunden hat.

Weitere Ausschlusskriterien betreffen Menschen mit bestimmten Einschränkungen, bspw. des Hörens oder Sehens.

Ebenso wird eine technisch unzulängliche Situation wie bspw. unzureichende Hardware oder eine instabile Internetverbindung als Ausschlusskriterium genannt (wobei jedoch, siehe hierzu auch die Unterkategorie Notfallkommunikation, die Möglichkeit besteht, auf ein anderes Medium auszuweichen): "[...] kein Equipment, keine technische Infrastruktur" (12, #00:16:32-4#); "[...] technisch gesehen, weil niemand eine, also keine stabile Internetverbindung hat. Mh, dann würde ich es glaube ich auch ausschließen und dann

eher auf das Telefon umsteigen oder darum bitten, vielleicht erstmal die Internetverbindung sicherzustellen" (I4, B4, #00:21:35-0#).

Ist es Klient.innen nicht möglich, sich einen Safe Place (siehe Unterkategorie Safe Place) zu schaffen, stellt das für drei der Interviewten ein Ausschlusskriterium dar. Das ist bspw. Der Fall bei 1.) der Anwesenheit eines Dritten im Raum der Klient:innen, sofern dies vorher nicht besprochen wurde, sowie 2.) wenn Klient.innen nicht in der Lage sind, sich in einen ruhigen, abgeschlossenen Raum zurückzuziehen: "[...] wenn jetzt in der Paarberatung der Partner nebendran sitzt im Zimmer und von dort aus arbeitet und die Klienten, Klientinnen ohne Headset arbeiten, sondern mit offenen Mikrofonen, dann wird die Bereitschaft, sich über den Partner auszutauschen GERINGER werden, damit man sich unter Umständen nicht gleich MIT dem Partner austauscht, der mithört" (I1, Absatz 36). "Ich glaube Beratung kann nicht stattfinden, wenn im Hintergrund, so als Beispiel zehn Kinder schreien, also wenn ich mich gar nicht verstehen kann" (I6, #00:39:51-0#).

Widerstand seitens der zu Beratenden gegenüber dem Medium oder Hemmungen, sich im Video-Setting zu öffnen werden von vier der Interviewten genannt: "[...] wann kann ich es auch nicht empfehlen? (...) Naja, bei allen, die so einen großen Widerstand dagegen spüren, dass der Coaching- oder Beratungserfolg gemindert wird, geschmälert wird, davon abhängt" (13, #00:37:20-0#). "[...] auch Hindernisgründe allein vom Format her, ne. Dass man sich da vielleicht jetzt nicht so öffnen möchte oder kann" (14, B4, #00:33:22-0#).

Eine Interviewpartnerin schließt für sich die Video-Beratung aus, wenn bereits im Vorfeld bekannt ist, dass es sich um komplexe und schwer zu bearbeitende Problemkonstellationen handelt.

5. Kategorie: Zukunft der Video-Beratung

Alle Interviewten sehen zukünftig die Etablierung der Video-Beratung, entwerfen jedoch unterschiedliche Szenarien.

Eine Verdrängung der Face-to-Face-Beratung durch Video-Beratung wird nach Ansicht zweier Befragter nicht stattfinden: "Ich glaube, dass die persönliche Beratung gleich bleiben wird." (16, #00:58:11-6#).

Im Supervisions- und Coachingbereich sehen zwei Befragte das Video-Setting als Stand-Alone Möglichkeit. Ein Interviewter schließt die Möglichkeit nicht aus, dass auch im beraterischen oder therapeutischen Kontext bestimmte Klient:innen ausschließlich im

Video-Setting beraten werden können, ist jedoch skeptisch, ob dies auch ohne vorher erfolgten Face-to-Face-(Erst-)Kontakt möglich ist.

In psychologischer Beratung oder Psychotherapie sieht ein Befragter Video-Beratung als begleitendes Tool: "[...] glaube ich, dass es BEGLEITEND bleiben wird. Als mögliches, als wirkliches TOOL des Einsetzens. Allein schon deswegen, weil ja auch Therapeut:innen herausfinden, welche Vorteile das für sie bringt, für Klient:innen auch, die nicht am Ort wohnen, also alles Vorteile, die man kennt in dem Bereich" (I1, #00:40:34-3#).

Drei Interviewpartnerinnen sehen für ihr Arbeitsfeld in fernerer Zukunft Video-Beratung als Alternative. Sie begründen dies darin, dass Menschen bei zunehmender Immobilität selbstverständlicher ein Medium zur Beratung nutzen, das bereits langjährig in ihren Alltag integriert ist: "[...] dass die, die pflegenden Angehörigen, die jetzt quasi mit diesem Angebot ja nicht aufwachsen aber älter werden, dass das für diejenigen ja auch schon normal ist, wenn die quasi tatsächlich auch in dem Zustand sind, wo sie sich jetzt vielleicht nicht ständig mehr außer Haus trauen oder gehen wollen oder wie auch immer" (14, B4, #00:49:18-8#).

Ein Befragter ist sich anfänglich nicht sicher, ob das Video-Setting sich außerhalb des Business-Bereiches, d.h. bspw. in der psychosozialen Beratung, durchsetzen wird, korrigiert jedoch seine Ansicht: "Ich glaube aber mit den JUGENDLICHEN und jungen Erwachsenen, die einfach Digital Natives sind oder zumindest damit sich jetzt angefreundet haben, glaube ich das der Markt auf jeden Fall auch in dem Bereich wachsen wird" (13. #00:51:40-6#).

Wie in der Kategorie Medienwahl dargestellt wird die Wahl des Mediums von den Faktoren Mobilität/Immobilität, Alltagsorganisation sowie Beratungsanliegen und damit eventuell verbundener Scham bestimmt. Im Hinblick auf angst- und schambesetzte Themen und den damit u.U. verbundenen Wunsch nach Anonymität sieht ein Interviewpartner die Beratung im Video-Setting gegenüber schriftgestützten Online-Beratungsangeboten im Nachteil: "Dafür sind die Vorteile der schriftbasierten Beratung zu stark an das Schriftbasierte gekoppelt, als dass die Optik das attraktiver macht oder ersetzt, oder einen Mehrwert bringt" (I1, #00:41:12-9#).

Als zukunftsträchtiges Konzept zur flexiblen und umfassenden Berücksichtigung der Bedürfnisse von Klient:innen wird von fünf der Befragten die Integration der Video-Beratung

in bestehende Beratungsangebote in Form von "Blended Counseling", einer Kombination verschiedener Online-Beratungs-Settings mit oder ohne Einbezug der Face-to-Face- Beratung¹⁴⁹, angesehen: "Man kann es im Grunde völlig gemeinsam denken als medial vermittelte Beratungsangebote" (I1. #00:34:02-6#). Dies könnte auch für Beratende den Vorteil einer Erweiterung ihres beraterischen Spektrums darstellen, da sie situativ das gerade passendste Setting nutzen könnten: "Ich glaube, dass wir zunehmend mehrere Beratungsformen können werden. Dass es sich dahingehend entwickeln wird, dass wir nicht mehr so stark denken, was für ein Medium nutze ich oder welchen Kanal nutze ich, sondern das nutzen können, was passt genau in dem Moment. Ich glaube, dass das fließender sein wird" (16, #00:58:11-6#). Ein Interviewpartner skizzierte hierzu Möglichkeiten, nach denen Berater:innen mit freien Kapazitäten auf ihrer Beratungswebsite einen elektronischen Kalender, sowie ein Drop-Down-Menü mit verschiedenen Beratungs-Settings zur Verfügung stellen, unter denen Klient:innen jeweils vor Inanspruchnahme der Beratung wählen können. Ein ähnliches Angebot existiert nach Aussage eines weiteren Befragten bereits seit zehn Jahren in Dänemark (11, #00:34:02-6#). Von einer Kombination analoger und digitaler Beratungs-Settings können Beratende laut eines Interviewten zudem sowohl durch eine Erweiterung ihres Methodenrepertoires als auch durch Zeit- und Wegeersparnis profitieren: "[...] und man wie gesagt auch ein Paar Methoden hat, die man EHER im Online-Setting nutzen kann. (...) Zeitersparnis, Reiseersparnis, also es hat ja durchaus auch ein Paar Vorteile" (I3, #00:52:11-7#).

Voraussetzung einer professionellen Umsetzung von Blended Counseling-Konzepten ist nach Ansicht eines Interviewten eine größere Flexibilität von Beratungsstellen und Berater:innen in freier Praxis. Er führt weiter aus: "[...] dazu braucht es auch noch glaube ich gute Forschung um auch von unserer Seite her auch nochmal Kriterien definieren und festlegen zu können, für welche THEMEN auch mit welchen Persönlichkeiten welche Kanäle zu welcher Zeit möglicherweise SINNvoller sind als andere" (15, #00:38:46-3#). Ein Interviewpartner sieht die Anbieter von Video-Plattformen gefordert, qualitativ hochwertige, datensichere Plattformen zu entwickeln, welche eine verlässliche Übertragung ermöglichen und in der Lage sind, die Atmosphäre der Interaktionspartner:innen zu transportieren: "[...] auch die Tools, die die, ähm, Krankenkassen zum Beispiel

[&]quot;Unter dem Etikett blended counseling wird ein Ablauf vorgestellt, bei dem sich Präsenzphasen und telemedial vermittelte Kommunikationsphasen abwechseln. Diese Phasen ereignen sich überschneidungsfrei, denn sie schließen sich gegenseitig aus: entweder man interagiert und ist räumlich anwesend, oder man kommuniziert telemedial vermittelt, weil man sich woanders aufhält und die räumliche Entfernung mit Hilfe geeigneter Kommunikationstechnik überbrücken muss" (Thierry/Kreller 2021b, S. 3).

erlauben oder zertifizieren [...] von der ganzen Qualität her also auch und damit auch von der Atmosphäre, wie das rüberkommt, ist das einfach irgendwie so ein bisschen siebziger/achtziger-Style, so wie das Ganze mal irgendwie angefangen hat. [...] wo einfach auch, ähm, Anbieter gefordert sind auch im europäischen Kontext, auf dem Niveau von Zoom und Teams Tools zu etablieren, die dann auch Datenschutzkonform sind" (15, #00:42:12-6#).

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung im Rückbezug auf die Fragestellung vorliegender Arbeit diskutiert. Es werden Handlungsempfehlungen für die Praxis vorgestellt, ein Blick auf die Zukunft der Video-Beratung geworfen sowie der Forschungsprozess kritisch gewürdigt.

7.4. Diskussion (Andrea Bülow, Barbara Kunner)

Im Rahmen der empirischen Erhebung wurden Expert:inneninterviews mit acht Akteur:innen durchgeführt, die entweder aktiv beratend im Format der Video-Beratung, oder sowohl beratend als auch forschend und lehrend tätig sind.

Ziel der Forschung war, Erkenntnisse zum Beziehungsaufbau und -erhalt im Setting der Video-Beratung sowie den Unterschieden bzw. Gemeinsamkeiten zu/mit der Face-to-Face-Beratung zu gewinnen.

Im vorliegenden Kapitel werden zur Beantwortung der Forschungsfragen Erkenntnisse der Interviews in Bezug auf medienspezifische Besonderheiten und erforderliche Kompetenzen Beratender zu deren Kompensation im Rückbezug auf den Theorieteil vorliegender Arbeit diskutiert und interpretiert.

Es schließen sich ebenfalls aus der theoretischen Bearbeitung sowie der Auswertung der Interviews durch die Verfasserinnen generierte Handlungsanweisungen für die Praxis an.

Den Abschluss des Kapitels bilden Einschätzungen der Verfasserinnen zum Forschungsprozess.

Es wurde eine Forschungsfrage mit zwei Unterfragen formuliert, die sowohl die Spezifikationen des Video-Settings als auch die zu deren Kompensation benötigten Kompetenzen Beratender inkludieren.

Forschungsfragen:

Hauptfrage:

Welche Kompetenzen benötigen Berater:innen, um im Setting der Video-Beratung eine tragfähige Beratungsbeziehung zu ihren Klient:innen aufzubauen?

Unterfragen:

- Inwiefern ergeben sich medieninduziert Differenzen¹⁵⁰ in der Beziehungsgestaltung im Vergleich zur Face-to-Face-Beratung
- Wie gelingt es Berater:innen, die medieninduzierten Differenzen zu kompensieren?

An der Formulierung der Forschungsfrage(n) lässt sich erkennen, dass seitens der Verfasserinnen vermutet wurde, dass eine tragfähige Beratungsbeziehung im Video-Setting ebenso wie im Face-to-Face-Setting hergestellt werden kann. Diese Einschätzung deckt sich bspw. mit Ergebnissen von Simpson und Reid, die zeigen, dass Klient:innen und Berater:innen die therapeutische Allianz auch im Video-Setting als hoch bewerten (vgl. Simpson/ Reid 2014, S. 280). Auch in den Interviews zeigte sich, dass in beiden Settings eine vergleichbare Beratungsbeziehung aufgebaut werden kann (bspw. 12, #00:29:17-7#).

Prozessuale Gemeinsamkeiten zwischen Face-to-Face- und Video-Setting werden sowohl in der im Theorieteil vorgestellten Forschung als auch von der überwiegenden Mehrheit der Befragten bestätigt (bspw. 15, #00:36:12-5#; I3, #00:45:44-5#). Wie auch in der Face-to-Face-Beratung ist der/die Klient:in für die Inhalte verantwortlich. Der Prozess wird durch Beratende gesteuert, wobei grundsätzlich in der Video-Beratung

123

¹⁵⁰ Bei der Frage nach medieninduzierten Differenzen geht es in erster Linie um die veränderten Wahrnehmungsbedingungen im Video-Setting.

methodisch wie im Face-to-Face-Setting beraten werden kann (siehe Wenzel/ Jaschko/ Engelhardt 2020, S. 61; Sachse 2006, S. 13; I5, #00:08:43-9#).

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Zusammenführung des Theorie- und Forschungsteils vorliegender Arbeit sind:

- Nonverbale und transparente Kommunikation sowie das Verbalisieren von Emotionen und Handlungen haben einen relevanten Einfluss auf die Herstellung und die Gestaltung der Beratungsbeziehung.
- Direkter Körperkontakt in emotional schwierigen Situationen ist nicht möglich.
- Hohe Relevanz hat die Qualifizierung der Berater:innen, die u.a. die Beherrschung unterschiedlicher Methoden im Setting der Video-Beratung umfasst.
- Das Eingehen auf die Bedarfe der Klient:innen, Präsenz und Authentizität der Berater:innen sind nicht zu vernachlässigende Aspekte für den Aufbau einer tragfähigen Beratungsbeziehung, da auf diese Weise Wertschätzung ausgedrückt wird.

Darüber hinaus kann konstatiert werden, dass:

- 1.) sich gezeigt hat, dass zumindest zum Zeitpunkt der Forschung (siehe dazu die Einlassungen in Abschnitt: 7.4.5.: Forschungsprozess: Stärken und Schwächen) die Kenntnisse aus der bislang vorliegenden Therapieforschung sich mit den Erkenntnissen aus der Befragung decken.
- 2.) davon abweichende Antworten der (noch) mangelnden Qualifizierung der Befragten (qualifizierte und versierte Face-to-Face-Beraterinnen!) im Bereich der Video-Beratung geschuldet sind.
- 3.) in Bezug auf fehlenden direkten Körperkontakt in Beratungsprozessen ein Bedarf an Forschung abseits der Therapieforschung im Video-Setting besteht, da gemeinsam geteilte Körperlichkeit im Therapiefeld keine Rolle zu spielen scheint.

Im Folgenden werden zunächst die beiden Unterfragen beantwortet, um daraus die Beantwortung der Hauptfrage abzuleiten.

7.4.1. Inwiefern ergeben sich medieninduziert Differenzen in der Beziehungsgestaltung im Vergleich zur Face-to-Face-Beratung?

Wie bereits in Kapitel 2.5.4. erwähnt und in Kapitel 3.6. (bspw. Jacob 2012, zitiert in Röhner/ Schütz 2012. S. 59) sowie Kapitel 6.2. (bspw. Argyle 2013, S. 143) näher erläutert, kommt nonverbaler Kommunikation (inklusive paraverbaler, sowie extraverbaler Signale) in der Beratungsbeziehung ein hoher Stellenwert zu. Video-Kommunikation ermöglicht grundsätzlich die Wahrnehmung non-, para- und extraverbaler Signale (siehe hierzu Kapitel 6.2., Tabelle 4). Eine Beschränkung erfolgt jedoch erstens durch den Kameraausschnitt, der nur eine eingeschränkte Wahrnehmung des Gegenübers ermöglicht und zweitens durch die selbst bei guter Verbindungsqualität vorhandene leichte Verzögerung zwischen Bild und Ton. Aus diesem Grund kann im Video-Setting teilweise minimal gezeigte Mimik nicht wahrgenommen werden, die u.U. relevant ist, um Wertschätzung auszudrücken. Störungen und Verzögerungen können auf auditiver und visueller Ebene diese Wahrnehmungsreduktion nochmals verstärken (vgl. Friebel et al. 2003, S. 10; Argyle 2013, S. 143; I3, #00:44:31-1#).

Die Audiovisuelle Kommunikation vermittelt ein zweidimensionales (Ab-)Bild des Gegenübers, die reale Person ist nicht körperlich im gemeinsamen Raum anwesend (vgl. Wiesing 2005, S. 32; I1, #00:36:03-5#).

Der Beginn und das Ende einer Video-Beratung stellen eine besondere Situation dar. Socialising, Smalltalk, das Herein- und Hinausbegleiten entfallen in der Video-Beratung, der Beginn sowie das Ende gestalten sich eher abrupt. Der Beziehungsaufbau zwischen Berater:in und Klient:in beginnt in der Face-to-Face-Beratung bereits mit dem Klopfen der/des Klient:in an der Tür und bildet die Grundlage für den weiteren Beratungsprozess (vgl. Pfab 2020, S.35; I5, #00:25:56-7#). Dies ist im Video-Setting nicht möglich. Von den Beratenden sind alternative Vorgehensweisen gefordert, um den Beziehungsaufbau (auch zu Beginn) der Beratung gut zu gestalten. Diese werden in Abschnitt 7.4.2. erläutert.

Beratende erhalten in der Video-Beratung teils intime Einblicke in die Lebensbereiche (Privatsphäre) ihrer Klient:innen, in Kontexte, die ihnen im Face-to-Face-Kontakt verborgen bleiben (I1, #00:13:20-9#; I5, #00:30:01-8#; Engelhardt/ Engels 2021, S. 11). Sümmerer spricht (im Therapie Kontext) davon, dass dies "Züge eines Hausbesuchs" hat (Sümmerer 2020, S. 354).

Zwei Experten konstatieren, dass das permanente "sich-selbst-sehen" auf beiden Seiten Irritationen hervorrufen kann. Zudem handelt es sich um eine unnatürliche Kommunikationssituation – so als säßen die Gesprächspartner:innen vor einem Spiegel (I1, #00:09:09-3#; I5, #00:31:08-1#). Die Einschätzung der Experten deckt sich mit den Erkenntnissen in der Theorie, die besagen, dass die Wahrnehmung des eigenen Bildes das Verhalten, die Kommunikation und das Erleben der Interaktant:innen beeinflusst. Dies kann sich in Formen von Selbstinszenierung zeigen (z.B. Sitzposition, Hintergrund) (vgl. Schneider et al. 2015, S. 352). Zudem kann die Fokussierung auf das eigene Bild Kommunikationsprozesse verzögern (vgl. Kopp 2003, S. 181).

Nach diesem eher deskriptiv orientierten Abschnitt wird im Abschnitt 7.4.2. diskutiert mit welchen Kompetenzen Berater:innen die thematisierten Wahrnehmungsspezifikationen kompensieren können.

7.4.2. Wie gelingt es Berater:innen, die medieninduzierten Differenzen zu kompensieren?

Im Folgenden werden thematisch geordnet Kompetenzen der Beratenden zur Kompensation medieninduzierter Spezifika diskutiert.

- Kenntnis der spezifischen Wahrnehmungsbedingungen, Modifizierung von Methoden aus der Face-to-Face-Beratung:

Wie im Kapitel 2.1. genannt, benötigen Berater:innen feldspezifisches Fachwissen und feldunabhängige Beratungskompetenzen, um u.a. eine tragfähige Beratungsbeziehung aufzubauen, zudem sollten Sie Interventionen situationsangemessen und im rechtlichen Rahmen einsetzen können (vgl. Engel, Nestmann, Sickendiek 2007, S. 35).

Auf das Setting der Video-Beratung bezogen bedeutet dies erstens die Kenntnis medienspezifischer Wahrnehmungsbedingungen und deren Auswirkung auf Kommunikation/Interaktion von Berater:in und Klient:in. Zweitens ist es notwendig, Interventionen aus der Face-to-Face-Beratung so zu adaptieren, dass sie den Kommunikations- und Wahrnehmungsbedingungen Rechnung tragen, sowie Reduktionen kompensieren. Medienspezifisches Fachwissen umfasst datenschutzrechtliche Fragen, ein Bewusstsein über mögliche Bildausschnitte und die sich daraus ergebenden Wahrnehmungsreduktionen, Wissen um die reduzierte Wahrnehmung nonverbaler Signale und die Implikationen, die sich daraus sowohl für Beratende als auch Klient:innen in der Interaktion

ergeben sowie die Berücksichtigung möglicher Verzögerungen im kommunikativen Handeln (bspw. Turn-Taking).

Die Interaktant:innen verfügen anders als in der Face-to-Face-Beratung im Beratungsraum nicht über einen gemeinsam geteilten "Wahrnehmungs- und Bewegungsraum" (Lanwer 2019, S. 7). Aufgabe der Berater:innen ist es, diesen im virtuellen Setting simuliert herzustellen. Hierbei haben sie eine Gastgeber:innenrolle, sind verantwortlich für die Gestaltung der Räume und begleiten Interventionen bei fehlender Kopräsenz (I6, #00:12:35-6#; I5, #00:32:47-8#).

Die Methoden aus dem Face-to-Face-Setting kommen ebenfalls im Video-Setting zum Einsatz, müssen jedoch teilweise verändert und angepasst werden. Zudem kommen im Video-Setting neue, erweiterte Methoden zum Einsatz. Hier ergibt sich beispielsweise der Vorteil des parallelen Einsatzes verschiedener Kanäle. Die intensivere Anwendung bestimmter Methoden oder Interventionen benennen drei der Expert:innen. Hierzu zählen: spiegeln, paraphrasieren, "Schleifen drehen", Setting klären, Rituale entwickeln, Pausen gewähren, Störungen/Ablenkungen thematisieren, fehlende Kopräsenz bei Interaktionen einplanen, Achtsamer Umgang mit Tempo und Humor, Einsatz spezieller Tools wie Padlet, Conceptboard etc. (bspw. 12, #00:45:44-5#; 13, #00:05:06-4#).

- Nonverbale Signale:

Die im Theorieteil gewonnenen Erkenntnisse zur Wahrnehmung nonverbaler Signale (siehe Kapitel 6.2.) wurden in den Interviews überwiegend bestätigt. So gaben vier der befragten Expert:innen an, in der Interaktion ihre nonverbalen Signale zu verstärken, wobei dies bspw. durch ein intensiveres Kopfschütteln oder Nicken sowie durch stärkere Gestik erfolgen kann (vgl. Held 2019, S. 163; bspw. I3, #00:05:06-4#; I3, #00:05:06-4#). Dies scheint auch in Anbetracht der aus Sichtung der Literatur gewonnenen Erkenntnisse sinnvoll, dass zur Gestaltung der Beratungsbeziehung beide Interaktant:innen mit ihrer Mimik beitragen (vgl. Schäfter 2010, S. 125) und bereits kleine Veränderungen in der Mimik eine Änderung der zu übertragenden Botschaft haben können (vgl. Röhner/Schütz 2012, S. 66). Auch Held spricht von einem "Mehr an kommunikativer Arbeit" (Held 2019, S. 163) um die Reduktionen in der Wahrnehmung der Mimik und Gestik z.B. durch den Bildausschnitt zu kompensieren.

Darüber hinausgehend ist es besonders bei schlechter Übertragungsqualität, einhergehend mit Übertragungsverzögerungen nach Ansicht einiger Expert:innen verstärkt von

Nöten, nach einer Aussage von Klient:innen einen Moment zu warten, um diese nicht zu unterbrechen, d.h., den Turn-Taking Prozess geordnet ablaufen zu lassen (siehe hierzu ebenfalls Kapitel 6.2.; I4, B4, #00:17:44-6#). Ebenso können nonverbale Signale durch schlechte Übertragungsqualität nur eingeschränkt wahrnehmbar sein und müssen durch Beratende vermehrt verbalisiert werden, um sicher zu gehen, dass Emotionen richtig wahrgenommen und gedeutet wurden (bspw. I5, #00:10:19-9#).

Eine Expertin gibt an, Vermutungen bezüglich des Befindens der Klient:innen anzusprechen (I4, B6, #00:39:02-6#).

Einige Expert:innen betonen, dass sie nonverbal das Gesagte der Klient:innen erwidern, da dies simultan möglich ist, u.a. um ihnen nicht ins Wort zu fallen. Diese Aussagen stimmen überein mit den theoretischen Erkenntnissen zur nonverbalen Kommunikation, die besagen, dass nonverbale Kommunikation anders als verbale Kommunikation auch simultan stattfinden kann (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 57 ff.; bspw. I4, B4, #00:17:44-6#)

Einzig eine Expertin gab an, in Bezug auf nonverbale Signale keinen Unterschied zur Face-to-Face Beratung wahrzunehmen¹⁵¹ (I4, B5, #00:16:21-4#).

Hier stellt sich im Anschluss an die vorliegende Forschung die Frage, inwieweit sich trotz vorhandener Kompetenzen der Berater:innen im Video-Setting z.B. eine qualitativ schlechte Verbindung auf die Beratungsbeziehung auswirken kann. Ebenso stellt sich die Frage, wie sich die größtenteils nicht wahrnehmbare Körperhaltung in der Video-Beratung auswirkt – ist doch aus der Theorie bekannt, dass diese Gesprächspartner:innen Hinweise auf Emotionen oder die Einstellung der Person sowie zu Gefühlen und Befindlichkeiten liefert (vgl. Röhner/ Schütz 2012, S. 64; Giese/ de Gelder 2012 zitiert in Nußbeck 2019, S. 47; Nußbeck 2019, S. 47).

Wie ein Zitat von Sickendiek et al. belegt, sind das Gesicht und die Mimik der Beratungsperson ein wichtiger "Schlüsselreiz", da darüber neben Inhalten auch Emotionen transportiert werden, die von den Klient:innen bewusst oder unbewusst wahrgenommen werden (vgl. Sickendiek et al. 2008, S. 143). Auch aus diesem Grund ist die vielfach von den Expert:innen thematisierte Transparenz (z.B. das Blickkontakt halten bzw. das

_

¹⁵¹ siehe hierzu den unten folgenden Punkt Qualifikation

Ansprechen, sollte dies nicht möglich sein) insbesondere in der Video-Beratung so elementar (bspw. I4, B4, #00:08:13-1#).

- Zweidimensionalität:

In der gesichteten Literatur, die vorwiegend auf den therapeutischen Beratungsprozess rekurriert, findet sich in Bezug auf die Zweidimensionalität nahezu kein Hinweis auf fehlenden direkten Körperkontakt im Video-Setting. Im Fokus steht die Wahrnehmung nonverbaler Zeichen, sowie die Unmöglichkeit des Blickkontaktes. Körperkontakt abseits von Begrüßung oder Verabschiedung (Hand geben) spielt in therapeutischen Beratungsprozessen demnach keine Rolle¹⁵².

Anders kann es in psychosozialen Beratungsprozessen sein. So ist es hier in emotional schwierigen Situationen durchaus angezeigt, Klient:innen bspw. tröstend die Hand aufzulegen. In den Interviews wurde deutlich, dass zur Kompensation der "Nicht-körperlichkeit" (vgl. Lanwer 2019, S. 7) Handlungen wie bspw. das Reichen eines Taschentuches oder Glases verbal "simuliert" werden können, weitere tröstende Gesten jedoch nicht möglich sind (bspw. I4, B4, #00:37:59-2#). Sümmerer schreibt (im therapeutischen Kontext) hierzu: "[...] authentische Selbstoffenbarungen können sich in einem solch schwierigen Moment als hilfreich erweisen, Distanz zu überbrücken [...]" (Sümmerer 2020, S. 353).

- Präsenz im Video-Setting

Präsenz ist nicht gleich Telepräsenz: Der/die Berater:in wird über den Bildschirm als klein wahrgenommen (siehe Fußnote 112, S.83 vorliegender Arbeit), ist bewegungseingeschränkt und kann jederzeit durch Klient:innen "ausgeschaltet" werden (bspw. 18, #00:25:45-6#; I1, #00:19:58-7#). Daher müssen Beratende "sehr bewusst individuelle und medienadäquate Wege suchen und finden", um von Klient:innen als präsent wahrgenommen zu werden (vgl. Deniers 2019). Dies können sie erreichen, indem sie in ihrer Rolle als Gastgeber:innen ebenso wie (oder sogar mehr als) im Face-to-Face-Setting Präsenz durch ihre volle Aufmerksamkeit zeigen (I1, #00:10:20-1#) sowie Beratungsauthentizität durch einen sicheren Umgang mit dem Medium vermitteln, d.h., in der Lage sind, ihre Beratungskompetenzen aus dem Face-to-Face-Setting in die Video-Beratung

_

¹⁵² Direkter Körperkontakt wird mit Instrumenten zur Messung der therapeutischen Allianz wie bspw. dem Working Alliance Inventory (WAI) nicht erfasst.

zu übertragen (16, #00:04:51-2#). Eine wichtige Rolle spielt ebenso die Gestaltung des Beratungsraumes (bzw. des Hintergrundes) auf welche, wie im Face-to-Face-Setting Sorgfalt verwendet werden muss, da dieser nach Aussagen der Expert:innen relevant für die Beratungsbeziehung sowie den Beratungsprozess ist (bspw. I1, #00:26:05-3#; I6, #00:12:35-6#). Dies ist übereinstimmend mit Aussagen von Stimmer und Ansen, wonach der Ort an dem Beratungsgespräche stattfinden einen Einfluss auf die Beratungsbeziehung haben kann (vgl. Stimmer/ Ansen 2016, S. 125f.).

- Aufbau der Beratungsbeziehung:

Gerade die Anfangsphase der Beratung stellt eine Situation dar, die Ähnlichkeit mit der "fremden Situation" nach Ainsworth hat, in der Bindungserfahrungen aktiviert sind (vgl. Strauß 2014, S. 111).

Ein Experte betont, dass er sich in der Anfangsphase der Beratung ein Feedback der Klient:innen darüber einholt, ob das Setting und das Zwischenmenschliche stimmen (I3, #00:08:07-6#). Dieses Vorgehen, das Austauschen auf einer Metaebene, ob eine tragfähige Arbeitsbeziehung aufgebaut werden konnte, wird ebenfalls in der Theorie empfohlen (vgl. Behr et al. 2017, S. 120).

Nach Aussage der Expert:innen ist es wichtig, in der Video-Beratung gemeinsam mit den Klient:innen einen Safe Place/sicheren Raum zu schaffen, da es keinen körperlich geteilten geschützten Beratungsraum gibt (bspw. 15, #00:04:34-6#; 15, #00:06:00-1#). Im Video-Setting wird der sichere Raum sowohl durch Beachtung datenschutzrechtlicher Vorgaben als auch der Vereinbarung von Vertraulichkeit hergestellt (I1, #00:05:04-9#). Weiter tragen Beratende dafür Sorge, ihre Klient:innen bezüglich geeigneter Räumlichkeiten aufzuklären, in denen sie ungestört sprechen können und ihre Privatsphäre geschützt ist (I6, #00:37:25-8#). Dies ist ebenfalls übereinstimmend mit der Aussage von Bowlby, der die Notwendigkeit betont, dass Berater:innen Klient:innen ein sicheres Gefühl in der Arbeit mit ihnen vermitteln (vgl. Bowlby 2008, S. 114).

Wie in den Expert:inneninterviews gezeigt werden konnte, scheint Transparenz ein wichtiges Element in der Beziehungsgestaltung zu sein. Rahmenbedingungen transparent zu kommunizieren und damit eine Vertrauensbasis als Voraussetzung zur Herstellung einer Beratungsbeziehung zu schaffen hat für einen Experten hohe Priorität (I1, #00:05:38-3#). Hierzu gehört ebenfalls die Vereinbarung alternativer Kontakt-

möglichkeiten bei Verbindungsstörungen im Sinne einer Notfallkommunikation, präventiv eine Absprache mit den Klient:innen für das Auftreten einer emotional belastenden Situation zu treffen, sowie das regelmäßige Abstimmen und Klären der Beratungsziele (I5, #00:17:21-3#; I3, #00:11:56-9#; I2, #00:07:48-4#). Hier sehen die Verfasserinnen Übereinstimmungen mit Bordins "Goals", "Tasks" und "Bonds" (vgl. Bordin 1979, S. 253f.) Wird seitens der Beratenden wahrgenommen, dass das Setting Klient:innen Unbehagen bereitet oder für sie ungeeignet erscheint, ist es ebenfalls wichtig, dies transparent zu kommunizieren (I1, #00:04:35-7#). Auch in Bezug auf sich außerhalb des Bildausschnittes abspielende Ereignisse ist transparente Kommunikation unerlässlich. So merkt ein Experte an: "[...] wenn ich etwas tue, keine Ahnung, wenn ein Fenster klappert, das dann auch transPARENT zu machen, zu sagen "Ich stehe kurz auf, mache das Fenster zu und komme gleich wieder [...]" (I1, #00:11:02-8#). Dies signalisiert den Klient:innen darüber hinaus, dass Beratende fokussiert und präsent im Beratungsgeschehen sind.

Das "Angebot der Präsenz" (I1, #00:11:02-8#), das Berater:innen ihren Klient:innen machen, ist insbesondere bedeutsam, da Klient:innen vielfach negative Bindungserfahrungen in ihrem Leben gemacht haben, so dass sie auf eine präsente und fokussierte Beratungsperson angewiesen sind (vgl. Grawe 2004 zitiert in Klemenz 2018, S. 320). Das Einlassen auf eine sensible Bindungsfigur hilft Klient:innen sich geborgen zu fühlen ⇒ Berater:in als "sicherer Hafen" (Neumann/ Sachse 2018, S. 38; vgl. Bowlby 2008, S. 21). Berater:innen können das Wissen zur Bindungstheorie sowie ihre daraus abgeleitete Haltung nutzen, adäquat auf die Bedürfnisse ihrer Klient:innen einzugehen (vgl. Bowlby 1991, S. 406). Sie sollten sich ihrer eigenen Bindungserfahrungen bewusst sein (vgl. Strauß 2014, S. 124), da ihre Person mit den eigenen Kindheitserlebnissen im Beratungsprozess bedeutsam ist (vgl. Bowlby 2008, S. 115).

Da Smalltalk nicht wie in der Face-to-Face-Beratung die Begrüßung an der Tür und Fragen nach der Anfahrt beinhaltet, werden in der Eingangsphase der Beratung eher technische Aspekte und bspw. der Umgang mit Störungen thematisiert (I4, B6, #00:05:52-6#). Nach Ansicht eines Experten scheint (zumindest im therapeutischen Kontext) das Medium Video für Smalltalk nicht geeignet (I5, #00:25:56-7#).

Wertschätzung, Empathie und Authentizität sind Grundelemente einer tragfähigen Beratungsbeziehung (vgl. Rogers 2009, S. 46f.). Eine wertschätzende und empathische Grundhaltung von Berater:innen, orientiert an den Bedürfnissen der Klient:innen, trägt

ebenfalls nach Püschel dazu bei, eine tragfähige Beratungsbeziehung entstehen zu lassen (vgl. Püschel 2016, S. 511). Obgleich in der Theorie diese Elemente explizierter genannt werden als bei den Expert:inneninterviews¹⁵³, wird auch seitens der Expert:innen Wertschätzung als Haltung deutlich und zeigt sich bspw. im "Angebot der Präsenz", durch aufmerksames und konzentriertes Zuhören (vgl. Boeger 2018, S. 92; I1, #00:10:20-1#), der Akzeptanz der Autonomie der Klient:innen sowie Zugewandtheit.

Dies korreliert mit den Aussagen der gesichteten Literatur, wonach sich Wertschätzung sowie generell die innere Haltung der Beratungsperson (vgl. Grawe 1992 zitiert in Klemenz 2018, S. 305) nonverbal ausdrückt (vgl. Brodley; Schneider 2001 zitiert in Behr et al. 2017, S. 51). Zudem kann Wertschätzung als Beziehungsangebot angesehen werden (vgl. Boeger 2018, S. 87).

Er folgt damit Erkenntnissen aus der Theorie die besagen, dass Zugewandtheit der Beratungsperson sich positiv auf die Beratungsbeziehung auswirken kann. Diese kann u.a. durch eine zugewandte Körperhaltung, durch eine freundliche Stimme, dem aufmerksamen Folgen sowie durch Kopfnicken gezeigt werden (vgl. Pfab, 2020, S. 42).

Der Umgang mit Nähe und Distanz stellt eine generelle Herausforderung in der Beratung dar (vgl. Großmaß 2009 zitiert in Gemende 2014, S. 133). Es stellt sich die Frage, inwieweit sich dies u.U. durch das Setting der Video-Beratung noch verstärken könnte, da die Distanz zum Gegenüber i.d.R. geringer ist als im Face-to-Face-Setting.

Ein Experte nimmt eine auf die Bedarfe der Klient:innen abgestimmte Nähe-Distanz-Regulierung in der Video-Beratung bspw. durch das Experimentieren mit Positionen vor der Kamera vor (I3, #00:08:07-6#).

Nach Held werden zumeist Bildausschnitte auf denen Oberkörper und Kopf zu sehen sind bevorzugt, da dies der ungefähren Entfernung im Face-to-Face-Setting am nächsten kommt (vgl. Held 2019, S. 178 f.). Jedoch kann es auch hilfreich sein, die Arme und Hände in den Kommunikationsprozess einzubeziehen, um Klient:innen einen Blick auf körpersprachliche Signale zu ermöglichen (vgl. Bohannon et al. 2013, S. 8). Eine Expertin vergrößert situativ ggfs. ihren Kameraausschnitt, um die Bewegungen ihrer Hände zu

¹⁵³ Es wurde der Begriff Wertschätzung tatsächlich nur zwei Mal und dabei auch in einem anderen Kontext genannt.

zeigen (I6, #00:09:49-4#) und berichtet z.B. von Hebammen, die ein auf ihre Bedarfe abgestimmtes Setting und einen entsprechenden Bildausschnitt (hier: den Fußboden) gewählt haben, um das Wickeln einer Babypuppe zu demonstrieren (I6, #00:04:51-2#).

Eine Frage der Haltung ist der Umgang der Berater:innen mit der höheren Kontrollmöglichkeit der Klient:innen im Video-Beratungsprozess (16, #00:25:45-6#). Diese kann sich in der generellen Freiwilligkeit (zur Inanspruchnahme der Beratung), der Kanalwahl, sowie der Ortswahl, z.B. bei Bevorzugung eines Ortes im Freien aus Ängsten heraus, oder bei Abbrüchen zeigen (16, #00:27:35-2#; 16, #00:37:25-8#; 11, #00:19:30-7#).

Mehrere Expert:innen betonen, dass sie Störungen, z.B. Abbruchandrohungen oder Ablenkungen der Klient:innen in den Beratungsprozess einbeziehen und thematisieren (bspw. I3, #00:41:06-8#). In der Theorie konnte sich dieses Vorgehen als hilfreich erweisen. So betonen Behr et al., dass Situationen in der Beratung, die der Klärung und Reflexion bedurften, durch einen konstruktiven Umgang mit diesen, bezogen auf den Beziehungsaufbau besonders zielführend waren (vgl. Behr et al. 2017, S. 109).

- Umgang mit Einblicken in (intime) Lebensbereiche der Klient:innen:

Der im Video-Setting erfolgende Einblick in die Lebenswelt der Klient:innen bietet Berater:innen einerseits die Möglichkeit, diese in ihren lebensweltlichen Kontexten zu erleben, was dazu führt, dass sie "in der Regel deutlich mehr Informationen" (Engelhardt/Engels 2021, S.11) und damit ein erweitertes Sinnesverstehen erhalten können (I5, #00:30:01-8#). Andererseits stellt es u.U. eine Herausforderung für Beratende dar, angesichts der Kontextinformationen der zu Beratenden Neutralität zu wahren. Es gilt zu reflektieren, inwieweit diese Einfluss auf den eigenen Blick auf Klient:innen nehmen (Engelhardt/Engels 2020, S. 12). Klient:innen scheinen sich häufig nicht darüber im Klaren zu sein, welche (intimen) Einblicke sie gewähren. Eine Expertin spricht von "zu wenig Inszenierung" (I2, #00:24:02-3#). Einer der Experten schlägt vor, dass bei Bedarf zum Schutz der Privatsphäre der Klient:innen diese einen virtuellen Hintergrund einrichten könnten (I5, #00:30:01-8#).

Zwei Experten betonen, dass z.B. bei emotional belastenden Themen ein Wechsel in das schriftbasierte Setting oder das Ausschalten der Kamera für die Klient:innen hilfreich sein kann. Da ohne ein reales Gegenüber, d.h. ohne angesehen zu werden, das Ansprechen auch schambesetzter Themen leichter fällt (vgl. Döring 2003, S. 157; Schultze

2007, S.2f), können Klient:innen auf diese Weise "im wahrsten Sinne des Wortes ihr Gesicht wahren" (15, #00:10:19-9#).

7.4.3. Welche Kompetenzen benötigen Berater:innen um im Setting der Video-Beratung eine tragfähige Beratungsbeziehung zu ihren Klient:innen aufzubauen?

Wie aus den vorangegangenen Erläuterungen deutlich wurde, benötigen Berater:innen zur Herstellung einer tragfähigen Beratungsbeziehung im Video-Setting folgende Kompetenzen:

- Sicheren Umgang mit den technischen Rahmenbedingungen sowie spezifisches Fachwissen (bspw. Datenschutz)
- Versierten Einsatz verschiedener Beratungskanäle (je nach Bedarf der Klient:innen)
- Da die Wahrnehmung nonverbaler Signale zwar möglich, jedoch je nach Übertragungsqualität mehr oder weniger eingeschränkt ist, benötigen Berater:innen medienspezifisches Fachwissen, d.h., die Kenntnis der möglichen Wahrnehmungsreduktionen, um in der Lage zu sein, diese Einschränkungen zu kompensieren und diese Signale seitens der Klient:innen intuitiv wahrzunehmen, bei Unsicherheiten zu erfragen sowie eigene Signale zu verstärken, bzw. zu verbalisieren ⇒ Es bedarf einer hohen kommunikativen Kompetenz: Nonverbale Signale und Emotionen müssen stärker als im Face-to-Face-Setting verbalisiert werden.
- Methoden aus dem Face-to-Face-Setting müssen auf das Video-Setting adaptiert werden. Dies bedeutet, dass einige Methoden wie bspw. das Spiegeln vermehrt eingesetzt werden.
- Die gegenüber dem Face-to-Face-Setting eingeschränkten Steuerungsmöglichkeiten Beratender müssen akzeptiert werden.
- Noch intensiver als im Face-to-Face-Setting sollten Beratende ihren Klient:innen vermitteln, dass sie stets präsent und fokussiert sind, da diese nicht sehen, was sich möglicherweise außerhalb des begrenzten Bildausschnittes abspielt.
- Einblicke in Lebensbereiche der Klient:innen stellen eine Herausforderung an die Neutralität der Beratenden dar. Hier bedarf es (möglicherweise mehr als im Face-to-Face Setting, welches diese Einblicke nicht gewährt) einer wertfreien und unvoreingenommen Haltung.
- Transparente Kommunikation in Bezug auf Rahmenbedingungen, alternative Kontaktmöglichkeiten bei Verbindungsstörungen sowie den Beratungsprozess (bspw. die

Befindlichkeit der Klient:innen; die fortwährende Aktualisierung der Beratungsziele) schafft Vertrauen als Grundlage eines Beziehungsaufbaus.

- Begleitung und Anleitung der Klient:innen bei der Gestaltung eines sicheren Rahmens
- Beginn und Abschluss der Beratungssitzung dem Setting angemessen gestalten und anleiten

7.4.4. Implikationen für die Praxis – Handlungsempfehlungen

Wie bereits durch Simpson et al. konstatiert¹⁵⁴, bietet die aktuell noch nie dagewesene Situation neben Risiken auch Möglichkeiten (vgl. Simpson et al. 2020, S. 1). Um diese bestmöglich zu nutzen, sollten neben den in diesem Kapitel vorgestellten Anforderungen an die Kompetenzen Beratender verschiedene Faktoren als Fundament zum Aufbau einer tragfähigen Beziehungsgestaltung im Video-Setting berücksichtigt werden.

Durch die Verfasserinnen wurden diesbezüglich Handlungsempfehlungen erstellt, welche anschließend vorgestellt werden. Neben den Aussagen der Expert:innen wurden die aus der Literaturrecherche gewonnenen Erkenntnisse bspw. ethischer Grundlagen zur onlinebasierten Beratung herangezogen. Wichtig sind demnach die Beachtung von Vertraulichkeit, Datenschutz, Qualifikation der Berater:innen, die Identifizierung mit den Ratsuchenden, die Angemessenheit der Interventionen sowie die Möglichkeit einer Krisenintervention (vgl. Rocha Dores/ Silva 2018, S. 36).

Weiterhin kann generell festgehalten werden, dass Besonderheiten der Kommunikations- und Wahrnehmungsbedingungen, Kenntnisse der technischen Rahmenbedingungen und des Mediums, sowie eine Neuorganisation des Blickverhaltens erlernt werden müssen (vgl. Kopp 2004, S. 193 ff.). Beispielsweise können Berater:innen möglicherweise die Reaktionen der Klient:innen weniger gut wahrnehmen (I3, #00:44:31-1#) oder müssen entscheiden, ob sie (zur Simulation des Blickkontaktes) auf das Display schauen oder einen "stechenden" Blick in die Kamera richten wollen (I1, #00:36:03-5#).

Die Kenntnis der technischen Rahmenbedingungen beinhaltet bspw. das Vorhalten eines ruhigen Arbeitsplatzes, eines neutralen Hintergrunds, einer guten Ausleuchtung, eines leistungsfähigen Mikrofons, neutraler Kleidung, sowie der Vereinbarung eines alternativen Kommunikationsweges im Falle von Störungen (vgl. Wenzel/Jaschko/Engelhardt 2020, S. 60f.; Kühne/Hintenberger 2020, S. 39; Engelhardt 2018, S. 122). Auch

_

^{154 (}siehe Seite 91 vorliegender Arbeit)

seitens einiger Expert:innen wird betont, dass Berater:innen eine gute technische Ausstattung (Beleuchtung, Kamera und Mikrophon etc.) benötigen (bspw. I5, #00:20:35-2#). Eine Beraterin konstatiert, dass sie auf einen neutralen Hintergrund sowie eine gute Ausleuchtung achtet, um einen professionellen Eindruck zu gewährleisten (I2, #00:24:54-5#).

Weitere Empfehlungen für Berater:innen sind: Genaues Hinhören (aktives Zuhören), Hinsehen und eine deutliche Aussprache, die Reflexion des eigenen Blickverhaltens sowie der eigenen Körperhaltung den Klient:innen gegenüber, Sprecherwechsel mit deutlichen nonverbalen, akustischen, mimischen und gestischen Signalen, Einsatz weiterer Hilfsmittel (wie Chat, Bildschirmfreigabe, Übermittlung von Dateien). Darüber hinaus kann im Video-Setting grundsätzlich wie im Face-to-Face-Setting gearbeitet werden (vgl. Wenzel/Jaschko/Engelhardt 2020, S. 61; Kühne/Hintenberger 2020, S. 39).

Zum besseren Überblick wird im Folgenden eine Differenzierung in die Themen:

- 1. Technik/Medien/externe Hilfsmittel (Tools)
- 2. Psychohygiene/Kognitive Entlastung
- 3. Qualifizierung/Qualitätssicherung

vorgenommen.

- 1. Technik/Medien/externe Hilfsmittel (Tools):
- Klient:innen benötigen Information die Technik betreffend: bzw. Bildausschnitt, mögliche technische Probleme wie Verzögerungen, Abbruch der Verbindung (siehe Notfallkommunikation)
- Stabiles und schnelles Internet, sowie technisches Verständnis und geeignete Hardware (PC oder Tablet geeigneter als Smartphone) auch bei Klient:innen (I3, #00:37:20-0#).
- Gute Sichtbarkeit/Ausleuchtung sowohl bei Beratenden als auch bei Klient:innen zur besseren Erfassung des emotionalen Ausdrucks/nonverbaler Signale (I3, #00:20:15-9#). Beratende sollten "einfach ein bisschen was in/investieren" (I5, #00:20:35-2#) und bspw. einen zweiten Bildschirm, eine Beleuchtungsanlage, eine externe Kamera und ein Richtmikrophon einsetzen.
- Je nach Beratungsthema bzw. Zielgruppe und beabsichtigten Interventionen/Methoden das Video-Setting flexibel nutzen, bspw. Kameraeinstellungen so erweitern, dass der gesamte Körper zu sehen ist, auch in Bewegung (I6, #00:04:51-2#).

- Einrichtung eines Beratungsraumes in der Beratungsstelle mit installierter Technik, um permanentes Auf- und Abbauen zu vermeiden (I6, #00:58:11-6#).
- 2. Psychohygiene/kognitive Entlastung
- Wenn möglich, das Kontrollbild ausschalten (siehe hierzu Kapitel 6.2. und 6.3.2. vorliegender Arbeit) um die kognitive Belastung durch permanente Selbstbeobachtung zu verringern (I5, #00:31:08-1#).
- Da im Online-Setting die Zeiträume/Pausen zwischen den Beratungsterminen nicht wie im Face-to-Face-Setting durch Anfahrtswege, sowie Ankommens- und Verabschiedungssituationen vorgegeben sind, empfindet ein Experte das Zeitmanagement als herausfordernd und gibt folgende Empfehlung zum "Ausleiten" der Beratung: In der letzten Viertelstunde einer Beratungssequenz schalten Berater:in und Klient:in nach der Verabschiedung Kamera und Mikrofon aus, bleiben aber noch im "Raum". Die Beratenden sind in dieser Zeit weiterhin ansprechbar, erhalten jedoch die Gelegenheit den Prozess zu reflektieren und/oder sich Notizen zu machen. Klient:innen erhalten die Möglichkeit, eventuell noch aufkommende Fragen/Gedanken zu äußern. Nach Ablauf der Zeit schalten beide Seiten ab (I3, #00:33:15-0#).
 - Sowohl Berater:innen als auch Klient:innen sollten sich Pausen nach der Beratung nehmen, um aus der Situation herauszukommen und ihre Gedanken zu sortieren (I3, #00:32:15-9#).
- Zur Entlastung in besonders emotionalen Situationen und zur Kompensation fehlender Körperlichkeit wird empfohlen, die Verbindung beizubehalten, jedoch Kamera und Mikrofon auszuschalten und bspw. aufzustehen, sich zu bewegen, sich selbst ein Taschentuch zu holen: "vielleicht einfach mal Kamera aus, Mikro aus, aufstehen bisschen rumlaufen, Tempo holen. Also es ist so, wenn ich das Tempo nicht selbst reichen kann, dann zumindest, dass ich sage "komm mach mal eine Pause, schnauf mal durch, geh mal vielleicht kurz an die frische Luft". Aber eben, damit die Verbindung gewahrt bleibt sage ich ganz klar nicht "wir legen jetzt auf hier an der Stelle und machen eine Pause", sondern "Kamera aus, Mikro aus" und trotzdem sind wir noch miteinander verbunden" (13, #00:15:03-7#).
- Das Ausschalten der Kamera wird auch in Prozessen vorgeschlagen, in denen es um eine Innenschau/Reflexion der Klient:innen geht: "[...] dass man mal ganz bewusst sagt: Ok, jetzt zu so einem Visualisierungsprozess, Visualisierungsmethode oder zu einer TRAUMreise oder zu einem Brainstorming oder was auch

- immer, Zielvisualisierung, kann man mal ganz bewusst die Kamera ausschalten" (13, #00:19:03-3#).
- Eine Interviewpartnerin gibt an, Video-Beratungen lieber im Büro als zu Hause durchzuführen, da sie keinen Einblick in ihre Privatsphäre geben möchte: "[...] irgendwie fühlt sich das an, als wenn ich die Klienten mit nach Hause hole. Das mag ich nicht so gerne" (I4, B5, #00:27:08-2#). Dies kann als Handlungsempfehlung insofern aufgefasst werden, als dass es eines Raumes speziell zur Durchführung von Video-Beratung in der Wohnung bedarf, um sich als Berater:in geschützt zu fühlen.
- Der permanente Versuch sich gegenseitig anzuschauen, sowie die normalerweise frontale Sitzposition von Beratenden und Klient:innen im Video-Setting verhindert nach Aussage eines Interviewten die Erzeugung innerer Assoziationen. Berater:innen wird empfohlen, eine versetzte Sitzposition einzunehmen, sowie bspw. ein Bild aufzuhängen. Hierdurch kann der Fokus der Klient:innen von den Beratenden weg in den Raum gelenkt werden. Auch Beratende selbst sollten sich optische "Ausweichmöglichkeiten" schaffen, in dem sie bspw. über die Kamera/den Monitor hinweg schauen, dies jedoch den Klient:innen gegenüber auch kommunizieren um Irritationen zu vermeiden: "[...] wenn wir jetzt ständig auf den Bildschirm schauen dann versperren wir uns diesen projektiven Leinwänden und das ermöglicht, oder verhindert uns, gleichzeitig den Zugang zu unseren inneren Bilderwelten. Und auf der Seite der Professionals verhindert es den Zugang zu den inneren Assoziationen und auch zu den inneren kreativen Anteilen. Deshalb schau ich immer wieder drüber hinweg" (15, #00:35:03-5#).

3. Qualifizierung/Qualitätssicherung:

Um datenschutzrechtliche Vorgaben einzuhalten, innerhalb der spezifischen Kommunikationsbedingungen im Video-Setting Methoden aus der Face-to-Face-Beratung angemessen adaptiert anzuwenden und das beraterische Potenzial vollumfänglich auszuschöpfen, sowie die Skepsis gegenüber dem Medium Video zu überwinden bedarf es nach Ansicht eines Interviewten der Festlegung fachlicher Standards durch die Berufsverbände, sowie Aus- und Weiterbildungsangeboten: "Das ist in der Tat etwas, was wir seit einem Jahr beobachten, dass durch die Corona-Pandemie es hier einen ENORMEN Wildwuchs gibt von Leuten/und das ist ja auch/beim Datenschutz merkt man es eh auch. Wenn man heute googelt, wer in Österreich Psychotherapie über Skype anbietet, [...] es ist wirklich ein

Wildwuchs sondergleichen" (I1, #00:27:30-3#). "Und das ist etwas, wo aus meinem Dafürhalten die Berufsverbände EXTREM ausgelassen haben bisher. Von fachlichen Standards. Weil inzwischen ja auch seit einem Jahr unter Online-Beratung auch fast DAS HIER verstanden wird, also so ein Video-Konferenzsystem, aber es ja ein viel breiteres Feld ist, was dementsprechend auch methodisch differenziert aufbereitet werden kann für die Praxis. Und ich will ja nicht ausschließen, dass man mit Bauchgefühl richtig liegen kann, wenn Leute TALENT haben für etwas, aber es vergibt natürlich viele Chancen mit dem was noch möglich wäre in dem Format, oder was eben NICHT passieren SOLLTE in dem Format" (I1, #00:28:07-8#).

Des Weiteren könnten Aus- und Weiterbildung, sowie verbindlich durch die Verbände formulierte fachliche Standards u.U. den Weg zu einer Übernahme der Kosten in Video-Beratung und -Therapie durch die Krankenkassen ebnen: "Dass man sagt: "Wir setzen uns dafür ein, dass DIESE Beratungsleistung kassenfinanziert GENAUSO abzurechnen ist, wie Face-to-Face in der Praxis, wenn das und das GEGEBEN ist" (I1, #00:31:35-7#). Wenzel sieht hinsichtlich der "Finanzierung und Zuständigkeit von Beratung mittels Elektronischer Medien" (Wenzel 2015, S. 48) Verbände und Politik gefordert (ebd., S. 48).

7.4.5. Zukunft der Video-Beratung

Die Bundesagentur für Arbeit gab in einer Pressemitteilung vom 04.02.2021 bekannt, dass die Arbeitsagentur Darmstadt Video-Beratung für Kund:innen anbietet. Unter anderem wird (wie auch in der Fußnote auf Seite 63 vorliegender Thesis) konstatiert, dass Video-Beratung ermöglicht, sich ohne Maske und Plexiglastrennwand zu sehen (Arbeitsagentur 2021). Auch die Deutsche Rentenversicherung bietet mittlerweile Video-Beratung an (Deutsche Rentenversicherung Bund 2021).

Die DGfB sieht Video-Beratung und Coaching als Zukunft im Beratungshandeln. Sie will "die Messlatte für professionelle digitale Kommunikation legen" und "einen neuen Standard sozialarbeiterischer Kommunikation definieren". Daher wurde mit der CGM/La Well Systems GmbH ein Kooperationsvertrag zur Nutzung von "ELVi -elektronische Videoberatung" für Beraterinnen und Berater ausgehandelt, der datensichere Video-Beratung ermöglichen soll (DGfB 2021).

Auch die befragten Expert:innen sind sich darüber einig, dass sich Video-Beratung zukünftig als integraler Bestandteil der Beratungslandschaft etablieren wird (bspw. I4, B6,
#00:46:18-2#). Die Mehrheit der Expert:innen sieht die Zukunft von medial gestützter
Beratung dabei in der Form des Blended Counseling (I3, #00:52:11-7#). Auch Nestmann
konstatiert bereits 2008: "`Blended Counselling [sic]' im Wechsel von Beratung von Angesicht zu Angesicht und virtuell vermittelt wird die Zukunft der Beratung [...] prägen"
(Nestmann 2008, S. 141; Anführungszeichen im Orig.). Dies unterstützen auch Engelhardt und Reindl indem sie Blended Counseling als "konsequent die veränderten Kommunikationsbedingungen berücksichtigende Form von Beratung" bezeichnen (Engelhardt/ Reindl 2016, S. 130). 155

Lediglich zwei der Befragten sehen die Video-Beratung, einerseits im Bereich der freien Wirtschaft, andererseits vorwiegend im Supervisions- und Coachingkontext als "Stand-Alone" Möglichkeit (13, #00:48:50-6#; 15, #00:39:32-5#).

Die Aussagen einiger Expert:innen, dass Klient:innen (je nach Bedarf und Beratungsthema) die Wahlfreiheit des Kommunikationskanals sowie die Möglichkeit des Settingwechsels haben sollten, stimmen überein mit der Medienwahltheorie (vgl. Döring; Eichenberg 2013, S. 1595; bspw. I1; #00:15:46-0#;I2 #00:16:09-7#, I8, #00:27:35-2#; I5, #00:38:46-3#).

7.4.6. Forschungsprozess

Die Implikationen der Corona-Pandemie in Bezug auf körperlich kopräsente Beratung haben (nicht nur) in der deutschen Beratungslandschaft viel bewegt. Während der Bearbeitungszeit der Thesis gab es diverse Veröffentlichungen zum Video-Setting¹⁵⁶, Institutionen und Verbände haben sich des Themas angenommen, die Video-Beratung auf ihre Agenda gesetzt oder in ihr (Beratungs-)Portfolio aufgenommen.

Die befragten Expert:innen kommen einerseits aus Forschung und Lehre zu Online- und Video-Beratung und sind teilweise auch beratend in diesem Setting tätig. Darüber hinaus wurden qualifizierte Face-to-Face-Beraterinnen interviewt, die mehr oder weniger mangels anderer Optionen in der Corona-Pandemie Video-Beratung "aus dem Bauch heraus" anbieten (müssen), ohne eine Weiterbildung zu den Spezifikationen der Beratung

 ¹⁵⁵ Einen eher kritischen Blick auf Blended Counseling werfen Thiery und Kreller in ihrem Artikel: "Blended Counseling" - Hinführung, medientheoretische Einordnung und kritische Würdigung (Thiery/ Kreller 2021).
 156 welche größtenteils nicht in den Theorieteil aufgenommen werden konnten

im Video-Setting absolviert zu haben. Die Verfasserinnen haben ihre Gegenwart als "Ausprobierende", den Prozess des "learning-by-doing", den "Ist-Stand" ihrer Erfahrung in der Video-Beratung erforscht, welcher sich in teilweise abweichenden Antworten von den Einlassungen der Expert:innen aus Forschung und Lehre abbildet: "[...] wir sind ja auch noch Lernende" (I4, B6, #00:39:02-6#).

Das Forschungsinteresse entstand aus im Rahmen des Studienganges gewonnenen Erkenntnissen der Verfasserinnen. Der Zeitpunkt der Forschung ergab sich aus dem Bearbeitungszeitraum der Masterthesis, wobei erwähnt werden muss, dass dieser Zeitpunkt in Bezug auf das Erkenntnisinteresse nicht optimal gewählt war, da drei der befragten Expertinnen noch kein längeres Erfahrungswissen im Setting der Video-Beratung besitzen.

Als Schwäche der Forschung könnte neben dem Zeitpunkt auch die Auswahl der Interviewpartner:innen genannt werden. Die in Forschung und Lehre Tätigen Expert:innen stehen teils in engem Austausch, sodass sich ihre Aussagen in großen Teilen decken. Vorausgesetzt werden kann jedoch, dass der Kenntnisstand dieser Expert:innen den aktuellen Forschungsstand widerspiegelt, sodass die Übereinstimmung der Aussagen erwartbar sein musste.

Nach der Auswertung der Forschungsergebnisse, die sich überwiegend mit den im Theorieteil vorgestellten Erkenntnissen decken, jedoch in Bezug auf die in der Zweidimensionalität fehlende Möglichkeit direkter körperlicher Berührung neue, in der gesichteten Literatur zur (Therapie-)Beratungsforschung nicht thematisierte Erkenntnisse generierten, wurde den Verfasserinnen deutlich, dass in einem Zeitraum von ein bis zwei Jahren weitere Forschungen mit dem Fokus auf diesen Aspekt der Zweidimensionalität angezeigt sind. Über einen längeren Zeitraum praktisch gesammelte Erfahrungswerte von Berater:innen in nicht-therapeutischen Video-Beratungsprozessen zu erfassen, kann dazu beitragen, dass nicht mehr auf Forschungen aus der Video-Therapiepraxis zurückgegriffen werden muss (siehe hierzu auch Kapitel, 2.3. McLeod 2004, S. 419f. und Nußbeck, 2019, S. 199; Heiner zitiert in Nußbeck 2019, S. 130), die diesen in psychosozialer Beratung u.U. relevanten Aspekt außer Acht lassen.

8. Fazit und Ausblick (Andrea Bülow, Barbara Kunner)

Das Ziel vorliegender Masterthesis war es, mittels eines Überblicks des aktuellen Theorie- und Forschungsstandes sowie einer empirischen Untersuchung die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen der Face-to-Face- und der Video-Beratung zu erfassen und zudem die Kompetenzen zu bestimmen, die Beratende benötigen, um eine tragfähige Beratungsbeziehung im Video-Setting herzustellen.

Am Anfang dieser Arbeit stand eine Definition des Terminus Beratung, gefolgt von einer Abgrenzung der Beratung zur Psychotherapie, da zum Zeitpunkt der Bearbeitung kaum Literatur zur Beratungsforschung verfügbar war und sich die Verfasserinnen vielfach auf die Therapieforschung beziehen mussten, was im folgenden Kapitel zur Beratungsforschung verdeutlicht wurde.

In diesem Zusammenhang wurde dargelegt, dass insbesondere zu Wirkfaktoren in der Beratung sowohl national als auch international aktuell wenige empirische Studien vorliegen. Insbesondere um Relevanz sowie Zweck und Aufbau der Beratungsbeziehung und die benötigten Kompetenzen Beratender zu erfassen, wurde diese ausführlich erläutert. Es schlossen sich Ausführungen zu Bindung, Bindungstypen sowie Bindungsstilen an, da deren Kenntnis gerade zu Beginn des Beratungsprozesses eine wichtige Rolle für den Beziehungsaufbau spielt.

Es wurde verdeutlicht, dass Berater:innen eigenes Bindungsverhalten kennen und reflektieren sowie sich bewusst sein müssen, dass auch Klient:innen vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Bindungsrepräsentationen agieren und entsprechend durch feinfühliges Vorgehen diesen einen Raum für u.U. korrigierende Bindungserfahrungen öffnen sollten. Neben der Vorstellung einiger Kommunikationstheorien wurde im Anschluss die hohe Bedeutung nonverbaler Signale in Kommunikationsprozessen herausgearbeitet.

Die genannten Theorien und Begrifflichkeiten wurden gewählt, da sie sowohl in der Face-to-Face- als auch der Video-Beratung eine hohe Relevanz besitzen.

Die Vorstellung ausgewählter Medientheorien lieferte einen Überblick darüber, wie eng oder weit der Medienbegriff gefasst werden kann und diente als Grundlage für die nachfolgenden Einlassungen zu Mediatisierung und Digitalisierung. Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse wurden erläutert um darzulegen, welche Auswirkungen diese auf (gesellschaftliche) Kommunikationsprozesse und damit auch auf Beratung zeitigen, die im gesellschaftlichen Kontext zu verorten ist und daher auf diese veränderten

Kommunikationsbedingungen reagieren muss, um die Menschen in ihrer Lebenswelt zu erreichen.

In Vorbereitung auf das Kapitel zur audiovisuellen Fernkommunikation erfolgte ein Überblick der Geschichte der Online-Beratung, verschiedener Online-Beratungssettings sowie damit verbundenen ethischen, rechtlichen und qualitativen Implikationen.

Im Anschluss an einen Abriss zur Geschichte der Videokonferenzforschung mit dem Schwerpunkt auf medienspezifischen Wahrnehmungsbedingungen folgte ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand zur Beratungsbeziehung in Video-Therapie und - Beratung. Den Abschluss des Theorieteils bildete ein Kapitel zur aktuellen Pandemie-Situation und deren Auswirkungen auf Beratungsangebote und Berater:innen, das ebenso einige durch Verbände und relevante Akteur:innen für Beratende erstellte Handlungsempfehlungen zur Durchführung mediengestützter Interventionen vorstellte.

Nach Abschluss der theoretischen Bearbeitung der nach Ansicht der Verfasserinnen für das Forschungsinteresse relevanten Theorien und Begrifflichkeiten wurde im Forschungsteil vorliegender Thesis die durchgeführte empirische Forschung zur Herstellung der Beratungsbeziehung in der Video-Beratung in Form von Expert:inneninterviews vorgestellt. Die Interviews fanden als Video-Interviews statt und wurden nach inhaltlich semantischen Regeln transkribiert. Mit Hilfe der strukturellen Inhaltsanalyse nach Mayring wurden die erstellten Transkripte ausgewertet, wobei in mehreren Durchläufen sowohl im Vorfeld deduktiv als auch aus dem Material heraus induktiv Kategorien gebildet wurden. Diese wurden in einem Kodierleitfaden mit Ankerbeispielen festgehalten.

Beantwortung der Forschungsfrage:

Wie von den Verfasserinnen angenommen, ergab die Auswertung der Interviews, dass im Video-Setting eine tragfähige Beratungsbeziehung hergestellt werden kann.

Die Forschungsfrage "Welche Kompetenzen benötigen Berater:innen, um im Setting der Video-Beratung eine tragfähige Beratungsbeziehung zu ihren Klient:innen aufzubauen?" konnte beantwortet werden. Hierzu wurden durch die Verfasserinnen die Erkenntnisse aus dem Theorieteil mit den gewonnenen Daten aus den Expert:inneninterviews abgeglichen und Kompetenzen herausgearbeitet, über die Berater:innen verfügen sollten, um eine tragfähige Beratungsbeziehung aufzubauen:

Um die spezifischen Wahrnehmungsbedingungen kompensieren und das Beratungspotenzial voll ausschöpfen zu können, werden neben Kompetenzen in der Face-to-Face-Beratung Kenntnisse und Kompetenzen im Umgang mit dem Medium sowie weiteren Beratungs-Kanälen (z.B. Telefon, Chat, Mail) sowie eine hohe kommunikative Kompetenz benötigt.

Methoden und Interventionen aus dem Face-to-Face-Setting müssen im Video-Setting teilweise adaptiert bzw. vermehrt eingesetzt werden (z.B. Spiegeln). Ebenso gilt es die (gegenüber der Face-to-Face-Beratung) eingeschränkten Steuerungsmöglichkeiten zu akzeptieren.

In der Video-Beratung ist es u.a. aufgrund der Kanalreduktion wichtiger als in der Faceto-Face-Beratung, dass Beratende ihren Klient:innen vermitteln, dass sie präsent und fokussiert sind.

Berater:innen benötigen eine wertfreie und unvoreingenommene Haltung um ihre Neutralität zu wahren, die insbesondere durch Einblicke in private Lebensbereiche der Klient:innen gefährdet ist.

Mit Hilfe transparenter Kommunikation (z.B. in Bezug auf Rahmenbedingungen, alternative Kontaktmöglichkeiten bei Verbindungsstörungen sowie den Beratungsprozess) können Beratende Vertrauen schaffen, das eine Grundlage des Beziehungsaufbaus bildet. Weiterhin sollten Klient:innen in der Gestaltung eines sicheren Rahmens von den Beratungspersonen angeleitet und begleitet werden.

Schließlich ist es unabdingbar, dass Berater:innen um die besondere Gestaltung des Beginns und Abschlusses einer Beratungssitzung in der Video-Beratung wissen und diese dem Setting angemessen gestalten und anleiten können.

Des Weiteren spiegelten die Antworten der Expert:innen die im Theorieteil vorgestellten Theorien/den Forschungsstand zu Kommunikation, Bindung, Beratungsbeziehung sowie Kommunikations- und Wahrnehmungsbedingungen in der Video-Kommunikation wider.

Neue Erkenntnisse konnten in Bezug auf Zweidimensionalität und technische Innovationen gewonnen werden.

Ausblick

Es kann davon ausgegangen werden, dass – angestoßen durch die Corona-Situation – auch zukünftig vermehrt medial vermittelte Kommunikation in der Beratungspraxis eingesetzt werden wird.

Da einige der interviewten Expert:innen pandemiebedingt (unfreiwillig) von der Face-to-Face-Beratung in das Video-Setting wechseln mussten und erst seit kurzer Zeit in diesem Medium beratend tätig sind und damit nach Einschätzung der Autorinnen stellvertretend für eine große Anzahl an Berater:innen stehen, regen die Verfasserinnen an, in einem Zeitraum von ein bis zwei Jahren eine erneute Befragung unter Beratenden zu Aufbau und Qualität der Beratungsbeziehung¹⁵⁷ in der Video-Beratung durchzuführen. Es steht zu vermuten, dass dann ein größerer Erfahrungsschatz im Video-Setting vorliegen wird, sich der Anteil qualifizierter Berater:innen erhöht haben wird und Video-Beratung etablierter Bestandteil der Beratungslandschaft geworden sein.

Erkenntnisleitende Fragen für zukünftige Forschungsvorhaben wären beispielsweise:

- Wie beeinflusst der Einblick von Berater:innen in die Lebenswelt der Klient:innen den Beratungsprozess?
- Wie wirkt sich der Einsatz virtueller Hintergründe auf den Beratungsprozess aus?
- Welchen Einfluss haben Nähe-Distanz-Empfinden und weitere der Proxemik zuzurechnende Faktoren auf die Beratungsbeziehung?

Diese Fragen betreffen in Teilen auch die Befindlichkeit der Klient:innen im Beratungsprozess. Weiterführende Forschung aus dem Blickwinkel der Klient:innen¹⁵⁸ scheint daher sinnvoll zu sein. Inkludiert werden sollte nach Ansicht der Verfasserinnen zudem das in ihren Augen zukunftsfähige *Blended Counseling*. Auch hier könnte es interessant sein zu erforschen, inwieweit sich das Eingehen auf die Bedarfe der Klient:innen durch den Einsatz von Blended-Konzepten auf die Beratungsbeziehung auswirkt.

Nicht zuletzt wird die technische Entwicklung zukünftig Interaktionsmöglichkeiten im Video-Setting ermöglichen, die bereits heute in Ansätzen sichtbar sind. So ermöglichen Plattformen wie "coachingspace.net", einen (neben den jeweils von Interaktant:innen genutzten eigenen Räumen) dritten, gemeinsam genutzten Raum im Beratungs- oder

_

¹⁵⁷ Siehe hierzu auch die Ausführungen zu den Erkenntnissen der Verfasserinnen in Bezug auf 2-Dimensionalität in Abschnitt 7.4.6. vorliegender Arbeit

¹⁵⁸ bspw. unter Einbezug von Biofeedbackmethoden

Therapie-Setting zu nutzen, in dem bspw. ein digitales Systembrett oder ein inneres Team aufgestellt werden können. Auch diese Innovationsmöglichkeiten sollten im Hinblick auf die Beratungsbeziehung in zukünftige Forschungen einbezogen werden.

Forderungen zur Qualifizierung von Berater:innen und Studierenden

Die Qualifizierung von Berater:innen im Setting der Video-Beratung hat, wie in der Auswertung der Interviews deutlich wurde, Einfluss auf Beratungsqualität und Beratungsbeziehung. Nur ein kompetenter Umgang mit dem Medium ermöglicht Beratenden, sich vollumfänglich auf ihre Beratungsfähigkeiten zu konzentrieren. Dabei sind Beratende als Lernende in besonderem Maße in der Lage, ihr Handeln vor dem Hintergrund ihres Praxiswissens in der Face-to-Face-Beratung zu reflektieren. Ein Umstand, der in den Augen der Verfasserinnen gewürdigt werden muss. Anzunehmen ist, dass sich eine Qualifizierung im Video-Setting im Selbstverständnis und Kompetenzempfinden der Berater:innen niederschlägt und damit ebenso positive Auswirkungen auf die Klient:innen hat.

Über (digitale) Medien vermittelte Beratung wird zukünftig Bestandteil des Berufsbildes Soziale Arbeit sein, da Digitalisierung integraler Bestandteil der Lebenswelt der Klient:innen ist. Seminare zu Online-Beratung (in den aktuell möglichen Settings) sollten daher nach Ansicht der Verfasserinnen obligatorisch in das Curriculum der Bachelorstudiengänge Soziale Arbeit aufgenommen werden.

Abschließend sei angemerkt, dass Video-Beratung einerseits einen Beratungszugang für Menschen mit eingeschränkter Mobilität und begrenztem Zeitkontingent (Alltagsorganisation wie bspw. Kinderbetreuung) bietet, andererseits für bestimmte Klient:innen u.U. hochschwelliger (technische Anforderungen, Handhabbarkeit der Software, Einwahl für Analphabet:innen) oder im Fall von Menschen mit Hör- Sehschwäche gar ungeeignet ist, sodass dieses Setting für sie keine Alternative zur Face-to-Face-Beratung darstellt. Für einen Großteil Ratsuchender bietet die Video-Beratung neben weiteren medial vermittelten Beratungs-Settings jedoch eine Ausweitung ihrer Beratungsoptionen. Sie greift veränderte und erweiterte Kommunikationsbedingungen auf und stellt daher nach Ansicht der Verfasserinnen sowohl als Stand-Alone-Möglichkeit als auch im Kontext von Blended Counseling Angeboten eine zeitgemäße und zukunftsfähige Bereicherung der Beratungslandschaft dar.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kompetenzbereiche von Berater:innen. McLeod 2004, S. 443	19
Tabelle 2: Charakteristika des Bindungsverhaltens von Kindern (in der fremden Situation) und entsprechender Bindungsrepräsentation bei Erwachsenen, von den Verfasserinnen gekürzt. Im Original: Strauß 2006 in Strauß 2014, S. 71 f	39
Tabelle 3: erstellt nach Wenzel 2013, S. 52; Wenzel 2019, S. 219	57
Tabelle 4: Erstellt nach Engelhardt 2018, S. 16	69
Tabelle 5: erstellt nach Geisler 2019 S 99: Müller/ Gelbrich 2013 S 9	82

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wirkfaktoren (eigene Darstellung nach Assay & Lambert, 1999)............. 17

Literaturverzeichnis/Quellenverzeichnis

Abele, E. (1986): Functions of gaze in social interaction: Communication and monitor-

ing. In: Journal of Nonverbal Behavior, 10 (2). S. 83-101.

Online: https://www.researchgate.net/publication/226240295 Functions of gaze in social interaction Communication and monitoring

Abgerufen: 26.04.2021

Abplanalp, E.; Cruceli, S.; Disler, S.; Pulver, C.; Zwilling, M. (Hrsg.) (2020): Beraten in der sozialen Arbeit. Eine Verortung zentraler Beratungsanforderungen. Bern. UTB Verlag.

Ainsworth, M. D.S. (1964): Muster von Bindungsverhalten, die vom Kind in der Interaktion mit seiner Mutter gezeigt werden. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S. 102-111.

Ainsworth, M. D.S., Wittig, B. (1969): Bindungs- und Explorationsverhalten einjähriger Kinder in einer fremden Situation. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S. 112- 145.

Ainsworth, M. D.S. (1974): Feinfühligkeit versus Unfeinfühligkeit gegenüber den Mitteilungen des Babys. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S.414-421.

Ainsworth, M. D.S. (1985): Bindungen im Verlauf des Lebens. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S.341-366.

Ainsworth, M. D.S. (1985): Mutter-Kind-Bindungsmuster: Vorausgegangene Ereignisse und ihre Auswirkungen auf die Entwicklung. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S. 317-340.

Allert, H.; et al. (2017): Digitalität und Selbst: Einleitung. In: ders. (Hrsg.): Digitalität und Selbst. Interdisziplinäre Perspektiven auf Subjektivierungs- und Bildungsprozesse. Bielefeld: transcript Verlag. S. 9-26.

Altheide, D. L. (2013): Media Logic, Social Control, and Fear. In: *Communication Theory*. Vol. 23, Issue 3. August 2013. S. 223-238.

Andermatt, O., Flury, A., Eidenbenz, F., Lang, J., Theunert, M. (2003): Kompetenzprofil der Psychologischen Online-BeraterInnen. Bern: FSP.

Online: https://nanopdf.com/download/kompetenzprofil-der-psychologischen-online_pdf
Abgerufen: 27.10.2020

Arbeitsgemeinschaft Beratungswesen (2003): Erklärung der AG Beratungswesen. In: Nestmann, F.; Engel, F; Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 2. 2. Aufl. 2007. Thübingen: dgvt-verlag. S. 1271-1274.

ARD/ZDF - Onlinestudie 2020

Online: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/Pressemittei-

lung ARD ZDF Onlinestudie 2020.pdf

Abgerufen: 11.07.2021

Argyle, M.; Trower, P. (1981): Signale von Mensch zu Mensch. Die Wege der Verständigung. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

Argyle, M. (2013): Körpersprache & Kommunikation. Nonverbaler Ausdruck und Soziale Interaktion. 10. Überarb. Neuauflage. Paderborn: Junfermann Verlag.

Asay, Ted P.; Lambert, Michael J. (1999): The Empirical Case for the Common Factors in Therapy: Quantitative Findings.

Online: https://commons.marymount.edu/jcooper/wp-content/uplo-

<u>ads/sites/415/2016/06/Asay-and-Lambert-1999-The-empirical-case-for-the-commonfactors-copy.pdf</u>

Abgerufen: 09.02.2021.

Backes, B.; Langs, G. (2019): Braucht Online-Therapie eine therapeutische Beziehung? In: Reha-Psychologie. Arbeitskreis Klinische Psychologie in der Rehabilitation BDP (Hrsg.): Die therapeutische Beziehung – Grenzen und Überschreitungen. Berlin: Deutscher Psychologen Verlag. S. 21-25.

Bailenson, J. (2021): Nonverbal Overload: A Theoretical Argument for the Causes of Zoom. In: *Technology, Mind, and Behavior*. Volume 1, Issue 3. American Psychological Association. S. 1-13.

Online: https://assets.pubpub.org/abvlcdp5/a6929ca9-0dbf-4500-a160-ff2f4c80f6fb.pdf
Abgerufen: 10.03.2021

Baleouras, P. (2018): Das Spektrum technologiegestützter Informations- und Kommunikationstools und ihre Auswirkungen auf beratende und therapierende Fachkräfte. In: Baleouras, P. et al: Therapy 2.0. COUNSELLING AND THERAPEUTIC INTERACTIONS WITH DIGITAL NATIVES. Leitfaden für Fachkräfte aus Beratung und Therapie zur Nutzung von Interventionen im Internet. S. 12-18.

Online: https://www.ecounselling4youth.eu > guidelines de

Abgerufen: 20.02.2021

Balaouras, P. (2018): Technische Kompetenzen für einen Online-Berater oder Therapeuten. In: Baleouras, P. et al: Therapy 2.0. COUNSELLING AND THERAPEUTIC INTERACTIONS WITH DIGITAL NATIVES. Leitfaden für Fachkräfte aus Beratung und Therapie zur Nutzung von Interventionen im Internet. S. 48-54.

Online: https://www.ecounselling4youth.eu > guidelines de

Abgerufen: 20.02.2021

Bamberger, G. G. (2015): Lösungsorientierte Beratung. 5., überarbeitete Edition. Weinheim: Beltz.

Baumann, E.; et al. (2011): Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken. In: Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (Hrsg.): *Informationen zur politischen Bildung Heft 309. 03/2011.*

Online: https://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewir-

ken

Abgerufen: 24.04.2021

Behr, M; Hüsson, D; Luderer, H.J.; Vahrenkamp, S. (2017): Gespräche hilfreich führen. Band 1: Praxis der Beratung und Gesprächspsychotherapie. Personenzentriert – erlebnisaktivierend – dialogisch. Weinheim/Basel: Beltz/Juventa.

Belardi, N.: Akgün, L.; Gregor, B.; Neef, R.; Pütz, T.; Sonnen, F.R. (2007): Beratung. Eine sozialpädagogische Einführung. 5. Auflage. Weinheim und München: Juventa.

Berger, P.; Luckmann, Th. (2001): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. 18. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH.

Berger, T., Heim, E., Maercker, A., & Schaub, M. P. (2017). *Qualitätsstandards Onlineinterventionen. Für Fachpersonen Beratung.* Bern: Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP.

Online: https://www.psychologie.ch/sites/default/files/media-files/2019-03/stan-dards online-interventionen therapie de.pdf

Abgerufen: 12.03.2021

Beushausen, J. (2016): Beratung lernen. Berlin & Toronto. Verlag Barbara Budrich.

Birkner, T. (2019): Medialisierung und Mediatisierung. 2. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Boeger, A. (2018): Psycholgische Therapie- und Beratungskonzepte. Theorie und Praxis. 3. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer.

Bohannon, L. S. et al. (2013): Eye contact and video-mediated communication. A review. In: *Displays*34 (2). S. 177-185.

Online: https://www.researchgate.net/publication/256970353 Eye contact and video-mediated communication A review

Abgerufen: 10.01.2021

Bordin, E.S. (1979): The generalizability of the psychoanalytic concept of the workin alliance. In: *Psychotherapy:* Theory, research and practice. Volume 16, #3, Fall, 1979. S. 252-260. Online: https://www.semanticscholar.org/paper/The-generalizability-of-the-psychoanalytic-concept-Bordin/b9721dfddb365d12814a1cfbf4a060fa7613b920. Abgerufen am: 08.03.2021.

Bowlby, J. (1987): Bindung. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S. 22-26.

Bowlby, J. (1991): Ethologisches Licht auf psychoanalytische Probleme. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta.S. 55-69.

Bowlby, J. (1991): Postskript. In: Grossmann, K. E.; Grossmann, K. (Hrsg.) (2011): Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie. 3. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. S.402-407.

Bowlby, J. (2008): Bindung als sichere Basis. Grundlagen und Anwendung der Bindungstheorie. München: Reinhardt.

Brahnam, S.; (2014): Therapeutic Presence in Mediated Psychotherapie: the Uncanny Stranger in the Room. In: Riva, G.; Waterworth, J.; Murray, D. (Hrsg.): Interacting with Presence. De Gruyter Press Poland. S. 123-138.

Online: https://www.degruyter.com/document/doi/10.2478/9783110409697.8/html Abgerufen: 28.04.2021

Bühler, Karl (1934): Sprachtheorie. Das Organonmodell der Sprache. Sprechhandlung und Sprachwerk; Sprechakt und Sprachgebilde. Das Zeigfeld der Sprache und die Zeigwörter. Die Origo des Zeigfelds und ihre Markierung. In: Hoffmann, Ludger (Hrsg.) (2019): Sprachwissenschaft. Ein Reader. 4. Auflage. Berlin/Boston: De Gruyter Verlag. S. 107-127.

Bühring, P. (2020): Videotherapie und Online-Interventionen. Chancen und Risiken. In: *Deutsches Ärzteblatt*. Heft 7, Juli 2020. Berlin: Deutscher Ärzteverlag GmbH.

Online: https://www.aerzteblatt.de/archiv/214683/Videotherapie-und-Online-Interventio-nen-Chancen-und-Risiken

Abgerufen: 27.03.2021

Bundesagentur für Arbeit (04.02.2012): Pressemitteilung: Videoberatung – Jetzt auch online sichtbar!

Online: https://www.arbeitsagentur.de/vor-ort/darmstadt/videoberatung

Abgerufen: 10.07.2021

Carstensen, T; et al. (2013): Subjektkonstruktionen im Kontext Digitaler Medien. In: ders. (Hrsg.): Digitale Subjekte. Praktiken der Subjektivierung im Medienumbruch der Gegenwart. Bielefeld: transcript Verlag. S. 9-28.

Couldry, N.; Hepp, A. (2021): Datafizierung. Wie digitale Medien und ihre Infrastrukturen unsere Praktiken, unser Wissen und unsere soziale Welt verändern. In: *Mittelweg 36 Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung.* Jahrgang 30, Heft 1, Februar/März 2021. S. 85-101.

Online: https://www.researchgate.net/requests/r86603063

Abgerufen: 02.04.2021

Damberger, T. (2018): Herausforderung der Kulturellen Bildung im Digitalzeitalter. In: Kulturelle Bildung Online.

Online: https://www.kubi-online.de/artikel/herausforderung-kulturellen-bildung-digital-zeitalter

Abgerufen: 10.02.2021

Deniers, C. (2019): Erfahrungen mit Coaching über Skype. In: Coaching Magazin. Ausgabe 2.

Online: https://www.coaching-magazin.de/wissenschaft/coaching-ueber-skype

Abgerufen: 01.07.2021

Deutsche Gesellschaft für Beratung/German Association for Counseling e.V. (DGfB) (o.J.): Beratungsverständnis.

Online: https://dachverband-beratung.de/dokumente/DGfB Beratungsverstaendnis.pdf
Abgerufen: 08.02.2021

Deutsche Gesellschaft für Beratung/German Association for Counseling e.V. (DGfB) (2021): Video Beratung und Coaching sind mehr als ein Trend der aktuellen Zeit. Es ist Zukunft!

Online: https://dachverband-beratung.de/pdf/ELVI/Neu_Angebot_ELVI-Elektronische-Videoberatung.pdf

Abgerufen: 07.07.2021

Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF) (2020): Ethik-Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF).

Online: https://www.dgsf.org/service/download-bereich/dgsf-rili-ethik.END.pdf/at_download/file

Abgerufen: 15.05.2021

Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF) (2020): Hilfen in Zeiten von Corona.

Online: https://www.dgsf.org/aktuell/news/hilfen-in-zeiten-von-corona#informationen-zu-videoplattformen-und-onlinediensten

Abgerufen: 24.04.2021

Deutsche Rentenversicherung Bund (2021): Videoberatung. Ein neuer Service der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Online: https://www.deutsche-rentenversicherung.de/Bund/DE/Beratung-und-Kontakt/videoberatung/videoberatung.html

Abgerufen: 10.07.2021

Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e. V. (DBSH): Qualitätsbeschreibung Sozialprofessionelle Beratung. Halle im November 2002.

Online: https://www.dbsh.de/media/dbsh-www/downloads/Qualit%C3%A4tsbeschreibungSozialprofessionelleBeratung.pdf

Abgerufen: 20.06.2021

Deutschsprachige Gesellschaft für Psychosoziale Onlineberatung (DGOB) (2018): Definition Online-Beratung.

Online: https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2020/06/Definition-Online-Be-ratung-Website.pdf

Abgerufen: 12.11.2020

Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Onlineberatung (DGOB) (2018): Die fachlichen und technischen Standards der DGOB.

Online: https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2018/10/DGOB-Standards-2018-1.pdf

Abgerufen: 13.05.2021

Deutschsprachige Gesellschaft für Psychosoziale Onlineberatung (DGOB) (2021): Datenschutz – FAQ 4.

Online: https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2020/04/DGOB-FAQ-4.pdf
Abgerufen: 12.04.2021

Deutschsprachige Gesellschaft für Psychosoziale Onlineberatung (DGOB) (2020): Ethisch-fachliche Standards der DGOB.

Online: https://dg-onlineberatung.de/ethisch-fachliche-standards-der-dgob/ Abgerufen. 17.05.2021

Dietrich, G. (1991): Allgemeine Beratungspsychologie. Eine Einführung in die psychologische Theorie und Praxis der Beratung. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe.

Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internet. 2. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe-Verlag GmbH & Co KG.

Döring, N.; Eichenberg, Ch. (2013): Sozialpsychologie der Online-Beratung. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 3. S. 1587-1600. Tübingen: dgvt-Verlag.

Dörrich, E. M. V. (2017): Die Übertragbarkeit der Wirkfaktoren der Psychotherapie nach Grawe et al. auf die Beratung. Masterarbeit. Hochschule Neubrandenburg. Online: https://digibib.hs-nb.de/file/dbhsnb thesis 0000001677/dbhsnb derivate 0000002361/Masterthesis-Doerrich-2017.pdf

Abgerufen: 19.3.2021

Drda-Kühn, K.; Hahner, R.; Schlenk, E. (2018): Mit Smartphone, Tablet und Sozialen Medien – Online-Beratung und -Therapie für die Generation der "Digital Natives". In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 14, Heft 2, Artikel 3. S. 27-37.

Online: https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2018/04/drda-

kuehn hahner schlenk.pdf Abgerufen: 06.04.2021

Drda-Kühn, K.; Köttner, H.-J. (2018): Rechtliche Aspekte. In: Baleouras, P. et al: Therapy 2.0. COUNSELLING AND THERAPEUTIC INTERACTIONS WITH DIGITAL NATIVES. Leitfaden für Fachkräfte aus Beratung und Therapie zur Nutzung von Interventionen im Internet. S. 26-35.

Online: https://www.ecounselling4youth.eu > guidelines de

Abgerufen: 20.02.2021

Dresing, Th.; Pehl, Th. (Hrsg.) (2018): Praxisbuch Interview, Transkription und Analyse. 8. Auflage. Marburg: Eigenverlag.

Online: https://www.audiotranskription.de/downloads#praxisbuch

Abgerufen: 16.12.2020

duden.de: Konnektivität.

Online: https://www.duden.de/rechtschreibung/Konnektivitaet

Abgerufen: 21.04.2021

Ehrhardt, S.; Zeller, M. (2021): Psychosoziale Beratung im virtuellen Setting. Digi-BerTH – Eine qualitative Studie. Unveröffentlichter Vortrag im Rahmen der Online-Tagung: "Facetten der Digitalisierung in der Klinischen Sozialarbeit" der Hochschule Nordhausen in Kooperation mit dem European Centre for Clinical Sozial Work (ECCSW)

Eichenberg, C.; Kühne, S. (2014): Einführung Onlineberatung und -therapie. München: Ernst Reinhardt Verlag.

Eichenberg, Ch.; Hübner, L. (2019): Onlineinterventionen bei psychischen Erkrankungen. Zur Qualität der Beziehung. In: *Deutsches Ärzteblatt*, 11. S. 516-520.

Online: https://cdn.aerzte-

blatt.de/pdf/pp/18/11/s516.pdf?ts=05%2E11%2E2019+10%3A04%3A37

Abgerufen: 24.04.2021

Ellgring, J. H. (1986): Nonverbale Kommunikation. In: Rosenbusch, H. S. (Hrsg.): Körpersprache in der schulischen Erziehung: pädagogische und fachdidaktische Aspekte non-verbaler Kommunikation. Baltmannsweiler: Pädagogischer Verlag Burgbücherei Schneider. S. 7-48.

Engel, F. (2002): Beratung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In: Nestmann, F.; Engel, F. (Hrsg.): Die Zukunft der Beratung. Tübingen: dgvt Verlag. S. 134-153.

Engel, F. (2007): Beratung und Neue Medien. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Siekmann, U.(Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 1. 2. Auflage. Tübingen: dgvt Verlag. S. 497-509.

Engel, F.; Nestmann, F.; Sickendiek, U (2007): "Beratung" – Ein Selbstverständnis in Bewegung. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Siekmann, U.(Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 1. 2. Auflage. Tübingen: dgvt Verlag. S.33-44.

Engel, F. (2019): Beratung unter Onlinebedingungen. In: Rietmann, S.; Sawatzki, M.; Berg, M. (Hrsg.): Beratung und Digitalisierung. Zwischen Euphorie und Skepsis. Soziale Arbeit als Wohlfahrtsproduktion Band 15. Wiesbaden: Springer VS. S. 3-40.

Engelhardt, E.; Storch, S. (2013): Was ist *Onlineberatung*? - Versuch einer systematischen begrifflichen Einordnung der 'Beratung im Internet'. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 9, Heft 2, Artikel 5. S. 1-12.

Online: https://e-beratungsjournal.net/ausgabe 0213/engelhardt storch.pdf
Abgerufen: 21.12.2020

Engelhardt, E.; Reindl, R. (2016): Blended Counseling – Beratungsform der Zukunft? In: resonanzen. E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychosomatischer Medizin, Psychotherapie, Supervision und Beratung. Ausgabe 2/2016, S. 130-144.

Online: https://www.resonanzen-journal.org/index.php/resonanzen/article/view/393
Abgerufen: 20.07.2021

Engelhardt, E.; Gerner, V. (2017): Einführung in die Onlineberatung per Video. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 13, Heft 1, Artikel 2. S. 18-29.

Online: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf
Abgerufen: 22.12.2020

Engelhardt, E. (2018): Lehrbuch Onlineberatung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co KG.

Engelhardt, E. (2021): Onlineberatung in Pandemiezeiten.

Online: https://www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com/blog/onlineberatung-in-pande-paia-aitage

<u>miezeiten</u>

Abgerufen: 05.05.2021

Engelhardt, E.; Engels, S. (2021): Einführung in die Methoden der Videoberatung. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 17, Heft 1, Artikel 2. S. 9-27.

Online: https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2021/06/engel-

<u>hardt_engels.pdf</u>

Abgerufen: 29.06.2021

Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (2017a): Qualitätsstandards Onlineinterventionen.

Online: https://www.psychologie.ch/sites/default/files/media-files/2019-03/standards_on-line-interventionen therapie de.pdf

Abgerufen: 10.03.2021

Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (2017b): Qualitätsstandards Onlineinterventionen.

Online: https://www.psychologie.ch/recht-qualitaet-im-beruf/ethik-qualitaet/qualitaets-standards-onlineinterventionen#39165

Abgerufen: 10.03.2021

Friebel, M. et al. (2003): "Siehst Du mich?" – "Hörst Du mich?": Videokonferenzen als Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung. In: *kommunikation* @ *gesellschaft*. 4, S. 1-22.

Online: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/12809/B1_2003_Frie-bel_Loenhoff Schulte.pdf

Abgerufen: 21.12.2020

Frindte, W.; Geschke, D. (2019): Lehrbuch Kommunikationspsychologie. Weinheim Basel: Beltz Juventa.

Gahleitner, S. B.; Preschl, B. (2016). Professionelle Beziehungsgestaltung über das Internet: Geht das überhaupt? Überlegungen zu einem methodenübergreifenden Wirkfaktor. In: *Resonanzen*. E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung. 02/2016. S. 108-129.

Online: https://www.resonanzen-journal.org/index.php/resonanzen/article/view/392
Abgerufen: 28.02.2021

Gahleitner, S. B. (2017): Soziale Arbeit als Beziehungsprofession. Bindung, Beziehung und Einbettung professionell ermöglichen. Weinheim/Basel: Beltz Juventa.

Gemende, M. (2014):"Beziehungen sind (das halbe) Leben." Ein Plädoyer für 'Beziehung' im Kontext der Professionalisierung sozialer, pädagogischer und pflegender Berufe. In: Bock, K.; Kupfer, A.; Simon, R.; Weinhold, K.; Wesenberg, S. (Hrsg) (2014): Beratung und soziale Beziehungen. Farewell-Schrift für Frank Nestmann. Weinheim und Basel: Juventa. S. 127-136.

Gläser, J.; Laudel, G.: (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4. Auflage. Wiesbaden: Vs Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Gloger-Tippelt, G. (Hrsg.) (2012): Bindung im Erwachsenenalter. Ein Handbuch für Forschung und Praxis. 2. Auflage. Bern: Huber.

Geisler, M. (2019): Digitalisierung und Kommunikation: Perspektiven und Herausforderungen für die Beratung. In: Rietmann, F.; Sawatzki, M.; Berg, M. (Hrsg.): Beratung und Digitalisierung. Zwischen Euphorie und Skepsis. Wiesbaden: Springer VS. S. 85-108.

Grampp, S. (2006): McLuhmann. Niklas Luhmanns Systemtheorie und die Realität der Medien (Standpunkte). In: MEDIEN*wissenschaft:* Rezensionen | Reviews. Jg. 23, Nr. 3. S. 260–276.

Online: https://archiv.ub.uni-marburg.de/ep/0002/article/view/1377

Abgerufen: 18.03.2021

Grimm, P.; Keber, T. O.; Zöllner, O. (Hrsg.) (2020): Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten. 2., durchges. Aufl.. Ditzingen: Philipp Reclam jun. Verlag GmbH.

Großmaß, R.; Püschel, E. (2010): Beratung in der Praxis. Konzepte und Fallbeispiele aus der Hochschulberatung. Tübingen: Dgvt Verlag.

Gumz, A.; Rugenstein, K.; Munder, T.; Marx, C. (2016): Krisen in der therapeutischen Beziehung als Chance. In: Gödde, G.; Stehle, S. (Hg.) 2016: Die therapeutische Beziehung in der psychodynamischen Psychotherapie. Ein Handbuch. Gießen: Psychosozial Verlag. S.197-214.

Harper, R.; Watson, R.; Licoppe, Ch. (2017) Interpersonal video communication as a site of human sociality. A special issue of Pragmatics. In: *Pragmatics*, Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA).

Jahrgang 27, Ausgabe 3. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. S. 301-318.

Online: <a href="https://www.jbe-platform.com/docserver/fulltext/prag.27.3.01har.pdf?ex-platform.com/docserver/fulltext/prag.27.01har.pdf.ex-platform.com/docserver/fulltext/prag.27.01har.pdf.ex-platform.com/docserver/fulltext/prag.27.01har.pdf.ex-platform.com/docserver/fulltext/prag.27

pires=1614790112&id=id&accname=gu-

est&checksum=4DA21A758D899FBDD90960B6B08257E9

Abgerufen: 03.03.2021

Held, Th. (2016): "Mensch-Smartphone-Partnerschaften". In: Lauterbach, B. (Hrsg.): Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur europäischen Ethnologie. 3. Jahrg. Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann. S. 81-106.

Held, Th. (2020): Face to Face. Sozio-interaktive Potentiale der Videotelefonie. In: *jfml Journal für Medienlinguistik*. Ausgabe 2, Artikel 2. Mannheim: Leibniz-Institut für Deutsche Sprache. S. 157-194.

Online: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/in-

dex/docld/10054/file/Held Face to face jfml 2 2019.pdf

Abgerufen: 21.12.2020

Helfferich, C. (2014): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Baur, N.; Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 559-574.

Hepp, A.; Krotz, F. (2012): Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze-Zur Einleitung. In: dies. (Hrsg.): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: Springer VS. S. 7-23.

Hepp, A. (2014): Mediatisierung/Medialisierung. In: Schröter, J. (Hrsg): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart; Weimar: Verlag J. B. Metzler. S. 190-196.

Hepp, A. (2016): Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. In: *Publizistik.* Volume 61. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 225-246.Online: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11616-016-0263-y.pdf Abgerufen: 02.04.2021

Hepp, A. (2018): Von der Mediatisierung zur tiefgreifenden Mediatisierung. Konstruktivistische Grundlagen und Weiterentwicklungen in der Mediatisierungsforschung. In: Reichertz, J.; Bettmann, R. (Hrsg.): Kommunikation - Medien - Konstruktion. Braucht die Mediatisierungsforschung den Kommunikativen Konstruktivismus? Wiesbaden: Springer VS. S. 27-45.

Heuermann, R.; Engel, A.; von Lucke, J. (2018): Digitalisierung: Begriff, Ziele und Steuerung. In: Heuermann, R.; Tomenendal, M.; Bressem, C. (Hrsg.): Digitalisierung in Bund, Ländern und Gemeinden. IT-Organisation, Management und Empfehlungen. Berlin: Springer Verlag GmbH. S. 9-50.

Hoff, T.; Zwicker-Pelzer, R. (2015): Beratung und Beratungswissenschaft. Baden-Baden: Nomos.

Institut für E-Beratung. Technische Hochschule Nürnberg 2020: Handlungsempfehlungen zur kurzfristigen Umsetzung von Onlineberatung vor dem Hintergrund der Corona-Krise.

Online: https://www.e-beratungsinstitut.de/handlungsempfehlungen-in-der-corona-krise/

Abgerufen: 03.05.2021

Ishii, K.; Lyons, M. M.; Carr, S. A. (2019): Revisiting media richness theory for today and future. In: *HUMAN BEHAVIOR AND EMERGING TECHNOLOGIES*. Volume 1, Issue 2, Wiley Online Library, John Wiley & Sons Inc.. S. 124-131.

Online: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.138

Abgerufen: 04.04.2021

Klasen, M.; Knaevelsrud, C.; Böttche, M. (2012): Die therapeutische Beziehung in internetbasierten Therapieverfahren. Ein Überblick. In: *Der Nervenarzt*. Ausg. 7/2013. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag. S. 1-8.

Online: https://www.researchgate.net/requests/r91590858

Abgerufen: 11.08.2021

Klemenz, B. (2018): Beziehungspsychologie. Grundlagen, Forschung, Therapie. Stuttgart: Kohlhammer.

Kopp, G. (2004): Audiovisuelle Fernkommunikation. Grundlagen der Analyse und Anwendung von Videokonferenzen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.

König, L. (2018): Bindung in Therapie und Beratung. Ein ressourcenorientierter Ansatz für die Arbeit mit Kindern. Weinheim: Beltz.

Krämer, S. (2008): Medien, Boten, Spuren. Wenig mehr als ein Literaturbericht. In: Münker, St.; Roesler, A. (Hrsg.): Was ist ein Medium. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 65-90.

Krotz, F.; Thomas, T. (2007): Domestizierung, Alltag, Mediatisierung: Ein Ansatz zu einer theoriegerichteten Verständigung. In: Röser, J. (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: Springer VS. S. 31-42.

Krotz, F. (2012): Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality: Wie Mediatisierung funktioniert. In: Hepp, A.; Krotz, F. (Hrsg.): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: Springer VS. S.2 7-55.

Krotz, F. (2014): Mediatization as a mover to modernity: social and cultural change in the context of media change. In: Lundby, K. (Hrsg.): Mediatization of Communication. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH. S. 131-161.

Krotz, F. (2015): Mediatisierung. In: Hepp, A.; Krotz, F.; Lingenberg, F.; Wimmer, J. (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: Springer VS. S. 439-451.

Krotz, F. (2018): Medienwandel und Mediatisierung. In: Kalina, A. et al (Hrsg.): Mediatisierte Gesellschaften. Medienkommunikation und Sozialwelten im Wandel. Tutzinger Studien zur Politik. Band 12. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 27-54.

Kühne, S. (2009): Institutionalisierung von Online-Beratung – das Ende der Pionier-phase. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 5, Heft 2, Artikel 4. S.1-8. Online: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/kuehne.pdf Abgerufen: 12.02.2021

Kühne, S.; Hintenberger, G. (2013): Professionalisierung der Online-Beratung. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 3. Tübingen: dgvt-Verlag. S. 1571ff.

Kühne, S.; Hintenberger, G. (2020): Onlineberatung und –therapie in Zeiten der Krise. Ein Überblick. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 16, Heft 1, Artikel 23. S. 33-45. Online: https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/03/kuehne_hintenberger.pdf

Abgerufen: 22.12.2020

Kunert, S. (2020): Grenzen der Online-Kommunikation. Zur Kommunikationsprsychologie virtueller Coachings und Meetings. In: *Coaching-Magazin Online*, 2020. Online: https://www.coaching-magazin.de/beruf-coach/grenzen-der-online-kommunikation

Abgerufen: 15.05.2021

Kupfer, A.; Nestmann, F.; Weinhold, K. (2013): Beratung als soziales Isolat? Die übersehene Rolle persönlicher Beziehungen und Netzwerke. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung. Band 3. Neue Beratungswelten. Tübingen: Dgvt Verlag. S. 1409-1427.

Kupfer, A. (2015): Wer hilft helfen? Einflüsse sozialer Netzwerke auf Beratung. Tübingen: dgvt-Verlag.

Lanwer, J. Ph. (2019): Erzählen im virtuellen Interaktionsraum. In: Networx. Nr. 84. Ver. 1.0. ISSN: 1619-1021. DOI: 10.15488/4435.

Online: http://www.mediensprache.net/networx/networx-84.pdf

Abgerufen: 10.01.2021

Lengning, A.; Lüpschen, N. (2019): Bindung. 2. Auflage. München: Reinhardt. Licoppe, Ch.; Morel, J. (2012): Video-in-Interaction: "Talking Heads" and the Multimodal Organization of Mobile and Skype Video Calls. In: *Research on Language and Social Interaction*, 4, S. 399-429.

Online: https://www.researchgate.net/publication/262899491

Abgerufen: 13.06.2021

Luhmann, N. (1994): Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Luhmann, N. (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. (2 Bd.). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Luhmann, N. (2014): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. 5. Auflage. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbh.

Lundby, K. (2014): Mediatization of Communication. In: ders. (Hrsg.): Mediatization of Communication. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH. S. 3-35.

Marx, K.; Schmidt, A. (2019): Einleitung. In: dies. (Hrsg.): Interaktion und Medien. Interaktionsanalytische Zugänge zu medienvermittelter Kommunikation. Heidelberg: Universitätsverlag Winter. S. 1-31.

Mayring, Ph. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Aktualisierte Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

McLeod, John (2004): Counselling – eine Einführung in Beratung. Tübingen: Dgvt-Verlag.

McLuhan, M. (1995): Die magischen Kanäle. Understanding Media. 2. erweiterte Auflage. Basel: Verlag der Kunst Dresden.

McLuhan, M.; Fiore, Q. (2020): Das Medium ist die Massage. 5. Aufl. Leipzig: Tropen.

Meuser, M./Nagel, U. (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander et.al. (Hrsg.): Das Experteninterview Theorie, Methode, Anwendung. 2. Auflage 2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH. S. 71-94. Abgerufen: 04.03.2021

Mock, Th. (2006): Was ist ein Medium? Eine Unterscheidung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs. In: *Publizistik*. Heft 2, 51. Jahrgang. Wiesbaden: Springer VS. S. 183-200.

Online: https://docplayer.org/198448954-Was-ist-ein-medium-thomas-mock-eine-unter-scheidung-kommunikations-und-medienwissenschaftlicher-grundverstaendnisse-eines-zentralen-begriffs.html

Abgerufen: 21.03.2021

Moser, H. (2019): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im digitalen Zeitalter. 6., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Müller, S.; Gelbrich, K. (2013): Interkulturelle Kommunikation: Weltbilder, Normen, Symbole, Rituale und Tabus. München: Verlag Franz Vahlen GmbH. Online: https://www.google.de/books/edition/Interkulturelle_Kommunikation/McLuAgAAQBAJ?hl=de&gbpv=1&printsec=frontcover

Abgerufen: 14.07.2021

Nestmann, F.; Engel, F. (2002): Die Zukunft der Beratung. Tübingen: dgvt-Verlag. S. 135-154.

Nestmann, F. (2007): Beratung zwischen alltäglicher Hilfe und Profession. In: Nestmann, F.; Engel, F.; Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung. Band 1. Disziplinen und Zugänge. 2. Auflage. Tübingen: Dgvt Verlag. S. 547-558.

Nestmann, F. (2007): Beratungsmethoden und Beratungsbeziehung. In: Nestmann, Frank; Engel; Frank; Sickendiek, Ursel (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung. Band 2. Ansätze, Methoden und Felder. 2. Auflage. Tübingen: Dgvt Verlag. S. 783-796.

Nestmann, F. (2008): Die Zukunft der Beratung in der Sozialen Arbeit. In: *Beratung aktuell. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Beratung.* Jahrgang 20, Heft 4/2019. S. 4-27.

Online: http://beratung-aktuell.de/wp-content/uploads/2020/02/BA-4-2019.pdf
Abgerufen: 28.07.2021

Nestmann, F.; Sickendiek, U.; Engel, F. (2007): Statt einer "Einführung": Offene Fragen "guter Beratung". In: (dies.) (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung. Band 2. Ansätze, Methoden und Felder. 2. Auflage. Tübingen: Dgvt Verlag. S. 599-607.

Nestmann, F.; Engel, F.; Siekendiek, U. (2013): Beratung: Zwischen "old school " und "new style". In: dies. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung Band 3. Tübingen: dgvt-Verlag. S.1325-1348.

Neumann, E.; Sachse, R. (2018): Persönlichkeit und Bindung in der therapeutischen Beziehung. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.

Nußbeck, S. (2019): Einführung in die Beratungspsychologie. 4. Auflage. München: Ernst Reinhardt Verlag.

O'Malley, C. et al. (1996): Comparison of face-to-face and video-mediated interaction. In: *Interacting with Computers*. Vol 8, no 2. Oxford University Press (OUP). S. 177-192. Online:

http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/down-load?doi=10.1.1.891.7666&rep=rep1&type=pdf

Abgerufen: 10.03.2021

Pallasch, W.; Kölln D. (2009): Pädagogisches Gesprächstraining. Lern- und Trainingsprogramm zur Vermittlung pädagogisch therapeutischer Gesprächs- und Beratungskompetenz. 7. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag.

Pfab, W. (2020): Kompetent beraten in der Sozialen Arbeit. Bausteine für eine gute Beratungsbeziehung. München: Ernst Reinhardt Verlag.

Pfammatter et al. (2012): Allgemeine Wirkfaktoren der Psychotherapie: Konzepte, Widersprüche und eine Synthese. In: *Psychotherapie* 17. Jahrg. 2012, Bd. 17, Heft 1, CIP-Medien, München. S. 17-31. Online https://sbt-in-berlin.de/cip-medien/02.- Pfammatter.pdf Abgerufen: 22.6.21

Püschel, E. (2016): Nur für kurze Zeit! - Beziehung in der psychologischen Beratung von Studierenden. In: Gödde, G.; Stehle, S. (Hg.) 2016: Die therapeutische Beziehung in der psychodynamischen Psychotherapie. Ein Handbuch. Gießen: Psychosozial Verlag. S.503-524.

Rauchfleisch, U. (2001): Arbeit im psychosozialen Feld. Beratung, Begleitung, Psychotherapie, Seelsorge. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Riesau, P.; Riesenbeck, G. (2011): Virtuelle Beratungsräume - Multimedia Tools und interaktive Elemente in der Online-Beratung. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 7, Heft 1, Artikel 2. S. 1-13.

Online: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0111/risau_riesenbeck.pdf
Abgerufen: 16.03.2021

Rocha Dores, A., Silva, R. (2018): Ethische Aspekte der Nutzung von E-Tools im Rahmen von Online-Interventionen – Unterschiede zu klassischen Settings. In: Baleouras, P. et al: Therapy 2.0. COUNSELLING AND THERAPEUTIC INTERACTIONS WITH DIGITAL NATIVES. Leitfaden für Fachkräfte aus Beratung und Therapie zur Nutzung von Interventionen im Internet. S. 36-41.

Online: https://www.ecounselling4youth.eu guidelines_de

Abgerufen: 20.02.2021

Rogers, C. R. (2009): Eine Theorie der Psychotherapie, der Persönlichkeit und der zwischenmenschlichen Beziehungen. München/Basel: Ernst Reinhardt Verlag.

Röhner, J.; Schütz, A. (2012): Psychologie der Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS.

Röhrle, B. (2014): Vorhersage des Behandlungseffektes bei depressiven Patienten durch soziale Unterstützung, soziale Netzwerkkompetenzen, Achtsamkeit und Therapeut-Klient-Beziehung. In: Bock, K.; Kupfer, A.; Simon, R.; Weinhold, K.; Wesenberg, S. (Hrsg) (2014): Beratung und soziale Beziehungen. Farewell-Schrift für Frank Nestmann. Weinheim und Basel: Juventa. S. 112-126.

Röser, J.; Peil, C. (2012): Das Zuhause als mediatisierte Welt im Wandel. Fallstudien und Befunde zur Domestizierung des Internets als Mediatisierungsprozess. In: Hepp, A.; Krotz, F. (Hrsg.): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: Springer VS. S.137-163.

Roth-Ebner, C.; et al. (2018): Einleitung: Mediatisierte Gesellschaften. Medienkommunikation und Sozialwelten im Wandel. In: (Hrsg.) (Kalina, A. et al): Mediatisierte

Gesellschaften. Medienkommunikation und Sozialwelten im Wandel. Tutzinger Studien zur Politik. Band 12. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 13-26.

Rüggenberg, S. (2007). So nah und doch so fern. Soziale Präsenz und Vertrauen in der computervermittelten Kommunikation. Dissertation, Universität zu Köln.

Online: https://kups.ub.uni-koeln.de/2136/

Abgerufen: 10.01.2021

Rummler, K. (2018): Digitalisierung als Mediatisierungsschub im Schulfeld. Sondierungsversuche in unterschiedlichen Diskursdomänen aus medienpädagogischer Sicht. In: *Beiträge zur Lehrerinnen-und Lehrerbildung*. Zeitschrift zu Theorie und Praxis der Aus- und Weiterbildung von Lehrerinnen und Lehrern. Jahrgang 36. Ausgabe 2. Offizielles Organ der Schweizerischen Gesellschaft für Lehrerinnen- und Lehrerbildung (SGL-SSFE). S. 194-207.

Online: https://www.pedocs.de/volltexte/2019/17095/pdf/BzL_182_194-207Rumm-ler.pdf

Abgerufen: 01.03.2021

Sachse, R. (2006): Therapeutische Beziehungsgestaltung. Göttingen: Hogrefe.

Sanders, R. (2007): Die Beziehung zwischen Ratsuchendem und Berater. In: Nestmann, Frank; Engel; Frank; Sickendiek, Ursel (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung. Band 2. Ansätze, Methoden und Felder. 2. Auflage. Tübingen: Dgvt Verlag. S. 797-807.

Sauerbrey, U. (2020): Onlineberatung versus Face-to-Face-Beratung. In: sozialpädagogische impulse. Fachorgan zur Orientierung und Fortbildung im Bereich Sozialpädagogik. Ausgabe 1/2020. S. 12-15.

Online: https://www.researchgate.net/requests/r84049596

Abgerufen: 04.03.2021

Sauerbrey, U.; C.H. Vollmar (2019): Digitale Beratung in der Sozialen Arbeit – ein Einblick in die gegenwärtige Lage. In: *Zeitschrift für Sozialpädagogik ZfSp*. Ausgabe 2. Weinheim: Beltz Juvena.

Online: https://www.researchgate.net/publication/333641398 Digitale Beratung in der Sozialen Arbeit ein Einblick in die gegenwartige Lage Erschienen in Zeitschrift fur Sozialpadagogik.

Abgerufen: 20.02.2021

Schäfter, C. (2010): Die Beratungsbeziehung in der Sozialen Arbeit. Eine theoretische und empirische Annährung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schlütter, M. (2011): "Man simuliert ein bisschen so das Beisammensein". Die Aneignung von internetbasierter Videotelefonie. In: Elsler, M. (Hrsg.): Die Aneignung von Medienkultur. Rezipienten, politische Akteure und Medienakteure. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 89- 102.

Schmitz, H. W. (1999): Videokonferenz als eigenständige Kommunikationsform. Eine explorative Analyse. Universität Klagenfurt, Unveröffentlichter Vortrag, 10.12.1999. Online: https://www.uni-due.de/imperia/md/content/kowi-videokonferenz/schmitz_klagenfurt_1999.pdf

Abgerufen: 16.03.2021

Schneider, Th. et al. (2015): Nähe auf Distanz - sensible Gestaltung von Kommunikationstechnik. In: Diefenbach, S. et al (Hrsg.): Mensch und Computer 2015 Tagungsband. Stuttgart: Oldenbourg Wissenschaftsverlag. S. 351-354.

Online: https://dl.gi.de/bitstream/handle/20.500.12116/7843/Schneider e-

tal 2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Abgerufen: 10.01.2021

Schulte, O. A. (2002): "the next best thing to being there" – ein Überblick zu 25 Jahren Videokonferenzforschung. In: *M & K Medien & Kommunikationswissenschaft.* Jahrgang 50, Heft 4. S. 551-570.

Online: https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634x-2002-4-551.pdf?down-

load full pdf=1

Abgerufen: 08.03.2021

Schultze, N. G. (2007): Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internet-Beratung. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 3, Heft 1, Artikel 5. S. 1-8. Online: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf Abgerufen: 20.07.2021

Schulz von Thun, F. (2006): Miteinander reden: 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Sonderausgabe. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Schützeichel, R. (2015): Soziologische Kommunikationstheorien. 2. Aufl. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Sickendiek, U.; Engel, F.; Nestmann, F. (2008): Beratung. Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze. 3. Auflage. Weinheim und München: Juventa.

Simpson, S. G.; Reid, Corinne, L. (2014): Therapeutic alliance in videoconferencing psychotherapy: A review. In: *The Australian Journal of Rural Health (AJRH)*. Volume 22. Wiley Online Library. John Wiley & Sons, Inc. S. 280-299.

Online: https://www.researchgate.net/requests/r85365868

Abgerufen: 12.03.2021

Simpson et al. (2020): Videotherapie and therapeutic alliance in the age of COVID-19. In: *Clinical Psychology & Psychotherapy*. Wiley Online Library. John Wiley & Sons Inc., S. 1-13.

Online: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/cpp.2521

Abgerufen: 12.03.2021

Sollmann, U. (2013): Einführung in Körpersprache und nonverbale Kommunikation. Heidelberg: Carl-Auer Compact.

Staats, H. (2017): Die therapeutische Beziehung. Spielarten und verwandte Konzepte. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Stehle, S.; Keller, W.; Jakobsen, Th. (2016): "Manche Sätze meines Therapeuten habe ich heute noch im Kopf". Therapieerfolg als Internalisierungsprozess der therapeutischen Beziehung. In: Gödde, Günther; Stehle, Sabine (Hrsg.) (2016): Die

therapeutische Beziehung in der psychodynamischen Psychotherapie. Ein Handbuch. Gießen: Psychosozial-Verlag. S. 121 – 141.

Steinebach, Ch. (2003): Pädagogische Psychologie. Lehren und Lernen über die Lebensspanne. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.

Stimmer, F.; Ansen, H. (2016): Beratung in psychosozialen Arbeitsfeldern. Grundlagen – Prinzipien – Prozess. Stuttgart: Kohlhammer.

Strauß, B. (2014): Bindung. Gießen: Psychosozial-Verlag.

Sümmerer, Ch. (2020): Psychotherapie auf Distanz. Spezifika und Implikationen der Arbeit mit Videositzungen. In: *Psychotherapeuten journa.,* Jahrgang 19, Ausgabe 4, S. 350-356.

Online: https://www.psychotherapeutenjour-

nal.de/ptk/web.nsf/gfx/035CE28720A734CEC125863F003827EF/\$file/PTJ 2020-4 online.pdf

Abgerufen: 02.08.2021

Théberge-Lapointe, N.; Marchand, A.; Langlois, F.; Gosselin, P.; Watts, S. (2015): Efficacy of a cognitive-behavioural therapy administered by videoconference for generalized anxiety disorder. In: *Revue européenne de psychologie appliquée 65*. Issy-les-Moulineaux: Elsevier Masson SAS. S. 9–17.

Online: https://www.researchgate.net/requests/r84045396xt

Abgerufen: 20.01.2021

Thiery, H.; Kreller, H. (2021a): Primat der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse. Ein Weckruf. DGOB Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung.

Online: https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2021/01/Primat-der-

Kopra%CC%88senz.pdf Abgerufen: 30.03.2021

Thiery, H.; Kreller, H. (2021b): ,Blended Counseling´- Hinführung, medientheoretische Einordnung und kritische Würdigung. DGOB Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung.

Online: https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2021/07/Blended-counseling.pdf

Abgerufen: 29.07.2021

Trost, A. (2018): Bindungswissen für die systemische Praxis. Ein Handbuch. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.

Wagner, E. (2014): Mediensoziologie. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbh.

Warschburger, P. (Hrsg.)(2009): Beratungspsychologie. Heidelberg: Springer.

Watzlawick, P.; Beavin, J.H.; Jackson, D.D. (2011): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 12. Auflage. Bern: Huber.

Weniger, M. (2019): Empathie und Objekt. Masterthesis. Hochschule Pforzheim. Fakultät für Gestaltung.

Online: https://www.hs-pforzheim.de/fileadmin/user_upload/uploads_redakteur/Forschung/heedPF/Dokumente/Empathie_und_Objekt_FIN.pdf

Abgerufen: 07.05.2021

Wenzel, J. (2013): Wandel der Beratung durch Neue Medien. Göttingen: V & R unipress.

Wenzel, J. (2015): Mythos Unmittelbarkeit im Face-to-Face-Kontakt - Weiterentwicklung von Beratung und Therapie durch gezielte methodische Nutzung der Medien. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 11, Heft 1, Artikel 5. S. 36-54.

Online: https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe 0115/wenzel.pdf

Abgerufen: 11.07.2021

Wenzel, J. (2019): Chancen der Digitalisierung in der Beratung, In: Rietmann, F., Sawatzki, M.; Berg, M. (Hrsg.): Beratung und Digitalisierung. Zwischen Euphorie und Skepsis. Wiesbaden: Springer.

Wenzel, J.; Jaschko, S.; Engelhardt, E. (2020): Krisenberatung am Telefon und per Video in Zeiten von Corona. In: *e-beratungsjournal.net*. Jahrgang 16, Heft 1, Artikel 4. S. 46-66.

Online: <a href="https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wen-beratungs/2

zel et al.pdf

Abgerufen: 03.05.2021

Wiesing, L. (2005): Artifizielle Präsenz. Studien zur Philosophie des Bildes. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Wirth, H.J. (2016): Intersubjektivität als zentrales Moment der therapeutischen Beziehung. In: Gödde, G.; Stehle, S. (Hg.) 2016: Die therapeutische Beziehung in der psychodynamischen Psychotherapie. Ein Handbuch. Gießen. Psychosozial Verlag. S. 51-74.

Zillien, N. (2019): Affordanz. In: Liggieri, K.; Müller, O. (Hrsg.): Mensch-Maschine-Interaktion. Handbuch zu Geschichte – Kultur – Ethik. Berlin: J. B. Metzler. S. 226-228. Online: https://www.researchgate.net/requests/r86413300

Abgerufen: 14.04.2021

Zukunftsinstitut GmbH: Der Megatrend Konnektivität.

Online: https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/

Abgerufen: 21.04.2021

Erklärungen

Erklärung

Ich, Andrea Bülow, versichere durch meine Unterschrift, dass ich die vorliegende Master-Thesis selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Ich erkläre mein Einverständnis damit, dass meine Master-Thesis in der Hochschulbibliothek der Evangelischen Hochschule Berlin bereitgestellt wird. Die Leser:innen sind berechtigt, persönliche Kopien für wissenschaftliche und nichtkommerzielle Zwecke zu erstellen (§ 53 UrhG). Jede weitergehende Nutzung bedarf meiner ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Genehmigung.

Berlin, den <u>20.08.2021</u>	

Erklärung

Ich, Barbara Kunner, versichere durch meine Unterschrift, dass ich die vorliegende Master-Thesis selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Ich erkläre mein Einverständnis damit, dass meine Master-Thesis in der Hochschulbibliothek der Evangelischen Hochschule Berlin bereitgestellt wird. Die Leser:innen sind berechtigt, persönliche Kopien für wissenschaftliche und nichtkommerzielle Zwecke zu erstellen (§ 53 UrhG). Jede weitergehende Nutzung bedarf meiner ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Genehmigung.

Berlin, den	20.08.2021		

Anhang 1: Anschreiben Expert:innen

Sehr geehrte(r) Frau/Herr,

wir sind zwei Studentinnen im Masterstudiengang "Beratung in der Sozialen Arbeit" an der Evangelischen Hochschule Berlin. In den vergangenen drei Semestern haben wir uns im Seminar "Online-Beratung" schwerpunktmäßig mit der Online-Beratung im Format der Mail-Beratung auseinandergesetzt. Im intensiven Austausch miteinander und mit unseren betreuenden Dozenten haben wir aufgrund der bestehenden Forschungslücke entschieden, zur Beratungsbeziehung im Setting der Video-Beratung zu forschen. Im Rahmen unserer Masterarbeit zum Thema "Die Beratungsbeziehung in der Video-Beratung" möchten wir daher für den empirischen Teil der Arbeit Expert:inneninterviews mit Video-Berater:innen durchführen.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich als Fachkraft für Online-Beratung im Video-Setting bereit erklären würden, sich für ein ca. 30 - 45-minütiges Videogespräch, welches abhängig von Ihren zeitlichen Kapazitäten Ende Februar bis Mitte März stattfinden könnte, zur Verfügung zu stellen.

Sollten Sie sich bereiterklären, sich für das Interview zur Verfügung zu stellen, werden wir Ihnen zur Vorbereitung den Interviewleitfaden mit den geplanten Fragen zusenden.

Wir werden das Interview aufzeichnen. Im Anschluss wird der Text transkribiert und pseudonymisiert. Die Dokumente werden nach Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist gelöscht.

Ihre Angaben werden uns helfen, Spezifikationen und Relevanz von Video-Beratungsangeboten im wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs weiter zu verankern. Möglicherweise können wir dazu beitragen, dass, auch gerade im Zuge der aktuellen Corona-Situation, Video-Beratungsangebote unter Beachtung grundlegender Qualitätskriterien zukünftig noch mehr im Beratungssektor etabliert werden.

Sollten Sie Interesse an den Ergebnissen haben, stellen wir Ihnen diese nach Abgabe der Arbeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Andrea Bülow und Barbara Kunner

Anhang 2: Informierte Einwilligung

Information zur wissenschaftlichen Studie zum Thema:

Die Beratungsbeziehung in der Video-Beratung im Vergleich zur Face-to-Face-Beratung

Sehr geehrte [Anrede],

mit unserem Forschungsvorhaben wollen wir einen Beitrag zur Verbesserung der Informationslage in Bezug auf Beratungsbeziehung und Spezifikationen des Video-Beratungssettings leisten. Als Forscherinnen wollen wir außerdem herausfinden, welche Faktoren relevant in Aufbau und Aufrechterhaltung der Beratungsbeziehung in diesem Format sind.

Die Studie wird von zwei Masterstudierenden der Evangelischen Hochschule Berlin im Rahmen ihrer Masterthesis durchgeführt.

Im Rahmen unserer Studie werden wir die mit Ihnen geführten Interviews mittels der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring anhand unserer im Vorfeld festgelegten Kriterien auswerten. Die Ergebnisse werden wir in der Diskussion sowie in Fazit und Ausblick unserer Thesis festhalten.

Im Folgenden informieren wir Sie über den datenschutzrechtskonformen Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten und bitten um Ihre Zustimmung zur Teilnahme an unserer Studie sowie zur Verwendung Ihrer Daten für die angegebenen Zwecke. Bitte lesen Sie die folgenden Erklärungen sorgfältig durch. Bei Rückfragen oder Verständnisschwierigkeiten können Sie sich gerne bei

Andrea Bülow: Tel.: 0XXXXXXXXXX5, Mail: andrea.buelow@stu.eh-berlin.de
Barbara Kunner: Tel.: 0XXXXXXXXXX1, Mail: barbara.kunner@stu.eh-berlin.de
melden.

Wenn Sie mit unserem Vorhaben einverstanden sind, unterschreiben Sie bitte die nachfolgende Einverständniserklärung und senden Sie diese bis spätestens (flexibel je nach festgelegtem Interviewzeitpunkt) an eine der oben genannten Mailadressen zurück.

Wir danken Ihnen für Ihre Mitwirkung und Ihr Vertrauen in unsere Arbeit. Mit freundlichen Grüßen

Andrea Bülow und Barbara Kunner

Was geschieht mit Ihren Angaben? - Hinweise zum Datenschutz

Andrea Bülow und Barbara Kunner als Masterstudierende an der EHB arbeiten nach den Vorschriften der Datenschutz-Grundverordnung, des Bundesdatenschutz-gesetzes, des Berliner Datenschutzgesetzes und dem Datenschutz der Evangelischen Kirche in Deutschland sowie allen anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen

Wir werden keine der in der DSGVO Art.9 bzw. § 13 DSG-EKD als besonders schützenswert bezeichneten Daten erheben.

Im Rahmen dieser Studie werden folgende Daten erhoben:

- 1. Personenbezogene Daten in Bezug auf die Art der Tätigkeit
- 2. Personenbezogene Daten in Bezug auf die bisherige Berufserfahrung
- 3. Personenbezogene Daten in Bezug auf Prozesse innerhalb der beruflichen Praxis

Diese Daten möchten wir wie im Folgenden dargelegt verwenden:

Wir werden die Interviews mittels der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring anhand unserer im Vorfeld festgelegten Kriterien auswerten. Die Interviews werden auf der Video-Plattform jitsi meet durchgeführt. Aufgezeichnet wird die Audiospur mit dem Programm Audacity. Die entstandenen Audiodateien werden transkribiert. Dabei erfolgt eine Pseudonymisierung nach Art.4, sowie Art. 32 Abs.1a DSGVO bzw. §§ 5, 50 DSG-EKD. Die pseudonymisierten Daten werden auf passwortgeschützten Rechnern gespeichert. Die Audiodateien werden nach der Transkription gelöscht. Die Verschriftlichungen werden (mit Ausnahme der im Appendix der Masterthesis angehängten Transkripte) nach der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist vernichtet.

Die Veröffentlichung der Forschungsergebnisse erfolgt in Form der Master-Thesis. Sollten diese Ergebnisse in weiteren Formaten veröffentlicht werden, z.B. in Publikationen oder auf Tagungen, erfolgt dies ausschließlich in anonymisierter Form und lässt zu keinem Zeitpunkt Rückschlüsse auf Sie als Person zu.

Ihr Einverständnis vorausgesetzt werden die in dieser Studie erhobenen personenbezogenen Daten in Form der pseudonymisierten Transkripte im Sinne guter wissenschaftlicher Praxis im Archiv der EHB aufbewahrt und können von anderen Studierenden zu definierten Forschungszwecken genutzt werden.

Hinweise zum Datenschutz für Sie als Betroffene

Sie haben jederzeit die Möglichkeit, Auskunft über die von uns gespeicherten personenbezogenen Daten zu erhalten. Sie können jederzeit eine Berichtigung dieser Daten sowie deren Löschung verlangen. Sie haben jederzeit das Recht, eine Einschränkung der Verarbeitung ihrer Daten zu fordern oder Widerspruch gegen deren weitere Verarbeitung zu erheben. Lehnen Sie die Teilnahme ab oder widerrufen oder beschränken Sie Ihre Einwilligung, entstehen Ihnen hieraus keine Nachteile. In jedem Fall gilt: Ihre Teilnahme an unserer Studie ist freiwillig. Bei Nichtteilnahme entstehen Ihnen keine Nachteile. Wenn Sie der Auffassung sind, dass wir bei der Verarbeitung Ihrer Daten datenschutzrechtliche Vorschriften nicht beachtet haben, können Sie sich mit einer Beschwerde an die zuständige Aufsichtsbehörde wenden, die Ihre Beschwerde prüfen wird. Ihre Erklärungen zur Geltendmachung Ihrer Rechte sind grundsätzlich schriftlich an den Verantwortlichen zu richten. ¹⁵⁹

Für die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen ist verantwortlich: Evangelische Hochschule Berlin, vertreten durch den betreuenden Dozent: Prof. Sebastian Sierra-Barra.

Ihr Ansprechpartner in datenschutzrechtlichen Fragen: Datenschutzbeauftragter der EHB:

Jan-Christoph Thode datenschutz nord GmbH Niederlassung Berlin Kurfürstendamm 212 10719 Berlin

E-Mail: office@datenschutz-nord.de

Ihre Ansprechpartnerinnen bei Rückfragen:

Andrea Bülow, Barbara Kunner (Kontaktdaten siehe Seite 1)			
Ort/Datum:	Unterschrift:		

¹⁵⁹ fdbinfo // www.forschungsdaten-bildung.de 6 // 8

Anhang 3: Interviewleitfaden

Im Folgenden finden Sie zur Vorbereitung auf das Interview zwölf Fragen. Diese haben wir in 5 Dimensionen geordnet (jeweils mit einer Nummer versehen), die thematisch aufeinander aufbauen. Expert*innen-Interviews sind halboffen gehaltene Befragungen. Möglicherweise werden wir daher im Verlauf des Interviews weitere vertiefende Fragen stellen

Da wir als Expert*innen sowohl Praktiker*innen der Online-Beratung als auch Wissenschaftler*innen und Lehrende mit dem Schwerpunkt der Online-Beratung befragen, ist die Beantwortung der Fragen aus diesen drei Perspektiven heraus möglich.

1. Beziehungsaufbau:

- Wie bauen Sie eine Beratungsbeziehung in der Video-Beratung zu Ihren Klient*innen auf?
- Was erachten Sie im Prozess als wirksam?

2. Beziehung im Beratungsverlauf:

- Wie gestalten Sie im weiteren Verlauf die Beratung, um die Beratungsbeziehung aufrechtzuerhalten?
- · Wie stellen Sie sicher, dass Sie gut "in Kontakt" sind?

3. Besonderheiten (und Hindernisse in) der Video-Beratung, Beziehung und Beratungsverlauf betreffend:

3.1. Klient*innen

- Gibt es Gründe keine Video-Beratung anzubieten? (Ausschlusskriterien)
- Wie gehen Sie mit angedrohten Kontaktabbrüchen um?
- Wie gehen Sie mit vollzogenen Kontaktabbrüchen um?
- 3.2. Technische Rahmenbedingungen/ Medieninduziert
 - Welche Möglichkeiten zur Inszenierung ergeben sich aus den technischen Rahmenbedingungen?
 - Was empfinden Sie als besonders herausfordernd im Beziehungsaufbau, bzw. der Beziehungsgestaltung im Setting der Video-Beratung?

4. Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Face-to-Face- und Video-Beratung:

- Wo sehen Sie Unterschiede in der Gestaltung der Beratungsbeziehung in der Face-to-Face- und Video-Beratung?
- Wo sehen Sie Gemeinsamkeiten in der Gestaltung der Beratungsbeziehung in der Face-to-Face- und Video-Beratung?

5. Ausblick:

Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Video-Beratung zukünftig entwickeln?

Anhang 4: Kodierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
	1. Kategorie:		
Video-Beratung: Gemeinsamkeiten mit dem Face-to-Face-Setting in Handlung und Prozess			
Aussagen zu handlungsspezifischen und prozessualen Gemeinsamkeiten von Face-to-Face- und Video-Beratung, Ablauf der Beratungsphasen		"[] die Sprache bleibt gleich, ähm, der Blick ins Gesicht bleibt gleich. Die Themen bleiben gleich. Die Bezahlung bleibt gleich. [] Die systemischen Fragen, [] die Fragen bleiben gleich, ähm, die Paus/Pausen halten bleibt gleich. Es bleibt ganz [] viel gleich (13, Absatz 105-107)	
	2. Kategorie:	·	
Video-Beratung: Wahrnehr	nungsbedingungen und Herau Face-to-Face Setting	sforderungen - Unte	rschiede zum
2.1. Kanalreduktion	Aussagen zu Reduktionen im Setting der Video-Beratung	"Das heißt ich habe Kanalreduktion oder eine Informationsre- duktion durchs Online- Setting die ich irgend- wie/eine Reduktion ge- nerell, Informationsre- duktion, ähm, Kommu- nikationsreduktion, Emotionsreduktion. Ich habe ganz viele Re- duktionen []" (I3, Ab- satz 103)	
2.1.1. 2-Dimensionalität	Aussagen zu fehlender Leiblichkeit	" [] die andere Wahr- nehmung des Gegen- übers, nämlich dass ich ja in jedem Fall eine dreidimensionale Person in einem zwei- dimensionalen Medium wahrnehme" (I1, Ab- satz 79)	
2.1.2. Nonverbale Signale: Mimik, Gestik	Aussagen zu Mimik und Gestik	"[] wenn man jetzt Face-to-Face arbeitet vor Ort dann sehe ich auch in der Regel ob die (unv.) auch wenn die Person jetzt nicht WEINT oder so, aber	

		ob jemand sozusagen Augen hat, wo, ja, wo eine Traurigkeit ein Stück da ist. Ja, also das ist wesentlich bes- ser SPÜRbar, SEHbar und da ist so eine Technik dazwischen, die das oft garnicht er- möglicht, das in DER Intimität auch, ähm, festzustellen" (I5, Ab- satz 54)	
2.1.3. Nonverbale Signale: Blick-kontakt	Aussagen zu Wahrnehmung über das Sehen, Augenkontakt ≠ Blickkon- takt (Eye-Contact-Dilemma)	"Ich kann in die Kamera schauen wie jetzt, (unv.) aber wir können uns nicht anschauen. Wir imaginieren den Eindruck, uns anschauen zu können, aber eben das nur in dem Rahmen, den wir hier gestaltet haben []" (I1, Absatz 79)	
2.1.4. Nonverbale Signale: Pro- xemik/ Kamera-Ausschnitt	Aussagen zu kamerabedingtem Ausschnitt, Kamerabedingter Proxemik (Kommunikation durch Distanzen und Distanzveränderung)	"[] ich spiele dann gerne auch mal mit meiner Position vor der KAMERA und frag die Person ob da so ange- nehmer ist, wenn ich näher rankomme oder wenn ich weiter weg gehe []" (13, Absatz 24)	
2.2. Störungen/ Verzögerungen/Verbindungsaufbau/Turn-Taking	Aussagen zu Verzögerungen von Bild und Ton, Abbruch der Verbin- dung, Aussagen zu Rederechtswech- sel	"[] wenn dann die Verbindung schlecht wird. Und das Risiko besteht eigentlich immer. Ist es dann blöd, wenn man dann in einer Situation ist, wo jemand gerade mh in einer emotional schwierigen Situation ist und ich als Beratungsperson weiß dann nicht mehr was jetzt passiert oder was jetzt läuft" (I2, Absatz 26)	
2.3. Eigenbild	Aussagen zur Präsenz des Eigenbildes über das Kontrollbild auf dem Monitor	"Jetzt sehe ich MICH hier auch noch, wenn ich mich nicht aus- schalte, die ganze Zeit und das habe ich in der Praxis ja nicht, weil	

2.4. Einblicke in Lebensbereiche der Klient:innen	Aussagen zur (bewussten) Möglich- keit der Inszenierung, sowie unfreiwil- lige Selbstoffenbarung der Klient:in- nen,	ich keinen Spiegel habe. Das ist auch so eine Veränderung im Setting die auch irritie- rend sein kann für MICH als Berater ge- nauso wie für die Kli- entin" (I1, Absatz 23) "Meine Erfahrung ist, dass sich Klientinnen nicht so viele Gedan- ken machen, wie Bera- terinnen, wie was hin- ter ihnen denn so ist. Das heißt man hat plötzlich einen Blick, den man in keiner ein- zigen Beratungsform außer halt dem Haus-	
		besuch hätte" (I6, Absatz 61)	
Anforderunge	3. Kategorie: n an Kompetenzen der Beraten	den im Video-Settin	g
3.1. Haltung	Aussagen zur Haltung den Klient:in- nen gegenüber, beinhaltet Respekt vor Autonomie der Klient:innen (be- trifft auch Abbrüche)	"Hat der Klient die Ka- nalwahl und die Wahl, ob er in Beratung ge- hen möchte oder nicht []" (I6, Absatz 48)	
3.1.1. Vorbehalte und Missverständnisse das Medium betreffend	Aussagen zu Vorbehalten und Missverständnissen (Unkenntnis des Mediums)	"das ist halt NUR Video-Beratung. [] Und man hört ja eben auch an der Sprache, wenn die Leute darüber sprechen, ob sie es selbst mit UNBEHA-GEN wahrnehmen, und man merkt es auch meist an ihnen in [] dem [] Online-Setting" (I 1, Absatz 65)	
3.1.2. Präsenz/Authentizität im Video-Setting	Aussagen zu Authentizität, Präsenz	"[] ANGEBOT der PRÄSENZ" (I1, Absatz 29)	
3.2. Inszenierung	Aussagen zur Möglichkeit der Insze- nierung seitens der Berater:innen	"[] sich wirklich ZEIT zu nehmen für die SETTINGüberlegungen auf Seiten der Beraterinnen und Berater. Wirklich zu überlegen, wo mach ich das, was platziere	

		ich da, platziere ich Dinge überhaupt, bis hin zu, was hab ich an" (I1, Absatz 54)	
3.3. Transparente Kommunikation: Rahmenbedingungen/ Safe Place/ Notfallkommunikation	Aussagen zu transparenter Kommunikation in den Bereichen: Rahmenbedingungen auch Technik, Datensicherheit/Safe Place, Ablauf, (Beziehungsaufbauund Erhalt durch Vertrauensaufbau), Notfallkommunikation (sowohl für technische als auch emotional belastende Situationen)	"Mit TRANSPARENZ versuchen, den RAH- MEN klar zu machen und damit eine Ver- trauensbasis zu set- zen, dass es beginnen kann" (I1, Absatz 16)	
3.4. Verbalisierung von Emotio- nen, nonverbalen Signalen und Handlungen, Kompensation von Kanalreduktion	Aussagen zur kommunikativen Kompetenz: Verbalisierung nonverbaler Signale und Emotionen sowie zu Handlungen, die im Face-to-Face-Setting nicht erklärt werden müssen	"Dass man das aus- spricht, was man nicht sieht sozusagen, ne. Also das, oder das was man vermutet, eine Schwingung auf- zugreifen" (I4, B6, Ab- satz 96)	
3.5. Methoden- und Medienkom- petenz	Aussagen zu Methodenkompetenz: angemessene Anwendung und ggfs. Erweiterung aus der Face-to-Face- Beratung bekannter Methoden, Kom- petenz im Umgang mit diversen Tools	"eine gleichrangige Beratungsmethodik,die verschiedenen Gesetzmäßigkeiten unterliegt" (I1, Absatz 64)	
	4. Kategorie: Klient:innen		
4.1. Kontrolle/Verbindlichkeit	Aussagen zum Empfinden der Kli- ent:innen im Setting der Video-Bera- tung erhöhte Kontrolle/erhöhten Ein- fluss auf das Beratungsgeschehen zu haben	"TATSÄCHLICH ist es so, dass sich in For- schungen zeigt, dass sich Klienten im On- line-Setting schneller öffnen UND aber auch ein höheres Gefühl ha- ben, den Prozess steu- ern zu können" (13, Ab- satz 29)	
4.2. Zielgruppenspezifische Bedarfe/Medienwahl	Aussagen die Bedarfe der Klient:in- nen und die Wahlfreiheit des Medi- ums betreffend	"[] wahrzunehmen, wenn Klienten, Klien- tinnen das als Unbeha- gen empfinden. Das eben als Medium NICHT nutzen können oder möchten" (I1, Ab- satz 13)	

4.3. Ausschlusskriterien	Aussagen zu Bedingungen und Situationen aufgrund derer keine Video- Beratung möglich ist	"[…] kein Equipment, keine technische Infra- struktur" (I2, Absatz 48)	
	5. Kategorie: Zukunft der Video-Beratur	ng	
Zukunft der Video-Beratun Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Video-Beratung		"Ich glaube, dass wir zunehmend mehrere Beratungsformen können werden. Dass es sich dahingehend entwickeln wird, dass wir nicht mehr so stark denken, was für ein Medium nutze ich oder welchen Kanal nutze ich sondern das nutzen können, was passt genau in dem Moment. Ich glaube, dass das fließender sein wird" (I6, Absatz 96)	