

Konzeptionelle und methodische Ansatzpunkte der Videoberatung in Bildung, Beruf und Beschäftigung

Matthias Rübner

Zusammenfassung

Seit Beginn der Corona-Pandemie hat die Videoberatung in zahlreichen Handlungsfeldern personenbezogener Beratung an Bedeutung gewonnen. Viele Beratungseinrichtungen führten zum ersten Mal ein Beratungsangebot per Video ein, es wurden kurzfristig neue Zugänge erprobt, Erfahrungen gesammelt und Lösungen gefunden. Inzwischen wird die Praxis der Videoberatung von einer wachsenden Fachöffentlichkeit und wissenschaftlichen Reflexion begleitet. In diesen Prozess zunehmender Professionalisierung reiht sich der vorliegende Beitrag ein und möchte zur begrifflichen Schärfung und methodischen Weiterentwicklung der Videoberatung beitragen. Neben einschlägiger Fachliteratur wird dabei auf Feldbeobachtungen in der Berufs- und Beschäftigungsberatung der Bundesagentur für Arbeit (Deutschland) zurückgegriffen. Im ersten Teil werden zunächst neun zentrale Gesichtspunkte der Videoberatung umrissen. Im zweiten Teil werden vor dem Hintergrund ihrer weiteren Spezialisierung konkrete, vornehmlich methodische Fragen und Ansatzpunkte für das Handlungsfeld der Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung behandelt. In einem kurzen Ausblick werden schließlich mögliche Entwicklungs- und Forschungsperspektiven angesprochen.

Schlüsselwörter

Onlineberatung, Videoberatung, Präsenzberatung, Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung

Abstract

Since the beginning of the Corona pandemic, video counseling has gained importance in numerous fields of personal counseling. Many counseling institutions introduced video counseling services for the first time. New approaches were tested at short notice, experience gained, and solutions found. In the meantime, the practice of video counseling is accompanied by a growing professional community and scientific reflection. This article is part of this process of increasing professionalization and contributes to the further conceptual clarification and methodological development of video counseling. In addition to relevant literature, this work draws on field observations in the career and employment counseling service of the Federal Employment Agency (Germany). In the first part, nine key aspects of video counseling are outlined. The second part discusses concrete, primarily methodological questions and approaches for counseling in education, career and employment. Finally, in a short outlook, possible development and research perspectives are addressed.

Keywords

Online counseling, video counseling, face-to-face counseling, counseling in education, career and employment

Autor

Prof. Dr. Matthias Rübner

- Professor für Integrationsmanagement (Schwerpunkte: Berufliche Beratung und Fallmanagement) an der Hochschule der Bundesagentur für Arbeit (Mannheim)
- Soziologe, Trainer für Case Management (DGCC)
- **Kontakt:** matthias.ruebner@hdba.de
- **Web:** <http://www.hdba.de/hochschule/organisation/lehrende/profil-ruebner>

1. Einleitung

Bis vor Kurzem stand die Videoberatung noch im Schatten der Aufmerksamkeit – sie passte nicht in den etablierten Dreiklang von Präsenz-, Telefon- und vorwiegend schriftbasierter Onlineberatung. Spätestens seit der Corona-Pandemie hat sich das geändert. Aktuelle Befragungen zeigen, dass die Videoberatung in zahlreichen Handlungsfeldern – u. a. in Medizin, Psychotherapie, psycho-sozialer Beratung, Laufbahnberatung, Beschäftigungsförderung – an Bedeutung gewonnen hat. Viele Fachkräfte und Beratungsstellen führten im Zuge der Corona-Pandemie nun erstmalig ihre Beratung auch im Videoformat durch (Cedefop, 2020; nfb, 2021; Stieler, Lipot & Lehmann, 2022).

Aufgrund der Breite und Geschwindigkeit, mit der sich dieser Prozess vollzogen hat, sind bereits nach zwei Jahren erste Anzeichen einer Institutionalisierung zu erkennen. Nach Kühne (2009), der ein Phasenmodell zunehmender Institutionalisierung für die Onlineberatung beschrieben hat, können dazu u. a. eine Zunahme an systematischer Beobachtung und Reflexion des Arbeitsgebietes, best practice-Beispiele, erste Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, gesetzliche Regelungen und Selbstverpflichtungen gezählt werden. So wurden seit 2020 in mehreren Mitgliederbefragungen, explorativen Studien, konzeptionellen und methodischen Beiträgen die Vor- und Nachteile der Videoberatung ausgelotet, Praxiserfahrungen systematisiert und Handlungsempfehlungen aller Art entwickelt (Eybisich-Klimpel, 2022; Engelhardt & Engels, 2021; nfb, 2021; Silfverberg 2020, 2021). Erste gesetzliche Regelungen existieren in Deutschland beispielsweise in der öffentlichen Arbeitsförderung, wo die hierfür zuständige Bundesagentur für Arbeit seit 1.1.2022 dazu verpflichtet ist, von Arbeitslosigkeit bedrohten Menschen eine Beratung auch per Videotelefonie anzubieten [1].

Der vorliegende Artikel reiht sich in diesen Prozess zunehmender Institutionalisierung und Professionalisierung ein und möchte zur begrifflichen Schärfung und methodischen Weiterentwicklung der Videoberatung beitragen. Die hier vorgestellten Überlegungen basieren im Wesentlichen auf zwei Quellen: der einschlägigen Fachliteratur und eigenen Feldbeobachtungen. Die Feldbeobachtungen wurden mit dem Ziel durchgeführt, eine praxisorientierte Handreichung zur Videoberatung in der Bundesagentur für Arbeit zu erstellen. Zwischen Juli und September 2021 wurden hierzu 26 Videoberatungen an sechs Standorten der Bundesagentur für Arbeit mit der Methode der nicht aktiv teilnehmenden Beobachtung dokumentiert. Darunter waren Gespräche mit jungen Berufswähler*innen, beruflichen Rehabilitand*innen, von Arbeitslosigkeit bedrohten sowie von (Langzeit-)Arbeitslosigkeit betroffenen Menschen. Für alle Gespräche lag das Einverständnis der Beteiligten zur Beobachtung und Dokumentation vor. Zum Einsatz kam ein teilstrukturierter Erhebungsbogen mit acht Beobachtungs-kategorien (u. a. zur Gestaltung des Ablaufs der Videoberatung, zum Einsatz von Tools, zur Beziehungsgestaltung, zur Gestik, Mimik und Stimme) sowie einigen Rahmendaten (Zielgruppe, Gesprächsdauer, Anzahl Beteiligter, Erst- oder Folgegespräch). Unmittelbar nach dem Beratungstermin erfolgte ein Kurzinterview mit der Fachkraft (u. a. zur prozentualen Nutzung der Videoberatung, zu wahrgenommenen Unterschieden zwischen Präsenz- und Videoberatung und bei Bedarf auch zu Aspekten des gerade beobachteten Gesprächs). Abschließend wurde ein internes Debriefing anhand von

fünf Leitfragen (u. a. Was hat gut funktioniert? Konnten technisch bedingte Störungen oder Einschränkungen beobachtet werden?) durchgeführt. Nach Abschluss der Erhebungsphase wurden die Ergebnisse inhaltsanalytisch systematisiert [2]. Der vorliegende Beitrag fasst die hieraus gewonnenen Erkenntnisse und Schlussfolgerungen unter Einbeziehung der Fachliteratur aus einer anwendungsorientierten Perspektive zusammen. Zunächst werden die zentralen Voraussetzungen, Merkmale und Gestaltungsoptionen der Videoberatung anhand von neun Gesichtspunkten herausgearbeitet. Im daran anschließenden Teil werden konkrete methodische Ansatzpunkte der Videoberatung für das Handlungsfeld der Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung (3B-Beratung) beschrieben.

2. Gesichtspunkte der Videoberatung

Grundsätzlich ist die Videoberatung zur Familie der Onlineberatung zu rechnen, deren gemeinsames Kennzeichen es ist, dass der Kommunikationsprozess durch den Einsatz digitaler Medien gestaltet wird (DGOB, 2020; Engelhardt, 2019). Gleichwohl wird zur Einordnung und als Vergleichsmaßstab eher die Präsenz- als die Onlineberatung herangezogen. Davon ausgehend, werden im Folgenden neun Gesichtspunkte der Videoberatung unterschieden (vgl. Abbildung 1).

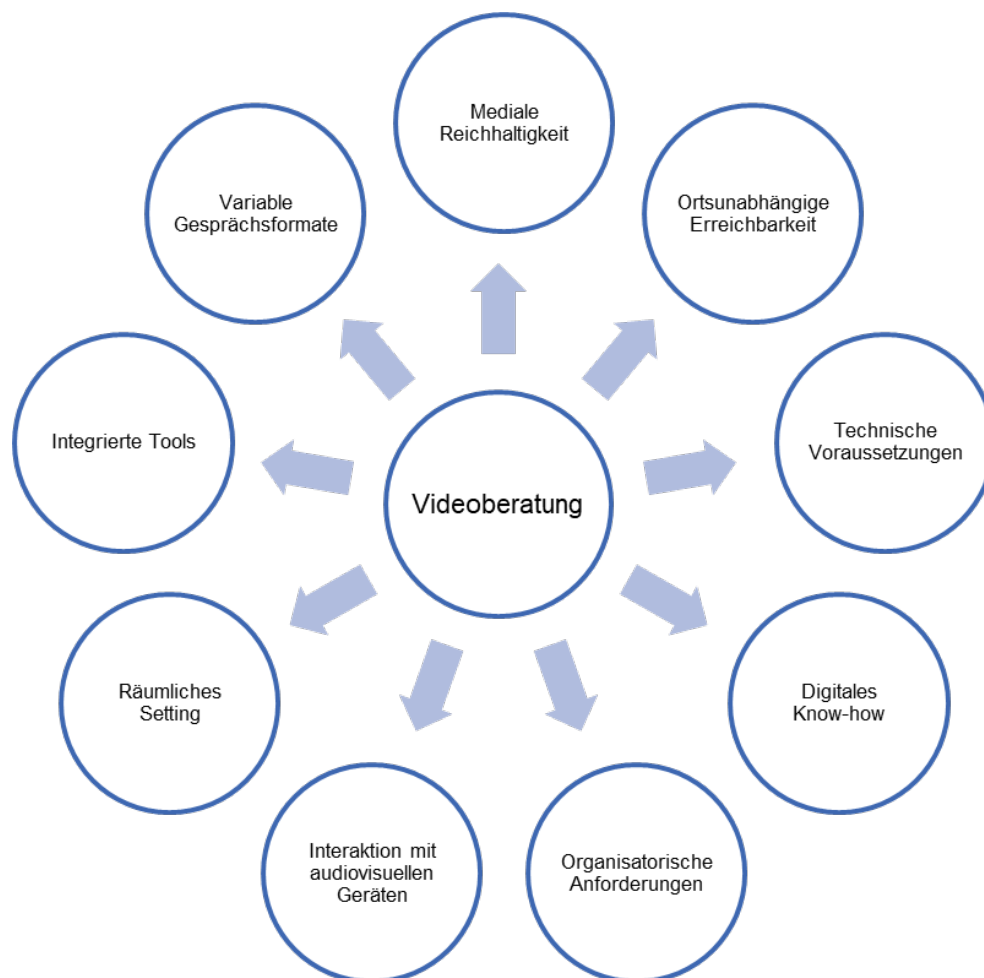


Abbildung 1: Gesichtspunkte der Videoberatung

Quelle: Eigene Darstellung

Mediale Reichhaltigkeit

Wie in der Fachliteratur immer wieder hervorgehoben (Engelhardt & Gerner, 2017; Silfverberg, 2020), stellt die mediale Reichhaltigkeit ein zentrales Kennzeichen der Videoberatung dar. Anknüpfend an Daft, Lengel und Trevino (1987) kann die Reichhaltigkeit eines Mediums anhand von vier Kriterien bestimmt werden: 1. der Rückmeldegeschwindigkeit (*feedback*), 2. der Anzahl der Kommunikationskanäle (*multiple cues*), 3. der Vielfalt der vermittelten Sprache (*language variety*) und 4. der Möglichkeit als unmittelbar präsente Person wahrgenommen zu werden (*personal focus*). Werden diese Kriterien auf die Videoberatung übertragen, lässt sich sagen, dass

1. durch die nahezu synchrone Signalübertragung ein unmittelbares Reagieren aufeinander, ein direktes Feedback im Kommunikationsprozess möglich ist;
2. sowohl auditive als auch visuelle Signale übertragen werden (Videokommunikation als *Hybridmedium*);
3. neben den gesprochenen Worten auch nonverbale Signale (Mimik, Gestik) und Pausen in der Kommunikation wahrgenommen werden können;
4. die telepräsenten Personen in einem sozialen Kontext (Büro, Zuhause) erlebbar sind.

Mithilfe des Videoübertragungssystems werden also Kommunikationsbedingungen geschaffen, die denen der Präsenzberatung in vielen Punkten sehr ähnlich sind. Damit verbunden ist die Annahme, dass sich die im Präsenzkontakt erworbenen Beratungskompetenzen gut auf das Kommunikationssetting der Videoberatung übertragen lassen (Engelhardt & Engels, 2021; Knatz & Dodier, 2021). Eine Gleichsetzung von Präsenz- und Videoberatung ist damit allerdings nicht gemeint.

Ortsunabhängige Erreichbarkeit

In der Videoberatung entfällt – in der Regel für die Ratsuchenden – der Anreiseweg, ohne das auf eine persönliche Beratung via Bild und Ton verzichtet werden müsste. Das Beratungsangebot der jeweiligen Einrichtung wird damit ortsunabhängiger und für Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen besser oder überhaupt erst erreichbar. Typische Beispiele für solche Lebenslagen sind häusliche Betreuungspflichten, bestehende Arbeitsverhältnisse, lange Anfahrtswege und gesundheitliche Einschränkungen. Darüber hinaus können Ausfallzeiten reduziert und die Kontinuität des Beratungs- und Betreuungsprozesses auch unter veränderten Lebensbedingungen aufrechterhalten werden. Flächendeckend angeboten, können damit die Teilhabemöglichkeiten an Beratungsdienstleistungen weiter erhöht werden.

Technische Voraussetzungen

Zu den elementaren Voraussetzungen eine Videoberatung gehören eine adäquate technische Ausstattung und Infrastruktur. Beratungsanbieter müssen dafür Sorge tragen, ein möglichst browser- und geräteunabhängiges Videokonferenzsystem sowie eine datenschutzkonforme Verschlüsselungstechnologie zur Verfügung zu stellen (hierzu ausführlich Wenzel, Jaschke & Engelhardt, 2020). Viele Beratungseinrichtungen standen vor der Herausforderung, eine anforderungsgerechte Ausstattung zu beschaffen, weil diese (noch) nicht zur

gleichen Selbstverständlichkeit gehörte wie Büro, Telefon oder PC (nfb, 2021; CEDEFOP, 2020). Demgegenüber sind die technischen Voraussetzungen für die Teilnahme an einer Videoberatung in den Privathaushalten insgesamt als besser einzustufen. Laut Daten des statistischen Bundesamtes (2021a) verfügen 92% aller Haushalte über einen Internetzugang, 88% über einen Computer und 86% über ein Smartphone. Vor allem in der Anlaufphase ist aber gesondert zu prüfen, ob die Voraussetzungen regional und einzelfallbezogen auch wirklich vorhanden sind (Netzabdeckung, verfügbares Datenvolumen etc.).

Digitales Know-how

Über das technische Equipment hinaus müssen sowohl Beratende als auch Ratsuchende in der Lage sein, die für die Videoberatung benötigten Geräte zu bedienen, die erforderlichen Prozessschritte einzuleiten und auf technische Störungen adäquat zu reagieren (*Troubleshooting*). Wird Ratsuchenden eine Videoberatung angeboten, ist weiterhin zu fragen, ob diese sich das technische Handling und die Umsetzung der erforderlichen Schritte auch zutrauen. Während die regelmäßige private Nutzung des Internets von Personen zwischen 10-64 Jahren bei nahe 100% liegt (99% bei Erwerbstätigen, 94% bei Arbeitslosen – Statistisches Bundesamt, 2021b), können einschlägige Erfahrungen mit der Videotelefonie keineswegs so selbstverständlich vorausgesetzt werden, auch wenn die Corona-Pandemie hier zu einer deutlichen Verbreitung der Nutzung in Bereichen wie Bildung, Arbeit und Freizeitgestaltung geführt hat. Vor diesem Hintergrund sind Supportstrukturen wichtig, damit das Angebot der Videoberatung nicht nur von technikaffinen Personen (*early adopters*), sondern einem möglichst breiten Adressatenkreis wahrgenommen werden kann. Insoweit kann über die zunehmende Verbreitung und Nutzung von Videoberatung auch ein Beitrag zur Reduzierung der digitalen Kluft (*digital gap*) und zur Förderung von digitaler Teilhabe geleistet werden.

Organisatorische Anforderungen

Mit den technischen Voraussetzungen eng verknüpft sind organisatorische Anforderungen. Für die Beratungseinrichtung geht es u. a. um Anschaffungskosten, Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter*innen, die Eröffnung von Experimentierräumen, internes und externes Marketing sowie die Integration der Videoberatung in ein kohärentes Angebotskonzept (*Blended Counseling*): Welchen Stellenwert soll die Videoberatung im Verhältnis zu den anderen Beratungsangeboten der Einrichtung einnehmen? Soll sie auf bestimmte Anliegen oder Zielgruppen beschränkt werden? Wie können Beratende und Ratsuchende gleichermaßen mitgenommen werden? So stellen Greenhalgh, Wherton, Shaw und Morrison (2020) – hier mit Blick auf Einrichtungen im Gesundheitssektor – fest: „Organisational case studies have shown that introducing video consultations is a complex change that disrupts long established processes and routines. [...]. We must be clear that the change is not merely installing or using new technology but introducing and sustaining major changes to a complex system“ (S. 1). So dürfte sich auch die Verschränkung von Online- und Präsenzangeboten zu einer immer anspruchsvoller werdenden Aufgabe von Beratungseinrichtungen entwickeln.

Interaktion mit audiovisuellen Geräten

Die mediale Reichhaltigkeit der Videoberatung wird durch den Einsatz audiovisueller Ein- und Ausgabegeräte ermöglicht (Kamera, Mikrofon, Monitor, Lautsprecher, Kopfhörer). Hinzu kommen – mindestens für die Beratenden – weitere Bedienelemente wie Tastatur und Maus. Diese Geräte müssen miteinander verbunden und korrekt eingestellt werden (digitales Know-how). Zugleich schaffen die Geräte aber auch Kommunikationsbedingungen, auf die sich die Beteiligten in der Beratung einstellen müssen. So ist im Vergleich zur Präsenzberatung über weite Strecken eine stärkere Fokussierung des Beratungssettings erforderlich, um via Kamera und Monitor kommunizieren zu können – vom Raumausschnitt über die Beleuchtung bis zur Sitzposition und dem Blickkontakt. Das eigene Handeln findet für beide Seiten als „Liveübertragung“ vor laufender Kamera statt und ist zusätzlich durch das je eigene Videobild beobachtbar. Auch kann es eine Umstellung bedeuten, in der Beratung durchgängig vor dem Computer zu sitzen und nicht gemeinsam am Beratungstisch. Videoberatung bedeutet insoweit auch Bildschirmarbeit. Die Kommunikationsbedingungen der Videoberatung und ihre mediale Reichhaltigkeit erfordern eine hohe Konzentration und werden häufig als anstrengender wahrgenommen (Haun et al., 2020; Silfverberg, 2021). Wie auch die eigene Feldbeobachtung bestätigt hat, erleben viele Beratende durch dieses Videosetting zunächst eine gewisse Hemmschwelle und verhalten sich im Hinblick auf ihre kommunikativen Möglichkeiten eher zurückhaltend. Entsprechend hoch ist der Bedarf, die eigene tele-mediale Präsenz zu erproben und zu professionalisieren. Die entscheidenden Schlüssel, um mehr Sicherheit zu gewinnen, sind: eigenes Ausprobieren, kollegialer Austausch und Weiterbildung. Dabei gilt es nicht nur die eigene Perspektive als Berater*in, sondern auch die der Ratsuchenden einzunehmen (Engelhardt & Engels, 2021). Während erstere einen professionellen Zugang zum Videoformat gewinnen müssen, geht es für letztere immer auch darum, sich vor Kamera und Monitor als betroffene Person möglichst authentisch äußern und präsentieren zu können und zu wollen.

Räumliches Setting

Während der Videoberatung befinden sich die Teilnehmenden an unterschiedlichen Orten, erhalten aber zugleich einen Einblick in das räumliche Setting der jeweils anderen Person. An die Stelle des „körperlichen Raum-Erlebens“ (Jawor-Jussen & Meier, 2021, S. 476) tritt die *digitale Kopräsenz zwischen räumlich Abwesenden*. Während sich die Beratenden zumeist in ihrem Büro aufhalten, befinden sich die Ratsuchenden in ihrer häuslichen Umgebung. Damit fällt die „Raumhoheit“ der Beratungseinrichtung weg, in öffentlichen Einrichtungen auch das gesamte behördliche Umfeld (Gebäude, Kundenleitsystem, Wartebereich). Ratsuchende können sich in ihren vertrauten „vier Wänden“ bewegen, selbst entscheiden, wo sie sitzen wollen, was sie um sich herum benötigen (Getränke, Tisch etc.), welchen Ausschnitt ihrer Privatsphäre sie den Beratenden präsentieren wollen; auch die gewählte Kleidung kann legerer und bequemer ausfallen. Zudem verfügen beide Parteien über ihr je eigenes digitales Endgerät und nicht nur – wie im Präsenzkontakt – die Beratungsperson. Darüber hinaus kann das häusliche Umfeld selbst Beratungsanlässe und Ansatzpunkte generieren, die in einem Beratungsbüro so nicht unbedingt möglich wären. Das räumliche Setting der Videoberatung weist also eine Reihe von Spezifika auf, die es grundsätzlich und anlassbezogen zu reflektieren gilt, um die damit verbundenen Möglichkeiten auszuloten, aber auch Grenzen zu berücksichtigen (vgl. Abschnitt 3.4.3).

Integrierte Tools

Jedes Videokonferenzsystem beinhaltet eine Reihe von Tools, die in der Beratung eingesetzt werden können und gegenüber anderen Beratungsformen spezifische Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen. Zum Standard gehören die Möglichkeit, den eigenen Bildschirm zu teilen, die Chatfunktion zum Austausch von Informationen und der Einsatz von Visualisierungswerkzeugen. Die Tools eröffnen je nach Anlass und Schwerpunkt der Beratung eine Vielzahl an Möglichkeiten (vgl. Abschnitt 3.4.).

Variable Gesprächsformate

In der Videokommunikation ist es auf einfache Weise möglich, weitere Gesprächsteilnehmende einzubeziehen, d. h. das klassische 1:1-Format zu verlassen und in einen Videokonferenzmodus umzuschalten. Multiprofessionelle Beratungssettings, Fall- und Netzwerkkonferenzen sind so einfacher umsetzbar, der Zeitaufwand für alle Beteiligten ist geringer und lässt sich besser kalkulieren. Zudem können Familienangehörige oder andere Begleitpersonen, die sich an unterschiedlichen Orten befinden, mit Einverständnis der Ratsuchenden, zu einem gemeinsamen Beratungstermin eingeladen werden. Die einladende Beratungsperson übernimmt dann auch eine moderierende Funktion und vereinbart gegebenenfalls bestimmte Kommunikationsregeln (Wortmeldung über Chat, Stummschaltung Mikro, Redezeiten etc.). Auch hybride Formate sind realisierbar, etwa durch eine (temporäre) Zuschaltung einer dritten Partei im Rahmen eines Präsenzkontakts.

3. Methodische Ansatzpunkte in der 3B-Beratung

In diesem Abschnitt werden Ansatzpunkte beschrieben, wie die Videoberatung im Lichte der dargestellten Gesichtspunkte ausgestaltet werden kann. Im ersten Schritt geht es um vorbereitende Elemente zur Teilnahme an einer Videoberatung und die Frage, in welchen Lebenslagen Ratsuchende besonders von einer solchen Beratung profitieren können. Im zweiten Schritt wird die immer wieder gestellte Frage der Beziehungsqualität im digitalen Setting angesprochen. Im dritten Schritt stehen neben dem Einstieg und Abschluss vor allem Gestaltungsmöglichkeiten der Videoberatung im Vordergrund. Die Praxisbeispiele gehen auf die eingangs beschriebene Feldbeobachtung in der beruflichen und beschäftigungsorientierten Beratung der Bundesagentur für Arbeit zurück, lassen sich aber auch auf andere Anwendungsfelder übertragen und erweitern.

3.1 Voraussetzungen und Zielgruppen

Die Anbahnung einer Videoberatung ist gerade in der Einführungsphase etwas aufwändiger als ein Telefontermin, denn je nach Initiative und Anlass müssen im Vorfeld einige Fragen geklärt werden. Als grundsätzlich klärungsbedürftig stufen die von uns befragten Fachkräfte folgende Punkte ein:

- Sind die Ratsuchenden für eine Beratung per Video offen? Hierzu gehört in der Regel auch die Bereitschaft, sich am Bildschirm zeigen zu wollen.
- Sind die erforderlichen technischen Voraussetzungen vorhanden? Hierzu gehören vor allem ein videofähiges Endgerät (PC, Tablet, Smartphone), ein aktueller Browser, eine gültige E-Mail-Adresse, eine schnelle Internetverbindung und ein ausreichendes Datenvolumen.

- Ist ein ausreichendes digitales Grundverständnis vorhanden? Hierbei kann es sinnvoll sein, Supportstrukturen vorzuhalten (z. B. eine Einweisung im Rahmen einer Präsenzberatung, einfach aufgebaute, gegebenenfalls mehrsprachige Anleitungen und Lernvideos).
- Haben die Ratsuchenden zu Hause die Möglichkeit, Privatsphäre herzustellen? Nicht nur aus Gründen des Datenschutzes, sondern auch für die Möglichkeit des freien und ungestörten Sprechens ist es wichtig, dass die Beratung in einem geschützten Raum stattfinden kann. Im Zweifelsfall ist dieser Punkt auch während der Beratung anzusprechen.

Die Klärung dieser Punkte kann bei der Anmeldung zu einem Beratungstermin, in einem vorangegangenen Beratungsgespräch, teilweise aber auch durch automatisierte Prozesse (z. B. technisches Geräte-Checkup) und Checklisten auf der Homepage der Beratungseinrichtung erfolgen. Bei Vorliegen der genannten Voraussetzungen ist der potentielle Adressatenkreis für die Teilnahme an einer Videoberatung breit gefächert (Kaps, Oschmiansky, Popp & Reiter, 2022; Oschmiansky, Kaps, Popp & Reiter, 2021).

Basierend auf den eigenen Feldbeobachtungen und den eben zitierten Studien konnten aber auch Lebenslagen identifiziert werden, in denen Menschen von den Vorteilen einer Videoberatung besonders profitieren. Die folgende Aufzählung ist nicht abschließend zu verstehen, kann aber dabei helfen, den Adressatenkreis für die Videoberatung weiter auszubauen.

- Wohnort in ländlich geprägten Regionen: Ratsuchende mit langen Anfahrtswegen bzw. schlechter Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr können durch einen Videotermin Zeit und Fahrtkosten sparen. Beratungseinrichtungen mit einem ländlich geprägten Einzugsgebiet können hier für ihre Ratsuchenden einen Mehrwert schaffen.
- Betreuung von Kindern oder Angehörigen: Bei der Betreuung von kleinen Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen kann die Wahrnehmung eines Vor-Ort-Termins mit größerem organisatorischem Aufwand verbunden sein und ein Videotermin eine Erleichterung darstellen. Auch Terminabsagen können vermieden werden (z. B. bei Erkrankung eines Kindes).
- Erwerbstätige Personen: Für erwerbstätige Personen kann eine Videoberatung einen deutlichen Flexibilitäts- und Zeitgewinn bedeuten, gleiches gilt für junge Menschen in einer Ausbildung oder Fördermaßnahme.
- Auslandsaufenthalt: Personen, die sich vorübergehend im Ausland aufhalten, z. B. im Rahmen eines Freiwilligen Europäischen Jahres, Auslandspraktikums oder einer Beschäftigung, können ohne größeren Aufwand das Angebot einer Beratungseinrichtung in ihrem Heimatland in Anspruch nehmen.
- Gesundheitliche Einschränkungen: Wenn der Weg zum Beratungstermin aufgrund von körperlichen Einschränkungen (vorübergehend) nicht oder nur sehr beschwerlich angetreten werden kann, stellt die Videoberatung eine gute Alternative dar. Bei hörbeeinträchtigten Menschen ist eine leichtere Hinzuziehung von Gebärdensprachdolmetscher*innen möglich. Auch für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen kann die Wahrnehmung eines Vor-Ort-Termins zu einer größeren Herausforderung werden und das

- ergänzende Angebot per Video entlastend wirken. Schließlich kann auch bei einer häuslichen Quarantäne ein Beratungstermin wahrgenommen werden.
- Aufenthalt in stationären Einrichtungen: Personen, die sich vorübergehend in stationären Einrichtungen wie Reha-Kliniken oder Strafvollzugsanstalten aufhalten und vor der Wiedereingliederung stehen, haben nicht immer die Möglichkeit, ein Beratungsangebot vor Ort wahrzunehmen. Auch wenn diese Fallkonstellation aus eigener Anschauung noch nicht beobachtet wurde, könnte das über die Telefonberatung hinaus erweiterte Angebot per Video einen Mehrwert bedeuten.

Keine Bestätigung konnte dafür gefunden werden, dass die Zielgruppe der Jugendlichen für die Videoberatung besonders in Frage kommt, hier ist vielmehr nach Alter, Haushaltshintergrund und Schulform zu unterscheiden; eine gute Eignung konnte vor allem bei Schüler*innen der gymnasialen Oberstufe und Studierenden festgestellt werden (Oschmiansky et al., 2021).

3.2 Beziehungsebene und Vertrauensverhältnis

Beratende in Bildung, Beruf und Beschäftigung sind es gewohnt, den Aufbau einer guten Gesprächsatmosphäre und eines tragfähigen Vertrauensverhältnisses mit einer persönlichen Begegnung unter physisch Anwesenden gleichzusetzen (zum *Primat der Kopräsenz* Thiery & Kreller, 2021). So ging ein Teil der Beratenden in der Bundesagentur für Arbeit (hier vor allem in der Berufsberatung von Jugendlichen und in der Grundsicherung für Arbeitsuchende) davon aus, dass das eigentliche Vertrauensverhältnis zunächst in einem Präsenzkontakt hergestellt werden muss (Kaps et al., 2022; Oschmiansky et al., 2021). Zudem wird – bei unterstelltem „Goldstandard der Präsenzberatung“ – auf die Kanalreduktion der Videoberatung hingewiesen, die einen globalen Gesamteindruck der ratsuchenden Person erschweren würde. So stellt sich die grundsätzliche Frage, wie es um die Beziehungsqualität in der Videoberatung bestellt ist: Bleibt die Begegnung hier nur oberflächlich, flüchtig und virtuell? Was sagt die Forschung zur Beziehungsqualität und Gesprächsatmosphäre in der Videoberatung?

Wie wir aus anderen Lebensbereichen wissen, bedeutet eine Kanalreduktion nicht automatisch einen Qualitätsverlust, sie kann auch zu einer erhöhten Fokussierung, Aufmerksamkeit und Sensitivität führen, z. B. im Hinblick darauf, ob eine Person angespannt oder nervös ist, auch wenn der „wippende Fuß“ und die „zusammengekneteten Hände“ nicht zu sehen sind. Zudem sind psychomotorische Hinweise häufig redundant, d. h. sie zeigen sich auch auf anderen Wegen (der Stimme, dem Blick, der Körperhaltung). Auch können bestimmte Sinneseindrücke wie ein unangenehmer Körpergeruch den Beratungsprozess durchaus stören (Hartmann-Strauss, 2020). Schließlich kann eine Kanalreduktion auch dazu beitragen, sich überhaupt an eine Beratungsstelle zu wenden und über persönliche Sorgen und Probleme zu sprechen.

Immer wieder wird auf die Störanfälligkeit der Kommunikation per Video hingewiesen. Tatsächlich wird in allen Machbarkeitsstudien zur Videoberatung – nicht nur im Handlungsfeld der 3B-Beratung – darauf hingewiesen, dass technische Störungen vorkommen (Jung, 2016; Kaps et al., 2022; Silfverberg, 2021). Gleichzeitig wird in keiner Studie explizit berichtet, dass daraus ein nachhaltiger

negativer Einfluss auf den Beratungsprozess zu beobachten gewesen sei – dies konnte auch in der eigenen Feldbeobachtung so bestätigt werden. Ein solcher Befund kann zunächst einmal entlasten. Viele technische Störungen, die vor oder während einer Videoberatung entstehen, sind wiederkehrend und bekannt. Beratende können sich hierfür eine Sammlung von Szenarien mit entsprechenden Lösungen anlegen und diese im kollegialen Austausch ergänzen. In diesem Zusammenhang erscheint auch die im Rahmen der Feldbeobachtung berichtete Erfahrung einer Berufsberaterin der Bundesagentur für Arbeit instruktiv, wonach sich durch das gemeinsame „Problem lösen“ und „miteinander über die Technik lachen“ eine größere Nähe einstellte und das gegenseitige Vertrauen gestärkt wurde.

Wissenschaftliche Vergleichsstudien zur Präsenz- und Videoberatung liegen derzeit vor allem für den Bereich der Psychotherapie vor (für eine deutschsprachige Übersicht Haun et al., 2020). Charakteristisch für psychotherapeutische Behandlungen sind zum einen komplexe psychische Problemlagen, zum anderen die Bedeutung der Beziehungsebene (*therapeutic alliance*). Insoweit können Vergleichsstudien in diesem Bereich zumindest das grundsätzliche Potential des Videoformats für die Gestaltung anspruchsvoller personenbezogener Beratungsprozesse ausloten. Im Hinblick auf den Behandlungserfolg konnten zwischen Videokonsultation und konventioneller Präsenzbehandlung keine bedeutsamen Unterschiede festgestellt werden (Berryhill et al. 2019; Backhaus et al., 2012). Auch die Beziehungsqualität wird von den befragten Klient*innen zumeist als hoch eingeschätzt und von einem „Gefühl von Präsenz“ berichtet (Simpson & Reid, 2014). In einigen Studien fallen die Einschätzungen der Therapeut*innen etwas kritischer aus (Norwood et al, 2018), gleichzeitig wird aber auch deutlich, dass sich diese Einschätzungen über die Zeit ändern können (Haun et al., 2020).

Insgesamt lässt sich also feststellen, dass das Videoformat nicht zu einem nachweisbaren Qualitätsverlust führt oder positiv ausgedrückt: Auch in der Videoberatung können eine tragfähige, vertrauensbasierte Arbeitsbeziehung aufgebaut und gute Ergebnisse erzielt werden. Vor diesem Hintergrund kann auch einem „psychologischen Missgeschick“ begegnet werden, bei dem die Gesprächsteilnehmenden sich gleich zu Beginn einer Videoberatung darauf einigen, dass das Gespräch „ja nicht so gut sein kann, wie in echt“ und beide ihre Erwartungen an den Beratungstermin reduzieren und nun versuchen, „gute Miene zum bösen Spiel“ zu machen (Hartmann-Strauss, 2020, S. 63).

Grundsätzlich – so hat die eigene Feldbeobachtung gezeigt – stehen den Beratenden im Videosetting die gleichen Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung, um eine vertrauensvolle Arbeitsbeziehung aufzubauen. Dazu gehören eine offene, zugewandte und respektvolle Haltung gegenüber den Ratsuchenden, Transparenz über das eigene Handeln, das Bemühen um Kongruenz, die Ermutigung zur Ansprache virulenter Themen, eine dialogische Gesprächsführung, Lob und Anerkennung. Auch konnte die Eignung der Videoberatung für komplexe, persönlich schwierige und sensible Themen immer wieder festgestellt werden. „Insofern ist wohl nicht eine allgemeine Sensibilität eines Themas für die Frage ausschlaggebend, ob zu diesem auch per VK [Videokommunikation – Anmerkung Verf.] beraten werden kann, sondern der Grad des Vertrauens, der zwischen

Kundin bzw. Kunde und Fachkraft besteht – und in manchen Fällen auch der Leidensdruck oder eine akute Krisensituation, aus der die Person keinen Ausweg sieht“ (Kaps et al., 2022, S. 52). Auch das vertraute häusliche Umfeld kann dazu beitragen, dass Ratsuchende offener, entspannter und lockerer sind (gerade in einem behördlichen Kontext; vgl. Abschnitt 3.4.3).

3.3 Gesprächseinstieg und Gesprächsabschluss

Beratungsgespräche werden durch Einstiegs- und Abschlussaktivitäten gerahmt. Auf diese Weise wird die persönliche Begegnung zwischen Gesprächsteilnehmenden angebahnt und abgeschlossen. Diese Aspekte gelten auch für die Videoberatung. Das Ankommen und die Begrüßung erfolgen dabei unter den Rahmenbedingungen digitaler Kopräsenz. Hierzu eignen sich Gesprächsimpulse und Fragen, die das spezifische Videosetting mit einbeziehen:

- Positive Verstärkung: „Schön, dass Sie da sind und es mit der Einwahl geklappt hat“, „... dass Sie sich für die Videoberatung entschieden haben.“
- Technisches Checkup: „Können Sie mich gut sehen und hören?“ „Sind Sie mit einem Handy oder Computer eingewählt?“
- Privatsphäre: „Können Sie ungestört sprechen?“ „Sind noch weitere Personen im Raum?“

Auf Grundlage der beschriebenen Feldbeobachtung und eigenen Studien zur Präsenzberatung in der Berufsberatung der Bundesagentur für Arbeit vor der Corona-Pandemie (Rübner, 2021) lässt sich für den weiteren Gesprächsverlauf und die einzelnen Phasen der Beratung mit aller Vorsicht sagen, dass keine bedeutsamen Unterschiede zur Präsenzberatung beobachtet werden konnten, auch die aus der Forschung bekannte Varianz der Beratungsstile – von eher direktiv bis reflexiv – war gut zu beobachten. Wie die Feldbeobachtung nahezu durchgängig zeigte, wurde das Gespräch mit einer Klärung von Beratungsanlass und -anliegen begonnen und einer anschließenden Standortbestimmung fortgesetzt. Zu den weiteren Gesprächsphasen gehörten u. a. die Besprechung von Lösungsansätzen sowie die Planung und Vereinbarung nächster Schritte (ähnlich Silfverberg, 2021). Mit Blick auf den Gesprächsabschluss, bei dem es um die Beendigung des Beratungsgesprächs auf der Sach- und Beziehungsebene geht, sind die Besonderheiten im Videoformat vor allem darin zu sehen, dass die Beratung mit einem „Klick und weg“ beendet werden kann. Damit dieser Übergang nicht zu abrupt ausfällt, kann mit Hilfe einer kurzen Metakommunikation über die Videoberatung ein wertschätzender Ausstieg und Übergang in den Alltag erfolgen, auch kann das Interesse an weiteren Terminen im Videoformat ausgelotet werden. Gerade wenn die Videoberatung erstmalig stattgefunden hat, ist dies zu empfehlen.

3.4 Gestaltungsoptionen, Methoden und Tools

In ihrem lesenswerten Praxishandbuch zur Videotherapie stellt Hartmann-Strauss (2020, S. 80 f.) eine interessante These auf, wenn sie schreibt: „Nahezu alle Techniken, die vor Ort durchgeführt werden können, lassen sich auch in der Videotherapie einsetzen. Die Hemmung, das zu tun, liegt meist am unvertrauten Format und nicht an Limitationen der Interventionen selbst.“ So konnten im

Rahmen der eigenen Feldbeobachtung viele vertraute Techniken wie Erzählaufforderung, offene und zirkuläre Fragen, Zusammenfassungen, Lob und aktives Zuhören beobachtet werden. Die Beratenden gaben an, dass sie hierbei keinen Unterschied zum Präsenzkontakt wahrnehmen würden. Mit zunehmender Sicherheit und Übung kann so schrittweise das eigene Methodenrepertoire in den digitalen Raum übertragen werden. Bei den etwas aufwendigeren Gestaltungsmöglichkeiten zeigte sich allerdings noch eine größere Zurückhaltung. Daher werden hier einige Optionen vorgestellt, mit deren Hilfe das Potential der Videoberatung weiter ausgeschöpft werden kann.

3.4.1 Visualisierung im Videoformat

Die freie und spontane Visualisierung ist in der Videoberatung nicht ganz so einfach möglich wie im Präsenzkontakt (Silfverberg, 2021). So verlangt beispielsweise der souveräne Einsatz des Whiteboards im Vorfeld einiges an Übung. Will man während der Beratung auf Papier und Stift angefertigte Zeichnungen oder Mitschriften zeigen bzw. Ratsuchende am Prozess der Erstellung teilhaben lassen, ist entweder eine zusätzliche Dokumentenkamera erforderlich oder ein etwas flexiblerer Einsatz der eigenen Kamera gefragt (Eybisich-Klimpel, 2022). Der Einsatz digitalisierter Vorlagen, Karten und Schaubilder ist da schon etwas einfacher, gerade für den Einstieg. Diese können entweder selbst erstellt oder aus Templates gängiger Softwareprogramme bezogen werden (in Whiteboard-Apps sind meist verschiedene Vorlagen integriert und für eigene Zwecke modifizierbar). Drei einfache, in der beruflichen Beratung häufig genutzte Methoden (Rübner & Höft, 2021) sollen hier beispielhaft für den Einsatz im Videosetting genannt werden.

- Skalierungstechnik: Mithilfe einer Skala können sowohl eine Selbsteinschätzung als auch Entwicklungsschritte visualisiert werden. In der lösungsorientierten Beratung wird die Skalierungstechnik häufig mit dem Ziel eingesetzt, verfestigte Denkmuster aufzubrechen und einen Blick für (kleine) Unterschiede und Veränderungen zu fördern. Eine Visualisierung mit Hilfe des geteilten Bildschirms bietet sich an, wenn das angesprochene Thema weiter vertieft werden soll. Auf diese Weise kann die Skala als gut sichtbare Referenz stehen bleiben und mögliche Veränderungen, z. B. mit unterschiedlich farblichen Punkten, abgebildet werden.
- Pro-Contra-Liste: Wenn es um die Abwägung von Vor- und Nachteilen beruflicher Optionen geht oder eine Entscheidungsfindung ansteht, wird in der beruflichen Beratung häufig dazu angeregt, die verschiedenen Argumente, Gefühlsreaktionen und Positionen aufzuschreiben und zu evaluieren. Hierzu kommen offene Listen oder teilstrukturierte Arbeitsbögen (z. B. Vor- und Nachteile für mich selbst, ... für andere) zum Einsatz, die in der Videoberatung mit Hilfe des Whiteboards eingeblendet und gemeinsam bearbeitet werden können. Reflexionsprozesse dieser Art können in einer Videoberatung begonnen, über Hausaufgaben (mit Visualisierungsauftrag) weitergeführt und bei einem Folgetermin eingeblendet und ausgewertet werden.

- Schaubilder zur Standortbestimmung: Mit Hilfe von Schaubildern können z. B. die zentralen Facetten und Einflussgrößen im Berufswahlprozess visualisiert und mit den Ratsuchenden besprochen werden (für ein Beispiel Rübner & Höft, 2021): Wo liegen Stärken? Wo ist Handlungsbedarf? Was soll im heutigen Gespräch, was im Anschluss bearbeitet werden? Im Laufe der Beratung kann darauf immer wieder Bezug genommen werden, z. B. in der abschließenden Phase der Bewertung des Erreichten und der Planung von Aktivitäten. Neben eher grafischen Darstellungen (etwa in Form eines Flussdiagramms) können auch stärker bildhafte Darstellungen gewählt werden (Engelhardt & Engels, 2021).

3.4.2 Gestaltungsmedium „geteilter Bildschirm“

In der Videoberatung kann der Bildschirm auf vielfältige Weise eingesetzt werden, d. h. er dient nicht nur als Projektionsfläche für die Übertragung des eigenen Videobildes, sondern auch als aktives Gestaltungsmedium in der Beratung (auch *Shared Screen* oder *Desktopsharing* genannt). Auf Basis der eigenen Feldbeobachtung können zwei typische Anwendungsfelder unterschieden werden, die im Beratungsprozess auch miteinander kombinierbar sind.

- Erschließung von Recherchemöglichkeiten und Informationen aus dem Internet: Die Bildschirmfreigabe wird in der 3B-Beratung häufig dazu genutzt, um Ratsuchenden im Internet verfügbare Informationen und Recherchemöglichkeiten zugänglich zu machen und diese in den weiteren Beratungsprozess einzubeziehen. Es konnte beobachtet werden, dass einzelne Informationsportale oder Jobbörsen hinsichtlich des Aufbaus und der Funktionsweise erläutert und anschließend für exemplarische Suchanfragen genutzt wurden. Teilweise wurden Fragen, die nicht unmittelbar beantwortet werden konnten, durch das Aufrufen der entsprechenden Seite recherchiert, etwa wenn es um Ansprechpersonen oder Serviceangebote externer Beratungsstellen, Hochschulen oder Freiwilligendienste ging.
- Gemeinsames Sichten und Bearbeiten von Dokumenten, Vorlagen und Profilen: Hier bietet das Videoformat zahlreiche Möglichkeiten. In der 3B-Beratung kann dazu beispielsweise ein Bewerbungsunterlagencheck gehören. Aber auch andere Dokumente können geteilt und besprochen werden (z. B. Schul- und Arbeitszeugnisse, Bescheide, Antragsformulare und Infolyer). Je nach Beratungsbedarf können über das geteilte Dokument Fragen direkt gestellt, Sachverhalte erklärt, Formulierungshilfen beim Ausfüllen von Formularen gegeben oder sogar ein Brief oder eine E-Mail für Ratsuchende vorbereitet werden. Häufiger zu beobachten war auch die gemeinsame Erstellung eines Bewerber- bzw. Stärkenprofils in einer Jobbörse (hier meist jener der Bundesagentur für Arbeit).

Nicht selten wählen sich Ratsuchende per Smartphone in die Videoberatung ein. In diesem Fall sollte sichergestellt werden, dass die geteilten Seiten gut sichtbar sind, gegebenenfalls ist die Bildschirmfreigabe auch abzukürzen bzw. die Auswahl der gezeigten Seiten und Anwendungen zu begrenzen. In einigen der beobachteten Gespräche haben Ratsuchende ihr Handydisplay mit einem größeren Bildschirm gekoppelt (z. B. einem internetfähigen Fernseher). Häufig standen die Beratenden

aber auch schon im Vorfeld mit ihren Ratsuchenden in Kontakt, sodass die Möglichkeit bestand, darauf hinzuweisen, dass für eine gemeinsame Arbeit am Bildschirm am besten ein PC oder Tablet zur Einwahl genutzt werden sollte. Zuweilen konnte beobachtet werden, dass Beratende nach dem Teilen einer Internetseite selbst in eine Art „Präsentationsmodus“ gerutscht sind (hoher Redeanteil, längere Infoblöcke) und „auf der anderen Seite“ die Gefahr bestand, in einen damit korrespondierenden passiven „Fernsehmodus“ (Jung, 2016, S. 63) überzugehen. Wie auch im Präsenzkontakt ist es hier empfehlenswert, Informationen durch Fragen zu flankieren, um zum Mitdenken anzuregen bzw. um die Relevanz und Anschlussfähigkeit der Informationen für die andere Person abzusichern.

3.4.3 Häusliches Setting

Eine Besonderheit der Videoberatung liegt darin, dass sich die Ratsuchenden während des Gesprächs in der Regel in ihrem häuslichen Umfeld aufhalten. Dadurch können sich Situationen, Gelegenheiten und Gestaltungsoptionen ergeben, die im Präsenzkontakt nicht oder nicht auf diese Weise möglich sind. Es können Dokumente oder Gegenstände herbeigeholt und gezeigt werden, der verfügbare Raum genutzt werden, unterschiedliche Verhaltensweisen zwischen der Präsenz- und Videoberatung beobachtet oder Themen behandelt werden, die in der Beratungseinrichtung so nicht unbedingt zur Sprache gekommen wären. Hierzu einige Beispiele aus der beobachteten Praxis.

- Künstlerisches Interesse: In einer über Video stattfindenden Berufsberatung ging es um die Frage, worin die Ratsuchende ihre größten beruflichen Interessen sehen würde – die Beraterin hatte hierzu das bekannte RIASEC-Hexagon mit den sechs Interessendimensionen von John L. Holland eingeblendet. Die Ratsuchende wählte den Bereich „künstlerisch-kreativ“ als sehr wichtig für sich aus, woraufhin die Beraterin wissen wollte, was sie mit diesem Interessenschwerpunkt verbinden würde. Die Ratsuchende sagte, dazu müsse sie etwas holen und zeigte anschließend – mit einigem Stolz – verschiedene selbsterstellte Exponate (Skulpturen) in die Kamera, die teilweise über einen Meter maßen und zugleich die intensive Beschäftigung mit der Materie dokumentierten.
- Schuldenberg: In einer Videoberatung mit einem männlichen Ratsuchenden, der seit einigen Monaten Grundsicherungsleistungen bezog, bemerkte die Beraterin, dass ihr Gesprächspartner zunehmend abgelenkter wirkte. Eigentlich sollten Fragen der beruflichen Weiterbildung im Mittelpunkt des Gesprächs stehen. Darauf angesprochen, antwortete der Ratsuchende mit einigem Zögern, dass er die ganze Zeit auf den vor ihm liegenden Stapel mit ungeöffneter Post starren würde, alles Mahnungen und Rechnungen. Die Beraterin bot an, über dieses Thema zu sprechen. Der Ratsuchende zeigte die Briefe in die Kamera und sagte, dass er sich für seine Verschuldung schäme, es aber nicht schaffe, die Briefe zu öffnen. Man kam überein, hier und jetzt damit anzufangen und die Briefe nach Dringlichkeit zu sortieren. Zudem wurden weitere Schritte und Beratungsangebote besprochen. Für den Ratsuchenden war dies ein erster wichtiger Schritt.
- Wohnraum: Vor dem Erfahrungshintergrund, dass Ratsuchende häufig ihr Smartphone in der Videoberatung nutzen, plädiert Engelhardt (2022) dafür,

auch den Wohnraum in die Beratung mit einzubeziehen, etwa indem eine Methode wie die Time-Line nicht am Display, sondern im Raum umgesetzt wird (ähnlich Hartmann-Strauss, 2020). Ob und in welchem Umfang die Wohnung bzw. der Wohnraum in die Beratung einbezogen werden kann und sollte, ist im Vorfeld abzustimmen und vorzubereiten (bei öffentlichen Beratungseinrichtungen sind unter Umständen gesetzliche Restriktionen zu beachten).

An diesen und anderen Beispielen (Kinder, Partner oder Haustiere kommen ins Bild, Einblicke in die häusliche Einrichtung) wird deutlich, dass sich die Videoberatung an der Nahtstelle zur besonders geschützten Privatsphäre der Ratsuchenden bewegt und eine Beschäftigung mit Grenzen und möglichen Grenzverletzungen voraussetzt. Der gewollt oder ungewollt gewährte Einblick in die Lebenswelt der anderen Person kann dabei auch zur Quelle von Fehlschlüssen und vorschneller Urteilsbildung werden. Ein an der Wand hängendes Poster mit einem abgebildeten Ferrari kann beispielsweise vieles bedeuten, wie Kühne (2021, S. 86) anmerkt. Auch hat ein privates Interesse hinter der professionellen Haltung zurückzustehen.

Nicht alle Ratsuchenden können in ihrer häuslichen Umgebung ungezwungen und ungestört kommunizieren und in einigen Fällen ermöglicht erst das Beratungszimmer den notwendigen Grad der Vertraulichkeit und Offenheit. Auch kann das Verlassen der eigenen vier Wände und das Aufsuchen der Beratungsstelle mit allen damit verbundenen Vorbereitungen ein wichtiges Aktivierungselement im Alltag darstellen. Umgekehrt gibt es aber auch verschiedene Lebenslagen, in denen die ortsunabhängige Erreichbarkeit der Videoberatung einen entscheidenden Vorteil darstellt. Niedrigschwelligkeit ergibt sich hier aus einem an unterschiedlichen Lebens- und Bedarfslagen angepassten Beratungsangebot (Wenzel, 2013).

4. Ausblick

Die Corona-Pandemie hat der Verbreitung der Videoberatung einen deutlichen An Schub gegeben (Stieler, Lipot & Lehmann, 2022). Für viele Beratungsstellen wird sich nach dieser dynamischen Einführungsphase aber auch die Frage stellen, ob und inwieweit die Videoberatung Teil ihres Regelangebots werden soll. Welchen Stellenwert sie in den einzelnen Handlungsfeldern personenbezogener Beratung künftig einnehmen wird, ist noch offen und wird sicherlich differenziert zu betrachten sein. Wie gut es gelingen wird, von der Pionierphase in jene der annähernden Institutionalisierung überzugehen (Kühne, 2009), hängt von zahlreichen Faktoren ab: von technischen Entwicklungen, organisatorischen Entscheidungen, Investitionen in Aus- und Weiterbildung, Präferenzen der Beratenden und Ratsuchenden und nicht zuletzt von einem lebhaften Fachdiskurs und einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den verschiedenen Facetten der Onlineberatung.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt dürften vor allem explorative Studien gefragt sein, in denen das Forschungsfeld weiter sondiert, Trends identifiziert und Handlungsempfehlungen erarbeitet werden. Mögliche Forschungsfragen könnten lauten: Welche Institutionalisierungspfade werden in den verschiedenen

Handlungsfeldern personenbezogener Beratung eingeschlagen? Welche Kombinationen aus Präsenz-, Video- und anderen digitalen Formaten etablieren sich? Welche Faktoren tragen zu einer erfolgreichen Implementation bei? Welche Aneignungsstrategien, aber auch Resistenzen bilden Beratende in der Auseinandersetzung mit dem digitalen Kommunikationsmedium aus? Wie beraten und verhalten sich Beratende und Ratsuchende in unterschiedlichen Settings (Video-/ Präsenzformat)? Wie wird die Videoberatung (im Vergleich mit anderen Beratungsformen) von Ratsuchenden und Beratenden über die Zeit und mit Blick auf wichtige Parameter wie Eignung für bestimmte Zielgruppen und Bedarfslagen, Beziehungsqualität und Beratungserfolg bewertet? Welche neuen Gestaltungsmöglichkeiten kristallisieren sich – auch mit der Weiterentwicklung technischer Möglichkeiten – heraus (z. B. unter Einbindung von Messenger-Diensten – Engelhardt & Piekorz, 2022)? Darüber hinaus sind weitere konzeptionelle und erfahrungsbasierte Beiträge wünschenswert, in denen das Potential der Videoberatung für verschiedene Anwendungsfelder weiter herausgearbeitet wird.

Anmerkungen

[1] Seit Anfang 2022 führt die Bundesagentur für Arbeit, die in Deutschland u. a. für die Beratung und Vermittlung von Jugendlichen, Erwerbspersonen und arbeitslosen Menschen zuständig ist, die Videokommunikation seit dem Jahr 2022 schrittweise als ergänzendes Regelangebot ein (Bundesagentur für Arbeit, 2022). Insgesamt dürfte damit ein deutlicher Schub in der Verbreitung der Videoberatung in der Berufs- und Beschäftigungsberatung in Deutschland verbunden sein.

[2] Weitere Erkenntnisse wurden durch die beobachtende Teilnahme an Workshops zur Einführung der Videokommunikation in der Bundesagentur für Arbeit gesammelt. Diese sind vor allem in die organisations- und technikbezogenen Gesichtspunkte der Videoberatung in Abschnitt 2 eingeflossen. Ein besonderer Dank geht in diesem Zusammenhang an Andrea Pintschka-Vögeli, die als Projektmitarbeiterin am Prozess der Erhebung und Auswertung maßgeblich beteiligt war.

Literatur

Backhaus, A., Agha, Z., Maglione, M. L., Repp, A., Ross, B., Zuest, D., Rice-Thorp, N. M., Lohr, J. & Thorp, S. R. (2012). Videoconferencing Psychotherapy: A systematic review. *Psychological Services*, 9(2), 111–131.

Berryhill, M. B., Culmer, N., Williams, N., Halli-Tierney, A., Betancourt, A., Roberts, H. & King, M. (2019). Videoconferencing psychotherapy and depression: A systematic review. *Telemedicine and e-Health*, 25(6), 435–446.

Bundesagentur für Arbeit (2022). *Videokommunikation in der BA: Mit wenigen Klicks zum Beratungsgespräch*. BA-Presseinfo Nr. 09. Verfügbar unter <https://t1p.de/2835u>

Cedefop (2020). *Note on lifelong guidance and the COVID-19 pandemic: Responses from Cedefop's CareersNet*. Verfügbar unter https://www.cedefop.europa.eu/files/2020_05_27_llg_and_pandemic_cnet_b.pdf

- Daft, R. L., Lengel, R. H. & Trevino, L. K. (1987). Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems. *MIS quarterly*, 355-366.
- Deutschesprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung (DGOB) (2020). *Definition Online-Beratung*. Verfügbar unter <https://dg-onlineberatung.de/definition-ob>
- Engelhardt, E. (2019). Onlineberatung – Digitales Beratungsangebot für Alle? In H. Angenent, B. Heidkamp & D. Kergel (Hrsg.), *Digital Diversity* (S. 161-173). Wiesbaden: Springer VS.
- Engelhardt, E. (2022). #22 *Methoden in der Videoberatung*. Verfügbar unter <https://derdreh.podigee.io/23-methoden-videoberatung>
- Engelhardt, E. & Engels, S. (2021). Einführung in die Methoden der Videoberatung. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 17(1), 9-27. Verfügbar unter https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2021/06/engelhardt_engels.pdf
- Engelhardt, E. & Gerner, V. (2017). Einführung in die Onlineberatung per Video. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 13(1), 18-29. Verfügbar unter http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf
- Engelhardt, E. & Piekorz, K. (2022). Einführung in die Onlineberatung per Messenger. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 18(1), 18-22. Verfügbar unter https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2022/02/engelhardt_piekorz.pdf
- Eybisch-Klimpel, C. (2022). Das Hochkantige muss ins Querformatige! Tipps und Tricks für die visuelle Online-Beratung. *dvb-forum*, 61(1), 64-67. Verfügbar unter <https://www.wbv.de/journals/zeitschriften/dvb-forum.html>
- Greenhalgh T., Wherton J., Shaw S. & Morrison C. (2020). Video consultations for covid-19. *BMJ*, 368:m998. Verfügbar unter <https://www.bmj.com/content/368/bmj.m998>
- Hartmann-Strauss, S. (2020). *Videotherapie und Videosupervision. Praxishandbuch für Psychotherapie und Beratung online*. Berlin: Springer.
- Haun, M. W., Hoffmann, M., Tönnies, J., Dinger, U., Hartmann, M. & Friederich, H. C. (2020). Videokonsultationen durch Psychotherapeuten in Zeiten der COVID-19-Pandemie. *Psychotherapeut*, 65, 291-296.
- Jawor-Jussen, S. & Meier, C. (2021). Blended Counseling. In T. Grüneberg, I. Blaich, J. Egerer, B. Knickrehm, M. Liebchen, L. Lutz, U. Nachtigäller & R. Thiel (Hrsg.), *Handbuch Studienberatung, Berufliche Orientierung und Beratung für akademische Bildungswege* (S. 471-478). Bielefeld: wbv.

- Jung, K. (2016). Systemische Beratung zur Studien- und Berufsorientierung – vor Ort und per Video-Telefonie. Methoden und Erfahrungen. *Systema*, 30, 53-69.
- Kaps, P., Oschmiansky, F, Popp, S. & Reiter, R. (2022). *Evaluation Videokommunikation 2.0 für das SGB II*. Endbericht. Berlin: unveröffentlicht.
- Knatz, B. & Dodier, B. (2021). *Mailen, chatten, zoomen: Digitale Beratungsformen in der Praxis*. Stuttgart: Klett.
- Kühne, S. (2009). Institutionalisierung von Online-Beratung – das Ende der Pionierphase. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 5(2), Artikel 4. Verfügbar unter https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/kuehne.pdf
- Kühne, S. (2021). Onlineberatung – ein Setting mit Folgen. In Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (Hrsg.), *Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung VI. Komplexität abbilden und gestalten* (S. 79-87). Bielefeld: wbv. Verfügbar unter <https://ogy.de/band>
- Nationales Forum Beratung (nfb) (2021). *Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die BBB-Beratung. Ergebnisse und erste Schlussfolgerungen einer Mitgliederbefragung des nfb*. Verfügbar unter <https://t1p.de/9ghkf>
- Norwood, C., Moghaddam, N. G., Malins, S. & Sabin-Farrell, R. (2018). Working alliance and outcome effectiveness in videoconferencing psychotherapy: A systematic review and noninferiority meta-analysis. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 25, 797–808.
- Oschmiansky, F, Kaps, P., Popp, S. & Reiter, R. (2021). *Wissenschaftliche Evaluation der Beratung per Video*. Zwischenbericht. Berlin: unveröffentlicht.
- Rice, R. E. (1993). Media Appropriateness. Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human Communication Research*, 19, 451-484.
- Rübner, M. (2021). Berufswahlbereitschaft im Blickpunkt. Forschungsperspektiven und Anwendungsfelder eines Beratungs- und Evaluationstools. In Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (Hrsg.), *Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung IV. Komplexität abbilden und gestalten* (S. 149-161). Bielefeld: wbv. Verfügbar unter <https://ogy.de/band>
- Rübner, M. & Höft, S. (2021). Beratung von Studieninteressierten nach der Beratungskonzeption der Bundesagentur für Arbeit (BeKo). In T. Grüneberg, L. Lutz, I. Blauch, J. Egerer, B. Kickrehm, R. Thiel, U. Nachtigäller & M. Liebchen (Hrsg.), *Handbuch Studienberatung. Band 2* (S. 773-779). Gütersloh: wbv.

- Silfverberg, M. (2020). Welche Chancen und Risiken ergeben sich durch den Einsatz videogestützter Kommunikationstechniken in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung aus Sicht von Beratungspersonen bei ask! *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 16(1), 1-15. Verfügbar unter <https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/01/silfverberg.pdf>
- Silfverberg, M. (2021). Videogestützte Onlineberatung bei ask! – Ein Praxisbericht aus der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung während des Schweizer Lockdown 2020. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 17(2), 12-24. Verfügbar unter <http://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2022/01/silfverberg.pdf>
- Simpson S. G. & Reid C. L. (2014). Therapeutic alliance in videoconferencing psychotherapy: A review. *Australian Journal of Rural Health*, 22(6), 280–299.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021a). *Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern*. Fachserie 15 Reihe 2. Verfügbar unter <https://www.destatis.de>
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021b). *Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien*. Fachserie 15 Reihe 4. Verfügbar unter <https://www.destatis.de>
- Stieler, M., Lipot, S. & Lehmann, R. (2022). Zum Stand der Onlineberatung in Zeiten der Corona-Krise. Entwicklungs- und Veränderungsprozesse der Onlineberatungslandschaft. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 8(1), 50-65. Verfügbar unter https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2022/03/stieler_lipot_lehmann.pdf
- Thiery, H. & Kreller, H. (2021). *Primat der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse. Ein Weckruf*. Verfügbar unter <https://t1p.de/v87e1>
- Wenzel, J. (2013). *Wandel der Beratung durch Neue Medien*. Göttingen: V & R Unipress.
- Wenzel, J., Jaschke, S. & Engelhardt, E. (2020). Krisenberatung am Telefon und per Video in Zeiten von Corona. *e-beratungsjournal.net. Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 16(1), 46-66. Verfügbar unter http://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wenzel_et_al.pdf