



# Impulse für die Zukunft

Friederike Weber

Tagung beratungsStraße #Job 4.0  
05.06.2018

## Was ist aus Ihrer Sicht ganz wesentlich für eine erfolgreiche Beratung und Betreuung von arbeitslosen Personen in BBEs im Jahr 2025?



Individuelle Beratung

Individualisiertes Angebot

Oft völlig neuen Lebenslauf  
verfassen

Mit Geduld und Beharrlichkeit  
ALLE bisherigen  
Arbeitserfahrungen erfassen

Einfühlungsvermögen,  
Empathie, Sachlichkeit

Individuelles Eingehen /  
Zuhören / Wissen wollen

Beratungs-Vermittlungstätigkeit  
immer individueller

Viel miteinander reden

## Beratung individuell

- **(Langzeit)arbeitslose bzw. -beschäftigungslose Personen** sind eine **sehr heterogene Gruppe** mit unterschiedlichsten Ausgangslagen und Bedarfen. Eine Studie zu arbeitsmarktfernen Personen identifiziert beispielsweise 8 Subgruppen.
- **Bandbreite an Bedarfen** wird sichtbar: Von zielgerichteter (Höher-) Qualifizierung über gezieltere Auseinandersetzung mit zugänglichen Stellen (mögliche Abstriche möglichen Verbesserungen gegenüberzustellen) in Kombination mit lohnbezogenen Unterstützungen bis zu Casemanagement.
- In vielen Gruppen ist die **Stärkung bzw. Aktivierung sozialer Netzwerke** notwendig, da diese bei der erfolgreichen Arbeitssuche eine zentrale Rolle spielen.
- Für unterschiedliche Beeinträchtigungs- und Ressourcenprofile sowie Lebens- und Motivationslagen braucht es spezifische Herangehensweisen, um zum Erfolg zu kommen.



© francesco83/AdobeStock

## Wie?

- AMS-KundInnen möchten vor allem:
  - höfliches und empathisches Verhalten der BeraterInnen
  - Ernst genommen werden
  - Es wird auf die eigene Situation und speziellen Bedürfnisse eingegangen
  - Wünsche und Anliegen finden Platz
  
- Man könnte entsprechend einer deutschen Studie von einem „**unterstützend auf die Person bezogenen Interaktionstyp**“ sprechen, der sich beispielsweise auszeichnet durch:
  - Inhalte, Ergebnisse und Ablauf des Gesprächs entwickelt sich vom Anliegen bzw. Bedarf her.
  - Fragendes Sich-Herantasten an das Anliegen und die Bedarfe.
  - Eruieren der Perspektiven und Präferenzen in der Jobsuche.
  - Eingehen auf Rahmenbedingungen/Restriktionen, die für Anliegen relevant sind.

## Warum?

- Bei einer unterstützend auf die Person bezogenen Interaktion ist die **Dienstleistungsqualität in der Arbeitsvermittlung gut gewährleistet**:
  - Eröffnet einen Korridor, innerhalb dessen die Arbeitssuchenden Bedarfe und Anliegen wirklich formulieren und zum Ko-Produzent der Dienstleistung werden können.
  - Bedarf kann dann in angemessener Form bearbeitet werden, insbesondere bei „komplexeren“ Anliegen und es besteht weitgehende Übereinstimmung zwischen BeraterInnen und Arbeitssuchenden über die Analyse, die Zielbestimmung und die ausgelösten Aktivitäten.
- Es braucht **öffnende und zuwendende Fragen und Gesprächssequenzen**, die die Arbeitssuchenden ins Spiel bringen und zeigen, ihre Themen und Belange werden anerkannt und es wird auf sie eingegangen - ein wichtiger Schritt zur Vertrauensbildung.
- **Vertrauensbildung** hat auch eine Zeitkomponente. **Entschleunigung** ist wichtig. Dementsprechend darf beispielsweise der Computer als dritter Akteur nicht zu früh ins Spiel kommen.

## Vermittlung individuell

- „Weg von der Masse“ im Bewerbungsprozess, z.B. informelle Suchkanäle, Bewerbungsunterlagen mit Alleinstellungsmerkmal.
- Es braucht **Türöffner**

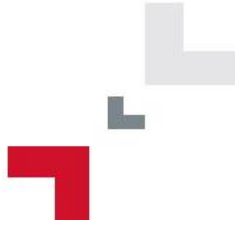
### Unternehmen

- „Unverbindliches und leichtes“ persönliches Kennenlernen (z.B. durch Arbeitserprobung oder Arbeitstraining)
- monetäre Anreize
- Bearbeitung von Vorurteilen und falschen Annahmen
- ...



### Personen

- Bilder in den Köpfen verändern
- Im Bewerbungsprozess punkten (z.B. Erfahrung konkretisieren)
- Auseinandersetzung Entlohnung - sinnstiftende Tätigkeit + Kombilohn
- Selbstwirksamkeit stärken
- ...



Gesundheitsberatung

Motivation erarbeiten

Stärke wecken

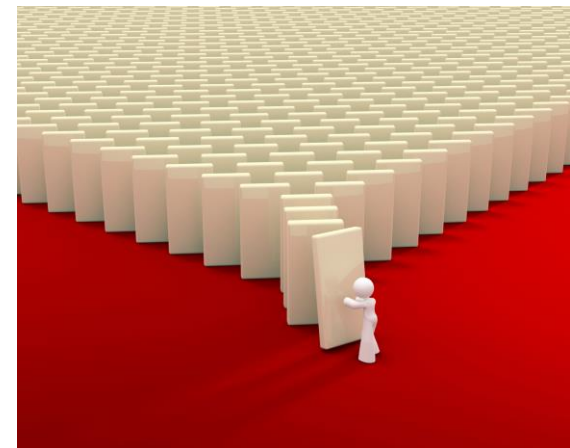
Mitwirkungspflicht und  
Bewusstseinschaffung bei den  
TeilnehmerInnen

Intrinsische Motivation



## Selbstwirksamkeitserwartung

- Der **Übergangsprozess von Arbeitslosigkeit in Beschäftigung** hängt auch wesentlich von **Persönlichkeitseigenschaften** und **individuellen Erwartungen** ab.
- Die Selbstwirksamkeitserwartung ist eine **wichtige personale Ressource**.
- Das Konstrukt der Selbstwirksamkeit bezieht sich auf die Einschätzung eigener Kompetenzen, Handlungen erfolgreich ausführen zu können („Ich kann etwas bewirken“).
- Ergebnisse von **Evaluierungen** arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen **zeigen**, dass die **Selbstwirksamkeitserwartung** einer Person den **Verlauf und den Erfolg** der Teilnahme **wesentlich beeinflusst** bzw. auf die Suchanstrengungen wirkt.
- **Selbstwirksamkeitserwartungen beeinflussen zahlreiche Aspekte** menschlicher Tätigkeiten, wie z.B. Ziele, Ausdauer, Strategienutzung und Umgang mit Misserfolg.
- Ähnliche Konstrukte sind beispielsweise Kohärenzgefühl, Kontrollüberzeugung, Resilienz.



## Skalen zur Messung der Selbstwirksamkeitserwartung: ASKU

### › Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzskala (ASKU)

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft etwas zu	trifft ziemlich zu	trifft voll und ganz zu
In schwierigen Situationen kann ich mich auf meine Fähigkeiten verlassen.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Die meisten Probleme kann ich aus eigener Kraft gut meistern.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Auch anstrengende und komplizierte Aufgaben kann ich in der Regel gut lösen.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

- › Und: „Ich bin mir sicher in den nächsten 6 (12) Monaten eine passenden Job zu finden“ oder „Ich glaube, dass ich einmal einen Arbeitsstelle haben werde, die zu mir passt und mir gefällt“

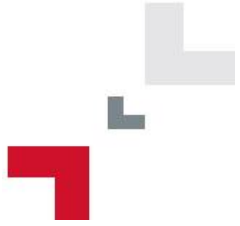
## Quellen der Selbstwirksamkeitserwartung

- Laut Albert Bandura gibt es vier Quellen, die Selbstwirksamkeitserwartung beeinflussen:
  1. **Eigene Erfolgserlebnisse:** Erfolg bei der Bewältigung einer Situation stärkt den Glauben an die eigenen Fähigkeiten.
  2. **Stellvertretende Erfahrung:** Meistern andere mit ähnlichen Fähigkeiten eine Aufgabe, traut man sich diese auch selbst eher zu.
  3. **Verbale Ermutigung:** Menschen, denen gut zugeredet und von anderen etwas zugetraut wird, strengen sich mehr an.
  4. **Emotionale Erregung:** eigene physiologische Reaktionen auf neue Anforderungssituationen (z.B. Herzklopfen, Hände zittern, Schweißausbrüche).



## Und in der Beratung...

- **Ressourcen in den Mittelpunkt** stellen. Fokussieren, was möglich ist und nicht, was nicht mehr geht.
- Dabei helfen, **attraktive Ziele** (keine Vermeidungsziele) und vor allem kleine, **erreichbare Ziele** zu finden.
- Positive direkte Bewältigungssituationen unterstützen, Kompetenzerfahrung einleiten.
- **Modelle und Vorbilder** suchen, die nah an der Lebensrealität sind.
- Motivierende Gesprächsführung, **Ermutigung**, aber nicht unrealistisch fordern.
- **Abbau von Stressreaktionen**, Botschaften des Körpers richtig interpretieren.
- Sich vergegenwärtigen, dass die **KlientInnen dennoch eine Wahl haben** und niemand völlig motivationslos ist.
- Auf Verstehbarkeit, Handhabbarkeit und Sinnhaftigkeit/Bedeutsamkeit achten, weil erst wenn eine Herausforderung als **kohärent** erlebt wird, erleben Menschen Selbstwirksamkeit.



Bei all dem helfen kann?

Digitalisierung

Einsatz innovativer,  
anlassbezogener  
Werkzeuge und Methoden

Individuelle und persönliche  
Betreuung und Beratung ...  
kann auch zwischendurch durch  
Skypen sein

# Was bedeutet Digitalisierung?

- Verstärkter Einsatz von IT in allen Lebens- und Arbeitsbereichen.
- Transfer eines analogen Produktes, einer analogen Dienstleistung oder eines Geschäftsmodells in eine digitale Form.
- Keine regionalen und weniger zeitliche Beschränkungen.



## Und in der Beratung...

Können **digitale Tools unterstützen**, indem

- bei Bedarf Online-Beratung zur Verfügung gestellt werden kann, z.B. über Skypen.
- enges Kontakthalten erleichtert wird, z.B. über whatsapp.
- längere Nachbetreuung in effizienter Art ermöglicht werden kann.
- Themen, die immer wieder vorkommen bzw. Informationen, die für alle relevant sind bspw. in Form von youtube-Videos, einer Beratungs-App oder einer Website aufbereitet werden können.
- Plattformen und Netzwerke zur gegenseitigen Unterstützung leichter aufgebaut werden können, z.B. über social networks.
- mit Lernsoftware Kompetenzentwicklung unterstützt werden kann.
- usw.

## Quellen

Rainer Eppel, Trude Hausegger et. al.: Arbeitsmarktferne Personen. Charakteristika, Problemlagen und Unterstützungsbedarf. Studie im Auftrag des bmask. Wien, März 2016

Volker Hielscher, Peter Ochs: Arbeitslose als Kunden? Beratungsgespräche in der Arbeitsvermittlung zwischen Druck und Dialog, Berlin 2009

Friederike Weber, Michaela Friedl-Schafferhans, Trude Hausegger, Dagmar Hlebic: Die Bedeutung der Startphase für den Erfolg in der Arbeitsvermittlung. Eine Studie im Auftrag des BMASK; Juni 2009

Friederike Weber, Isa Hager, Trude Hausegger, Christine Reidl: Die Startphase der AMS-Beratung aus Sicht der KundInnen. Eine quantitative Untersuchung bei AMS-KundInnen im Auftrag des BMASK; November 2010

Friederike Weber, Michaela Friedl-Schafferhans: Anforderungen von arbeitslosen Personen an die Vermittlung, Eine Studie im Auftrag des AMS Österreich, Oktober 2011

Trude Hausegger, Christian Scharinger, Jürgen Sicher, Friederike Weber: Qualifizierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einführung von Industrie 4.0, Studie im Auftrag der AWS, der AK Wien und des bmvit, Wien, August 2016

Friederike Weber, Isa Hager, Christine Reidl: Optimale Betreuung und Förderung von Personen 45+ im AMS Burgenland, Eine Studie im Auftrag des AMS Burgenland, Wien, März 2017

Friederike Weber, Tobias Krüse: Einstellung von Personalverantwortlichen zu AMS-Angeboten und deren TeilnehmerInnen, Eine Studie im Auftrag des AMS Oberösterreich, Wien, September 2017

Ricarda Wolf: Biographische Darstellungen in der Renten-Beratung – Eine gesprächsanalytische Untersuchung mit Schlussfolgerungen für die Aus- und Weiterbildung, in: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, Ausgabe 6, 2005



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Mag. Friederike Weber M.A.  
prospect Unternehmensberatung GmbH  
1070 Wien, Siebensterngasse 21/4  
T +43 1 523 72 39-20  
E [f.weber@prospectgmbh.at](mailto:f.weber@prospectgmbh.at)