

# **Welche Chancen und Risiken ergeben sich durch den Einsatz videogestützter Kommunikationstechniken in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung aus Sicht von Beratungspersonen bei ask!**

*Minnie Silfverberg*

## **Zusammenfassung**

Im Rahmen der Digitalisierung setzt sich die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung der Schweiz vermehrt mit mediengestützter Beratung auseinander. ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf (ask!) begannen 2018 den Einsatz von Videotelefonie systematisch für Beratungszwecke zu testen. In diesem Zusammenhang fand eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken von Videoberatung aus Sicht der Beratungspersonen statt. Im vorliegenden Beitrag werden anhand einer Literaturrecherche und einer Befragung der Beratungspersonen bei ask! Chancen und Risiken identifiziert und dargelegt. Von den Befragten werden das einwandfreie, technische Gelingen und ein als hoch vermuteter administrativer und organisatorischer Aufwand als größte Risiken gesehen. Als mögliche Chancen fallen insbesondere der Wegfall des Anreiseweges und die Möglichkeit mittels Bildschirmübertragung gemeinsam zu recherchieren und Dokumente zu bearbeiten ins Gewicht.

## **Schlüsselwörter**

Videoberatung, videogestützte Onlineberatung, Videocoaching, Videokonferenz, Videokommunikation, Berufsberatung, Videotelefonie, Studienberatung, Laufbahnberatung.

## **Abstract**

With regard to digitization, Swiss vocational counseling Services are confronted with questions concerning the use of information- and communication technologies in counseling. ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf (ask!) started to test and evaluate the use of video conferencing as a communication channel for counseling services in 2018. In this context, an in-depth discussion of the opportunities and risks of using video conferencing in career counseling from the perspective of the counselors took place. In this article, the results of a literature review and a survey among the counselors at ask! are presented. Respondents consider technical problems and an enhanced administrative effort to be the greatest risks. Possible opportunities include the omission of the clients' route of arrival as well as the possibility of jointly researching information online and working together on documents by screen-sharing.

## **Keywords**

Video counseling, video-based online counseling, video coaching, videoconferencing, video communication, career counseling, vocational counseling, career guidance.

## **Autorin**

- **Minnie Silfverberg**,
- Berufs- und Laufbahnberaterin und Projektleiterin bei ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf, offizielle Berufsberatung des Kantons Aargau
- MAS in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, MSc. in Unternehmenskommunikation und BA in Kulturwissenschaft und Geographie
- **Kontakt:** [minnie.silfverberg@beratungsdienste.ch](mailto:minnie.silfverberg@beratungsdienste.ch)

## **1. Einleitung**

Im Zentrum der Dienstleistung Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) stehen die Kommunikation und deren bewusste Gestaltung, mit dem Ziel zu informieren und zu beraten. Fortschreitende Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) prägen seit dem Anfang des aktuellen Jahrhunderts die Gestaltung von Dienstleistungen. Aktuell spricht man vom *Megatrend Digitalisierung*. Dieser stellt Anforderungen an die Angebotsentwicklung der BSLB in der Schweiz.

Der Einbezug von IKT in den Beratungsalltag ist eine notwendige Konsequenz der technologischen Entwicklung. Beratungspersonen nutzen neue – und mittlerweile nicht mehr so neue – Medien zu Informations- und Kommunikationszwecken. Gleichzeitig beeinflusst die Nutzung neuer Medien durch die Ratsuchenden das Beratungsgeschehen, u. a. durch die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme über verschiedene Kommunikationskanäle und einer verstärkten Vorinformation durch das Internet.

2017 hat die Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP) Qualitätsstandards für Onlineinterventionen für Fachpersonen in der Beratung veröffentlicht (Berger, Heim, Maercker & Schaub). Im Bereich Coaching liegt ebenfalls Literatur zur Mediennutzung im Rahmen von Coachingprozessen vor (z. B. Geissler 2012, 2014; Künzli & Lohmann 2016), ebenso im Bereich der Sozialen Arbeit (z. B. Hörmann, 2014, 2018; Hörmann & Schenker, 2016), wo der Fokus stärker auf einer Kombination verschiedener Medien im Beratungsprozess liegt. Bisher eher wenig Beachtung in der Fachliteratur haben hingegen der handlungsfeldspezifische Einbezug möglicher Kommunikationskanäle wie Telefon, SMS, Chat, E-Mail und Videotelefonie und ihre konkrete Integration in die Beratungsdienstleistung der Schweizerischen BSLB gefunden, wenngleich zurzeit eine Zunahme zu beobachten ist (u. a. Kuhn, 2018; Riberzani-Marti, 2017, Silfverberg, 2018).

ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf (ask!) begannen 2018 systematisch den Einsatz von Videotelefonie für Beratungszwecke zu testen [1]. Videotelefonie wurde ausgewählt, da es ein relativ neues Medium ist, dessen Nutzung technisch immer einfacher wird. Bei der Videoberatung geht es um die Reduktion von Zeitaufwand und räumlicher Distanz bei gleichzeitigem Empfinden einer persönlichen Beratung aufgrund medialer Reichhaltigkeit und stärkerer sozialer Präsenz als bei vielen anderen Medien. Im Rahmen des Pilotprojekts fand eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken von Videoberatung aus Sicht der Beratungspersonen statt. Die Ergebnisse dieser Auseinandersetzung werden in diesem Beitrag dargestellt.

### **1.1 Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) in der Schweiz**

BSLB dient als Sammelbegriff für diverse Tätigkeiten und Angebote, welche Ratsuchende vor und während einer Ausbildung sowie während der gesamten Laufbahn unterstützen sollen (Hirschi, 2018, S. 14). Übergeordnetes Ziel ist u. a. die Entwicklung und der Erhalt von Arbeitsfähigkeit und Arbeitsmarktfähigkeit der

gesamten Bevölkerung. ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf erbringen die öffentliche Dienstleistung der BSLB im Kanton Aargau.

In der Schweiz wird die Berufsberatung auf Bundesebene gefördert und durch die Kantone organisiert und unterhalten. Die Dienstleistungen der kantonalen Beratungsstellen umfassen die persönliche Beratung sowie ein diversifiziertes Informationsangebot. Grundsätzlich steht die BSLB als öffentliche Dienstleistung allen Personen offen, unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Alter und Bildungsstand. Dieser Niederschwelligkeit kann die BSLB neben den medienbasierten Angeboten (Webseite, telefonische und E-Mail-Anfragen) vor allem durch Informationsgespräche in den Beratungszentren vor Ort gerecht werden. In mehreren Kantonen wurde in den letzten Jahren eine Kostenpflicht für bestimmte Angebote eingeführt. Betroffen davon sind häufig Angebote für persönliche Beratungen für Personen mit einem Abschluss auf Sekundarstufe II.

## **1.2 Mediennutzung in der Schweiz: Diffusion und Kompetenzen**

Grundsätzlich kann eine öffentliche Dienstleistung ihre beabsichtigte systemrelevante Wirkung nur entfalten, wenn sie von den Zielgruppen als relevant wahrgenommen und im Bedarfsfall genutzt werden kann. Damit eine webbasierte, öffentliche Dienstleistung im Bedarfsfall genutzt werden kann, müssen auch die Voraussetzungen auf Kundenseite gegeben sein. Der Erfolg webbasierter Informations- und Beratungsangebote setzt auf Seite der Ratsuchenden neben der Bereitschaft zur Nutzung mindestens das Vorhandensein eines Internetzugangs, eines entsprechenden Endgeräts und die Fähigkeit, dieses zu bedienen, voraus. Bevor überhaupt über die Entwicklung webbasierter Angebote im Rahmen einer öffentlichen Dienstleistung nachzudenken ist, ist es zentral, die Mediennutzung der Bevölkerung insgesamt genauer zu betrachten.

Im Jahr 2014 benutzten 84 % aller erwachsenen Personen in der Schweiz das Internet, im Jahr 2017 waren es bereits 90 % (BFS, 2017). Neun von zehn (93 %) aller Haushalte in der Schweiz haben einen Internetanschluss; dies lässt sich für alle Regionen mit Ausnahme des Tessins (acht von zehn) sagen (BFS, 2018). Die mobile Nutzung, also die Internetnutzung mit einem Smartphone oder Tablet, stieg zwischen 2014 und 2017 stark. Der Anteil der Haushalte mit mobilem Internetzugang ist von 60 Prozent im Jahr 2014 auf 78 Prozent im Jahr 2017 angestiegen (BFS, 2017). Gesurft wird zuhause (95 % der Internetnutzenden), bei der Arbeit (72 % der berufstätigen Internetnutzenden) und unterwegs (79 % der Internetnutzenden) (Latzer, Just, Metreveli, & Saurwein, 2017).

Latzer et al. (2017) identifizieren *digitale Bruchlinien* in der Nutzung des Internets in der Schweiz. Ein wesentliches Differenzierungsmerkmal kann das Alter sein, wobei ältere Personen das Internet tendenziell weniger nutzten. Latzer et. al. (2017) stellen weiter fest, dass Personen, welche kein Internet nutzen, überdurchschnittlich oft in gesellschaftlichen Gruppen mit niedrigerem und tieferem Haushaltseinkommen vertreten sind. Auch Erwerbslose seien häufiger offline (ebd.).

Die Häufigkeit und die Dauer der Internetnutzung hat sich seit 2014 laufend erhöht, und auch die Anzahl der Onlineaktivitäten hat zugenommen (BFS, 2017). Auf europäischer Ebene wurde ein Referenzsystem entwickelt, um digitale Kompetenzen der Bevölkerung zu beobachten. Es wird davon ausgegangen, dass die Aneignung digitaler Kompetenzen Grundvoraussetzung ist, um weder im privaten noch im beruflichen Leben „in Schwierigkeiten zu geraten“ (BFS, 2018, S. 4). Insbesondere Kompetenzen in der Informationsbeschaffung und der Kommunikation sind in europäischen Ländern weit verbreitet (BFS, 2018). Anspruchsvollere Kompetenzen wie Problemlösung und die Verwendung von Software sind weniger verbreitet, allerdings belegt die Schweiz hier den dritten Platz hinter Island und Luxemburg (ebd.). Ähnlich wie der Zugang zum Internet variieren digitale Kompetenzen stark nach den individuellen Differenzierungsmerkmalen Alter und Bildungsstand (BFS, 2018).

Beim Betrachten aktueller Zahlen zur Mediennutzung zeigt sich, dass sich sowohl der Zugang zum Internet sowie die Kompetenzen, das Internet zu nutzen, vor allem anhand individueller Merkmale wie Bildungsstand, Haushaltseinkommen und Alter differenzieren. Deutlich wird, dass trotz einer rasanten Zunahme des Zugangs zum Internet und der Verfügbarkeit internetfähiger Geräte, die gezielte Nutzung durch die Bevölkerung einen laufenden Lernprozess darstellt und nicht alle gleichermaßen die Möglichkeit bzw. die Fähigkeit und/oder den Willen haben, webbasierte Angebote zu nutzen. Basierend auf den beschriebenen Entwicklungen kann jedoch die These aufgestellt werden, dass die Bedeutung webbasierter Dienstleistungen zunehmen wird.

## **2. Literaturrecherche**

Ausgehend von zwei Artikeln (Engelhardt & Gerner, 2017; Weinhardt, M., 2010) erfolgte 2018 eine Literatursuche mit den Begriffen *IKT, neue Medien, (Online-)Beratung, Videoberatung* und *Blended Counseling*. Dazu wurde in verschiedenen Datenbanken (Psyndex, WISO, Google) und Bibliothekskatalogen (Swissbib, NEBIS) recherchiert. Weiter wurde im Archiv der Fachzeitschrift Panorama, bei verschiedenen Institutionen (u.a. KBSB, SDBB, profundasuisse, FSP) und nach studentischen Masterarbeiten gesucht. Bis auf wenige Ausnahmen wurden Publikationen älter als Jahrgang 2005 nicht berücksichtigt. Insgesamt lagen am Ende der Recherche rund 60 größtenteils deutschsprachige Publikationen zum Thema IKT und neue Medien in der Beratung vor. Hinzu kamen rund zehn Dokumente zu neuen Medien in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung. Die anschließende Inhaltsanalyse erlaubt Aussagen zur Integration von Videoberatung im Kontext der Berufs-, Studien und Laufbahnberatung sowie zu deren Chancen und Risiken. Im Anschluss an die Literaturrecherche erfolgte die Befragung der Beratungspersonen teilweise literaturgestützt.

### **2.1 Integration neuer Medien in die BSLB**

Die alltägliche, vermehrt medienbasierte Kommunikation beeinflusst die Beratungskommunikation (Engelhardt & Reindl, 2016; Wenzel, 2013a). Medien sind zu einer „Bezugsgröße mit wachsender Bedeutung“ geworden, die uns „zwingen, sich ihnen gegenüber zu verhalten und verorten“, wie es Engel (2002, S. 139) zu Beginn des 21. Jahrhunderts vorhersagte.

Die Integration neuer Medien in die Beratungsdienstleistung der BSLB erfolgt weder systematisch noch flächendeckend (Hirschi 2018). Der konzeptionelle Überbau fehlt aktuell. Entsprechend werden auch unterschiedliche Begrifflichkeiten verwendet. Für Beratung auf Distanz werden die Begriffe Distanzberatung, Onlineberatung sowie virtuelle, webbasierte und medienbasierte Beratung verwendet. Mischformen zwischen Distanz- und Präsenzberatung werden bezeichnet als Hybrid-Beratung oder Blended Counseling. Dem weitgehend fehlenden konzeptionellen Überbau steht das Anliegen der BSLB gegenüber, kundenrelevante Kanäle zu bedienen, um zum einen den gesetzlich verankerten Auftrag auch zukünftig möglichst gut zu erfüllen und zum anderen, um möglicherweise neue Angebote entwickeln zu können. Beide Punkte sind mittlerweile für öffentliche Beratungsstellen zentral, da diese die langfristige Finanzierung beeinflussen können.

Mit Blick auf die *Megatrends Digitalisierung* und *Automatisierung* soll die BSLB „methodisch vielfältige Ansätze umsetzen, inklusive des vermehrten Einsatzes von internetbasierten Angeboten“ (Hirschi, 2018, S. 43). Unter internetbasierten Angeboten fasst Hirschi (2018, S. 36) drei Sparten zusammen: *Detaillierte und adaptive Informationen zu Berufen und Ausbildungen*, *automatisierte Beratungssysteme* und *virtuelle Beratungsangebote*. *Virtuelle Beratungsangebote* bezeichnen hier die Kommunikation mit Kundinnen und Kunden über verschiedene Kommunikationskanäle zwecks Beratung.

Mehrere kürzlich erschienene studentische Arbeiten zeigen mögliche medienbasierte Beratungsangebote auf. Riberzani-Marti (2017) hält bezüglich eines Angebotsausbaus fest, dass Jugendliche wohl auch Beratungen via Chat, Email, SMS oder Videotelefonie wahrnehmen würden. Sie empfiehlt, dass eine Erweiterung der Beratungskanäle um neue Medien wie Live-Chat und Videotelefonie zumindest geprüft werden sollten (ebd.).

Kuhn (2018) untersuchte in ihrer Arbeit Chancen, Herausforderungen sowie nächste Schritte für die Implementierung von Distanzberatungsangeboten in der öffentlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung. Sie hält fest, dass räumlich unabhängige und teilweise zeitlich flexible Beratungsangebote für Ratsuchende attraktiv seien, aber auch Flexibilität und zusätzliche Kompetenzen seitens der Beratungspersonen verlangten. Sie kommt zum Schluss, dass die möglichen Vorteile Distanz- und Hybridberatungsangebote ergänzend zur Präsenzberatung einzuführen die möglichen Nachteile überwiegen. Im Rahmen ihrer Recherche hat Kuhn (2018) versucht, sich dem Stand der Digitalisierung im Bereich Beratung bei den deutsch-schweizerischen Beratungsstellen anzunähern. Einige wenige Stellen hätten Distanzberatungen mit Videotelefonie ausprobiert, während andere sich darauf beschränken würden, Info-Anfragen per Mail, Kontaktformular oder Telefon zu beantworten (Kuhn, 2018). Weiter würden bei einigen Stellen konkrete Softwareangebote für Distanzberatung geprüft (Kuhn, 2018). Basierend auf einem explorativen Verfahren (Literaturrecherche, qualitative Interviews mit privaten Berufs- und Laufbahnberatenden) stellt Kuhn (2018) fest, dass die verschiedenen Kommunikationskanäle Telefon, Videotelefonie, E-Mail und Chat auch für die BSLB jeweils spezifische Chancen und Risiken haben. Ergänzend dazu untersuchte

Silfverberg (2018) die kritischen Erfolgsfaktoren einer Einführung videogestützter Onlineberatung in die BSLB und legte dazu einen Leitfaden vor.

Waren die Zielgruppen von Onlineberatung insgesamt zu Beginn eher Jugendliche und medienaffine Erwachsene, „so haben sich in den letzten Jahren die Zielgruppen der Onlineberatung auf alle Generationen und Nutzungsgruppen erweitert“ (Kühne, 2016, S. 811). Zu beachten bleibt, dass bei Onlineberatungsangeboten tendenziell jene mit einem höheren Bildungsstand überproportional vertreten sind (Oswald & Zenner, 2006).

Im Kontext der BSLB kann davon ausgegangen werden, dass es für Ratsuchende „aufgrund der vordergründigen Ausrichtung auf berufliche Themen und der Abgrenzung von klinisch bedeutsamen Aspekten nicht gleichermaßen wie im klinischen Kontext von Bedeutung ist, seine Identität zu verbergen“ (Kuhn, 2018, S. 14). Die Klientenbeschreibung der Personen, welche eine Distanzberatung in Anspruch genommen haben (Kuhn, 2018, S. 32), zeigte eine Altersstruktur der Ratsuchenden zwischen 30 und 50 Jahren. Eine von Kuhn interviewte Psychologin und Distanz-Laufbahnberaterin erzählt, Distanzberatungen würden kundenseitig aufgrund praktischer Erwägungen in Betracht gezogen (Kuhn, 2018). Insgesamt kommen die interviewten Beratungspersonen zum Schluss, dass Distanzangebote zwar sehr wenig nachgefragt würden, aber - nach der Durchführung - die Resonanz durchweg sehr positiv ausfalle (Kuhn, 2018).

## **2.2 Chancen und Risiken videogestützter Kommunikationstechniken in der BSLB**

Jedes Medium kann seine eigenen Vor- und Nachteile im Beratungsprozess haben (z. B. Berger u. a., 2017; Hörmann & Schenker, 2016; Kuhn, 2018). Beratende müssen - sofern die organisationalen Rahmenbedingungen dies zulassen - entscheiden, wann welches Medium hilfreich ist (Engelhardt & Reindl, 2016; Hörmann, 2018). Als Beratungsperson ist man nicht nur im Bereich Beratungskompetenz, sondern vermehrt auch im Bereich Medienkompetenz gefordert. Dies setzt ein gewisses Verständnis verschiedener Medien und ihrer möglichen Chancen und Risiken im Beratungsprozess voraus.

Wenzel (2013b) befasste sich vertieft mit gezielter Mediennutzung in der Beratung. In seinen Ausführungen zählt er die Gestik, Mimik und die Stimme konsequenterweise zu Medien und unterteilt im Anschluss drei Typen von Beratungsmedien: Körper-Medien, Objekt-Medien und Elektronische Medien. Videogestützte Kommunikationskanäle sind die einzigen, welche die Körpermedien Stimme, Gestik *und* Mimik mitübertragen. Damit scheinen videogestützte Kommunikationskanäle der persönlichen Beratung am nächsten zu kommen. Diese Ansicht teilen auch Benke (2009), Weiss (2013) und Klemenz (2014). In Anlehnung an die rationale Medienwahl (Döring, 2003) kann gesagt werden, dass Videogespräche eine größere mediale Reichhaltigkeit und eine größere soziale Präsenz ermöglichen (Klemenz, 2014, S. 423–425). Damit bietet Videoberatung „neue Perspektiven und spricht andere Zielgruppen an“ (Engelhardt & Gerner, 2017, S. 18) als bisherige textbasierte Onlineberatung und ist bezüglich Chancen und Risiken somit klar zu unterscheiden von anderen Medien wie z. B. Mail und Chat (ebd.). Wenzel (2013a) nimmt an, dass sobald sich Videotelefonie in der



Alltagskommunikation durchsetzt, es auch einen Bedarf und ein Angebot in videogestützter Beratung geben wird. Engelhardt und Reindl (2016) zählen videogestützte Verfahren zu den Kanälen, die zukünftig im Blended Counseling verwendet werden.

Eine Videoberatung setzt eine gewisse Verbindlichkeit voraus, d. h. Kontaktdaten müssen bekannt sein, ein verabredeter Zeitpunkt muss eingehalten werden und die persönliche Beziehung zu einer Beratungsperson besteht weiterhin. Zudem wird Videotelefonie nicht nur im privaten Bereich vermehrt genutzt, sondern teilweise auch im beruflichen Kontext um, z. B. Sitzungen abzuhalten oder im Bereich Recruiting (z. B. Bewerbungsgespräch via Skype, zeitversetztes Videointerview) (Bütler, 2017; Fritsche, 2017).

Videoberatung kann definiert werden als „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).

Videotelefonie wurde in der Beratung bisher noch wenig verwendet und Weiss (2013) geht von technischen und sozialen Gründen aus. Einerseits können Bild- und Tonverzögerungen aufgrund einer zu schwachen Internetverbindung zu Irritationen, Frustrationen und unnötigen Missverständnissen auf beiden Seiten führen. Weiter gehen die Vorteile des zeitversetzten, schriftlichen Austauschs der textbasierten Onlineberatung verloren; Weiss (2013) zählt dazu u. a. Zeitflexibilität (aufgrund Asynchronität) und Anonymität. Durch die Übertragung und Sichtbarkeit des eigenen Bilds kann zudem die Selbstaufmerksamkeit und Unsicherheit erhöht werden und eine Aufzeichnung der Beratungssitzung, z. B. durch den Ratsuchenden, ist nicht auszuschließen (Döring, 2006; zitiert nach Klemenz, 2014).

Tabelle 1 zeigt Chancen und Risiken der videogestützten Onlineberatung, welche in der Literatur sowie durch erste konzeptionelle Überlegungen im Rahmen des Pilotprojekts identifiziert wurden. Sie beziehen sich auf psychosoziale Beratung insgesamt, zu der hier die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gezählt wird. Das gemeinsame Bearbeiten eines Dokuments kann insbesondere beim Erarbeiten von Bewerbungsunterlagen ein Vorteil sein.

<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
Übermittlung non-verbaler Signale (Mimik, Gestik) (im Vergleich zu Telefon & Email) (Engelhardt & Gerner, 2017)	Hohe technische Anforderungen (z. B. Bandbreite, Bedienung) (Engelhardt & Gerner, 2017)
Mögliche Kontextinformationen, die sich im Aufnahmebereich der Kamera und des Mikrofons befinden (Engelhardt & Gerner, 2017)	Fehlende Möglichkeit des direkten Augenkontakts: Gefahr zusätzlicher Irritationen, da durch die Positionierung der Kameras (meist über oder unter dem Bildschirm) die Gesprächsteilnehmer an einander vorbeischaun müssen (Engelhardt & Gerner, 2017)

Videotelefonie erspart den Anreiseweg und kommt gleichzeitig dem persönlichen Gespräch am nächsten, da es zeitgleiche und reichhaltige Kommunikation ermöglicht	Kognitive Überforderung durch Fixieren des Bildschirms, was die Konzentration auf die eigentlichen Inhalte erschwert (Engelhardt & Gerner, 2017)
Gemeinsames Recherchieren im Internet oder Bearbeiten eines Dokumentes ist auch über Distanz möglich	Hoher Aufwand durch organisatorische und vorbereitende Maßnahmen (Termin finden, Computer einrichten, etc.) (Engelhardt & Gerner, 2017)
Bei eingeschränkter Mobilität kann trotzdem eine dank Telepräsenz als persönlich empfundene Beratung in Anspruch genommen werden	Kognitive Überforderung durch technische Bedienung des Tools
Videotelefonie ermöglicht eine zeitgemäße Erweiterung des Beratungsangebotes	Größere Gefahr von technischen Problemen als bei anderen Kommunikationskanälen

Tabelle 1 Chancen und Risiken videogestützter Onlineberatung

Diese Chancen und Risiken wurden für die Befragung der Beratungspersonen im Rahmen der vertieften Auseinandersetzung zu den Risiken und Chancen videogestützter Kommunikationskanäle in der Berufsberatung bei ask! verwendet.

### 3. Befragung der Beratungspersonen bei ask!

Die Fokussierung auf die Sicht der Beratungspersonen rührt daher, dass bereits Hinweise vorliegen, dass Ratsuchende onlinegestützte Beratung durchaus nutzen würden oder bereits nutzen. Zum anderen sind die Beratungspersonen die zentralen Akteure im Beratungsalltag; als Fachpersonen erbringen sie die Dienstleistung der Beratung, können als Wissensträger zur Angebotsgestaltung beitragen und ihre Bereitschaft neue Medien zu nutzen, ist Grundlage für eine nachhaltige Integration ebendieser in die Beratung.

#### 3.1 Befragung

Bei der Befragung handelt es sich um eine Fallstudie bei ask!. Die Grundstichprobe sind die 47 Berufs-, Studien- und Laufbahnberatenden von ask!. Bei den Mitarbeitenden handelt es sich um Angehörige mehrerer Generationen und beider Geschlechter. Die beruflichen Hintergründe der BSLB Mitarbeitenden unterscheiden sich ebenfalls; gemeinsam ist ihnen allein, dass sie eine zum jeweiligen Zeitpunkt vom Bund anerkannte Fachausbildung in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gemacht haben. Die Datenerhebung fand mittels einer Vollbefragung aller Beratenden an allen vier Standorten statt. Um die Anonymität für alle Mitarbeitenden zu gewährleisten, wurde gezielt weder nach Standort, Alter, Geschlecht oder Kundensegment gefragt. Die Datenerhebung fand 2018 statt und es liegen insgesamt Antworten von 29 Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen vor, was einer Rücklaufquote von 61,6 %, entspricht.



### 3.2 Ergebnisse

Bei der gestützten Befragung zu Chancen und Risiken von Videotelefonie im Beratungsprozess zeigten sich klare Gewichtungen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass mindestens drei Chancen, respektive Risiken gewählt werden mussten. Es bestand die Möglichkeit, zusätzliche Gedanken betreffend Chancen und Risiken über ein Textfeld anzugeben.

Die drei meist gewählten Nachteile sind hohe technische Anforderungen (N=18; 62,1 %), die damit einhergehende Gefahr technischer Probleme (N=18; 62,1 %) und ein hoher administrativer und organisatorischer Aufwand (N=18; 62,1 %). Die fehlende Möglichkeit des direkten Augenkontakts folgt an vierter Stelle (N=16; 55,2 %), gefolgt von einer möglichen kognitiven Überforderung durch die technische Bedienung des Tools (N=10; 34,5 %) und einer möglichen kognitiven Überforderung durch das Fixieren des Bildschirms, was die Konzentration auf die eigentlichen Inhalte erschwert (N=7; 24,1 %).

Offene Nennungen zu möglichen Nachteilen betreffen technische Schwierigkeiten (N=1; 3,4 %, vgl. *„Zittrige Bilder und verzerrte Tonspuren wären ganz lästig und würden die Beratung zum Abbruch führen“*). Eine weitere Ergänzung betrifft das Thema digitale Spuren (N=1; 3,4 %; *„Datenschutz, Persönlichkeitsschutz, transparente oder eben nicht transparente Protokollierungen“*). Schließlich erwähnt eine Beratungsperson das Beratungssetting selber, allerdings auf Seiten der Ratsuchenden: Die Beratungsperson sieht die Möglichkeit von *„erhöhter Ablenkbarkeit durch das private Umfeld.“*

Die drei meist gewählten Vorteile betreffen den Wegfall des Anreisewegs (N=25; 86,2 %), die Möglichkeit gemeinsamen Recherchierens im Internet, resp. der Möglichkeit des gemeinsamen Bearbeitens eines Dokumentes über Distanz (N=20; 69,0 %) sowie die Möglichkeit, bei eingeschränkter Mobilität eine als persönlich empfundene Beratung in Anspruch zu nehmen (N=15; 51,7 %). Die Übermittlung non-verbaler Signale (Mimik, Gestik) (im Vergleich zu Telefon & E-Mail) sehen 13 Beratungspersonen als Chance (44,8 %) und dass Videotelefonie eine zeitgemäße Erweiterung des Beratungsangebotes ermögliche, sehen 12 Beratungspersonen als Vorteil (41,4 %). Die Möglichkeit, Kontextinformationen, die sich im Aufnahmebereich der Kamera und des Mikrofons befinden, zu bekommen schätzen lediglich zwei Beratungspersonen als Chance ein (6,9 %).

Offene Nennungen zu Vorteilen gibt es keine, eine Beratungsperson formuliert hier ihre persönliche Einschätzung: *„m.E. ist die Videotelefonie für sämtliche Beteiligte zwar gewöhnungsbedürftig, diese geschieht jedoch meist sehr rasch und die Kommunikationsform als solche steht nicht mehr im Vordergrund.“*

Auf die Frage nach der grundsätzlichen Nutzungsbereitschaft antworten 82,8 % (N=24) der Beratungspersonen mit Ja, 17,2 % (N=5) mit Nein. Die Aussage *„Es gibt keine Rahmenbedingungen, welche meine grundsätzliche Bereitschaft erhöhen würden“* wurde fünfmal ausgewählt, viermal von Personen, welche grundsätzlich nicht bereit wären, Videotelefonie im Beratungsprozess zu nutzen. Für 21 (72,4 %) der Beratungspersonen gibt es durchaus Rahmenbedingungen, welche die grundsätzliche Bereitschaft (noch) erhöhen würden. Ein Großteil der

Nennungen (N=14; 48,3 %) fällt in die Kategorie Technische Infrastruktur, diese respektive das verwendete Tool sollen zuverlässig, störungsarm und einfach zu bedienen sein. Eine weitere Kategorie ist die Aus- und Weiterbildung (N=5; 17,2 %). Diese soll fundiert sein und sowohl einen technischen Teil wie auch einen konzeptionellen Teil beinhalten. Vier Personen gaben Antworten, welche sich zum Thema Flexibilisierung und Struktur zusammenfassen lassen; eine mögliche Flexibilisierung des Angebots verlangt nach einer klaren Struktur der Arbeitszeiten und -orte. Weitere Nennungen betreffen die Büroinfrastruktur, den Datenschutz (N=2; 6,9 %; vgl. „definierter Datenschutz“, „Persönlichkeitsschutz für Beratungspersonen“) und die Gestaltung des Beratungsprozesses. Zuletzt wird das Anliegen nach einem Konzept geäußert (N=1; 3,4 %).

### **3.3 Einschränkungen**

Die Ergebnisse der Umfrage sind mit bestimmten Vorbehalten zu betrachten. Die Erfahrung mit Videotelefonie hält sich insgesamt in Grenzen: Von den 29 Beratungspersonen haben zehn noch nie videotelefoniert (34,5 %), zehn nutzen Videotelefonie ungefähr alle drei Monate (34,5 %), acht ungefähr einmal im Jahr (27,6 %). Eine Person nutzt Videotelefonie wöchentlich (3,4 %). Weiter ist nicht auszuschließen, dass die Gewichtung der Chancen und Risiken neuer Medien respektive der Videotelefonie in der Beratung durch den Fragentyp beeinflusst wurde. Insbesondere die Tatsache, dass jeweils drei Chancen und Risiken gewählt werden mussten, um die Umfrage fortzusetzen, ist ein möglicher Eingriff in die tatsächliche Meinungsäußerung einer Beratungsperson. Weiter wurde den Beratungspersonen jeweils eine gleich hohe Anzahl an Vor- und Nachteilen vorgelegt. Dies war ein Versuch, die Gewichtung nicht durch die Anzahl der Antwortmöglichkeiten zu beeinflussen und die Auswertung zu vereinfachen. Dies war anhand der vorliegenden Literatur und eigenen Überlegungen machbar, führte allerdings dazu, dass ab und an in einer Antwortoption verschiedene Punkte zusammengefasst wurden. Dies verwässert die Frage und stellt letztendlich ebenfalls eine Beeinflussung der Wiedergabe der tatsächlichen Meinung der Beratungsperson dar. Schlussendlich ist zu beachten, dass die Ergebnisse nur auf Antworten von Beratungspersonen einer Beratungsstelle (ask!) basieren.

### **4. Schlussfolgerungen**

Im Rahmen des vorliegenden Beitrags hat sich gezeigt, dass vier Fünftel der befragten Beratungspersonen grundsätzlich bereit wären, videogestützte Onlineberatung zu nutzen und anzubieten. Möglicherweise liegt diese positive Tendenz daran, dass das Medium Videotelefonie bezüglich sozialer Präsenz, medialer Reichhaltigkeit und der Möglichkeit zum direkten Feedback der persönlichen Beratung von Angesicht zu Angesicht - zumindest hypothetisch - am nächsten kommt. Dadurch verliert die Beratung über Distanz negative Aspekte, wie das Fehlen des non- und paraverbalen Austauschs oder der Einschränkung des unmittelbaren, prozesshaften Austauschs (Berger et al., 2017). Gleichzeitig verspricht das Medium z. B. eine mögliche Aufnahme, bzw. Fortsetzung eines Beratungsprozesses durch die Überwindung von geografischer Distanz. Mehr als zwei Drittel der Antwortenden fanden es zudem ein Vorteil, dass gemeinsames Recherchieren im Internet und das gemeinsame Bearbeiten eines Dokuments auch über Distanz möglich ist. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Berufs-

Studien- und Laufbahnberatenden durchaus einen beratungsfachlichen Sinn in der Nutzung videogestützter Onlineberatung sehen. Letztendlich wird hier deutlich, dass die rationale Medienwahl, also jener theoretische Ansatz, welcher die Passung zwischen Kanal und Ziel der Kommunikation ins Zentrum stellt (Döring 2003), der Gestaltung des Beratungsprozesses zu Grunde liegen sollte. Ist eine Kombination verschiedener Kommunikationskanäle angezeigt, z. B. um die Niederschwelligkeit oder die Reichweite eines Beratungsangebots zu erhöhen, sollte diese im Sinne von Blended Counseling systematisch, konzeptionell fundiert und passgenau erfolgen (Hörmann, Aeberhardt, Flammer, Tanner, Tschopp & Wenzel, 2019).

Auch zu den Chancen und Risiken videogestützter Onlineberatung aus Sicht der Beratungspersonen liegen Ergebnisse vor. Als größtes Risiko werden Fragen der technischen Umsetzbarkeit gesehen, zusammen mit einem hohen administrativen und organisatorischen Aufwand. Die Angst, eine Beratung aus technischen Gründen nicht durchführen zu können, ist (verständlicherweise) omnipräsent. Die Abhängigkeit von einem weiteren technischen Tool nicht erwünscht. Auch der fehlende Augenkontakt (entweder richtet man seinen Blick in die Kamera oder auf das Bild mit dem Gegenüber) wird von über der Hälfte der Beratungspersonen als möglicher Nachteil gesehen. Als wie stark störend und möglicherweise beratungsbehindernd sich dieses Merkmal herausstellen wird, muss während einer Pilotpraxis ausprobiert und in Form von Erfahrungswerten erhoben werden. Im Hinblick auf den administrativen und organisatorischen Aufwand lautet die Einschätzung, dass sich dieser zumindest zu Beginn der Umsetzung eines solchen Angebots vergrößert. Umso entscheidender ist die Verankerung der Angebotseinführung in der Strategie der Beratungsstelle und in einem erklärten Mehrwert für die Ratsuchenden. Mehraufwand muss nicht nur ressourcentechnisch auf politischer Ebene gerechtfertigt werden, sondern es muss für die Beratungsperson klar sein, worin die Absicht der Organisation und der Mehrwert und Nutzen für die Ratsuchenden liegt.

Der aktuelle Erkenntnisstand erlaubt folgende Bewertung von videogestützter Onlineberatung im Kontext der BSLB: Der grundlegende Vorteil von Videotelefonie liegt wie bei anderen synchronen Kommunikationsmitteln (z. B. Telefon, Chat) auf der Überwindung räumlicher Distanz bei zeitgleichem zwischenmenschlichem Austausch. In der Prozessberatung lässt die videogestützte Onlineberatung aufgrund der sozialen Präsenz, der medialen Reichhaltigkeit und der Möglichkeit, gemeinsam Dokumente zu bearbeiten, einen Mehrwert erwarten. Mit Blick auf eine Informationsberatung liegt der zu erwartende Mehrwert gegenüber anderen Kommunikationskanälen darin, per Bildschirmübertragung gemeinsam im Internet Informationen zu suchen. Es wird angenommen, dass berufstätige Menschen mit einem tendenziell höheren Bildungsstand und einer möglicherweise durch die Arbeit bedingten, pragmatischen Mediennutzung (Weinhardt, 2010) das Angebot der videogestützten Onlineberatung attraktiv finden können. Ebenfalls kann es sein, dass durch eine zunehmende Vermischung verschiedener Kommunikationskanäle in der alltäglichen Kommunikationspraxis auch andere Nutzergruppen auf ein solches Angebot ansprechen werden.

Mit Blick auf die Zielgruppe ist in jedem Fall zu bedenken, dass sich digitale Bruchlinien auch in der Onlineberatung abbilden können und dass gerade marginalisierte Personengruppen auch online tendenziell marginalisiert werden.

Die Kundenseite wurde in diesem Beitrag noch nicht untersucht. Ebenfalls wurde die mögliche Nutzung anderer neuerer Medien (z. B. Chat) in der Beratung oder die Etablierung eines expliziten Angebots der Onlineberatung mit bereits verwendeten Medien (z. B. Lancierung E-Mailberatung mit Kommunikation auf der Webseite) in diesem Beitrag nicht berücksichtigt. Dies sind Themen für weitere (praxisbasierte) Forschungsarbeiten, respektive Pilotprojekte.

## **Anmerkungen**

[1] Die Testphase beinhaltet zwei Pilotprojekte mit einer Laufzeit von jeweils 6 Monaten zwischen Anfang 2018 und Ende 2019. Sie ist bei Einreichen dieses Beitrags noch nicht abgeschlossen und ist aus diesem Grund nicht Bestandteil dieses Berichts.

## Literatur

- Benke, K. (2009). beRATung.digital: Vom Helpdesk zum digitalen Coaching. *e-beratungsjournal.net*, 5(1), 1–20. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0109/benke.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/benke.pdf)
- Berger, T., Heim, E., Maercker, A., & Schaub, M. P. (2017). *Qualitätsstandards Onlineinterventionen. Für Fachpersonen Beratung*. Bern: Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen FSP. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [https://www.psychologie.ch/sites/default/files/media-files/2019-03/standards\\_online-interventionen\\_beratung\\_de.pdf](https://www.psychologie.ch/sites/default/files/media-files/2019-03/standards_online-interventionen_beratung_de.pdf)
- BFS. (2017) Die Internetnutzung der Schweizer Bevölkerung nimmt zu. *Bundesamt Für Statistik*. [Medienmitteilung vom 20.11.2017]. Neuchâtel. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/news/de/2017-0445>
- BFS. (2018). *Digitale Kompetenzen, Schutz der Privatsphäre und Online-Bildung: die Schweiz im internationalen Vergleich*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS.
- Bütler, D. (2017). Videobewerbung. Diese Methode ist unmenschlich. *Beobachter Online*. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [https://www.beobachter.ch/wirtschaft/artikel/bewerbungen\\_bitte-sprechen-sie-in-die-kamera](https://www.beobachter.ch/wirtschaft/artikel/bewerbungen_bitte-sprechen-sie-in-die-kamera)
- Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie im Internet* (2. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N. (2006). Beratung und Medien. In C. Steinebach (Hrsg.), *Handbuch Psychologische Beratung* (S. 96–116). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Engel, F. (2002). Beratung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In F. Engel & F. Nestmann (Hrsg.), *Die Zukunft der Beratung* (S. 135–153). Tübingen: dgvt-Verlag.
- Engelhardt, E. M., & Gerner, V. (2017). Einführung in die Onlineberatung per Video. *e-beratungsjournal.net*, 13(1), 18–29. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0117/Engelhardt\\_Gerner.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf)
- Engelhardt, E. M., & Reindl, R. (2016). Blended Counseling – Beratungsform der Zukunft? *Resonanzen – E-Journal für Biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung*, (2), 130–144. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter <https://www.resonanzen-journal.org/index.php/resonanzen/article/view/393>
- Fritsche, J. (2017). Video-Bewerbungsgespräch: Vermeiden Sie diese Fehler. *Handelszeitung Management*. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter <https://www.handelszeitung.ch/management/video-bewerbungsgespraech-vermeiden-sie-diese-fehler-1419899>

- Geissler, H (2012). Das virtuelle Coaching schliesst eine wichtige PE-Lücke. *HR Today. Das Schweizer Human-Resource Management Journal*, 1-2. Zugriff am 23.04.2019.  
Verfügbar unter [https://www.virtuelles-coaching.com/files/hr\\_today.pdf](https://www.virtuelles-coaching.com/files/hr_today.pdf)
- Geissler, H. (2014). Traditionelle und moderne Medien im Coaching. In R. Wegener, M. Loebert & A. Fritze (Hrsg.), *Coaching-Praxisfelder. Forschung und Praxis im Dialog* (S. 135–158). Wiesbaden: Springer VS.
- Hirschi, A. (2018). *Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB). Bericht im Auftrag des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI im Rahmen des Projekts «Berufsbildung 2030 - Vision und Strategische Leitlinien»*. Bern: Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI.
- Hörmann, M. (2014). Die beraterische Nutzung von Telefon, E-Mail und SMS im Sozialdienst. *ZESO – Zeitschrift Für Sozialhilfe*, 14(4), 26–27.
- Hörmann, M. (2018). Blended Counseling. Mediennutzung und Potentialeinschätzung in Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit. *Soziale Arbeit*, (Juni), 202–209.
- Hörmann, M., & Schenker, D. (2016). Blended Counseling in Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit. *Soziale Innovation. Forschung und Entwicklung der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW 2016*, 35–39.
- Hörmann, M., Aeberhardt, D., Flammer, P., Tanner, A., Tschopp, D. & Wenzel, J. (2019). *Face-to-Face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung. Schlussbericht zum Projekt*. Olten: FHNW.
- Klemenz, B. (2014). *Beratungspsychologie. Konzepte - Methoden - Perspektiven*. Tübingen: dgvt Verlag.
- Kuhn, L. (2018). *Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung goes digital. Chancen, Herausforderungen und nächste Schritte für die Implementierung von Distanz-Beratungsangeboten in der öffentlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung*. Master of Advanced Studies, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Zürich.
- Kühne, S. (2016). Onlineberatung. In W. Gieseke & D. Nittel (Hrsg.), *Handbuch. Pädagogische Beratung über die Lebensspanne* (S. 805–815). Weinheim: BELTZ Juventa Verlag GmbH.
- Künzli, H., & Lohmann, A. C. (2016). *Online Coaching mit der CAI-World. Ein Projekt am Departement Angewandte Psychologie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW.



- Latzer, M., Just, N., Metreveli, S., & Saurwein, F. (2017). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2017. *Themenbericht Aus Dem World Internet Project – Switzerland 2017*. Zürich: IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung\\_und\\_Bruchlinien\\_2017.pdf](http://mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung_und_Bruchlinien_2017.pdf)
- Oswald, G., & Zenner, B. (2006). Onlineberatung im Bereich der Ehe-, Familien- und Lebensberatung–Eine Erhebung im Rahmen des Modellprojekts Onlineberatung der Katholischen Bundeskonferenz für Ehe-, Familien- und Lebensberatung (KBK). *e-beratungsjournal.net*, 2(1), 1–14. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0106/zenner.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/zenner.pdf)
- Riberzani-Marti, B. (2017). *Bedürfnisse der Generation Z bezüglich der Beratungskanäle in der öffentlichen Berufsberatung im Kanton-Landschaft*. Master of Advanced Studies, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Olten.
- Silfverberg, M. (2018). *Videogestützte Onlineberatung in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung*. Master of Advanced Studies, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Olten.
- Weinhardt, M. (2010). Ratsuchende von E-Mail-Beratungsdiensten: Entwurf einer Typologie. *e-beratungsjournal.net*, 6(1), 1–12. Zugriff am 23.04.2019. Verfügbar unter [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0110/weinhardt.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/weinhardt.pdf)
- Weiss, S. (2013). *Blended Counseling. Zielorientierte Integration der Off- und Onlineberatung*. (1. Aufl.). Hamburg: Diplomica Verlag.
- Wenzel, J. (2013a). Neue Medien verändern die Beratungslandschaft nachhaltig. *Zeitschrift für Systemische Therapie und Beratung*, 31(3), 105–110.
- Wenzel, J. (2013b). *Wandel der Beratung durch Neue Medien*. Göttingen: V & R unipress.