

## Einführung in die Methoden der Videoberatung

*Emily Engelhardt & Sylvia Engels*

### Zusammenfassung

Anknüpfend an den 2017 im e-beratungsjournal erschienenen Artikel zur „Einführung in die Onlineberatung per Video“ (Engelhardt & Gerner), möchte der vorliegende Artikel nun etwas tiefer in die methodischen Aspekte der Videoberatung eintauchen. Neben einem kurzen Überblick über die Bedeutung und Besonderheiten der Videokommunikation stellt der Artikel vor allem konkrete methodische Interventionen vor. Es werden die verschiedenen Phasen eines Videoberatungsgesprächs vorgestellt und konkrete Handlungsmöglichkeiten beschrieben. Abschließend diskutiert der Artikel Implikationen für den Einsatz der Videoberatung – auch fernab der durch die Corona-Pandemie bedingten Kontaktbeschränkungen.

### Schlüsselwörter

Videoberatung, Videokommunikation, Videomethoden

### Abstract

Following up the article published in the e-beratungsjournal in 2017 on "Introduction to online counseling via video" (Engelhardt & Gerner), this article would now like to delve a little deeper into the methodological aspects of video counseling. In addition to a brief overview of the importance and characteristics of video communication, the article primarily presents specific methodological interventions. The different phases of a video counseling session are presented and methods are described. Finally, the article discusses the implications for the use of video counseling – not only during the contact restrictions caused by the corona pandemic.

### Keywords

Video counseling, video communication, methods for video counseling

### Autorinnen

- **Emily M. Engelhardt, M. A.**
  - o Pädagogin, Systemische Beraterin (DGSF) & Supervisorin (SG), Onlineberaterin
  - o Geschäftsführerin am Institut für E-Beratung der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
  - o Freiberufliche Supervisorin und Trainerin
  - o **Kontakt:** [engelhardt@der-dreh.net](mailto:engelhardt@der-dreh.net)
  - o **Web:** [www.der-dreh.net](http://www.der-dreh.net)
  
- **Sylvia Engels**
  - o Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich Weiterbildung am Institut für E-Beratung der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
  - o Zertifizierte Onlineberaterin (TH Nürnberg)
  - o Fortbildungs- und Projektreferentin im Bereich Medienbildung
  - o Erstes Staatsexamen in Germanistik, Sozial- und Erziehungswissenschaften
  - o **Kontakt:** [sylvia.engels@th-nuernberg.de](mailto:sylvia.engels@th-nuernberg.de)

## 1. Einleitung

“Onlineberatung wird in der psychosozialen Beratungslandschaft vor allem als anonyme, textbasierte Form der Beratung verstanden” (Engelhardt & Gerner, 2017, S. 18). Dieser Satz hatte Gültigkeit bis zu den ersten Kontaktbeschränkungen in Folge der 2020 in Deutschland und weltweit angekommenen Corona-Pandemie. Wenn in der psychosozialen Beratungslandschaft Onlineberatung zum Einsatz kam, dann bis dahin fast ausschließlich als textgebundene Variante, zumeist per Mail oder Chat (Eichenberg & Kühne, 2014; Engelhardt, 2018).

Mit Beginn der mehrwöchigen Kontaktbeschränkungen und dem damit verbundenen Aussetzen oder zumindest stark reduzierten Angebot der Präsenzberatung, begannen viele Beratungsstellen nach alternativen Kontaktmöglichkeiten und Angeboten für ihre Klientel zu suchen [1]. Zum Zeitpunkt des Entstehens dieses Artikels liegen noch kaum gesicherte Zahlen über den Einsatz von Videoberatungsangeboten in der psychosozialen Beratung vor. Einen ersten Eindruck über die größere Verbreitung von Videokommunikation vermittelt jedoch die Studie von Buschle & Meyer (2020), die feststellen, dass sich über sämtliche Handlungsfelder der Sozialen Arbeit hinweg die Kontaktaufnahme per Video während der Corona-Maßnahmen bis April 2020 verfünffachte im Vergleich zum Zeitraum vor den Maßnahmen. Es ist davon auszugehen, dass fast jede Beratungsstelle, die die Präsenzberatung einstellen/beschränken musste, zumindest über den Einsatz von Videoberatungsmöglichkeiten nachgedacht hat – und viele sind in diese Form der Beratung eingestiegen.

Auch in der Psychotherapie wurden therapeutische Sitzungen per Video unbegrenzt ermöglicht [2]. Vor dem Hintergrund der Einschränkungen durch die Pandemie wurden bislang unmögliche Dinge möglich (gemacht) und zahlreiche Erfahrungen gesammelt.

Im Zusammenhang mit der starken Verbreitung der Videoberatung im psychosozialen Kontext wird die Beratung fachlich und organisatorisch vor neue Herausforderungen und Aufgaben gestellt, die im Folgenden in Form von einigen Annahmen beschrieben werden sollen:

- 1) Es dominiert der Wunsch bei der Auswahl eines Onlinemediums zur Gestaltung des Beratungsprozesses, dem Präsenzgespräch so nah wie möglich zu kommen: Als audio-visuelles Medium soll die Videoberatung möglichst viele Sinneskanäle bedienen und das Präsenzsetting nachahmen [3]. Gleichwohl ist das Videosetting stark begrenzt, da nur der vorhandene Bildausschnitt und der vom Mikrofon aufgezeichnete Ton übermittelt wird.
- 2) Es besteht die Vorstellung, durch den visuellen Kontakt eine größere und unmittelbarere Nähe erzeugen zu können, als bei einem Telefon-Gespräch. Auch hier stehen das Vermeiden der Sinneskanal-Reduktion und die Wahrnehmung non-verbaler Hinweisreize im Vordergrund, unterschätzt werden hierbei jedoch verbindungsbedingte Verzögerungen und Verzerrungen.

- 3) Videoberatung schafft einen größeren Einblick in die Privatsphäre der Ratsuchenden. Zwar ist in der Face-to-Face-Beratung ebenfalls keine vollständige Anonymität gegeben, dennoch erhalten Beratende per Video in der Regel deutlich mehr Informationen, z.B. durch Einblicke in den privaten Raum der Ratsuchenden (selbst wenn ein virtueller Hintergrund zum Einsatz kommt).
- 4) Beratende geben in der Videoberatung mehr Steuerung ab. Onlineberatung ermöglicht Ratsuchenden ganz grundsätzlich ein höheres Maß an Autonomie, als es in der Präsenzberatung zumeist der Fall ist. Ratsuchende können im Videogespräch jederzeit ‚mit einem Klick‘ den Kontakt beenden. Offen ist jedoch, ob der Grad der Autonomie bei verschiedenen Onlineberatungsformen als unterschiedlich hoch empfunden wird.
- 5) Das Medium erscheint verfügbar und daher naheliegend: Die hohe Verbreitung von mobilen videofähigen Endgeräten wie Smartphones in der Bevölkerung und der Wandel (privater) Nutzungsgewohnheiten wird auf das fachliche Setting übertragen. Zum Vergleich: Bildtelefone haben keinen Boom ausgelöst, waren aber auch weniger verbreitet (Hellige, 2007; Lieb, 2020). Gleichwohl liegt hier möglicherweise eine Fehleinschätzung vor, da viele Zielgruppen zwar ein videofähiges Endgerät nutzen, aber nicht das dafür notwendige Datenvolumen zur Verfügung haben.
- 6) Beratende besitzen umfassende Beratungskompetenzen, die auf die Präsenzberatung ausgelegt sind. Nur wenige Beratende können eine Ausbildung in Onlineberatung vorweisen. Und sofern diese vorliegt, wurden in der Ausbildung vermutlich vor allem Kenntnisse in textbasierter Onlineberatung vermittelt [4]. Insofern erscheint Videoberatung vielen Beratenden daher womöglich leichter, da die vorhandenen Gesprächsführungs-Kompetenzen weiterhin genutzt werden können.

Man könnte die Veränderungen, die die psychosoziale Beratung seit dem Jahr 2020 durchlebt hat, durchaus als disruptiv bezeichnen. Beratende und Organisationen/Träger wurden vor bislang nicht gekannte Herausforderungen gestellt. Gleichzeitig kann man behaupten, dass in den letzten 25 Jahren bereits in einigen Bereichen mit der Einführung von Onlineberatungsangeboten den Anforderungen einer immer stärker mediatisierten Gesellschaft (Krotz, 2008) Rechnung getragen wurde. Die weit verbreitete Hilflosigkeit beim Umstieg von einem Präsenzsetting in ein Onlinesetting darf aber auch als Beleg dafür gewertet werden, dass die psychosoziale Beratung als wesentlicher Bereich der Sozialwirtschaft in den vergangenen Jahren in Sachen ‚digitale Transformation‘ wichtige Entwicklungsaufgaben schlichtweg verschlafen hat (Kreidenweis, 2018).

## 2. Besonderheiten der Videokommunikation

Dadurch, dass Kommunikation per Video als audio-visuelles Medium verschiedene Sinneskanäle bedient, scheint es der kopräsenten Face-to-Face-Kommunikation sehr nahe zu kommen:

Videokommunikation in Form einer Videokonferenz kann verstanden werden als "Kommunikationsprozess [...], in dem

- wenigstens zwei lediglich räumlich getrennte Individuen
- ihre sprachlichen, parasprachlichen und nonverbalen Handlungen
- in technisch vermittelter, potentiell gleichzeitiger und wechselseitiger, auditiver und visueller Wahrnehmungs- und Steuerungstätigkeit vollziehen und
- die in der technischen Vermittlung auftretenden (Bild- und / oder Ton-) Verzögerungen und Störungen für die beteiligten Individuen interaktiv noch handhabbar sind" (Schmitz zit. n. Friebel et al., 2003, S. 3).

Unabhängig vom jeweiligen Aufenthaltsort der Gesprächspartner\*innen kommen diese in Kontakt und haben die Möglichkeit, miteinander zu kommunizieren, können aber – im Gegensatz zur kopräsenten Face-to-Face-Kommunikation – aufgrund des begrenzten Bildes gegenseitig nur einen Wirklichkeitsausschnitt wahrnehmen: Für die Beratung per Video bedeutet dies, dass wichtige Informationen fehlen bzw. einander entgehen können. Beratende würden beispielsweise nicht unbedingt bemerken, ob die ratsuchende Person nervös mit den Füßen wippt. Andererseits bietet die Möglichkeit dieses begrenzten Wahrnehmungsausschnitts auch eine Chance für mehr Autonomie seitens der Ratsuchenden: Ratsuchende können gezielt entscheiden, was sie von sich – und ihrer Umgebung – zeigen, seien es ein nervöses Wippen, die Jogginghose, eine neutrale Wand oder die Küche, in der sich das Geschirr stapelt.

Das gezielte Zeigen der Umgebung über den Bildausschnitt hinaus erfordert von den Ratsuchenden allerdings ein entsprechendes Bewusstsein und setzt die Möglichkeit voraus, einen entsprechenden Ort auszusuchen (Sümmerer, 2020). Als Beratende ist es wichtig, dieses Bewusstsein nicht vorauszusetzen, sondern einen Umgang damit zu finden, dass man womöglich deutlich privatere Einblicke erhält als in einer kopräsenten Face-to-Face-Beratung. Hier gilt es, einerseits die eigene Haltung zu (ungewollten) privaten Einblicken zu reflektieren – Bin ich neugierig? Werden professionelle Grenzen überschritten? Verändern zusätzliche Eindrücke meinen Blick auf die ratsuchende Person? ... – und andererseits, die Situation professionell zu gestalten, indem man den\*die Ratsuchende\*n darauf anspricht, ob oder wie er\*sie eine ungestörte Situation schaffen kann. Andersherum gehört es ebenso dazu, zu kommunizieren, welche Umgebung für die beratende Person besteht und wie die Vertraulichkeit gewahrt wird (siehe auch 4.1).

Die durch Videokommunikation übermittelten Informationen sind also begrenzt [5] und erfahren weitere Einschränkungen durch Verzerrungen und Übertragungseinflüsse (Wenzel, Jaschke & Engelhardt, 2020). Besonders relevant sind hier zeitliche Verzögerungen und Beeinträchtigungen der Bild- und/oder Tonqualität (Friebel et al., 2003). Diese ergeben sich durch den technischen

Prozess (Aufnahme, Darstellung, Codierung, Kompression, Übertragung, Decodierung, Anzeige) und erschweren einen reibungslosen Sprecher\*innenwechsel und als (zeitlich) adäquat wahrgenommene Signale von Aufmerksamkeit und Verständnis (Friebel et al., 2003). Dies kann als anstrengend und belastend empfunden werden und es können Missverständnisse entstehen, auf welche Aussage zum Beispiel reagiert wurde. Sind die Bild- und Tonqualität eingeschränkt (durch beispielsweise eine geringe Bildauflösung infolge einer niedrigen Internetbandbreite), können wichtige Signale und Informationen verloren gehen: Beratende können unter Umständen nicht erkennen, ob die ratsuchende Person tief durchatmet, seufzt, ihre Augen sich mit Tränen füllen oder sie ein Lächeln andeutet – und genauso entgehen der ratsuchenden Person womöglich Signale des Ermunterns, Verstehens und aktiven Zuhörens. Bei starken technischen Störungen können sogar ganze Gesprächsteile wegfallen, was besonders in emotionalen Gesprächssituationen als frustrierend erlebt werden kann.

Als Berater\*in sollten diese Faktoren grundsätzlich während der Videoberatung berücksichtigt werden, indem Empfindungen und Reaktionen stärker als sonst verbalisiert und eigene Körpersignale bewusster eingesetzt werden, z.B. durch eine zugewandte Sitzhaltung inklusive eines angemessenen Abstands zur Kamera oder deutlich wahrnehmbares Nicken. Dabei sollte man ebenso bedenken (siehe auch 4.1), dass die vermeintlich ideale Position vor der Kamera, insbesondere gepaart mit der Anzeige des eigenen Videobilds, bei Ratsuchenden auch dazu führen kann, sich weniger natürlich zu verhalten (z.B. Sitzposition, Gestik- und Mimik-Kontrolle) und Beratende dadurch gegebenenfalls weniger Signale, für z.B. nachlassende Aufmerksamkeit [6], erhalten (Friebel et al., 2003). Für starke technische Störungen sollten darüber hinaus alternative Kanäle zur Verfügung stehen und schon im Vorhinein angesprochen werden, um das Gespräch darauf gegebenenfalls umzulenken und somit einen plötzlichen Abbruch (Wenzel, Jaschke & Engelhardt, 2020) und damit einhergehende Orientierungslosigkeit zu vermeiden.

Ein wesentlicher Unterschied der Videokommunikation zur kopräsenten Face-to-Face-Kommunikation ist der Blickkontakt: Obwohl man das Gegenüber sieht, kann man sich letztlich nicht in die Augen sehen – frei nach dem Motto: ‚Wenn ich Dich ansehe, sehe ich Dich nicht an‘. Das ist vor allem für die Onlineberatung per Video ein gewichtiger Aspekt: Für einen Beziehungsaufbau ist der Blickkontakt elementar, gleichzeitig ist es wichtig – auch im systemischen Sinne – die ratsuchende Person und ihr Verhalten wahrnehmen zu können. Beides geht im klassischen Videoberatungssetting nicht. Diesem sog. „eye-contact-dilemma“ (Rosen zit. n. Friebel et al., 2003, S. 12) begegnet man daher am ehesten durch eine möglichst nahe Positionierung des eingehenden Bildes zur eigenen Kamera und entsprechende Blickrichtungswechsel. Tatsächlich gibt es dafür auch technische Lösungen – und es ist zu erwarten, dass weitere folgen, wie das Positionieren von Inhalten auf dem Bildschirm per Eyetracking (Schüler, 2020) oder die sog. „Aufmerksamkeitskorrektur“ mithilfe von True-Depth-Kameras, durch die das Videobild so manipuliert wird, dass der Gesprächspartner stets in die Kamera zu gucken scheint (Becker, 2019). Solche Ansätze sind jedoch, unter anderem aufgrund der hohen Bedeutung von non-verbale Signalen, wie den Blick zu senken, als zumindest fragwürdig in ihrer Tauglichkeit für die Onlineberatung

einzuschätzen. Zukünftige Entwicklungen sollten offen, aber mit der nötigen professionell-kritischen Haltung betrachtet werden.

Darüber hinaus kann es sich lohnen, über das bewusste Zu- und Abschalten beispielsweise des Videobilds, Wirkungen von Abständen und Kamera-Perspektiven oder auch räumlicher Trennung bei gleichzeitiger Teilnahme von hochstrittigen Personen im Beratungsprozess nachzudenken. Erste Überlegungen für Interventionen in der Online-Therapie gibt dazu Hartmann-Strauss (2020).

## **2. Technische Rahmenbedingungen und Datenschutz**

Videoberatung setzt gewisse technische Rahmenbedingungen voraus: So benötigen die Beteiligten eine stabile (Breitband-)Internetverbindung [7] und Hardware wie eine integrierte oder externe Kamera/Webcam und Lautsprecher plus (integriertes/externes) Mikrofon bzw. ein Headset. Alternative Kommunikationskanäle sollten zur Verfügung stehen, um bei technischen Problemen eine Ausweichmöglichkeit zu haben oder zumindest einen angemessenen Abschluss der Situation herzustellen (siehe auch 2.).

Um die Beratungssituation angemessen zu gestalten, ist es wichtig, dass Beratende die technische Ausstattung und Affinität der ratsuchenden Person kennen oder gut einschätzen können. Über welche Geräte verfügen die Ratsuchenden, um an einem Videoberatungsgespräch partizipieren zu können? Mittlerweile wird häufig angenommen, fast jede\*r besitze ein Smartphone. Tatsächlich nutzen immerhin 88% der über-14-Jährigen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 zumindest gelegentlich ein Smartphone (ARD/ZDF Massenkommunikation Trends, 2020; 90% laut Media Activity Guide 2020, forsa (Seven.One Media GmbH, 2020)) und 81% der privaten Haushalte nutzen eine mobile Verbindung, z.B. via Smartphone, für den Zugang zum Internet (Statistisches Bundesamt, 2020). Es geht aber nicht nur um den Besitz eines Endgeräts per se, sondern auch um das Antizipieren weiterer Faktoren, wie z.B. Ungestörtheit, Erkennbarkeit der Darstellung und konkreter Nutzungszweck im Beratungssetting. Manche Ratsuchende haben vielleicht sogar die Möglichkeit, ihren Standort während der Videoberatung zu wählen und entsprechend angenehm für sie zu gestalten; andere können vielleicht nur unterwegs ungestört sprechen, müssen dabei auf ihre Umgebung achten, sind der Witterung ausgesetzt und/oder müssen eine unbequeme Haltung einnehmen, um z.B. ihr Smartphone permanent hochhalten zu können. Dies sollte beim Angebot einer Videoberatung mitbedacht werden: sowohl in der Hinsicht, ob sie die beste Wahl ist, als auch mit Blick darauf, die ratsuchende Person in ihren Umgebungsbedingungen ‚abzuholen‘ und auch hier zu begleiten. Auch bei vermeintlich affinen und gut ausgestatteten Ratsuchenden sollte vor der Anwendung von Methoden und Medien während eines Videoberatungsgesprächs geklärt werden, ob ein passendes Endgerät zu genau diesem Termin vorhanden sein kann.

Neben der Ausstattung mit Hardware ist das Thema Software im Kontext von vertraulicher Beratung unabdingbar. Hier ist in den kommenden Jahren eine weitere Angebotsdiversifizierung zu erwarten. Aktuell greifen Beratungsstellen häufig auf Videoberatungssoftware aus dem medizinischen Bereich zurück, um professionelle Qualitäts- und Datenschutz-Standards zu gewährleisten, sicherlich

wurden aber während der Corona-Maßnahmen aus pragmatischen Gründen auch Tools gewählt, die diesen Anspruch nicht erfüllen.

Datenschutz und -sicherheit spielen jedoch eine wesentliche Rolle bei den Rahmenbedingungen für eine qualitätsvolle und rechtlich sichere Videoberatung in Deutschland:

Eine Verschlüsselung der Beratungskommunikation und ein Schutz vertraulicher Daten ist zwingend notwendig. Berufsgeheimnisträger müssen seit 2018 darüber hinaus nach § 203 Abs. 4 Strafgesetzbuch die beteiligten Technikdienstleister (etwa Betreiber von Kommunikationsdiensten, Beratungsplattformen, Messengerdiensten) zur Geheimhaltung verpflichten. Viele Angebote, die möglicherweise für Videokonferenzen oder Videolehre vertretbar sind, erfüllen nicht die ethischen und rechtlichen Anforderungen an sichere und datenschutzkonforme Medientechnik bei vertraulicher Onlineberatung. Anbieter, die unter deutsches/europäisches Recht fallen, sind hier vorzuziehen. (Engelhardt & Wenzel, 2020; siehe auch Gassner & Strobl, 2019)

Eine hilfreiche Orientierung bietet die Liste zertifizierter Videodienstleister der Kassenärztlichen Bundesvereinigung, die (zum Zeitpunkt des Erscheinens dieses Beitrags) regelmäßig aktualisiert wird [8].

Im Umgang mit der Technik ist es wichtig, sich als Anwender\*in selbst entsprechend auszukennen, um Ratsuchenden ggf. Hilfestellungen geben zu können. Hier ist sicherlich diskutabel, welcher Grad an technischem Know-How ideal ist, Übung und Interesse sind aber in jedem Fall hilfreich. Gerade beim Zugang zum Videoberatungstermin ist eine leicht verständliche Anleitung, vor allem für Erstanwender\*innen, jedoch zentral. Diese kann bspw. folgende Elemente enthalten:

- Hinweise zur erforderlichen Hardware
- Angaben zum alternativen Kommunikationskanal bei technischen Problemen
- Termin: Datum, Uhrzeit und Dauer
- Bitte, sich frühzeitig einzufinden, um die Technik zu prüfen und pünktlich gemeinsam starten zu können.
- Link und/oder individuelle Zugangsdaten zur Videoberatungssoftware/-plattform
- ggf. Datenschutzhinweise

Es ist dazu hilfreich, einmal die Perspektive der ratsuchenden Person einzunehmen und den Prozess aus dieser Rolle zu durchlaufen. Nützlich sind hier zudem ein strukturierter und einfacher Sprachstil und ermutigende sowie einladende Formulierungen.

### **3. Phasen des Videoberatungsgesprächs**

Jede\*r Berater\*in hat – nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund des gewählten Beratungsansatzes – verschiedene Formen in das Gespräch einzusteigen. Daher soll hier exemplarisch und teils auch stark vereinfacht auf einzelne Phasen im Videogespräch eingegangen werden.

#### **4.1 Joining und Settinggestaltung**

Bevor überhaupt ein Beratungsgespräch beginnt und Themen und Anliegen der Ratsuchenden zur Sprache kommen, steht das Joining (Miteinander in Kontakt kommen) im Vordergrund. Einem gelungenen Joining wird zu Recht eine große Bedeutung zugeschrieben, da vom ersten Zusammentreffen von Berater\*in und ratsuchender Person in der Regel auch abhängt, wie sich der weitere Beratungsverlauf gestaltet. So ist das Ziel des Joining vor allem Sicherheit herzustellen und der ratsuchenden Person das Ankommen im Beratungssetting zu ermöglichen.

Online im Videosetting treffen Berater\*in und Ratsuchende\*r nun nicht an einem physischen Ort aufeinander, sondern treffen sich in einer gewissermaßen paradoxen Situation: Sie sind gemeinsam im virtuellen Raum und gleichzeitig jeweils an den Orten, an denen sie vor der Kamera sitzen. Während in der Präsenzberatung der\*die Berater\*in die ratsuchende Person in der Regel aus einem Wartebereich abholt oder Einlass in das Beratungszimmer gewährt und hierbei schon Begrüßung und Smalltalk quasi nebenbei stattfinden, ist der Eintritt in das Beratungssetting beim Videogespräch abrupt. Insofern ist es besonders wichtig, dass sich die Beratenden vor der Kamera so einrichten, dass sie ab dem Moment des Zutritts der zu beratenden Person gut zu sehen sind (Ausleuchtung, Position vor der Kamera), und dafür Sorge tragen, dass sie auch gut hörbar sind (Mikrofon testen).

In der Präsenz ist für beide Seiten der gemeinsame physische Raum wahrnehmbar, im Videosetting braucht es hierzu einen gemeinsamen Abgleich. Denn es ist nicht ersichtlich, wer sich gegebenenfalls noch mit im Raum aufhält und das Gespräch mithören kann, mit welchen Störungen zu rechnen ist usw. Und diese Information betrifft beide Seiten, so dass der\*die Berater\*in darauf hinweisen sollte, dass er\*sie allein im Zimmer ist und die Vertraulichkeit des Gesprächs gewährleistet ist. Dies schafft Vertrauen und Transparenz und ermöglicht den Übergang zu der Frage, wie sich die Situation bei der ratsuchenden Person gestaltet.

Mögliche Fragen, die abzuklären sind, sind:

- Sind andere Personen (z. B. Kinder, Partner\*in, Eltern) im Raum (oder im Nebenraum/der Wohnung) anwesend?
- Ist mit Störungen zu rechnen (weil z. B. ein Kind versorgt werden muss)?
- Wie soll mit diesen umgegangen werden?
- Gibt es Störungen durch Lärm o. ä.?
- Ist das Handy ausgeschaltet, um ungestört zu sein oder muss es eventuell angeschaltet bleiben?



Diese und ähnliche Fragen können neben der Klärung des Settings und eines lockeren Joining auch bereits wichtige Kontextinformationen transportieren, die im Verlauf des Gesprächs eine Rolle spielen könnten ("Ah, Sie haben Kinder! Wie alt sind die denn...?").

Neben einer Abklärung der räumlichen Situation, sollten Beratende auch daran denken, die technische Ausstattung der Ratsuchenden abzufragen. Es macht einen großen Unterschied, ob ein\*e Ratsuchende\*r vor einem großen Bildschirm mit Headset sitzt oder das Smartphone nutzt. Die wesentlich kleinere Bildansicht des Smartphones ist z. B. eine wichtige Information bei der Auswahl von Tools wie einem Whiteboard o. ä. Hier sollte der\*die Berater\*in berücksichtigen, dass die Ansicht vielleicht nicht ausreichend ist, um mit Zusatztools zu arbeiten und ggf. auf das reine Gespräch fokussieren.

#### **4.1.1 Das Joining in Gruppensituationen**

Gruppensettings bringen im Videokontext neben den oben genannten Aspekten weitere Herausforderungen mit sich. Es ist zum Beispiel nicht nachvollziehbar, wer gerade wen anschaut oder aus welcher Richtung sich jemand zu Wort gemeldet hat. Die Orientierungsmöglichkeiten, die im physischen Raum über die akustische Wahrnehmung und das Beobachten z. B. von Blickrichtungen möglich ist, fällt beim Video weg. Dies kann zu Irritationen und Missverständnissen, aber auch zu einer größeren Zurückhaltung der Gesprächsteilnehmer\*innen führen, da unklarer ist, ‚wer wann dran ist‘ und sich zu Wort melden darf. Insofern muss eine Einleitung des Sprecher\*innenwechsels stärker moderiert werden, indem Personen direkt namentlich angesprochen und zu Wortbeiträgen aufgefordert werden. Zudem sollte eine Verständigung über das Ein- und Ausschalten des eigenen Mikrofons erfolgen, damit nicht zusätzlich Nebengeräusche übertragen werden, die die Gesamtakustik und damit die Konzentration auf das Gespräch beeinträchtigen. Es ist also wichtig, gemeinsam mit der Gruppe entsprechende Regeln zu vereinbaren.

Beratende sollten sich außerdem darüber bewusst sein, dass für Ratsuchende das vor der Kamera Sitzen und sich selbst Betrachten ungewohnt, unangenehm oder sogar sehr belastend sein kann. Dies zu thematisieren und eine angenehme Sitzposition anzubieten, darauf hinzuweisen, dass das eigene Kamerabild ausgeblendet werden kann und es nicht zwingend nötig ist, dass der\*die Ratsuchende direkt zur Kamera schaut, kann gerade zu Beginn des Gesprächs hilfreich sein, um ein angenehmes Setting zu gestalten.

#### **4.2 Gesprächsführung im Video**

Die Gesprächsführung unterscheidet sich hier im Prinzip nicht von der im Präsenzsetting, gleichwohl muss berücksichtigt werden, dass z. B. eine instabile Internetverbindung oder schlechte Tonqualität einen großen Einfluss auf die Gesprächssituation haben können (siehe auch 2.).

Unterschiede liegen jedoch bei der Wahl möglicher analoger und digitaler Medien, um Aufträge und Anliegen zu visualisieren oder z. B. mit Strukturaufstellungen im Raum zu arbeiten. Bei der Auswahl von Medien (siehe auch 5.) zur Unterstützung des Beratungsgesprächs muss der\*die Berater\*in daher genau prüfen, was

sinnvoll und technisch möglich ist und vor allem was mit dem Einsatz für eine Wirkung oder Beobachtungsmöglichkeit beabsichtigt ist. So macht es durchaus einen Unterschied, ob Ratsuchende Karten als Bodenanker im Raum auslegen und gemeinsam mit dem\*der Berater\*in die Karten ‚abschreiten‘ oder eine solche Übung im eigenen Raum per Video übertragen machen und dabei aus dem Bild treten oder körperliche und mimische Regungen nur begrenzt von dem\*der Berater\*in wahrgenommen werden können.

Berater\*innen sollten sicher im Umgang mit digitalen Tools sein, um die Ratsuchenden nicht zu verunsichern oder unnötigen Stress auszusetzen. Dazu gehört auch, sich bewusst zu machen, dass manchmal weniger mehr ist und ein gut geführtes Videogespräch auch ohne zusätzlichen Medieneinsatz auskommt. Wie digitale und analoge Medien konkret eingesetzt werden, wird in Kapitel 5 noch einmal ausführlicher beschrieben.

### **4.3 Gesprächsabschlüsse gestalten**

So, wie der Einstieg in ein Videogespräch zunächst recht abrupt durch das Zuschalten der Teilnehmenden erfolgt, so abrupt kann auch das Ende erscheinen. ‚Ein Klick und weg‘ – so könnte man es beschreiben. Umso wichtiger erscheint es, Ratsuchenden einen guten Übergang aus der Videoberatungssequenz in den Alltag zurück zu ermöglichen. Denn im Gegensatz zur Präsenz findet kein ‚schleichender‘ Übergang statt – im Videogespräch muss der\*die Klient\*in nun virtuell zur Tür begleitet werden. Hierbei können gemeinsam entwickelte Rituale hilfreich sein, in jedem Fall sollte aber der Hinweis an die Ratsuchenden erfolgen, im Anschluss an das Gespräch einen kurzen Settingwechsel vorzunehmen (z. B. aufstehen und sich strecken, einen kurzen Spaziergang machen o.ä.) und nicht am Rechner oder Smartphone zu verharren und ‚nochmal schnell E-Mails zu checken‘. [9]

## **5. Einsatz von Medien im Videoberatungsgespräch**

In der Videoberatung lassen sich vielfältige Methoden und Interventionen wie auch unterstützende Medien einsetzen. Insbesondere bei der Anwendung von klassischerweise ‚analogen‘ Methoden ist es wichtig zu wissen, dass sich mitunter die Wirkung der Methode im Videoberatungssetting verändern kann. Daraus ergibt sich, dass auch die eigene Rolle und die Beobachtungsmöglichkeiten anders ausfallen können. Daher sollten Methoden und Interventionen vorab hinterfragt und darauf geprüft werden, was mit ihnen erreicht werden soll und kann (siehe auch 4.2).

Zudem muss stets die Ausstattung der ratsuchenden Person mitgedacht und abgesprochen werden (siehe auch 3., 4.1). Gerade bei der Nutzung eines mobilen Endgeräts, wie eines Smartphones, sind Inhalte geteilter Anwendungen, Dateien und Dokumente kaum lesbar oder schwierig zu überblicken - und gleichzeitig entfällt meist die Ansicht des\*r Gesprächspartners\*in. Dies kann zu Irritationen führen (‚Habe ich etwas falsch gemacht?‘, ‚Bin ich ständig unter Beobachtung?‘), aber auch das Erleben eines Autonomieverlusts auslösen, da die Beteiligten nicht mehr über dieselbe Menge an Informationen verfügen und das Begegnen auf Augenhöhe erschwert wird.

Wurde die Ausstattung der ratsuchenden Person angemessen berücksichtigt, sind verschiedene Medien denkbar. Es lassen sich dabei zwei Kategorien beim Medieneinsatz unterscheiden:

Zum einen solche Medien und integrierte Medien-Funktionen (im Weiteren: Medien), die von einer der beteiligten Personen gesteuert wird, während die andere Person lediglich durch sprachliche Äußerungen und Anweisungen Einfluss auf diese nehmen kann (*einseitig-exekutive Medien*). Hierbei handelt es sich häufig um originär analoge Medien/Hilfsmittel - so beobachtet z.B. die Ratsuchende Person den\*die Beratende\*n dabei, wie er\*sie auf einem Flipchart eine Beziehungskonstellation aufzeichnet, oder weist die beratende Person an, wie sie Figuren auf einem Systembrett anordnen soll. Die mit dieser Art von Medieneinsatz verbundenen Handlungen sind häufig demonstrierender Natur. Wesentliche Merkmale sind:

- Eine Person zeigt/agierte, die andere Person rezipiert bzw. gibt Handlungsanweisungen mündlich/schriftlich (auch wechselseitig möglich).
- Rezipierende Person ist auf Bild-Übertragung durch zeigende Person angewiesen (gutes Kamerabild oder Screensharing).
- Die Darstellung der verwendeten Medien ist nur situativ für beide betrachtbar, Ergebnisse müssen dann in eine digitale Form umgewandelt werden, um sie digital verfügbar zu machen (z.B. abfotografieren) oder der anderen Person erst noch übermittelt werden, um vollen Zugriff darauf zu ermöglichen (z.B. Dokument, das zunächst über Bildschirmfreigabe zur Ansicht miteinander geteilt wurde).

Zum anderen lassen sich einige Medien – zum Beispiel nach entsprechender Voreinstellung – gemeinsam steuern, sie haben daher einen interaktiven Charakter (*digital-interaktive Medien*). Dabei handelt es sich um digitale Formen, wie z.B. das gemeinsame Bearbeiten eines Whiteboards oder Dokuments, der Austausch per Text-Chat oder die Nutzung spezifischer Anwendungen für bspw. eine Aufstellung. Charakteristisch ist:

- Beide Personen können zeitgleich mit dem Medium interagieren (ggf. nach entsprechender vorheriger Rechte-Freigabe/Konfiguration).
- Beide Personen können (zumindest zeitweise) unmittelbaren Zugang zum Medium haben.
- Die Ergebnisse können beiden Personen im Nachgang digital zur Verfügung gestellt werden, dazu ist ein Speichern oder die Wahl des passenden Dateiformats nötig (z.B. Whiteboard-Ergebnis als .jpg oder .pdf abspeichern).

Konkret stehen, je nach individueller Ausstattung der beratenden Person oder Einrichtung, Kamera, Flipchart, Zettel, die Bildschirmfreigabe, integrierte Funktionen wie Text-Chat oder Whiteboard sowie externe Anwendungen mit vielseitiger Verwendbarkeit (z.B. externes Whiteboard oder Moodboard) oder speziellem Zweck (wie ein digitales Systembrett) zur Verfügung. Für manche der Medien stehen teils auch findige Alternativen zur Verfügung: So ermöglichen es z.B. bestimmte Apps, ein Smartphone in eine zweite Kamera zu verwandeln.

Die verschiedenen Medien lassen sich wie folgt strukturiert darstellen:

Typ	Medium/Funktion	Einsatzmöglichkeiten
(Ggf. originär analog) einseitig-exekutiv	Kamera / zweite Kamera	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zeigen des Raums</li> <li>▪ Zeigen von Gegenständen (z.B. Aufstellungen mit kleinen Figuren)</li> </ul>
	Zettel / Flipchart	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visualisierungen</li> <li>▪ Moderation und Strukturierung (z.B. beim Einsatz eines Kartensets mit Symbolen)</li> </ul>
	Bildschirmfreigabe	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zeigen von Bildern, Karten o. ä. zum Anregen von Assoziationen</li> <li>▪ Zeigen von Texten / Dokumenten, ggf. mit der Möglichkeit diese zu bearbeiten (sofern Steuerungsübernahme möglich)</li> </ul>
digital-interaktiv	Integriertes Whiteboard	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Skalierungen</li> <li>▪ Aufstellungen</li> <li>▪ Visualisierungen, Zusammenfassen von Inhalten / Ergebnissen</li> <li>▪ Kartenabfrage, Clustern von Themen</li> </ul>
	Externe Tools für gemeinsame Echtzeit-Bearbeitung, z.B. Texteditoren oder externe Whiteboards / Moodboards	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Skalierungen</li> <li>▪ Aufstellungen</li> <li>▪ Visualisierungen, Zusammenfassen von Inhalten / Ergebnissen</li> <li>▪ Kartenabfrage, Clustern von Themen</li> <li>▪ Textarbeit</li> </ul>
	Text-Chat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sammeln von Fragen bei Gruppensitzungen</li> <li>▪ Beteiligung von anderen Gruppenmitgliedern, ohne das Gespräch zu stören</li> <li>▪ gleichzeitige Reaktion der Beteiligten auf eine Fragestellung</li> </ul>
	Spezielle (systemische) digitale Tools / Apps	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufstellungen (mit räumlicher Wirkung) / Genogramm- / Biografiearbeit / spezielle Visualisierungen (z.B. Ressourcenbaum)</li> </ul>

Abbildung 1: (angelehnt an Engelhardt, 2021)

Wie schon erwähnt, ist es wichtig, dass Ratsuchende die Möglichkeit haben, die Inhalte beim Einsatz von Medien zu erkennen, z.B. durch ein Endgerät mit ausreichend großem Display. Gerade beim Einsatz originär analoger Mittel, die wiederum von der eigenen Kamera gefilmt werden, empfiehlt es sich ebenfalls auf Erkennbarkeit zu achten. D.h. beispielsweise bei einem Flipchart sollte der verwendete Stift eine entsprechende Strichstärke und Farbkraft für einen guten Kontrast haben.

Im Folgenden sollen einige Szenarien exemplarisch den Einsatz von Medien in der Videoberatung beschreiben:

*Beispiel Systembrett am Laptop:*

Die Beraterin möchte dem Ratsuchenden anbieten, mit Hilfe eines virtuellen Systembretts eine Familienkonstellation aufzustellen. Sie hat dazu vorab in der vorangegangenen Sitzung mit dem Ratsuchenden geklärt, dass er hierfür am Laptop sitzt und eine Maus zur Verfügung hat (hilfreich beim Bewegen der Figuren). Zudem hat sie sich einen Eindruck davon verschafft, wie technikaffin ihr Klient ist und inwieweit die Auseinandersetzung mit der zusätzlichen Technik für ihn problemlos ist.

*Beispiel Arbeitsblätter und Übergangsobjekt per Smartphone:*

Ein Berater arbeitet mit einem Klienten, der für die Videositzungen nur ein Smartphone zur Verfügung hat. Er sendet ihm daher vorab Arbeitsblätter per (verschlüsselter) Mail zu, die dieser in Ruhe bearbeiten und zurücksenden kann. Im Gespräch können beide dann auf die ausgedruckten Dokumente schauen und darüber sprechen. Abschließend bietet der Berater ein paar Bildkarten an, aus denen der Ratsuchende eine auswählen kann, die seine Stimmung repräsentiert. Diese sendet der Berater dem Ratsuchenden im Anschluss zu, so dass dieser die Bildkarte als Übergangsobjekt auf dem Smartphone zur Verfügung hat.

*Beispiel Textchat im Video-Gruppensetting:*

Die Beraterin bittet im Rahmen eines Teamcoachings alle Beteiligten, jeweils mit einem Wort das Ziel des Coachings zu formulieren. Dazu sollen die Teammitglieder das Wort in den Text-Chat eingeben und gleichzeitig abschicken, um sich auf die eigenen Erwartungen zu konzentrieren und bestehende Beziehungs- und Verhaltensmuster auszublenden.

*Beispiel Bildkarten über Bildschirmfreigabe:*

Der Berater nutzt regelmäßig die Bildschirmfreigabe, um der Ratsuchenden verschiedene Bilder zu zeigen, um ihre Befindlichkeit und ihre Entwicklung durch den Beratungsprozess ressourcenorientiert veranschaulichen zu lassen. Sie wählt in ihrer letzten Sitzung aus verschiedenen Optionen ein Bild von einem Fuchs in erwartungsvoller Haltung auf einer Wiese, da sie mit neu gewonnenen Ideen aus der Beratung gespannt und neugierig ist, was sich verändern wird.

*Beispiel Darstellung Inneres Team via Whiteboard:*

Auf einem digitalen Whiteboard sammeln der Ratsuchende und die Beraterin verschiedene Stimmen seines inneren Teams. Im weiteren Prozess stellen sie fest, dass eine weitere Stimme hinzugekommen ist, die sogar noch mehr Gewicht hat als die übrigen. Gemeinsam passen sie das Whiteboard an, indem sie die neue Stimme hinzufügen und die bereits vorhandenen im Verhältnis dazu verkleinern.

*Beispiel Anordnung von Moderationskarten mit Hilfe einer zweiten Kamera:*

In einer vorherigen kopräsenten Face-to-Face-Sitzung hatten die Beraterin und die Ratsuchende verschiedene Anliegen und Themen über Moderationskarten gesammelt, um den Auftrag zu klären. Durch eine längerfristige berufliche Auswärtstätigkeit wird die Beratung in eine Videoberatung verlagert. Die Beraterin breitet die vorhandenen Moderationskarten auf einem Tisch aus und zeigt sie der Ratsuchenden in der ersten Videoberatung durch eine zweite Kamera. Im gemeinsamen Austausch priorisieren sie die Anliegen durch die Anordnung der Karten auf dem Tisch.

Im letzten Beispiel wird eine Variante des Blended Counseling skizziert. Über den Medieneinsatz während einer Videoberatung hinaus sei hier auch auf die medial gestützte Verstetigung des Beratungsprozesses zwischen den Videoberatungssitzungen verwiesen, v.a. durch gezielte Blended-Counseling-Konzepte mit mehreren Onlineberatungskanälen (Hörmann, 2020).

Neben bewährten Vorgehensweisen, wie z.B. E-Mails, um Ergebnisse zusammenzufassen oder die zwischenzeitliche Befindlichkeit zu kommunizieren, gibt es dabei auch Ansätze für eine (automatisierte) Alltagsbegleitung per App, die dabei unterstützen soll, gesetzte Ziele zu erreichen (siehe auch Themenschwerpunktheft e-beratungsjournal "(Digital) gesundheitsfördernde Hochschulen via Onlineberatung, Apps, E-Mental-Health & Co?"). Hier bleibt die Entwicklung auf dem Tool-Markt in den kommenden Jahren zu beobachten.

## **6. Implikationen für (oder gegen) den Einsatz von Videoberatung**

Eingangs wurden verschiedene Annahmen im Zusammenhang mit der großen Verbreitung von Videoberatung während der pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen skizziert (siehe auch 1.). Zum Zeitpunkt des Erscheinens des Artikels ist die Pandemie noch auf dem Höhepunkt, so dass eine der häufigsten Implikationen für den Einsatz von Videoberatung vermutlich aus der Not heraus geboren ist: Es geht gerade eben nicht anders.

Dennoch ergibt es Sinn, über die ‚post-pandemische‘ Zeit nachzudenken und zu prüfen, in welcher Form die Beratung per Video dann zu einem (weiteren) festen Baustein in der psychosozialen Beratungslandschaft wird.

Beratende sollten sich daher auch fragen: Was ist die Motivation für den Einsatz der Videoberatung? Geht es nur um die Überbrückung von räumlicher Distanz (bzw. aktuell um die Schaffung derselben) oder sehen sie ein Potenzial der Online- und ggf. eben speziell der Videoberatung für die eigenen Zielgruppen? Statt jedoch

durch die Videoberatung quasi heimlich das „Primat der Kopräsenz“ (Thiery & Kreller, 2021) (wenn auch womöglich unbewusst) zu unterstützen, gilt es, die verschiedenen Beratungsformen inkl. der verschiedenen Onlineberatungsvarianten – sowohl textgebunden als auch textungebunden – als gleichwertige Möglichkeiten mit je unterschiedlicher Charakteristik zu betrachten.

So kann es gelingen, wirklich die Bedürfnisse der eigenen Zielgruppen in den Blick zu nehmen und darüber die Chancen der verschiedenen Beratungsformen für bestehende Zielgruppen wie auch für Zielgruppen, die durch die Erweiterung der Beratungsformen neu hinzukommen, zu nutzen. Zentral für den Einsatz der Videoberatung (oder eben den Nicht-Einsatz) ist also die Zielgruppenorientierung – und als Voraussetzung dafür wie auch für die weitere Umsetzung: die Qualifizierung der beratenden Fachkräfte für die Online- bzw. Videoberatung.

## **7. Ausblick**

Was wird bleiben von unserem Beratungshandeln und der Nutzung neuer Kommunikationsformen für die Gestaltung von Beratungsprozessen nach der Pandemie? Diese Frage lässt sich nur schwer beantworten. Die Stimmen aus der Praxis zeichnen ein eher zweigeteiltes Bild: Auf der einen Seite diejenigen, die es kaum erwarten können, endlich wieder ‚richtig‘ beraten zu können. Und auf der anderen Seite diejenigen, die für sich und ihre Ratsuchenden eine Chance im Videoberatungssetting erkennen, da es ihnen neue Möglichkeiten eröffnet (Engelhardt & Gerner, 2017).

Ungeachtet möglicher persönlicher Präferenzen von Beratenden, steht die Soziale Arbeit und Beratung jedoch vor einer grundlegenden Herausforderung: Es muss nun der Sprung in das Zeitalter der digitalen Transformation geschafft werden. Die Versäumnisse der vergangenen Jahre konnten durch das blitzartige und sehr anzuerkennende Engagement während der Pandemie nicht aufgeholt werden. Sie werden wohl aber den einen oder anderen sehr deutlich darauf aufmerksam gemacht haben, dass Beratung über mehr Wege als in der klassischen Präsenzsituation stattfinden kann und in Zukunft muss. Denn nur so kann sichergestellt werden, dass auch Zielgruppen, für die die Präsenzberatung – aus welchen Gründen auch immer – keine Option ist, ein adäquates Angebot erhalten. Die Mediatisierung unserer Gesellschaft wird nicht zurückgedreht werden. Es ist eher davon auszugehen, dass künftig mehr Menschen auch Onlineberatungsangebote nutzen möchten und erwarten, dass diese bereitgestellt werden (Reindl & Engelhardt, 2021).

Dies bedeutet nicht nur, dass auf die Sozialwirtschaft neue Fragen der Finanzierbarkeit von Beratung zukommen, sondern auch Fragen in Hinblick auf (technische) Ausstattung und vor allem Qualifizierung von Beratenden, um den Anforderungen einer qualitativ hochwertigen Beratung von Klient\*innen gerecht werden zu können.

## Anmerkungen

[1] Die Telefonseelsorge verzeichnete im Jahr 2020 eine deutliche Steigerung der Nutzung von Onlineberatungskanälen, z.B. „bei den Maillkontakten mit rund 28 Prozent. Spitzenreiter sei das Chat-Angebot, das eine Steigerung von mehr als 70 Prozent erfuhr.“  
<https://www.ekd.de/telefonseelsorge-deutlich/telefonseelsorge-deutlich-mehr-beratung-via-mail-und-chat-63087.htm>

[2] siehe auch: <https://www.kbv.de/html/videosprechstunde.php>

[3] Dabei wird unter Umständen übersehen, dass im Sinne des Mythos der Unmittelbarkeit (Wenzel, 2016) auch in kopräsenten Beratungssituationen Sprache und non-verbale Zeichen als Mittler fungieren und Raum für (Fehl-)Interpretationen lassen.

[4] So haben Zertifizierungslehrgänge in Onlineberatung – mit Ausnahme des Hochschulzertifikats Onlineberatung der TH Nürnberg – keinen Bezug zur Videoberatung hergestellt, sondern ausschließlich Lese- und Schreibkompetenz vermittelt. Auch die Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Onlineberatung (DGOB) e. V. hat Onlineberatungskompetenzen bislang lediglich auf schriftbasierte Formate bezogen.

[5] Schulte, Friebel und Klotzek (2001) sprechen darüber hinaus sogar von einer "Asymmetrie der Wahrnehmungsbedingungen" für die Gesprächspartner durch Unterschiede in der "Anordnung und Größe der verschiedenen Bildinformationen (Bild der Gegenstelle und Eigenbild), individuelle Einstellungen (Lautstärke, Bildqualität) und die jeweilige Konfiguration vor Ort". (<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2001/px-schulte.pdf>, S. 227)

[6] Angesichts der corona-bedingt gestiegenen Anzahl an Videokonferenzen, an denen Menschen teilnehmen, wird mittlerweile häufig von einer „zoom fatigue“ gesprochen (<https://t2informatik.de/wissen-kompakt/zoom-fatigue/>; Wiederhold, 2020). Sacasas stellt hierzu die Theorie auf, dass die ‚zoom fatigue‘ vor allem dadurch zustande kommt, dass die menschliche Wahrnehmungsfähigkeit auf das optimale Erfassen („optimal grip“) der gesamten Kommunikationssituation ausgelegt ist und sie in Videokonferenzen durch die vermeintliche Nähe und eben doch Unterschiedlichkeit zur kopräsenten Interaktion – vor allem aufgrund der fehlenden Informationen - eine hohe Frustration erfährt (<https://theconvivialsociety.substack.com/p/a-theory-of-zoom-fatigue>).

[7] Auch wenn die Verbindung per WLAN inzwischen enorm verbessert und zum Standard für mobile Geräte wurde, wird die Verbindung über LAN weiterhin empfohlen, wo möglich, da die Verbindung geschirmt und damit weniger stör anfällig ist. Sie gilt daher auch als sicherer (<https://www.welivesecurity.com/deutsch/2018/05/02/wlan-lan-schnell-sicher>)

[8] siehe [https://www.kbv.de/media/sp/Liste\\_zertifizierte-Videodienstleister.pdf](https://www.kbv.de/media/sp/Liste_zertifizierte-Videodienstleister.pdf)

[9] Eine Kollegin aus dem therapeutischen Kontext berichtete von einem Patienten, der sehr froh über die Möglichkeit der Videotherapie war und diese sogar der Präsenz aus unterschiedlichen Gründen bevorzugte. Lediglich der Geruch in der Praxis der Therapeutin fehle ihm. Diese hatte in der Praxis immer eine Aromakerze an. Die Therapeutin griff dies auf und schlug dem Patienten vor, sich die gleiche Kerze zu besorgen. Während der Videositzungen hatten nun beide immer die Kerze brennen. Sie konnte zudem als gutes Abschlussritual genutzt werden (gemeinsames Auspusten der Kerzen).



## Literatur

- ARD/ZDF Massenkommunikation Trends (2020): *Gerätenutzung 2020*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/geraetenutzung/>
- Becker, L. (2019): *Für mehr Augenkontakt: FaceTime kann künftig Blickrichtung manipulieren*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://www.heise.de/mac-and-i/meldung/Fuer-mehr-Augenkontakt-FaceTime-kann-kuenftig-Blickrichtung-manipulieren-4461969.html>
- Bühning, P. (2020): Videotherapie und Online-Interventionen: Chancen und Risiken. *Deutsches Ärzteblatt*. Heft 7, Juli 2020, 289. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://www.aerzteblatt.de/archiv/214683/Videotherapie-und-Online-Interventionen-Chancen-und-Risiken>
- Buschle, C. & Meyer, N. (2020): Soziale Arbeit im Ausnahmezustand?! Professionstheoretische Forschungsnotizen zur Corona-Pandemie. *Soziale Passagen* 12, 155–170. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://doi.org/10.1007/s12592-020-00347-0>
- Eichenberg, C. & Kühne, S. (2014): *Einführung Onlineberatung und -therapie*. München: Ernst Reinhardt Verlag
- Engelhardt, E. (2021): *Lehrbuch Onlineberatung* (2., erw. Auflage). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Engelhardt, E. & Wenzel, J. (2020): *Onlineberatung in Zeiten der Coronakrise. Eine Handreichung der DGGSF-Fachgruppe Onlineberatung und Medien*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://www.dgsf.org/ueber-uns/gruppen/fachgruppen/online-beratung/onlineberatung-in-zeiten-der-coronakrise>
- Engelhardt, E. & Gerner, V. (2017): Einführung in die Onlineberatung per Video. *E-Beratungsjournal* 13 (1), 18-29. Zugriff am 28.05.2021. Verfügbar unter [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0117/Engelhardt\\_Gerner.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf)
- Friebel, M./Loenhoff, J./Schmitz, H.W./Schulte, O.A. (2003): „Siehst Du mich?“ – „Hörst Du mich?“ – Videokonferenzen als Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung. *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 4, 2003, Beitrag 1. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0228-200304072>
- Gassner, U. & Strobl, D. (2019): E-Health, Health-Apps & Co. - rechtliche Aspekte. *e-beratungsjournal* 15 (2), 97-110. Zugriff am 28.05.2021. Verfügbar unter [https://www.eberatungsjournal.net/wp-content/uploads/2019/07/Gassner\\_Strobl.pdf](https://www.eberatungsjournal.net/wp-content/uploads/2019/07/Gassner_Strobl.pdf)
- Hartmann-Strauss, Susanna (2020): *Videotherapie und Videosupervision. Praxishandbuch für Psychotherapie und Beratung online*. Springer-Verlag.

- Hellige, H.D. (2007): *Die Entwicklung des Bildtelefons unter dem Aspekt der ergonomischen Gestaltung*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter <https://kurzelinks.de/9pe8>
- Hörmann, M. (2020). Systemisch beraten in digitalen Welten – Perspektiven und Herausforderungen. *Zeitschrift für systemische Therapie und Beratung*, H.4/2020, 143-149.
- Kreidenweis, H. (2018): Sozialwirtschaft im digitalen Wandel. In H. Kreidenweis (Hrsg.), *Digitaler Wandel in der Sozialwirtschaft. Grundlagen – Strategien – Praxis* (S. 11-26). Baden-Baden: Nomos Verlag.
- Krotz, F. (2008). Kultureller und gesellschaftlicher Wandel im Kontext des Wandels von Medien und Kommunikation. In T. Thomas (Hrsg.), *Medienkultur und soziales Handeln* (S. 43-62). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lieb, M. & Museumsstiftung Post und Telekommunikation (2020): *Bildtelefonie – Vorläufer der Videokonferenz*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://www.lebenx0.de/bildtelefonie-videokonferenzen/>
- Reindl, R. & Engelhardt, E. (2021): Onlineberatung - Herausforderungen an fachliche Kompetenzen und Organisationsstrukturen. In: Freier, C., König, J., Manzeschke, A. & Städtler-Mach, B. (Hrsg.): *Gegenwart und Zukunft sozialer Dienstleistungen*. Wiesbaden: Springer
- Schüler, H.-P. (2020): *Guck-mich-an für Videocalls*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://www.heise.de/news/Guck-mich-an-fuer-Videocalls-4943522.html>
- Seven.One Media GmbH (2020): *Media Activity Guide 2020*, forsa. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://www.sevenonemedia.de/documents/924471/1111769/Media+Activity+Guide+2020.pdf/f5d31769-e7f0-97a4-1f7e-254d56000e59?t=1603709458463>
- Statistisches Bundesamt (2020): *Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien*. Fachserie 15 Reihe 4, 2020. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/IT-Nutzung/Publikationen/Downloads-IT-Nutzung/private-haushalte-ikt-2150400207004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/IT-Nutzung/Publikationen/Downloads-IT-Nutzung/private-haushalte-ikt-2150400207004.pdf?__blob=publicationFile)
- Sümmerer, C. (2020): Psychotherapie auf Distanz? Spezifika und Implikationen der Arbeit mit Videositzungen. In: *Psychotherapeutenjournal* 4/2020, 19. Jahrgang, 350-356. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://www.psychotherapeutenjournal.de/blattekatalog/PTJ-4-2020/22/index.html>
- Thiery, H./Kreller, H. (2021): *Primat der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse. Ein Weckruf*. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2021/01/Primat-der-Kopra%CC%88senz.pdf>

Wenzel, J., Jaschke, S. & Engelhardt, E. (2020): Krisenberatung am Telefon und per Video in Zeiten von Corona. *E-Beratungsjournal* 16 (1), 46-66. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter [https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wenzel\\_et\\_al.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wenzel_et_al.pdf)

Wenzel, J. (2015): Mythos Unmittelbarkeit im Face-to-Face-Kontakt - Weiterentwicklung von Beratung und Therapie durch gezielte methodische Nutzung der Medien. *E-beratungsjournal*, 11 (1), 36 - 54. Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0115/wenzel.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0115/wenzel.pdf)

Wiederhold, B. K. (2020): Connecting Through Technology During the Coronavirus Disease 2019 Pandemic: Avoiding „Zoom Fatigue“. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking* 23 (7). Zugriff: 4.4.2021. Verfügbar unter: <https://www.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/cyber.2020.29188.bkw>