



Designed by macrovector / Freepik

Von **Gabriele Bäuml-Westebbe**

Ein virtuelles Beratungszimmer könnte heute ohne großen Aufwand zum Standard-Angebot von Bildungs- und BerufsberaterInnen dazugehören. Mit diesem Angebot würden die zeitlichen Ressourcen der KlientInnen geschont und die Reichweite der BeraterInnen deutlich erhöht. Mit der zunehmenden Verbesserung der Breitbandsituation in Deutschland wird auch die Nachfrage nach Online-Beratung steigen. Es könnte so eine Win-Win-Situation für beide Seiten entstehen. Warum wird Online-Beratung dennoch nicht gerne angeboten? Welche berechtigten und welche unberechtigten Vorbehalte gibt es? Und wie kann die Situation für alle Beteiligten optimiert werden?

Über das Unbehagen mit der Online-Beratung

Online-Beratung ist Beratung in einem neuen Medium. Dieses Medium schafft neue Möglichkeiten, doch es setzt auch Grenzen, die in der Präsenzberatung nicht bestehen. Eine eins-zu-eins-Übertragung von Präsenzberatung ist daher nicht möglich. Nun kann man entweder die Begrenzungen sehen und das Medium ablehnen oder die neuen Optionen und Chancen, die es bietet, und davon begeistert sein. Aus ihren unterschiedlichen Positionen reden daher die Skeptiker und

die Befürworter leicht aneinander vorbei und haben dennoch beide recht. Die Auseinandersetzung mit Online-Beratung ist derzeit in vollem Gang, daher lohnt es sich, auf die Grundlagen von Beratung zurückzugehen und die eigene Position zu bestimmen. Auch Beratung ist von der Digitalisierung betroffen und wird in Zukunft zu einem mehr oder weniger großen Teil rein online oder in Mischformen stattfinden. Höchstens ältere und sehr gut etablierte BeraterInnen werden sich diesem Trend widersetzen können. Es ist einfach für sie, aus ihrer sicheren Position heraus Online-Beratung zu kritisieren.

Beratung ist ein Sammelbegriff, in dem viele Formen und Formate zusammengefasst werden. Dennoch gibt es auch Gemeinsamkeiten, auf die ich hier eingehen möchte. Ich beschränke mich dabei auf die synchrone Beratung, wo sich BeraterIn und zu Beratende zeitgleich im Austausch befinden. Daneben gibt es noch die asynchrone Beratung, die sehr viel Sorgfalt in der Formulierung und Gestaltung verlangt und die vor den Zeiten des Internet in Briefform erfolgte und heute in der Form von E-Mails gepflegt wird. Neu und erst über das Internet hinzugekommen sind Formen, die man als Beratung on-demand bezeichnen könnte. Gemeint ist damit der Austausch in sozialen Netzwerken und Foren. Menschen nutzen

das Internet, um sich Rat zu holen zu Fragen, die sie aktuell bewegen. Sie tun das z.B. in Anwenderforen, wenn Probleme mit Soft- oder Hardware auftauchen, aber auch bei persönlichen Problemen und Konflikten, über die sie sich in den Netzwerken austauschen. Ein sehr wichtiges Netzwerk ist dabei YouTube, da dort alle möglichen Probleme, Konfliktlösungen oder Optimierungsvorschläge für das eigene Leben in Videos behandelt werden. Ganz neu sind diese Formen allerdings auch nicht, sondern basieren auf der Ratgeberliteratur, von der viele Formen der Kommunikation übernommen wurden.

Neu im Trend und stark im Kommen sind Geräte wie Alexa, Siri, Cortana und weitere. Sie lassen sich verbal um Rat fragen und geben Antworten, die aufgrund einer Nutzung von künstlicher Intelligenz immer besser und präziser werden. Da diese Geräte keine Gefühle, keine Empathie kennen, sondern diese nur simulieren, also vorgeben können, stellen sich ethische Fragen, wie weit diese Simulationen noch zulässig sind. Die Gefahr, dass die Simulation so perfekt ist, dass sie als Realität wahrgenommen wird, ist gegeben, mit allen problematischen Folgen, die sich daraus ergeben können. Wer sich von Alexa und Co., die ständig erreichbar und ansprechbar sind, beraten lässt, kann durchaus zu der Überzeugung kommen, dass menschliche Berater nicht mehr notwendig sind.

Sehr vereinfacht lassen sich alle Formen von Beratung in den Koordinaten Information und **Beziehung** darstellen. Beratung ganz ohne Beziehung ist ebenso wenig möglich wie Beratung ohne Information. Wenn Menschen in einem für sie nicht bedrohlichen Umfeld zusammenkommen, entsteht meist Empathie. Man möchte mehr vom anderen wissen, aber auch sich selbst zeigen. Es entsteht Nähe und ein Raum von gegenseit-

gem Verständnis, zumindest aber der Versuch von Verstehen. Das gilt auch für die Beratung. In jeder Beratung geht es um die Balance von Nähe und Distanz. Dies zu leisten, macht die professionelle Beratung aus. Dabei spielt die Körpersprache, also Mimik, Gestik, Körperhaltung, Kleidung und wie zu Beratende den Raum einnehmen neben der verbalen Ausdrucksweise eine große Rolle. Neben der Körpersprache wirkt auch der Geruch, dessen Bedeutung leicht unterschätzt wird. In der Präsenzberatung ist die Beobachtung dieser Aspekte verhältnismäßig einfach. Man befindet sich in einem dreidimensionalen Raum, sieht den ganzen Menschen, hört und riecht ihn. Berührung spielt zwar meist nur eine geringe Rolle, aber das Händereichen zu Beginn und am Ende einer Beratung kann sehr wichtig und aufschlussreich sein.

Ein wesentlicher Teil der Beziehung zwischen BeraterIn und zu Beratendem oder zu Beratender ist die Verteilung der **Rollen** und damit die Verteilung der Macht. Dass der Mächtigere in diesem Kontext die BeraterIn ist, ist keineswegs von vornherein negativ oder unerwünscht. Es macht gute Beratung aus, dass der zu Beratende im Verlauf der Beratung immer mehr Autonomie gewinnt und am Ende vom Berater unabhängig wird. Doch vom gegenseitigen Rollenverständnis bleibt der Berater immer der Mächtigere allein schon deshalb, weil er nicht der Betroffene ist. Für diesen geht es um wichtige und oft auch existentielle Fragen, für den Berater um seinen Anspruch an sich selbst, wieviel er bereit und in der Lage ist, dem zu Beratenden zu geben.

Es kommt noch ein weiterer Aspekt hinzu: BeraterInnen haben in dem **Medium** der Präsenzberatung ihre Ausbildung gemacht, haben sich darin weiterentwickelt und eine oft



Gabriela Bäuml-Westebbe: Ich habe in München BWL und Wirtschaftspsychologie studiert und lange Jahre im Marketing und in der Marktforschung gearbeitet. Parallel dazu war ich immer auch in der Weiterbildung tätig und habe dort die neuen Kommunikationsmedien kennen und schätzen gelernt. Seit 10 Jahren bin als ProfilPASS-Beraterin und Kompetenzenbilanz Coach aktiv. Auch in der Bildungsberatung habe ich mich - motiviert durch die Entwicklung von Beratungskonzepten zum eProfilPASS - sehr früh mit der Online Beratung, den Grenzen und Möglichkeiten auseinandergesetzt. Ich lebe mit meinem Mann in Oberbayern, in der Gemeinde Seeshaupt am Starnberger See. Wir betreiben dort auch eine kleine Bildungs- und Beratungsagentur im Alten Forsthaus.

Kontakt: gb@samanthanet.de, www.samanthanet.de

hohe Kompetenz erreicht. Es ist das Medium, das ihnen vertraut ist, in dem sie sich auskennen und wissen, wie sie mit schwierigen Situationen oder zu Beratenden umgehen können. Auch die Frage der Verantwortung wird hier gestellt. Hat nicht jeder das Recht auf die bestmögliche Beratung und ist es gerechtfertigt, die Beratung in einem Medium zu machen, das ich als Berater noch nicht völlig beherrsche?

Im virtuellen Beratungsraum befindet man sich nicht mehr in einem drei-, sondern nur zweidimensionalen Raum. Das begrenzt die Beobachtung der Körpersprache. Man sieht nicht mehr den ganzen Menschen, sondern meist nur den Kopf oder ein Halbporträt. Während die Mimik noch ganz gut zu beobachten ist, fehlt die Gestik oder ist nur durch das Auftauchen der Hände zu erahnen. Die Körperhaltung und die Art, wie der Raum eingenommen wird, entziehen sich weitgehend der Beobachtung und der Geruch und die physische Berührung fehlen völlig. Es fehlt der Gesamteindruck und es ist für den in diesem Medium Ungeübten weit schwerer zu interpretieren, worum es dem zu Beratenden geht. Auf diese Einschränkungen bezieht sich die Kritik an der Online-Beratung. Sieht man nur diese Aspekte, kann man sich in der Tat fragen, ob Online-Beratung überhaupt Sinn macht. Dennoch wird sich virtuelle Beratung immer mehr verbreiten. Schon jetzt erfolgt ein immer größerer werdender Teil über das Medium Internet. Skype-Beratungen sind bereits vielen vertraut und werden trotz aller berechtigten Einwände sicher weiter zunehmen. Für Beraterinnen und Berater bedeutet dies, sie müssen sich mit dem Medium auseinandersetzen, wenn sie nicht zurückbleiben wollen. In dieser Auseinandersetzung spielen drei Bereiche eine wichtige Rolle:

1. Technische und digitale Kompetenz.

Als BeraterIn muss ich mit der Technik souverän umgehen können. Das betrifft auch mögliche Pannen oder Probleme bei den zu Beratenden. Auch auf deren Seite ist die digitale Kompetenz nicht grundsätzlich vorhanden, sondern muss erlernt werden. Digitale Kompetenz zeigt sich in der Auswahl der digitalen Werkzeuge. Was sich für den Einzelnen eignet, hängt von einer Reihe von Faktoren ab. Zu diesen gehören das Format der Beratung, die benötigten Funktionen, die Sicherheit und nicht zuletzt die User Experience, also wie wohl man sich damit fühlt.

2. Datenschutz und Datensicherheit.

Es genügt nicht, sich oberflächlich damit auszukennen. Im Gegensatz zu einer Präsenzberatung hinterlässt jede Online-Beratung Spuren. Es muss daher geklärt sein, was mit den Daten geschieht, die durch und während der Beratung

erzeugt wurden. Welche Daten gehören den zu Beratenden und welche den BeraterInnen? Dies muss von Anfang an geklärt sein. Wenn Daten beim Berater gespeichert werden, stellt sich die Frage: wie lange und wie sicher? Und darf der zu Beratende jederzeit auf diese Daten zugreifen, kann er den Zugriff delegieren und welche Verantwortung für die Daten übernimmt dann der Berater?

3. Umgang mit Störquellen.

Digitale Einzel- und Gruppenberatung befinden sich in einem anderen Umfeld als in der Präsenzberatung. Die Beratung findet nicht mehr in geschlossenen, vom Berater kontrollierten Räumen statt. Lässt sich die Ablenkung in Präsenz meist minimieren, hat der Berater online darauf wenig Einfluss.

Die wichtigste und meist auch störende Quelle ist der Computer selbst. Eintreffende E-Mails werden optisch und akustisch angezeigt, über den Messenger kommen immer wieder Nachrichten und dann meldet sich auch noch das Handy mit WhatsApp-Meldungen. Auch wenn man es immer wieder versucht, zeigt die Erfahrung, dass solche Störungen nicht zu eliminieren ist, nicht einmal beim Berater selbst. Andere Störquellen kommen aus der unmittelbaren Umgebung. Befindet sich der zu Beratende zuhause, kommen mal die Kinder, mal der Postbote oder in der Küche läuft etwas über. Diese, bedingt durch die Situation niemals völlig ausschließbaren Ereignisse können die Konzentration erheblich beeinträchtigen. Allerdings lernen die zu Beratenden erfahrungsgemäß ziemlich schnell, mit diesen Störungen umzugehen bzw. sie zu minimieren. Störungen dieser Art sind Alltagswirklichkeit.

Online verändern sich auch die Schwerpunkte. Gegenüber der visuellen Erscheinung und seiner Interpretation gewinnt die Stimme an Bedeutung. Die Fokussierung auf die Beobachtung und Interpretation von Stimmlagen, von Veränderungen in den Tempi, im Ton, von Pausen und Lautstärke ermöglicht ein neues und manchmal auch überraschendes Verständnis. Insofern kann diese Fokussierung durchaus von Vorteil sein. Gerade die Vielzahl von Informationen der Körpersprache während der Präsenzberatung mit ihren Brüchen, Inkongruenzen und Widersprüchen macht die Interpretation nicht einfach und verführt den Berater, willkürlich die Beobachtungen zu werten, die ihm aus seinem persönlichen Erleben die wichtigen zu sein scheinen.

Der entscheidende Schritt bei einer Online-Beratung ist der Anfang. Es macht wenig Sinn, sich theoretisch damit zu beschäftigen oder darauf zu warten, dass sich Best Practices mit der Zeit herauschälen werden, denen man dann folgen kann. Die Erfahrung lehrt, dass es diese Best Practices nicht

gibt, sondern jeder Berater, jede Beraterin ihren eigenen Weg finden muss. Das ist manchmal mühsam und nicht frei von Fehlern, aber erst dadurch eröffnen sich die neuen Erfahrungen zu den Möglichkeiten der virtuellen Beratung. Aber es sollte auch klar sein, dass virtuelle Beratung die Präsenzberatung nicht bedeutungslos machen wird. Auch Bücher gibt es trotz Fernsehen und Internet immer noch, und nichts spricht dafür, dass diese verschwinden werden.

Ein Trend sollte hier nicht unerwähnt bleiben, da er in hoher Geschwindigkeit in immer neue Bereiche vordringt und dabei auch in das Feld der Beratung: Die virtuelle Realität VR und die augmented Reality oder erweiterte Realität AR. Szenarien können damit in einer hohen Realitätsnähe simuliert werden, was sowohl im Coaching als auch in der Beratung genutzt werden kann. Allein in der Berufsberatung, in der Bewerbung für einen Job, aber auch in der Kompetenzermittlung eröffnen sich hier ganz neue und faszinierende Optionen. Noch fehlt es an geeigneten Konzepten, was aber lediglich eine Frage der Zeit ist.

Der virtuelle Raum muss ähnlich wie der analoge Raum gestaltet werden. Der Raum drückt sehr viel aus, insbesondere was die Rollenverteilung angeht, wie etwa die in der Rollenverteilung enthaltene Macht. Es ist auch im Analogen ein großer Unterschied, ob die Beratung am Schreibtisch einander gegenüber oder über Eck stattfindet, ob man sich in bequemen Sesseln gegenüber sitzt, mit oder ohne Tisch dazwischen, ob der Raum hell und freundlich mit Tageslicht oder warmer Beleuchtung ausgestattet ist oder kühl und sachlich. Pflanzen, Bilder und andere Utensilien spielen eine wichtige Rolle, weil man sich damit dem zu Beratenden auch in einer bestimmten Rolle präsentiert und signalisiert, was man als zu Beratender erwarten kann. Dies gilt auch für die Gestaltung eines virtuellen Beratungszimmers. Wie sich dieses gestalten lässt, werde ich im Folgenden beschreiben.

Wie richte ich mein virtuelles Beratungszimmer ein

Unter einem virtuellen Beratungszimmer verstehe ich hier einen Online-Raum, in dem BeraterIn und KlientIn sich zur gleichen Zeit treffen, sehen und miteinander sprechen können. Für diese Form der Kommunikationen stehen eine Reihe von Technologien zur Verfügung, die sich teilweise erheblich in ihren Funktionen unterscheiden. Für den Einsatz im Beratungskontext sind vor allem wichtig:

1. Datensicherheit und Datenschutz (DSGVO),
2. hohe Funktionalität gemessen an den Anforderungen der Beratung,

3. hohe technische Performance und
4. einfache Bedienbarkeit.

Wir verwenden seit vielen Jahren Adobe Connect, da es unseren Kriterien von Sicherheit, Funktionalität und störungsfreiem Ablauf am besten entspricht. Es ist aber nicht die einzige Software, die sich für die Beratung eignet. Abraten würden wir allerdings von Skype, da es in den Funktionen sehr eingeschränkt ist und sich mehr für ein Videotelefonat oder eine kleine Videokonferenz eignet. Adobe Connect nutzt Layouts, man könnte diese auch als Webunterseiten bezeichnen, und Anwendungen, sog. Pods, die sich auf den Layouts einbinden lassen. Dies ermöglicht eine sehr flexible Gestaltung des virtuellen Raums oder, wie in unserem Fall, des virtuellen Beratungszimmers. Layouts strukturieren den Beratungsprozess, Pods stellen die benötigten Arbeitsmaterialien zur Verfügung. Folgende Pods können sehr variabel und kreativ eingesetzt werden:

- Videobild
- Editor
- Freigabemöglichkeiten (z.B. auf den Rechner des Klienten)
- Whiteboard
- Hochladen von Präsentationsfolien, Videos, Fotos, Kartensets...
- Fragen
- Chatoptionen
- Links
- Downloads.

Mit diesen Pods richten Beratende ihren virtuellen Beratungsraum ein. Wichtig ist dabei, dass der ganze Beratungsprozess im Vorfeld gut durchdacht und geplant ist. Viele Pods enthalten die Möglichkeit des Datenexports. Damit können beispielsweise erarbeitete Unterlagen, wie z.B. Texte und Visualisierungen, unmittelbar nach der Sitzung dem Klienten zur Verfügung gestellt werden. Es lassen sich zudem beliebig viele Beratungszimmer anlegen, also für jeden zu Beratenden ein eigenes, in dem alle erarbeiteten Dokumente so lange gespeichert sind, bis sie aktiv gelöscht werden. Nur BeraterIn und zu Beratende haben Zugang zu diesem Raum. Am Ende der Beratung kann der Raum vollständig gelöscht werden. Dann sind alle Inhalte vollständig von der Festplatte verschwunden und können auch nicht wiederhergestellt werden. Es lassen sich aber nicht nur einzelne Räume für Klienten einrichten, sondern auch Räume für bestimmte Beratungsanlässe. Auch hier können dann alle Unterlagen entsprechend bereitgelegt und bei Bedarf herangezogen werden.

Kommen wir zurück zum Kern unseres Beitrags: dem Einrichten eines virtuellen Beratungsraums. Am besten lässt sich

dies an einem konkreten Beispiel erläutern. Wir wählen dafür die Kompetenzanalyse mit dem ProfilPASS1, eine Methodik, die u.a. vom DIE (Deutsches Institut für Erwachsenenbildung) im Kontext der Lissabon-Strategie zum Lebenslangen Lernen und der Sicherung der Erwerbsarbeit der Europäer entwickelt wurde.

Das Beratungsverfahren mit dem ProfilPASS eignet sich in unseren Augen insbesondere deshalb gut für Online-Beratung, weil es sehr kognitiv und analytisch angelegt ist. Beraterin und Klient arbeiten im Kern sehr detailliert anhand von Tätigkeitsprofilen die Fähigkeiten und Kompetenzen heraus. Unseren Erfahrungen nach können gerade diese Sequenzen der ProfilPASS-Beratung sehr effizient im virtuellen Beratungsraum bearbeitet werden. Aber auch ein intensives Biographisches Interview, welches der eigentlichen Kompetenzanalyse vorausgeht, lässt sich durchaus auch gut online führen. Es ist unseren Erfahrungen nach oft sogar günstiger, wenn die ProfilPASS-Beratung durchgängig in einem Medium durchgeführt wird und nicht von Klassisch-Präsenz auf Online gewechselt wird. In anderen Kontexten sieht das durchaus anders aus.

Eine Kompetenzanalyse mit dem ProfilPASS benötigt meist 4-5 Sitzungen. Zwischen den Sitzungen hat die Klientin eine Reihe von Aufgaben zu erledigen, die in der folgenden Sitzung gemeinsam besprochen werden. Den Aufgaben zugrunde liegen Arbeitsblätter, die vom DIE kostenfrei zur Verfügung gestellt werden. Die entsprechenden Arbeitsblätter liegen zum Download im Raum bereit und werden mittels Bildschirmfreigabe in den Sitzungen bearbeitet, als Hausaufgabe „mitgegeben“ und anschließend besprochen. Weitere Materialien, die der Klient zwischen den Sitzungen be- und erarbeitet, können entweder über die Freigabe auf dem Bildschirm des Klienten gemeinsam betrachtet und besprochen werden oder aber man „lädt“ sie direkt in den virtuellen Beratungsraum hoch. Zeichnungen, Mindmaps, Texte, Fotos können auf diese Weise ohne Mühe in die Analyse einfließen.

Jede dieser 2-stündigen Sitzungen muss gut vorgeplant werden. Die einzelnen Sequenzen innerhalb einer Sitzung werden über verschiedene Layouts abgebildet. Diese Layouts wiederum sind mit den notwendigen Pods bestückt. Eine Sitzung setzt sich je nach Inhalten meist aus 4-6 Layouts zusammen. So enthält z. B. die erste einführende Sitzung neben dem „Eingangsbereich“, der sogenannten Lobby, eine Begrüßungssequenz, die mit einem etwas größerem Videobild und einem Editor für Notizen versehen ist. Im weiteren Schritt werden zu Beginn Ziele und Vorgehensweise der Beratung



Abb.1: Lobby – einfach, mit wenigen Pods eingerichtet.



Abb.2: Erstes Beispiel für eine Begrüßungsszene – rechts außen sind die bereits vorbereiteten Layouts zu sehen.



Abb. 3: Beispiel einer Bildschirmfreigabe auf das Arbeitsmaterial, welches auf der Webseite zum kostenfreien Download zur Verfügung steht. Die Bearbeitung des Workbooks wird in der ersten Sitzung erläutert. Rechts unten liegt das Minikontrollfenster.

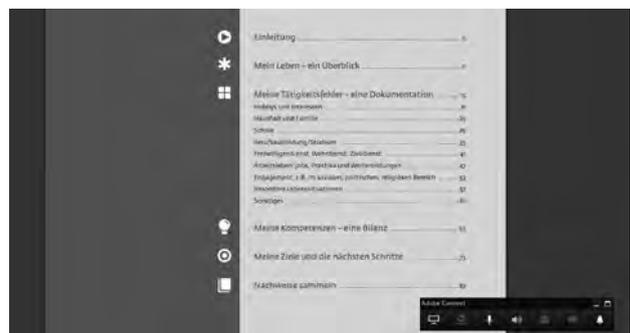


Abb. 4: Zweites Beispiel für ein Abschieds- und Begrüßungsszenario; Ende der 1. und Beginn der 2. Sitzung mit Links zu und Downloads von Arbeitsmaterialien.

erläutert. Das lässt sich sehr einfach mit einer vorbereiteten (PowerPoint-)Präsentation bewerkstelligen. Diese Präsentation liegt in einem nächsten Layout großformatig bereit oder wird über die Bildschirmfreigabe dem Klienten gezeigt. Gleichzeitig empfiehlt es sich, mit Videobild anwesend zu sein, um Präsenz zu zeigen und die Bindung zu halten.

BeraterIn und Hintergrund im Videobild

Ebenso wichtig ist auch das Videobild des Beraters und der Beraterin. Als BeraterIn muss ich sehr auf meinen Bildausschnitt und meinen Bildhintergrund im Video achten. Das Bild muss scharf und der Hintergrund angemessen sein. Je ruhiger der Hintergrund ist, desto angenehmer und ablenkungsfreier ist es für die KlientInnen. Ein kleines Bild oder ein Ausschnitt von einem Kunstwerk, eine Blumenvase oder ähnliche Gegenstände minimalistisch eingesetzt, setzen persönliche Akzente, schaffen Atmosphäre und setzen damit Anker für den Aufbau der Beziehung.

Das Videobild des Beraters oder der Beraterin erscheint am angenehmsten im Halbporträt, wenn zumindest ein Teil des Oberkörpers, d.h. Arme und ihre Bewegungen, zu sehen sind. Ein großer Kopf im Videobild, womöglich noch im Vollbild-Modus wirkt auf das Gegenüber erschreckend und distanzlos. Es ist deshalb auch ausgesprochen nützlich, wenn die Größe des Videopods variabel an die Beratungssituation angepasst werden kann. Für eine Interviewsequenz (Biographisches Interview im Rahmen der ProfilPASS-Beratung wie oben beschrieben) würde man beispielsweise nur den Videopod in einem etwas größeren Format, nie jedoch bildschirmfüllend einsetzen und auf weitere Anwendungen im Layout verzichten. Wenn Inhalte erläutert oder mit Materialien gearbeitet wird, werden diese, wie bereits dargestellt, großfor-



Abb. 5: Szene für Biographisches Interview – Die KlientIn wäre mit im Bild zu sehen. Das Bild zeigt auch eine gute Position der Beraterin mit ruhigem Hintergrund.

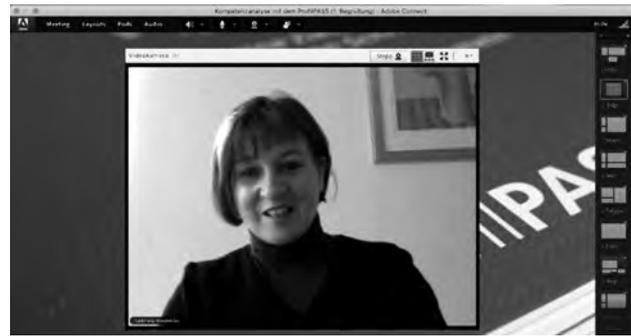


Abb.6: Beispiel aus einer letzten Sitzung. Zusammenfassung der Ergebnisse der Kompetenzbilanzierung im Potenzial-Canvas und Beratung hinsichtlich der Umsetzung der gesteckten Ziele. Das Beispiel ist einem weiteren Beratungszimmer entnommen. Der Hintergrund („Tapete“) ist etwas anders gestaltet. Im Downloadbereich liegt wieder das Arbeitsmaterial – in diesem Fall das interaktive Arbeitsblatt „Mein Potenzial-Canvas“.

matig gezeigt; das Videobild erscheint dann als relativ kleiner Bildausschnitt, sollte jedoch – so unsere Erfahrung im Beratungskontext – immer auch als bewegtes Bild und nicht als Standbild oder gar Foto vorhanden sein.

Das sind einige Grundregeln, die es in der videobasierten Online-Beratung zu beachten gilt. Wie man als Beraterin sich selbst inszeniert, welche Methoden man einsetzt und mit welchen dafür geeigneten Werkzeugen man arbeitet, hängt sehr vom eigenen Beratungsvorgehen und persönlichen Stil ab. So, wie es auch eine Weile dauert, bis man sich seinen realen Beratungsraum eingerichtet und gestaltet hat, so braucht es auch seine Zeit, bis man sich Online in seinen „Vier Wänden“ wohl und sicher fühlt. Wohlgefühl und Sicherheit erlangt man aber nur durch Tun und beständiges Ausprobieren. Erst die persönlichen Erfahrungen lehren, womit man selbst und damit auch die eigenen Klienten und Klientinnen gut zurechtkommen.

Ich hoffe mit diesem Beitrag Mut gemacht zu haben, sich auf das neue Gebiet der Online-Beratung und in unserem Fall das professionelle videobasierte Beratungssetting einzulassen und wünsche Ihnen dabei viel Erfolg.

Literatur

Bäumli-Westebbe, G. und Westebbe, P. 2017: Chancen und Grenzen einer Online-Kompetenzberatung am Beispiel des „eProfilPASS“ – Ein Erfahrungsbericht. S. 173ff. In: Jutta Heller, J. u.a. (Hrsg.): Digitale Medien im Coaching, Berlin.

Bäumli-Westebbe, G. und Pielorz, M. 2014: eProfilPASS (ePP) – ein Instrument zur Sichtbarmachung von non-formal und informell erworbenen Kompetenzen. S. 93ff. In: Elsholz, U.; Rohs, M. (Hrsg.) E-Portfolios für das lebenslange Lernen: Konzepte und Perspektiven, Bielefeld.