

### Primat der Kopräsenz - Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse

Thiery, Heinz; Kreller, Helmut

Postprint / Postprint

Arbeitspapier / working paper

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Thiery, H., & Kreller, H. (2021). *Primat der Kopräsenz - Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse*. Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung e.V. (DGOB). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-74191-9>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier: <http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

#### Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more information see: <http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

## Primat der Kopräsenz – Mythos, Trugschluss, Innovationsbremse

### Ein Weckruf

Dieser Artikel thematisiert die Gründe, die eine flächige Etablierung der Online-Beratung als alternativen Zugang zu Hilfeleistungen behindern. Selbst jetzt, wo die Pandemie uns vor Augen führt, wie störanfällig etablierte Strukturen und Arbeitsweisen sein können, werden telemediale Settings mehrheitlich nicht als hilfreiche Alternativen protegiert. Im Gegenteil: die als nervend und anstrengend erlebten Video-Konferenzen zementieren die Sehnsucht nach einem Ende der Krise und dem Ende einer Kommunikation über Bildschirme. Der Neologismus „zoom fatigue“<sup>1</sup> beschreibt als Schlagwort eine allgemeine Abwehr gegenüber technisch überformter Kommunikation. Nun kann jede Einrichtung für sich entscheiden, ob vermittelt durch technische Medien beraten werden soll oder nicht, am Fortgang der technischen Entwicklung wird dies indes nichts ändern. Gegenüber den Zielgruppen signalisiert die Verweigerungshaltung, dass Beratung sich (längst) aus der gesellschaftlichen Entwicklung ausklinkt bzw. sich ihr (zumindest in Teilen) verweigert. Und es gilt: gesellschaftliche Entwicklung ist immer auch Technikentwicklung.<sup>2</sup> Der in der Fachliteratur zitierte Anspruch, Beratung orientiere sich an den Bedarfen der Zielgruppen, in Abhängigkeit von gesellschaftlicher Entwicklung und daraus resultierenden Belastungen, erweist sich anhand dieser Haltung der Profession als Leerformel. Die Mehrheit der Fachkräfte will die selbst geschaffenen Komfortzonen nicht verlassen und setzt weiterhin auf face-to-face-Beratung. Wo finden die post-digitalen Subjekte im Bedarfsfall auf sie und ihre Kommunikationsvorlieben passende Hilfsangebote im Netz, wenn die Mehrheit der Fachkräfte nicht bereit ist, den Pfad althergebrachter Interaktionsformen zu verlassen?

Wer die Entwicklung rund um die Online-Beratung beobachtet, könnte einwenden, dass angesichts der vielfältigen Bemühungen um „neue“ Formen und Settings die in der Einleitung formulierte Kritik unberechtigt, zumindest überzogen ist. Dem kann entgegnet werden, dass zum einen die Effekte der meist zeitgebundenen Projekte in der Praxis bislang ohne nennenswerte Auswirkungen bleiben, denn die Mehrheit der Profession zeigt sich von den Bemühungen und den publizierten Ergebnissen unbeeindruckt. Zum anderen offenbaren solche Projekte immer wieder Paradoxien, die den Projektverantwortlichen offensichtlich verborgen bleiben.

Vor allem das forschungsimmanente Motiv, telemediale Settings der Qualität der face-to-face-Interaktion angleichen zu wollen, entpuppt sich bei genauer Betrachtung als Ignoranz gegenüber den Unterschieden und Vorteilen, die technische Medien für Interaktion und Kommunikation beinhalten. Die Erfindung des Buchdrucks ermöglichte erstmals die Kommunikation mit räumlich Abwesenden im großen Stil, als Folge einer mechanisierten Vervielfältigungstechnik. Weshalb Walter J. Ong sein Buch „*Oralität und Literalität*“ zutreffend mit „*Die Technologisierung des Wortes*“ untertitelt. Bücher erlauben jedoch kein

---

<sup>1</sup> <https://t2informatik.de/wissen-kompakt/zoom-fatigue/>

Deniers, C. (2019): Experiences of receiving career coaching via Skype. In: International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring, Vol. 17(1), S. 72-81.

Wiederhold, B. K.: (2020): Connecting Through Technology During the Coronavirus Disease 2019 Pandemic: Avoiding Zoom Fatigue. In: Cyberpsychology, Behavior and Social Networking. Vol. 23(7), S. 437-438.

<sup>2</sup> Ziemann, A. (Hrsg.) (2006): Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien. Konstanz: UVK., S. 7-17.

Joerges, B. (Hrsg.) (1988): Technik und Alltag. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

unmittelbares Feedback zwischen Autor\*in und Leser\*in. Dieser „Mangel“ wurde mit der Erfindung interaktiver Digitaltechnik ausgeglichen, unter Nutzung zweier Zeitformen, die telemediale Kommunikation grundsätzlich von angesichtiger Interaktion<sup>3</sup> unterscheidet: Simultaneität und Asynchronität. Aus dieser Aufzählung folgt, dass Synchronität die privilegierte Zeitform der angesichtigen Interaktion ist, weil die Semantik „synchron“ eine raumzeitliche Situation kennzeichnet, die sich dadurch auszeichnet, dass alle Anwesenden den Eindruck haben, das Gleiche zu erleben.

Die Hinweise machen deutlich, dass eine Angleichung zwischen den hier aufgezählten Zeitformen nicht nur nicht funktionieren kann, sondern darüber hinaus signalisiert, telemedialer Kommunikation alle (störenden) Merkmale abtrainieren zu wollen, mit denen sie sich von angesichtiger Interaktion unterscheidet. Eine solche Haltung blendet die Vorzüge und zusätzlichen Möglichkeiten aus, die telemediale Kommunikation der Gesellschaft zur Verfügung stellt.

Zwei Konsequenzen ergeben sich aus diesen Überlegungen: telemediale Kommunikation wird nicht attraktiver, wenn man sie dem Primat raum-zeitlicher Präsenzbedingungen unterstellt. Jene Fachkräfte, die der Technisierung der Beratung skeptisch oder ablehnend gegenübersteht, würden sich erst dann zufrieden zeigen, wenn die Unterschiede soweit eingeebnet sind, dass die formgebenden und damit wesentlichen Differenzen verschwunden sind. Weil angesichtige Interaktion und telemediale Kommunikation aber mit unterschiedlichen raum-zeitlichen Bedingungen operieren, kann die Einebnung der Unterschiede nicht gelingen: Mitteilungsformen sind untrennbar an distinkte Zeitformen gebunden. Mit der Folge, dass es zu Enttäuschungen kommen muss und darüber hinaus zu einer Haltung des „ich hab es ja schon immer gewusst, dass telemediale Kommunikation für Beratungszwecke nicht nutzbar ist“. Dieses scheinbar „hilfreiche“ Vorgehen einiger Projektverantwortlichen, das eher an die Quadratur des Kreises erinnert, hat den (ungewollten) Effekt, den Primat der Kopräsenz zu zementieren.

Sich den schon bekannten wie den noch zu entdeckenden Möglichkeiten telemedialer Kommunikation im Zusammenhang mit psychosozialer Beratung adäquat zu nähern gelingt nur dann, wenn das Primat der Kopräsenz als Denkprämissa aufgegeben wird. Denn sobald diese Prämissa – bewusst oder unbewusst – Projektentwicklung und Organisationsentwicklung leitet, wird ein höchst problematisches Modell von „reichhaltiger Kommunikation“ propagiert, ein Theorieansatz, der die angesichtige Interaktion prototypisch setzt. Neben der von Medienwissenschaftlern geäußerten Kritik an diesem Modell<sup>4</sup> kann man zusätzlich einwenden, dass eine in Kanäle zerlegte „natürliche“ Kommunikation von Störungen (Rauschen) betroffen ist, die in jedem der beteiligten Kanäle auftreten können.<sup>5</sup> Oder anders formuliert: jeder Kanal ist Übermittlungsweg und Störungsquelle zugleich. Reduziert man die Anzahl der an Kommunikation beteiligten Kanäle,

---

<sup>3</sup> Der Ausdruck ‚angesichtige Interaktion‘ ist aus Sicht der funktional-strukturellen Systemtheorie eine Tautologie, weil Interaktion nur dann zustande kommt, wenn die Interaktanten physischen Kontakt haben, d.h. dass Wahrnehmung die Grundlage von Kommunikation ist. Verbreitungsmedien wie die Neuen Medien etablieren eine nicht-interaktive Kommunikation unter physisch Abwesenden (Luhmann, N. (1984): Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 560 ff.; Luhmann, N. (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 812 ff.).

<sup>4</sup> Valacich, J.S./Dennis, A.R./Connolly, T. (1994): Ideageneration in computer-based groups: a new ending to an old story. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes, 57., S. 448–467.

Kock, N. (2005): Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and its Influence on Our Behavior Toward E-Communications Tools. In: IEEE Transactions of Professional Communication, Vol. 48, No. 2, S. 117-130.

<sup>5</sup> Shannon, C./Weaver, W. (1976): Mathematische Grundlagen der Informationstheorie. München: Oldenbourg.

reduziert man zugleich die Störquellen und das hieraus resultierende Missverstehen.<sup>6</sup> Weiterhin gilt, dass Online-Beratung auf Hardware und Software angewiesen ist. Software prozessiert Algorithmen und nicht die Bewusstseine derer, die den Computer bedienen. Ab dem Moment, wo Computer in der Lage sind, symbolische Formen zu prozessieren und symbolische Welten zu erzeugen<sup>7</sup>, können wir uns davon anregen lassen. Für das Prozessieren wesentlich ist die Differenz zwischen Input und Output. Bei der kopräsenten Beratung wird diese Differenz durch die kunstfertige Intervention der Fachkraft „erzeugt“, im Kontext von Online-Beratung entsteht diese Differenz durch eine Mensch-Maschine-Kommunikation, bei der der Computer zum Medium für das eigene Denken wird.<sup>8</sup> Und zwar unabhängig davon, ob simultan (also zeitgleich, aber räumlich getrennt) oder asynchron (räumlich und zeitlich getrennt und textgebunden) kommuniziert wird. Prozessieren bedeutet aber auch Probehandeln, weil alles, was sich telemedial vermittelt vollzieht im symbolischen Raum verbleibt.<sup>9</sup> Das Primat der Kopräsenz blockiert den Blick für diese Besonderheiten, mit denen es gelingt, das Beratungshandeln in symbolische Räume oder Welten hinein zu verlängern. ‚Erweiterung des kommunikativen Handlungsrahmens‘ muss das Credo künftiger Innovationen lauten, nicht Kastration der medialen Besonderheiten, nur um gegenüber der Gruppe der Antagonist\*innen kompatibel zu bleiben. Verwissenschaftlichung der Online-Beratung muss sich von sachfremden Motiven frei machen, soll sie einer kritischen Befundung standhalten können.

Das Primat der Kopräsenz behindert weiterhin eine rationale (distanzierte) Sicht auf das, was „Beratungsbeziehung“ genannt wird. Durch den geschickten Einsatz ihrer Interventionstechniken bewirkt die Fachkraft eine Parallelisierung zwischen ihr und den Ratsuchenden, indem eine richtig platzierte Intervention in einem mehr oder weniger kausalen Zusammenhang mit der „passenden“ (complianten) Reaktion der Ratsuchenden steht. Kausale Kopplungen versperren den Blick auf alternative Reaktionsmöglichkeiten auf Seiten der Ratsuchenden. So bleibt ihnen freigestellt, sich entweder an der Person der Fachkraft (in Verbindung mit der von ihr praktizierten Interventionen) zu orientieren oder am Dialog, d.h. an den Vermutungen über die Ursachen des Problems, über Lösungsvorschläge und Ressourcen und damit weg vom Bezug auf die Person hin zum Gehalt der übermittelten Informationen. Diese Wendung macht die Fachkraft nicht überflüssig, jedoch verändert sich in virtuellen Räumen ihre Rolle: sie verkörpert ‚eine Hilfeleistung unter mehreren‘ und muss sich dem Vergleich mit anderen Hilfsangeboten stellen und wird mit öffentlicher Kritik zu ihren Ratschlägen und der Art und Weise ihrer Kommunikation konfrontiert. Es ist nachvollziehbar, dass solche Aussichten Befremden und Ängste auslösen, verbunden mit der Frage, wie lange es noch Fachkräfte braucht, bevor Beratungskommunikation ohnehin über Algorithmen abgebildet werden kann.<sup>10</sup> Für die Ratsuchenden stellt sich das Online-Setting anders dar: sie erleben eine temporäre Emanzipation oder – um in einem vielzitierten Terminus zu sprechen –mehr „Augenhöhe“, insbesondere dann, wenn das Online-Angebot anonym in Anspruch genommen werden kann.

---

<sup>6</sup> Exemplarisch: Ernst, W. (2008): ‚Merely the Medium‘? In: Munker, S./Roesler, A. (Hrsg.) (2008): Was ist ein Medium? Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 158-184., S. 171.

<sup>7</sup> Winkler, H. (2016): Prozessieren. Die dritte, vernachlässigte Medienfunktion (Online-Ausgabe). Paderborn: Fink., S. 60.

<sup>8</sup> Esposito, E. (2004): Der Computer als Medium und Maschine. In: Bieber, C./Leggewie, C. (Hrsg.) (2004): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Frankfurt am Main: Campus., S. 67-95.

<sup>9</sup> Winkler, aaO. S. 60.

<sup>10</sup> Es wird immer noch zu selten betont, dass methodengeleitetes Vorgehen eine Form programmierten Vorgehens ist, vor allem wenn man sich – jenseits der differenten Definitionen von „Methode“ verdeutlicht, was diese Definitionen im Kern verbindet: „Methoden“ sind Verfahrensanweisungen, der Wert in der (gleichförmigen) Wiederverwendbarkeit besteht.

Solange Überlegungen zur Online-Kommunikation im Allgemeinen und zur Online-Beratung im Speziellen vom Primat der Kopräsenz durchzogen bleiben, wirkt diese als Innovationsbremse.

Vielleicht wirken die vorgetragenen Argumente nicht neu. Festzustellen ist aber, dass sich trotz des Wissens um diese Hindernisse keine wesentlichen Änderungen ergeben haben. In Deutschland liegen seit über 20 Jahren positive Erfahrungen mit Online-Beratung vor. Weshalb hat sich trotz dieses Wissens die skeptische Haltung gegenüber Online-Beratung nicht nachhaltig verändert? Warum haben sich Online-Angebote nicht längst als Regelangebote installiert? Liegt die Lösung in einer (weiteren) Erhöhung der Projektanzahl, die sich mit dem Thema beschäftigen?

Eingangs wurde erwähnt, dass die Anzahl von Projekten, die sich mit der Technisierung psychosozialer Beratung beschäftigen, kaum noch zu überblicken ist. Flächendeckende Auswirkung auf die Praxis der Sozialen Arbeit und der Beratung sind dennoch nicht zu verzeichnen. Gründe hierfür liegen an der Art und Weise, wie Projekte vollzogen werden (müssen): sie haben lange (Vor-)Laufzeiten und sind die Ergebnisse endlich verfügbar, werden diese durch neue Projekte konterkariert, die (zumindest vorgeblich) neue Trends aufnehmen. Woran geforscht wird, wird in Projektteams an Hochschulen entschieden, die Themen richten sich (zwangsweise) nach den gegebenen Möglichkeiten und den Finanzierungsvoraussetzungen. Eher ausnahmsweise werden die kommunikativen Gewohnheiten und Bedarfe der Zielgruppen einem Projekt zugrunde gelegt – man forscht und entwickelt häufig am tatsächlichen Bedarf vorbei. Erschwerend ist, dass auch kommunikative Moden schnell wechseln und von neuen Moden abgelöst werden, noch bevor man die gefundenen Lösungen hätte ausprobieren können. Es braucht agilere Formen der Projektierung und Durchführung, etwa indem zeitgleich, aber an unterschiedlichen Orten (Instituten) an unterschiedlichen Aspekten eines Projektziels geforscht und praktisch erprobt wird. Dadurch könnten Prozesse beschleunigt werden, die Ergebnisse wären früher verfügbar und könnten in umfangreichen (am besten bundesweiten) Feldversuchen erhärtet oder falsifiziert werden.

Sollen Projekte zur Technisierung der Sozialen Arbeit nicht nur Vorzeigeprojekte von Hochschulen bleiben, braucht es von Anfang an Praxispartner, die über eine entsprechende Finanz- und Personalausstattung verfügen. Hinderlich ist aus Sicht potentieller Praxispartner, dass das Gros der Leistungsverträge auf regionale Standorte oder Gebietskörperschaften bezogen ist, was Hilfesuchende ausgegrenzt, die nicht im Zuständigkeitsbereich wohnen. Online-Angebote dagegen präsentieren sich in einem entgrenzten virtuellen Raum, der geografischen Begrenzungen entzogen bleibt. Weshalb potentielle Projektpartner entscheiden müssen, ob sie das Online-Experiment aus Eigenmitteln finanzieren oder auf Drittmittel zurückgreifen können, die nicht mit den bislang üblichen „Beschränkungen“ verknüpft sind. Weil eine solch komfortable Situation nur ausnahmsweise und wenn, meist nur einmalig auftritt, wird in schöner Regelmäßigkeit das Rad neu erfunden. Die ohnehin knappen Mittel werden stark gestreut und weitestgehend ineffektiv investiert.

Verstärkt wird diese strukturell ungünstige Entwicklung durch die Tatsache, dass geschätzt 80 % der Fachkräfte der Transformation ‚spezifisch menschlicher‘ Beratungsleistungen skeptisch bis ablehnend gegenüberstehen. Selbst dort, wo Träger gewillt sind, die Transformation zu befördern und die erforderliche technische Ausstattung (Hardware,

Software) zur Verfügung zu stellen, bleibt Online-Beratung eine Art Betriebsunfall<sup>11</sup>. Im Portfolio der Angebote wird sie als Exotin wahrgenommen, bei deren Nennung Unbehagen aufkeimt. Nicht zuletzt aus der Befürchtung heraus, Online-Beratung ersetze in absehbarer Zeit die Präsenzberatung. Eine solche Entwicklung möchte man verhindern, zumindest aber verlangsamen. Paradoxerweise dienen Projekte, die den Primat der Präsenzberatung verinnerlichen, als Belegstellen für den Verdacht, Online-Beratung bedrohe den Fortbestand der Präsenzberatung. Und weil die Angleichung technisch überformter Kommunikation an die kopräsenten Interaktion nicht gelingen kann, dient jedes Projektergebnis als Belegstelle für deren Nichteignung im Bereich der „spezifisch menschlichen“ Beratung.

Welche Konsequenzen ergeben sich aus dem bisher Gesagten? Aus Sicht der Autoren bedarf es einer verstärkten Koordination zwischen laufenden und neu zu beantragenden Projekten, um künftig Doppelungen vorzubeugen. Es ist nicht zu erwarten, dass beständige Wiederholung neue Ergebnisse liefert. Projekte sollten sich stärker an den Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppen und erst in zweiter Linie an den Erkenntnisinteressen der Projektverantwortlichen orientieren.

Dort, wo die Nachfrage nach Online-Beratung enttäuschend bleibt, wird bei näherer Betrachtung sichtbar, dass das Angebot innerhalb der Zielgruppe(n) unbekannt ist. Dabei gilt: Auch die örtliche Beratung war keineswegs von Anfang an ein Selbstläufer, es hat Jahre gedauert und begleitender gesetzlicher Regelungen bedurft, bevor Beratung als Hilfsangebot im Bewusstsein verankert war. Heute wissen die meisten Ratsuchenden, wo sie eine örtlich erreichbare Beratungseinrichtung finden, sofern für sie face-to-face-Beratung in Frage kommt. Um Online-Beratung in den Bewusstseinen zu verankern, braucht es netzkonforme Strategien.

Auch die heute millionenfach genutzten sozialen Medien waren nicht über Nacht bekannt. Am Beispiel der Etablierung der Marke „Facebook“ wird deutlich, dass Software alleine (noch) keinen Gebrauchswert hat, sondern erst dann, wenn die neuen Kommunikationsformen einem größeren Kreis von Nutzenden bekannt sind und der Dienst von diesen als ‚attraktiv‘ bewertet wird. Facebook war zu dieser Zeit das einzige soziale Medium und konnte dadurch ungestört (durch Konkurrenz) die softwareseitig bereit gestellten Funktionalitäten gegenüber der Zielgruppe durchsetzen.

Überträgt man diese Überlegungen auf den Bereich der psychosozialen Versorgung, wäre ein konzertiertes Vorgehen aller Beteiligten eine vergleichbare Strategie, um die Initialzündung bei den Zielgruppen auszulösen. Die Nachricht lautet: psychosoziale Beratung ist auch online möglich. Erst bei ausreichend hoher Bekanntheit (Marktabdeckung) ist deren Individualisierung durch unterschiedliche Anbieter mit unterschiedlicher weltanschaulicher Ausrichtung unschädlich, denn Individualisierung heißt auch immer: Segmentierung, verbunden mit der Gefahr, dass das Segment nicht groß genug ist, um Aufmerksamkeit zu erwecken.<sup>12</sup> Die hier empfohlene Strategie wäre praktikabel, wenn sich die großen Player der freien Wohlfahrtspflege, organisiert in der Bundesarbeitsgemeinschaft der freien Wohlfahrtspflege (BAG FW) absprechen würden und die Etablierung der Online-Beratung als Gemeinschaftsaufgabe ansähen. Stattdessen sind Alleingänge zu beobachten, die der

---

<sup>11</sup> Nahezu modellhaft lässt sich diese Entwicklung und der Widerstand gegen in der Pandemie notwendigen Distanz-Unterricht momentan auch im Bildungsbereich an Schulen nachvollziehen.

<sup>12</sup> Auch heute noch interessant die Überlegungen zum so genannten ‘tipping point’: Gladwell, M. (2002): The tipping point – how little things can make a big difference. New York: Hachette.

Durchsetzung von Eigeninteressen dienen und nicht selten verdeutlichen, dass verbandliche Eitelkeiten ein gemeinsames Vorgehen verhindern.

Wie lautet das Fazit dieser Überlegungen? Die Pandemie ist – entgegen landläufiger Meinung – weder ein „Superspreader“ für Online-Kommunikation noch für Online-Beratung. Aufmerksamen Zeitgenoss\*innen dürfte nicht entgangen sein, dass mittlerweile auch Jugendliche einem Narrativ anhängen, das den Gemeinschaft stiftenden Wert der face-to-face Interaktion betont und – zumindest temporär – ein Comeback der angesichtigen Interaktion triggert. Plötzlich warten beispielsweise große Mengen an Schüler\*innen sehnsüchtig auf den Wiederbeginn des vorher oft gescholtenen Präsenz-Unterrichts. Es gilt: Je niedriger die Inzidenz in Folge wirksamer Hygienemaßnahmen ist, **je länger social distancing<sup>13</sup> unser Leben bestimmt, desto stärker das Verlustempfinden**, nicht (mehr) angesichtig interagieren zu dürfen. Verbote verstärken Verlusterlebnisse in besonderer Weise. Ist die Pandemie irgendwann einmal ausgestanden, werden die meisten erleichtert zu tradierten und bewährten Offline-Praktiken zurückkehren, die Beratungsprofession eingeschlossen. Die bei vielen mittlerweile verhassten Video-Konferenzen haben endlich als Notlösung<sup>13</sup> ausgedient und die angesichtige Interaktion feiert Konjunktur. Sollte es wie hier vorausgesagt kommen, wäre eines wünschenswert: dass man einer veränderten Beobachtung zur Geltung verhilft, die es erlaubt, aus Sicht der Online-Beratung (Präferenzwert) die Offline-Beratung (Reflexionswert) kritisch in den Blick zu nehmen und umgekehrt. Ein solches Vorgehen wäre nicht nur höchst bereichernd, sondern auch geeignet, Mythen aufzudecken und Vorurteile zu entkräften. Man muss es nur wollen!

---

<sup>13</sup> Die Einordnung als Notlösung wird sedimentiert.