

„Schreiben befreit“ – Asynchrones textbasiertes Online-Coaching

Stephan Daniel Richter und Wolfgang Schindler

- 5.1 Einleitung – 50
- 5.2 Wer hat's erfunden? Das Textmedium Briefseelsorge – 50
- 5.3 Der Text als Medium – Anregungen zu einem sozialwissenschaftlich reflektierten Umgang – 54
- 5.4 Textbasierte, asynchrone Online-Beratung – 56
- 5.5 Online-Beratung in geschützten Räumen – 57
- Literatur – 59

publiziert in:

Jutta Claas riebel/Bernhard Hauser/Axel Koch (Hg.):
Digitale Medien im Coaching.
Grundlagen und Praxiswissen zu Coaching-
Plattformen und digitalen Coaching-Formaten
(S. 49–59). Heidelberg: Springer

Schreiben befreit ist der Titel einer Monografie zum Format der Briefseelsorge (vgl. Jentsch 1981).

© Springer-Verlag GmbH Deutschland 2018
J. Heller, C. Triebel, B. Hauser, A. Koch (Hrsg.), *Digitale Medien im Coaching*,
https://doi.org/10.1007/978-3-662-54269-9_5

Ob es beim Schreiben zum Innehalten oder zu hochemotionalen Botschaften kommt, hat auch mit den verwendeten Aufschreibesystemen und Technologien zu tun, von klösterlichen Schreibstuben bis zu Facebook. Am Beispiel der Briefseelsorge wird gezeigt, dass asynchrone textbasierte Verfahren geeignet sind, auch Coaching-Anlässen und -themen gerecht zu werden und regt an, als Online-Berater mit Text als Medium sozialwissenschaftlich reflektiert umzugehen. Hierzu werden drei qualitative Methoden einer „mittleren Größe“ vorgestellt. Vorgestellt werden zudem Konzept und Gestaltung von geschützten, vertraulichen Beratungsräumen auf einer nichtkommerziellen Plattform, die als „Online-Tagungs- und Beratungshaus“ Coaches und Supervisoren Räume zur asynchronen, textbasierten Kommunikation bietet. Dadurch erfolgt auch eine Entlastung vom technologischen Aufwand, der in Zeiten von Überwachung aller Netzkommunikation und Vorratsdatenspeicherung zum Schutz von Klient wie Berater unabdingbar ist.

- » Schreiben erfolgt in der Regel langsamer als Denken; im Akt des Schreibens kommt es zur Verlangsamung, zum Innehalten und zur Selbstbesinnung. Mit zunehmender Erfahrung wächst das Vertrauen, dass wichtige Themen und Erkenntnisse nicht verloren gehen, sondern wiederkehren. (Heimes 2015, S. 31)

5.1 Einleitung

Keine Regel ohne Ausnahme: Beim Lesen von Texten in Online-Medien wie Facebook hat man nicht selten den Eindruck, dass das Denken dem Schreiben hinterherhinkt. Spuren von „Selbstbesinnung“ und „Innehalten“ fehlen - welch ein Unterschied zur Briefkorrespondenz in der Zeit der Postkutschen oder gar der klösterlichen Schreibstuben. Schreiben ist mithin nur in Verbindung mit den verwendeten Aufschreibesystemen (vgl. Kittler 2003) und Kommunikationstechnologien angemessen zu begreifen.

Im Folgenden wird zunächst am Beispiel einer jahrzehntealten Beratungspraxis, der Briefseelsorge, untersucht und gezeigt, dass Schreiben, Lesen und schriftlich Antworten - also asynchrone textbasierte

Verfahren - geeignet sein können, bestimmten Coaching-Anlässen und -themen gerecht zu werden. Der zweite Abschnitt regt an, als Berater mit Text als Medium sozialwissenschaftlich reflektiert umzugehen. Es wird dafür plädiert, bei der Diagnostik zu Beginn, beim Erreichen bestimmter „Meilensteine“ und/oder in der Qualitätssicherung nach Abschluss eines Coaching-Prozesses sich dem Textmaterial ausführlicher mit qualitativen Methoden zu nähern und daraus begründete Hypothesen und Rückschlüsse zu ziehen.

Online-Coaching basiert auf der Verwendung angemessener Technologien, die technisch gesehen als Aufschreibesystem und Transportmedium fungieren und von den Benutzern als kommunikativer Ort, als Sozialraum, erlebt und genutzt werden (Social-Media-Plattformen im Web 2.0). Vorgestellt werden im letzten Teil Konzept und Gestaltung von geschützten, vertraulichen Beratungsräumen auf www.kokom.net, einer alternativen, nichtkommerziellen Plattform, die als „Online-Tagungs- und Beratungshaus“ professionellen Coaches und Supervisoren solche Räume zur Nutzung bietet. Asynchrone, textbasierte Kommunikation ist dort auch für professionelle Peer-to-peer-Beratung, als „Kollegiale Beratung Online“, implementiert und mit ermutigenden Ergebnissen evaluiert.

5.2 Wer hat's erfunden? Das Textmedium Briefseelsorge

Im *Handbuch Online-Beratung* von 2009 werden als bevorzugte Medien für Online-Beratung noch Mail, Chat und Foren benannt (vgl. Kühne und Hintenberger 2009, S. 59 ff.), wobei man aber inzwischen davon ausgehen kann, dass alle Technologien, die einen Sender und einen Empfänger über räumliche Distanz verbinden, auch im Kontext von Coaching genutzt werden (z.B. Instant-Messaging-Dienste jeglicher Couleur inkl. der Übertragung von Ton und Bild). Somit kann differenziert werden in Medien, die asynchron (z.B. Mail) oder synchron (z.B. Videokonferenz) arbeiten. Zudem lässt sich unterscheiden, ob die Informationen als geschriebener Text, auditiv, visuell oder in Kombination verschiedener Kanäle ausgetauscht werden. Das, was in der Literatur zur Online-Beratung nun als „asynchrones, textbasiertes Beratungsangebot“ bezeichnet wird (vgl. Brunner

et al. 2009, S. 81), hat allerdings eine lange Tradition, nämlich in Form der *Briefseelsorge*. Bereits in den 1970er-Jahren wurden in den größeren Landeskirchen und auf Ebene der Evangelischen Kirche in Deutschland Arbeitsstellen für Briefseelsorge gegründet, die bis heute Bestand haben und zum vielfältigen Angebot kirchlicher Seelsorge beitragen (vgl. Klessmann 2015, S. 434 f.). Briefseelsorge kann dabei als ein *besonders niedrigschwelliges Angebot* der Seelsorge¹ gelten:

- » Im Vergleich zum direkten Gespräch mit einem Gegenüber oder am Telefon behält die schreibende Person die Kontrolle über ihre Gefühle, sie muss sich nicht einer unerwarteten Situation aussetzen, muss nicht befürchten, dass die Emotionen sie überwältigen. (Klessmann 2015, S. 435)

Nun ist selbstverständlich klar, dass Seelsorge und Coaching unterschiedliche Formate bilden, und der bei Seelsorge mitschwingende christliche Kontext mag Vorbehalte wecken. Bei allen Differenzen handelt es sich aber hier wie dort um dialogische Formate mit Analogien auf der Prozessebene. Dieses dialogische Prinzip wird z.B. von Schmidt-Lellek (2001) betont:

- » Ein Berater, eine Beraterin repräsentiert keine Instanz über den Beratungsklienten, sondern steht neben ihnen, er bzw. sie hat eine andere Perspektive. [...] Zweifellos sind dazu der Fundus einer möglichst breiten Berufserfahrung und eine jeweilige Feldkompetenz des Beraters erstrebenswert; aber die Grundorientierung ist nicht Belehrung, sondern der Dialog. (Schmidt-Lellek 2001, S. 200 f.)

Es lohnt sich also, die Jahrzehnte lange Erfahrung im Bereich der Briefseelsorge - auch heuristisch - zu nutzen, wenn man sich mit textbasiertem Coaching beschäftigt. Faszinierend ist, dass der Typus des seelsorgerlichen und/oder beratenden Briefs historisch bis in die biblische Zeit hinein auszumachen ist.

Vom Propheten Jeremia über die Briefe der Apostel im Neuen Testament spannt sich ein Bogen bis hin zu Martin Luther und anderen Reformatoren (vgl. Haustein 1983, S. 203 f.). Offensichtlich gibt es ein tiefes menschliches Bedürfnis und auch die Bereitschaft, mit anderen schriftlich in Kontakt zu treten. Welche Potenziale lassen sich in der Briefseelsorge entdecken, die sie eigenständig und wertvoll gegenüber Face-to-face-Interaktionen macht?

Ganz allgemein scheint zu gelten: Schreiben entlastet die Seele.

- » Wer ein Tagebuch führt, kennt den Effekt: Sobald ein Gedanke, ein Problem niedergeschrieben ist, fühlt man sich freier. Das ist keine Einbildung, sagen Experten. Sie halten das Schreiben für ein lebensverbesserndes Mittel, das die Seele entlastet und Probleme lösen hilft. (Schreiber 2014, S. 38)

Im therapeutischen Raum gibt es eine Menge an Ansätzen, welche die Kraft des Schreibens für den Heilungsprozess nutzbar machen. Silke Heimes verwendet dafür den Oberbegriff „Poesietherapie“ und subsummiert darunter „jedes therapeutische oder selbstanalytische Verfahren [...], das durch Schreiben den subjektiven Zustand eines Individuums zu bessern versucht“ (Heimes 2015, S. 17). Vor allem zwei Phänomene scheinen hinter der heilsamen Wirkung des Schreibens zu stecken. Einerseits kann sich auch im Schreiben der psychoanalytische Dreischritt „erinnern - wiederholen - durcharbeiten“ ereignen, zum anderen schafft Schreiben einen Möglichkeitsraum, einen „potential space“, wie ihn der Psychoanalytiker Winnicott genannt hat. In diesem „potential space“ zwischen innerer und externer („objektiver“) Realität können Menschen ihre inneren Fantasien in Beziehung zu den äußeren Gegebenheiten setzen (vgl. Schreiber 2014, S. 39; auch Heimes 2015, S. 19 ff.). Der Text „fungiert [...] als dialektische Nähe-/Distanzbrücke mit Angst mindernder Wirkung und kann so die Veränderungsbereitschaft und Transferwahrscheinlichkeit der Beratungsinhalte in den Lebensalltag der Klienten erhöhen (Kühne und Hintenberger 2013, S. 1575, nach Schultze 2007).

Ein Schreibprozess unterliegt ähnlichen Gesetzmäßigkeiten wie ein Kreativitätsprozess, insofern

1 Zum Stand gegenwärtiger Seelsorgelehre vgl. v.a. Nauer (2001) und Ziemer (2008).

der/die Schreibende es zulässt, dass neben Sachinformationen (Daten und Fakten) auch ungeordnetes, unbewusstes oder scheinbar unwichtiges Material auf das Papier (oder, bei den neuen Medien, in das „Dokument“, auf die „Plattform“) gebracht werden dürfen. Gerade hier kann ein Berater im schriftlichen Dialog einhaken, indem der Klient angehalten und ermuntert wird, genau diesen Prozess zuzulassen und nicht vorschnell zu bewerten.² Der Clou einer dialogischen Schreibkommunikation (Briefseelsorge, Online-Coaching) liegt nun darin, dass die eigene Innensicht mithilfe eines „bedeutsamen Anderen“ (Seelsorger, Coach) reflektiert und „aufgeweicht“ wird:

- » Schreiben sollte immer von einem Leser, einem Du ausgehen und helfen, den Bezug zur Welt aufrechtzuerhalten: Es gibt ein Ich, das in Bezug zur Welt steht, und ein Du, das mir antwortet. (Johanna Vedral, zitiert bei Schreiber 2014, S. 43)

In der Briefseelsorge ist dies Konsens, man versteht sich als Partner auf Augenhöhe, es geht um einen „Briefwechsel“ und keinen singulären „Zuspruch“ oder „Ratschlag“. Die Form des Briefes zwingt zu einer genauen Wiedergabe des Anliegens. Zudem kann ein Brief immer wieder gelesen werden und beide, Schreiber wie Rezipient (hier: Seelsorger; beim Coaching: der Coach) können sich ihre Worte genau überlegen und im früher Verfassten nachlesen (vgl. Weber 1993, S. 232 f.; auch Hennig 1997, S. 39, der hierin sogar einen Vorteil gegenüber dem Gespräch sieht). In der Analyse des bisherigen Prozesses (dazu später mehr) können hilfreiche Interventionen identifiziert und es kann daran angeknüpft werden. Dies bedeutet aber auch, dass eine auf das Beratungsanliegen bezogen qualitativ hochwertige Kommunikation mehr sein muss als ein schneller Chat oder eine nebenbei getippte Kurznachricht. Obwohl es keinen direkten physischen Kontakt gibt und damit wichtige nonverbale Signale wegfallen, sollten auch hier therapeutisch-beraterische Grundhaltungen einfließen:

- » 1. Ich versuche, den Ratsuchenden wertzuschätzen und ihm emotionale Wärme entgegenzubringen.
2. Ich nehme die Gefühle (emotionale Erlebnisinhalte) auf, die der Ratsuchende [...] ausdrückt.
3. Ich vermeide Ratschläge, Deutungen und Besserwisserei.
4. Ich versuche, echt zu sein, und verstecke mich nicht hinter einer Rolle. (Michael Himmelreich, zitiert bei Weber 1993, S. 234)³

Was Weber hier in Bezug auf die Briefseelsorge schreibt, lässt sich problemlos auf das Coaching-Geschehen übertragen, zumal er betont, welcher Stellenwert der Entwicklung einer guten Beziehung zwischen beiden Partnern zukommt und dass dieses Beziehungsgeflecht grundlegend dafür ist, „ob ein Briefwechsel gelingt und glückt, oder ob er auf Schwierigkeiten und Widerstände stößt“ (Weber 1993, S. 234). Eine schriftliche Kontaktaufnahme und -kommunikation kommt jenen Menschen zugute, die den personalen Direktkontakt eher scheuen, z.B. aus Scham, in Folge depressiver Verstimmungen oder bei biografischen Erfahrungen von Grenzüberschreitungen und Ohnmacht. Außerdem spielen Phänomene wie Aussehen, Kleidung, Auftreten etc. keine Rolle (vgl. Kühne und Hintenberger 2013, S. 1575). Hier ist Fingerspitzengefühl gefragt, um das Beziehungsangebot vorsichtig aufzunehmen und die Distanzwünsche des Anderen zu respektieren.

Weber weist auch darauf hin, dass, je nach Anliegen und Fragestellung, in die Korrespondenz auch Konfrontation und Widerspruch einfließen können, im Coaching nichts Unbekanntes. Für Seelsorgebriefe gilt das gleiche, was für die Implementierung von Coaching-Angeboten im Internet gilt: Der Sender muss sich sicher sein können, dass die Korrespondenz absolut geschützt ist und der Seelsorger (bzw. der Coach) verlässlich und verschwiegen ist und „daß [sic!] nicht am Ende noch irgendeine Kopie des Briefes existiert und ihr Eigenleben führt“ (Hennig 1997, S. 38). Diese Sorgfaltspflicht muss im Fall der Online-Beratung in besonderer

2 Eine Menge an hilfreichen Übungsvorschlägen, mit denen ein Coach einen Klienten unterstützen kann, findet sich z.B. bei Heimes (2014).

3 Vgl. hierzu auch Haustein (1983, S. 205), der Kriterien der klientenzentrierten Gesprächsführung nach Rogers aufnimmt.

Weise beachtet werden, zum Schutz von Klienten und Beratern (► [Abschn. 5.5](#)).

Hennig beschreibt die besondere *Zeitdimension*, welche in der Briefseelsorge gilt, und zweifelsohne auch beim Online-Coaching:

- » Sie [die Briefseelsorge; die Verf.] ist nicht auf jenen Zeit-Raum beschränkt, den eine Gesprächsvereinbarung sinnvollerweise markiert, und nicht durch andere Andringlichkeiten, wie sie im Laufe des Tages liegen. (Hennig 1997, S. 39 f.)

Gerade bei einem vollen Terminkalender und einem eng getakteten Tagesrhythmus mit wenig Freiräumen bietet die schriftliche Korrespondenz besondere Möglichkeiten, kann sie doch selbstbestimmt außerhalb der „Stoßzeiten“ erledigt werden, z.B. abends oder am Wochenende. Zudem kann der Kontakt über räumliche Veränderungen hinweg aufrechterhalten werden, z.B. bei Dienstreisen, Auslandsaufenthalten oder gar einem Umzug. Auch derjenige, der den Brief (oder allgemeiner einen Text) empfängt, hat die Freiheit und Zeit, die er selbst bestimmt: Nichts zwingt dazu, sofort, spontan und aus einem inneren Druck heraus vielleicht unpassend zu reagieren. Wie zumeist gibt es auch hier eine andere Seite der Medaille: Aufgrund

der fehlenden Unmittelbarkeit der Reaktion kann es passieren, dass die Antwort des Seelsorgers auf eine andere Befindlichkeit des Schreibenden trifft, als diese bei der Abfassung war. Es empfiehlt sich also, mit dieser anderen Zeitdimension reflektiert und achtsam umzugehen und situationsangemessen zu reagieren, z.B. wenn beim Gegenüber eine aktuelle (emotionale) Krise vermutet werden kann.

Aus Statistiken zur evangelischen Briefseelsorge in Deutschland⁴ lässt sich ablesen, dass die Zahl der eingegangenen Briefe von 2003 bis 2009 von 2.444 auf 1.802 zurückgegangen ist, eine Minderung um fast 30%. Es drängt sich die Hypothese auf, dass der Einzug der elektronischen Medien hier mitverantwortlich ist. So gibt es auch bei den großen Kirchen inzwischen Angebote der Internet-Seelsorge. 1995 etwa erweiterte die deutsche Telefonseelsorge ihr Angebot um Mail- und Chat-Seelsorge (vgl. Kühne und Hintenberger 2013, S. 1571).

Auf die Themen bezogen schälen sich in Bayern drei große Komplexe heraus: 1) psychische Probleme; 2) besondere Lebenssituationen und 3) Partnerschaft und Ehe (zusammen mit dem Komplex „Familie allgemein“ sogar führend; ► [Tab. 5.1](#)).

Wie sieht es beim Coaching aus? Bei Rauen (2016b) findet sich eine Übersicht diverser Coaching-Umfragen. Neben den (erwartungsgemäß)

■ **Tab. 5.1** Briefseelsorge in Bayern – Anliegen von Ratsuchenden

Probleme	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Insg.
Partnerschaft und Ehe	72/14,1	69/17,7	54/15,7	44/15,5	34/12,8	39/18,4	42/21,3	354/ 16,1
Familie allg.	53/10,4	34/8,7	39/11,3	35/12,4	32/12,1	28/13,2	26/13,2	247/ 11,2
Glaubensfragen und -zweifel	35/6,9	27/6,9	18/5,2	15/5,3	14/5,3	9/4,3	12/6,1	130/ 5,9
Besondere Lebenssituationen*	129/ 25,2	92/23,6	73/21,1	59/20,8	49/18,8	44/20,8	39/19,8	485/ 22,0
Psychische Probleme**	131/ 25,6	88/22,6	78/22,6	69/24,4	70/26,4	53/25	46/23,4	535/ 24,3
Soziale und wirtschaftliche Probleme	21/4,1	24/6,1	15/4,4	18/6,4	25/9,4	16/7,5	18/9,1	137/ 6,2

4 Diese wurden den Autoren freundlicherweise vom Landeskirchenamt der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern zur Verfügung gestellt.

Tab. 5.1 Fortsetzung

Probleme	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Insg.
Strafgefangene als Briefpartner	13/2,5	44/11,3	57/16,5	27/9,5	27/10,2	17/8,0	9/4,6	194/ 8,8
Sonstiges***	57/11,2	12/3,1	11/3,2	16/5,7	14/5,3	6/2,8	5/2,5	121/ 5,5
Insg.	511/ 100	390/ 100	345/ 100	283/ 100	265/ 100	212/ 100	197/ 100	2203/ 100

Unter den Jahreszahlen finden sich jeweils die absolute Zahl und die Prozentangabe.

* z.B. Verlust des Arbeitsplatzes, Krankheit, Alter, Einsamkeit nach Tod des Partners

** z.B. Depressionen, Ängste, Zwangsercheinungen, Psychosen, Sucht

*** z.B. Zusendung von Texten, Frage nach Informationen, Angebot zur Mitarbeit

zur Briefseelsorge divergenten Themen, die v.a. auf Führungsfragen, Kompetenzentwicklung und Karriere abzielen, gibt es auch Schnittmengen. In der „Coaching-Umfrage Deutschland“ von Middelndorf benennen 14,19% Stressmanagement, Burnout, Prophylaxe und Work-life-Balance sowie 13,8% Konflikte und Beziehungsthemen (a.a.O.). In der „6. Trigon Coaching-Befragung“ (Vogelauer 2012) nehmen Beziehungs- und Konfliktfragen sogar 23% ein. Persönliche und/oder berufliche Probleme (24%) sowie Konflikte (33%) nehmen auch in der Studie von Böning und Fritschle aus dem Jahr 2005 (a.a.O.) einen hohen Rang ein. Vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit der Briefseelsorge scheint es also durchaus möglich und sinnvoll, Coaching-Anlässe und -Themen mit asynchronen textbasierten Verfahren gerecht zu werden.

5.3 Der Text als Medium – Anregungen zu einem sozialwissenschaftlich reflektierten Umgang

Siegrist (2009) benennt als eine der zentralen Kompetenzen im Idealprofil eines Online-Coaches die „Fähigkeit, sich aufgrund beschränkter Information und der gegebenen Kanalreduktion ein angemessenes Bild des Anliegens der Rat Suchenden machen zu können“ (a.a.O., S. 308). In Bezug auf asynchrones textbasiertes Coaching stellt sich von daher die Kernfrage, inwieweit die Analyse und das

Verständnis der schriftlichen Äußerungen der Klienten sich an sozialwissenschaftlichen Standards orientieren können, um den Coaching-Prozess fundiert und reflektiert steuern zu können.

Dass hier der Bezug zu den Sozialwissenschaften hergestellt wird, liegt an der Tatsache, dass Coaching ein soziales Geschehen in Dialogform ist – es bezieht sich „auf dieses Zwischen von Personen“ (vgl. Mührel 2011, S. 76). Schreyögg (2011) nennt Coaching sogar eine „angewandte Sozialwissenschaft“, wobei sie die Multidisziplinarität betont (vgl. a.a.O., S. 49). Sozialwissenschaftliches Wissen unterscheidet sich von Alltagswissen dadurch, dass seine Hervorbringung kontrolliert wird, das Vorgehen transparent ist und es verschiedene Kontrollmomente gibt (vgl. Hoffmann o.J., S. 9). Hier zeichnet sich eine Bredouille ab: Die „großen“ Auswertungsmethoden der qualitativen Sozialforschung wie z.B. Typenbildung, narrative Analyse, qualitative Inhaltsanalyse und andere mehr, verlangen sowohl eine fundierte methodologische Ausbildung als auch einen recht hohen Arbeitsaufwand (vgl. hierzu Mey und Mruck 2010, S. 553–750). Rein handlungsorientierte Anweisungen ohne wissenschaftstheoretischen Hintergrund wiederum können am Skopus des Textes vorbei gehen und das „Lesen zwischen den Zeilen“ ausblenden. Geht es doch im Sinne einer interpretativen Sozialforschung sowohl um den „Nachvollzug des subjektiv gemeinten Sinns als auch um die Rekonstruktion des latenten Sinns und des damit einhergehenden impliziten Wissens der in der Sozialwelt Handelnden“ (Rosenthal 2014, S. 19). Grundlegendes Wissen

über die Handhabung qualitativer Methoden ist als eine maßgebliche Kompetenz für einen Online-Coach auf jeden Fall empfehlenswert, auch wenn die tägliche Praxis deren Anwendung wohl nicht erlaubt. Es spricht aber nichts dagegen, bei der Diagnostik zu Beginn eines Coaching-Prozesses, bei bestimmten „Meilensteinen“ oder im Sinne der Qualitätssicherung nach Abschluss eines Prozesses sich dem vorhandenen Textmaterial ausführlicher mit qualitativen Methoden zu nähern und damit begründete Hypothesen und Rückschlüsse zu ziehen. Da es den Rahmen dieses Beitrages sprengen würde, differenziert auf einzelne Analysemethoden einzugehen, sollen exemplarisch drei Zugangsweisen einer „mittleren“ Größe vorgestellt werden.

■ Das Vier-Folien-Konzept bei der E-Mail-Beratung nach Knatz und Dodier (2003)

Die Autoren beschäftigen sich vorrangig mit der Beratung per E-Mail. Dabei greifen Sie neben den klassischen Modellen von Schulz von Thun auch auf sprachwissenschaftliche Ansätze, Konzepte des „Narrativen“ und die Sprachhermeneutik zurück. Für die Arbeit mit Text werden vier Schritte formuliert (vgl. hierzu auch Knatz 2006):

- Der eigene Resonanzboden: Hier geht es um erste Gefühle, Bilder, Fantasien und das eigene Kontaktgefühl.
- Das Thema und der psychosoziale Hintergrund des Klienten: Um welches Thema geht es und was kann ich über den Kontext erfahren?
- Die Diagnose: Welche Fragen, Wünsche, Hoffnungen kann ich beim Klienten entdecken, welche Hypothesen habe ich?
- Die Intervention: In dieser Folie werden Vorschläge für eine strukturierte Antwort und Formulierungshilfen angeboten.

Im Hintergrund stehen dabei klientenzentrierte (Rogers) und tiefenpsychologische Überlegungen.

■ Die Metaphernanalyse⁵

Eine metaphorische Sprache, d.h. die Nutzung von Bildern und Vergleichen, ist im Coaching gang und gäbe. Sowohl in impliziten Vorannahmen (z.B.

beim Coach: „Coaching ist ‚auf den Weg bringen‘“) als auch in der expliziten Kommunikation (z.B. „Ich fühle eine große Last auf meinen Schultern“) bilden Metaphern „kulturelle Rahmungen unseres Denkens [...], die auch das Handeln und das Selbstverständnis von BeraterInnen und TherapeutInnen prägen“ (Schmitt 2016, S. 27). In Anknüpfung an eine „kognitive Linguistik“ von Lakoff und Johnson und vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Studien stellt Schmitt fest, dass sich lebensweltliche und therapeutische Modelle des Kontakts oft als nicht kongruent erweisen, obwohl die „Adaptation der jeweiligen metaphorischen Denkmuster von KlientIn und TherapeutIn [...] für den Behandlungsverlauf entscheidend“ (Schmitt 2016, S. 32) zu sein scheint. Auf der Interventionsebene geht es im Speziellen darum, auch beiläufig gebrauchte Metaphern aufseiten des Klienten ernst zu nehmen und zum Nachdenken und Hineinspüren anzuregen. Dies kann z.B. über ein Ausmalen, eine Vertiefung und/oder eine Veränderung der explorierten Szene erfolgen. In einem erweiterten Sinne kann neben der soziokulturellen Metaphorik auch die persönliche und familiäre Metaphorik erfasst werden.

Der Ansatz der Metaphernanalyse weist auf die Notwendigkeit hin, dass sich der Coach mit seiner eigenen Textproduktion auseinandersetzt. Dies sensibilisiert enorm für die Vielschichtigkeit sprachlichen Ausdrucks. Für die konkrete Arbeit schlägt Schmitt einen fünfteiligen Rahmen vor, der Selbsterfahrungsanteile beinhaltet (v.a. in der Ausbildung) und dazu verhilft, das Metaphernsystem des Klienten zu erfassen und lösungsorientiert zu nutzen (vgl. Schmitt 2016, S. 36 f.).

■ Zirkuläres Dekonstruieren

Das zirkuläre Dekonstruieren kann als eine Kurzform der „Grounded Theory“ nach Glaser und Strauss (2010) verstanden werden. Entgegen einer Tendenz zur Verregelung wird versucht, „das Konstruktive und Kreative qualitativen Arbeitens im Blick zu halten und für den Deutungsprozess schöpferisch zu nutzen“ (Faas und Mruck 1998, S. 3):

- » Unser Ausgangsmaterial ist ein Text, um den herum wir uns in kreativen Gedankenschleifen intuitions- und theoriegeleitet bewegen. Damit „dekonstruieren“ wir zirkulär und

5 Ein kurzer Überblick dazu bei Schmitt (2000), ausführlich in Schmitt (2010).

rekursiv den Text und setzen ihn anschließend so zusammen, dass implizite Sinngehalte sichtbar werden können. (Jaeggi und Faas 1998, S. 5 f.)

In Zusammenhang von textbasiertem Online-Coaching ist v.a. der Sechsschritt der ersten Auswertungsphase interessant, da der Vergleich mit anderen Texten im Rahmen eines Forschungsanliegens eher die Ausnahme sein dürfte (vgl. Jaeggi und Faas 1998, S. 7 ff.):

1. Formulierung eines Mottos für den Text, z.B. in Form einer Überschrift, einer Kernaussage oder eines treffenden Bonmots.
2. Zusammenfassende Nacherzählung in kürzerer Form, in welcher das Wesentliche enthalten ist. Hier entstehen bereits erste Interpretationsschwerpunkte, die reflektiert werden sollten.
3. Erstellen einer Stichwortliste, in welcher auffällige und gehaltvolle Begriffe des Textes chronologisch hintereinander aufgelistet werden.
4. Verfassen eines Themenkatalogs, d.h. Extrahierung verschiedener angesprochener Themenbereiche aus der Stichwortliste. Es wird nach Oberbegriffen gesucht, welche bereits als „Vor-Kategorien“ verstanden werden können. Diese Oberbegriffe sind in der Regel auch von den Voreinstellungen und dem Vorwissen des Deutenden geprägt.
5. Paraphrasierung: Es werden nun entweder Themen so zusammengefasst, dass sich Metathemen ergeben können, oder ein Thema wird in den Mittelpunkt gestellt und anschließend ausdifferenziert.
6. Aus der Integration der vorhergehenden Arbeitsschritte werden textspezifische zentrale Kategorien formuliert.

Hilfreich kann es sein, wenn mehrere Personen auf einen Text schauen und sich über ihre Wahrnehmungen austauschen – auch beim zirkulären Dekonstruieren müssen wir unsere eigenen Vorannahmen kritisch überprüfen! Beim textbasierten Online-Coaching eröffnet dies die Möglichkeit, dass sich z.B. ein Coaching-Team mit dem Anliegen eines Klienten befasst. Dies sollte aber vorher unbedingt sauber kontraktiert werden! Außerdem kann mit den

vorliegenden Texten z.B. in einer Kontrollsupervision oder einer Balint-Gruppe gearbeitet werden.

5.4 Textbasierte, asynchrone Online-Beratung

Mit dem Einzug digitaler Technologien in fast alle gesellschaftlichen Lebenswelten gewinnt auch Online-Beratung kontinuierlich an Bedeutung. Bei aller Formenvielfalt überwiegt asynchrone und schriftliche Kommunikation, sei es per Mail, in Foren und in speziell für Beratungszwecke entwickelten Plattformen. Damit werden für die Online-Beratung Forschungsergebnisse zur computervermittelten Kommunikation („computer-mediated communication“, CMC) interessant.⁶ Deren Befunde stehen in deutlichem Kontrast zur verbreiteten Skepsis gegenüber computervermittelter Kommunikation (CMC) in Beratungs- und Therapiesettings (vgl. Knaevelsrud et al. 2016, S.10 ff.). Frühe Forschung zur computervermittelten Kommunikation betonte die „Kanalreduktion“ im textbasierten Kommunikationsprozess, also den Wegfall von „sozialen Hinweisreizen“ (Mimik, Gestik, Tonfall, Gesichtsausdruck, Erscheinungsbild oder Alter der Beteiligten etc.), und bewertete ihn einseitig als defizitär. Weitere Studien ergaben aber schon bald ein wesentlich differenzierteres Bild. Defizite durch Kanalreduktion können unter bestimmten Bedingungen gut ausgeglichen werden (vgl. Walther 1992) und - noch entscheidender - sind häufig gar keine Defizite, sondern verbessern im Gegenteil die Kommunikationssituation, da z.B. die Konzentration auf den Inhalt steigt und Kommunikation, reduziert auf die Textbotschaften, auch hierarchiefreier und gleichberechtigter, ablaufen kann (vgl. Walther und Burgoon 1992). Plastisch illustriert finden sich diese Vorbehalte und die empirisch gewonnene gegenteilige Erfahrung im Feedback-Statement zu einem Prozess „Kollegialer Beratung Online“:

6 Die Ausführungen im diesem Abschnitt sind (modifiziert) einem ausführlicheren Beitrag zur Nutzung „Kollegialer Beratung Online“ im Rahmen der Hochschuldidaktik entnommen, als Werkzeug institutionsübergreifender Verbindung von Lernorten im Studium Sozialer Arbeit (Arnold und Schindler 2016).

» Als Berater hatte ich zuerst Bedenken Konnte so ein Modell, dargeboten im Internet, wirklich die Beratung in der Realität ersetzen? Ich finde es manchmal schon schwierig, problematische Gespräche am Telefon zu führen, da ich soziale Komponenten, wie Mimik, Tonlage etc. nicht wahrnehmen kann. Allerdings konnte ich anhand der Reaktionen der Fallgeber schon bemerken, dass sich manche ihrer Probleme scheinbar wie „von alleine lösen“. Merkwürdig eigentlich, aber auch nach genauerem Nachfragen hatte sich oft allein schon durch eine veränderte Sichtweise auf das Problem eine gewisse Erleichterung eingestellt. Denn wie im „richtigen“ Leben ließen sich natürlich auch hier nicht für alle Fälle einfache und effektive Lösungen finden. Der Weg der Lösungen war oftmals vielschichtiger und oft wenig „spektakulär“. Was aber auch nicht nötig ist, da es ja immer um den Fallgeber als solchen geht. Und diese schienen immer von den Beratungen ernsthaft zu profitieren. (Schindler 2016, S. 3)

Als eine der ersten hat Döring (2002) umfassend auf die großen Potenziale computervermittelter Kommunikation hingewiesen: Sie kommt sogar zu dem Schluss, computervermittelte Kommunikation sei persönlicher als Face-to-face-Kommunikation – ein Schluss, der nur im ersten Moment überrascht. Als Gründe für diese Situation führt sie an, dass eine geringere Identifizierbarkeit Bewertungsangst reduziere, physische Isolation zu gesteigerter Aufmerksamkeit für eigene Gefühle führe sowie der Modus des schriftlichen Ausdrucks, kombiniert mit der Möglichkeit, das Geschriebene noch zu editieren, die Explizierung im Ausgedrückten steigere (vgl. ebd.).

Jiang et al. (2013) weisen am Beispiel getrennt lebender Paare ebenfalls nach, dass computervermittelter Kommunikation die Bereitschaft zur „Selbstoffenbarung“ („self-disclosure“) erhöht. Wenn Gesprächspartner *computervermittelt, textbasiert* und *asynchron* miteinander kommunizieren, verstärkt das ihre Bereitschaft, sich zu öffnen und über sich und ihre Gefühle zu sprechen und diese auch zu zeigen. Gesteigerte Bereitschaft zur Selbstoffenbarung in internetbasierten



■ Abb. 5.1 Online-Coaching (Foto: S. Richter)

Kommunikationssituationen dokumentiert auch eine Analyse der Beiträge von Facebook-Nutzenden:

» During face-to-face discourse, people spend approximately 30% of conversations sharing information about themselves; online [...] self-disclosure skyrockets to comprise 80% of our online posts. (Meshi et al. 2015, S. 9)

Es überrascht daher nicht, dass Evaluationsstudien zu Online-Beratung generell gute Wirkungsergebnisse zeigen und Online-Beratungsangebote zusätzlich Ratsuchende erreichen, die andere Beratungsangebote nicht in Anspruch genommen hätten (vgl. Knaevelsrud 2016, S. 15; ■ Abb. 5.1).

5.5 Online-Beratung in geschützten Räumen

Die jetzige Plattform ► www.kokom.net wurde ab 2005 zunächst als ► „kollegiale-beratung.net“ mit dem Ziel entwickelt, die seit Jahrzehnten in der Bildungs- und Sozialarbeit etablierte Methode der „Kollegialen Beratung“ (vgl. u.a. Tietze 2003; Spangler 2012) orts- und terminunabhängig sowie institutionsübergreifend als Online-Angebot zu implementieren. In den Folgejahren wurde sie um Online-Raumangebote für Mentoring, Coaching und Supervision erweitert. Die Räume für „Kollegiale Beratung“ unterstützen seither den Prozess der Fallberatungsgruppen nach dem „Heilsbronner Modell“, das auf die freie Aussprache im geschützten Raum

der Gruppe als Methode vertraut, flankiert von den Strukturvorgaben eines gruppenspezifisch gegliederten Leitfadens. Geprägt von psychoanalytisch fundierter Supervisionspraxis ähnelt es so weitgehend dem Konzept der Balint-Gruppen (vgl. Balint 2001), das sich auf die in den Fallberatungsgruppen beobachtbare Reinszenierung des Falles als Weg zur Lösung stützt.

Für eine Online-Implementation der „Kollektionalen Beratung“ (► „kollegiale-beratung.online“) erwies sich dieser sprachbasierte Ansatz als optimal geeignet. Die technologischen Instrumente des ebenfalls gerade entstehenden „Web 2.0“ boten dazu erstmals die notwendigen Mittel. Denn Social-Media-Plattformen, wie etwa das im gleichen Jahr entstandene Facebook, funktionieren nicht als „Web-Seiten“ für neuartige Massenkommunikation, sondern als „soziale Räume“ für Peer-to-peer-Kommunikation, als Lebensräume wie Marktplätze, Schulhöfe, Besprechungszimmer. In solch virtuellen Räumen gestalten Menschen seither interaktiv bedeutungsvolle Teile ihres Alltags, freiwillig in Freizeit wie im Beruf.

„Mündliche Formen“ der Kommunikation durch Audiodateien oder Videokonferenzsysteme wurden zum Entstehungszeitpunkt 2005 nicht in Betracht gezogen, u.a. wegen fehlender Bandbreite und aufwendigem Zugang der Adressaten zu digitaler Audio- oder Videoproduktion. Aber auch gegenwärtig, über zehn Jahre später, wo diese beiden Voraussetzungen weit verbreitet gegeben sind, wird die Beschränkung auf schriftliche Kommunikation, oder genauer gesagt, die Fokussierung auf schriftliche Kommunikationsprozesse, beibehalten.

Zum einen wird Orts- und Zeitunabhängigkeit nur durch asynchrone Kommunikation erreicht, zum anderen sollen weiterhin die oben genannten Effekte der schriftlichen computervermittelten Kommunikation, die aus der Forschung bekannt sind, für die Beratungsprozesse fruchtbar gemacht werden. Die Kommunikation im Dialogbereich der Beratungsräume ist daher durchgängig asynchron und schriftlich; ergänzend können alle Beteiligte Bilder, Grafiken und Dateien in den Raum hochladen und kollaborativ im „Wiki“ an Texten arbeiten. Sie werden jeweils per Mail benachrichtigt, sobald ein neuer Beitrag im Dialogbereich des Beratungsraumes erstellt oder eine neue Datei hochgeladen wurde. Zu

sehen ist außerdem, wie viele Teilnehmende diesen Beitrag bereits wahrgenommen haben. Beides sind Merkmale zur Unterstützung der Gruppenkohäsion. Eine Mitgliederliste zeigt darüber hinaus die Beteiligten und deren Profile. Nur wer hier sichtbar ist, hat exklusiv Zugriff auf die Kommunikation der Fallberatungsgruppen; auch die für die Administration Zuständigen haben keinen Zugriff darauf. Andere Räume und Etagen des Online-Beratungshauses sind ausschließlich für Registrierte, nicht jedoch für Gäste sichtbar.

In einem zentralen Aspekt unterscheidet sich die Plattform grundlegend vom Geschäftsmodell kommerzieller „Social Media“: Erst „User Generated Content“ macht Web 2.0-Plattformen wertvoll für Zielgruppenmarketing und Werbekunden, wie das Tim O'Reilly (2005) definiert. Er begreift das „Einspannen“ kollektiver Intelligenz als eine Kernkompetenz von Web 2.0-Firmen und Inhalte („content“) als Mittel zur Verkaufsförderung am Online-Marktplatz. Selbstoffenbarungsprozesse als Qualitätsmerkmal von Online-Beratung wären wohl ein hochpreisiger Anreiz für Online-Werbekunden. Nur durch den auf ► kokom.net geübten expliziten Verzicht auf dieses grundlegende Geschäftsmodell des Web 2.0 ist daher die Zusage vertraulicher, geschützter Kommunikation für Online-Beratung glaubwürdig. Statt durch den Verkauf von Daten der Nutzenden wird die Plattform durch institutionelle Nutzende finanziert, flankiert von ehrenamtlichem Engagement des „Instituts für kollegiale Beratung“, einem als gemeinnützig anerkannten Verein (► <https://www.kokom.net/spenden>). Sie realisiert so ein wahrhaft soziales Netzwerk, trotz der Verwendung moderner Social-Media-Technologien.

Für Beratungszwecke ungeeignet sind auch virtuelle Räume, deren Inhalte von hierarchisch übergeordneten Ebenen eingesehen (oder gar modifiziert) werden können. Dazu zählen typischerweise eLearning-Plattformen mit einem stark hierarchisierten Rollenmodell wie das im Bildungsbereich verbreitete „Moodle“, die so die vorwiegende soziale Wirklichkeit im Bildungswesen abbilden. Für Fortbildung, Supervision und Beratung hat sich demgegenüber das Prinzip des Lernens am „dritten Ort“ etabliert. Damit ist die Freistellung von den Zugriffs- und Kontrollmöglichkeiten am Arbeitsplatz, aber auch von den Anforderungen

im privaten Umfeld gemeint. Virtuelle Räume, die der Server des Arbeitgebers oder der Bildungsinstitution bereitstellt, können prinzipiell nicht als solch verlässliche, geschützte Orte wahrgenommen werden. Seriöse Online-Beratung braucht daher einen eigenen Server, einen virtuellen dritten Ort, der „computervermittelte Kommunikation [...] in einem virtuellen und sicheren Raum“ (Koch 2009, S. 2) gewährleistet.

Diese Anforderung ist für einzelne Online-Berater in Eigenregie nur mit hohem Aufwand und informationstechnologischer Kompetenz zu realisieren. Das gilt sowohl für die Gestaltung und Modellierung der Online-Kommunikation im virtuellen Raum als auch für die Aufgabe, den Zugang dorthin und den Aufenthalt dort so zu gestalten, dass das Beratungsgespräch methodisch sauber, sicher geschützt und vertraulich stattfinden kann, auf Wunsch des Klienten auch pseudonym oder anonym. Aus der analogen Beratungspraxis ist bekannt, dass selbst schon das Wissen um die bloße Inanspruchnahme einer Beratung mit einem hohen Bedarf an Vertraulichkeit verbunden ist, geschweige denn deren Inhalte. Im analogen Leben lässt sich der Besuch einer Beratungspraxis verschleiern; beim Anruf eines Therapeuten ist schon nicht mehr sicher zu wissen, ob dieser nicht trotz unterdrückter Rufnummer identifizierbare Spuren hinterlässt. Bei einer Anfrage per Mail oder SMS ist dagegen sicher, dass dies erfasst und gespeichert wird. Metadaten, die auch im Rahmen der sog. Vorratsdatenspeicherung (vgl. Krempel 2015) anfallen, sind schon allein sehr aussagekräftig, selbst ohne Kontrolle des Inhalts, der aber auch, zumindest von Geheimdiensten, kontrolliert wird. Ein Beratungsprozess auf einem vertrauenswürdigen externen Server in Deutschland oder Europa, also am dritten Ort, minimiert das Entstehen solcher Metadaten und ähnelt damit der im analogen Raum realisierbaren, unabdingbaren Vertraulichkeit der Beratung. Bedarfsweise muss es zum Schutz von Klient wie Berater möglich sein, anonym, mit nur dem Klienten bekannten Zugangsdaten, dorthin zu gelangen. Den so skizzierten Anforderungen an die Praxis von Online-Coaching, Supervision und Seelsorge werden Beratungsräume gerecht, die qualifizierte Berater im Online-Tagungs- und Beratungshaus ► www.kokom.net nutzen können.

Literatur

- Arnold, P. & Schindler, W. (in Druck). Kollegiale Beratung online als Brücke zwischen Studium und Praxis der Sozialen Arbeit. In P. Arnold, C. Füssenhäuser & H. Griesehop (Hrsg.), *Profilierung Sozialer Arbeit online. Innovative Studienformate und Qualifizierungswege*. Wiesbaden: Springer VS.
- Balint, M. (2001). *Der Arzt, sein Patient und die Krankheit* (10. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Brunner, A., Engelhardt, E. & Heider, T. (2009). Foren-Beratung. In S. Kühne & G. Hintenberger (Hrsg.), *Handbuch Online-Beratung. Psychosoziale Beratung im Internet* (S. 79–90). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Döring, N. (2002). *Gestaltung von sozialen Beziehungen im Netz*. Vortrag bei der MaC*_plus-Fachtagung „Kompetent in virtuellen Räumen – Chancen außerschulischer Bildung“ (06.-07.11.2002) in Josefstal. Folie aus dem Vortrag: https://www.kokom.net/assets/oos/mdb/8/doering_2002-11-06.jpg. Zugegriffen: 06.06.2016.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (2010). *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung* (3. Aufl.). Bern: Huber.
- Haustein, M. (1983). Briefseelsorge. In I. Becker u.a., *Handbuch der Seelsorge* (S. 203–212). Berlin: Evangelische Verlagsanstalt.
- Heimes, S. (2014). *Schreiben als Selbstcoaching*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Heimes, S. (2015). *Kreatives und therapeutisches Schreiben. Ein Arbeitsbuch* (5. Aufl.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hennig, G. (1997). Briefseelsorge. *Theologische Beiträge* 28, 34–44.
- Hoffmann, C. (o.J.). *Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden*. Studienheft TEPE 1/H. Hamburg: Europäische Fernhochschule Hamburg.
- Jaeggi, E., Faas, A. & Mruck, K. (1998). *Denkverbote gibt es nicht! Vorschlag zur interpretativen Auswertung kommunikativer gewonnener Daten* (2. Fassung). Berlin: Forschungsbericht aus der Abteilung Psychologie im Institut für Sozialwissenschaften der Technischen Universität Berlin, Nr. 98-2.
- Jentsch, W. (1981). *Schreiben befreit. Einführung in die Briefseelsorge*. Wuppertal: R. Brockhaus.
- Jiang, L. C. & Hancock, J. T. (2013). Absence Makes the Communication Grow Fonder: Geographic Separation, Interpersonal Media, and Intimacy in Dating Relationships. *Journal of Communication* 63(3), 556–577.
- Kittler, F. (2003). *Aufschreibesysteme 1800–1900* (4. Aufl.). München: Wilhelm Fink.
- Klessmann, M. (2015). *Seelsorge. Begleitung, Begegnung, Lebensdeutung im Horizont des christlichen Glaubens. Ein Lehrbuch* (5. Aufl.). Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Theologie.
- Knaevelsrud, C., Wagner, B. & Böttche, M. (2016). *Online-Therapie und Beratung*. Göttingen: Hogrefe.
- Knatz, B. (2006). Methodische Konzepte der Telefonseelsorge im Internet. *e-beratungsjournal.net* 2. www.e-beratungsjournal.net

- tungsjournal.net/ausgabe_0206/knatz.pdf. Zugegriffen: 05.08.2016.
- Knatz, B. & Dodier, B. (2003). *Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail*. Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta.
- Koch, B. (2009). Ist Online-Coaching „richtiges“ Coaching? *e-beratungsjournal.net* 5(1, Art. 6).
- Kreppe, S. (2016). *Bundestag führt Vorratsdatenspeicherung wieder ein*. Heise-online <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Bundestag-fuehrt-Vorratsdatenspeicherung-wieder-ein-2849174.html>
Zugegriffen: 08.09.2016.
- Kühne, S. & Hintenberger, G. (Hrsg.). (2009). *Handbuch Online-Beratung. Psychosoziale Beratung im Internet*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kühne, S. & Hintenberger, G. (2013). Professionalisierung der Online-Beratung. In F. Nestmann, F. Engel & U. Sickendick (Hrsg.), *Das Handbuch der Beratung. Band 3: Neue Beratungswelten: Fortschritte und Kontroversen* (S. 1571–1586). Tübingen: dgvt.
- Meshi, D., Tamir, D. I. & Heekeren, H. R. (2015). The Emerging Neuroscience of Social Media. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(12), 771–782.
- Mey, G. & Mruck, K. (Hrsg.). (2010). *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: Springer VS.
- Mührel, E. (2011). Coaching als Dialog: Eine anthropologische Grundlegung des Coachings. In B. Birgmeier (Hrsg.), *Coachingwissen* (2. Aufl., S. 75–81). Wiesbaden: Springer VS.
- Nauer, D. (2001). *Seelsorgekonzepte im Widerstreit. Ein Kompendium*. Stuttgart: Kohlhammer.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=5.
Zugegriffen: 08.09.2016.
- Rauen, C. (2016a). *Anlässe für Coaching*. <http://www.coaching-report.de/definition-coaching/coaching-ablauf/anlaesse-fuer-coaching.html>. Zugegriffen: 04.08.2016.
- Rauen, C. (2016b). *Online-Coaching*. <http://www.coaching-report.de/lexikon/online-coaching.html>. Zugegriffen: 01.08.2016.
- Rosenthal, G. (2014). *Interpretative Sozialforschung. Eine Einführung* (4. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.
- Schindler, W. (2016). Dokumentation der Rückmeldungen zur Online-Fallberatung. *Kollegiale Beratung Online - Feedback von UserInnen*. <https://www.kokom.net/user-feedback>, Statement am 10.03.2014 um 09:30. Zugegriffen: 05.09.2016.
- Schmidt-Lellek, C. (2001). Was heißt „dialogische Beziehung“ in berufsbezogener Beratung (Supervision und Coaching)? Das Modell des Sokratischen Dialogs. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching (OSC)* 3, 199–212.
- Schmitt, R. (2000). Skizzen zur Metaphernanalyse. *Forum Qualitative Sozialforschung* 1. Online: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/1130/2513>.
Zugegriffen: 05.08.2016.
- Schmitt, R. (2010). Metaphernanalyse. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 676–691). Wiesbaden: Springer VS.
- Schmitt, R. (2016). Arbeiten ist und mit Metaphern: Eine konzeptionelle Anregung. *Resonanzen. E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung* 1. <http://www.resonanzen-journal.org/index.php/resonanzen/article/view/383>. Zugegriffen: 15.05.2016.
- Schreiber, B. (2014). Schreiben entlastet die Seele. *Psychologie heute* 7, 38–43.
- Schreyögg, A. (2011). Die Wissensstruktur von Coaching. In B. Birgmeier (Hrsg.), *Coachingwissen* (2. Aufl., S. 50–62). Wiesbaden: Springer VS.
- Schultze, N. G. (2007). Erfolgsfaktoren des virtuellen Settings in der psychologischen Internet-Beratung. *e-beratungsjournal.net* 1. http://www.e-beratungsjournal.net/?page_id=146. Zugegriffen: 05.08.2016.
- Siegrist, R. (2009). Online-Coaching. In E. Lippmann (Hrsg.), *Coaching. Angewandte Psychologie für die Beratungspraxis* (2. Aufl., S. 304–314). Heidelberg: Springer Medizin.
- Spangler, G. (2012) *Kollegiale Beratung* (2. Aufl.). Nürnberg: mabase.
- Spangler, G. & Schindler, W. (2016). *Das Heilbronner Modell*. https://www.kokom.net/page_493.html. Zugegriffen: 26.07.2016.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research* 19, 52–90.
- Walther, J. B. & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research* 19, 50–88.
- Weber, T. (1993). Briefe können trösten. Briefseelsorge beim Diakonischen Werk der EKD. *Zeitschrift Diakonie* 4, 232–234.
- Ziemer, J. (2008). *Seelsorgelehre. Eine Einführung für Studium und Praxis* (3. Aufl.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.