Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

DOI: 10.4455/eu.2020.027

Professionelle digitale Ernährungsberatung

Anforderungen und Einsatzmöglichkeiten verschiedener Formate und Methoden

Monika Götz

Die Digitalisierung durchdringt immer tiefer unser Privat- und Berufsleben – gerade in Zeiten der Corona-Pandemie. Die vielfältigen digitalen Möglichkeiten schaffen neue Optionen und Herausforderungen, aber auch Vorteile für die Ernährungsberatung.

Digitale Ernährungsberatung: Vor(ur)teile

VerbraucherInnen können vielfältige Informationen zu gesundem Essverhalten und Diäten im Netz finden. Zahlreiche Gesundheits-Apps versprechen unser Ess-, Bewegungsverhalten und unsere Stressresistenz zu verbessern und sollen helfen, eine gesunde Ernährung umzusetzen. Seit 2020 können Ärztinnen und Ärzte einige Gesundheits-Apps verschreiben; die Kosten werden von den Krankenkassen übernommen. Viele Krankenkassen bieten schon seit längerem Online-Ernährungs-Coaches und -Kurse für eine gesundheitsförderliche Ernährung an. Werden die klassischen Einzel- und Gruppengespräche zur Ernährungsberatung zunehmend von Online-Programmen und Apps abgelöst?
Es gibt viele Fehlannahmen und Vorurteile zum Thema Online-Beratung:

Face-to-Face versus digital

Viele BeraterInnen haben Angst, dass sie die in ihrer langjährigen Face-to-Face-Praxis entwickelten Erfolgsmethoden digital nicht bruchlos weiterführen können. Tatsächlich bietet Online-Beratung viele Tools – ob auditiv, audiovisuell oder schriftlich, ob synchron oder asynchron – und damit viele neue Möglichkeiten. Der Mensch kann online nicht mit seiner gesamten Erscheinung, mit seiner kompletten Körpersprache, Mimik und Gestik wahrgenommen werden.

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

Online-Beratung kann je nach Format und Medienkompetenz der Beraterin oder des Beraters ohne große „Aufwärmzeit" funktionieren und sehr effektiv sein.

Für BeraterInnen ist es ein enormer Vorteil, wenn sie keine Zeit und Energie für den Gesichtskontakt aufwenden müssen, der in der Face-to-Face-Beratung meist eine Reihe von Projektionen und Übertragungen auslöst. In der Online-Beratung kann der Fokus ganz auf den KlientInnen liegen. Wird – wie in bestimmten Online-Formaten möglich – die äußere Erscheinung ausgeklammert, ermöglicht es beiden GesprächspartnerInnen, sich von den eigenen Vorurteilen zu befreien.

Anonym und asynchron

Mündet die Möglichkeit zur hohen Anonymisierbarkeit in Unverbindlichkeit? Grundsätzliche Anonymität gibt es bei der Online-Beratung nicht. Es werden genauso persönliche Geschäftsbeziehungen gepflegt wie im Face-to-Face-Geschäft. Bei einigen Formaten bleiben Stimme, Gestik und Mimik der KlientInnen verborgen. Dieser Nachteil bedeutet für viele auch einen Vorteil: Sie fühlen sich geschützt und öffnen sich leichter und schneller – ein Phänomen, das auch aus der Telefonseelsorge bekannt ist.
Kann es zu einer positiven und negativen Enthemmung durch die Nichtsichtbarkeit, Anonymität und Asynchronität kommen? Ist überhaupt eine ehrliche Kommunikation möglich, oder zeigt man sich so, wie man sein mag, und nicht so, wie man ist? In der Online-Kommunikation ist die Selbstoffenbarung oft größer. Dies ist nicht im Sinne einer gewachsenen Vertrauensbeziehung zu verstehen, sondern eher im Sinne von *„talk to a stranger"* – d. h., nicht gesehen zu werden.

Erreichbarkeit

Muss man online ständig erreichbar sein? Online-BeraterInnen müssen sich bewusst Grenzen setzen. Schließlich möchten sie nicht ständig und auf Knopfdruck erreichbar sein. Abgrenzung, Selbstmanagement und Selbstfürsorge zeichnen Professionalität aus und sind besonders im digitalen Zeitalter wichtig.

Online-Beratung

Die Beratung/Kommunikation findet nicht von Angesicht zu Angesicht (Face-to-Face) am gleichen physischen Ort statt, sondern über digitale Medien. Das kann alles sein: vom Chat bis zur 3-D-Welt.

Synchron vs. asynchron

Findet die Interaktion zwischen BeraterIn und KlientIn zeitgleich statt (Internettelefonie, Video-Chat, Chat), spricht man von synchron. Asynchron ist ein Beratungsprozess, der zeitversetzt durchgeführt wird. Asynchron ist meist schriftbasiert und findet als E-Mail oder über speziell entwickelte Software statt. Bei dieser Form kommt zur örtlichen auch noch die zeitliche Unabhängigkeit beider Parteien dazu. BeraterIn und KlientIn entscheiden, in einem meist vorher vereinbarten Zeitrahmen selbst, wann sie mit dem/der jeweiligen anderen kommunizieren.

Stellenwert

Ist Online-Beratung die „Billigausgabe" einer Beratung? Die geleistete Arbeit hat den gleichen Stellenwert. Vorbereitungszeit und Zeit für Marketing müssen berücksichtigt werden. Ist Online-Beratung eine „Fast-Food-Beratung"? Eine Beratung, die schnell den Hunger stillt, aber nicht satt macht? Neben der Fachkompetenz sind weitere Kompetenzen notwendig. Technische Kompetenz, Medienkompetenz und Medienkommunikation sowie das Wissen über Wirkmechanismus und Feinheiten der jeweiligen Methoden und Tools machen Online-Professionalität aus und sorgen für Wirksamkeit in der Beratung.
Ist Online-Beratung nur etwas für junge und technikaffine Menschen? Sicherlich muss das Medium zu den KlientInnen passen – und seit einigen Jahren nutzen vermehrt auch SeniorInnen die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten.

Vorteile von Online-Beratung

Der Wandel der Beratung durch neue Medien eröffnet BeraterInnen und auch KlientInnen zahlreiche Chancen und Vorteile.

Der größte Vorteil liegt in der örtlichen und zeitlichen Flexibilität beider Parteien.

An erster Stelle steht die Kombination aus Flexibilität und Ökonomie: Es fällt keine Zeit für An- und Abreise an. Häufigere, kürzere Beratungseinheiten („zwischendurch") sind möglich und lassen sich leichter in den Terminkalender integrieren. Der/die KlientIn befindet sich in seiner bzw. ihrer geschützten, gewohnten „Wohlfühlumgebung". Die sog. „Aufwärmzeit" ist daher i. d. R. kürzer.
Die modernen Kommunikationstechniken ermöglichen es den BeraterInnen, ihre KlientInnen *direkt in ihrem* Lebensalltag zu unterstützen – nicht mehr nur in extra terminierten Sitzungen. Die medial erweiterten Lebenswelten und auch durch das Internet informierte KlientInnen machen eine Modernisierung der Beratung durch Integration von Medien notwendig und sinnvoll.
Mit Online-Beratung kann ein wesentlich größerer KlientInnenkreis erreicht werden. Dazu zählen Menschen, die in abgelegenen Regionen wohnen oder sich im Ausland aufhalten und mit BeraterInnen in ihrer Muttersprache zu-

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

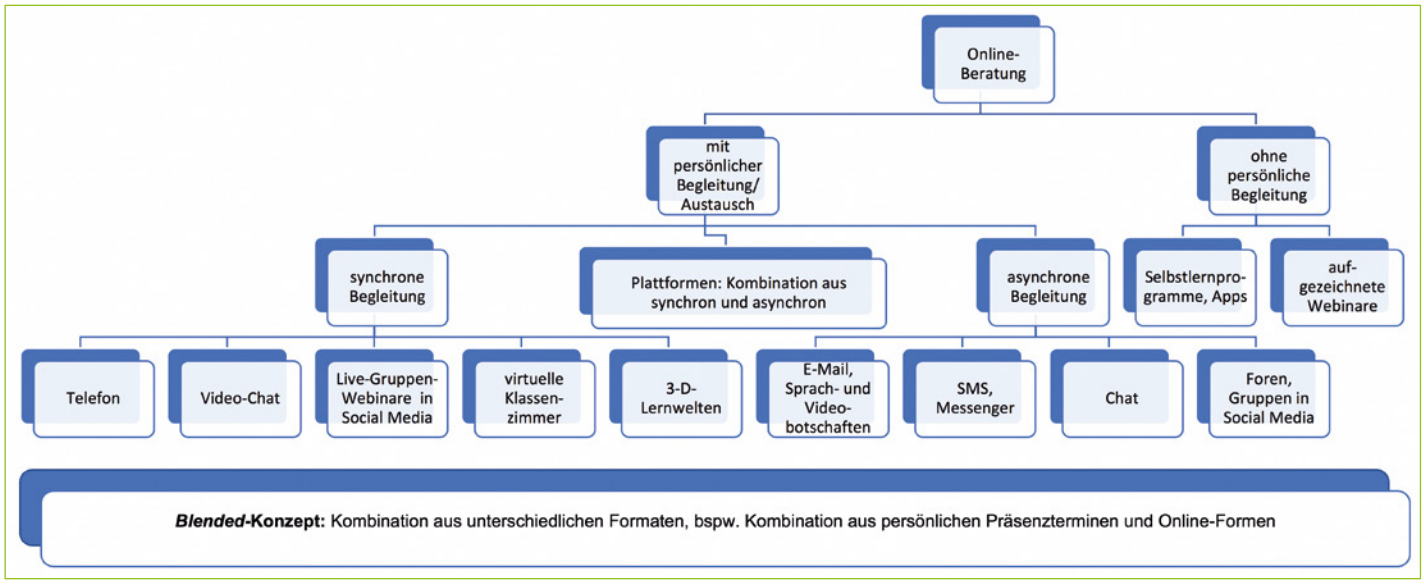

Abb. 1: **Online-Beratungsformate** (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

sammenarbeiten möchten. Auch Personen, die zeitlich eingespannt (bspw. junge oder alleinerziehende Elternteile, beruflich eingespannte Personen) oder oft an verschiedenen Orten unterwegs sind, sind potenzielle KundInnen für professionelle Online-Ernährungsberatung. Auch viele körperliche Einschränkungen, die für die Wahrnehmung von Präsenzterminen eine Hürde darstellen, spielen im virtuellen Raum keine Rolle mehr. Aber auch Jüngere, die Geschäftsbeziehungen heutzutage gerne schnell und flexibel via Smartphone pflegen, sind offen für Online-Beratungsformen.

Online-Beratung bietet also viele Möglichkeiten für neue Beratungsformen und für die Erweiterung bestehender Geschäftsmodelle und KundInnenkreise.

Digitale Beratungsformate

Verschiedene Formate der Online-Beratung zeigt ◆ Abbildung 1.

Ohne persönliche Begleitung

Beratungsangebote ohne persönliche Begleitung gibt es online in unzähligen Angeboten: E-Books, Fragebögen, Apps, Broschüren, Rezeptdatenbanken, Videos und Podcasts, Schritt-für-Schritt-Anleitungen u. v. m. Beratungsformate ohne persönliche Begleitung können eine professionelle Ernährungsberatung nicht ersetzen, sondern nur ergänzen, oder als Türöffner für andere Formate dienen. Wirksamer ist erfahrungsgemäß jede Form von Interaktion zwischen BeraterIn und KlientIn.

Mit persönlicher Begleitung

E-Mail und Messenger-Dienste

Eine E-Mail ist ein einfaches Hilfsmittel, das viele aus dem Alltag kennen und häufig nutzen. In diesem Format ist eine zeitversetzte schriftliche Kommunikation (asynchron) möglich. Sprachnach-

Vorteile	Nachteile
E-Mails kann (fast) jede/r	Missverständnisse können entstehen: Lese- und Schreibkompetenz ist notwendig
häufiger Kontakt möglich	gutes Textverständnis und schriftliche Ausdrucksfähigkeit sind notwendig; gut strukturierte und fundierte Texte benötigen Zeit und Übung
dokumentierter Prozess	alle Sinneskanäle fallen weg – nur Worte als Indikator für Unstimmigkeiten
reflektierte Kommunikation durch die asynchrone Kommunikation	Distanz in der Zusammenarbeit
verfasste Texte haben einen hohen emotionalen Wert	begrenzte Ausdrucksmöglichkeiten: Gestik, Mimik und Stimme fehlen
Verantwortung liegt bei KlientIn	Datenschutz und Datensicherheit müssen gewährleistet sein

Tab. 1: **Vorteile und Nachteile von Beratung über E-Mail**

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

richten, Fotos, Checklisten, Infomaterial usw. können den Text ergänzen. Vor- und Nachteile von Beratung per E-Mail zeigt ◆ Tabelle 1.

Beispiele für Interventionen in der E-Mail-Beratung:
- Frage-Antwort-Ping-Pong
- Ess-/Trink-Protokolle in Wort und/oder Bild
- Nährwertauswertungen
- Rezepte
- Infobroschüre

Manchmal kann es hilfreich sein, zusätzliche kurze Impulse zu setzen. Hierzu bieten sich SMS- oder andere Messenger-Dienste an.

Chat-Kommunikation

Im Chat bleibt weniger Zeit, um zu überlegen und strukturiert zu antworten. Auch der asynchrone Vorteil fällt beim Video-Chat weg. Jedoch ist die Interaktion wieder stärker.

Telefonberatung

In Deutschland wird Online-Beratung seit circa 1995 genutzt: Damals ging die große Beratungseinrichtung der Telefonseelsorge online [1].
Telefonkommunikation ist ein bewährtes Instrument im privaten und geschäftlichen Umfeld. Sie dient nicht nur der Beratung und Betreuung, sondern dem Austausch zwischen MitarbeiterInnen sowie anderen Unternehmen, Betrieben oder Einrichtungen. Laut Wikipedia fand die erste Telefonkonferenz der Welt am 4. Dezember 1928 statt [2]. Auch die Telefonberatung hat bereits eine lange Geschichte: 1956 in Berlin nahm die Telefonseelsorge in Deutschland ihren Anfang [3].
Viele Firmen der Nahrungsmittelindustrie bieten schon lange Telefonberatungen oder sog. Hotlines für bestimmte Verbraucherthemen oder Zielgruppen, z. B. Schwangere und Stillende, an. Die in Deutschland am häufigsten genutzte Variante des digitalen Coachings ist das Coaching mithilfe des Telefons [4].
Die Telefonberatung unterscheidet sich von einem Face-to-Face-Setting v. a. durch den Wegfall der visuellen Kanäle. Diese Kanalreduktion stellt jedoch nicht nur einen Nachteil dar. Schließlich ist es für manche Menschen sogar leichter, sich am Telefon mit emotionalen oder gar schambesetzten Themen zu öffnen, selbst wenn sie ihr Gegenüber bereits kennen. Das gilt erst recht, wenn der/die Rat-

Vorteile	Nachteile
geringe Einstiegshürde; Telefon kann (fast) jede/r	reduzierte Sinneswahrnehmung
beim Telefonieren entsteht Nähe; die Stimme des/der Anderen ist direkt am eigenen Ohr	Schulung des Gehörs ist wichtige Voraussetzung und muss trainiert werden
häufiger Kontakt ist möglich	wenig Interventionen; oft nur Lösen von Problemen
Fokussierung auf das Wesentliche	keine Visualisierung möglich
Worte sind für viele leichter als Text	Datenschutz und Datensicherheit müssen gewährleistet sein

Tab. 2: **Vorteile und Nachteile von Beratung per Telefon**

Vorteile	Nachteile
geringe technische Einstiegshürden	schwerfälliger Dialog bei mehreren TeilnehmerInnen, da nur ein/e TeilnehmerIn Dokumente teilen oder bearbeiten kann.
viele Menschen sind mit dem Medium bereits vertraut	beschränkte Intervention möglich
Menschen können sich sehen: Gestik, Körperhaltung und Mimik sichtbar	ausreichende Bandbreite ist Voraussetzung für jede/n TeilnehmerIn
vielfältige Interventionsmöglichkeiten und Visualisierung möglich: In einer Einzelberatung kann man gemeinsam an einem Dokument arbeiten (z. B. ◆ Abbildung 2). Durch das Teilen des Bildschirms und einer kreativen Nutzung der Kamera sind z. B. Visualisierungen am Whiteboard oder Flipchart möglich. Ebenso könnten Bilder oder Lebensmittel gezeigt werden.	es entstehen i. d. R. Lizenzkosten; ausreichende Bandbreite ist notwendig
	Datenschutz und Datensicherheit müssen gewährleistet sein

Tab. 3: **Vorteile und Nachteile von Beratung mit Video und Chat**

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

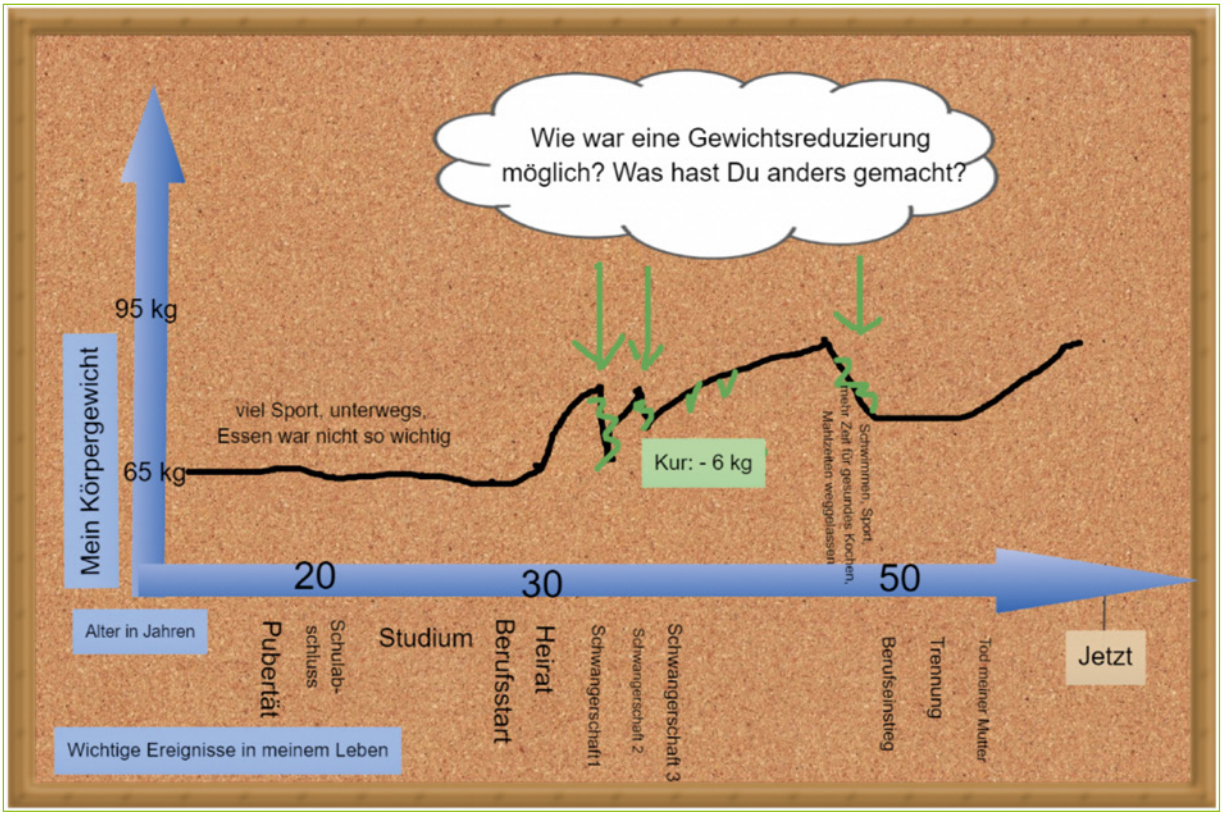

Abb. 2: **Beispiel für Biografiearbeit in der Online-Einzelberatung**

suchende anonym bleibt. Und so ist es auch ein zentraler Unterschied, ob es sich um eine Telefonberatung handelt, die anonym erfolgt oder nicht [5].
Telefonberatung kann ergänzend oder unabhängig genutzt werden; Vor- und Nachteile finden sich in ◆ Tabelle 2.

Video plus Chat[1]

Der Einstieg in die Online-Beratung ist oft eine Videotelefonie oder Videokonferenz, da dieses Format stark einer Face-to-Face-Beratung oder einem Meeting ähnelt. Vor- und Nachteile zeigt ◆ Tabelle 3.

Virtuelles Klassenzimmer

Das virtuelle Klassenzimmer ist ein Raum im Web, in dem gemeinsam gearbeitet werden kann. Ein virtueller Arbeitsraum bietet vielfältige Visualisierungsmöglichkeiten mit unterschiedlichen Werkzeugen, z. B.:

- Whiteboard mit Zeichenwerkzeugen, mit denen die TeilnehmerInnen gleichzeitig arbeiten können (◆ Abbildung 2)
- Umfragewerkzeuge
- Präsentationswerkzeuge zum Anzeigen von Bildmaterial oder vorbereiteten Präsentationen

Vor- und Nachteile sind in ◆ Tabelle 4 aufgeführt.

Integrierte Online-Beratungsplattformen

Integrierte Online-Beratungsplattformen sind i. d. R. komfortabel, da oft zahlreiche Hilfsmittel und Werkzeuge zur Verfügung stehen. Diese Plattformen wurden vorwiegend für Coaching und dessen Bedürfnisse entwickelt. Virtuelle 3-D-Lernwelten sprechen die gleichen Hirnareale an wie eine Situation in echter Umgebung. Durch Avatare in einer 3-D-Umgebung können „echte" Erfahrungen gemacht werden. Die Steuerung eines Avatars erhöht die Aufmerksamkeit der KlientInnen. Und der technische Fortschritt geht noch weiter. Immer mehr Einsatzmöglichkeiten wecken das Interesse an *Virtual Reality* und an KI (künstlicher Intelligenz).

Blended Counseling

Verknüpft man mehrere mediale Formate, spricht man von *Blended Counseling*. Face-to-Face-Angebote können mit einem Online-Format gemischt werden. Genauso können zwei oder mehrere Online-Formate sinnvoll das klassische Angebot erweitern.
Beispielweise kann es sinnvoll sein, nach einem Face-to-Face-Treffen die Auswertung eines Tagesprotokolls oder passende Rezepte per E-Mail zu versenden. Ebenso kann ein Telefonat oder eine Online-Sitzung zwischen den Face-to-Face-Sitzungen erfolgen. Auch kurze Online-Transferberatungen von 20–30 Minuten können die Wirksamkeit einer klassischen Sitzung erhöhen.
Wenn es für den Beratungsprozess notwendig oder von der Klientin/dem Klienten gewünscht wird, können Fotos von Mahlzeiten

[1] Ein vertiefender Beitrag der Autorin zur Video-Beratung wird in der Juli-Ausgabe der Zeitschrift DGEwissen erscheinen

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

Vorteile	Nachteile
Gruppenberatung wird möglich	Aufwand für die Auswahl des geeigneten Raumes und technischer Ausstattung (Headset, Kamera, Licht)
technische Kompetenz i. d. R. nur von BeraterIn gefordert – einfache Einwahl für KlientInnen	Lizenzgebühren
Visualisierung ist möglich	zeitlicher Aufwand für Einarbeitung in die Technik
umfangreiche Interaktionsmöglichkeiten	ausreichend Bandbreite
ganzheitliche Kommunikation kann stattfinden: sehen, hören, schreiben, visualisieren	Datenschutz und Datensicherheit müssen gewährleistet sein
Dokumentation ist möglich	

Tab. 4: **Vorteile und Nachteile bei der Beratung im virtuellen Klassenzimmer**

oder bspw. Erfolgsmeldungen über Messenger-Systeme oder kurze E-Mails einen engen Austausch fördern.

Braucht gute Beratung Präsenz?

Berninger-Schäfer stellt fest: „Während vor ein paar Jahren Online-Beratung noch als Ergänzung zur Face-to-face-Beratung betrachtet wurde, handelt es sich hierbei inzwischen um ein anerkanntes, eigenständiges Angebot“ ([6], S. 6). Die Zunahme der Nutzung des Internets führte in den letzten 20 Jahren auch zu einer Zunahme der Internetnutzung bei Gesundheitsthemen. Entsprechend nahm die Zahl der therapeutischen Angebote zu, sodass sie trotz Fernbehandlungsverbot in Deutschland steigen. Im Ausland (z. B. Niederlande, Schweden) gehören sie zum Regelangebot therapeutischer Versorgung; in den USA ist Online-Therapie weitverbreitet [6].
Studien belegen deren Wirksamkeit. Bedeutend ist dabei der Aufbau einer festen Arbeitsbeziehung trotz räumlicher Trennung. Andersson und Cuijpers (2009) führten eine Metaanalyse (12 Studien, n = 2 446) zur Behandlung von Depression durch. Zehn der 12 Studien untersuchten therapeutische Online-Interventionen, zwei Studien eine rein computervermittelte Behandlung. Es zeigte sich eine deutliche Überlegenheit der therapeutenunterstützten Vorgehensweise über das Internet ggü. den rein computervermittelten Vorgehensweisen. Obwohl es noch keine allgemein verbindlichen Qualitätsstandards für Online-Beratung gibt, wird ihr eine hohe Leistungsfähigkeit bzgl. Problemlösung, einfühlendem Verstehen der BeraterInnen und wirksame Unterstützung zugeschrieben [6].
Der Pädagoge und Theologe Prof. Dr. Richard Reindl ist sich sicher, dass Online-Beratung und -Therapie weiter auf dem Vormarsch sind: „Angesichts aktueller Entwicklungen bedarf es also keiner hellseherischer Fähigkeiten, um zu prognostizieren, dass Beratung und Therapie via Internet in unterschiedlichen Formaten (…) auf dem besten Weg ist, selbstverständlicher Teil der Beratungs- und Therapielandschaft zu werden.“ [4, S. 52]

© leszekglasner/iStock/Getty Images Plus

Mit digitaler Beratung kann ein wesentlich größerer KlientInnenkreis erreicht werden: Personen, die zeitlich eingespannt, körperlich eingeschränkt, in abgelegenen Regionen oder im Ausland sind u. v. m.

Kommunikation im Internet

Die internetgestützte Kommunikation ist vielseitig und real, was nicht zuletzt an ihren Auswirkungen feststellbar ist. Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten, sich auszutauschen: Ideen,

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

Meinungen, Gedanken, Gefühle, Erkenntnisse können geteilt werden. Menschen können sich über medial vermittelte Kommunikation verbunden fühlen, sich ärgern etc.
Gerade in Therapie und Beratung sind eine professionelle Beziehungsgestaltung und die Kommunikation zwischen den TeilnehmerInnen Voraussetzung, um befriedigende Ergebnisse zu erreichen. Daher ist es wichtig, eine hohe Präsenz der TeilnehmerInnen anzustreben und Emotionen „sichtbar" bzw. „hörbar" zu machen.
Es ist nicht alleine die zeitgleiche, physische Anwesenheit von Personen im gleichen Raum gemeint, sondern das Sich-Einlassen auf die jeweils andere Person bzw. die Personen mit gleichen oder ähnlichen Problemen und Zielstellungen (Gruppenberatung).
Emotionen sind im gesamten Beratungsprozess sehr wichtig. Der Mensch ist online mit seiner Körpersprache, Gestik und Mimik auf einen Blick erfassbar. Gefühle und Körperwahrnehmungen können auch erfragt, beschrieben und visualisiert werden. Kreative Methoden, ein lösungs- und zielorientierter Werkzeugkoffer ergänzen neben dem entsprechenden Fragenkatalog die Fachkompetenz der BeraterInnen.

Das oberste Ziel einer Ernährungsberatung ist es, KlientInnen zu einem persönlichen, zielgerichteten, gesundheitsfördernden Handeln zu aktivieren und zu begleiten. Vor dem Hintergrund, dass die wahrgenommene Autonomie und Selbstwirksamkeit des Klienten/der Klientin bedeutende Faktoren für die Umsetzung einer Verhaltensänderung darstellen, ist die Ernährungsberatung darauf auszurichten, die Autonomie der KlientInnen zu aktivieren und die Selbstwirksamkeit zu fördern [7]. Das ist face-to-face und online möglich, ebenso wie eine Haltung, die aus Empathie, Respekt und Wertschätzung besteht. Zu den Basics einer guten Online-Gesprächsführung gehören:

- aktives Zuhören, Verständnis und Einfühlung zeigen
- konstruktives Feedback geben
- offene Fragen sowie lösungs- und zielorientierte Fragen

In einem Gruppen-Webinar müssen Interaktion und Austausch zwischen den TeilnehmerInnen stattfinden. Durch das Treffen auf einer entsprechenden Online-Plattform mit Gruppenräumen, der Medienkompetenz der Seminarleitung und einem kreativen Methodenkoffer können z. B. genauso wie im Live-Gruppentraining neue Inhalte vermittelt und Fragen beantwortet sowie ein Austausch zwischen den Gruppenmitgliedern gefördert werden.
Der klassische Beratungsprozess bzw. das klassische Gruppentraining lassen sich nicht eins zu eins in eine virtuelle Welt übertragen. Wer digital beraten will, darf sich nicht durch Methoden versklaven lassen.

> **Auf der Basis eines soliden Wissens über Wirkfaktoren in der Beratung muss man sich die Freiheit nehmen, den Kern seines bisherigen Vorgehens online kreativ neu zu gestalten.**

Dabei wird man die Erfahrung machen, dass man gar nicht so viel verändern muss.

Spezifische Kompetenzen für Online-Beratung

Technische Kompetenz

Professionelle Online-BeraterInnen benötigen neben technischer Kompetenz eine entsprechende technische Ausstattung und Qualifizierung, Auch die KlientInnen benötigen eine einsatzbereite IT-Technik.
Online-Beratung als technologiegestützte Kommunikation braucht die Fähigkeit, mit dem Computer verbundene Technologien und Programme so zu nutzen, dass deren professioneller Einsatz möglich wird. Dies beinhaltet das Wissen über Hard- und Software, um effektiv arbeiten zu können. Eine funktionierende Technik und stabile Internetverbindung (Computerausstattung, Headset, Internetanschluss) sind unbedingt notwendig. Probleme mit der Technik verursachen Stress, können aber immer vorkommen. Es kann immer zu unbeabsichtigten, plötzlichen Ausfällen kommen. Es ist wichtig, bereits zu Beginn eines Beratungsgesprächs mit den KlientInnen zu besprechen, was im Falle einer Unterbrechung der Verbindung geschehen soll. Ein Technik-Check (Prüfung der Audio- und Videoverbindung) sollte vor dem eigentlichen Beratungsprozess stattfinden.
Der Auftritt und Bildausschnitt vor der Kamera, die Tonqualität und Ausleuchtung sind wichtige Erfolgskriterien und benötigen eine entsprechende technische Grundausstattung. In der Online-Beratung muss die Bedienung der Medien und Online-Tools geübt sein, da der Beratungsprozess im Vordergrund stehen sollte. Präsenz und Aufmerksamkeit sollten beim Gegenüber sein.
Jede/r BeraterIn sollte nur gesicherte Medien und Geräte verwenden sowie jederzeit Auskunft über Datenschutz und Datensicherheit geben können. Vertraulichkeit ist das oberste Gebot in der Online-Beratung. Unabhängig vom Tool, der Plattform, dem Format ist insbesondere online sicherzustellen, dass keine unbefugten Personen Zugriff auf die Dokumentation und gesprochenen Worte/Bildmaterial bekommen. Technisch bedeutet dies, dass sowohl die übertragenen Daten einschließlich der Audio- und Videodateien verschlüsselt übertragen werden müssen, als auch der Zugang zu den Online-Räumen nur den Beteiligten ermöglicht wird.

Kompetenzen für Medienkommunikation

Online-BeraterInnen brauchen Medienkompetenz und eine Qualifizierung in der Kommunikation im virtuellen Raum, eine sog.

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt!
Nutzung, Verbreitung und Weitergabe (auch auszugsweise) in allen Medienformen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Umschau Zeitschriftenverlag GmbH, Wiesbaden.

Medienkommunikation. Frage- und Feedbacktechniken sowie Lese-, Schreib- und Hörkompetenz sind Basisfertigkeiten in der Online-Beratung. Neben den rein schreibbasierten Vorgehensweisen (z. B. Chat, E-Mails) ist die Lese- und Schreibkompetenz auch bei multimedialen Plattformen, die verschiedene Medien (Audio, Video, Chat) kombinieren, ein wichtiger Bestandteil eines professionellen Vorgehens.
„Aktiv lesen" heißt, die Wirkung des Geschriebenen auf die lesende Person zu reflektieren und im Sinne von Wertschätzung, Respekt, Empathie und Echtheit zu antworten.
„Aktives Lesen" sowie „aktives Zuhören" beinhalten, mit jeder Information der KlientInnen achtsam und ressourcenaktivierend umzugehen. Es ist wichtig, Botschaften zu verstehen und zwischen den Zeilen zu lesen, ohne zu etikettieren und die eigenen Wahrnehmungen und Interpretationen als die der KlientInnen zu verstehen. Aufgrund der Einschränkung der Sinneswahrnehmung ist dieser Aspekt besonders wichtig. Sorgfältige Formulierungen und Rückkopplungsschleifen helfen, Missverständnisse zu vermeiden.

Fazit

Online-Beratung sollte an das vorhandene Repertoire andocken. Eine gute Beratung ist unabhängig vom Medium, das in der gemeinsamen Arbeit genutzt wird. Empathie, Vertrauen und Professionalität prägen den Prozess. Das Basisverhalten der Gesprächsführung ist die Grundlage der Kommunikation in der Beratung und in der Therapie. Zusätzliche Tools, z. B. zur Visualisierung, können die Beratungsphasen anreichern und den Prozess erleichtern. Tools ersetzen keine gute Kommunikation und sind nicht alleine wirksam!

Die persönliche Beziehung und die individuelle Begleitung sind das Herzstück einer professionellen Beratung – online und face-to-face.

Beschäftigt man sich z. B. mit den technischen Möglichkeiten, den unterschiedlichen Plattformen und Tools auf dem Markt[2], den Beratungsformaten, Datensicherheit, der persönlichen technischen Ausstattung und dem Online-Marketing, so kann das schnell abschrecken und ErnährungsexpertInnen überlassen den Markt lieber den NichtexpertInnen. Da es unzählige Varianten und Möglichkeiten gibt, ist auch hier der Austausch mit FachkollegInnen über deren Erfahrungen und Lösungsideen sehr wichtig.
Darin liegt eine große Chance für die professionelle Ernährungsberatung und -therapie: Gemeinsam kann die online-Ernährungsberatung aus dem Dornröschenschlaf erweckt werden. Es schlummert noch viel Potenzial für unsere professionelle Arbeit als ErnährungsberaterInnen in der Digitalisierung.

Monika Götz, Dipl. Oec. troph. Univ., M. A.
Ernährungsberaterin VDOE
Zertifizierter Business- und Gesundheitscoach,
online-Coach
Röntgenstr. 11, 89518 Heidenheim
www.monikagoetz.de

Interessenkonflikt
Die Autorin erklärt, dass kein Interessenkonflikt besteht.

Literatur

1. *Engelhardt, Emily M: Lehrbuch Onlineberatung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht Verlag 2018.*
2. *Wikipedia: Telefonkonferenz. https://de.wikipedia.org/wiki/Telefonkonferenz. 7. November 2019 (last accessed on 29 April 2020).*
3. *TelefonSeelsorge: 60 Jahre TelefonSeelsorge in Deutschland. Rückblick und Jahresbericht 2015. www.telefonseelsorge.de/sites/default/files/TS_Jubil%C3%A4umsbrosch%C3%BCre_2016_web.pdf (last accessed on 29 April 2020).*
4. *Dundler S: Für Entdecker: Ihr Weg zum Online-Coach. Bonn: managerSeminare Verlags GmbH 2019.*
5. *Wenzel J, Jaschke S, Engelhardt E: Krisenberatung am Telefon und per Video in Zeiten von Corona. e-beratungsjournal.net 2020; 16(1): Artikel 4. www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/04/wenzel_et_al.pdf (last accessed on 29 April 2020).*
6. *Berninger-Schäfer E: Online-Coaching. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH 2018.*
7. *Rufener A, Jent, S (eds.): Der Ernährungstherapeutische Prozess. Bern: Hogrefe Verlag 2016.*

DOI: 10.4455/eu.2020.027

[2] Auf S. M317 finden Sie eine Kurzmeldung zu den verschiedenen von Stiftung Warentest getesteten Videokonferenz-Tools.