



# Einbindung von OSAs in individuelle Beratungsprozesse

Prof. Dr. Dennis Mocigemba

dvb-Jahrestagung 2021, Oldenburg

# Mein ganz persönlicher Bezug zum Thema

- 2008-2017: verantwortlich für OSAs der Uni Freiburg
  - ⇒ Faszination für Kreativität, mit der Berater:innen OSAs anders als von mir erwartet in Beratung integrierten
- 2013: Wechsel von Kommunikationsabteilung in ZSB
  - ⇒ Erstaunen darüber, wie meine neue Professions- bzw. Organisationsrolle die Nutzung von und Erwartungen an die OSAs veränderte

## Zwei Foki

1. Aneignung der OSAs durch Berater:innen
2. vom Beratungsprozess her denken (nicht vom OSA)

# Mediatisierung der Beratung & Media Domestication



# Media Domestication

Media domestication is all about: “[...] the taming of the wild and the cultivation of the tame [...]”

*(Silverstone and Haddon 1996, S. 60)*

“Domestication, in the traditional sense, refers to the taming of a wild animal. At a metaphorical level we can observe a domestication process when users, in various environments, are confronted with new technologies.

These strange and wild technologies have to be house-trained, they have to be integrated into the structures, daily routines and values of users and their environments.”

*(Berker, Hartmann, Punie & Ward 2006, S. 2)*

# Dimensionen der Domestizierung – Wechselwirkung!

- A) Gedankliche Aneignung (Imagination)  
⇒ **Was ist ein OSA für mich und in meinen Beratungen?**
- B) Räumliche Aneignung (Objectification)  
⇒ **Wo im Beratungsraum binde ich das OSA ein?**
- C) Zeitliche Aneignung (Integration)  
⇒ **Wann/wie binde ich das OSA in Gespräch/Prozess ein?**
- D) Umwandlung (Conversion)  
⇒ **Wie verändert das OSA mich und meine Beratung?**

nach Berker et al. (2006), Hartmann (2013) und Hepp (2020)

## **A) Gedankliche Aneignung (Imagination)**

**Was ist ein OSA für mich und  
in meinen Beratungen?**

## A) Gedankliche Aneignung (Imagination)

### 1. OSA als „Messinstrument“ v. Neigungen/Interessen...

- verbreitetes Verständnis in psychologischer Tradition
- **Ziel:** Verbesserung der „inneren Orientierung“
- **Qualität:** psychometrische Gütekriterien
- **Kern:** Test-Elemente
- **FAB\*:** gering bis nicht vorhanden
- **Nutzung:** eher außerhalb der Beratung (BPS)
- **Herausforderungen:** Testgläubigkeit, Testskepsis und Ergebnisinterpretation

\*Freiheitsgrade der Aneignung durch Berater:innen

# A) Gedankliche Aneignung (Imagination)

## 2. OSA als „Fenster“ in Studien- und Berufswelt

- verbreitetes Verständnis in institutioneller Tradition
- **Ziel:** Verbesserung der „äußeren Orientierung“
- **Qualität:** Authentizität (realistic preview), Attraktivität und Innovativität (symbolische Wirkung)
- **Kern:** Informations- und Gestaltungselemente
- **FAB\*:** abhängig von der Gestaltung des Angebots
- **Nutzung:** in- und außerhalb der Beratung
- **Herausforderungen:** Manipulationsverdacht, Rahmung, Aktualität und Pflege (Kosten)

\*Freiheitsgrade der Aneignung durch Berater:innen

## A) Gedankliche Aneignung (Imagination)

### 3. OSA als „Matching-Tool“

- i.S.d „Career Guidance“-Paradigmas (Savickas 2011)
- **Ziel:** Passung innerer und äußerer Orientierung
- **Qualität:** Transparenz und Rahmung des Matching, Güte des Matching-Algorithmus
- **Kern:** Darstellung des Matching-Ergebnisses
- **FAB\*:** abhängig von der Gestaltung des Angebots
- **Nutzung:** eher außerhalb der Beratung
- **Herausforderungen:** Testgläubigkeit, Matchingrichtung,

\*Freiheitsgrade der Aneignung durch Berater:innen

## A) Gedankliche Aneignung (Imagination)

### 4. OSA als „Coaching-Tool“

- i.S.d „Career Coaching“-Paradigmas (Savickas 2011), Selbstaktualisierung der klientenzentrierten Beratung
- **Ziel:** Erkennen von Potenzialen/Entwicklungsaufgaben
- ...

### 5. OSA als „Bühne“ für Selbstnarration/Probehandeln

- i.S.d „Life Designing“-Paradigmas (Savickas 2009 & 2011) und narrativer Beratungsansätze
- **Ziel:** Klient:innen erzählen sich neu, probieren sich virtuell aus, explorieren neue Welten/Wirklichkeiten
- ...

## A) Gedankliche Aneignung (Imagination)

### 5. OSA als „Speisekarte“ für Perspektiverweiterungen

- i.S. Systemischer Beratung
- **Ziel:** Irritation festgefüger Muster, Erweiterung des Optionsraums, Wirklichkeitserweiterung
- ...

### 6. OSA als „Seismograph“ von Ressourcen

- i.S.d. Lösungsorientierten Beratung (Bamberger, 2015)  
**Ziel:** Klient:innen erkennen bisher ungenutzte oder unterschätzte Ressourcen
- ...

## **A) Gedankliche Aneignung (Imagination)**

Keine der vorgestellten Denkweisen von OSAs ist falsch oder richtig, besser oder schlechter als die anderen!

Berater:innen entscheiden selbst, welches Verständnis zu ihrem Beratungsstil passt und damit auch, ob und wie Sie ein OSA nutzen!

## **B) Räumliche Aneignung (Objectification)**

**Wo im Beratungsraum binde  
ich das OSA ein?**

## **B) Räumliche Aneignung (Objectification)**

### **1. Im Beratungsraum**

- am Desktop, am gespiegelten Bildschirm, am Tablet, am Endgerät der Klient:innen, Flyer...

### **2. In der Beratungseinrichtung**

- vor Beratungszimmer, Computerpool im Haus, Arbeitsnische in der Eingangszone...

### **3. Im virtuellen Beratungsraum**

- Integriert in Kommunikationsplattform, geteilter Bildschirm, Bildschirm der Klient:innen...

### **4. Verlagerung ins Kundensystem**

- Klient:innen wählen Ort der OSA-Bearbeitung

## **C) Zeitliche Aneignung (Integration)**

**Wann und wie binde ich das  
OSA in Gespräch und  
Beratungsprozess ein?**

## **C) Zeitliche Aneignung (Integration)**

### **1. Vor der Beratung**

- Effizienz? Rahmung? Zeitlicher Vorlauf? Umgang mit Missverständnissen?...

### **2. In der Beratung**

- Dauer? Nutzung der Totzeit? Intensität der Begleitung?...

### **3. Parallel zur Beratung**

- z.B. durch Dritte (Eltern, Freunde...)

### **4. Zwischen Beratungsgesprächen**

- z.B. als „Hausaufgabe“ zur nächsten Sitzung

### **5. Nach der Beratung**

- Beliebigkeit? Koppelung mit Gespräch? Kontrollverlust?

## **D) Umwandlung (Conversion)**

**Wie verändert das OSA mich  
als Berater:in und meine  
Beratungspraxis?**

## D) Umwandlung (Conversion)

### 1. Wahrnehmung durch Klient:innen

- Symbolische Wirkung des Mediums

### 2. Professionelles Selbstverständnis der Berater:innen

- Haltung zu digitalen Medien und Digitalkompetenzen
- Frage nach räumlichem und zeitlichem Einflussbereich

### 3. Organisation der Beratung

- Arbeitsmittel, Terminierung, Zeitstrukturen, Datenmanagement, Verweispraxis...

### 4. Organisationale Leitlinien und Konventionen

- Beratungskonzeption, Weisungen, Qualitätskontrolle und Controlling, Netzwerkarbeit, kollegialer Austausch...

# Diskussion in Kleingruppen

## 1. Gedankliche Aneignung

- Wie erkläre ich Klient:innen die Nutzung und den Nutzen eines OSAs? Welche Metaphern passen für OSAs in meinen Beratungen?

## 2. Räumliche Aneignung

- Wo im Beratungsraum nutze ich OSAs?

## 3. Zeitliche Aneignung

- Wann im Beratungsgespräch/ -prozess nutze ich OSAs?

## 4. Umwandlung

- Inwiefern verändern OSAs meine Beratungspraxis, meine Beratungsorganisation, meine Beratungsstandards, mein beraterisches Selbstverständnis?

- Bamberger, G.G. (2015). *Lösungsorientierte Beratung* (5. Auflage). Weinheim: Beltz.
- Berker, T., Hartmann, M, Punie, Y. & Ward, K.J. (Eds.) (2006). *Domestication of Media and Technology*. New York: Open University Press.
- Hartmann, M. (2013). *Domestizierung*. Göttingen: Nomos.
- Hepp, A. (2020). *deep mediatization*. New York: Routledge
- Silverstone & Haddon (1996). Design and the domestication of information and communication technology. Technical change and everyday life. In: R. Mansell & R. Silverstone (Eds.). *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technology*, 44-74. Oxford: Oxford University Press.
- Savickas, M.L. et al. (2009). Life designing: A paradigm for career construction in the 21<sup>st</sup> century. *Journal of Vocational Behavior*, 75, 239-250.
- Savickas, M.L. (2011). *Career Construction*. Washington D.C.: APA.