



IHK-Magazin WIM » WIM-Magazin »

**WIM, Ausgabe 07/2006**

## Coaching Online-Beratung als Alternative?

Üblicherweise treffen sich der Coach und sein Klient persönlich, um miteinander zu arbeiten. Doch auch das Coaching über Internet gewinnt an Bedeutung.

Das ist die klassische Situation: Der Coach und die von ihm betreute Person (Coachee) sitzen sich gegenüber. Beide nehmen sich gegenseitig wahr, beziehen Körperhaltung, Stimmfarbe, Gestik, Mimik und Gefühlslage in ihre Kommunikation ein. Deshalb ist es die intensivste, aber auch aufwändigste und teuerste Variante des Coachings.

Durch technische Entwicklungen ist nun auch die computergestützte Kommunikation (Computer Mediated Communication CMC) möglich – und zwar entweder textbasiert (z.B. E-Mails, Chat) oder audiovisuell (z.B. Voice-Over-IP-Telefonie). Die Online-Beratung hat im deutschsprachigen Raum deshalb seit dem Jahr 2000 enorme Zuwachsraten verzeichnet. Außerdem haben sich mit diesen technischen Möglichkeiten weitere Coaching-Formen herausgebildet. Diese werden entweder alternativ zum persönlichen Coaching angewandt oder als Ergänzung. Beim Telefon-Coaching wird der Coach in der Regel zu einem vereinbarten Termin vom Kunden angerufen. Bei entsprechender Ausrüstung beider Seiten ist eine Videokonferenz möglich.

Online-Coaching ist die zweite Möglichkeit, die an Bedeutung gewinnt: Klient und Coach sitzen zur gleichen Zeit am Computer und unterhalten sich. Dies geschieht schriftlich und synchron, also in „Echtzeit“. Um den Datenschutz zu gewährleisten, wird in geschützten Sicherheits-Chats kommuniziert, auf die keine weiteren Personen Zugriff haben. Gängig ist auch das Coaching über E-Mail, wobei die Kommunikation asynchron, also nicht zeitgleich abläuft. Der Vorteil der Chat-Beratung gegenüber der Beratung via E-Mail ist naturgemäß, dass man direkt auf Anliegen eingehen und vor allem rückfragen kann. Somit können Missverständnisse oder Verständnisprobleme rasch ausgeräumt werden. Mit entsprechender Ausrüstung ist es sogar möglich, per Webcam übers Internet zu kommunizieren.

Folgerichtig kommen zu diesen Beratungsformen Gegenargumente: Kritiker beschreiben die fehlende Beziehung zum Kunden. Es fehlen Informationen wie Körpersprache, Gefühle oder Sprachmodulation. Und sicher bringt die physische Anwesenheit eine Menge von Informationen, die ohne sie wegfallen. Es liegen dem Coach nur einige Sätze und Zeilen vor. Es entsteht nicht sofort ein Bild vom Gegenüber.

Doch gerade darin liegt auch die Stärke der Online-Beratung. Der Online-Berater hat kein vorgefertigtes Bild vom Klienten im Kopf, er weiß nichts, ebenso wenig wie ein gegenüberstehender Coach auch. Aber er weiß, dass er nichts weiß. Das ist der große Unterschied. Er lässt sich viel weniger täuschen von dem trügerischen Eindruck, sofort zu wissen, um was es dem Coachee angeblich geht. Erstaunlicherweise redet man im Online-Coaching kaum aneinander vorbei. Wie eine Studie (U. Kriener, Universität Wien, 2002: „Empirische Hypothesen zur Onlineberatung“) belegte, gaben 84 Prozent der Online-Beratungskunden an, dass es keinerlei Missverständnisse gegeben habe. Das ist eine gleichwertige Größe wie in persönlichen Beratungssituationen („Face to Face“). Ebenso gaben die Kunden an, beim Online-Coaching eine vertrauensvolle Beziehung zum Berater / Coach aufgebaut zu haben und über 70 Prozent hatten das Gefühl, als „wirkliche Person“, anstatt als „Fall“ wahrgenommen worden zu sein.

Allein die Tatsache, dass ein Problem niedergeschrieben wird bzw. die richtigen Worte dafür gefunden werden müssen, trägt wesentlich zum Erfolg des Coachings bei. Das präzise Formulieren, das „Worte-finden-müssen“ ist ein wichtiger, erster Schritt zur Klärung von Problemen. Die Anonymität und die Reduktion auf die schriftliche Äußerung ermöglicht, dass das Problem sehr schnell offen dargelegt werden kann. Ängste und Bedenken bezüglich der (möglichen) negativen Einschätzung des Coaches fallen weg. Deshalb entstehen oft sehr viel offenere und ungeschminktere Dialoge, als im realen Coaching-Gespräch.

Mit den meisten Kunden entstehen längere Coaching-Dialoge von durchschnittlich einer Stunde. Es kommt meist zu mehrmaligen Sitzungen, manchmal kommt auch ein späteres „Face-to-Face“-Coaching zustande. Klientenrückmeldungen bestätigen: Es entwickeln sich häufig schnelle und effiziente Lösungen. Zudem kann jeder Kunde nach dem Online-Coaching ein schriftliches Protokoll der Sitzung abrufen.

### Weitere Vorteile des Online-Coachings:

Niedrige Schwellen: Keine Formalitäten und kein langes Anmeldeprozedere. Die Klienten können sich leichter dazu durchringen, ein Coaching zu beginnen.

Hemmungen, Probleme anzusprechen, sind durch die Anonymität geringer.

Der Klient kann Zeitpunkt und Ort der Beratung frei wählen.

Deutlich geringerer finanzieller Aufwand im Vergleich zum Face-to-Face-Coaching.

Zeitliche Flexibilität: Kurzfristige Termine sind leicht möglich.

Der Coach kann unabhängig von regionalen Aspekten ausgewählt werden.

Insgesamt wird das Online-Coaching sehr gut angenommen, die entwickelte Technik hat sich als sicher und nutzerfreundlich erwiesen. Online-Coaching wird, wie alle anderen Beratungsangebote im Internet, in Zukunft sicher weiter an Bedeutung gewinnen und sich etablieren. Es zeigt sich, dass – allen Annahmen über das vermeintlich distanzierte Medium zum Trotz – viele Menschen den Berater näher an sich herankommen lassen, als sie es vielleicht bei direkter Kontaktaufnahme zulassen würden. Deshalb ist Online-Coaching eine echte Alternative zu anderen Beratungsformen. Nicht für jeden Menschen sind alle Formen gleich gut geeignet, Grenzen sind gegeben. Entscheiden wird immer der Klient, dem dadurch vielfältigere Möglichkeiten offen stehen.

Elke Nürnberger, Geschäftsführerin von [nuernberger & partner](http://www.nuernberger-partner.de), [info@nuernbergerpartner.de](mailto:info@nuernbergerpartner.de)



<http://www.nuernberger-coaching.de>

Wirtschaft in Mittelfranken, Ausgabe 07/2006, Rubrik Special, Seite 26