

5. Jahrgang, Heft 1, Artikel 6 – April 2009

Ist Online-Coaching „richtiges“ Coaching?

Brigitte Koch

Zusammenfassung

Es wird beschrieben, warum Online-Beratung als Verfahren erfolgreich im Coaching eingesetzt werden kann und welche Aspekte der computervermittelten Kommunikation in besonderer Weise den Coaching-Prozess unterstützen.

Keywords

onlineCoaching, E-Coaching, Online-Coaching, computervermittelte Kommunikation, Coaching-Beziehung, Rolle

Autorin

- **Brigitte Koch**, Diplom-Psychologin
- Inhaberin von *consulta managementberatung* (seit 1994)
- Trainerin, BusinessModeratorin, Supervisorin, Coach, Online-Coach im Profit- und Non-Profit-Bereich
- Fachgesellschaften: Deutsche Gesellschaft für Supervision (DGSv) und Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB)
- **Kontakt:** Bungenstraße 17
21682 Stade
koch@consulta-managementberatung.de
<http://www.consulta-managementberatung.de>
<http://www.moodeln.de>

1. Was ist onlineCoaching [1]?

Es wird kaum mehr ein Unternehmen geben, in dem nicht intern und nach außen via Computer kommuniziert wird. Die Nutzung des Internet ist für viele aus ihrem Arbeits- und Privatleben nicht mehr wegzudenken. Dem entspricht das breit gefächerte internetgestützte Beratungsangebot im psychosozialen Bereich [2]. Umso erstaunlicher ist vor diesem Hintergrund, dass ausgerechnet im Businessbereich Personalleitungen und Coachs der Nutzung der neuen Medien im Coaching häufig skeptisch bis rigoros ablehnend gegenüber stehen. Nicht erleichtert wird die Diskussion über den Nutzen von Online-Coaching, dass mit „online“ wahlweise E-Mail- oder Chat-Coaching, Coaching in Second Life, Selbstcoaching oder Coaching mit automatisierten Antworten bis zum Telefoncoaching gemeint sein kann. Coaching selbst wiederum ist mittlerweile ein Containerbegriff: Es reicht vom „Animalcoaching“ über das „Dress-Coaching“ und „Jakobsweg-Coaching“ bis zum „Zaubercoaching“.

Unter Coaching verstehe ich eine personenbezogene Beratung für Menschen im beruflichen Feld. „Es geht um drei Bereiche: erstens um die Person – Thema

kann zum Beispiel sein: Wie kann ich dafür sorgen, dass mein Privatleben nicht zu kurz kommt. Zweitens geht es um die berufliche Rolle: Wie fülle ich meine Funktion aus, welche Fähigkeiten muss ich entwickeln? Und drittens geht es um die berufliche Rolle in einem bestimmten beruflichen Kontext: Wie funktioniert das System, von dem ich ein Teil bin. Coaching unterstützt Menschen also darin, ihre Berufsrolle mit ihrer Person in Einklang zu bringen“ (Jellouschek, 2002, S. 40). Die KundInnen verbessern die Erreichung selbstkongruenter Ziele und verändern und entwickeln sich bewusst durch eine intensive und systematische Förderung ergebnisorientierter Reflexionen und Selbstreflexionen (Greif, 2008).

Meine Erfahrungen mit Online-Coaching beziehen sich auf mein eigenes Angebot. Online bedeutet dabei asynchrone, computervermittelte Kommunikation (cvK) in einem virtuellen und sicheren Raum. Das heisst: Kommunikation findet zeitversetzt, in schriftlicher Form auf einer SSL-verschlüsselten, web-basierten Lernplattform (MOODLE) statt.

onlineCoaching ist ein kostenpflichtiges Business-to-Consumer (b2c)-Angebot (<http://www.moodeln.de>). KundInnen können wählen, ob sie vor einem Coaching mit mir einen Termin haben oder telefonieren oder ob sie nur online mit mir kommunizieren wollen. Der Coaching-Prozess verläuft wie bei einem Präsenz-coaching in vier Phasen:

1. In der Vorbereitungsphase wird zunächst geklärt, ob das Anliegen, mit dem die KundIn Coaching nachfragt, von mir in einem (online)Coaching bearbeitet werden kann und ob die KundIn mit mir und dem Medium arbeiten will. Dies kann mündlich oder per E-Mail besprochen werden. Die Klärung des Anliegens führe ich aus Sicherheitsgründen und zur Nachlesbarkeit immer auf der Plattform durch.
2. In der Kontraktphase wird ein Kontrakt geschlossen über das Ziel, die Vorgehensweise, die Dauer und die Spielregeln.
3. In der Arbeitsphase erfolgt die ergebnisorientierten Bearbeitung der Themen und
4. in der Trennungsphase wird der Prozess beendet.

Diese Prozessbeschreibung ist allerdings idealtypisch, da die Erfahrung gezeigt hat, dass sich häufig Themen verändern, verschieben oder auflösen und dann wieder das Anliegen geklärt werden muss. Die KundInnen haben nach dem Ende noch drei Monate Zugang zu ihrem virtuellen Coachingraum zum Nachlesen oder für Rückmeldungen.

Natürlich können die KundInnen jederzeit Präsenzsitzungen mit mir vereinbaren, was sie in der Regel nicht wahrnehmen.

Die bisherigen Anliegen meiner KundInnen waren Klärungsprozesse zur beruflichen Neuorientierung (zum Beispiel nach Firmenverkauf oder – zusammenschluss) und Führungsthemen (wie zum Beispiel die ersten 100 Tage in einer neuen Position, Probleme mit einer Mitarbeiterin, einem Kollegen oder einem Vorgesetzten).

Im Folgenden setze ich mich zum einen mit Vorbehalten [3] gegenüber Online-Coaching auseinander, wie sie auch in dem Thread „Was ist Online-Coaching?“ auf dem Coaching-Board von Rauen [4] geäußert werden. Zum anderen möchte ich aufgrund meiner Erfahrungen aufzeigen, was die besonderen Potentiale von Online-Coaching sind. Der Klarheit halber gehe ich von einem Online-Coaching-Prozess ohne Face-to-Face-Kontakt (f2f) und mit SelbstzahlerInnen aus. Dabei möchte ich klären, ob diese Form des Coachings als eigenständige Coaching-Variante angesehen werden kann, oder ob sie eine Hilfsform des Coachings ist, die isoliert eingesetzt kein Coaching darstellt oder ersetzen kann (Rauen, 2008).

2. Die Coaching-Beziehung

Bei der Beurteilung von Online-Coaching wird meist von der Vorstellung ausgegangen, Coaching habe von Angesicht zu Angesicht stattzufinden. Dies führt dazu, dass alle anderen Formen von Coaching insbesondere mit Hinweis auf die Kanalreduktionstheorien als defizitär beschrieben werden und die besonderen Möglichkeiten nicht erkannt werden können. Dabei werden Behauptungen aufgestellt, die als Beleg dafür gelten sollen, dass Online-Coaching kein erfolgreicher professioneller Beratungsprozess sein kann.

Das Hauptargument gegen Online-Coaching ist, dass im virtuellen Raum keine tragfähige Beratungsbeziehung hergestellt werden kann. Es lässt die Vorstellung zu, dass nach einer geglückten Herstellung einer Beziehung face-to-face durchaus in besonderen Fällen der Coaching-Prozess online fortgeführt werden kann. Zuerst brauche es jedoch die wirkliche Begegnung mit allen Sinnen, die uns zur Verfügung stehen, um eine echte Beziehung herzustellen.

Aber wie entwickeln wir denn eine Beziehung zueinander? Doch darüber, dass wir mittels Kommunikation wiederholt in Kontakt miteinander gehen. Da auch computervermittelte Kommunikation zwischenmenschliche Kommunikation ist, handelt es sich auch hier um eine echte soziale Beziehung. „Der derzeitige Stand der Forschung bietet keinen Anlass anzunehmen, in cvK könnten sich keine Freundschaften entwickeln, könnte nicht gestritten und gelernt werden“ (Boos, o.J., S. 14).

Möglicherweise ist die Entwicklung einer tragfähigen Beratungsbeziehung online sogar leichter. So wurde zum Beispiel in einem Laborversuch festgestellt, „<...> dass online-Bekanntschaften sogar dann eine besondere Qualität haben können, wenn die Begegnung ohne Berücksichtigung bestimmter Persönlichkeitsmerkmale oder Interessen stattfand: Einander vorher unbekannte Probanden unterhielten sich paarweise ohne weitere Vorgaben online oder offline über einen festgelegten Zeitraum und wurden danach gefragt, wie sehr sie ihr Gegenüber mochten. Die online-Begegnungen resultierten in mehr Sympathie als offline-Begegnungen, sogar in bezug auf ein und dieselbe Person, die einmal online und einmal offline getroffen wurde, wobei den Teilnehmern suggeriert worden war, dass es sich um verschiedene Personen handelte. Bei anschließender inhaltlicher Betrachtung der Konversationen stellte es sich heraus, dass die Onliner schneller zur Sache gekommen waren und weniger Zeit mit allgemein-höflichem Smalltalk verbracht hatten. Online-Begegnungen sind also möglicherweise effektiver für die Beziehungsentwicklung. McKenna sieht dabei im online-Kontext u.a. eine

stärkere Tendenz am Werk, das eigene "wahre Selbst" ("real me") auszudrücken" (Langner, 2001, S. 4).

In einem Präsenzcoaching mag Vertrauen die notwendige Voraussetzung sein, dass KundInnen auch für sie schwierige Themen ansprechen können. Online stellt sich der Effekt der „psychologischen Anonymität“ (Schultze, 2007, S. 2f) ein. Ein Kunde beschreibt das so: *„Ich gehe sogar so weit zu sagen, dass ich Ihnen im Coaching Dinge offenbaren würde, die ich noch nicht einmal meinem besten Freund oder meiner Frau anvertrauen würde. Das liegt aber wohl an der ‚Schweigepflicht‘. Im online spricht man gleichsam mit einem „schlauem Spiegel“, der kritisch zuhört und Fragen stellt. Ist der Augenblick vergangen, ist auch das Spiegelbild verschwunden und es bleiben keine ‚Spuren‘. Es ist ein gutes, ein sicheres Gefühl!“*.

Einen weiteren Ansatzpunkt zur Erklärung, warum eine tragfähige Arbeitsbeziehung zwischen Coach und KundIn im virtuellen Raum hergestellt werden kann, liefert die Hyperpersonale Perspektive von Walther (2000). „Die Aussicht auf eine längere Kommunikationsbeziehung und das Vorhandensein positiver Erwartungshaltungen gegenüber Kommunikationspartnern, die wir noch nicht kennen, sorgen für die Entstehung eines besonders positiven Eindrucks, der im Face-to-Face-Kontext durch dissonante Nebensächlichkeiten womöglich getrübt wäre. Diese positive Erwartungshaltung und damit einhergehende Freundlichkeit wird vom Gegenüber wiederum mit entsprechend entgegenkommenden Reaktionen beantwortet, was die positive Imagination bestätigt“ (Döring, 2003, S. 170).

Übrigens sind als Wirkfaktoren im Coaching durch mehrere Untersuchungen nur die beiden Erfolgsfaktoren „Wertschätzung und Unterstützung der KundInnen durch den Coach“ und „Zielklärung im Coaching-Prozess“ bestätigt worden (Greif, 2008, S. 4). Beides lässt sich im Online-Coaching sehr gut umsetzen.

3. Hinweisreize

Sich in der Realität zu begegnen ist das Natürliche für den Menschen, also auch für den Coaching-Prozess, wird argumentiert. Schreibend zu coachen, wird als Reduzierung, als Kappen der Sinnesorgane beschrieben. Für den Coaching-Prozess wird es als unverzichtbar angesehen – auch von Coachs, die nicht mit NLP arbeiten – die diagnostischen Hinweise durch non- und paraverbale Signale wahrnehmen zu können, wie zum Beispiel zitternde Hände.

Dieses Argument verblüfft mich immer wieder, denn ich habe die Hauptzielgruppe des Coachings, die Führungskräfte, eher als sehr kontrolliert kennengelernt. Wenn es darum geht, das Gegenüber zu verstehen, sind Texte wie ein verschrifteter Dialog und nicht arm an Hinweisreizen, wenn man lesen kann (Knatz & Dodier, 2003). Auch haben Hinweisreize nicht nur einen positiven diagnostischen Wert, sondern lösen bei Coachs durchaus auch unreflektierte Reaktionen aus.

Aus Sicht eines Kunden ist es durchaus von Vorteil, beim Schreiben mit sich selbst konfrontiert zu sein und nicht meine Mimik zu sehen und darauf zu

reagieren. Und ein anderer schreibt: *„Ich gehe sogar soweit zu sagen, dass ich vermute, dass unsere Arbeitsbeziehung sich so wie sie heute ist, bei einem f2f nicht entwickelt hätte! Allein die – manchmal gar nicht bewussten - Unterschiede von Mann und Frau können Beziehungen beeinflussen (so verfällt ein Mann – insbesondere in Führungspositionen – in einen Reflex sich besonders zu ‚produzieren‘, das natürliche Imponiergehabe). Das online erleichtert es, eine eher neutrale Beziehung und somit eine sachlichere aufzubauen. Umgekehrt (Mann = Coach, Frau = Coachee) kann es vielleicht auch so sein, das kann ich aber nicht beurteilen – zumindest nicht beim Coaching. <...>: Man(n), oder zumindest ich, ertappt sich schon mal, dass man(n) einer Frau (ob Vortragende, ZuhörerIn oder GesprächspartnerIn) wo ganz anders hinschaut (Augen, Nase und auch weiter unten) und nicht nur ‚neutral‘ gegenübersteht. Umgekehrt sieht man(n) den Mann als Vortragender, Zuhörer oder Gesprächspartner auch mal als ‚Rivale‘ oder ‚Konkurrenten‘. Das ist beim online weniger ausgeprägt und stört nicht so sehr.“*

Im Online-Coaching könnte ein großer Vorteil gerade die „Anonymität“ des Coachs sein. Denn diese Situation führt zu einer „privaten Selbstaufmerksamkeit“, die die Konzentration auf die eigenen Standards und Werte unterstützt (Döring, 2003, S. 174ff).

4. Ungleichzeitigkeit statt Unmittelbarkeit

Der wesentliche Unterschied zwischen dem Präsenz- und dem Online-Coaching ist das Setting, nicht nur was die Kommunikation angeht, sondern auch den dadurch bedingten unterschiedlichen Ab- und Verlauf. Beim Präsenz-Coaching findet Coaching in einer bestimmten Zeit in einem bestimmten Rahmen statt und sollte natürlich auch Wirkung entfalten in der coachingfreien Zeit. Im Online-Coaching findet Coaching statt, wenn die KundIn schreibt, liest, reflektiert und wieder schreibt, zum passenden Zeitpunkt, im passenden Umfang (inhaltlich wie zeitlich) und in der passenden Geschwindigkeit. Und auch wenn ich lese und schreibe. In dieser Ungleichzeitigkeit liegen Vorteile:

„Was in meinen Augen schneller geht, ist der Informationsaustausch beim f2f. Der Vorteil beim online ist, dass man mehr Zeit bei der Formulierung seiner Antworten in Anspruch nimmt. Das führt dazu, dass man quasi alles doppelt im Kopf bearbeitet. Man hat also mehr Zeit zum mehrfachen Überdenken.“

„Ich glaube Präsenz-Coaching wäre anders gelaufen, aber ob erfolgreicher? Vielleicht schneller. Aber ob dann auch die Nachhaltigkeit gegeben wäre? Wie häufig kommt man von Seminaren oder Schulungen und nach weniger als 4 Wochen hat man mehr als 80% schon wieder nicht mehr im Kopf. Da ist das online anders, da man sich viel intensiver damit beschäftigen muss. Ein Satz ist schnell gesprochen, aber man braucht ein Vielfaches an Zeit, um ihn zu schreiben – und um diesen Zeitfaktor länger beschäftigt man sich auch damit!“

„Mir hat es damals geholfen, selber entscheiden zu können, wann ich den Coaching-Raum online aufsuche und wann ich diesen auch wieder verlasse. Manchmal habe ich auch einfach ein paar Tage Zeit für mich benötigt, um über

Fragen von Ihnen nachzudenken, Antworten zu finden oder Klarheit zu gewinnen."

Das Besondere am onlineCoaching ist „<...> für mich die Unabhängigkeit von Zeit, Ort und persönlichen Stimmungen bzw. Befindlichkeiten."

„Ich war sehr flexibel. Den Zeitpunkt und die Dauer jederzeit selbst bestimmen zu können, war für mich sehr gut. Die Fragen und Anregungen von Dir konnte ich in mir so lange arbeiten lassen, wie es eben notwendig war, und ich war nicht auf eine bestimmte Zeit festgelegt. Ich konnte den Zeitpunkt wählen, der mir einerseits am besten in den Terminkalender passte und andererseits am besten zu meiner Stimmung und Lust. Und alles was mit Lust gemacht wird, wird bekanntlich besonders gut."

Als Coach schätze ich vor allem, dass ich mir für meine Interventionen Zeit nehmen kann und nicht sofort reagieren muss.

5. Das Schreiben

Das Schreiben, für manche das Abschreckende am Online-Coaching, ist aus meiner Sicht das Besondere und Wertvolle.

Durch das Schreiben entlastet sich die KundIn, schafft Distanz, strukturiert, sortiert, überprüft, setzt sich mit seinem Thema auseinander.

Anders als im Face-to-Face-Kontakt hat im Online-Coaching der Text bereits spiegelnde Wirkung. Indem die KundIn das Geschriebene liest, wird ein Prozess der Selbstreflexion angeregt. So konnte ich immer wieder lesen, wie KundInnen beim Lesen ihres selbst produzierten Textes zu Erkenntnissen und Einsichten kamen. Das Schreiben übt, nicht nur Gedanken, sondern auch Gefühlen Ausdruck zu verleihen.

Die Selbstreflexionsfähigkeit entwickelt sich weiter: *„Sie werden mich sicherlich fragen <...>"*

Auch den Missverständnissen wird etwas Positives abgewonnen, denn *„<...> dafür kommen dadurch auch Dinge ‚hoch‘, die in einem persönlichen Gespräch nicht bewusst würden"*.

Mit „Drumherumreden“, „Nicht-auf-den-Punkt-Kommen“ sieht sich die KundIn „schwarz auf weiß“ konfrontiert, und auch der Schreibaufwand bringt die KundIn dazu, prägnanter zu werden. Eine Begleiterscheinung ist, dass der schriftlichen Kommunikation mehr Aufmerksamkeit gegeben wird. Ein Effekt, der nicht unerheblich ist, wenn computervermittelte Kommunikation zum beruflichen Alltag gehört.

„Ich persönlich find auch immer toll später wieder meine Texte zu lesen, es macht u.a. die persönlichen Entwicklungsschritte deutlicher, man hat es schwarz auf weiß. Das ‚Gesagte‘ ist nicht vergessen."

Außerdem ist es möglich, auch in der computervermittelten Kommunikation nicht nur an der Oberfläche zu bleiben:

„<...> Sie haben mit Ihren Fragen und Anregungen für mich ins Schwarze getroffen und damit den Klärungsprozess zu dem Thema sehr unterstützt.“

„<...> mit einer unglaublichen Antenne ausgestattet für das, was ich manchmal gerne zwischen den Zeilen verborgen hätte. Und gerade das war so wichtig: mich selbst darüber nicht weiter im Unklaren zu lassen, denn sonst hätte ich nur oberflächlich ‚gefeilt‘, statt die grundlegende Form zu überdenken.“

„Sie haben es geschafft, dass ich über mich selbst nachdenke und reflektiere. Und es ist Ihnen gelungen, den einen oder anderen ‚blinden Fleck‘ bei mir aufzudecken.“

„Einen weiteren großen Vorteil bietet das onlineCoaching dadurch, dass alles in schriftlicher Form abläuft. So war ich gezwungen, meine Gedanken, Überlegungen auf den Punkt zu bringen. Ich konnte nicht, wie es leicht in einem Gespräch passiert, um den ‚heißen Brei herumreden‘ oder auch eben gemachte Aussagen schnell wieder relativieren oder sonstige Tricks anwenden. Es war immer die Essenz. Deine Fragen, Anregungen und Hinweise trafen zudem immer den Punkt, veranlassten mich weiter zu denken, umzudenken, hinzuspüren, anders zu schauen, genau hinzuschauen und brachten mich dadurch schnell weiter.“

6. Die Rolle des Coachs im Online-Coaching

Meine KundInnen sind hochkompetente erwachsene Menschen, die einen aktuellen Klärungsbedarf haben, bei dem sie sich Unterstützung wünschen, für die sie bezahlen. Ich gehe davon aus, dass sie an ihrem Anliegen arbeiten wollen und dass sie mir deshalb auch mitteilen was sie bewegt. Vertrauen entwickelt sich im virtuellen Kontakt vor allem dadurch, dass Absprachen eingehalten werden (Dzyek, 2005). Das bedeutet, dass ich das Anliegen meiner KundInnen ernst nehme und mich nicht ungefragt in Dinge einmische, die durch unseren Kontrakt nicht gedeckt sind. Ich kann online nur coachen, wenn ich von den Ressourcen meiner KundInnen ausgehe und daran anknüpfe.

Ich arbeite mit den Menschen mit Hilfe von Texten, die bei mir Bilder über die Personen auslösen. Durch diese Distanz ist es möglicherweise leichter als im direkten Kontakt, sich seiner eigenen Annahmen und Vorurteile bewusst zu werden. Diese Selbsterkenntnisse sind nicht immer angenehm.

Die Verschriftlichung und damit Transparenz und Nachvollziehbarkeit bedeutet auch für den Coach ein Festlegen, ein Überprüft-werden-Können. KundInnen haben keine Schweigepflicht.

Im Online-Coaching habe ich wenig Kontrolle. Dies muss ich berücksichtigen und auch aushalten können, denn ich weiß nicht, wann und in welcher Verfassung meine KundInnen meine Antworten lesen oder wann sie antworten.

7. Grenzen und Möglichkeiten von Online-Coaching

Wer sich online coachen lässt, muss reflektieren. Wer das vermeiden will, sollte es gar nicht erst anfangen. Das gilt auch für alle, die nicht Position beziehen oder sich festlegen wollen.

Online-Coaching ist nur für jemanden mit einer gewissen Lust am Schreiben sinnvoll. Nach meiner Erfahrung mit dem Einsatz von Lerntagebüchern kann man diese Lust durchaus auch erst entdecken, wenn man mit dem Schreiben anfängt.

Es ist ein Irrtum zu meinen, Online-Coaching sei eine schnelle Beratung. Ein Anliegen wie zum Beispiel „Zwei meiner Mitarbeiterinnen machen Jobsharing und die eine kommt immer heulend zu mir und nun muss was passieren!“ kann man wahrscheinlich angemessen in einer Sitzung f2f bearbeiten. Online dauert dieser Prozess deutlich länger.

Online-Coaching eignet sich nach meiner Erfahrung vor allem für persönliche Klärungsprozesse, die auch ihre eigene Zeit brauchen.

Menschen, die - aus welchen Gründen auch immer - örtlich oder zeitlich unabhängig sein wollen, haben einen Zugang zu einem professionellen Coaching-Angebot.

Online-Coaching scheint mir besonders geeignet für eine „anlassfreie“ Beratung. Bei meiner Arbeit mit Führungskräften stelle ich immer wieder fest, dass Beziehungen zu anderen, in denen Nachdenken erlaubt ist, aus ganz unterschiedlichen Gründen knapp werden. Sie möchten ihren Coachingraum oft auch über die drei Monate nach Beendigung des Prozesses offen halten. Vielleicht ermöglicht das einen niederschweligen Einstieg in eine „anlassfreie Beratungsarbeit“. Denn „Stabilität ist dieser Tage im Außen, in den Organisationen, Regelwerken und ‚Verhältnissen‘ nicht mehr leicht zu finden, sie muss mehr und mehr innen gesucht werden. Damit geschieht Beraterisch der Übergang von kurativer zu präventiver Arbeit, im Verzicht auf die Effekte wird der machende, bewirkende Magier zum bloß seienden Gefährten“ (Loos, W., 2006, S. 125).

8. Fazit

Möglicherweise trägt folgende Einordnung des Online-Coachings zur Erklärung, Versachlichung und Weiterentwicklung bei. Buer unterscheidet in der professionellen Beziehungsarbeit zwischen Formaten, wie z.B. Coaching, und Verfahren, wie z.B. personenzentrierte Gesprächsführung: „Formate stellen einen institutionalisierten Rahmen für dieses Beziehungsgeschehen dar, an den sich die Nachfrager, die Anbieter, die Ausbilder, die Geldgeber und andere Interessierte halten können. Sie haben konservative Wirkung und dienen der Absicherung. Verfahren <...> werden dagegen einzeln oder in Kombination in diesen Formaten eingesetzt, um die dort stattfindenden Lernprozesse nach bestimmten Regeln steuern zu können. Sie haben eine flexibilisierende Wirkung und dienen der Aktivierung“ (Buer, 2007a, S. 283). In der Praxis gibt es das eine nicht ohne das andere. Und zwischen Formaten und Verfahren gibt es eine Spannung: „Denn

Formate sichern ab, Verfahren verunsichern. Formate entstehen innerhalb der gesellschaftlichen Konventionen, Verfahren bringen subversives, emanzipatorisches Begehren der Subjekte zum Ausdruck“ (a.a.O., S. 284).

Coaching ist ein Format und Online-Beratung ist meines Erachtens dabei, sich als Verfahren zu etablieren. Ein Verfahren, das sich nach meinen Erfahrungen in hervorragender Weise eignet, KundInnen durch eine intensive und systematische Förderung ergebnisorientierter Reflexionen und Selbstreflexionen in ihrer bewussten Veränderung und Entwicklung zu unterstützen.

Anmerkungen

[1] Die Bezeichnung Online-Coaching verwende ich, wenn ich allgemein von einem schriftlichen, computervermittelten Coaching-Prozess schreibe. Wenn von meinem Angebot die Rede ist, schreibe ich von onlineCoaching.

[2] Ein guter Überblick über das Online-Beratungsangebot findet sich unter <https://www.beranet.de> [28.02.2009].

[3] Bei den Diskussionen mit Coachs und PersonalentwicklerInnen über das Online-Coaching irritieren mich besonders die apodiktischen Aussagen. Die jahrelangen Erfahrungen mit Online-Beratung im psychosozialen Bereich werden ignoriert oder abgewertet als nicht übertragbar auf das Coaching. Es gibt nur eine handvoll Online-Coachs mit einem transparenten professionellen Angebot, und Coaching im Netz ist sicherlich nicht für alle KundInnen attraktiv. Trotzdem ist Online-Coaching offensichtlich ein Thema: Der Thread „Was ist Online-Coaching“ auf dem Coaching-Board ist inzwischen über 30.000 Mal aufgerufen worden, gefolgt von über 14.000 Aufrufen des Threads „Erfolgsfaktoren Coaching / Therapie (Studie?)“ Eine vergleichbare Auseinandersetzung zum Beispiel mit dem Einsatz von Tieren im Coaching habe ich nicht entdecken können.

[4] Dieser Thread ist zu finden unter: <http://www.coaching-board.de/viewtopic.php?t=321&sid=d3147233e01cc28facb795a6655ae98d> [28.02.2009]

Literatur

Boos, M. (o.J.). Sozialpsychologische Grundlagen computervermittelter Kommunikation. Verfügbar unter: <http://lnhf.gwdg.de/ciwm/dokumente/cvK-Grundlagen.pdf> [28.02.2009].

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Göttingen: Hogrefe-Verlag.

Dzyek, W. (2005). Vertrauen in Internetangebote. Verfügbar unter: <http://kups.uni-koeln.de/volltexte/2006/1606/> [28.02.2009].

Englert, H. (2002). Online-Psychotherapie. Bildschirm statt Couch. Gehirn & Geist, 3, 28-29.

Greif, S. (2008). Die härtesten Forschungsergebnisse zum Coaching-Erfolg. Coaching-Magazin, 3, 46-49. Verfügbar unter: http://www.rauen.de/coaching-magazin/coaching-magazin_2008-03.pdf [28.02.2009]

Greif, S. (2008). Coaching und ergebnisorientierte Selbstreflexion. Göttingen: Hogrefe.

Jellouschek, H. (2002). „Was dem Einzelnen nützt, ist auch für das Unternehmen ein Gewinn“. Psychologie Heute, 4, 40-43.

Knatz, B. & Dodier, B. (2003). Hilfe aus dem Netz. Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta.

Langner, I. (2001). Die ganze Vielfalt des Netzes in zwei Tagen? Bericht von der 4. German Online Research am 17./18. Mai 2001 in Göttingen. Verfügbar unter: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/T5_2001_Langner.pdf [28.02.2009].

Loos, W. (2006). „Ich würde gerne weitermachen“. Vom problemorientierten Coaching zur anlassfreien Beratungsarbeit über längere Zeit. OSC Organisationsberatung Supervision Coaching, 2, 121-126.

Rauen, Ch. (2008). Die Coaching-Beziehung – mehr als eine Ratschlägerei? Verfügbar unter: http://www.coaching-newsletter.de/archiv/2008/2008_08.htm [28.02.2009]

Schultze, N.G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internetberatung. E-beratungsjournal.net [online], 1 (8). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/schultze.pdf [28.02.2009]

Walther, J.B. (2000). Die Beziehungsdynamik in virtuellen Teams. In M. Boos, K.J. Jonas & K. Sassenberg (Hrsg.), Computervermittelte Kommunikation in Organisationen (S. 11-25). Göttingen: Hogrefe.