

6. Jahrgang, Heft 2, Artikel 2 – Oktober 2010

(Online-)Beratung soziotechnisch betrachtet

Maike Hecht

Zusammenfassung

Online-Beratung hat sich in der vergangenen Dekade von einem exotischen zu einem weitgehend anerkannten Angebot vieler Beratungsstellen gewandelt. Im Zuge dieser Institutionalisierung wurden Anwendungsgebiete, Qualitäts- und Kompetenzanforderungen intensiv diskutiert, was in der Etablierung erster Standards und Ausbildungsprofile mündete. Im Gegensatz dazu hat sich die eingesetzte Technik und ihre Gestaltung in den vergangenen zehn Jahren nur wenig verändert – wenngleich gerade das Internet als ein hochdynamisches Medium gilt, das sowohl auf der technischen als auch auf Seiten der Nutzungsgewohnheiten in dieser Zeit durchaus einen Veränderungsprozess durchgemacht hat. Dieser Artikel betrachtet Online-Beratung aus einer Entwicklerperspektive und lenkt den Blick auf Alternativen zur derzeitigen starken Orientierung an den etablierten Tools E-Mail, Chat und Foren. Er schlägt eine ausführliche soziotechnische Anforderungsanalyse vor, die eine genaue Erhebung der Bedarfe des sozialen Systems ebenso enthält wie eine detaillierte Auseinandersetzung mit den besonderen Eigenschaften des Mediums Internet und ihrer möglichen Nutzung in der und für die Beratungsarbeit.

Keywords

Soziotechnische Gestaltung, Design, Technologie, Interaktion, Material, Theorie

Autorin

- **Maike Hecht**
- Kulturwissenschaftlerin und Informatikerin und arbeitet am Fachbereich Informatik der Universität Bremen in der Arbeitsgruppe „Soziotechnische Systemgestaltung und Gender“. Neben Onlineberatung gehören der Einsatz ethnographischer Verfahren im Entwicklungsprozess und die partizipative Gestaltung soziotechnischer Systeme zu ihren Forschungsschwerpunkten. Dem Artikel liegen neben den angegebenen Quellen empirische Erkenntnisse aus der teilnehmenden Beobachtung einer Fortbildung für BeraterInnen und aus ExpertInneninterviews mit rund zwanzig BeraterInnen zugrunde.
- **Kontakt:** Maike Hecht
Universität Bremen
Bibliothekstr.1
D-28359 Bremen
E-Mail: hecht@informatik.uni-bremen.de
Web: <http://www.informatik.uni-bremen.de/soteg>

1. E-Mail, Chat & Foren – Von der Dominanz etablierter Tools in der Online-Beratung

Mitte der 1990er Jahre entdeckten Beratungsstellen das Internet als ein neues Medium für ihre Tätigkeit. Pionierarbeit leisteten im deutschsprachigen Raum beispielsweise die Telefonseelsorge (Wenzel, 2008a) und Pro Familia (Zimmermann, 2002), die zu dieser Zeit die Möglichkeit von „Onlineberatung der

1. Generation“ (Wenzel, 2008, S. 31) in Form von E-Mail-Austausch zwischen BeraterInnen und KlientInnen eröffneten. Ob sie dabei dem Drängen von Ratsuchenden nachgaben oder ob Experimentierfreude in den Organisationen zu den ersten Angeboten geführt hat, kann retrospektiv nicht mehr zuverlässig rekonstruiert werden (Kühne, 2009, S.3). Während in den Folgejahren die Nutzung des Internets zu einer immer stärkeren Selbstverständlichkeit im Alltag einer steigenden Anzahl von Menschen wurde [1], kamen weitere Online-Beratungsstellen in unterschiedlichen Praxisfeldern hinzu. Gleichzeitig bildete sich eine interessierte Community, die zunächst vor allem die Existenz(berechtigung) von Online-Beratung als solche, später spezifische Beratungskompetenzen (u.a. Kühne, 2008), Qualitätsstandards (u.a. Knatz, 2006), Aspekte von Datenschutz und Datensicherheit (u.a. Wenzel, 2008) etc. diskutierte. Diese Diskurse arbeiten die praktischen Erfahrungen aus der Anfangsphase auf, in der das Ausprobieren und Experimentieren an erster Stelle stand und in der die Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation und ihre Ansprüche an die Organisation und Durchführung von Online-Beratung erst nach und nach sichtbar und beschreibbar wurden. Zusätzlich zu empirischen Befunden wurden und werden theoretische Konzepte und Modelle reflektiert, die sich aus der Sicht unterschiedlicher Disziplinen mit dem Thema Onlinekommunikation auseinandersetzen (vgl. Brunner, 2009).

Während der Einfluss der Spezifika des Mediums Internet auf das Kommunikationsverhalten ausgiebig thematisiert wird, spielen technische Gestaltungsfragen bisher eine stark untergeordnete Rolle (mit Ausnahme der Debatte um Datenschutz und Datensicherheit (s.o.)). Die derzeit üblichen „Anforderungsanalysen“ zielen primär auf ein Abwägen zwischen den drei Onlinekommunikationsmedien E-Mail, Chat und Onlineforen. Insbesondere die individuelle „E-Mail-Beratung“[2] (u.a. Knatz & Dodier, 2003) hat sich durchgesetzt, so dass dieser Begriff heute vielfach synonym zu „Onlineberatung“ verwendet wird. Der Beratung über offene Onlineforen (u.a. Ludwig, 2004) ist ein sehr unterschiedlicher Erfolg beschieden worden, sie hat sich heute vor allem in der Jugendberatung etabliert (Brunner u.a., 2009, S.88). Der einem persönlichen Gespräch nachempfundene, schriftbasierte Chat [3] (u.a. Götz, 2003) wird eher vorsichtig eingesetzt (Hintenberger 2006, S.11) – vielleicht da er als zeitlich synchrone Anwendung nicht die Zeitunabhängigkeit anderer Onlinekommunikation bietet und damit eine feste Bindung von Ressourcen bedingt. Diese drei Tools dominieren bis heute die praktische Umsetzung von Online-Beratungsszenarien, obgleich keines von ihnen explizit für diesen Anwendungskontext entwickelt worden ist – sie sind vielmehr die „Urelemente“ der Onlinekommunikation, die schon zu Beginn der Konstituierung der Online-Beratung allgemein gut eingeführt und mit vergleichsweise geringem Aufwand zu realisieren waren. Statt einer exklusiven Auswahl entscheiden sich viele Beratungsstellen mittlerweile allerdings für ein paralleles Angebot von mindestens zwei der drei Optionen (z.B. Bildungsberatung Berlin 2009). Entsprechend sind die ersten proprietären Systeme für Online-Beratung gestaltet

(z.B. beranet, 2009), die neben vielen Eigenentwicklungen mittlerweile verfügbar sind.

Kühne (2009) beschreibt in seinem aktuellen Überblick zur Online-Beratung die Entwicklung dieses Feldes als eine Reaktion auf „technische Machbarkeit“, die einen „Innovationsimpuls“ setzte (Kühne, 2009, S.3f). Unter dieser Prämisse wird die enge Bindung an vorhandene Lösungen in der Anfangsphase verständlich und nachvollziehbar. In der Weiterentwicklung produziert eine ausgeprägte Toolorientierung [4] jedoch einen toten Winkel, der sich zu einem Hemmschuh entwickeln kann: Häufig wird zu wenig beleuchtet, dass es sich bei der Einführung einer Technologie stets um einen soziotechnischen Prozess (siehe Kapitel 2) handelt, der als Veränderungsprozess sowohl technisch als auch sozial gestaltet werden muss. Jedes neue „Werkzeug“ fordert bestimmte Abläufe und beeinflusst bestehende Beziehungen und Konstellationen (s.a. Engel 2002 im Zusammenhang mit Beratung). Es bietet nur eine endliche Menge an Handlungsoptionen, schreibt bestimmte Annahmen ein und legt Spielräume fest. Findet statt einer dezidierten Anforderungsanalyse, die außer nach dem „wie“ und „womit“ (Kollek, 2006, S.2) auch nach „warum“, „wozu“ und „mit welchen Folgen“ fragt, nur eine Auswahl aus bekannten Alternativen statt, ist das Risiko hoch, am konkreten Bedarf der jeweiligen Organisation, ihrer MitarbeiterInnen und KlientInnen vorbeizuplanen und/oder eine unzureichende Lösung für ihr Anliegen anzubieten (deren Zusammenhang mit der eingeführten Technik im Nachhinein unter Umständen nur noch schwer erkennbar ist). Gleichzeitig droht eine auf Toolauswahl ausgerichtete Anforderungsanalyse vorhandene Potentiale zu verschenken. Dies gilt sowohl in Bezug auf die Möglichkeiten, die das Medium Internet bietet und deren Nichtnutzung in Abständen immer wieder moniert wird (vgl. Wenzel, 2008, S.20), als auch in Bezug auf eine nachhaltige Angebotsentwicklung, die leicht an zukünftige technische Neuerungen angepasst werden kann. Dagegen kann eine an einen soziotechnischen Blickwinkel ausgerichtete Auseinandersetzung mit der Option Online-Beratung breiter ansetzen und eine genauere Anpassung an die erhobenen Bedürfnisse vornehmen.

2. Beratung als soziotechnisches System I: Forderungen des sozialen Systems

Die Grundannahme der soziotechnischen Systemgestaltung ist es, technische [5] und soziale Strukturen als Subsysteme eines gemeinsamen Arbeitssystems zu betrachten, die ineinander greifen und sich wechselseitig beeinflussen (vgl. u.a. Mumford 2003, S.23ff). Aus diesem Grunde wird die Einführung oder Reorganisation von Technik nicht isoliert, sondern als ein Veränderungsprozess betrachtet und konzipiert, der die gesamte Organisation, ihre Strukturen und ihre Einbindung in externe Systeme betrifft. Der Anspruch einer holistischen Herangehensweise ist dabei sowohl auf Effizienz als auch auf Arbeitszufriedenheit und ausreichende Freiräume der direkt beteiligten Individuen ausgerichtet (Mumford 1987, S. 67), da Technik als Variable „sowohl die Fähigkeit des

Individuums oder der Gruppe [beeinflusst], die eigenen persönlichen Bedürfnisse zu erfüllen, als auch die Fähigkeit der Organisation, erfolgreich mit ihrer wirtschaftlichen Umwelt zu interagieren" (Mumford & Welter, 1984, S.7). Ein soziotechnischer Analyseansatz setzt die genaue Kenntnis des sozialen Systems mit seiner Zielsetzung, seinen Arbeitsweisen, seiner Interaktion mit anderen Systemen und seiner Einbettung in übergeordnete Systeme voraus, um Konzepte für einen passenden Technikeinsatz vorschlagen zu können. Für Beratungsstellen, die Online-Beratung einführen oder ihr bereits bestehendes Angebot restrukturieren möchten, bedeutet die Hinwendung zu einer stärker soziotechnischen Systementwicklung [6] deshalb, inne zu halten und die Antwort „Wir möchten Online-Beratung einführen!“ zunächst zurück zu stellen. Stattdessen kehren sie zur grundlegenden Zielsetzung ihrer Organisation zurück: „Welches Angebot wollen wir wem mit welchen Ressourcen machen?“ Die Beantwortung dieser Frage bedingt sowohl einen Abgleich mit der aktuellen Situation als auch einen Ausblick auf die gewünschte zukünftige Entwicklung.

Beratung ist als „Interaktion zwischen zumindest zwei Beteiligten, bei der die beratende(n) Person(en) die Ratsuchende(n) – mit Einsatz von kommunikativen Mitteln – dabei unterstützen, in bezug auf eine Frage oder auf ein Problem mehr Wissen, Orientierung oder Lösungskompetenz zu gewinnen" (Sickendiek u.a., 1999, S.14) zunächst vor allem ein sozialer Prozess. Dieser ist in den vielen Fällen in das Gesamtgefüge einer Organisation, der Beratungsstelle, eingebettet. Für eine soziotechnische Analyse ist es deshalb wichtig, diese beiden Ebenen – zum einen die konkrete Beratungssituation, zum anderen die organisatorische Struktur – und ihr Zusammenspiel genau zu verstehen. Als dritte Ebene beeinflusst die externe Einbindung, beispielsweise Zusammenschlüsse mit anderen Beratungsstellen in Netzwerken, das Geschehen. Dazu gehören auch allgemeine politische Rahmenbedingungen und Entwicklungen, aus denen zum Beispiel auf die Tendenz der zukünftigen finanziellen Ausstattung durch öffentliche Gelder oder die Beschäftigung der Öffentlichkeit mit dem Thema Beratung, geschlossen werden kann. Die Anforderungen dieser Ebene und ihre Einflüsse auf die Arbeit in der konkreten Organisation gilt es ebenfalls wahrzunehmen.

Die Frage nach einem möglichen Technikeinsatz tritt während der Analyse des sozialen Systems erst einmal weit in den Hintergrund. Stattdessen sollten Beratungsstellen, bevor sie sich für Online-Beratung entscheiden, in einem ersten Schritt ihre Selbstdefinition betrachten und herausfinden, wie gut sie ihren eigenen Ansprüchen aktuell gerecht werden: Wird die anvisierte Zielgruppe erreicht? Erzielt die Beratung die gewünschten Erfolge bei den betreuten Ratsuchenden? Stehen die BeraterInnen hinter dem Selbstbild der Organisation? In einem zweiten Schritt folgt die Annäherung an das gewünschte (oder ggf. auch von außen erzwungene) Entwicklungsziel, das dem angestrebten Veränderungsprozess zugrunde liegt: Welche Zielgruppe möchten wir zukünftig (zusätzlich oder alternativ) beraten? Verlagern wir unseren Themenschwerpunkt bzw. nehmen wir neue Themenfelder hinzu? Welche qualitativen und

quantitativen Ansprüche stellen wir an unsere Arbeit? Wie möchten unsere MitarbeiterInnen zukünftig arbeiten?

Noch bevor Lösungsalternativen konzipiert werden, lenkt der dritte Schritt die Aufmerksamkeit auf aktuelle und zukünftige Rahmenbedingungen auf mehreren Ebenen: Mit welchen Ressourcen kann die Organisation rechnen? Wie steht es um die Einbettung in ein Netzwerk bzw. um die Kooperation mit PartnerInnen? Welche Annahmen lassen sich über das politische Klima, seine Entwicklung und seine Auswirkungen auf die Arbeit der Organisation machen?

Erst in einem vierten Schritt werden unter der Berücksichtigung der Zielsetzung und der Rahmenbedingungen sowie in einer Auswertung der derzeitigen Situation Überlegungen angestellt, mit welchen Mitteln und auf welchem Weg der Veränderungsprozess in der gewünschten Richtung umgesetzt werden kann. Neben der vorläufig endgültigen Definition der Anforderungen ist es in diesem Schritt unter Umständen wichtig, Ziele zu modifizieren, indem Zielkonflikte – beispielsweise die gleichzeitige Entlastung der MitarbeiterInnen und die Ausweitung der Zielgruppe bei aktuell hoher Auslastung und gleichbleibenden finanziellen Ressourcen – behoben und feststehende Rahmenbedingungen einkalkuliert werden. Die in diesem Schritt erarbeiteten Lösungen können sowohl sozialer als auch technischer Natur sein oder – und das ist häufig der Fall – Elemente von beiden aufweisen. Für einen fundierten Abgleich zwischen Bedarf und Lösungsalternativen ist es dabei unabdingbar, neben den Anforderungen des sozialen Systems auch zur Verfügung stehende technische Angebote gut zu kennen.

3. Beratung als soziotechnisches System II: Angebote der Internettechnologie

Nachdem Ratgeberliteratur und Telefonberatungen bereits seit langem verfügbar sind, bieten heute Internettechnologien eine weitere Ergänzung des Angebots bzw. der Reichweite von beratenden Institutionen. Den Einsatz des Internets in der Beratung unterteilt Eichenberg in die Nutzung des Internets als „Medium der Information“[7] und als „Medium der Kommunikation“ (Eichenberg 2004) und unternimmt damit eine Einteilung, die so für die meisten aktiven Angebote noch heute gültig ist: Webauftritte präsentieren das Angebot einer Organisation und bieten ein breites Spektrum an Informationen zu ausgewählten Themenfeldern, Datenbanken unterstützen die Individualisierung der Inhalte und Kommunikationswerkzeuge bieten einen direkten Draht zu BeraterInnen – und manchmal auch zu anderen NutzerInnen. Das Alleinstellungsmerkmal des Computers im allgemeinen und des Internets im besonderen ist jedoch, dass er/es vor allem als interaktives Medium gilt (vgl. Schelhowe, 1997, S.158ff), das es der/dem NutzerIn erlaubt, sich aktiv einzubringen und Inhalte zu gestalten - sowohl allein als auch in Interaktion mit anderen AnwenderInnen. Aus diesem Grund lässt sich fragen, auf welche Weise das Modell von Eichenberg (Eichenberg 2004) und die Nutzung des Internets in der Beratung um eine Ebene des

„Interaktiven Mediums“ ergänzt werden können. Anwendungsbeispiele für diese Ebene kursieren bereits unter dem Stichwort „Beratung 2.0“ und ähnlichem, erste Reflexionen finden sich unter anderem bei Berger & Casper (2008). Interaktive Elemente können den Spielcharakter vieler Internetanwendungen nutzen, um die Auseinandersetzung mit der eigenen Person anzuregen. Sie können Beratung und Beratungsprozesse transparenter machen und „entmystifizieren“, indem sie einzelne Schritte und Vorgehensweisen detailliert beschreiben und damit Menschen die Ungewissheit nehmen, was in einer Beratungssituation auf sie zukommen kann.

Der autonome Zugriff auf diese Anwendungen korrespondiert theoretisch durchaus mit Ansprüchen von BeraterInnen an ihre Arbeit, in der sie sich um individuelle Chancennutzung und die eigenständige Gestaltung von Handlungsspielräumen bemühen (Nestmann, 2004, S.726). Letzteres wird durch die Online-Beratung intensiviert und weiter als zuvor in die Hände der Ratsuchenden gelegt. Gleichzeitig fordert es aufgrund des fehlenden menschlichen Korrektivs zu einer besonders sensiblen Entscheidungsfindung und Gestaltung heraus. Im Gegensatz zu Kommunikationsanwendungen, bei denen die Beratung in Anlehnung an die bekannte F2F-Beratung in Form einer direkten Auseinandersetzung zwischen BeraterIn und RatsuchendeM stattfindet, sollte für interaktive Elemente genau analysiert werden, welche bisher in der Beratung eingesetzten Methoden auf die neuen Technologien übertragbar bzw. für diese anpassbar sind, um Ratsuchenden neue Sichtweisen und Zugänge zu ihren eigenen Wünschen und Fähigkeiten zu ermöglichen. Beispielsweise könnten im Sinne einer ressourcen- und lösungsorientierten Beratung Ratsuchende über Skalierungsfragen Unterstützung bei der Einschätzung ihrer derzeitigen Situation erhalten, mit Hilfe von Szenarien unterschiedliche Optionen abwägen oder eine Zielvereinbarung mit sich selbst abschließen. Sinnvolle Testverfahren könnten bei der Suche nach eigenen Kompetenzen vermitteln (bspw. Kobra, 2009), auf deren Grundlagen Informationen individuell aufbereitet und weiterverarbeitet werden. Inwiefern diese Lösungsansätze tragen, hängt jedoch stark mit dem Selbstverständnis der beratenden Organisation, mit ihrer Klientel, dem Themenspektrum ihrer Beratungsangebote und nicht zuletzt auch mit der Gestaltung der Anwendungen zusammen.

Anhaltspunkte für einen Vergleich von Anforderungen und technischem Lösungspotential bieten sowohl eine genaue Betrachtung der charakteristischen Merkmale der Technologie als auch ein Abwägen zwischen den unterschiedlichen Ebenen, auf denen das Internet Beratung unterstützen kann. Es ist denkbar, dass in vielen Fällen vor allem eine Kombination unterschiedlicher Angebote ein zielführendes Konzept darstellen kann. Eine besondere Stärke des Mediums Internet liegt in der Fülle der existierenden und sich weiter entwickelnden Anwendungen für die unterschiedlichen Ebenen der Information, Kommunikation und Interaktion, eine zweite darin, dass es einen beinahe nahtlosen Wechsel zwischen ihnen zulässt. So kann, während zwei Personen miteinander kommunizieren, leicht Informationsmaterial gezeigt, aber auch ohne

Zeitverzögerung gemeinsam oder nur von einer der Beteiligten verändert werden. Ebenso einfach ist es technisch möglich, weitere Personen „zuzuschalten“ oder die Ergebnisse der Kommunikation für andere dauerhaft sichtbar zu machen. Dies ist u.a. darin begründet, dass die Nutzung von Internettechnologie in der Beratung zu einer unmittelbaren und zuvor unbekanntem Materialisierung der Beratungsinhalte in Form schriftsprachlicher Dokumente (und weitergedacht auch in der Erstellung anderer direkt erstellter oder hochgeladener Artefakte wie z.B. Zeichnungen, Photos etc.) führt. Im „Zeitalter ihrer digitalen Reproduktion“ (Engel, 2002) wird Beratung als Online-Beratung so auf eine neue Art und Weise greifbar: Teile des Erkenntnisprozesses, gewonnener Ein- und formulierter Absichten bleiben über den Entstehungsmoment hinaus sicht- und beliebig häufig (wieder) einsehbar. Dies führt nicht nur dazu, dass der technisch einfach mögliche Wechsel von Personenkonstellationen in der Beratung – zwischen professioneller Beratung, Beratung durch Peers und Selbstberatungselementen – weiter erleichtert wird, sondern ist auch ein Beispiel dafür, dass sich die Natur der Beratung im Zuge eines erweiterten Technikeinsatzes selbst verändert (Engel, 2004, S.498).

Die permanente Erzeugung von Material in der elektronisch vermittelten Beratung ermöglicht deren Nutzung auf vielfältige Weise und wirft gleichzeitig die Frage auf, wann und wie der Zugriff und der Einbezug des Materials für wen sinnvoll ist und wie er gestaltet werden kann: Neben der bereits breit geführten Debatte um persönlichen Datenschutz und Datensicherung sind Fragen zu Urheber- und Verwendungsrechten zu klären. Mit einer Ausweitung der Verwendungsmöglichkeiten des selbst erstellten Materials der Ratsuchenden und der Verknüpfung unterschiedlicher Beratungsebenen und -modi steigt dabei auch der Anspruch an beratende Organisationen, über einen sensiblen Umgang mit diesem Material zu informieren und technisch-organisatorisch sowohl ausgefeilte als auch für jedeN einfach handhabbare Steuerungsmechanismen anzubieten.

4. Anhaltspunkte für eine soziotechnische Analyse

Am Beispiel des in der Online-Beratung entstehenden Materials und den damit aufkeimenden Fragen und organisatorischen Anforderungen wird die Wechselwirkung von Technischem und Sozialem deutlich. In diesem Fall in techno-sozialer Wirkungsrichtung (Finck & Janneck, 2008, S.89), in Form von Technik, die sich auf den sozialen Handlungsraum auswirkt. Der Ausgang ist ungewiss, wir können nur weiter beobachten, wie sich der vermehrte Gebrauch von Technik auf Beratungssituationen auswirken und diese (mit-) verändern wird.

Dagegen kann über die in Kapitel zwei beschriebene sozio-technische Wirkungsrichtung (ebd.) gezielt Einfluss auf die Technik und ihre Gestaltung genommen werden, indem in den ersten drei der oben genannten Teilschritte der Analyse das soziale System, und nur dieses, im Zentrum der Aufmerksamkeit steht. Parallel dazu ist es wichtig, das vorhandene Wissen über Charakteristika

und Umsetzungsmöglichkeiten von Internettechnologie (siehe Kapitel drei) für das Feld der Beratung weiter aufzuarbeiten. Auf dieser Grundlage kann anschließend ein genaueres Abgleichen zwischen ermittelten Anforderungen und derzeit zur Verfügung stehenden technischen Lösungen erfolgen, die als Alternativen oder Ergänzungen zu organisatorischen Veränderungen angestrebt werden können. Dieses in zwei Schritten erfolgende Matching (vgl. Abb.1) bietet die Möglichkeit, nachhaltig über den Einsatz des Internets in der eigenen Beratungstätigkeit nachzudenken: Bevor konkrete Toolentscheidungen getroffen werden, sind im ersten Schritt allgemeine Kriterien geprüft worden. Das Ergebnis dieser Überprüfung kann auch einer zukünftigen Entscheidung über neu zur Verfügung stehende Tools zugrunde gelegt werden, wenn es durch einen Abgleich mit der aktuellen Situation ergänzt wird. So kann dem Problem des „ewig gestrigen“, des dauerhaften Hinterherhinkens der Anwendungsentwicklungen entgegengewirkt werden, die von der Community heute beklagt wird.

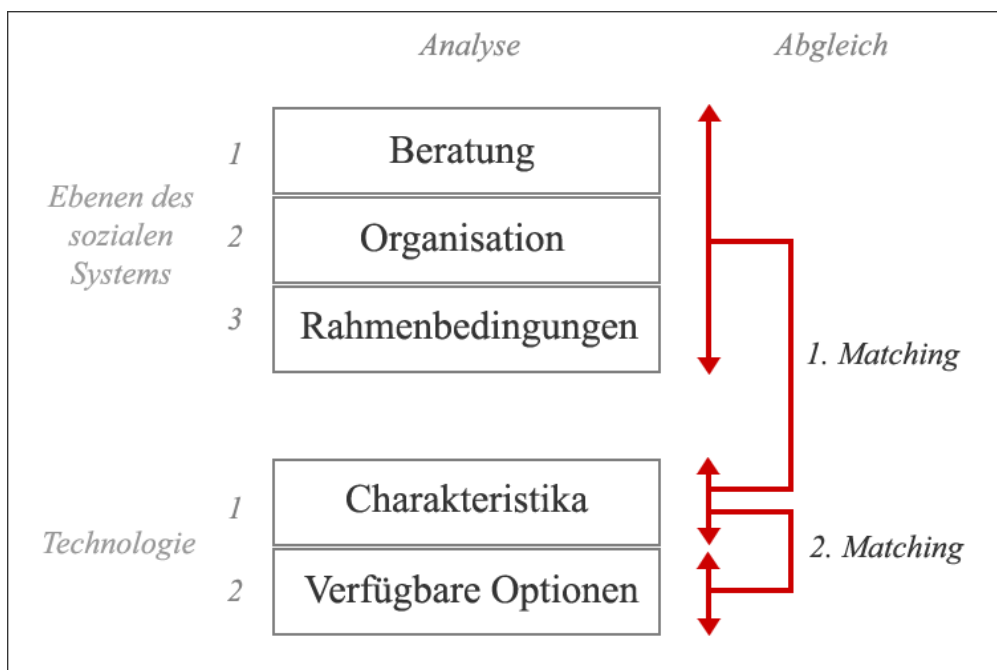


Abbildung 1: Ablauf einer soziotechnischen Analyse mit dem Fokus Online-Beratung

Konkret lässt sich anhand von Erfahrungen mit den derzeit etablierten Angeboten zeigen, dass sich Online-Beratung für bestimmte Konstellationen besonders gut eignet. Dazu gehört das Erschließen neuer Zielgruppen (zur Diskussion vgl. Klein, 2005) ebenso wie die zeitnahe Beratung in akuten Krisensituationen (Zenner & Oswald, 2006 nach Warschburger, 2009), das Erreichen von Personen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind (Zimmermann, 2004, S.152) und die Beratung zu Tabuthemen bzw. die Beratung von wenig beratungsaffinen Menschen durch die „Niedrigschwelligkeit“ (u.a. Götz ,2003, S.34ff) des Mediums. Kommt einer oder mehrerer dieser Situationen ein besonderer Stellenwert im Anforderungsportfolio einer Beratungsstelle zu, kann das Medium Internet durchaus Antworten auf herausdestillierte Bedarfe geben und die Einführung von

Online-Beratung eine sinnvolle Antwort auf die Zielsetzung einer Organisation sein. Die Ansprüche dieser Ziele wird durch bestimmte toolunabhängige Merkmale gut entsprochen, die als charakteristisch für Internettechnologien gelten: raum-zeitliche Unabhängigkeit, Schnelligkeit der Kontaktherstellung, Anonymität und der derzeitige Stellenwert als modernes, zeitgemäßes Massenmedium. Im jeweiligen Fall muss nun entschieden werden, welche Auswahl oder Kombination von Tools dem Bedarf am besten entspricht:

Während Chatanwendungen eine sehr zeitnahe Betreuung in akuten Krisensituationen ermöglichen, bieten E-Mails eine zeitunabhängige Kommunikation, die auch außerhalb der Geschäftszeiten einer Organisation von Ratsuchenden initiiert werden kann. Der Aufbau von Onlinecommunities kann Betroffene zueinander führen, das Geschehen in diesen Communities ist aber für eine anbietende Organisation schwierig zu steuern, so dass leicht eine Nutzung möglich ist, die dem intendierten Sinn widerspricht. Das Verschlagworten von Informationsangeboten durch NutzerInnen („Tagging“) kann Suchergebnisse verbessern, wird von Ratsuchenden aber unter Umständen als weniger verlässlich als eine Einordnung durch Angestellte der Beratungsinstitution empfunden. Ein Forum bietet gleichzeitig eine hoch- und einen niedrighschwelligen Einstieg: Es ist eine Plattform zum Mitlesen für die einen, die zunächst aus einer Beobachterperspektive Beratungsabläufe verfolgen können. Andere öffnen sich über die Veröffentlichung ihrer Fragen auf einem Forum nicht nur einer BeraterIn, sondern lassen eine Vielzahl unbekannter Personen das Beratungsgeschehen verfolgen. Aus diesen Beispielen wird deutlich, dass es nicht die eine Lösung für Online-Beratung geben kann, sondern dass die Auswahl der konkreten Umsetzungsoption und ihre Gestaltung stark von den Bedürfnissen der beteiligten Akteure und der Zielsetzung der Organisationen abhängt.

5. Von Aufmerksamkeit und Achtsamkeit für Menschen und Technik

Marshall McLuhan hat in den 1960er Jahren mit seinem Slogan „the medium is the message“ in der Medientheorie für viel Aufsehen gesorgt (McLuhan, 1964). Seine Quintessenz ist, dass er (im Gegensatz zu anderen zu dieser Zeit etablierten Kommunikationsmodellen) den Kommunikationskanal zwischen Sender und Empfänger nicht als bloßen Weg der Inhalte und Quelle von Störungen behandelt, sondern ihn als „Medium“ fasst, das durch seinen speziellen Charakter stets auf das Übertragene Einfluss nimmt. „Electric information systems...“, heißt es bei McLuhan, „...alter our feelings and sensibilities, especially when they are not attended to“ (McLuhan/Fiore, 1968 nach Schultz, 2004, S.36). Ein Aspekt, der gerade für Beratungsbeziehungen wichtig ist und dessen Erkenntnis sich in Schulungsangeboten nicht nur für die Schreib- sondern auch für die Lesekompetenz von Online-BeraterInnen zeigt (Knatz, 2008; u.a. WienXtra, 2010). Diese sind jedoch primär auf die Inhalte gerichtet, die auch über das neue Medium Internet „richtig“ übertragen und verstanden werden sollen. Der direkte Einfluss des Mediums selbst wird dagegen

– zumindest in der Literatur – bisher wenig thematisiert und bleibt damit weitgehend unbeachtet, „unattended“.

Eine soziotechnische Herangehensweise, die sich in einer ergebnisoffenen und bedarfsorientierten Analyse widerspiegelt und gleichzeitig eine über eine detaillierte Kenntnis der technischen Möglichkeiten und Grenzen verfügt, kann zu einer größeren Sensibilität bei der Entscheidung für und der Gestaltung von Online-Beratungsszenarien führen. Dafür scheint es mir sinnvoll, das ohnehin „bunte[n] und interdisziplinär gewachsene[n] Feld“ (Brunner 2009, S.27) [8] um die Gestalterperspektive zu erweitern, da im Zuge des Entwicklungsprozesses einflussnehmende Entscheidungen an diese delegiert werden. Nake bringt diese Situation mit seiner Definition der Informatik als „Maschinisierung von Kopfarbeit“ (Nake, 1992) und der Feststellung „Ingenieurarbeit ist Arbeit an der Arbeit anderer. Informatikerarbeit ist eine besondere Form der Ingenieurarbeit: Arbeit an der Kopfarbeit anderer“ (Nake, 2009, S.84) auf den Punkt.

Die Zusammenarbeit von inhaltlich tragenden Disziplinen mit TechnikgestalterInnen wurde beispielsweise im Bereich des E-Learning schon zu einem sehr frühen Zeitpunkt vorangetrieben und mündete in einem gemeinsamen wissenschaftlichen Diskurs. Eine ähnliche Entwicklung ist für E-Commerce-Anwendungen zu verzeichnen, bei deren Konzeption VertreterInnen u.a. der Wirtschaftswissenschaften, der Psychologie, der Soziologie und der Informatik zusammenarbeiten. Ein weiterer Farbtupfer im Feld der Online-Beratung macht eine gemeinsame Theoriebildung (die Brunner (2009) wegweisend vorbereitet) sicher nicht einfacher, kann aber dabei helfen, das Spezifische dieser mediatisierten Beratungsform herauszuarbeiten und konzeptionell zu fassen. Dabei sollte Online-Beratung im besten Fall als eigenständige Beratungsform, statt in Abgrenzung zur klassischen Präsenzberatung, beschrieben werden, die durchaus Elemente der F2F-Beratung aufweisen und/oder in Kombination mit ihr eingesetzt werden kann, aber doch eigene Charakteristika besitzt, die sich aus dem Zusammenspiel von Medium und Beratungsansatz ergeben.

Im Gegensatz zur Pionierphase, in der Internettechnologie einen Innovationsimpuls setzte (s.o., Kühne, 2009, S.3f), ist heute die entscheidende Frage nicht mehr die nach der technischen Machbarkeit, sondern nach der Gestaltung auf der sozialen wie der technischen Ebene. Ein theoretisches Fundament und ein tragfähiges Modell zur Konzeption von Online-Beratungsanwendungen können sowohl für Gestaltungsentscheidungen im individuellen Fall wertvolle Hinweise liefern (und damit dazu beitragen, dass das Rad nicht immer wieder neu erfunden werden muss), als auch die politische Argumentationsfähigkeit erhöhen. Wenn einerseits gut abgrenzbar ist, für welche Szenarien die Nutzung von Internettechnologie in der Beratung sinnvoll ist und wann eher davon abzuraten ist, und andererseits Einschätzungen vorliegen, welche Umstellungen die Einführung von Online-Beratung für das soziale System mit sich bringt, kann beispielsweise Forderungen nach einer besseren

Ausstattung mit Ressourcen fundiert Nachdruck verliehen werden. Jenseits von kulturpessimistischen oder technikeuphorischen Argumenten kann mit Blick auf die spezifischen Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden Technologien eine differenzierte Diskussion im und für den jeweiligen Anwendungskontext stattfinden.

Anmerkungen

[1] Aktuell nutzen etwa 70% der Deutschen das Internet, unter den 14-29jährigen sind es sogar 94% (Initiative D21e.V., 2009).

[2] Heute ist sie technisch in den meisten Fällen keine E-Mail-Beratung mehr, sondern ein Austausch von Nachrichten zwischen BeraterIn und Ratsuchender über eine webbasierte Portallösung – die Online-Beratung der „2. Generation“ (Wenzel 2008, S.31). Diese Umgestaltung beruht jedoch vor allem auf Bedenken bezüglich Datensicherheit und Datenschutz und wird aus diesen Gründen hier nicht unter Innovationen im Bereich Gestaltung geführt.

[3] Auch hier gab es in den meisten Fällen einen Wechsel in der technischen Realisierung vom Internet Relay Chat zum Webchat, der leicht in Webangebote integriert werden kann.

[4] Die ausgeprägte Toolorientierung wird zwar nicht direkt thematisiert, ist aber an vielen Publikationen und Lehrgangsmaterialien zum Thema Online-Beratung abzulesen. Sie zeigt sich in der ausführlichen Beschreibung der drei dominanten Lösungen als mögliche Alternativen für die Online-Beratung und - ebenfalls wohl eher unbewusst - in Aussagen wie: „Wer weiß schon, ob es in fünf Jahren noch Mail-Beratung geben wird oder ob bis dahin ganz andere Tools auf dem Markt sind, die von den UserInnen dann vielleicht lieber statt einer Mail genutzt werden?“ (Kühne, 2009, S.7).

[5] Streng genommen führt der soziotechnische Ansatz unter dem technischen System auch Arbeitstechniken, Methoden etc. und beschränkt diesen Teil des Arbeitssystems keinesfalls auf den Einsatz von Maschinen und EDV-Anwendungen. Ich stelle ihn hier vereinfacht dar, um die Wichtigkeit der Abstimmung von realweltlichen Anforderungen und Softwareeinsatz und -gestaltung aufeinander im Rahmen dieses Artikels pointierter herausarbeiten zu können. Eine ausführliche und differenzierte Diskussion des Ansatzes ist unter anderem bei Sydow (Sydow, 1984) nachzulesen.

[6] Ich gehe davon aus, dass in den meisten Fällen der Einführung von Online-Beratungsangeboten zumindest teilweise bereits eine soziotechnische Analyse stattgefunden hat und stattfindet. Dies ist – wenn auch nicht als solche benannt – aus Fragestellung nach Zielgruppen etc. erkennbar (vgl. u.a. Kollek, 2006) und wird auch als Beratungsleistung kommerzieller Anbieter genannt (vgl. u.a. Beranet, 2009). Mir geht es in diesem Artikel darum, den Blick für eine soziotechnische Herangehensweise zu schärfen, um diese auch bewusst durchzuführen und einer schnellen Lösungssuche eine intensive Auseinandersetzung mit Grundanforderungen vorzuziehen.

[7] Wobei der Bereich der Information heute nicht mehr als Online-Beratung im engeren Sinne verstanden wird. Diese Begriffe besetzen derzeit die Kommunikationsangebote (s.o.).

[8] Brunner nennt „Kommunikationstheorie, Medienwissenschaften, Medienphilosophie, Medienpsychologie, Psychotherapie und Beratung etc.“ als beitragende Disziplinen (ebd.).

Literatur

Beranet (2009). Verfügbar unter: <http://www.beranet.de/> [20.12.2009].

Berger, T. & Caspar, F. (2008). Von anderen Patienten lernen: Konsequenzen neuer Entwicklungen im Internet für webbasierte, psychotherapeutische Angebote. In Psychotherapeut, 53 (2), S.130-137.

Brunner, A. (2009). Theoretische Grundlagen der Online-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.), Handbuch Online-Beratung (S.27-46). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Brunner, A., Engelhardt, E. & Heider, T. (2009), Foren-Beratung. In Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.), Handbuch Online-Beratung (S. 81-94). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Bildungsberatung Berlin (2009). Verfügbar unter: <http://www.bildungsberatung-berlin.de/> [20.12.2009].

Eichenberg, C. (2004). Das Internet als therapeutisches Medium: Selbsthilfe und Intervention. In Deutsches Ärzteblatt, 19; S. 14-16.

Engel, F. (2004). Beratung und neue Medien. In Nestmann, F., Engel, F. und Sickendiek, U. (Hrsg.), Das Handbuch der Beratung 1. Disziplinen und Zugänge (S. 497-509). Tübingen: dgvt Verlag.

Engel, F. (2002). Beratung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In Nestmann, F. und Engel, F. (Hrsg.), Die Zukunft der Beratung (S. 135-154).Tübingen: dgvt- Verlag.

Finck, M. & Janneck, M. (2008). Das Unvorhergesehene steuern? Zum Umgang mit der komplexen Dynamik in Technologieaneignungsprozessen. In Gumm, D., Janneck, M., Langer, R. und Simon, E. (Hrsg.), Mensch-Technik-Ärger?: Zur Beherrschbarkeit soziotechnischer Dynamik aus transdisziplinärer Sicht (S.85-102). Berlin [u.a.]: LIT Verlag.

Götz, N. (2003). Aufgefangen im Netz: Psychosoziale Beratung im Internet. München: Kopäd.

Hintenberger, G. (2006). *taschentuchreich* – Überlegungen zur Methodik der Chatberatung. In e-beratungsjournal.net, 2 (2). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/hintenberger.pdf [10.09.2010]

Initiative D21e.V. (2009). (N)ONLINER Atlas 2009. Berlin: TNS Infratest.

Kühne, S. (2009). Institutionalisierung von Online-Beratung – das Ende der Pionierphase. In e-beratungsjournal.net, 5 (2). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/kuehne.pdf [10.09.2010].

Kühne, S. (2008). Qualitätskriterien und Kompetenzprofile für Online-Beratung. Wien: Österreichische Gesellschaft für Online-Beratung.

Klein, A. (2005). Online-Beratung für alle. What Works - Welches Wissen braucht die Soziale Arbeit? Internationale Tagung, 10. – 12. November 2005. Universität Bielefeld.

Knatz, B. (2008). Zwischen den Zeilen. In e-beratungsjournal.net, 4 (1).Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/knatz.pdf [10.09.2010].

Knatz, B. (2006). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. In e-beratungsjournal.net, 2 (1). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf [10.09.2010].

Knatz, B.& Dodier, B.(2003). Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail. Stuttgart: Klett-Cotta.

Kobra (2009). Verfügbar unter: <http://www.kobra-berlin.de> [20.12.2009].

Kollek, B. (2006). Online-Dienstleistung als Herausforderung für AnbieterInnen unter besonderer Berücksichtigung der Situation in Österreich. In e-Beratungsjournal.net, 2 (1). Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/kollek.pdf [10.09.2010]

Ludwig, J. (2004). be-online: kooperatives Lernen im Netz : Online-Foren als überörtliche Beratungs- und Weiterbildungsorte. In Konferenzband zum 8. Bayer. Berufsbildungskongress. München: Bayer. Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen.

McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. New York: McGraw-Hill.

Mumford, E. (2003). Redesigning Human Systems. London [u.a.]: IRM Press.

Mumford, E. (1987). Sociotechnical Systems Design. In Bjerknes, G., Ehn, P., Kyng, M. und Nygaard, K. (Hrsg.), Computers und Democracy: A Scandinavian Challenge (S.61-76). Aldershot: Avebury.

Mumford, E. & Welter, G. (1984). Benutzerbeteiligung bei der Entwicklung von Computersystemen: Verfahren zur Steigerung der Akzeptanz und Effizienz des EDV-Einsatzes. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Nake, F. (1992). Informatik und die Maschinisierung von Kopfarbeit. In Coy, W., Nake, F., Pflüger, J. Rolf, A., Seetzen, J. Siefkes, D. & Stransfeld, R. (Hrsg.), Sichtweisen der Informatik (S.181-201). Braunschweig [u.a.]: Vieweg.

Nake, F. (2009). Denn eben wo Begriffe fehlen....IJSC 5, S.80-89.

Nestmann, F. (2004). Ressourcenorientierte Beratung. In Nestmann, F., Engel, F. und Sickendiek, U. (Hrsg.), Das Handbuch der Beratung. Band 2 (S.725-736). Tübingen: dgvt Verlag.

Schelhowe, H. (1997). Das Medium aus der Maschine: zur Metamorphose des Computers. Frankfurt/Main [u.a.]: Campus Verlag.

Schultz, O. L. (2004). Marshall McLuhan - Medien als Infrastrukturen und Archetypen. In Lagaay, A. und Lauer, D. (Hrsg.), Medientheorien (S.31-68). Frankfurt/M.: Campus.

Sickendiek, U. Engel, F. & Nestmann, F. (1999). Beratung. Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze. Weinheim [u.a.]: Juventa.

Sydow, J. (1985). Der soziotechnische Ansatz der Arbeits- und Organisationsgestaltung: Darstellung, Kritik, Weiterentwicklung. Frankfurt/M.[u.a.]: Campus.

Warschburger, P. (2009): Beratungsprozess. In Warschburger, P. (Hrsg.), *Beratungspsychologie* (S.37-79). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.

Wenzel, J. (2008). Technikentwicklung, Datenschutz und Datensicherheit: Die bewusste Gestaltung medialer Versorgungsangebote. In Bauer, S. und Kordy, H. (Hrsg.), E-Mental-Health. Berlin [u.a.]: Springer. S.19-33.

Wenzel, J. (2008a). Vom Telefon zum Internet: Onlineberatung der Telefonseelsorge. In Bauer, S. und Kordy, H. (Hrsg.), E-Mental-Health (S.89-103). Berlin [u.a.]: Springer.

wienXtra (2009). Curriculum Kurzlehrgang Onlineberatung. Verfügbar unter: http://www.ifp.at/fileadmin/daten/ifp/PDF/pdfs_2009/onlineberatung_curriculum.pdf [20.01.2010].

Zimmermann, Birgit L. (2004): Jugendberatung im Internet - was geht und was geht nicht im "Net"?: Eine Analyse der verschiedenen Internetberatungsmöglichkeiten und -modelle anhand konkreter Beispiele. Norderstedt: Books on Demand.

Zimmermann, Lisa (2002): Globale Virtualität – Mail-, Chat- und Forenberatung im internationalen Vergleich. In: Benke, K., Ceplak, K., Kohlreiter, S. und Türk, S. (Hrsg.): Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation: Tagungsbericht. Wien: wienXtra. 26-39.