

Stand: 01.08.2022

# Professionell beraten im Videoformat – Ein praxisorientierter Leitfaden

Prof. Dr. Matthias Rübner  
Andrea Pintschka-Vögeli





# **Professionell beraten im Videoformat – Ein praxisorientierter Leitfaden**

Prof. Dr. Matthias Rübner  
Andrea Pintschka-Vögeli

# Inhalt

<b>Einführung in den Leitfaden</b>	<b>6</b>
<b>Teil I: Fachwissenschaftliche Einordnung</b>	<b>8</b>
1 Formen der Onlineberatung	9
2 Gesichtspunkte von Beratung per Video	13
2.1 Mediale Reichhaltigkeit	13
2.2 Ortsunabhängige Erreichbarkeit	15
2.3 Technische Voraussetzungen	15
2.4 Digitales Know-how	15
2.5 Organisatorische Anforderungen	15
2.6 Interaktion mit audiovisuellen Geräten	16
2.7 Räumliches Setting	16
2.8 Integrierte Tools	17
2.9 Variable Gesprächsformate	17
<b>Teil II: Ansatzpunkte für die professionelle Umsetzung</b>	<b>18</b>
3 Gut vorbereitet in die Videokommunikation starten	19
3.1 Grundvoraussetzungen für die Teilnahme klären	19
3.2 Das Gesprächssetting vorbereiten	21
3.3 Sicherheit gewinnen	22
4. Beziehung und Kommunikation	25
4.1 Beziehungsebene und Vertrauensverhältnis	25
4.2 Verbale und nonverbale Kommunikation	28
4.3 Gesprächseinstieg und Gesprächsabschluss	30
5. Tools und Gestaltungsmöglichkeiten	32
5.1 Bildschirmfreigabe	32
5.2 Videokonferenz	35
5.3 Chatfunktion	36
5.4 Visualisierung	36
5.5 Häusliche Umgebung	37
6. Methoden und Techniken	39
6.1 Brainstorming	40
6.2 Skalierungstechnik	42
6.3 Pro-Contra-Abwägung	44
6.4 Entscheidungsmatrix	46
6.5 Standortbestimmung im Berufswahlprozess	48
6.6 Vorbereitung auf Online-Vorstellungsgespräche	51
<b>Literatur</b>	<b>52</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Formen der Onlineberatung	10
Abbildung 2: Gesichtspunkte der Videoberatung	14
Abbildung 3: Prozessmodell der Beratung nach BeKo	30
Abbildung 4: Offene Bewertungsskala	43
Abbildung 5: Skala zum aktuellen Berufswahlstand	43
Abbildung 6: Pro-Contra-Liste	45
Abbildung 7: Arbeitsbogen Entscheidungsfindung	45
Abbildung 8: Entscheidungsmatrix	47
Abbildung 9: Meine Berufswahlsituation: Wo stehe ich aktuell?	49
Abbildung 10: Mein Stand im Berufswahlprozess	50

# Einführung in den Leitfaden

Die Beratung mithilfe des Mediums „Video“ stellt ein **neues, rechtskreisübergreifendes Interaktionsformat in der Bundesagentur für Arbeit dar**. Neben technischen und organisatorischen Anforderungen ergeben sich damit auch Fragestellungen im Hinblick auf die Umsetzung in der Beratung: Wie kann im Rahmen der Videokommunikation professionell beraten werden? Wie kann die Videokommunikation für die Kund\*innen gewinnbringend gestaltet und weiterentwickelt werden? Inwieweit können die vorhandenen Beratungskompetenzen im Videoformat eingesetzt werden? Welche guten Praxiserfahrungen liegen vor und können für die eigene Beratungsarbeit genutzt werden? Dies sind die Fragen, um die es in diesem **Leitfaden** gehen soll. Er möchte dazu beitragen,

- Sicherheit im Gesprächssetting der Videokommunikation zu gewinnen,
- einen Überblick über Gestaltungsmöglichkeiten und Tools zu erhalten und
- diese aktiv einzusetzen und das eigene Beratungsrepertoire zu erweitern.

Ausgehend von diesen Zielen war es von Anfang an klar, dass neben der Analyse der einschlägigen Fachliteratur ein **Einblick in die Praxis der Beratung per Video** erforderlich ist. So haben wir über mehrere Wochen hinweg an sechs verschiedenen Standorten an Videogesprächen beobachtend teilgenommen. Auf diese Weise haben wir vielfältige Einblicke in die Umsetzung der videogestützten Beratung in Jobcentern, in der Berufsberatung, im Reha-Bereich und im Rahmen der Online-Arbeitsuchendmeldung gewonnen und in diesem Leitfaden verarbeitet. Auch die Ergebnisse der begleitenden Evaluation und ZKM-Befragungen zur Einführung der Videokommunikation in den Jobcentern und Agenturen für Arbeit sind hier eingeflossen.

Eine zusammenfassende Erkenntnis aus diesen Praxiserfahrungen kann bereits an dieser Stelle hervorgehoben werden: Alle befragten Fach- und Führungskräfte sahen **für die drei**

**Kommunikationsformen Präsenz, Video, Telefon eine Zukunft**. Je nach Kundin bzw. Kunde und Anlass gelte es, jeweils die geeignetste Kommunikationsform auszuwählen (Kaps et al., 2022, S. 48). Es geht also um ein „Sowohl-als-auch“ und das gleich auf mehreren Ebenen: Sowohl die Organisation als auch die einzelne Fachkraft ist aufgefordert, die Möglichkeiten und Vorteile der jeweiligen Formate aktiv zu nutzen und bedarfsgerecht zu kombinieren (Hörmann et al., 2019; Wentzel et al., 2016). Daher steht hier auch die Frage im Mittelpunkt, **wie eine Beratung im Videosetting möglichst professionell und für die Kund\*innen gewinnbringend gestaltet werden kann**, und nicht die Frage, was im Vergleich zur Präsenz- oder Telefonberatung gegebenenfalls nicht so gut funktioniert. Die Praxiserfahrung hat gezeigt, dass dies Übung und Freiräume braucht; ebenso sind Austausch und Anregungen wichtig.

Der vorliegende Leitfaden besteht aus zwei Teilen: Teil I vermittelt zunächst eine **allgemeine fachwissenschaftliche Einordnung**, es geht um zentrale Begriffe und Gesichtspunkte, die im Zusammenhang mit der videogestützten Beratung diskutiert werden. Hier sei klarstellend darauf hingewiesen, dass nicht alle im wissenschaftlichen Kontext diskutierten Aspekte und Beratungsformate für eine Anwendung in der BA infrage kommen. So ist z. B. eine Forenberatung für die BA aus datenschutzrechtlichen Gründen unzulässig und in der Kundenkommunikation ist in der BA aktuell die Nutzung eines Messengerdienstes nicht vorgesehen. Für die Beratung in der BA sowie den gemeinsamen Einrichtungen sind die veröffentlichten Regelungen verbindlich zu beachten.

Darauf aufbauend beschreibt Teil II **konkrete Ansatzpunkte für die professionelle Gestaltung von Beratungsgesprächen im Videoformat**. Es geht um Fragen wie Vorbereitung und Troubleshooting, Beziehung und Kommunikation, Tools und Gestaltungsmöglichkeiten, Methoden und Techniken. Fragen zur technischen Umsetzung, zum Datenschutz und zur organisatorischen Verankerung der Videokommunikation werden in diesem Leitfaden nur am Rande behandelt, da diese in separaten Dokumenten bereitgestellt und laufend aktualisiert werden. Hierbei sind insbesondere die Weisungen und Leit-

linien für die Videokommunikation der verschiedenen Anwendungsbereiche relevant, welche u. a. datenschutzrechtliche Aspekte erläutern und regeln:

- [Weisung und Leitlinien für die Videokommunikation in den Teams Berufsberatung sowie Berufliche Rehabilitation und Teilhabe](#)
- [Weisung und Fachliche Leitlinien zum Prozess „Online-Arbeitsuchendmeldung nach §38 SGB III \(neu\) und Einsatz von Videokommunikation inkl. Online-Terminvergabe“](#)
- [Weisung und Leitlinien Videokommunikation SGB II](#)

Zum Verhalten im Homeoffice wurde mit [Weisung](#) eine neue [Dienstvereinbarung zur Mobilarbeit](#) in der BA eingeführt. Auf die Dienstvereinbarung über die Nutzung von Einrichtungen der Informations- und Kommunikationstechnik und zu den Folgen von Digitalisierung und Automatisierung in der Bundesagentur für Arbeit (DV IKT) und die darin geregelten Rechte und Pflichten wird insbesondere hingewiesen.

Der Leitfaden versteht sich als ein **Detaillkonzept zur Beratungskonzeption der BA** (BeKo), d. h., die dort verankerten Merkmale professioneller Beratung beanspruchen auch im Videoformat Geltung und werden hier vorausgesetzt (z. B. die Handlungsprinzipien einer respektvollen und wertschätzenden, ressourcen- und lösungsorientierten sowie transparenten Beratung; vgl. Rübner & Weber, 2021).

Der Leitfaden richtet sich grundsätzlich an **alle mit Beratungsaufgaben betrauten Fachkräfte der BA und der gemeinsamen Einrichtungen**, die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer betreuen bzw. junge Menschen und Erwachsene beraten, die am Erwerbsleben teilnehmen oder teilnehmen wollen. Die Adressaten der Beratung werden je nach Schwerpunkt des Kapitels als „Ratsuchende“, „Kund\*innen“ oder „Leistungsberechtigte“ bezeichnet. Viele der hier dargestellten Inhalte sind auch auf die Beratung von Arbeitgebern und die Beratung in der Leistungsabteilung übertragbar. Auf fachspezifi-

sche Schwerpunkte wurde in diesem einführenden Leitfaden aber weitgehend verzichtet. Vor allem die in den Kapitel 5 und 6 vorgestellten Tools, Methoden und Techniken sind als Einladungen zum Ausprobieren und zum Weiterdenken für den eigenen Praxisalltag gedacht. Aus unseren Praxiskontakten heraus wissen wir, dass in einigen Teams und Regionaldirektionen ein reger Austausch über Erfahrungen und Materialien besteht, und hoffen, dass unser Leitfaden diese Diskussion unterstützt. Für eine weitere Verbesserung dieses Leitfadens sind Rückmeldungen jederzeit willkommen.

Im fachwissenschaftlichen Diskurs wird überwiegend der **Begriff der „Videoberatung“** verwendet. Diesem Sprachgebrauch folgend wird von Videoberatung immer dann gesprochen, wenn fachwissenschaftliche Bezüge hergestellt werden. Ansonsten orientieren wir uns weitgehend an den in der Bundesagentur für Arbeit eingeführten Bezeichnungen wie Beratung per Video oder Videokommunikation als Interaktionsformat.

 **Bitte beachten Sie**

→ In allen geschilderten Abläufen sind immer auch die datenschutzrechtlichen Vorgaben (auch in Bezug auf den Mitarbeiterdatenschutz) einzuhalten. Diese können über die in diesem Leitfaden geschilderten Abläufe hinaus noch zusätzliche Einschränkungen mit sich bringen. Nähere Informationen finden Sie auf der [Website der Stabsstelle Datenschutz](#).

# Teil I:

## Fachwissenschaftliche Einordnung





# 1. Formen der Onlineberatung

**Hinweis:** Die nachfolgenden Ausführungen zu verschiedenen Formen der Onlineberatung dienen einer allgemeinen fachwissenschaftlichen Einordnung. Zu den Nutzungsmöglichkeiten in den BA-Prozessen wird auf die jeweils gültige Rechts- und Weisungslage verwiesen.

Neben der Präsenz- und Telefonberatung hat sich die **Onlineberatung als „dritte Kraft“** in der Beratungslandschaft etabliert (Reindl, 2018, S. 23). Gemeinsames Kennzeichen der verschiedenen Arten der Onlineberatung ist, dass der Kommunikationsprozess durch den **Einsatz digitaler Medien** gestaltet wird (Engelhardt, 2019, S. 162).

## Definition von Onlineberatung

„Online-Beratung präsentiert sich Ratsuchenden als alternativer und erweiterter Zugang zu Beratungsleistungen, verbunden mit einem Medienwechsel: von der unmittelbaren Interaktion zu einer tele-medial vermittelten Kommunikation zwischen räumlich Abwesenden. Überbrückt wird die räumliche Distanz durch den Einsatz digitaler Kommunikationsmedien“ (DGOB, 2020, S. 3).

Wichtig zu betonen ist, dass in diesem Verständnis von Onlineberatung nur das Kommunikationsmedium technischer Natur ist, nicht aber die Akteure. Onlineberatung beruht – wie auch die Präsenz- und Telefonberatung – auf einer wechselseitigen **Kommunikation zwischen Menschen**, zwischen Beratenden und Ratsuchenden. Davon abzugrenzen sind rein **internetbasierte Angebote** wie Informationsplattformen, die in zunehmendem Maße auch automatisierte Elemente wie Chatbots oder andere durch künstliche Intelligenz gesteuerte Elemente integrieren (Hirschi, 2018). Diese Angebote können für sich stehen, z. B. wenn Ratsuchende sich eigenständig informieren wollen, sie können zu einem Beratungsangebot hinführen oder auch in der Beratung selbst genutzt werden.

## Mediatisierung des Alltags

Die Entwicklung und Verbreitung der Onlineberatung hängt mit der zunehmenden Mediatisierung des Alltags zusammen. Grundlage hierfür ist die Digitalisierung von Medien, „die zu einem universellen Netz zusammenwachsen, an dem unterschiedliche Endgeräte hängen, über die Menschen Zugang zu den Inhalten haben. Es entsteht so neben den alltäglichen interpersonellen Beziehungen, aus denen sich das wesentlich auf Face-to-Face-Kommunikation gründende primäre Beziehungsnetz zusammensetzt, ein zweites kommunikatives Netz, das auch andere Begegnungsarten zulässt. Mit dem zweiten, weitgehend digital vermittelten Kommunikationsnetz werden neue Formen von Kommunikation ermöglicht, die (virtuelle) Erlebnissräume der Menschen öffnen und vertiefen“ (Reindl, 2018, S.22). Die (regelmäßige) Internetnutzung von Personen zwischen 10 und 64 Jahren liegt in Deutschland bei nahe 100 Prozent (Statistisches Bundesamt, 2021b, S. 13).

Je nach Einsatz der digitalen Kommunikationsmedien fächert sich die Onlineberatung in verschiedene Angebotsformen auf. Zu den bekanntesten zählen die **Mailberatung**, die **Chatberatung**, die **Forenberatung** und die **Videoberatung** (die Beratung per Messenger ist aktuell noch nicht so verbreitet). Diese Spielarten der Onlineberatung eröffnen unterschiedliche Präsentationsformen (schriftlich, auditiv, visuell) und zeitlich versetzte bzw. gleichzeitig stattfindende Interaktionsmöglichkeiten (asynchron, synchron). In Anlehnung an Kühne (2021, S.80) lassen sich die vier Formen der Onlineberatung nach diesen beiden Unterscheidungskriterien anordnen (vgl. Abbildung 1). In einem kleinen Exkurs werden zusätzliche Merkmale der hier nicht im Mittelpunkt stehenden Mail-, Chat-, Foren- und Messengerberatung<sup>1</sup> erläutert (vgl. Infobox sowie den Überblick bei Stanik & Maier-Gutheil, 2020 und Engelhardt, 2021).

In der tabellarischen Zusammenstellung fällt auf, dass die **schriftliche Präsentationsform** in drei der vier Formate dominiert. Und tatsächlich wurde die Onlineberatung in der

Abbildung 1: Formen der Onlineberatung

	schriftbasiert	audiovisuell	synchron	asynchron
Mailberatung	×			×
Chatberatung	×		×	
Forenberatung	×			×
Videoberatung		×	×	
Messengerberatung	×	×	×	×

Quelle: Kühne, 2021, S. 80

<sup>1</sup> Hinweis zu Messengerdiensten: In der BA wird in der Kundenkommunikation aktuell kein Messengerdienst genutzt. Der BfDI hat den Einsatz von WhatsApp für alle Bundesbehörden untersagt.

psychosozialen Beratungslandschaft lange als primär textbasierte Form der Beratung verstanden (Engelhardt & Gerner, 2017, S. 18), die in Ergänzung zu den verbalen Formaten der Präsenz- und Telefonberatung ihr eigenes Profil ausbildete (Reindl, 2018).

Demgegenüber stand die Videoberatung lange Zeit im Schatten der Aufmerksamkeit. Sie passte nicht so recht in den etablierten Dreiklang von Präsenz-, Telefon- und schriftbasierter Onlineberatung. Spätestens seit der Coronapandemie hat sich

das geändert. Aktuelle Befragungen zeigen, dass die **Videoberatung** in vielen Bereichen – u. a. in Medizin, Psychotherapie, psycho-sozialer Beratung, Beschäftigungsförderung, Laufbahnberatung – **an Bedeutung gewonnen hat** und aus ihrem Nischendasein getreten ist (CEDEFOP, 2020; nfb, 2021; BPtK, 2020; Buschle & Meyer, 2020). Ausgehend von den bisherigen Erfahrungen ist davon auszugehen, dass sich die Beratung per Video auch nach der Coronapandemie als ergänzende Angebotsform in der Beratungslandschaft etablieren wird.

## Merkmale der Mail- und Chatberatung (inkl. Hinweise auf Nutzungsmöglichkeiten in der BA)

### Mailberatung

Mailberatung findet ausschließlich durch den Austausch von E-Mails zwischen Ratsuchenden und Beratenden statt. Somit ist hier von einer schriftbasierten und asynchronen Beratung zu sprechen. Diese Form der Beratung wird mittlerweile aus datenschutzrechtlichen Gründen webbasiert und SSL-verschlüsselt durchgeführt und findet nicht mehr – wie früher üblich – über einen Mail-Client wie beispielsweise Outlook statt (Eichenberg & Kühne, 2014, S.88).<sup>2</sup> Das Besondere an der Beratungsform ist die zeitliche „Zerdehnung“ der Interaktion, also die Asynchronität der Kommunikation, die sowohl Beratenden als auch Ratsuchenden die Möglichkeit gibt, ihren Text beliebig oft zu überarbeiten, bevor dieser abgeschickt wird. Im Verlauf des Beratungsprozesses entsteht eine exakte Dokumentation der Kommunikation, was sehr hilfreich sein kann. Grundsätzlich ist die Mailberatung eine One-to-one-Kommunikation zwischen Ratsuchendem und Beratendem. Allerdings kann in dieser Form der Beratung nicht synchron auf akute Fragestellungen mit sofortigem Handlungsbedarf eingegangen werden (Engelhardt, 2021, S. 63 ff). Weiterhin ist zu betonen, dass es oftmals erweiterter Qualifikationen bedarf, die vertiefte Kenntnisse der textbasierten Beratung vermitteln und ermöglichen, die bisher an mündlicher Kommunikation orientierten Interventionen in den Schriftraum zu übertragen. Die aktuell vorhandenen Weiterbildungen zur Onlineberatung fokussieren daher insbesondere auf die Vermittlung von Lese- und Schreibkompetenz mit entsprechenden Methoden zur Sprach- und Textanalyse.

### Chatberatung<sup>3</sup>

In der Chatberatung dienen Chats als Beratungsraum. Wie auch in der Mailberatung sind die Beteiligten auf Schrift und Zeichen als Kommunikationsmedium beschränkt. Im Gegensatz zur Mailberatung müssen sich die Beteiligten in der Chatberatung auf einen gemeinsamen Termin und Zeitrahmen festlegen. Somit findet eine Chatberatung „quasi-synchron“ statt. „Quasi-synchron“ deshalb, weil rein technisch betrachtet die einzelnen Wortbeiträge sequenziell hintereinander übermittelt werden. Der Empfänger muss den empfangenen Text vor seiner Antwort lesen, was zu minimaler Zeitverzögerung führt. Da dieser Zeitversatz minimal ist, wird die Chatberatung in Bezug auf Onlineberatung trotzdem als synchron eingestuft. Zahlreiche Beratungsstellen bieten datenschutzgesicherte Plattformen für eine Chatberatung an. Anders als bei der Mailberatung besteht in der Chatberatung zusätzlich zu den One-to-one-Gesprächen im Einzelchat die Möglichkeit, dass mehr als zwei Personen teilnehmen können. Beispielsweise kann eine Beratungsfachkraft mit einer Gruppe von Ratsuchenden chatten, zusätzlich zur Kommunikation mit der Beratungsfachkraft können die am Chat Teilnehmenden auch noch untereinander kommunizieren und sich gegebenenfalls gegenseitig beraten (Peer-Beratung).<sup>4</sup> In diesen Fällen kann sich die Rolle der Beratungsfachkraft stärker in Richtung Moderation verschieben, was eine ausreichende Rollenklärung erfordert (Engelhardt, 2021, S. 66 ff.).

<sup>2</sup> In der BA darf die E-Mail-Kommunikation, die personenbezogene Daten enthält, ausschließlich über eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung erfolgen. Die BA verwendet dazu S-MIME. Es gibt eine Arbeitshilfe, wie Externe, insbesondere Kundinnen und Kunden, verschlüsselte E-Mails an die BA senden bzw. von dort empfangen können. Die BA verfolgt eine Strategie weg von der E-Mail-Kommunikation, hin zu Portallösungen.

<sup>3</sup> In der Videokommunikation der BA wird die Chatfunktion vorrangig zur Weitergabe von Informationen (z. B. Links, Benennung von Ansprechpartnerinnen bzw. Ansprechpartnern) oder zum Stellen von Fragen, insbesondere bei mehr als zwei Teilnehmenden, genutzt.

<sup>4</sup> Hinweis: Ein solches Vorgehen wäre in der BA nur zulässig, wenn Einwilligungserklärungen der Betroffenen vorliegen und die BA als Verantwortliche in der Lage ist, diese nachzuweisen.

## Merkmale der Foren- und Messengerberatung (inkl. Hinweise auf Nutzungsmöglichkeiten in der BA)

### Forenberatung<sup>5</sup>

Im Gegensatz zu den vorgenannten Varianten ist die Forenberatung weitestgehend öffentlich. „In den meisten Fällen findet [...] die Auseinandersetzung über Probleme, Themen, Fragen, Anliegen und Erfahrungen vor den Augen einer unbekanntem Zahl von Teilnehmer\*innen statt“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S.83). Es finden sich also in einem öffentlichen, virtuellen Raum Unbekannte zusammen, um sich zu einem bestimmten Thema auszutauschen oder auch nur still mitzulesen. Häufig stehen Selbsthilfeaspekte im Zentrum des Geschehens, wobei der Beratungsfachkraft meist eine moderierende Funktion zukommt. „Durch das Teilen persönlicher Leidenswege wurde eine gemeinsame Gesprächsbasis geschaffen, welche den Ratsuchenden häufig Hemmungen nahm, da sie sich in ihrem Schicksal nicht weiterhin als einsam und alleine betrachteten“ (Ziegler & Hünninger, 2014, S.49). Dies betont den Aspekt der gegenseitigen Unterstützung, der entsteht, wenn die Ratsuchenden zuvor den Mut aufbringen konnten, die Schwelle hin zur Öffentlichkeit zu überwinden. Zusätzlich kann eine „Art Multiplikationseffekt von individuellen Beratungsantworten für weitere Betroffene erreicht werden“ (Brunner, Engelhardt & Heider, 2009, S.83), wenn beispielsweise neben der Beratungsfachkraft auch andere Forenteilnehmerinnen und -teilnehmer Antworten schreiben und Beratung damit zu einer Koproduktion wird. Häufig entsteht über den thematischen Austausch hinaus ein soziales Gefüge, die sogenannte Community, die gerade für junge Menschen von essenzieller Bedeutung ist. Hinzu kommt der Aspekt der permanenten Verfügbarkeit von Foren, was als Alleinstellungsmerkmal dieser Beratungsform zu nennen ist. Die Foren sind jederzeit (24/7) erreichbar, was für die Rat-

suchenden grundsätzlich hilfreich sein kann. Für die Beratungsfachkräfte erschwert dies allerdings die Planbarkeit von Interventionen, da in deren Abwesenheit die Gruppe eine eigene Dynamik entwickeln kann, die nur bedingt durch die Beratungsfachkraft zu steuern ist. Auch das Nachlesen der Forenbeiträge seitens der Beratungsfachkraft kann einen nicht unerheblichen Zeitaufwand darstellen, der aber nötig ist, um auf den aktuellen Stand der Diskussion zu kommen (Mattern & Kühne, 2003, S.76).

### Messengerberatung<sup>6</sup>

Eine weitere Form der Onlineberatung ist die Beratung per Messenger. Über einen Messenger können verschiedene Kommunikationsmöglichkeiten in einer Anwendung gebündelt werden. Neben Text- und Sprachnachrichten können Dateien aller Art (Fotos, Videos, GIFs, Emojis, Dokumente) versendet und zusätzlich Sprach- oder Videoanrufe getätigt werden. Mithilfe eines Messengers kann sowohl synchron als auch asynchron kommuniziert werden. Die Beiträge werden in ihrem Verlauf protokolliert, sodass eine Art „Beratungsstream“ entsteht, der jederzeit noch einmal betrachtet und ergänzt werden kann (Engelhardt & Piekorz, 2022). Aktuell ist die Beratung per Messenger noch nicht so verbreitet, dürfte aber in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Vor Einführung sind dabei u. a. Fragen des Datenschutzes und Zeiten der Verfügbarkeit (Antwortzeiten, Erreichbarkeit) zu klären. Für Beratungsfachkräfte ist darüber hinaus eine entsprechende Qualifizierung, inkl. der Auseinandersetzung mit der Software, angezeigt. In der BA wird in der Kundenkommunikation aktuell kein Messengerdienst genutzt.

## Auf den Punkt gebracht

→ Mit der Digitalisierung der Arbeits- und Lebenswelt hat sich die Onlineberatung zunehmend in der Beratungslandschaft etabliert. Zu den bekanntesten Ausprägungen zählen die Mail-, Chat-, Foren- und Videoberatung.

→ Gemeinsames Merkmal der verschiedenen Arten der Onlineberatung ist, dass der Kommunikationsprozess durch den Einsatz digitaler Medien gestaltet wird. Hier von abzugrenzen sind rein internetbasierte Angebote, in denen durch künstliche Intelligenz gesteuerte Chatbots die Kommunikation übernehmen.

<sup>5</sup> Hinweis: Eine Forenberatung ist in allen denkbaren Variationen, die für die BA in Betracht kommen, datenschutzrechtlich unzulässig. Individuelle Problemlagen sind niemals im Rahmen von öffentlichen Gruppenveranstaltungen zu bearbeiten. Dies wäre eine Offenbarung von Sozialdaten, möglicherweise auch Gesundheitsdaten, und müsste an den BfDI gemeldet werden.

<sup>6</sup> Siehe Fußnote 1

## 2. Gesichtspunkte von Beratung per Video

Worin liegen die charakteristischen Merkmale einer Beratung, die über Video stattfindet? Während die Unterschiede zur Telefonberatung und zu den schriftbasierten Formen der Onlineberatung durch den zusätzlichen visuellen Kanal auf der Hand liegen, fällt die Abgrenzung zur Präsenzberatung etwas schwerer. Wird im Videoformat nicht das gleiche Gespräch geführt wie in der Präsenzberatung, nur eben durch ein digitales Kommunikationsmedium vermittelt? Ausgehend von der folgenden Definition werden neun Gesichtspunkte beschrieben, anhand derer Voraussetzungen, Spezifika und Möglichkeiten der Beratung per Video verdeutlicht werden sollen (vgl. Abbildung 2).

### Definition von Videoberatung

Videoberatung beschreibt eine Form der Onlineberatung, bei der die Kommunikation von räumlich getrennten Akteuren im Rahmen eines personenbezogenen Beratungsprozesses synchron über ein Videoübertragungssystem stattfindet und durch eine Palette unterschiedlicher Tools (Bildschirmfreigabe, Whiteboard, Chat) unterstützt werden kann (zusammengefasst nach Engelhardt & Gerner, 2017, S. 20 ff.).

### 2.1 Mediale Reichhaltigkeit

Ein wichtiges Merkmal der Videoberatung liegt in ihrer medialen Reichhaltigkeit. Die Reichhaltigkeit eines Mediums (media richness) kann anhand von **vier Kriterien** bestimmt werden (Daft, Lengel & Trevino, 1987): 1. der Rückmeldegeschwindigkeit (feedback), 2. der Anzahl der übertragenen Signale (multiple cues), 3. der Vielfalt der vermittelten Sprache (language variety) und 4. der Möglichkeit, als echte Person wahrgenommen zu werden, der sozialen Präsenz (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 in der **Präsenzberatung in vielen Punkten sehr ähnlich** sind – gerade darin besteht ein wichtiges Charakteristikum der videogestützten Beratung. Damit verbunden ist die Annahme, dass sich die im Präsenzkontakt erworbenen Beratungskompetenzen gut auf das Kommunikationssetting der Videoberatung übertragen lassen. „Ich sehe und höre den Ratsuchenden, ich kann also auf die Erfahrung der Interaktion mit Menschen zurückgreifen“ (Knutz & Dodier, 2021, S. 91). Eine Gleichsetzung von Präsenz- und Videoberatung ist damit allerdings nicht gemeint.

### Potenzial der Videoberatung

„Wenn davon ausgegangen wird, dass Beratung ein komplexer Kommunikationsprozess ist, bei dem es wichtig ist, Ambiguität zu reduzieren und zu einer gemeinsamen Deutung einer Situation zu gelangen, dann müsste anzunehmen sein, dass dieser Prozess am effektivsten durch ein synchrones, reichhaltiges Medium wie dem Videokanal, unterstützt würde. Bei der Videoberatung werden viele Kontext-Informationen automatisch mitübertragen, ohne dass diese explizit formuliert werden müssen (wie es dagegen beispielsweise bei der Mailberatung der Fall ist). Dadurch können die Vorteile der verbalen und nonverbalen Kommunikation (Zeitersparnis, Spontaneität, schnelles Nachfragen, etc.), welche auch oftmals gewohnter und vertrauter ist, genutzt werden“ (Engelhardt & Gerner, 2017, S. 25). Um das Potenzial der Videoberatung genauer erfassen und einschätzen zu können, sind noch weitere Praxiserfahrung und Forschung erforderlich.

Abbildung 2: Gesichtspunkte der Videoberatung



## 2.2 Ortsunabhängige Erreichbarkeit

In der videogestützten Beratung entfällt – in der Regel für die Ratsuchenden – der Anreiseweg, ohne dass 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 (vgl. Abschnitt 3.1). Darüber hinaus können Ausfallzeiten reduziert und die Kontinuität des Beratungs- und Betreuungsprozesses auch unter veränderten Lebensbedingungen (Stichwort Coronapandemie) aufrechterhalten werden. Flächendeckend angeboten, können damit die Möglichkeiten der Teilhabe an Beratungsdienstleistungen weiter erhöht werden.

## 2.3 Technische Voraussetzungen

Zu den elementaren Voraussetzungen für eine Beratung im Videoformat gehören eine adäquate technische Ausstattung und Infrastruktur, u. a. internetfähige Endgeräte, aktualisierte Browser und eine gute Internetverbindung. Aufseiten des Beratungsanbieters kommen als weitere Komponenten der Einsatz eines möglichst browser- und geräteunabhängigen Videokonferenzsystems sowie eine datenschutzkonforme Verschlüsselungstechnologie hinzu. Viele Beratungseinrichtungen müssen hier erst nachrüsten, weil das für die Videoberatung erforderliche Equipment (noch) nicht mit der gleichen Selbstverständlichkeit zur **Grundausrüstung von Beratungsfachkräften** gehört wie Büro, Telefon und PC. Demgegenüber ist in Deutschland die technische Ausstattung für die Teilnahme an einer Videoberatung in den **Privathaushalten** überwiegend vorhanden. Laut Daten des Statistischen Bundesamtes (2021a) verfügen 92 Prozent aller Haushalte über einen Internetzugang, 88 Prozent über einen Computer und 86 Prozent über ein Smartphone.

## 2.4 Digitales Know-how

Über das technische Equipment hinaus müssen sowohl Beratende als auch Ratsuchende in der Lage sein, auch die für die Videokommunikation benötigten Geräte zu bedienen, die erforderlichen Prozessschritte einzuleiten und auf technische Störungen adäquat zu reagieren. Wird Ratsuchenden eine Beratung im Videoformat angeboten, ist darüber hinaus 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 und 64 Jahren bei nahezu 100 Prozent liegt (99 Prozent bei Erwerbstätigen; 94 Prozent bei Arbeitslosen; Statistisches Bundesamt, 2021b), können einschlägige Erfahrungen mit der Videotelefonie keineswegs so selbstverständlich vorausgesetzt werden, auch wenn die Coronapandemie hier sicherlich einen deutlichen Schub gebracht hat. Insoweit sind **Supportstrukturen** wichtig (z. B. Erklärvideos, Begleittexte in verständlicher Sprache, Trainingsmöglichkeiten), damit das Angebot einer Videoberatung nicht nur durch technikaffine Personen (early adopters), sondern durch einen möglichst breiten Adressatenkreis wahrgenommen werden kann.

## Digitale Teilhabe

Mit der zunehmenden Digitalisierung von Arbeit und Leben wird die digitale Kompetenz zu einer unverzichtbaren Schlüsselqualifikation. Die videogestützte Beratung kann hier einen zusätzlichen Beitrag leisten, da sie digitale Kompetenzen vermittelt, ohne dass explizite Lernarrangements genutzt werden müssen. Sie kann *einen* Beitrag zur Reduzierung der digitalen Kluft (digital gap) und zur Förderung von digitaler Teilhabe leisten (Karlin-Hohler, 2020, S. 32; Kaps et al., 2022, S. 77). In diese Richtung weist auch die Erfahrung einer Beratungsfachkraft, die berichtet, dass bei ihr vermehrt Ratsuchende ab 60 Jahren eine Beratung per Video nachfragen, die ihre digitalen Kompetenzen verbessern und „am Ball bleiben“ wollen.

## 2.5 Organisatorische Anforderungen

Mit den technischen Voraussetzungen eng verknüpft sind organisatorische Anforderungen, etwa wenn es um Anschaffungskosten, Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter\*innen, die Eröffnung von Experimentierräumen, internes und externes Marketing sowie die Integration des Videoformats in ein kohärentes Angebotskonzept (*Blended Counseling*) geht: Welchen Stellenwert soll die Beratung per Video 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? Mit Blick auf Einrichtungen im Gesundheitssektor stellen Greenhalgh, Wherton, Shaw und Morrison (2020, S. 1) fest: „Organisatorische Fallstudien haben gezeigt, dass die Einführung der Videoberatung eine komplexe Veränderung darstellt, die lang etablierte Prozesse und Routinen unterbricht. [...] Wir müssen uns darüber im Klaren sein,



dass es bei der Veränderung nicht nur um die Installation oder Nutzung einer neuen Technologie geht, sondern um die Einführung und Aufrechterhaltung größerer Veränderungen in einem komplexen System“ (Übersetzung durch Verf.). Vor diesem Hintergrund stellt die Verschränkung von Online- und Präsenzangeboten eine anspruchsvolle Daueraufgabe für Organisationen dar.

## 2.6 Interaktion mit audiovisuellen Geräten

Die mediale Reichhaltigkeit des Videoformats wird durch den Einsatz audiovisueller Ein- und Ausgabegeräte ermöglicht, d. h. durch Kamera und Mikrofon (= Eingabegeräte) sowie Monitor und Lautsprecher bzw. Kopfhörer (= Ausgabegeräte). Hinzu kommen – mindestens für die Beratenden – weitere Bedienelemente wie Tastatur und Maus. Diese Geräte müssen miteinander verbunden und korrekt eingestellt werden (technisches Know-how). Zugleich aber schaffen die Geräte **Kommunikationsbedingungen**, auf die sich die Beteiligten in der Beratung einstellen müssen. So findet die videogestützte Beratung durchgängig am und vor dem Computer statt. Sitzhaltung, Blickrichtung, Bewegungsradius, Gestik und Mimik sind mit den technischen Aus- und Eingabegeräten, vor allem mit Kamera und Display, abzustimmen. Das eigene Handeln findet für beide Seiten gewissermaßen als Liveübertragung vor laufender Kamera statt und ist durch das eigene Videobild be-

obachtbar. Diese Art der digital vermittelten Kommunikation ist zunächst ungewohnt, hier gilt es, Sicherheit zu gewinnen – für Beratende und Ratsuchende gleichermaßen. Während Erstere einen professionellen Zugang dazu 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.

## 2.7 Räumliches Setting

Ein weiteres Kennzeichen einer Beratung per Video ist, dass sich die Teilnehmenden in unterschiedlichen Räumen befinden, zugleich aber einen Einblick in das räumliche Setting der anderen Person erhalten. An die Stelle des „körperlichen Raum-Erlebens“ (Jawor-Jussen & Meier, 2021, S. 476) tritt die **digitale Kopräsenz zwischen räumlich Abwesenden**. Während sich die Beratungsfachkräfte zumeist in ihrem Büro aufhalten, befinden sich die Ratsuchenden in ihrer häuslichen Umgebung oder an anderen Orten ihrer Lebenswelt wie beispielsweise in der Mittagspause am Arbeitsplatz. Damit fällt die „Raumhoheit“ der Beratungseinrichtung weg, in öffentlichen Einrichtungen auch das gesamte behördliche Umfeld (Gebäude, Kundensystem, Wartebereich). Ratsuchende müssen nicht erst Gebäude betreten, Flure durchschreiten und im Büro der Beratungsfachkraft auf einem ihnen zugewiesenen Stuhl Platz nehmen, während sich die Fachkraft wie selbstverständlich in ihrer vertrauten Arbeitswelt befindet und auf ihre Arbeitsmittel

(PC, Drucker, Telefon, Dokumente) zurückgreifen kann. In der Videoberatung können sich Ratsuchende in ihren vertrauten „vier Wänden“ bewegen, selbst entscheiden, wo sie sitzen wollen, was sie um sich herum brauchen (Getränke, Tisch etc.) und welchen Ausschnitt ihrer Privatsphäre sie den Fachkräften präsentieren. Auch die gewählte Kleidung kann legerer, bequemer, lockerer ausfallen. Zudem sitzen beide Parteien vor ihren eigenen digitalen Endgeräten. In der Literatur werden diese Bedingungen als durchaus förderlich für eine Kommunikation auf Augenhöhe und offene Gesprächsatmosphäre beschrieben (Hartmann-Strauss, 2020; Kaps et al., 2022).

## 2.8 Integrierte Tools

Jedes Videokonferenzsystem beinhaltet eine Reihe von Tools, die in der Beratung eingesetzt werden können. Zum Standard gehören die Möglichkeit, den eigenen Bildschirm zu teilen (Screen-Sharing), die Chatfunktion zum Austausch von Informationen und der Einsatz von Visualisierungstools (z. B. Whiteboard). Die Tools eröffnen je nach Anlass und Schwerpunkt der Beratung eine **Vielzahl an Möglichkeiten**. Beispiele sind die gezielte Erläuterung und gemeinsame Nutzung von Informationsportalen und Datenbanken, die Besprechung und Bearbeitung von Unterlagen sowie der visualisierte Einsatz von Beratungsmethoden (siehe dazu ausführlich Kap. 5 und 6). Auch Kombinationen mit anderen Onlinemedien (E-Mail, Apps) sind möglich.

## 2.9 Variable Gesprächsformate

Im Rahmen der Videokommunikation besteht die Möglichkeit, auf einfache Weise weitere Personen in die Beratung einzubeziehen, d. h., das klassische 1:1-Format zu verlassen und in einen **Videokonferenzmodus** umzuschalten. Gemeinsame Beratungen mit Netzwerkpartnerinnen bzw. Netzwerkpartnern, multiprofessionelle Beratungssettings 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 für einen gemeinsamen Beratungstermin zugeschaltet werden. Alle externen Teilnehmenden erhalten dabei jeweils eine eigene Einwilligungserklärung und können dem Videogespräch nur beitreten, sofern sie der Einwilligungserklärung zustimmen. Im Videokonferenzmodus übernimmt die einladende Fachkraft dabei zusätzliche moderierende Funktionen und Aufgaben (vgl. Abschnitt 5.4).



### Auf den Punkt gebracht

→ Die videogestützte Beratung beschreibt eine Form der Onlineberatung, bei der die Kommunikation von räumlich getrennten Akteuren im Rahmen eines personenbezogenen Beratungsprozesses synchron über ein Videoübertragungssystem stattfindet und durch eine Palette unterschiedlicher Tools (Bildschirmfreigabe, Whiteboard, Chat) unterstützt werden kann.

→ Sie ermöglicht eine medial reichhaltige Form der Kommunikation, wie wir sie sonst nur aus der Präsenzberatung kennen. Der direkte audiovisuelle Austausch macht es möglich, unmittelbar mit der anderen Person in Kontakt zu treten und auf vorhandene Beratungskompetenzen zurückzugreifen.

→ Mit der videogestützten Beratung verbinden sich verschiedene Möglichkeiten der Online-Zusammenarbeit, wie die ortsunabhängige Erreichbarkeit, die Einbeziehung mehrerer Gesprächsteilnehmender und die gemeinsame Recherche im Internet. Gleichzeitig gilt es, in dem neuen Gesprächssetting Sicherheit und Routine zu gewinnen.

→ Mit dem flächendeckenden Angebot von Beratungsgesprächen per Video kann ein Beitrag zur Verbesserung der digitalen Teilhabe und Kompetenzerweiterung von Erwerbspersonen geleistet werden.

# Teil II:

## Ansatzpunkte für die professionelle Umsetzung





Ergänzend zu diesem Leitfaden wird auf die Weisungen und Leitlinien für die Videokommunikation der verschiedenen Anwendungsbereiche hingewiesen, welche u. a. datenschutzrechtliche Aspekte erläutern und regeln.<sup>7</sup>

## 3. Gut vorbereitet in die Videokommunikation starten

**Worum geht es?** Voraussetzungen für Teilnahme klären – Überprüfung Gesprächssetting – Sicherheit gewinnen – Troubleshooting

### 3.1 Grundvoraussetzungen für die Teilnahme klären

Vor dem ersten Videotermin ist zu klären, ob bei den Kund\*innen die Voraussetzungen vorliegen, um an einem Beratungsgespräch per Video teilnehmen zu können. Ebenso ist eine wirksame Einwilligung der Kund\*innen erforderlich. Die Klärung der individuellen Voraussetzungen selbst kann auf unterschiedliche Weise erfolgen, teils kommen hierbei auch automatisierte Prozesse zum Einsatz (z.B. Geräteüberprüfung). Folgende Fragestellungen sind für den Klärungsprozess relevant:

- **Sind die Ratsuchenden für das Format der Videokommunikation offen?** Für Ratsuchende ist die Teilnahme an der Videokommunikation freiwillig und sie sollten für sich die damit verbundenen Vorteile erkennen. Eine Offenheit gegenüber neuen digitalen Kommunikationskanälen ist hierbei förderlich. Ein entscheidender Vorteil der Videokommunikation ist, dass sich die Gesprächsteilnehmenden sehen können, d. h., es setzt eine grundsätzliche Bereitschaft voraus, sich am Bildschirm zu zeigen. Einige Fachkräfte berichteten, dass es vor allem bei Jugendlichen vorkommen kann, dass diese (zunächst) Hemmungen haben, sich im Videobild zu zeigen (ähnlich Silfverberg, 2021, S.20 für Erfahrungen aus der Schweiz). Wenn Ratsuchende im Vorfeld angeben, sich nicht am Bildschirm zeigen zu wollen, ist aufgrund der Freiwilligkeit stattdessen ein Präsenztermin zu vereinbaren oder ein Telefonat zu führen.

<sup>7</sup> Weisungen und Leitlinien der verschiedenen Anwendungsbereiche zur Videokommunikation:

- [Weisung und Leitlinien für die Videokommunikation in den Teams Berufsberatung sowie Berufliche Rehabilitation und Teilhabe](#)
- [Weisung und Fachliche Leitlinien zum Prozess „Online-Arbeitsuchendmeldung nach § 38 SGB III \(neu\) und Einsatz von Videokommunikation inkl. Online-Terminvergabe“](#)
- [Weisung und Leitlinien Videokommunikation SGB II](#)

- **Sind die erforderlichen technischen Voraussetzungen gegeben?** Hierzu gehören vor allem eine aktuelle E-Mail-Adresse, deren Nutzung für die Videokommunikation die Ratsuchenden zugestimmt haben, eine schnelle und stabile Internetverbindung, ein ausreichendes Datenvolumen und ein videofähiges Endgerät (PC, Tablet, Smartphone). Sofern möglich sollte eine Verbindung über WLAN oder ein lokales Netzwerk genutzt werden. Auch ist die Einwahl über PC oder Tablet aufgrund des größeren Bildschirms in der Regel vorzuziehen, um das ganze Potenzial der gemeinsamen Bildschirmarbeit ausschöpfen zu können.
- **Ist ein ausreichendes digitales Grundverständnis vorhanden?** Um an einer Videokommunikation teilnehmen zu können, sind digitale Grundkenntnisse erforderlich, sprich eine gewisse Vertrautheit im Umgang mit digitalen Endgeräten, E-Mail-Kommunikation und Internet. Hierbei kann es sinnvoll sein, ein gestuftes Supportkonzept aufzubauen, um

auch Personen an digitale Kommunikationsmöglichkeiten heranzuführen (digitale Teilhabe), die noch nicht über ausreichende Kompetenzen und das erforderliche Zutrauen verfügen. Beispiele sind Step-by-step-Anleitungen, eine Einweisung in die Nutzung der Geräte/Anwendungen im Rahmen einer Präsenzberatung und Übungen im Rahmen von (In-house-)Maßnahmen.

- **Haben die Ratsuchenden die Möglichkeit, Privatsphäre herzustellen?** Dieser Aspekt hat sowohl für Ratsuchende als auch für Beratungsfachkräfte eine hohe Bedeutung. Nicht nur aus Gründen des Datenschutzes, sondern auch für die Möglichkeit des freien ungestörten Sprechens ist es wichtig, dass die Beratung in einem geschützten Raum stattfinden und kein Dritter die Gespräche mithören oder stören kann. Sofern während der Beratung hierzu Zweifel auftreten, ist der Punkt nochmals zu klären.

## Lebenslagen, in denen Kund\*innen von einer Videokommunikation besonders profitieren können

- **Wohnort in ländlich geprägten Regionen:** Ratsuchende mit langen Anfahrtswegen bzw. schlechter Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr können durch einen Videotermin Zeit und Fahrtkosten sparen. Andererseits kann die Netzanbindung in ländlichen Regionen problematisch sein. Eine stabile Netzverbindung sollte deshalb vorher bei den Kund\*innen erfragt werden. Jobcenter und Arbeitsagenturen mit einem ländlich geprägten Einzugsgebiet können hier einen deutlichen Mehrwert für ihre Kund\*innen schaffen, wie das in einigen Modellregionen bereits zu beobachten gewesen ist.
- **Betreuung von Kindern oder Angehörigen:** Wenn kleine Kinder oder pflegebedürftige Angehörige betreut werden müssen, kann die Wahrnehmung eines Vor-Ort-Termins mit größerem organisatorischen 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 Beratung per Video einen deutlichen Flexibilitäts- und Zeitgewinn bedeuten, beispielsweise im Zusammenhang mit einer Weiterbildungsberatung, einer frühzeitigen Arbeitsuchendmeldung oder einer Beratung von erwerbstätigen SGB-II-Leistungsbeziehenden.
- **Auslandsaufenthalt:** Junge Menschen und Erwachsene, die sich vorübergehend im Ausland aufhalten, z. B. im Rahmen eines freiwilligen Europäischen Jahres, Auslandspraktikums, Auslandsstudiums oder einer Beschäftigung, können ohne größeren Aufwand das Beratungsangebot der BA in Anspruch nehmen.
- **Gesundheitliche Einschränkungen:** Wenn der Weg zum Beratungstermin aufgrund von Behinderungen oder körperlichen Einschränkungen (vorübergehend) nicht oder nur sehr schwerlich angetreten werden kann, stellt die Beratung per Video eine gute Alternative dar. Auch für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen kann die Wahrnehmung eines Vor-Ort-Termins zu einer großen Herausforderung werden und das alternative Angebot einer Beratung 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 Rehakliniken oder Strafvollzugseinrichtungen aufhalten und vor der Wiedereingliederung stehen, haben nicht immer die Möglichkeit, ein Beratungsangebot vor Ort wahrzunehmen, hier kann das über die Telefonberatung hinaus gehende Angebot einer Beratung per Video für die betroffenen Personen einen Mehrwert bedeuten.

In der Begleitforschung in den gemeinsamen Einrichtungen gaben die Fachkräfte hinsichtlich des künftigen Einsatzes der Videokommunikationen im Regelbetrieb an, „dass Videoberatung grundsätzlich **für (fast) alle Kund\*innen geeignet** sei, die die technischen Voraussetzungen mitbringen, der Technik offen gegenüberstehen und eine E-Mailanschrift hinterlegt haben bzw. eine E-Mailadresse besitzen und ihre E-Mails auch halbwegs regelmäßig abrufen – so wie sie ihren Briefkasten leeren“ (Kaps et al., 2022, S. 65 – eigene Hervorhebung). Allein aus dem digitalen Format lässt sich nicht begründen, dass bestimmte Themen oder Probleme nicht in der Videokommunikation bzw. nur im Präsenzkontakt behandelt werden könnten.

Grundsätzlich wendet sich das Angebot der Videokommunikation der BA an alle jungen Menschen und Erwachsenen. Darüber hinaus gibt es bestimmte Lebenslagen, in denen Menschen **von den Vorteilen einer Videokommunikation besonders profitieren** können. Die Aufzählung auf Seite 20 ist nicht abschließend zu verstehen, kann aber dabei helfen, den Adressatenkreis für die Videokommunikation weiter auszubauen.

## 3.2 Das Gesprächssetting vorbereiten

### a) Büro und Arbeitsplatz

- Der im Videobild sichtbare Büroausschnitt sollte neutral, aufgeräumt und ruhig gestaltet sein. Ein Bild oder eine Pflanze im Hintergrund können eine ansprechende Atmosphäre schaffen, ohne dass die Aufmerksamkeit abgelenkt wird.
- Um Verdunkelungseffekte zu vermeiden, ist darauf zu achten, dass es nicht zu einer starken Lichteinstrahlung von hinten in Richtung Kamera kommt. Auch eine einseitige Gesichtsbeleuchtung durch eine Schreibtischlampe ist zu vermeiden. Am günstigsten sind Lichtquellen von oben und vorne.
- Telefon und Handy sollten stumm geschaltet sein, ein Türschild „Videoberatung – bitte nicht stören“ kann Unterbrechungen und Störungen vermeiden, externe Lärmquellen sollten – soweit möglich – vermieden werden (z. B. Fenster schließen).
- Alle nicht benötigten Programme (insbesondere Outlook) müssen geschlossen werden, um Ablenkungen durch eingehende Nachrichten zu vermeiden, aber auch beim versehentlichen Teilen des Desktops ein ungewolltes Mitlesen auszuschließen.

- Teilweise wurde beobachtet, dass während der Beratung per Video laute Tippgeräusche zu hören waren. Hier kann eine gedämpfte Tastatur oder ein weicherer Anschlag Abhilfe schaffen.



### Beispiele aus der Praxis

- In einem Videogespräch war der sichtbare Teil des Büros durch eine Grünpflanze und Bilder mit Naturmotiven gesäumt. Auf Nachfrage sagte die Beraterin, dass sie darauf achte, ihr Büro sowohl für ihre Kundinnen und Kunden als auch sich selbst ansprechend und einladend zu gestalten.
- Demgegenüber lenkte ein im Hintergrund sichtbares Plakat mit einem groß aufgedruckten und nur zum Teil lesbaren Slogan die Aufmerksamkeit immer wieder ab.

Neben dem Raumsetting ist es empfehlenswert, auf eine angemessene **(Business-)Kleidung** zu achten, gerade wenn im Homeoffice gearbeitet wird. Grelle Farben sind eher zu vermeiden, sie können – insbesondere bei schlechten Übertragungsraten – die Bildqualität beeinträchtigen. Kleinkarierte Muster auf Hemden, Blusen oder Krawatten können zum Flimmern des entsprechenden Bildausschnitts führen (sogenannter Moiré-Effekt).

### b) Sitzposition und Kameraeinstellung

- Es empfiehlt sich, den Bildschirmausschnitt so zu wählen, dass Kopf und Oberkörper gut sichtbar sind, das Gesicht gleichmäßig ausgeleuchtet ist und oberhalb des Kopfes noch etwas Abstand zur Bildschirmbegrenzung bleibt (= Porträtausschnitt). Eine offene, der Kamera zugewandte Körperposition vermittelt Interesse und Offenheit. In einer experimentellen Studie (Nguyen & Canny, 2009) zeigte sich, dass über den Porträtausschnitt eine höhere personale Präsenz vermittelt wird, als wenn überwiegend nur Kopf und Schultern zu sehen sind.
- Die Kamera sollte mit den Augen eine möglichst horizontale Linie bilden. Auf diese Weise wird eine Kommunikation „auf Augenhöhe“ begünstigt und der Eindruck des „Von-oben-herab-Schauens“ bzw. „Von-unten-hinauf-Schauens“

vermieden (sogenannter gaze error). Wird eine im Laptop verbaute Kamera genutzt, empfiehlt es sich, den Computer etwas erhöht aufzustellen.

- Bei Verwendung einer externen Kamera ist auf eine stabile Befestigung am Monitor zu achten, um zu verhindern, dass das übertragene Bild anfängt zu wackeln, sobald die Hände auf den Schreibtisch gelegt werden oder mit der Maus gearbeitet wird.
- Kommt ein Headset zum Einsatz, ist auf die genaue Ausrichtung und Position des Mikrofons zu achten, damit eine konstant gute Tonqualität erreicht werden kann.

Während die Fachkräfte in ihrer professionellen Rolle auf eine optimale Gestaltung des eigenen Bildschirmausschnitts achten sollten, kann dies von Ratsuchenden nicht im gleichen Maße verlangt werden, es sei denn, es wird ein videogestütztes Vorstellungsgespräch simuliert (vgl. Abschnitt 6.5). In bestimmten Situationen kann es sich aber empfehlen, als **Fachkraft korrigierend einzugreifen**, z. B. wenn Ratsuchende so nah an der Kamera sind, dass nur Teile des Gesichtes im Großformat zu sehen sind, das Bild aufgrund von einstrahlenden Lichteffekten stark verdunkelt oder der Ton zu leise ist. Ein freundlicher Hinweis an die Ratsuchenden kann hier zumeist helfen.

### 3.3 Sicherheit gewinnen

Die meisten Beratungsfachkräfte sind unter dem Primat der Präsenzberatung sozialisiert worden und beziehen daraus ihre Berufserfahrungen und Kompetenzen. Insoweit kann es zu Beginn ungewohnt sein, vor einer Kamera bzw. einem Bildschirm zu sprechen und nicht direkt zu einer im gleichen Raum befindlichen Person. Ein weiteres Element ist die Sichtbarkeit des eigenen Videobilds und die Sogwirkung der Selbstbeobachtung. Viele erleben 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 Kopräsenz zu erproben und zu professionalisieren. Dabei gilt es, nicht nur die eigene Perspektive als Fachkraft, sondern auch die Perspektive der Kund\*innen einzunehmen und den Prozess aus deren Perspektive zu durchlaufen (Engelhardt & Engels, 2021, S. 15). Die entscheidenden **Schlüssel, um mehr Sicherheit zu gewinnen**, sind: eigenes Ausprobieren, kollegialer Austausch und Weiterbildung.

Es braucht **Übung**, bis Beratende sich auch im Videosetting ungezwungen bewegen können, den Blick nicht durchgängig auf Monitor oder Kamera richten, die Sitzhaltung lockern und

verändern, Gestik und Mimik freier zum Ausdruck bringen. Wie in der Begleitforschung festgestellt, nehmen dabei auch **gemeinsame Praxisübungen und der kollegiale Austausch** einen hohen Stellenwert ein. „Grundsätzlich wurde an fast allen Standorten der hohe Nutzen des praktischen Ausprobierens der Videokommunikation in Zusammenarbeit mit den Kolleg\*innen hervorgehoben. Eine ebenfalls hohe Bedeutung nahmen regelmäßige Austauschtreffen zur Videokommunikation ein. Einzelne Standorte verwiesen auch darauf, dass zentrale Dokumente zur Umsetzung der Videokommunikation in einem internen Ordner abgelegt werden, worauf die Mitarbeitenden Zugriff haben und sich informieren können“ (Kaps et al., 2022, S. 13). Dazu kann auch eine Übersicht über Selbstlernmodule, Arbeitshilfen und Erklärvideos für die Weiterbildung gehören.



### Good-Practice-Beispiele

- Fachkräfte laden sich gegenseitig zu einem Videotermin ein, um aus Kundensicht die verschiedenen Schritte bis zur Einwahl nachvollziehen und bei Problemen gezielt reagieren zu können.
- Fachkräfte erproben die Videokommunikation an verschiedenen Endgeräten, insbesondere auch am Smartphone.
- Fachkräfte geben sich zu ausgewählten Aspekten der Bildschirmpräsenz Rückmeldung (Bildausschnitt, Sitzhaltung, Hintergrund, Tonqualität).
- In einem Regionaldirektionsbezirk wurde eine Gruppe ins Leben gerufen, in der Materialien für die Beratung per Video erarbeitet und weiterentwickelt werden. Beispielsweise wurden Vorlagen für Skalierungsfragen und Netzwerkkarten entwickelt und den Teilnehmenden zur Verfügung gestellt. Anregungen daraus sind auch in diesen Leitfaden eingeflossen (vgl. Kap. 6).

### Troubleshooting: „Was tun, wenn ...“

Da die Videokommunikation auf eine funktionierende Technik angewiesen ist, stellt sich für Fachkräfte gerade in der Eingewöhnungsphase der Videonutzung die Frage, was zu tun ist, wenn technische Störungen auftreten: Was tun, wenn Ratsuchende sich nicht in den Videokanalmanager einwählen können, wenn die Leitung zusammenbricht, wenn kein Ton zu hö-

ren ist oder das Videobild immer wieder einfriert? Tatsächlich wird in allen Machbarkeitsstudien zur Videoberatung darauf hingewiesen, dass technische Störungen vorgekommen sind (BPtK, 2020; Donaghy et al., 2019; Jung, 2016; Kaps et al., 2022; Silfverberg, 2021). Gleichzeitig wird in **keiner Studie berichtet**, dass ein daraus folgender nachhaltiger **negativer Einfluss auf den Beratungsprozess** zu beobachten gewesen ist. Ein solcher Befund kann zunächst einmal grundsätzlich entlastend sein, wenn tatsächlich einmal technische Störungen auftreten.

Viele technische Störungen, die vor oder während einer Videokommunikation entstehen, sind wiederkehrend und bekannt. Fachkräfte können sich hierfür eine **Sammlung von Szenarien** mit entsprechenden Lösungen anlegen und diese im kollegialen Austausch ergänzen. Somit können alle vom Wissen untereinander profitieren und den Kund\*innen kompetent mit Lösungsvorschlägen zur Seite stehen. Im Folgenden werden ausgewählte Beispiele und Lösungsoptionen aus der Praxis dargestellt.

- **Ratsuchende sind nicht im Wartebereich:** Die ratsuchende Person ist zum verabredeten Termin nicht im Wartebereich. Anders als bei Präsenzterminen üblich, haben die Fachkräfte in diesen Fällen versucht, bei den Kund\*innen anzurufen. In einigen Fällen dachten diese, sie würden auch bei einem vereinbarten Videotermin auf ihrem Handy angerufen (hier wurden die Einladungsmails entweder nicht richtig gelesen oder aufgrund von Sprachschwierigkeiten nicht vollständig verstanden). Zuweilen kann die Einladungsmail auch im Spam-Ordner landen. Sollte es an technischen Schwierigkeiten bei der Einwahl liegen, ist es möglich, per Telefon Hilfestellungen zu geben. Hierfür ist es allerdings erforderlich, dass die Fachkraft den Einwahlprozess aus der Perspektive der Kund\*innen und damit zusammenhängende Fallstricke kennt.
- **Videoverbindung bricht zusammen:** Der selten beobachtete Fall eines Verbindungsabbruchs ist im Handyzeitalter durchaus vertraut. Entsprechend routiniert erfolgt in aller Regel ein erneuter Kontaktversuch. Bricht die Verbindung beim Ratsuchenden ab und erscheint dieser nicht wieder im Wartebereich, bietet sich ein Telefonanruf an. Bricht die Verbindung mehr als einmal ab, ist ein Medienwechsel angezeigt, z. B. sollte dann auf eine Telefonberatung umgestellt werden.
- **Ratsuchende sind entweder nicht zu sehen oder nicht zu hören:** Dieses Problem konnte immer wieder einmal beobachtet werden. Ein entscheidender Erfolgsfaktor war dabei, dass die Fachkräfte selbst ruhig blieben und verschiedene Lösungsoptionen anboten (siehe „Beispiele aus der Praxis“).



## Beispiele aus der Praxis

- Eine Kundin war auf dem Monitor nicht zu sehen und ganz aufgebracht, ob die Beratung nun überhaupt stattfinden könne. Die Fachkraft blieb ruhig und fragte, mit welchem Endgerät sie eingewählt sei. Die Kundin erklärte, dass sie mit einem Handy zuschaut und nur die Optionen „Mikrofon“ und „Anruf beenden“ angezeigt bekomme. In diesem Fall half, dass sich die Kundin noch einmal neu einwählte. Ein fehlendes Kamerabild kann auch – wie in einem Fall zu beobachten – durch eine abgeklebte Kamera verursacht sein. Wenn die Ursache für das fehlende Bild nicht behoben werden kann, ist es auch möglich, die Beratung ohne das Videobild der ratsuchenden Person durchzuführen.
  - In einem anderen Fall war der Kunde nicht zu hören. Der Mikrofon-Button war aktiviert und er konnte die Fachkraft gut verstehen. Auf Nachfrage gab der Kunde an, ein im PC integriertes Mikrofon zu verwenden. In diesem Fall half der Vorschlag, ein Headset bzw. eine Freisprecheinrichtung für das Handy zu benutzen. Nachdem das Headset eingesteckt war, funktionierte die Tonübertragung einwandfrei und die Beratung konnte starten. Ein anderer Lösungsweg für die gleiche Problemlage war, parallel zur Videoübertragung zu telefonieren, was ohne weitere Probleme funktionierte.
  - In einem weiteren Fall lag die schlechte Tonqualität an einer hochgeklappten Mikrofonantenne des verwendeten Headsets, was durch das Videobild des Gesprächspartners entdeckt werden konnte.
- 
- **Störende Halleffekte oder Rückkopplung:** Treten solche Effekte bei der einen oder anderen Person auf, haben sich in der Praxis folgende Lösungsmöglichkeiten bewährt: Nutzung eines Headsets, Stummschaltung des Mikrofons beim Zuhören, Neueinwahl mit einem anderen Gerät. Probleme dieser Art sollten gleich zu Beginn angesprochen und gelöst werden. In der Regel ist das durch einen der genannten Wege auch gelungen.
  - **Wackelndes Videobild:** Wenn das Videobild der Gesprächspartnerin bzw. des Gesprächspartners anfängt zu vibrieren oder zu wackeln, wird schnell an technische Übertragungsprobleme gedacht, so auch in dem folgenden Beispiel: Nachdem verschiedene Lösungsversuche ohne Erfolg blieben (u. a. Neueinwahl), wurde der Fehler gefunden:



eine auf dem Monitor nicht festsetzende externe Kamera. Die Klammerbefestigung hatte sich mit der Zeit etwas gelöst, was auf den ersten Blick nicht ersichtlich war.

- **Eingefrorenes Videobild:** Friert der Bildschirm während der Beratung immer wieder ein (frozen screen), kann das an generell oder temporär eingeschränkten Verbindungsgeschwindigkeiten bei einer oder beiden am Gespräch teilnehmenden Personen liegen. In der Praxis haben sich folgende Wege als zielführend erwiesen: erneute Einwahl, bei mobilen Endgeräten veränderter Standort oder bei weiterhin bestehenden Problemen Ausschalten des Videosignals (bei einer/ einem oder beiden Gesprächsteilnehmenden).

Es wurde bereits erwähnt, dass es bislang keine Hinweise darauf gibt, dass technische Störungen zu einer nachhaltigen Störung des Beratungsprozesses führen, insbesondere dann nicht, wenn sie als solche angesprochen und gelöst werden können. Eine Beratung kann beispielsweise auch fortgeführt werden, wenn die Kamera während der Beratung ausfällt und nur noch das Mikrofon funktioniert. In diesem Zusammenhang erscheint auch die Erfahrung einer Beratungsfachkraft instruktiv, die berichtete, dass sich durch das gemeinsame „Problem lösen“ und „**miteinander über die Technik lachen**“ eine größere Nähe einstellte und das gegenseitige Vertrauen gestärkt wurde.

## **Auf den Punkt gebracht**

---

→ Im Vorfeld ist sicherzustellen, dass die Kund\*innen über die erforderlichen technischen Voraussetzungen und Grundkompetenzen verfügen, um an einem Beratungsgespräch per Videotelefonie teilnehmen zu können. Liegen diese Voraussetzungen vor, kann das Videoformat sowohl in Erst- als auch in Folgegesprächen eingesetzt werden.

→ Zu den Lebenslagen, in denen Kund\*innen von einer Beratung per Video besonders profitieren können, gehören: Wohnort in ländlich geprägten Regionen, Betreuung von Kindern oder Angehörigen, Erwerbstätigkeit, Auslandsaufenthalt, gesundheitliche Einschränkungen, Aufenthalt in stationären Einrichtungen.

→ Im Vorfeld eines Gesprächstermins per Video sind einige kurze Vorbereitungen zu treffen. Dazu zählen: für eine ungestörte Gesprächssituation sorgen, Kamera und Mikrofon richtig einstellen, sich gut sichtbar präsentieren, benötigte Anwendungen aufrufen und Unterlagen bereithalten.

→ Grundsätzlich gilt: Um im Videoformat ausreichend Sicherheit und Souveränität zu gewinnen, sind drei Punkte zentral: ausprobieren, kollegialer Austausch und Weiterbildung.

---

# 4. Beziehung und Kommunikation

**Worum geht es?** Beziehungsqualität im Videosetting – Facetten der Kommunikation – Beratungsprozess

## 4.1 Beziehungsebene und Vertrauensverhältnis

Das Format der Videokommunikation ist noch nicht so stark in den Beratungssettings der Jobcenter und Arbeitsagenturen verankert wie die seit Jahrzehnten praktizierte Präsenzberatung.

Wir sind es daher gewohnt, den Aufbau einer guten Gesprächsatmosphäre und eines tragfähigen Vertrauensverhältnisses mit einer **persönlichen Begegnung unter physisch Anwesenden gleichzusetzen**, in der Literatur wird in diesem Zusammenhang auch von einem (fraglos angenommenen) „Primat der Kopräsenz“ (Thiery & Kreller, 2021) gesprochen. Vor diesem Hintergrund stellt sich die grundsätzliche Frage, wie es um die Beziehungsqualität im Videosetting bestellt ist: Bleibt die Begegnung im Vergleich zur Präsenzberatung eher oberflächlich, flüchtig und virtuell? Was sagt die Forschung zur Beziehungsqualität und Gesprächsatmosphäre in der Videoberatung?

### Was sagt die Forschung zur Beziehungsqualität in der Videoberatung?

In Teil I des Leitfadens wurde festgestellt, dass ein Charakteristikum der Videoberatung darin besteht, dass sie in vielen Aspekten der Präsenzberatung sehr nahekommt (Stichwort mediale Reichhaltigkeit). Gleichwohl sind auch deutliche **Unterschiede** festzustellen. Dazu gehören:

- Die andere Person wird nicht in einem dreidimensionalen Raum erlebt („körperliches Raum-Erleben“; Raum- und Kontaktverhalten).
- Es wird nur ein Ausschnitt der anderen Person gesehen, zumeist ein Porträtausschnitt, und damit ist nur ein Teil der Körpersprache wahrnehmbar.
- Ein direkter Blickkontakt ist erschwert („eye contact dilemma“) bzw. muss durch einen bewussten Blick in die Kamera hergestellt werden.
- Durch den Geruchssinn gewonnene Eindrücke sind nicht möglich.
- Die Übertragung nonverbal und parasprachlicher Informationen (vgl. Kapitel 4.2.) ist von technischen Bedingungen wie Qualität der Hardware, Belichtungsverhältnissen, Datenübertragungsraten abhängig.

Hier stellt sich nun die Frage, inwieweit damit bestimmte Konsequenzen oder Nachteile für den personenbezogenen Beratungsprozess verbunden sind.

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 sich unruhig „knetenden Hände“ nicht zu sehen sind. Zudem sind psychomotorische Hinweise häufig redundant, d.h., sie zeigen sich auch auf anderen Wegen (durch Stimme, dem Blick, der Körperhaltung). Auch können bestimmte Sinneseindrücke den Beratungsprozess durchaus stören, „gerade beim unangenehmen Körpergeruch ist die Wahrscheinlichkeit hierfür nicht gering“, so Hartmann-Strauss (2020, S. 7). Eine Beraterin aus dem Reha-Bereich merkte an, dass sie die fehlenden „3-D-Eindrücke“ hervorragend mit ihren langjährigen Berufserfahrungen kompensieren könne und die fehlenden 3-D-Eindrücke auch gar nicht so sehr ins Gewicht fallen würden wie zu Beginn gedacht. Studien zur Telefonseelsorge (Hauschildt & Blömeke, 2016) und Mailberatung (Eichenberg, 2007) zeigen, dass mit der Kanalreduktion auch Hemmschwellen abgebaut werden können, sich an eine Beratungsstelle zu wenden und über persönliche Sorgen und Probleme zu sprechen.

**Vergleichsstudien zur Präsenz- und Videoberatung** liegen derzeit vor allem für den Bereich der Psychotherapie vor (für eine deutschsprachige Übersicht Hartmann-Strauss, 2020; Haun et al., 2020). Charakteristisch für psychotherapeutische Behandlungen sind komplexe psychische Problemlagen wie auch die hohe Bedeutung der Beziehungsebene. Insoweit können Vergleichsstudien in diesem Bereich zumindest das grundsätzliche Potenzial des Videoformats für die Gestaltung anspruchsvoller personenbezogener Beratungsprozesse ausloten. Im Hinblick auf den **Behandlungserfolg** konnten zwischen Videokonsultation und konventioneller Präsenzbehandlung keine Unterschiede festgestellt werden (Berryhill et al., 2019; Backhaus et al., 2012). Auch die **Beziehungsqualität** (therapeutic alliance) wird von den befragten Klientinnen und Klienten zumeist als hoch eingeschätzt und es wird von einem „Gefühl von Präsenz“ berichtet (Haun et al., 2020; Simpson & Reid, 2014; Germain et al., 2010). Hier dürfte die mediale Reichhaltigkeit der Videoberatung eine entscheidende Rolle spielen. In einigen Studien fallen die Einschätzungen der befragten Therapeutinnen und Therapeuten etwas kritischer aus (Norwood et al., 2018). In einer neueren Machbarkeitsstudie wird deutlich, dass sich diese Einschätzungen über die Zeit ändern können: So waren trotz „anfänglicher Bedenken, insbesondere hinsichtlich der Etablierung einer tragfähigen therapeutischen Beziehung, [...] alle Therapeuten nach einem Gewöhnungsprozess von der Machbarkeit der Videokonsultationen überzeugt“, auch wenn sie diese durchweg als „anstrengender“ bewerteten (Haun et al., 2020, S. 4).

Im Rahmen der **Erprobung bzw. sukzessiven Einführung der Videokommunikation in der BA** zeigten sich die befragten Kund\*innen überwiegend zufrieden mit dem neuen Angebot.

- Im Erfahrungsbericht zur Pilotierung der Videokommunikation bei der frühzeitigen Arbeitsuchendmeldung wird festgestellt: „Kundinnen und Kunden, die einmal ein Videogespräch geführt haben, würden es zu über 90% weiterempfehlen und sind sehr zufrieden. Insbesondere die Spiegelfunktion des Bildschirms wird immer wieder konkret als Vorteil genannt, da so ein bildlicheres Erklären und eine bessere Zusammenarbeit möglich ist. Außerdem fühlen sich viele Kundinnen und Kunden wohler, wenn sie ihr Gegenüber sehen, was ein großer Vorteil gegenüber der reinen Telefonie ist“ (BA, 2021, S. 13). Die Verbindlichkeit des Gesprächstermins wird auf Kundenseite als mindestens ebenbürtig zum persönlichen oder Telefontermin benannt (ebenda, S. 13).

- Die Befragungsergebnisse vom ZKM zur Beratung von Neu-, Bestands- und abgemeldeten Kund\*innen zum ersten Halbjahr 2021 zeigen „durchweg eine positive Tendenz in der Bewertung, mit einem überwiegend homogenen Meinungsbild“ (ZKM, 2021, S. 9), u. a. bei der Einschätzung der Gesprächsatmosphäre. „Daher“, so die Schlussfolgerung in dem Bericht (ebenda, S. 9), „sollte überlegt werden, wie Kund\*innen grundsätzlich von den Vorteilen einer Beratung per Videotelefonie überzeugt werden können“ – dies vor allem vor dem Hintergrund der noch vergleichsweise geringen Nutzung zum Erhebungszeitpunkt.
- Die Begleitstudie in den gemeinsamen Einrichtungen kommt zu ähnlichen Ergebnissen: „Einige der befragten Kund\*innen hatten ihre Fachkraft noch nie in einem Präsenzesgespräch gesehen und empfanden die Videoberatung als viel persönlicher im Vergleich zur telefonischen Beratung. Einzelne Kund\*innen fanden die Videoberatung sogar persönlicher als die Präsenzberatung, entweder weil sie in ihrer gewohnten Umgebung bleiben konnten und die ‚manchmal kalte Behördenatmosphäre‘ wegfiel oder weil die Ablenkung im Jobcenter größer sei [...]. Während ein Teil der befragten Kund\*innen keinen wesentlichen Unterschied zwischen einer Präsenzberatung und einer Videoberatung erkennen konnte (‚Beraterisch ist das kein Unterschied‘), wertete der andere Teil die persönliche Beratung als durchaus ‚persönlicher‘ und ‚intensiver‘ [...]. Alle befragten Leistungsberechtigten würden die Videokommunikation grundsätzlich weiterempfehlen“ (Kaps et al., 2022, S. 40).

Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Wegfall des körperlichen Raumerlebens nicht zu einem nachweisbaren Qualitätsverlust führt oder – positiv ausgedrückt – dass **auch im Videosetting eine tragfähige, vertrauensbasierte Arbeitsbeziehung aufgebaut werden kann und gute Ergebnisse erzielt werden können**. Vor diesem Hintergrund kann auch einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung begegnet werden, bei der die Beteiligten sich gleich zu Beginn der 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). Ungeachtet dessen besteht im Zusammenhang mit der Videoberatung weiterer Forschungsbedarf, insbesondere für die Bereiche der beschäftigungsorientierten und psychosozialen Beratung.

**Vertrauen und eine gute Arbeitsbeziehung** sind in der Beratung von hoher Bedeutung. Grundsätzlich – so haben die zahlreichen Gesprächshospitationen gezeigt – stehen den Beratungsfachkräften im Videoformat die gleichen Möglichkeiten wie in einer Präsenzberatung zur Verfügung, um eine gute Beziehung und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen. Dazu gehören eine offene, zugewandte und respektvolle Haltung gegenüber Ratsuchenden, Transparenz im Hinblick auf das eigene Handeln, das Bemühen um Kongruenz, die Ermutigung zur Thematisierung der für die Ratsuchenden relevanten Anliegen und Themen, eine dialogische Gesprächsführung, Lob und Anerkennung (vgl. die Handlungsprinzipien der Beratungskonzeption der BA, Rübner & Weber, 2021, S. 33 ff.). Für den Aufbau einer guten Arbeitsbeziehung im Videoformat sind die gleichen interpersonellen Kompetenzen erforderlich wie in der Präsenzberatung.

Die Bedeutung der Arbeitsbeziehung zwischen den Gesprächsteilnehmenden hängt u. a. von den im Mittelpunkt stehenden Gesprächsinhalten ab. Je mehr die Themen persönlich bedeutsame Bereiche tangieren und je weniger sie von einer reinen Informationsweitergabe geprägt sind, desto bedeutender wird die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Auf diese Weise ist es für die Ratsuchenden einfacher, sich zu öffnen. **Die Eignung des Videoformats auch für komplexe, persönlich schwierige und sensible Themen** konnte in den Hospitationen immer wieder beobachtet werden. Angesprochen wurden u. a. Fragen der psychischen Gesundheit, der gesundheitlichen Situation von Angehörigen, der Kinderbetreuung, der geschlechtlichen Identität, aber auch Fragen des Umgangs mit Ablehnungsbescheiden der Leistungsabteilung (vgl. Kaps et al., 2021, S. 10 f.). „Insofern ist wohl nicht eine allgemeine Sensibilität eines Themas für die Frage ausschlaggebend, ob zu diesem auch per VK [Videokommunikation] 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. 50).

Eine Besonderheit von Beratungsgesprächen per Videotelefonie ist ihr spezifisches **räumliches Setting**, Ratsuchende bewegen sich in der ihnen vertrauten privaten Lebenswelt und öffnen ein (kleines) Fenster ihrer Privatsphäre. Nach Erfahrungen von Fachkräften im Rechtskreis SGB II führt die heimische Umgebung häufig dazu, „dass sich die Kund\*innen wohler fühlen als im Büro der Fachkraft, dadurch ‚entspannter‘, ‚lockerer‘ und ‚offener‘ seien. Einzelne Fachkräfte merkten an, dass es in solch einer Atmosphäre einfacher als im Büro der Fachkraft sei, auch schwierige, persönlichere Themen anzusprechen,

während andere Fachkräfte [...] solche Themen bewusst nicht im Rahmen der Videoberatung thematisieren“ (Kaps et al., 2022, S. 37).

## Beispiele aus der Praxis

- In einer über Video stattfindenden Beratung im Rechtskreis SGB II wollte die Integrationsfachkraft eigentlich das Thema Qualifikation behandeln. Bei der Eingangsfrage zum aktuellen Stand berichtete die alleinerziehende Kundin allerdings über ihre aktuellen Probleme mit der 14-jährigen Tochter, die sie sehr belasten würden (Auseinandersetzung in der Schule). Das weitere Gespräch konzentrierte sich auf das Thema Familie (inkl. der zweiten Tochter, möglicher Unterstützungsangebote usw.). Im Anschluss an das Gespräch sagte die Fachkraft, dass sie den Eindruck habe, dass persönlich sensible Themen sogar häufiger im Videoformat angesprochen werden, wenn der dafür nötige Erzählraum eröffnet werde und ein Vertrauensverhältnis vorhanden ist.
- Ein anderes Beispiel, das zeigt, dass auch im Videoformat offen über persönliche Themen gesprochen werden kann, stammt aus dem Rehabereich. Hier sah sich ein junger Mann aufgrund des entgegengebrachten Respektes und der Wertschätzung der Beratungsfachkraft ermutigt, offen über seine – wie er sagte – „Fehler“ aus der Vergangenheit zu sprechen, und erkannte in der gemeinsam erarbeiteten Planung eine große Chance, „sein Leben auf die Reihe zu bekommen und am Ende nicht auf der Straße zu landen“.

Zum Thema Vertrauensverhältnis gehört es auch, dass auf Kundenseite **keine weiteren Personen mithören**, die nicht eingeladen wurden oder deren Teilnahme nicht abgesprochen wurde. So ist es bei der Beratung von jungen Menschen durchaus üblich, dass ein Elternteil dabei ist, oder bei Erwachsenen die Partnerin oder der Partner. Entscheidend ist, dass dies – wie in der Präsenzberatung – offen und einvernehmlich erfolgt. Mit der Teilnahme an der Videokommunikation haben die Kund\*innen per Einwilligungserklärung zugestimmt, dass keine anderen Personen als sie selbst das Videogespräch mitverfolgen können und das Mithören und Mitsehen durch andere Personen der vorherigen Einwilligung bedarf. Wie die Praxiserfahrung zeigt, gehört es zu den absoluten Ausnahmen,

dass diese Themen explizit zur Sprache kommen. Beobachtet werden konnten eher zufällige Begebenheiten, etwa wenn eine andere Person im Hintergrund kurz durch das Bild läuft oder ein Kind auf dem eigenen Monitor erscheint. Sollte bei der Fachkraft der Eindruck entstehen, dass Dritte mithören, ist dies anzusprechen und je nach Reaktion darüber zu entscheiden, ob und inwieweit das Gespräch fortgesetzt werden kann oder im Zweifel beendet wird. Gleiches gilt für das Aufzeichnen der Beratung. Auch hier wurden die Kund\*innen im Rahmen der Einverständniserklärung darüber aufgeklärt, dass das Mitschneiden des Gesprächs sowie die missbräuchliche Nutzung oder Veröffentlichung des Videoterminals untersagt ist. Bei offensichtlichem Zuwiderhandeln ist grundsätzlich ähnlich zu verfahren wie im Präsenzkontakt.

## 4.2 Verbale und nonverbale Kommunikation

### Körperhaltung

- Eine aufrechte, der Kamera **zugewandte und offene Körperhaltung** vermittelt die für eine Beratung erforderliche Offenheit und Gesprächsbereitschaft. Kopf und Oberkörper sollten dabei im Bildausschnitt gut sichtbar sein (vgl. Abschnitt 3.2). Um den Kamerafokus nicht zu beeinträchtigen, sollte das Sichtfeld zwischen Kamera und Kopf bzw. Oberkörper möglichst frei bleiben (z. B. Hände nicht vor das Gesicht halten). So konnte beispielsweise beobachtet werden, wie die Videokamera ihren Fokus wechselte, als ein Berater seine Ellenbogen auf den Schreibtisch stützte und einen Kugelschreiber in beiden Händen hielt – der Kugelschreiber wurde fokussiert und der Berater trat in den Hintergrund. Was in einer Präsenzberatung meist kein Problem darstellt, kann in der Videokommunikation störend wirken, weil die Sichtbarkeit der anderen Person eingeschränkt wird.
- Es empfiehlt sich, nicht zu starr und steif vor der Kamera zu sitzen (gerade bei Neueinsteigerinnen und Neueinsteigern immer wieder zu beobachten), sondern **Haltung und Sitzposition während des Gesprächs bewusst zu variieren**. Durch Vor- und Zurücklehnen des Oberkörpers können beispielsweise Interesse, Aufmerksamkeit und Zustimmung ausgedrückt, durch eine leichte Drehung mit dem Bürostuhl kann zwischen Frontal- und Profilansicht gewechselt werden. Auch eine Synchronisation mit Sitzhaltung und Ausdruck der anderen Person kann im Videosetting hergestellt werden: „Verstehen wir uns gut, beginnen wir unsere Gestik und vor allem unsere Haltung aufeinander abzustimmen und zu spiegeln. Gestik, Haltung und Distanz, ebenso wie deren Bezogenheit aufeinander, sind dementsprechend wichtig für ein Gespräch“ (Hartmann-Strauß, 2020, S. 27).

### Blickkontakt

- Der Blickkontakt ist ein **zentrales Element menschlicher Kommunikation**. Mit einem Blick in die Augen kann Gesprächsbereitschaft und aktives Zuhören signalisiert werden. Am Blick der anderen Person kann – meist im Zusammenspiel mit weiteren Hinweissignalen (Mimik, Gestik) – auch die Reaktion auf das von mir Gesagte abgelesen werden, z. B. Zustimmung oder Unverständnis.
- Im Videosetting vermittelt sich der Blickkontakt etwas anders als im Präsenzformat. Um einen direkten Blickkontakt herstellen zu können, ist es erforderlich, **bewusst in die Kamera zu schauen**. Allerdings ist es nicht möglich, der anderen Person dabei gleichzeitig in die Augen zu sehen (sogenanntes „eye contact dilemma“). Ist damit eine relevante Einschränkung für die Kontaktaufnahme und Beziehungsqualität im Videoformat verbunden? Bislang konnten hierzu keine Hinweise gefunden werden. Die Beziehungsqualität wird von Ratsuchenden – wie im Exkurs „Was sagt die Forschung ...“ beschrieben – nicht schlechter als im Präsenzkontakt bewertet und die Sichtbarkeit der Gesprächspartnerin bzw. des Gesprächspartners als ein zentraler Mehrwert zur Telefonberatung eingestuft. Offenbar stören sich die Gesprächsteilnehmenden nicht daran, dass der Blickkontakt hier etwas anders und indirekter hergestellt wird.
- Empfehlenswert ist eine etwa auf **Augenhöhe positionierte Kamera**. Auf diese Weise ist es möglich, die andere Person über das Videobild zu sehen und ihr gleichzeitig Aufmerksamkeit und Kontaktbereitschaft zu vermitteln. Mit der Videokommunikation vertraute Fachkräfte haben es sich zudem angewöhnt, die **Blickrichtung immer wieder zwischen Kamera und Bildschirm zu wechseln**. Demgegenüber kann ein permanenter Blick in die Kamera irritierend, künstlich oder sogar einschüchternd wirken, auch im Präsenzkontakt schauen wir unserer Gesprächspartnerin bzw. unserem Gesprächspartner nicht ununterbrochen in die Augen.



### Beispiel aus der Praxis

Eine Beratungsfachkraft erzählte, dass sie sich in den ersten Monaten einen Zettel neben die Kamera geklebt hat, um sich daran zu erinnern, immer wieder in die Kamera zu blicken. Diesen wechselte sie regelmäßig durch andersfarbige Varianten aus, um einem Gewöhnungseffekt entgegenzuwirken. Eine gute Idee.



### Mimik und Gestik

Neben dem Blickkontakt gehören Mimik und Gestik zu den **elementaren Bestandteilen nonverbaler Kommunikation**. Sie haben einen bedeutenden Anteil daran, wie das Gegenüber wahrgenommen und gesprochene Worte interpretiert werden. Für die Videoberatung können hierzu einige Empfehlungen ausgesprochen werden (Hartmann-Strauss, 2020, S. 52 f.):

- Eine sprachliche Bestätigung durch ein deutliches und gegebenenfalls etwas längeres Nicken mit dem Kopf unterstützen.
- Ein „kurzes Lächeln“ etwas länger halten, damit es wirklich wahrgenommen werden kann.
- Wichtigen Aussagen durch unterstützende Gesten mehr Ausdruck verleihen; ein speziell für das Videosetting typisches Beispiel ist das bestätigende Zeichen „Daumen hoch“.
- Mimik und Gestik über das eigene Videobild prüfen und gegebenenfalls ausdrucksstärker anpassen.
- Feedback über gegenseitiges Ausprobieren im Kollegenkreis einholen, auch um die richtige Dosis des Einsatzes nonverbaler Elemente für sich zu finden.

### Stimme

- Variationen der Lautstärke, Tonlage, Sprechgeschwindigkeit und der Bestimmtheit im Ausdruck stellen wichtige, **bewusst einsetzbare Gestaltungsmittel** der Kommunikation dar. Im Kontext der Videoberatung wird empfohlen, darauf zu achten, eindeutig und gegebenenfalls auch etwas langsamer zu sprechen, wichtige Aussagen zu betonen und Fragen durch Heben der Stimmer klar zu akzentuieren (Engelhardt & Engels, 2021, S. 13; Hartmann-Strauss 2020, S. 53). Ein aufrechtes Sitzen mit ruhigem Atmen kann unterstützend helfen, die Stimme facettenreich einzusetzen. Die Gesprächsbeobachtungen haben gezeigt, dass es die Fachkräfte gewohnt sind, ausreichend deutlich und in angemessener Lautstärke und Geschwindigkeit zu sprechen.
- Die Stimme ist aber nicht nur ein Gestaltungselement, das bewusst eingesetzt werden kann, um verbale Botschaften zu akzentuieren, sondern vermittelt auch **Hinweise auf die Stimmungslage** der eigenen bzw. der anderen Person (Sendlmeier, 2012). Durch die nahezu synchrone Signalübertragung im Videoformat kann die Beratungsfachkraft bei Bedarf auf wahrnehmbare Veränderungen der Stimme unmittelbar reagieren – Gleiches gilt natürlich auch für Gestik und Mimik (Feedback).

- Im Übrigen können natürlich auch kurze **Sprechpausen** gemacht und als bewusstes Gestaltungsmittel genutzt werden, um Ratsuchenden Gelegenheit zu geben, eine Frage oder Anregung auf sich wirken zu lassen – auch im Videoformat muss nicht durchgängig gesprochen werden.

### Sprachliche Begleitung

Die aus der Präsenzberatung vertraute Form der (para-)sprachlichen Begleitung des Gesagten („mhm“, „ja“) findet auch in der Videokommunikation breite Anwendung. Sie ist elementarer Ausdruck aktiven Zuhörens. Daneben zeigt sich, dass bestimmte Aktivitäten im Videoformat **mehr sprachliche Begleitung** erfordern, vor allem deswegen, weil Ratsuchende nicht sehen können, was die Beratungsfachkraft am Schreibtisch bzw. Computer macht. Begleitende und erklärende Worte schaffen Transparenz und können auftretende Wartezeiten überbrücken. Gut beobachtet werden konnte das, wenn die Fachkraft im Begriff war, ihren Bildschirm zu teilen (über die Funktion „Programm präsentieren“) oder eine Internetseite aufzurufen. Auch die Nachfrage, ob der geteilte Bildschirm inzwischen sichtbar sei, kann sich anbieten. Viele Fachkräfte haben zudem ihre Ratsuchenden darauf hingewiesen, dass sie sich

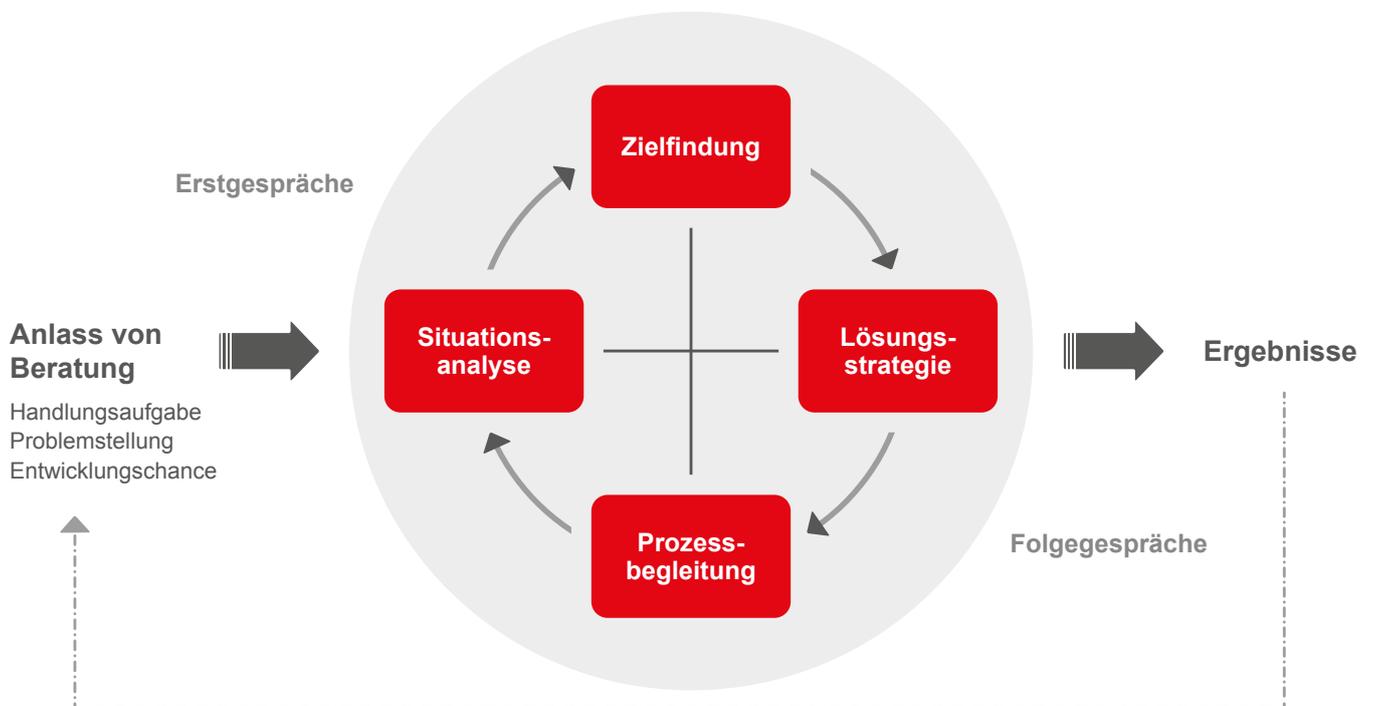
während des Gesprächs Notizen machen und deshalb ab und an nach unten schauen würden.

### 4.3 Gesprächseinstieg und Gesprächsabschluss

Beratungsgespräche werden durch Einstiegs- und Abschlussaktivitäten gerahmt. Auf diese Weise wird die persönliche Begegnung zwischen Gesprächsteilnehmenden angebahnt und abgeschlossen. In der Beratungskonzeption (BeKo) werden die **Funktionen des Gesprächseinstiegs** wie folgt beschrieben (Rübner & Sprengard, 2010, S. 86):

- Ankommen der Ratsuchenden in der Beratungssituation ermöglichen
- Begrüßung und Kontakt herstellen
- Grundlage für eine konstruktive Zusammenarbeit (Arbeitsbeziehung) legen

Abbildung 3: Prozessmodell der Beratung nach BeKo



Diese Aspekte gelten auch für die Beratung im Videoformat. Das Ankommen und die Begrüßung erfolgen dabei unter den Rahmenbedingungen digitaler Präsenz. Hierzu eignen sich Gesprächsimpulse und Fragen, die das spezifische Videosetting mit einbeziehen:

- **Ankommen:** „Hat alles gut mit der Einwahl geklappt?“
- **Positive Verstärkung:** „Schön, dass Sie da sind und es mit der Einwahl geklappt hat“ „Freut mich dass Sie sich für die Videoberatung entschieden haben.“
- **Überprüfung Verbindung/Geräte:** „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?“

Im Hinblick auf den weiteren **Beratungsprozess und die einzelnen Phasen der Beratung** konnten keine bedeutsamen Unterschiede zur Präsenzberatung festgestellt werden. In der Regel wurde das Gespräch mit einer Klärung von Beratungsanlass und -anliegen und einer anschließenden Situationsanalyse fortgesetzt. Zu den weiteren Gesprächsphasen gehörten u. a. die Besprechung von Lösungsansätzen sowie die Planung und Vereinbarung nächster Schritte (ähnlich Silfverberg, 2021 für videogestützte Beratungsgespräche im Bereich der Berufs- und Laufbahnberatung in der Schweiz). Das Prozessmodell der Beratungskonzeption kann daher auch im Videosetting Anwendung finden (vgl. Abbildung 3). Zu den technischen und methodischen Ausgestaltungsmöglichkeiten des Beratungsprozesses im Videosetting geben die beiden nachfolgenden Kapitel zahlreiche Anregungen.

Mit Blick auf den **Gesprächsabschluss**, bei dem es um die Beendigung der Beratung auf der Sach- und Beziehungsebene geht (Rübner & Sprengard, 2010, S.253), 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 mithilfe einer kurzen Metakommunikation über die Beratung per Videotelefonie ein wertschätzender Ausstieg aus der Beratung und Übergang in den Alltag erfolgen. Gerade wenn eine Beratung per Video erstmals stattgefunden hat, ist dies zu empfehlen.

- **Bildschirmfreigabe beenden:** Wurde im Gespräch zuletzt mit der Bildschirmfreigabe gearbeitet, ist darauf zu achten, diese zunächst zu beenden, damit sich die Gesprächsteilnehmenden wieder gegenseitig sehen können und der Abschluss insoweit persönlicher ausfallen kann.

- **Dank und Anerkennung:** Die Fachkraft kann sich für die Bereitschaft zur Teilnahme bedanken und dies mit einer positiven Rückmeldung verknüpfen: Immerhin dokumentiert die Bereitschaft zur Nutzung der Videokommunikation, dass sich die Kund\*innen mit digitalen Kommunikationskanälen in den Bereichen von Bildung, Beruf und Beschäftigung auseinandersetzen und für sich nutzen wollen.
- **Feedback:** Rückfragen an die Kund\*innen, wie sie die Beratung per Video empfunden haben, zeigen Interesse und können die Bereitschaft ausloten, ob weitere Termine im Videoformat gewünscht sind.
- **Verabschiedung:** Vor dem finalen Klick auf den „Verlassen“-Button kann zum Abschied kurz in die Kamera gewunken werden – sozusagen als Pendant zum Handschlag.

## Auf den Punkt gebracht

→ Eine tragfähige Beziehungsebene und ein gutes Vertrauensverhältnis sind auch im Videosetting wichtig und möglich. Zentraler Bezugspunkt sind die aus der Präsenzberatung bekannten Gestaltungselemente wie eine offene, zugewandte und respektvolle Haltung gegenüber Kund\*innen. Auf dieser Basis können auch komplexe und sensible Themen in der Beratung per Video besprochen werden.

→ Die eigene Präsenz im Videosetting kann durch die eigene Körperhaltung, Blickkontakt, Mimik und Gestik, Stimme und nonverbale Signale professionell gestaltet werden. Viele Elemente sind aus dem Präsenzkontakt vertraut, allerdings sind auch einige Besonderheiten zu berücksichtigen (Blickkontakt, sprachliche Begleitung).

→ Der Beratungsprozess und die einzelnen Phasen sind in der Präsenz- und Videoberatung die gleichen. Häufig wird zu Beginn und am Ende des Gesprächs ein Bezug zum Videosetting hergestellt, zum Beispiel über Rückfragen, Lob oder Feedback.

# 5. Tools und Gestaltungsmöglichkeiten

**Worum geht es?** Tools kreativ nutzen – Bildschirmfreigabe & Chat – Videokonferenz & Visualisierung – räumliches Setting

Im Videoformat 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**. Neben der Bildschirmfreigabe werden als weitere Tools und Möglichkeiten die Chatfunktion, der Konferenzmodus, die Visualisierung und das erweiterte räumliche Setting beleuchtet. Mit ihnen verbinden sich zahlreiche Vorteile, die so vor allem in der Videokommunikation genutzt werden können. Mit zunehmender Erfahrung und Routine im Umgang mit dem Videoformat nimmt – wie unsere Feldbeobachtungen gezeigt haben – auch die Nutzung dieser Tools und Gestaltungsoptionen zu.

## 5.1 Bildschirmfreigabe

Informationen und Dokumente werden in zunehmendem Maße digital aufbereitet, erschlossen und erstellt – von institutionellen Anbietern und privaten Nutzern, in der persönlichen Lebenswelt und im Berufsleben. Im Videoformat können diese mithilfe der Bildschirmfreigabe (auch Screen-Sharing oder Desktop-Sharing genannt) für alle Gesprächsteilnehmenden digital zugänglich gemacht und bearbeitet werden. Die Bildschirmfreigabe selbst kann sowohl durch die Fachkraft als auch die Ratsuchenden erfolgen. Für die gemeinsame Arbeit am Bildschirm sollen zunächst **einige allgemeine Hinweise** gegeben werden:

- Einige Fachkräfte nannten als Grund für die zu Beginn eher zurückhaltende Nutzung die Sorge, versehentlich „falsche“ Dokumente auf dem Bildschirm für die Ratsuchenden sichtbar zu machen. Beim Teilen digitaler Inhalte durch die Fachkraft ist zwingend sicherzustellen, dass keine Daten Dritter sichtbar werden. Dies kann vermieden werden, wenn nicht der Desktop freigegeben, sondern die **Funktion „Programme präsentieren“** genutzt wird (Kaps et al., 2022, S. 30).
- In der Praxis hat es sich als hilfreich erwiesen, **häufig eingesetzte Internetseiten oder Anwendungen** bereits im Vorfeld der Beratung aufzurufen, um darauf bei Bedarf schnell zugreifen zu können.
- Nicht selten wählen sich Ratsuchende per **Smartphone** ein. In diesem Fall sollte sichergestellt werden, dass die geteilten Seiten für die Ratsuchenden gut sichtbar sind; gegebenenfalls ist die Bildschirmfreigabe auch abzukürzen bzw. die Auswahl der gezeigten Seiten und Anwendungen zu begrenzen. In einigen Fällen haben Ratsuchende ihr Handydisplay mit einem größeren Bildschirm gekoppelt (z. B. einem internetfähigen Fernseher) oder das Smartphone für eine größere Bildschirmanzeige quer gehalten. Häufig standen die Fachkräfte aber auch schon im Vorfeld mit den Ratsuchenden in Kontakt, so dass die Möglichkeit bestand, darauf hinzuweisen, dass für eine gemeinsame Arbeit am Bildschirm am besten ein PC oder Tablet zur Einwahl genutzt wird.
- **Stolperfalle „lange Monologe“**: Teilweise war zu beobachten, dass Fachkräfte, nachdem sie eine Internetseite geteilt hatten, selbst in eine Art „Präsentationsmodus“ übergegangen sind, der durch längere Monologe und entsprechend hohe Redeanteile geprägt war. Werden Webseiten zu ausführlich und zu lange erklärt oder Ratsuchende nicht in den Recherche- und Erarbeitungsprozess einbezogen, besteht die Gefahr, dass die Aufmerksamkeit „auf der anderen Seite“ verloren geht und eine bloß passive „**Fernsehzuschauerperspektive**“ (Jung, 2016, S. 63) eingenommen wird. In Beratungsansätzen wie der „Motivierenden Gesprächsführung“ (Miller & Rollnick, 2015) wird deshalb empfohlen, **Informationen durch Fragen zu flankieren**, um zum Mitdenken anzuregen bzw. um die Relevanz und Anschlussfähigkeit für die Gesprächspartnerin bzw. den Gesprächspartner abzusichern.
- Damit im Zusammenhang steht auch, dass bei der Bildschirmfreigabe das Videobild der anderen Person unter Umständen ausgeblendet wird und die **Möglichkeit des visuellen Feedbacks** verloren geht. Umso wichtiger ist es, darauf zu achten, dass der Ratsuchende den eigenen Ausführungen folgen kann und **durch (Rück-)Fragen aktiv einbezogen** wird. Im Zweifelsfall kann die Bildschirmfreigabe kurz beendet werden, um den Ratsuchenden wieder ins Bild zu holen und mögliche Unklarheiten oder Probleme zu klären.

Die Möglichkeiten der gemeinsamen Arbeit mit dem geteilten Bildschirm sind vielfältig, weshalb hier nur einige Beispiele zur Anregung für die eigene Beratungspraxis vorgestellt werden. Es können **zwei typische Anwendungsfelder** unterschieden werden, die auch kombinierbar sind:

#### a) Erschließung von Recherchemöglichkeiten und Informationen im Internet

Die Bildschirmfreigabe wird in der Praxis häufig dazu eingesetzt, um Ratsuchenden im Internet verfügbare Informationen und Recherchemöglichkeiten zugänglich zu machen und diese

für die weitere Beratung zu nutzen. Von Vorteil ist, dass diese Informationen und Angebote direkt auf dem Bildschirm der Ratsuchenden sichtbar sind und genutzt werden können. In vielen Fällen greifen die Fachkräfte auf Internetangebote zurück, die von der BA bereitgestellt werden, aber auch externe Angebote werden genutzt, wie die folgenden Beispiele zeigen.

### Beispiele aus der Praxis

- **Überblick über die Online-Angebote der BA:** Ratsuchende kennen häufig nicht das breite Spektrum an digitalen Angeboten und Dienstleistungen der BA. Eine kurze Einführung in die Kachelsystematik des Internetauftritts sowie ein exemplarischer Aufruf einer für die Ratsuchenden relevanten Kachel (Lebenslage) hat sich in der Praxis immer wieder als gewinnbringend erwiesen. Auch Informationsportale wie planet-beruf.de oder abi.de wurden im Überblick bzw. themenzentriert (z. B. Tipps zur Bewerbung) vorgestellt. Ratsuchende sollten dabei ermutigt und bestärkt werden, einzelne Optionen selbst auszuprobieren, zu entdecken und für sich zu nutzen. Eine bis in die letzte Verzweigung gehende Erläuterung ist in der Regel nicht erforderlich.
- **Nutzung von Datenbanken und Jobbörsen:** In der Praxis konnte immer wieder beobachtet werden, dass einzelne Anwendungen wie BERUFENET, KURSNET oder die Jobbörse ausführlicher erläutert und genutzt wurden. Anhand von ausgewählten Berufsbereichen wurden Aufbau, Verlinkungen, Filterfunktionen und Suchergebnisse besprochen und eingeordnet. Als wichtig hat sich in diesen Beispielen erwiesen, dass die Fachkräfte nicht in lange und ermüdende Monologe verfallen, sondern die Ratsuchenden aktiv einbeziehen. Noch einen Schritt weiter gehen Fachkräfte, wenn sie sich nicht auf Erläuterungen zum Aufbau und zur Funktionsweise von Informationsportalen und Jobbörsen beschränken, sondern diese für die weitere inhaltliche Arbeit nutzen, z. B. indem sie dazu anregen, Interessenprofile für Ausbildungsberufe, die in BERUFENET dargestellt werden, mit den Interessen der Ratsuchenden zu vergleichen, oder die Ergebnisse einer Stellensuche gemeinsam sichten, einordnen und weiter verfeinern. Bei ausreichender Zeit können auch die Kund\*innen selbst aufgefordert werden, ihren Bildschirm zu teilen und einzelne Rechercheschritte gemeinsam mit der Fachkraft durchzuspielen.
- **Erschließung von externen Serviceangeboten:** Auch über das Internetangebot der BA hinaus wurden über die Bildschirmfreigabe Wege und Möglichkeiten der Internetrecherche aufgezeigt. 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, die Familienkasse oder Freiwilligendienste ging. Darüber hinaus wurden Internetangebote auch unmittelbar für die Beratungsarbeit eingesetzt, z. B. die Homepage einer Hochschule, um Unterschiede zwischen Studiengängen zu erläutern. Es hat sich gezeigt, dass das spezialisierte Wissen der Fachkräfte über relevante und verlässliche Internetquellen einen wichtigen Beitrag für Ratsuchende darstellen kann, sei es mit Blick auf die Berufsorientierung, die berufliche Entwicklung oder die Stellensuche.

## b) Gemeinsames Bearbeiten von Dokumenten, Vorlagen und Profilen

Neben den über das Internet verfügbaren Informationen und Recherchemöglichkeiten liegen auch Dokumente und Formulare immer häufiger in digitaler Form vor bzw. werden digital erstellt und können weiter bearbeitet werden. In der beschäftigungsorientierten Beratung der BA werden häufig Dokumente und Formulare gesichtet, vorbereitet und erstellt, z. B. Zeugnisse, Bewerberprofile, Eingliederungsvereinbarungen und Antragsformulare. Hier bietet das Videoformat über das Teilen des Bildschirms zahlreiche Möglichkeiten, von denen im Folgenden einige Beispiele aus der Praxis dargestellt werden.

Die Bildschirmfreigabe stellt ein breit nutzbares Gestaltungselement dar. Neben dem inhaltlichen Informationsgewinn kann hierbei auch die **digitale Kompetenz der Ratsuchenden** verbessert werden, etwa durch Ermutigung zur aktiven Nutzung von Onlineangeboten oder durch das praktische Ausprobieren in der Beratung selbst. Insofern erscheint es sinnvoll, Ideen und Beispiele aus der eigenen Praxis zu sammeln und kollektional auszutauschen, wie Ratsuchende in ihren digitalen Kompetenzen weiter gestärkt werden können. Insgesamt konnte gut beobachtet werden, dass diejenigen Fachkräfte, die sich mit dem Videoformat ausreichend vertraut gemacht hatten, verstärkt von diesen Möglichkeiten Gebrauch gemacht haben.

## Beispiele aus der Praxis

- **Besprechung und Bearbeitung von Bewerbungsunterlagen und anderen Dokumenten:** Häufig bieten Fachkräfte ihren Ratsuchenden im Rahmen der integrationsbegleitenden Beratung einen Bewerbungsunterlagencheck an. Kund\*innen können die entsprechenden Unterlagen über die Bildschirmfreigabe präsentieren, sodass diese direkt besprochen und angepasst werden können. Neben Bewerbungsunterlagen können natürlich auch zahlreiche andere Dokumente sowohl von Ratsuchenden als auch von Fachkräften geteilt und besprochen werden (z. B. Schul- und Arbeitszeugnisse, Bescheide, Antragsformulare und Infolyer). Je nach Beratungs- und Unterstützungsbedarf können direkt Fragen zum geteilten Dokument gestellt, Sachverhalte erklärt, Formulierungshilfen beim Ausfüllen von Formularen gegeben oder sogar ein Brief oder eine E-Mail für den Ratsuchenden vorbereitet werden (so etwa beobachtet bei einer Berufsberaterin, die einer unsicheren Ratsuchenden dabei geholfen hat, eine E-Mail-Nachfrage gegenüber einer FSJ-Stelle zu formulieren).
- **Anlegen und Vervollständigen eines Bewerber-/Stärkenprofils:** Häufiger genutzt wurde auch die Möglichkeit der gemeinsamen Erstellung eines Bewerber- bzw. Stärkenprofils. Der Prozess erfolgte in einer für die Ratsuchenden zumeist transparenten und dialogischen Form, zudem konnten unklare Bezeichnungen erläutert oder bei Unsicherheiten mit einer Einstufung geholfen werden, z. B. indem nach beruflichen Tätigkeiten und Verantwortungsbereichen gefragt wurde. In der begleitenden Evaluation im Rahmen der Pilotierung der Videokommunikation in den

gemeinsamen Einrichtungen äußerte sich eine Fachkraft wie folgt: „Die Neukunden finden das cool. Ich zeige die Eintragungen in VerBIS und die Jobbörse über Teilen des Bildschirms. Das schafft Transparenz und Vertrauen. Ich habe das vor Corona im Büro zwar auch gemacht, aber das war nochmal anders. Da saß man anders am Tisch, da war eine Art von Distanz. Auf diese Weise jetzt sehen das die Kunden mal richtig. Ich mache das in jedem Gespräch, wenn es sich ergibt, das ist Teil der Beratungssituation. So wird der Rechner ein gemeinsames Werkzeug, wir arbeiten gemeinsam daran. Klar mit dem Smartphone ist es kleiner, aber auch da kann man etwas sehen“ (Kaps et al., 2022, S. 19). Auch hier können die Bildschirmfreigabe und Eintragungen durch die Ratsuchenden selbst erfolgen.

- **Erstellung und Aktualisierung einer Eingliederungsvereinbarung/eines Kooperationsplans:** Werden Vereinbarungen am geteilten Bildschirm erstellt oder aktualisiert, können Ratsuchende sich direkter in den Prozess einbringen und Fragen stellen. Die Fachkraft ihrerseits kann wichtige Passagen in der Vereinbarung aufzeigen und erläutern. So wurde etwa eine Aktualisierung der Eingliederungsvereinbarung aufgrund einer gemeinsam abgestimmten Arbeitsgelegenheit erforderlich. Die Fachkraft ging die Eingliederungsvereinbarung Punkt für Punkt am Bildschirm durch und wies auf die entsprechenden Änderungen hin. Die Kundin konnte gezielt Rückfragen stellen und hatte einen guten Überblick, was an welcher Stelle verändert wurde. Anschließend konnte die Eingliederungsvereinbarung verschickt und unterschrieben werden.

## 5.2 Videokonferenz

Im Videoformat ist es auf einfache Weise möglich, mit Zustimmung der Kundin bzw. des Kunden weitere Gesprächsteilnehmende einzubeziehen. Alle externen Teilnehmenden erhalten dabei jeweils eine eigene Einwilligungserklärung und können dem Videogespräch nur beitreten, sofern sie der Einwilligungserklärung zustimmen (zu Hinweisen zur Technik und zur Durchführung vgl. die aktuellen Leitlinien der Videokommunikation). Es können sowohl **Bezugspersonen der Ratsuchenden** (Eltern, Betreuende etc.) als auch **Fachleute** aus dem eigenen Haus oder anderen Institutionen beteiligt werden (z. B. Dolmet-

scherinnen und Dolmetscher). Die Anlässe, Gestaltungsmöglichkeiten und Konstellationen sind vielfältig. Die einladende Fachkraft übernimmt dabei zusätzlich eine moderierende Rolle und vereinbart gegebenenfalls bestimmte Kommunikationsregeln (Wortmeldung über Chat, Stummschaltung Mikro, Redezeiten etc.). Bei anwesenden Eltern kann zusätzlich mit systemischen Fragestellungen und Interventionen gearbeitet werden (vgl. Hintergrundmaterialien BeKo „Systemisches Fragen“).

### Beispiele aus der Praxis

- In der Berufsberatung sind häufig Eltern von minderjährigen Ratsuchenden involviert. Die Familienmitglieder halten sich tagsüber aber nicht selten an verschiedenen Orten auf. Um eine gemeinsame Beratung ohne viel Aufwand anbieten zu können oder überhaupt erst möglich werden zu lassen, kann sich eine Videokonferenzschaltung anbieten. In einem Fall wurde sogar ein im Ausland befindlicher Elternteil zugeschaltet.
- Wenn die Einbeziehung externer Fach- oder Begleitpersonen sinnvoll oder erforderlich ist – z.B. im Zusammenhang mit rechtskreisübergreifenden, gesundheitlichen und sozialen Fragen, einer rechtlichen Betreuung oder Sprachmittlung, kann der Videokonferenzmodus von Vorteil sein. Gute Anwendungsmöglichkeiten ergeben sich in Jugendberufsagenturen, die nicht in einem Haus untergebracht sind. Auch hybride Settings sind denkbar, etwa wenn eine weitere Person per Video temporär in eine Präsenzberatung zugeschaltet wird.
- Bei der Betreuung von Menschen mit komplexen Lebenslagen, bei der mehrere professionelle Fachkräfte involviert sind, können Fallkonferenzen dazu beitragen, die Hilfen besser zu koordinieren und zu steuern, insbesondere bei auftretenden Problemen (Göckler & Rübner, 2019, S. 164 ff.). Mit der Videotelefonie steht eine zeit- und kostensparende Möglichkeit zur Verfügung, Fallkonferenzen durchzuführen und damit ganzheitliche Betreuungsansätze verstärkt zu nutzen.
- Auch die Netzwerkarbeit im Sinne der Entwicklung und Pflege von lokalen Versorgungsstrukturen kann mithilfe von Onlinemeetings per Video unterstützt und ausgebaut werden. Gemeinsame Treffen vor Ort werden so durch Videokonferenzen ergänzt, persönliche Kontakte und Austauschrunden sind in variablen Settings regelmäßiger umsetzbar, da für alle Beteiligten zeitsparender. Auch Gäste sowie Referentinnen und Referenten können – unabhängig von ihrem Arbeitsort – temporär zugeschaltet werden.
- Für beratende Fachkräfte sind Reflexion und Weiterbildung wichtige Faktoren, um sich selbst und die eigene Beratungsqualität weiterzuentwickeln. Im Rahmen von kollegialen Beratungen, Supervisionen und Weiterbildungsveranstaltungen können Videokonferenzen eine gute Ergänzung zu Präsenzveranstaltungen darstellen. Blended-Learning-Formate können die jeweiligen Vorteile von Präsenz- und Distanzveranstaltungen nutzen und lassen sich teilweise besser in den Arbeitsalltag integrieren.



### 5.3 Chatfunktion

Die in die Videosoftware integrierte Chatfunktion lässt sich im Beratungskontext gut dafür einsetzen, um **Internetlinks, Bezeichnungen von Institutionen und (korrekte) Schreibweisen** zu übermitteln. Für Menschen mit eingeschränkten Kenntnissen der deutschen Sprache kann dies den zusätzlichen Mehrwert haben, dass wichtige Informationen nicht verloren gehen bzw. richtig geschrieben werden. Sind mehrere Gesprächsteilnehmende zugeschaltet – z. B. Angehörige, Betreuende oder externe Fachpersonen – kann der Chat zum Anmelden eines Wortbeitrags, zur kurzen Kommentierung oder Stellungnahme (verbal oder mittels Emojis) genutzt werden. Die moderierende Fachkraft sollte hierbei mit den übrigen Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern eine kurze **Verabredung über die Nutzung des Chats** treffen, auch sollte der Chat von allen Beteiligten eingeblendet werden, um mitlesen und gegebenenfalls reagieren zu können.

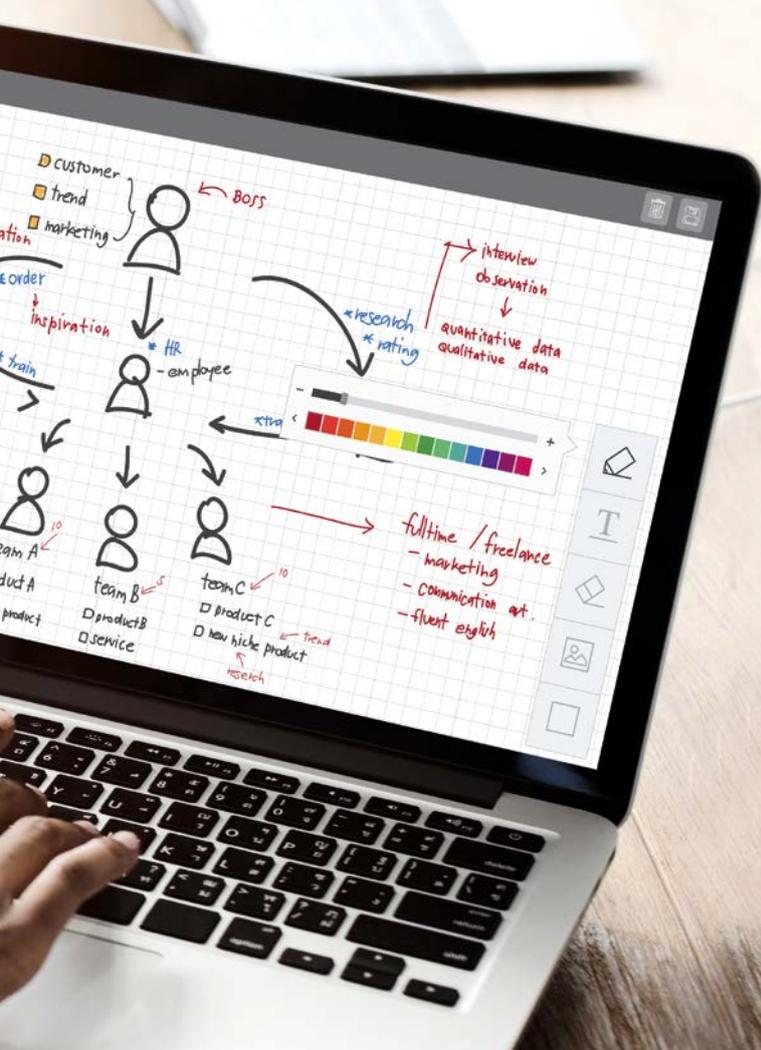
### 5.4 Visualisierung

In vielen Videokonferenzsystemen ist ein **Whiteboard** integriert, auf dem Ideen, Themen und Konzepte wie auf einem Notizblatt oder Flipchart visualisiert werden können. Innerhalb

der Boards gibt es thematische Vorlagen wie Mindmaps und Gestaltungselemente und Werkzeuge wie Freihandzeichnen, Stifte, Textboxen sowie grafische Objekte, Notizen, Bilder oder Raster. Für kollaboratives Arbeiten können die Whiteboards auch für andere Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner freigegeben werden. Die Ergebnisse können als Bilddatei abgespeichert und zur Verfügung gestellt werden. Alternativ zum Einsatz eines Whiteboards können gängige Programme (z. B. Powerpoint, Word) mittels Bildschirmfreigabe geteilt werden und von der teilenden Person verwendet werden.

Die **freie und spontane Visualisierung** ist in einer Beratung per Video nicht ganz so einfach möglich wie im Präsenzkontakt, das berichten auch Praktikerinnen und Praktiker (Silfverberg, 2021, S.21). So verlangt beispielsweise der souveräne Einsatz des Whiteboards im Vorfeld einiges an Übung. Will man während der Beratung auf Papier angefertigte Übersichten und Schaubilder zeigen bzw. Ratsuchende am Prozess der Erstellung teilhaben lassen, ist ein etwas flexiblerer Einsatz der eigenen Kamera gefragt, um auch den Schreibtisch temporär einblenden zu können (für weitere Ideen: Eybisch-Klimpel, 2022).

Demgegenüber ist der Einsatz **digital verfügbarer Vorlagen, Karten und Schaubilder** deutlich einfacher. Beispielsweise kann eine Pro-und-Contra-Liste eingeblendet werden, die ge-



## Beispiele aus der Praxis

- Künstlerisches Interesse:** In einer über Video stattfindenden Berufsberatung ging es um die Frage, worin die Ratsuchende ihre größten beruflichen Interessen sehen würde. Anknüpfend an die Interessendimensionen von Holland (die Beraterin hatte hier das RIASEC-Modell von Holland eingeblendet – siehe BeKo-Hintergrundmaterialien „Arbeit mit Berufstypen“) wählte die Ratsuchende den Bereich „künstlerisch-kreativ“ als sehr wichtig für sich aus. Die Beraterin fragte, was sie mit diesem Interessenschwerpunkt verbinden würde. Die Ratsuchende bat die Beraterin, einen Moment zu warten, sie müsse etwas holen, und zeigte anschließend verschiedene selbst erstellte Exponate (Skulpturen) von allen Seiten in die Kamera, die teilweise über einen Meter maßen und zugleich die intensive Beschäftigung mit der Materie dokumentierten.
- Schuldenberg:** In einem Videogespräch mit einem männlichen Leistungsberechtigten mit akademischen Hintergrund bemerkte die Beraterin, dass ihr Gesprächspartner zunehmend abgelenkter wirkte (der Blick schien ins Leere zu gehen, Fragen wurden immer einsilbiger beantwortet). Darauf angesprochen, sagte der Kunde mit einigem Zögern, dass er die ganze Zeit auf den vor ihm liegenden Stapel mit ungeöffneter Post starren würde, alles Mahnungen und Rechnungen. Die Fachkraft bot daraufhin an, über dieses Thema zu sprechen. Der Kunde zeigte die Briefe in die Kamera und sagte, dass er sich für seine Verschuldung schämen, es aber nicht schaffen würde, die Briefe zu öffnen. Man kam überein, hier und jetzt die Briefe zu öffnen und nach Dringlichkeit zu sortieren. Zudem wurden weitere Schritte und Beratungsangebote besprochen. Für den Kunden war dies ein wichtiger erster Schritt.
- Psychische Verfassung:** In einer am späteren Vormittag stattfindenden Folgeberatung per Video erschien die Kundin in einem abgetragenen T-Shirt, weitgehend ungekämmt und mit müdem Gesichtsausdruck. In der Präsenzberatung, die drei Monate zuvor stattgefunden hatte, war die Kundin korrekt angezogen und gut vorbereitet gewesen. Auf diese Diskrepanz angesprochen, gab die Kundin an, dass die Arbeitslosigkeit sie schon längere Zeit emotional belasten und ihr zunehmend der Antrieb fehlen würde, sich noch „in Form zu bringen“. Die Beraterin ermutigte die Kundin, etwas ausführlicher darüber zu sprechen. Gemeinsam wurde überlegt, wer und was ihr helfen könne, emotional wieder etwas stabiler und zuversichtlicher zu werden, auch ein zeitnahe Termin wurde vereinbart. Die Kundin fühlte sich erkennbar verstanden und bestärkt.

meinsam ausgefüllt wird, oder ein Schaubild zum Berufswahlprozess, um eine Einschätzung zum aktuellen Stand, relevante Einflussgrößen und mögliche Themenschwerpunkte zu besprechen (vgl. Kap. 6). Im Intranet finden sich unter [Beratungskonzeption > Hintergrundmaterialien](#) eine Reihe von Vorlagen und Anregungen. Auch im kollegialen Austausch können weitere Ideen und Vorlagen entwickelt werden (in einem Team der Berufsberatung werden beispielsweise eigene Übersichten zu verschiedenen Berufsbereichen arbeitsteilig erstellt).

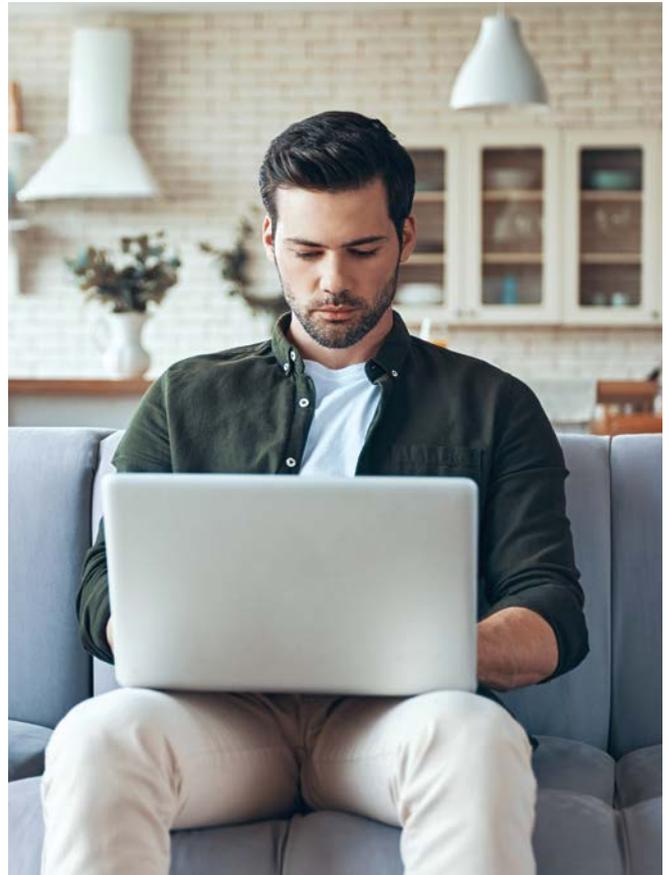
## 5.5 Häusliche Umgebung

Eine Besonderheit der Beratung per Video 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 bei Bedarf Dokumente oder Gegenstände herbeigeholt und gezeigt werden, Verhaltensunterschiede zwischen der Präsenz- und Videobegegnung beobachtet oder Themen behandelt werden, die in den offiziellen Büroräumen so nicht zur Sprache gekommen wären.

An diesen und anderen Beispielen (Kinder, Partnerin bzw. Partner oder Haustiere kommen ins Bild, Einblicke in die häusliche Umgebung) wird deutlich, dass sich die Videokommunikation an der **Nahtstelle zur besonders geschützten Privatsphäre der Kund\*innen** bewegt. Hartmann-Strauss (2020, S. 74) weist in diesem Zusammenhang auf zwei relevante Aspekte hin: „Die Arbeit mit Kontextinformationen setzt eine Beschäftigung mit Grenzen und möglichen Grenzverletzungen voraus, die auftreten können, wenn in die Privatsphäre des Gesprächspartners eingedrungen wird [...]. Besteht eine Bewusstheit über diese Aspekte, kann gerade deren gezielter Einbezug in die Behandlung entscheidend sein, um Informationen zu erhalten, die im Gespräch vor Ort nicht generiert werden könnten. Zum einen kann dies daran liegen, dass Fragen, z. B. aus Scham, nicht beantwortet werden. Oft liegt es jedoch schlicht daran, dass sich eine Frage nicht stellt, weil sie außerhalb des erkannten (Problem-)Kontextes liegt.“ Dabei ist zu beachten, dass der gewollt oder ungewollt gewährte Einblick in die Lebenswelt der anderen Person auch zu Fehlschlüssen verleiten kann. 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.

Des Weiteren ist zu beachten, dass der Einsatz der Videokommunikation zur Beurteilung der Wohnsituation oder zur Überprüfung des aktuellen Aufenthaltsortes nicht zulässig ist, da das Format nicht für Anwendungsfälle genutzt werden darf, aus denen sich rechtlich nachteilige Folgen für die Kundin bzw. den Kunden ergeben können, bzw. für Beratungsinhalte und -situationen, welche für die Kundin bzw. den Kunden zum Zeitpunkt der Einwilligung nicht bekannt bzw. absehbar waren.

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. Lässt sich beispielsweise für beide Seiten keine ungestörte Gesprächsatmosphäre aufbauen, ist über alternative Möglichkeiten nachzudenken (z. B. Präsenztermin oder Telefonat). 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 per Videotelefonie einen entscheidenden Vorteil darstellt (vgl. Abschnitt 3.1). **Niedrigschwelligkeit** ergibt sich hier aus einem an unterschiedliche Lebenslagen angepassten Beratungsangebot.



## Auf den Punkt gebracht

- Über die Bildschirmfreigabe erschließen sich viele Möglichkeiten der Zusammenarbeit, beispielsweise die Bereitstellung von Informationen, gemeinsame Recherchen und die Bearbeitung von digitalen Dokumenten, Vorlagen und Profilen.
- Im Videoformat ist es auf einfache Weise möglich, verschiedene Gesprächsformate zu organisieren, z. B. mit Begleitpersonen, Eltern und Fachdiensten.
- Die häusliche Umgebung, in der sich die Kund\*innen während der videogestützten Beratung befinden, kann dazu beitragen, dass diese für den Beratungs- und Integrationsprozess relevante Themen von sich aus leichter ansprechen. Dabei ist seitens der Fachkräfte auf die besonders geschützte Privatsphäre der Kund\*innen zu achten.

## 6. Methoden und Techniken

### Worum geht es? Eigenes Beratungsrepertoire nutzen – Anregung & Ermutigung – ausgewählte explorative Methoden

In der Literatur wird die Ansicht vertreten, dass die im Präsenzkontakt erworbenen Beratungskompetenzen auch im Kommunikationssetting der Videoberatung genutzt werden können (Knatz & Dodier, 2021). Für die Videotherapie, in der im Vergleich zur beschäftigungsorientierten Beratung weitaus komplexere Methoden und Techniken zum Einsatz kommen, formuliert Hartmann-Strauss (2020, S. 80 f.) dies so: „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. Die Nutzung der vertrauten Vorgehensweisen hat zudem einen haltgebenden Effekt, da die Fremdheit, die potenziell durch das neue Medium entsteht, nicht durch ungewohnte Umgangsweisen mit den eingebrachten Themen vergrößert wird.“ In der videogestützten Beratung kann also – mit zunehmender Sicherheit und Übung – **auf das eigene Beratungsrepertoire zurückgegriffen werden**. So konnten im Rahmen der Hospitationen alle gängigen Beratungstechniken wie Erzählaufforderung, offene und zirkuläre Fragen, Zusammenfassungen, Lob und aktives Zuhören beobachtet werden. Die befragten Fachkräfte gaben an, dass sie hierin keinen Unterschied zum Präsenzkontakt sehen würden. Bei den etwas aufwendigeren und mit Visualisierungen verbundenen Techniken zeigte sich eine größere Zurückhaltung, teils wurde auf die noch fehlende Sicherheit mit dem neuen Medium der Videokommunikation verwiesen, teils auch der Wunsch nach methodischen Anregungen geäußert, sei es durch Schulungen, kollegialen Austausch oder einen Praxisleitfaden.

Im Folgenden werden deshalb einige Methoden und Techniken vorgestellt, die in unterschiedlichen Beratungssettings der BA seit vielen Jahren im Einsatz sind und sich auch auf das Videoformat übertragen lassen. Die Darstellung erfolgt in Form von kurzen Steckbriefen, ergänzt um Visualisierungsbeispiele und kurze Kommentare. Es geht an dieser Stelle vor allem um **Anregung und Ermutigung, das eigene Methodenrepertoire auch im Videoformat selbstbewusst zu entfalten**. So bietet ein neues Gesprächsformat auch die Chance, über Beratungsmethoden nachzudenken und Neues auszuprobieren. Alle hier vorgestellten Methoden sind explorativ angelegt, d. h., es geht weniger um ein Abfragen von spezifischen Informationen, sondern mehr um ein gemeinsames Sondieren, Reflektieren, Klären, Konkretisieren.

In den meisten Beispielen wird mit einer begleitenden und unterstützenden **Visualisierung** gearbeitet, insoweit also auch die Bildschirmfreigabe (über die Funktion „Programm präsentieren“) genutzt. Eine visuelle Unterstützung hat viele Vorteile: Sie schließt an den für die meisten Menschen wichtigen visuellen Wahrnehmungskanal an, sie eignet sich zudem zum Sammeln, Sortieren, Verbinden und Veranschaulichen von Gedanken und Gefühlen und sie kann schließlich neue Ideen und Einsichten zutage fördern (vgl. Hintergrundmaterialien zur BeKo „Visualisierung in der beruflichen Beratung“).



Wenn häufiger mit Visualisierungsvorlagen gearbeitet wird, ist es empfehlenswert, sich einen Ordner mit entsprechenden Dateien anzulegen, auf den während der Beratung schnell zugegriffen werden kann. Manche der hier vorgestellten Methoden sind zeitlich etwas umfassender und prozessual angelegt, d. h. die begonnene Beschäftigung mit einem Thema kann im Anschluss an die Beratung weitergeführt werden, zudem ist die Bereitschaft der Ratsuchenden erforderlich, sich auf diese einzulassen. In den einzelnen Steckbriefen wurden deshalb auch ungefähre Zeitangaben zur Orientierung gemacht. Vertiefungsmöglichkeiten zu den einzelnen Methoden finden sich im Intranet unter [Beratungskonzeption > Hintergrundmaterialien](#). Es ist geplant, diesen Methodenpool schrittweise auszubauen.

## 6.1 Brainstorming

Das Brainstorming ist eine flexibel und einfach einsetzbare Methode, um in einem möglichst offenen Rahmen zu einem bestimmten Thema Ideen, Erfahrungen und Gesichtspunkte zu sammeln und zu visualisieren. Grundprinzip des Brainstormings ist die Trennung von Ideen-Produktion und Ideen-Bewertung. Die Rolle der Beratungsfachkraft besteht zunächst darin, die Ratsuchenden zu ermutigen, Bewertungen und Be-

denken zurückzustellen und möglichst frei zu assoziieren. Bei der Ideen-Bewertung geht es dann um ein gemeinsames Zusammenfassen und Strukturieren. Die Visualisierung kann mithilfe des Whiteboards oder einer PowerPoint-Folie erfolgen – die Stichworte aus dem Brainstorming werden durch Textfelder dokumentiert und können anschließend beliebig verschoben werden.



### Steckbrief „Brainstorming“

#### Geeignet für

- Einstieg in ein Thema
- Ideen entwickeln
- Lösungsoptionen finden
- Kreativität freisetzen
- Spontaneität entwickeln und nutzen
- Ermutigung und Aktivierung der Ratsuchenden

#### Besonderheiten im Videoformat

- Bedingt für Einwahl mit Handy geeignet
- Bildschirmfreigabe/Ausfüllen durch Fachkraft

#### Voraussetzung & Zeit

Variabel, je nach Thema und wie intensiv die einzelnen Schritte durchgearbeitet werden: mind. 10 Min.

#### Ablauf & Methodisches

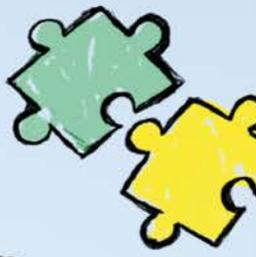
- Vorbereitung: Fachkraft macht den Vorschlag, die Methode des Brainstormings einzusetzen
- Ideenfindung: Fachkraft unterstützt Ratsuchende, z. B. durch Impulsfragen und Visualisierung der spontan geäußerten Ideen (Whiteboard oder PowerPoint)
- Zusammenfassung/Strukturierung: Ergebnisse werden gesichtet, zusammengefasst, strukturiert und bei Bedarf vertieft
- Bewertung: Einschätzung Erkenntnisgewinn, praktische Schlussfolgerungen

#### Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet

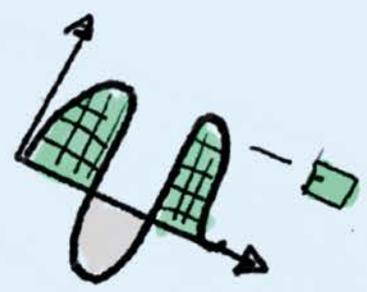
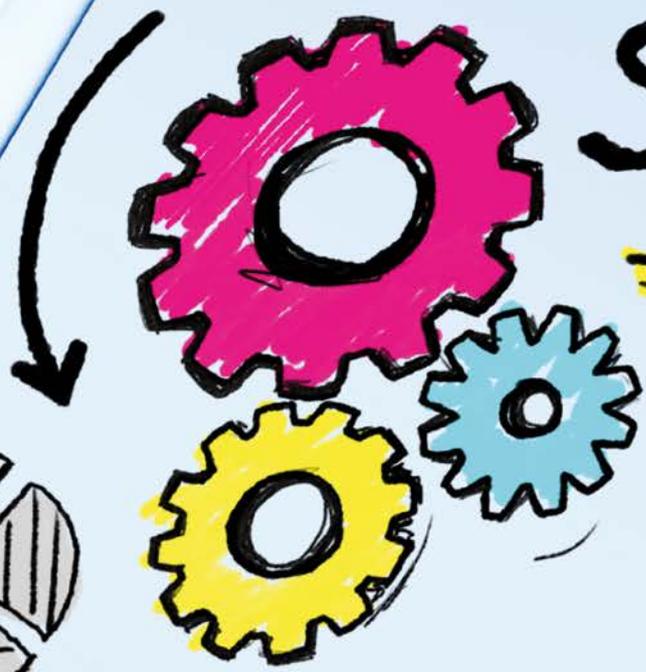
Ausführliche Beschreibung > „Brainstorming“



GROWTH



# STRATEGY



WORK

## 6.2 Skalierungstechnik

Mithilfe von Skalen kann sowohl eine **Standortbestimmung als auch eine Entwicklung oder Veränderung 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. Hierzu können Fragen zu einer hypothetischen Veränderung (z. B. „Was müsste passieren, damit Sie auf der Skala um eine Stufe nach vorne rücken?“) oder auch zirkuläre Fragen gestellt werden, um eine alternative Perspektive (z. B. die von Peers, Eltern, Partnerin bzw. Partner, Kolleginnen und Kollegen) einzubeziehen.

Für die Visualisierung stehen grundsätzlich zwei Arten von Skalen zur Verfügung:

- **Thematisch offene Skalen:** Solche Skalen beinhalten lediglich den Zahlenstrahl, häufig wird hierbei eine Spanne von

0 bis 10 oder 0 bis 100 verwendet (vgl. Abbildung 4). Die eigentliche Fragestellung wird während des Beratungsgesprächs entwickelt, die Visualisierung dient der unterstützenden Darstellung. Eine Visualisierung mithilfe 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 Punkten in verschiedenen Farben, können entsprechend abgebildet werden.

- **Beschriftete Skalen:** Hier sind die Fragen bereits vorgegeben und der Ratsuchende wird aufgefordert, eine Einschätzung vorzunehmen. Werden mehrere, thematisch zusammenhängende Skalen verwendet, ist es möglich, die verschiedenen Ausprägungen zu vergleichen (vgl. Abbildung 5). Zudem kann die Beratungsfachkraft ein Feedback zur Selbsteinschätzung geben. Je nach Bedarf können dann einzelne Themenkomplexe weiter vertieft werden.



### Steckbrief „Skalierungstechnik“

#### Geeignet für

- Eigene Einstufung auf Grundlage von Rangstufen (Skala)
- Konkretisierung von unklaren oder abstrakten Aussagen
- Darstellung und Erkennen von (minimalen) Entwicklungen
- Ableiten von Unterschieden bei Vergleich von zwei und mehr Skalen
- Einsetzbar in allen Beratungsphasen

#### Besonderheiten im Videoformat

- Für Einwahl mit Handy geeignet
- Bildschirmfreigabe/Ausfüllen durch Fachkraft

#### Voraussetzung & Zeit

Variabel, je nachdem, ob mit vertiefenden Fragen weitergearbeitet wird: 5–10 Min.

#### Ablauf & Methodisches

- Ratsuchende werden gebeten, einen sie betreffenden Sachverhalt auf einer Skala einzuschätzen
- Im Anschluss kann mit (systemischen) Vertiefungsfragen weitergearbeitet werden

#### Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet

- Ausführliche Beschreibung
  - > „Skalierungstechnik“
  - > „Systemische Fragen“
- Visualisierungsvorlagen:
  - > Skala von 0 bis 10 und 0 bis 100
  - > Arbeitsbogen „Stand im Entscheidungsprozess“
- Für ein Anwendungsbeispiel: Rübner & Höft (2019b)

### Abbildung 4: Offene Bewertungsskala

Einschätzung zu folgender  
Fragestellung: \_\_\_\_\_

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

\_\_\_\_\_ →

Trifft nicht zu Trifft völlig zu

Quelle: eigene Darstellung

### Abbildung 5: Skala zum aktuellen Berufswahlstand

trifft nicht zu —————> trifft völlig zu

 **Einsatzbereitschaft:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ich setze mich aktiv mit meiner aktuellen beruflichen Entscheidungssituation auseinander.

 **Selbsteinschätzung:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ich kann mich und meine beruflichen Interessen, Fertigkeiten und Begabungen sehr gut einschätzen.

 **Informationsstand:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ich bin schon gut über meine beruflichen Möglichkeiten informiert.

 **Entscheidungsverhalten:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ich habe keine Probleme, auch wichtige Entscheidungen zu treffen.

 **Realisierungsaktivitäten:** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ich habe bereits konkrete Schritte unternommen.

Quelle: BeKo-Hintergrundmaterialien

## 6.3 Pro-Contra-Abwägung

Eine Pro-Contra-Abwägung ist eine einfache, aber **effektive Methode**, Argumente für und gegen eine oder auch zwei Optionen zu sammeln und zu gewichten. Hierzu kann eine einfache Gegenüberstellung genutzt werden, in der Literatur werden aber auch etwas komplexere Darstellungen beschrieben (z. B. die Entscheidungswaage zur Vor-und-Nachteils-Prüfung von zwei möglichen Verhaltensweisen). Zumeist folgt auf die erste Sammlung eine Phase, in der einzelne Punkte gesondert besprochen und gewichtet werden.

Eine einfache Pro-Contra-Liste könnte beispielsweise wie in Abbildung 6 dargestellt aussehen.

Eine mehrere Faktoren und Personen einbeziehende Abwägung könnte mehrere Teilaspekte umfassen. Denkbar wäre, dass dieser mehrdimensionale Abwägungsprozess in der Beratung vorgestellt und mit einer ersten Sammlung begonnen wird, die dann vom Ratsuchenden selbstständig weitergeführt und bei Bedarf in einem Folgetermin gemeinsam ausgewertet wird (vgl. Abbildung 7).



### Steckbrief „Pro-Contra-Abwägung“

<b>Geeignet für</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klären von Vor- und Nachteilen von Optionen</li> <li>• Entscheidungsfindung anstoßen und unterstützen</li> <li>• Kann als Grundlage für Entscheidungsmatrix dienen</li> </ul>
<b>Besonderheiten im Videoformat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht für Einwahl mit Handy geeignet</li> <li>• Bildschirmfreigabe/Ausfüllen durch Fachkraft oder Ratsuchende</li> </ul>
<b>Voraussetzung &amp; Zeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klare Option(en), die es zu bewerten gilt</li> <li>• 10–20 Min.</li> </ul>
<b>Ablauf &amp; Methodisches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Beratungsfachkraft übernimmt eine moderierende Funktion (Anleitung Ablauf, Nachfragen, Zusammenfassungen etc.)</li> <li>• Die mögliche Option wird als Frage formuliert und als Überschrift auf der Liste eingetragen</li> <li>• In der „Pro-Spalte“ werden alle Vorteile und Chancen aufgeschrieben (möglichst positiv formuliert)</li> <li>• In der „Contra-Spalte“ werden alle Nachteile und Risiken eingetragen</li> <li>• Abschließend findet eine (erste) Bewertung statt</li> <li>• Prozess kann in der Beratung begonnen und bei einem Folgetermin fortgesetzt werden</li> </ul>
<b>Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visualisierungsvorlage „Pro-Contra-Liste“</li> <li>• Zur Vertiefung und Erweiterung: „Arbeitsbogen zur Vor-und-Nachteilsprüfung“ – hiermit können mögliche Folgen einer Entscheidung systemisch überprüft werden (Einbeziehung soziales Umfeld)</li> <li>• Zur Vor-und-Nachteils-Abwägung von zwei Optionen oder Verhaltensweisen kann eine „Entscheidungswaage“ bzw. eine aus vier Zellen bestehende Tabelle genutzt werden (Rosengren, 2012, sowie Arbeitsblätter im Internet)</li> </ul>

**Abbildung 6: Pro-Contra-Liste**

Option:	
Pro (Vorteile)	Contra (Nachteile)

Quelle: eigene Darstellung

**Abbildung 7: Arbeitsbogen Entscheidungsfindung**

WIE BEURTEILE ICH...	POSITIVE FOLGEN	NEGATIVE FOLGEN
 <p>Vor- und Nachteile für mich selbst</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>
 <p>Vor- und Nachteile für andere</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>
 <p>Billigung bzw. Miss- billigung durch mich</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>
 <p>Billigung bzw. Miss- billigung durch andere</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>	<p>1. ....</p> <p>2. ....</p> <p>3. ....</p>

Quelle: BeKo-Hintergrundmaterialien

## 6.4 Entscheidungsmatrix

Soll es im Rahmen der Entscheidungsfindung um eine **kriteriengeleitete Abwägung** zwischen zwei oder mehr Optionen gehen, kann eine Entscheidungsmatrix eingesetzt werden, mit der die einzelnen Optionen bewertet und gewichtet werden. Um den Überblick zu behalten, wird in der Regel mit einer tabellarischen Darstellung gearbeitet, in der die einzelnen Optionen und Kriterien eingetragen werden. Wie die Forschung gezeigt hat, kommt es dabei am Ende nicht auf eine möglichst exakte Berechnung der verschiedenen Alternativen an, sondern mehr um den klärenden Prozess (Rübner & Höft, 2019a). Für

eine ergänzende oder alternative Methode, in der noch stärker die **intuitive Seite der Entscheidungsfindung** Berücksichtigung findet, kann sich für experimentierfreudige Beratende – auch im Videoformat – die Arbeit mit Bodenankern anbieten (vgl. BeKo-Hintergrundmaterialien): Hierzu werden Optionen gesammelt, auf Karten geschrieben und auf dem Boden oder Schreibtisch ausgebreitet, um dann ausgehend von einer bestimmten Alternative möglichst frei zu assoziieren und laut nachzudenken.



### Steckbrief „Entscheidungsmatrix“

<b>Geeignet für</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungsfindung</li> <li>• Herausarbeiten von Werten und eigenen Präferenzen, die entscheidungsrelevant sind</li> <li>• Vergleich und Bewertung mehrerer Optionen</li> <li>• Bilden einer Rangfolge der Optionen</li> </ul>
<b>Besonderheiten im Videoformat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht für Einwahl mit Handy geeignet</li> <li>• Bildschirmfreigabe/Ausfüllen durch Fachkraft oder Ratsuchende</li> </ul>
<b>Voraussetzung &amp; Zeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10–20 Min.</li> <li>• Bereits vorliegende Optionen sind hilfreich</li> </ul>
<b>Ablauf &amp; Methodisches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Beratungsfachkraft übernimmt eine moderierende Funktion (Anleitung Ablauf, Nachfragen, Zusammenfassungen etc.)</li> <li>• Im ersten Schritt werden die vorhandenen Optionen in die Entscheidungsmatrix eingetragen</li> <li>• Im Anschluss werden die Kriterien, die für die Entscheidung wichtig sind, erarbeitet und in die Matrix übernommen</li> <li>• Daran anschließend kann eine Gewichtung der einzelnen Kriterien vorgenommen und ebenfalls in der Matrix vermerkt werden</li> <li>• Die einzelnen Kriterien werden nun hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit oder Realisierbarkeit bewertet</li> <li>• Erfolgt die Bewertung mithilfe von Zahlen, ist es möglich, die einzelnen Werte zu multiplizieren und die Summenwerte für die einzelnen Optionen zu vergleichen</li> </ul>
<b>Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausführliche Beschreibung <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; „Entscheidungsmatrix“</li> <li>&gt; „Entscheidungsfindung mit Bodenankern“ (ergänzend, alternativ)</li> </ul> </li> </ul>

Abbildung 8: Entscheidungsmatrix

Kriterien \ Optionen	Eintrittswahrscheinlichkeit (0–1)	
	Lehrerin	Journalistin
Berufliche Herausforderung (10)		
Geografische Mobilität (9)		
Hohes Einkommen (7)		
Arbeitsplatzsicherheit (6)		
Freizeit (4)		
Übereinstimmung Eltern (3)		

Quelle: eigene Darstellung

Im vorliegenden Beispiel (s. Abbildung 8) könnte eine Ratsuchende bei ihrer Berufs- und Studienwahl zwischen Journalistin und Englischlehrerin schwanken. Zusammen mit ihrem Berufsberater überlegt sie, was ihr bei der Berufswahl beson-

ders wichtig bzw. weniger wichtig ist, und anschließend, wie gut sich diese Kriterien in den einzelnen Optionen realisieren lassen. Anstatt mit Zahlen kann auch mit Symbolen wie Plus- und Minuszeichen gearbeitet werden.



## 6.5 Standortbestimmung im Berufswahlprozess

Die hier beschriebene Methode zur Standortbestimmung im Berufswahlprozess steht exemplarisch für den Einsatz von Übersichtsschaubildern. In Beratungsgesprächen werden häufig Übersichten eingesetzt, um Angebote, Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Hierbei kann auf tabellarische Darstellungen, Grafiken und Schaubilder einschlägiger Informationsportale und Datenbanken (z. B. BERUFENET, planet-beruf.de) und auf [Hintergrundmaterialien zur Beratungskonzeption](#) zurückgegriffen werden.

Auch die **grafische Aufbereitung von Ergebnissen eines Online-Self-Assessments (OSA)** kann als Bezugspunkt für die Beratung dienen (Ratsuchender teilt seinen Bildschirm oder übermittelt Beratungsfachkraft das Ergebnis per E-Mail). Als Beispiele seien hier zwei Online-Self-Assessments zum Stand im Berufs- und Studienwahlprozess genannt, die auf den Dimensionen der Orientierungs- und Entscheidungsberatung der Beratungskonzeption der BA aufbauen ([www.meine-berufswahl.org](http://www.meine-berufswahl.org) und [www.meine-studienwahl.org](http://www.meine-studienwahl.org); vgl. Rübner, 2021).



### Steckbrief „Standortbestimmung im Berufswahlprozess“

#### Geeignet für

- Visualisierung des Berufswahlprozesses
- Unterstützung der Selbsteinschätzung zum aktuellen Stand
- Veranschaulichung von wichtigen Einflussgrößen
- Absprache von Gesprächsschwerpunkten
- Einsetzbar in den Phasen der Situationsanalyse und Zielfindung

#### Besonderheiten im Videoformat

- Für Einwahl mit Handy geeignet
- Bildschirmfreigabe/Ausfüllen durch Fachkraft

#### Voraussetzung & Zeit

- Orientierungs- und Entscheidungsberatung
- Variabel: 5–15 Min.

#### Ablauf & Methodisches

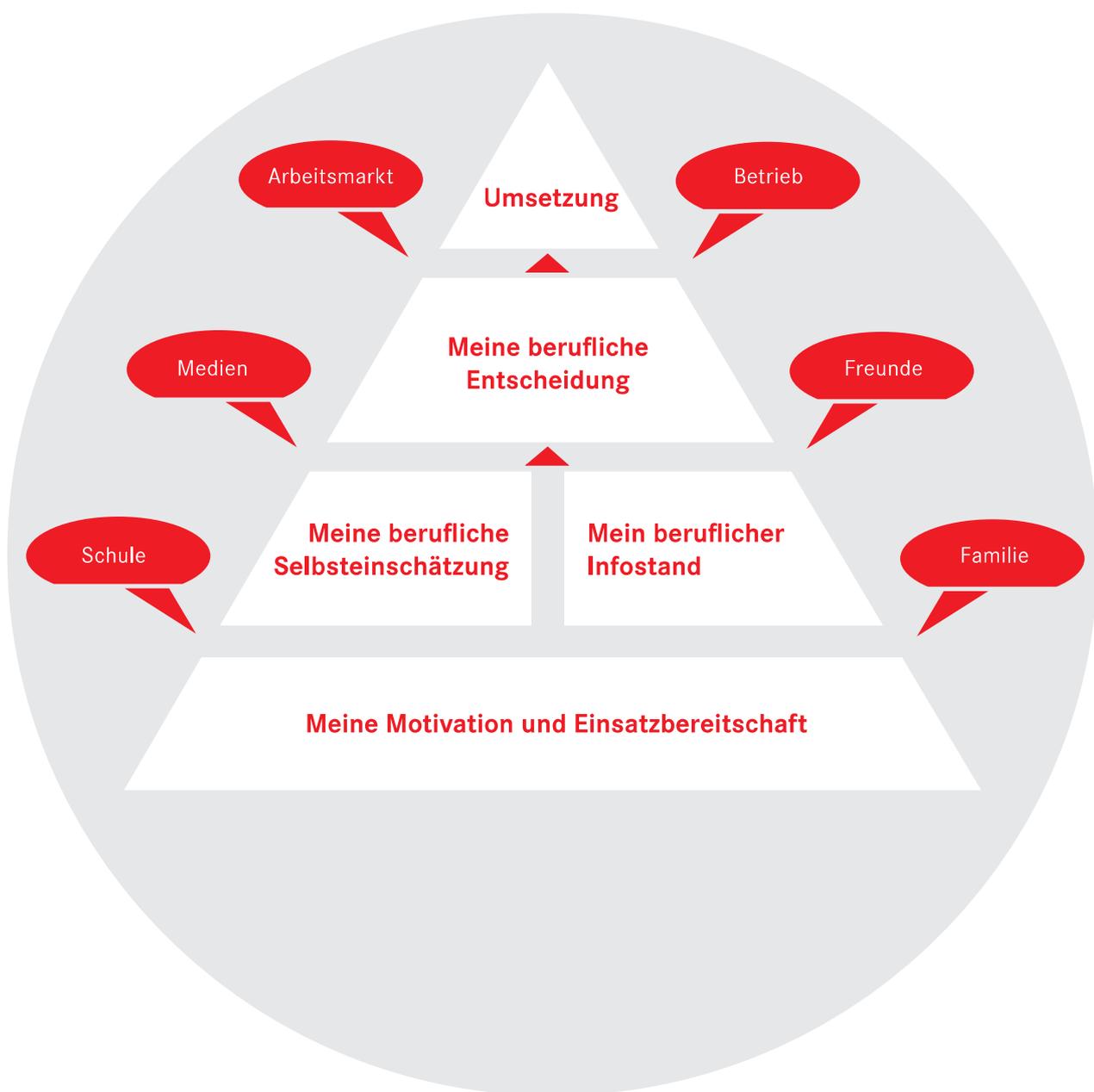
- Das Schaubild zum Berufswahlstand wird als visuelle Grundlage hinzugezogen und der fachliche Hintergrund erläutert
- Ratsuchende können sich selbst verorten und die für sie relevanten Bezugspersonen/Einflussgrößen benennen
- Anhand des Schaubildes lassen sich Gesprächsthemen und/oder -ziele festlegen
- Das Schaubild kann während des Gespräches immer wieder als Bezugspunkt herangezogen werden

#### Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet

- Visualisierungsvorlagen
  - > Stand im Berufswahl-/Entscheidungsprozess
  - > Arbeit mit Berufstypen (alternativ, ergänzend für eine inhaltliche Positionierung nach RIASEC)
- Online-Self-Assessment zum Stand im Berufswahlprozess
  - > [www.meine-berufswahl.org](http://www.meine-berufswahl.org)
  - > [www.meine-studienwahl.org](http://www.meine-studienwahl.org)
- Für Anwendungsbeispiele: Rübner & Höft (2021) und Rübner (2021)

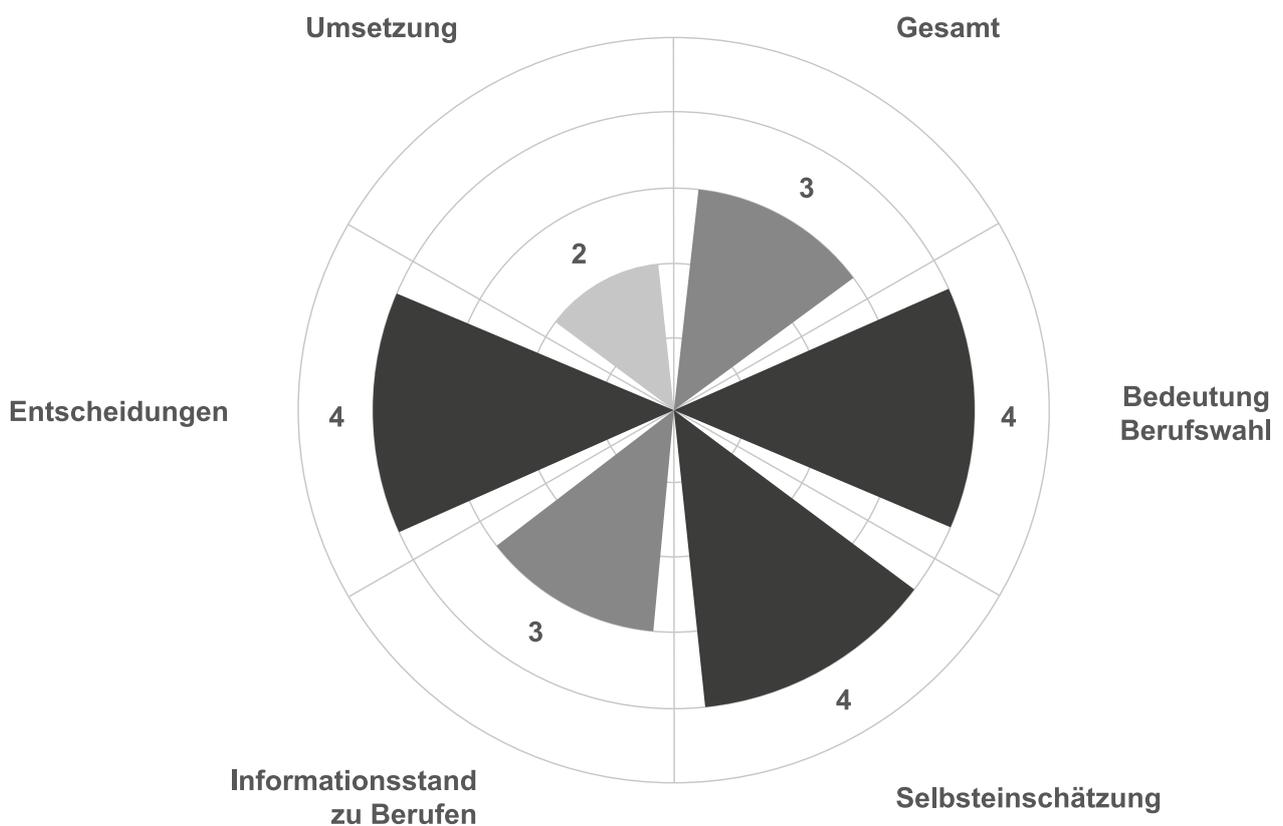
Visualisierungsvorlage zum Stand im Berufswahlprozess:

Abbildung 9: Meine Berufswahlsituation: Wo stehe ich aktuell?



Ein Beispiel für eine Rückmeldung auf dem Online-Verfahren „Mein Stand im Berufswahlprozess“ findet sich in Abbildung 10.

Abbildung 10: Mein Stand im Berufswahlprozess



### Was bedeuten die Farben und Werte?

- **Stärkebereich (5/4):** Du bist hier schon weiter als deine Vergleichsgruppe
- **Mittelbereich (3):** Du bist so weit wie deine Vergleichsgruppe
- **Entwicklungsbereich (1/2):** Du bist hier noch nicht so weit wie deine Vergleichsgruppe

## 6.6 Vorbereitung auf Online-Vorstellungsgespräche

Es ist davon auszugehen, dass Online-Vorstellungsgespräche im Zuge der digitalen Transformation weiter zunehmen und im Rekrutierungsprozess immer selbstverständlicher werden. Das Videoformat bietet hier die ideale Grundlage, um Ratsuchende auf Online-Vorstellungsgespräche vorzubereiten – **von**

**der Weitergabe von Tipps zur Vorbereitung bis zum Üben eines konkreten Vorstellungsgesprächs** im Videosetting. Zur Umsetzung und Weiterentwicklung dieser Methode kann sich neben dem kollegialen Austausch auch die Zusammenarbeit mit dem berufspsychologischen Service anbieten.

### Steckbrief „Vorbereitung auf Online-Vorstellungsgespräche“

<b>Geeignet für</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ratsuchende, die in Branchen arbeiten bzw. arbeiten wollen, in denen Online-Interviews eingesetzt werden</li> <li>• Ratsuchende, die zu einem Online-Interview eingeladen worden sind</li> </ul>
<b>Besonderheiten im Videoformat</b>	Nicht für Einwahl mit Handy geeignet
<b>Voraussetzung &amp; Zeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkraft hat sich mit Online-Vorstellungsgesprächen vertraut gemacht</li> <li>• Bei Rollenspiel: im Vorfeld Absprache mit Ratsuchenden über Setting, Zeit, Anforderungsprofil der Stelle/des Unternehmens; für die Umsetzung mind. 20 Min. Zeit einplanen</li> </ul>
<b>Ablauf &amp; Methodisches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Rollenspiel übernimmt die Fachkraft die Position der Unternehmensvertretung</li> <li>• Wichtige Stationen eines Vorstellungsgesprächs sollten durchlaufen werden</li> <li>• Feedback zu inhaltlichen Aspekten und Präsentation im Videosetting</li> </ul>
<b>Weiterführende BeKo-Materialien im Intranet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Simulationen in der Beratung“</li> <li>• „Entscheidungsfindung mit Bodenankern“</li> </ul>

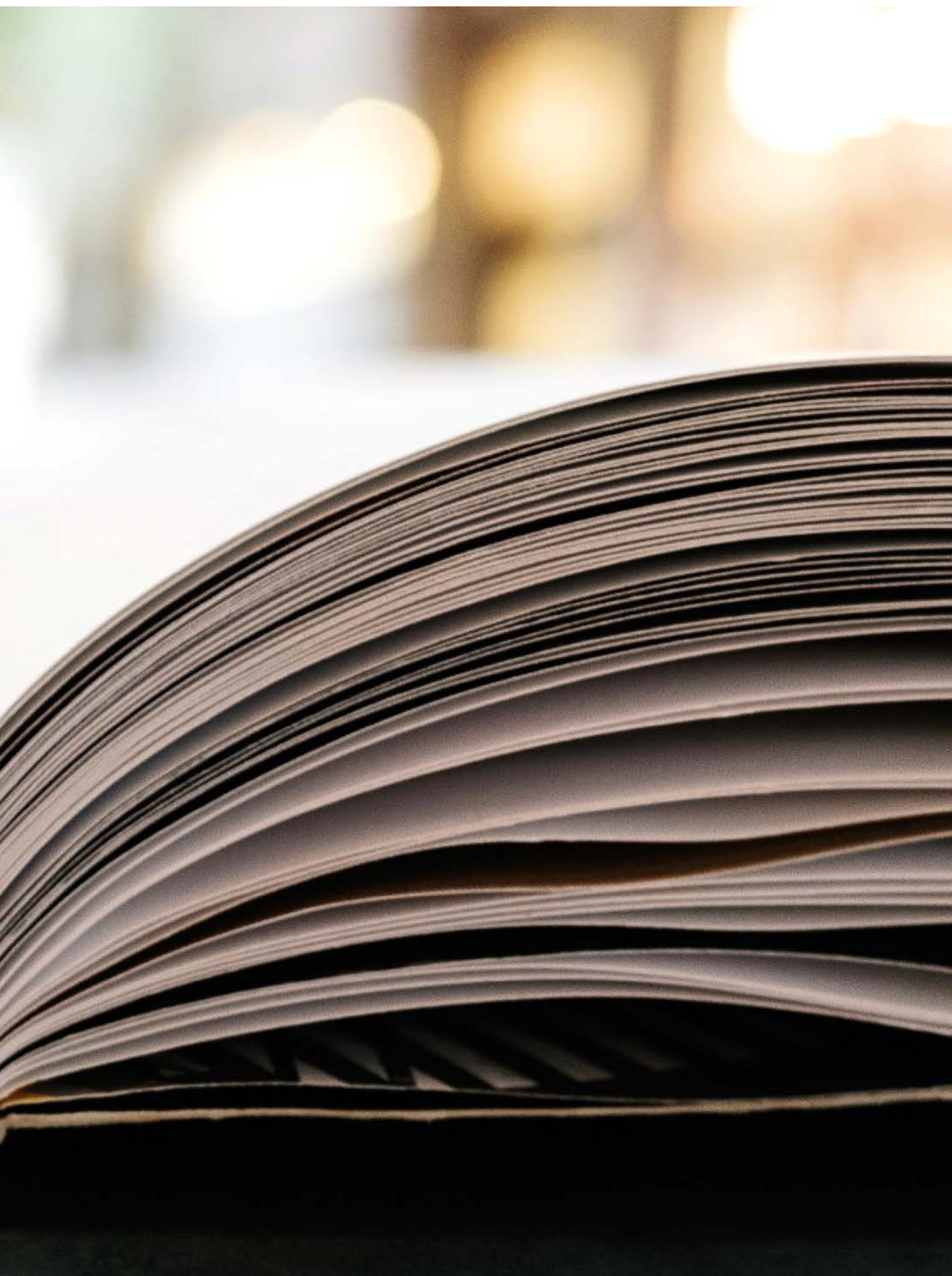
### Auf den Punkt gebracht

→ Im Videoformat können alle gängigen Gesprächstechniken eingesetzt werden, die aus der Präsenzberatung vertraut sind. Mit etwas Übung können auch komplexere Methoden genutzt werden, bei denen Visualisierungen und digitale Vorlagen zum Einsatz kommen.

→ Das Videoformat bietet hier die Chance, Neues auszuprobieren und das eigene beraterische Methodenrepertoire zu erweitern. Zu empfehlen ist ein reger fachlicher Austausch vor Ort, in überregionalen Arbeitskreisen und in Foren der BA. Im Intranet findet sich unter Beratungskonzeption eine breite Sammlung an bewährten Methoden, Techniken und Visualisierungsvorlagen.

# 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 (BA) (2021). Erprobung „Online-Lotse“, Erfahrungsbericht 2018–2020. [https://www.baintranet.de/007/003/Documents/Erfahrungsbericht\\_Erprobung\\_Online\\_Lotse.pdf](https://www.baintranet.de/007/003/Documents/Erfahrungsbericht_Erprobung_Online_Lotse.pdf).
- Bundespsychotherapeutenkammer (BPTK) (2020). Videobehandlung. Eine Umfrage zu den Erfahrungen von Psychotherapeut\*innen. BPTK-Studie. [https://www.bptk.de/wp-content/uploads/2020/11/20201105\\_BPTK-Studie\\_Videobehandlung.pdf](https://www.bptk.de/wp-content/uploads/2020/11/20201105_BPTK-Studie_Videobehandlung.pdf).
- Brunner, A., Engelhardt, E. & Heider, T. (2009). Foren-Beratung. In S. Kühne & G. Hirtenberger (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung* (S. 79–90). Göttingen: Vandenhoeck.
- Buschle, C. & Meyer, N. (2020). Soziale Arbeit im Ausnahmezustand?! Professionstheoretische Forschungsnotizen zur Corona-Pandemie. *Soziale Passagen*, 12. <https://doi.org/10.1007/s12592-020-00347-0>.
- Cedefop (2020). Note on lifelong guidance and the COVID-19 pandemic: Responses from Cedefop's CareersNet. <https://www.cedefop.europa.eu>.
- 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.
- DGOB (2020). Definition Online-Beratung. <https://dg-onlineberatung.de/definition-ob/>.
- Donaghy, E., Atherton, H., Hammersley, V., McNeilly, H., Bikker, A., Robbins, L., Campbell, J. & McKinstry, B. (2019). Acceptability, benefits, and challenges of video consulting: A qualitative study in primary care. *The British Journal of General Practice*, 69(686), e586–e594. <https://doi.org/10.3399/bjgp19X704141>
- Eichenberg, C. (2007). Online-Sexualberatung: Wirksamkeit und Wirkweise. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 20(03), 247–262.
- Eichenberg, C. & Kühne, S. (2014). *Einführung in die Onlineberatung und -therapie. Grundlagen, Interventionen und Effekte der Internetnutzung*. München: Ernst Reinhardt.
- Engelhardt, E. (2021). *Lehrbuch Onlineberatung* (2. Aufl.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- 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. & Engels, S. (2021). Einführung in die Methoden der Videoberatung. *e-beratungsjournal.net*, 17(1), Artikel 2. [https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2021/06/engelhardt\\_engels.pdf](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*, 13(1), Artikel 2. [http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0117/Engelhardt\\_Gerner.pdf](http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0117/Engelhardt_Gerner.pdf).
- Engelhard, E. & Piekorz, K. (2022). Einführung in die Onlineberatung per Messenger. *e-beratungsjournal.net*, 18(1), Artikel 2. [https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2022/02/engelhardt\\_piekorz.pdf](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. <https://www.wbv.de/journals/zeitschriften/dvb-forum.html>.
- Fachgruppe CM in der Arbeitsmarktintegration (2018). Zielarbeit im Case Management. Ein theoretischer und praktischer Wegweiser für die Zielarbeit im Case Management. Gesamtedaktion: R. Göckler, U. Jäger & M. Rübner. Mannheim, Stuttgart. [https://www.dgcc.de/wp-content/uploads/2019/01/Workbook-Zielarbeit\\_im\\_Case-Management.pdf](https://www.dgcc.de/wp-content/uploads/2019/01/Workbook-Zielarbeit_im_Case-Management.pdf).
- Germain, V., Marchand, A., Bouchard, S., Guay, S. & Drouin, M.-S. (2010). Assessment of the therapeutic alliance in face-to-face or videoconference treatment for posttraumatic stress disorder. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(1), 29–35.
- Göckler, R. & Rübner, M. (2019). Beschäftigungsorientiertes Fallmanagement: Professionelle Standards und Variantenvielfalt des Case Managements in der Grundsicherung für Arbeitsuchende (SGB II) (6. Aufl.). Regensburg: Walhalla.
- Greenhalgh T., Wherton J., Shaw S. & Morrison C. (2020). Video consultations for covid-19. *BMJ*, 368:m998. <https://www.bmj.com/content/368/bmj.m998>.
- Hartmann-Strauss, S. (2020). Videotherapie und Videosupervision. *Praxishandbuch für Psychotherapie und Beratung online*. Berlin, Heidelberg: 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: Wirksamkeit, Gestaltung des Settings und erste Erfahrungen aus einer Machbarkeitsstudie sowie mit dem Routineangebot im Krankenhaus. *Psychotherapeut*, 65, 291–296. <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00278-020-00438-6>.
- Hauschildt, E. & Blömeke, B. D. (Hrsg.) (2016). *Telefonseelsorge interdisziplinär*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hirschi, A. (2018). Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB). Bericht im Auftrag des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI im Rahmen des Projekts „Berufsbildung 2030 – Vision und Strategische Leitlinien“. <https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/dienstleistungen/publikationen/publikationsdatenbank/bericht-bslb.html>.
- Hörmann, M., Aeberhardt, D., Flammer, P., Tanner, A., Tschopp, D. & Wenzel, J. (2019). Face-to-Face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung. Schlussbericht zum Projekt. Olten: FHNW. [https://www.blended-counseling.ch/wp-content/uploads/sites/56/2020/06/2019\\_Face\\_to\\_Face\\_und\\_mehr\\_Schlussbericht\\_FHNW.pdf](https://www.blended-counseling.ch/wp-content/uploads/sites/56/2020/06/2019_Face_to_Face_und_mehr_Schlussbericht_FHNW.pdf).
- 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. [https://www.ifw-mitgliederverein.de/files/mitgliederverein/systema/2016/1-2016/Systema%201\\_2016\\_Jung.pdf](https://www.ifw-mitgliederverein.de/files/mitgliederverein/systema/2016/1-2016/Systema%201_2016_Jung.pdf).
- Kaps, P., Oschmiansky, F., Popp, S. & Reiter, R. (2021). Evaluation Videokommunikation 2.0 für das SGB II. Zwischenbericht. Berlin.

- Kaps, P., Oschmiansky, F., Popp, S. & Reiter, R. (2022). Evaluation Videokommunikation 2.0 für das SGB II. Endbericht. Berlin.
- Karlin-Hohler, L. (2020). Beratung 4.0. Transformation der fachlichen Kompetenzen in der psychosozialen Beratung und die Auswirkungen auf das Professionsverständnis der Sozialen Arbeit. Olten. Bachelor-Thesis. [https://irf.fhnw.ch/bitstream/handle/11654/31534/Karlin-Hohler\\_Linda\\_2020\\_BA\\_FHNW.pdf?sequence=1](https://irf.fhnw.ch/bitstream/handle/11654/31534/Karlin-Hohler_Linda_2020_BA_FHNW.pdf?sequence=1).
- Knatz, B. & Dodier, B. (2021). Mailen, chatten, zoomen: Digitale Beratungsformen in der Praxis. Stuttgart: Klett.
- Kühne, S. (2021): Onlineberatung – ein Setting mit Folgen. In Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb) (Hrsg.), Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung VI. Komplexität abbilden und gestalten: Was haben wir im Blick? (S. 79–87). Bielefeld: wbv. <https://ogy.de/band>.
- Mattern, K. & Kühne, S. (2003). e-Moderation: Rollen zwischen Beratung und Community. In Verein wienXtra in Kooperation mit MA 13 - Landesjugendreferat Wien (Hrsg.), F1 Fachtagung zu Jugendforen (S. 70–76). Wien: wienXtra. [http://www.stefankuehne.net/wp-content/uploads/2016/07/f1\\_tagungsbericht\\_wienextra.pdf](http://www.stefankuehne.net/wp-content/uploads/2016/07/f1_tagungsbericht_wienextra.pdf).
- Miller, W. R. & Rollnick, S. (2015). Motivierende Gesprächsführung. Motivational Interviewing (3. Aufl.). Freiburg: Lambertus.
- Nationales Forum Beratung (nfb) (2021). Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die BBB-Beratung. Ergebnisse und erste Schlussfolgerungen einer Mitgliederbefragung des nfb. [https://www.forum-beratung.de/wp-content/uploads/2021/02/MS\\_Endfassung-Auswertungsbericht\\_nfb-Coronaumfrage\\_20210201\\_.pdf](https://www.forum-beratung.de/wp-content/uploads/2021/02/MS_Endfassung-Auswertungsbericht_nfb-Coronaumfrage_20210201_.pdf).
- Nguyen, D. T. & Canny, J. (2009). More than face-to-face: Empathy effects of video framing. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (S. 423–432). <https://doi.org/10.1145/1518701.1518770>.
- 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(6), 797–808. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cpp.2315>.
- Reindl, R. (2018). Zum Stand der Onlineberatung in Zeiten der Digitalisierung. *e-beratungsjournal.net*, 14(1), 16–26. <https://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2018/03/reindl.pdf>.
- Rübner, M. (2021). Berufswahlbereitschaft im Blickpunkt. Forschungsperspektiven und Anwendungsfelder eines Beratungs- und Evaluationstools. In Bundesinstitut für Erwachsenenbildung (bifeb) (Hrsg.), Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung IV. Komplexität abbilden und gestalten: Was haben wir im Blick? (S. 149–161). Bielefeld: wbv. <https://ogy.de/band>.
- Rübner, M. & Höft, S. (2019a). Berufswahl als mehrdimensionaler Prozess. In S. Kauffeld & D. Spurr (Hrsg.), *Handbuch Karriere und Laufbahnmanagement* (S. 39–62). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Rübner, M. & Höft, S. (2019b). Webbasierendes Selbsteinschätzungstool in der Beratung junger Menschen. Eine explorative Feldstudie zu Anwendungsmöglichkeiten und Nutzen. *dvb-forum*, 58, 50–57. [www.wbv.de/journals/zeitschriften/dvb-forum](http://www.wbv.de/journals/zeitschriften/dvb-forum).

- Rübner, M. & Höft, S. (2021). Beratung von Studieninteressierten nach der Beratungskonzeption der Bundesagentur für Arbeit (BeKo). In T. Grüneberg, L. Lutz, I. Blaich, J. Egerer, B. Kickrehm, R. Thiel, U. Nachtigäller & M. Liebchen (Hrsg.), Handbuch Studienberatung (Band 2, S. 773–779). Gütersloh: wbv.
- Rübner, M. & Sprengard, B. (2010). Handbuch für Berufsberaterinnen und Berufsberater. Beratungskonzeption der Bundesagentur für Arbeit (Band I). Nürnberg: Bundesagentur für Arbeit.
- Rübner M. & Weber, P. (2021). Grundlagenpapier zur Weiterentwicklung der Beratungskonzeption der Bundesagentur für Arbeit (BeKo). Nürnberg. [https://www.arbeitsagentur.de/datei/grundlagenpapier-zur-weiterentwicklung-der-beratungskonzeption-der-ba\\_ba147050.pdf](https://www.arbeitsagentur.de/datei/grundlagenpapier-zur-weiterentwicklung-der-beratungskonzeption-der-ba_ba147050.pdf).
- Sendlmeier, W. F. (2012). Die psychologische Wirkung von Stimme und Sprechweise – Geschlecht, Alter, Persönlichkeit, Emotion und audiovisuelle Interaktion (S. 99–116). In O. Bulgakowa (Hrsg.), Resonanz-Räume – Die Stimme und die Medien. Berlin: Bertz & Fischer. [https://www.kw.tu-berlin.de/fileadmin/a01311100/Studiengaenge/2012\\_Resonanz-Raeume\\_W\\_Sendlmeier.pdf](https://www.kw.tu-berlin.de/fileadmin/a01311100/Studiengaenge/2012_Resonanz-Raeume_W_Sendlmeier.pdf).
- Silfverberg, M. (2021). Videogestützte Onlineberatung bei ask! – Ein Praxisbericht aus der Berufs-, Studien – und Laufbahnberatung während des Schweizer Lockdown 2020. e-beratungsjournal.net. Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation, 17(2), Artikel 2. <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. <https://doi.org/10.1111/ajr.12149>.
- Stanik, T. & Maier-Gutheil, C. (2020). Online-Beratung – Formate, Anforderungen, Befunde. Kontext, 51(2), 110–122.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021a). Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern. Fachserie 15 Reihe 2. <https://www.destatis.de>.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021b). Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien. Fachserie 15 Reihe 4. <https://www.destatis.de>.
- Thiery, H. & Kreller, H. (2021). Primat der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse. Ein Weckruf. <https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2021/01/Primat-der-Kopra%CC%88senz.pdf>.
- Wentzel, J., van der Vaart, R., Bohlmeijer, E. T. & van Gemert-Pijnen, J. E. (2016). Mixing online and face-to-face therapy: how to benefit from blended care in mental health care. JMIR mental health, 3(1), e9 [https://mental.jmir.org/2016/1/e9/?utm\\_source=TrendMD&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=JMIR\\_TrendMD\\_1](https://mental.jmir.org/2016/1/e9/?utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=JMIR_TrendMD_1).
- Ziegler, F. & Hünninger, J. (2014). Jugendsprache im Beratungsforum - Von Akronymen, Asterisken und Emoticons. e-beratungsjournal.net, 10(1), 40–52. [https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe\\_0114/ziegler\\_huenniger.pdf](https://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0114/ziegler_huenniger.pdf).
- ZKM (2021). Qualität und Wirkung von Beratung – Arbeitnehmer. Halbjahr 1/2021. Nürnberg: Bundesagentur für Arbeit.





**Herausgeberin**

Bundesagentur für Arbeit,

90327 Nürnberg

Zentrale AM33

September 2022

**[www.arbeitsagentur.de](http://www.arbeitsagentur.de)**

Druck: Bonifatius GmbH

Karl-Schurz-Straße 26, 33100 Paderborn



Einfach QR-Code mit  
Smartphone scannen.