

Wandel der Beratung durch neue Medien

Ergebnisse und mögliche Konsequenzen aus einer Studie

JOACHIM WENZEL

Dr. Joachim Wenzel arbeitet als Systemischer Berater, Therapeut, Coach und Supervisor in Mainz. www.systemische-beratung.de/wenzel

Die neuen digitalen Möglichkeiten verändern die professionelle Beratung in der Sozialen Arbeit. Insbesondere die sozialen Medien bieten die Chance für Beraterinnen und Berater, aus dem zurückgezogen Dasein einer »Komm-Struktur« herauszutreten und wieder näher an die Lebenswelt der Menschen anzuschließen.

Eine neue qualitative Studie ging der Forschungsfrage nach, wie sich die Beratung durch neue Medien verändert. Dazu wurden unterschiedliche psychosoziale Beratungsstellen befragt: Paar-, Sexual-, Jugend-, Drogen-, Schuldner-, Insolvenz-, Kinder-, Jugend-, Familien-, Erziehungs-, Ehe- und Lebensberatung. Die Untersuchung beschäftigt sich mit Entwicklungen, die mittels unterschiedlicher neuer Medien vorangetrieben werden. Beratung selbst geschieht schließlich immer häufiger medienbasiert, sei es alternativ (z. B. als Online-Beratung), im Vorlauf oder parallel zur Face-to-Face-Beratung (z. B. Kontaktaufnahme und Kommunikation per E-Mail).

Aber auch die veränderte Kommunikation der Klienten und die vernetzte Arbeit innerhalb der psychosozialen Einrichtungen werden in ihrem Einfluss auf den Beratungsalltag betrachtet. Die Ergebnisse legen mögliche Konsequenzen nahe, die sowohl die Interaktionsebene der konkreten Beratungsakteure betreffen, die Organisationsebene einzelner Stellen, aber auch die Verbandsebene und die politische Ausgestaltung von Beratungsleistungen.

Medien und menschliche Handlungsfelder

Die Studie gibt einen Überblick zu den Beratungsinstitutionen, die sich in den letzten Jahrzehnten in Deutschland stark

ausdifferenziert und im Feld psychosozialer Hilfen fest etabliert haben. Die Einbindung der Beratungsorganisationen in Dach- und Fachverbandsarbeit und deren Abhängigkeit von Finanzierungsstrukturen werden skizziert. Danach werden medientheoretische Fragen in ihrer Bedeutung für die Beratung dargestellt. In einem komprimierten medien-geschichtlichen Aufriss wird gezeigt, wie eng die Medienentwicklung seit Urzeiten mit dem menschlichen Gestaltungswillen nach räumlicher und zeitlicher Ausdehnung des eigenen Handlungsfeldes verbunden ist. Am Ende der Darstellung der Mediengeschichte werden die bereits für Beratung genutzten Medien (Chat, Mail, Foren, Telefon etc.) vorgestellt, wobei der aktuelle und vergleichsweise übersichtliche Stand der Forschung des noch recht jungen Praxisfeldes deutlich wird.

In einer Darstellung des Forschungsdesigns und der Beschreibung des Forschungsprozesses der qualitativen Studie wird der Fokus der Fragestellung weiter geschärft und aufgezeigt, dass es hier nicht um eine weitere Untersuchung von Online-Beratung geht. Vielmehr wird die Offenheit des Forschungsansatzes dargelegt, der notwendig ist, um die zentralen Fragen und Themen im Zusammenhang mit neuen Medien – aus der Perspektive der Beraterinnen und Berater – zu beschreiben und gegebenenfalls neue Themen zu identifizieren.

Wie sich Beratung durch die neuen Medien verändern wird

Beratung geschieht immer häufiger mit Hilfe von Medien, sei es alternativ oder parallel zur Face-to-Face-Beratung. Die qualitative Studie »Wandel der Beratung durch Neue Medien« befasst sich mit diesen Entwicklungen in unterschiedlichen Beratungseinrichtungen. Die Veröffentlichung liefert einen Überblick zu den Beratungsinstitutionen, zur Medienentwicklung sowie den Beratungsmedien und zeigt den Stand der Forschung des noch neuen Feldes auf. Sowohl die sich ändernden Rahmenbedingungen von Beratung werden empirisch beleuchtet als auch

beratungsfachliche Fragen zum Wandel durch die Neuen Medien. Veränderte Problemstellungen durch das Internet, aber auch die Erweiterung der Beratungsmethodik sowie der Wandel der Beraterrolle werden dargelegt. Abschließend werden Entwicklungsszenarien skizziert, die sich aus den erfassten Trends ergeben können.

Joachim Wenzel: Wandel der Beratung durch Neue Medien. Verlag V&R unipress, Göttingen 2013. 271 Seiten. 44,99 Euro. ISBN 978-3-8471-0169-7. ISBN 978-3-8470-0169-0 (E-Book).



Einen zentralen Teil der Studie stellt die ausführliche Falldarstellung der beteiligten Beratungsstellen und der interviewten Beraterinnen und Berater dar. Dabei kommen die professionellen Akteure der Beratung selbst zu Wort und zeigen die Veränderungen durch die neuen Medien aus der Perspektive der Beraterinnen und Berater. Es werden sowohl die sich durch die Technikentwicklung ändernden Rahmenbedingungen von Beratung als auch beratungsfachliche Fragen zum Wandel durch neue Medien beleuchtet.

Zunächst werden die Beraterinnen und Berater mit ihren jeweiligen Beratungsstellen dargestellt, danach strukturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede der einzelnen Einrichtungen herausgearbeitet und mittels Übersichtstabellen veranschaulicht. Dabei zeigt sich etwa, dass von den möglichen Beratungssettings lediglich Einzel-Face-to-Face-Beratung und E-Mailberatung von allen Stellen umgesetzt werden und andere Beratungsformate (wie Chat und Foren) von einzelnen Stellen sogar für die Zukunft ausgeschlossen werden. Deutlich wird bei der strukturellen Untersuchung auch, dass zum Auftrag der Beratungsstellen neben dem eigentlichen »Kerngeschäft« der Beratungsarbeit auch Bildungs- und Präventionsarbeit gehören, die jedoch trotz großer Nachfrage oft vernachlässigt werden, da es dazu keine hinreichende Finanzierung gibt.

Bei der strukturellen Darstellung wird beispielsweise deutlich, dass die verschiedenen Beratungsformate, die angeboten werden, in der Regel konzeptionell nicht systematisch aufeinander bezogen werden. Neuere Angebote kommen vielmehr additiv hinzu, ohne dass das Gesamtangebot neu in den Blick genommen und aufeinander abgestimmt wird.

Wie sich professionelle Beratung konkret verändert

Die Ergebnisse der vergleichenden Interpretation zeigen die zentralen Entwicklungen auf. Im Ergebnisteil wird also auf stellenübergreifende Themen und Veränderungen fokussiert. Hier geht es unter anderem um den Prozess der Einführung von Informations- und Kommunikationstechnik (z. B. vernetzte PC-Arbeitsplätze) in Beratungsstellen, wahrgenommene veränderte Problemlagen (z. B. Internetsucht) und Lebenswelten der Klienten durch das Internet (z. B. veränderte Kommunikationsgewohnheiten), aber auch um die fachliche Weiterentwicklung der Beratungsmethodik sowie den Wandel der Beraterrolle durch neue Medien. Die Überschriften der Unterkapitel benennen die zentralen Ergebnisse:

- Technischeinführung zwischen Angst und Faszination
- Kommunikationstechnik befördert Vernetzung im Beratungsalltag
- Vielfalt der Zugänge bewirkt Niedrigschwelligkeit
- medial erweiterte Lebenswelten bringen neue Anforderungen
- informierte Klienten durch das Internet
- schriftliche Beratung breitet sich aus
- mediale Beratung fördert Clearingbedarf zutage
- Modernisierung der Beratung durch Medienintegration
- Erweiterung der Beraterrolle zur passageren Alltagsberatung

Auf der Interaktionsebene der einzelnen Beraterinnen und Berater wird beispielsweise deutlich, dass die institutionalisierte

Beratung durch die neuen Medien aus einem zurückgezogen Dasein einer »Komm-Struktur« heraustritt und dabei wieder näher an die Lebenswelt der Menschen anschließt.

Um den neuen und veränderten Anforderungen entsprechen zu können bedarf es dabei allerdings einer medienpädagogischen und beratungsfachlichen Weiterentwicklung, um trotz der sich regelmäßig verändernden medialen Bedingungen weiter an der Lebenswelt der Klienten anknüpfen zu können.

Auf der Organisationsebene einzelner Stellen werden beispielsweise Herausforderungen in Bezug auf die Weiterentwicklung der Technik deutlich. Dabei gilt es nicht nur Datenschutz- und Sicherheitsprobleme zu lösen, sondern auch mögliche neue Zugänge für die Klienten zu eröffnen. Die Niedrigschwelligkeit durch die Vielfalt der Zugänge bedarf seitens der Beratungsstelle einer aufmerksamen Reflexion der Zugangswege, um nicht trotz neuer Angebote zugleich neue Hürden aufzubauen, während die Niedrigschwelligkeit vermeintlich abgesenkt wird.

Die Leitungsverantwortlichen der Stellen sind dabei gefordert, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den Entwicklungen mitzunehmen, auch und gerade dann, wenn es Widerstände in Bezug auf die Mediennutzung gibt. Schließlich zeigt die Studie, dass die Einführung neuer Kommunikationstechnik weder alleine »top down« noch »bottom up« geschieht. Vielmehr ist es sinnvoll die Kompetenz, Neugier und Kreativität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu nutzen und gemeinsam mit ihnen verbindliche Rahmenbedingungen und zukunftsweisende Angebote zu entwickeln.

Ratsuchende vermissen Clearingstelle

Einen übergreifenden strukturellen Schwachpunkt zeigt der zutage geförderte Clearingbedarf seitens der Hilfesuchenden Menschen im Netz. Im psychosozialen Sektor gibt es keine verbreitete Clearingstelle wie etwa der Hausarzt im Gesundheitssystem. Vielfach wissen Ratsuchende deshalb nicht, wohin sie sich wenden sollen, und nutzen zunächst erst die unterschiedlichsten Hilfeeinrichtungen, bis sie dort hingelangen, wo ihnen geholfen werden kann.

Diese Erkenntnisse sollten Konsequenzen für die Konzeptionierung von Verbänden haben und auf die politische Ausgestaltung von Beratungsleistungen. Die primär lokale und regionale Finanzierung von Beratung (z. B. Kommunal- und Landesebene) stößt mittlerweile an ihre Grenzen und ist in Bezug auf neue Medien kontraproduktiv. Im Internet

»Neue Beratungsangebote kommen oft einfach dazu, ohne dass das Gesamtangebot in den Blick genommen und aufeinander abgestimmt wird«

gibt es solche Grenzen schließlich nicht, während sich Menschen immer häufiger hilfeschend im Netz umschaun und oft gerade nicht bei Einrichtungen vor Ort anfragen.

Eine zweite Finanzierungssäule der psychosozialen Beratung in Bezug auf mediale Beratungs- und Informationsportale wäre somit dringend angeraten, da die Einrichtungen vor Ort mit einem vielfältigen medialen Angebot überfordert sind und es auch technisch nicht möglich ist, ein mediales und zugleich anonymes Angebot vor Ort zu entwickeln.

Bei ersten Klärungen mit diffusen Problemen suchen Menschen häufig gerade nicht in lokalen Einrichtungen Hilfe, sondern zunächst im anonymen Internet. Im zweiten Schritt wäre es jedoch wichtig, ihnen mit einer fachkundigen Verweismöglichkeit auch lokale Angebote zu eröffnen. Gerade für (anonyme) Erstberatung und Clearing wären überregionale Angebote dabei vergleichsweise kostengünstig zu realisieren, und durch eine professionelle Begleitung und frühzeitige Klärungshilfe

für Menschen auf dem Weg in das komplexe Hilfesystem könnten auch Ressourcen vor Ort geschont werden.

In einem föderalen System läge die Chance darin, die verschiedenen Ebenen zu nutzen und Schnittstellen zu schaffen, um die bewährten lokalen und regionalen Hilfeangebot vor Ort über zentrale Informations- und Clearingsysteme zielgerichtet erreichen zu können. So wäre es möglich, eine Orientierung hinsichtlich der differenzierten Hilfemöglichkeiten geben zu können. Dabei wären Synergien zu schaffen, indem Informations- und Beratungsportale auch als Teil des Bildungssystems konzipiert würden. Gerade in der Beratung wird schließlich wichtige Bildungsarbeit geleistet. Nicht wenige Probleme und Themen, mit denen sich zum Beispiel Schulen befassen, werden schließlich sehr früh im Beratungssystem identifiziert (z. B. neue Kommunikationsprobleme, Jugendverschuldung, Cyber-Mobbing, Datenschutzprobleme im

Internet usw.) und bearbeitet. Ein jeweils aktuelles Aufbereiten der Inhalte sowie professionelle Beraterinnen und Berater als Ansprechpartner bei ersten Klärungen könnten so die Angebote des Bildungssystems ergänzen und zugleich Orientierung im sozialen Hilfesystem bieten.

Forschung tut not

Die Studie identifiziert auch den weiteren Forschungsbedarf in dem noch jungen Forschungsfeld, es wird die Reichweite dargelegt und ein theoretischer Rahmen skizziert, der es leisten kann, Beratung in der Komplexität einer vernetzten Mediengesellschaft angemessen zu erfassen. Die Forschungsarbeit zum Wandel der Beratung durch Neue Medien kann einen Beitrag dazu leisten, dass die Akteure der Beratung nicht von den medientechnischen Entwicklungen überrascht werden, sondern den Wandel im Feld psychosozialer Beratung, auf wissenschaftlich fundierter Basis, zum Wohl der Klienten mitgestalten. ■



Wohngeldgesetz

Handkommentar

Von RA Ludwig Zimmermann, FASozR u FAArbR

2014, 189 S., brosch., 44,- €

ISBN 978-3-8329-4836-8

Der neue Handkommentar behandelt das aktuelle Wohngeldrecht in allen Facetten und zeigt Lösungswege für häufige Fragen in der alltäglichen Beratungs- und Behördenpraxis auf wie

- alle relevanten Auslegungsfragen zu den gesetzlich verankerten Leistungsansprüchen, deren Grenzen wie Höhe
- die Abgrenzung zu den Leistungen der Grundsicherung
- das bei der Rechtsanwendung zu beachtende Verwaltungsverfahren
- die Überschneidungen zum Ausländer- und Europarecht
- die Besonderheiten der Einkommensermittlung insbesondere im Hinblick auf die Abgrenzung zu den Transferleistungen.

www.nomos-shop.de/11660



Nomos

Alle Preise inkl. MwSt.