



Arbeitsmarktservice
Wien
BerufsInfoZentrum

Vision-Rundschau Innovationen-Trends-Prognosen

Nr. 195/ Juni 2017

IMPRESSUM: *** Gegründet Juni 1996 *** unregelmäßig erscheinendes Informationsmedium der BerufsInfoZentren Wien, BIZ 6, Gumpendorfer Gürtel 2b, 1060 Wien Tel.: 0043/1/878 71-30299, Katharina.Welan@ams.at Die Vision-Rundschau im Internet: <http://www.ams-forschungsnetzwerk.at> (auf „Publikationen“ klicken und dann links auf „AMS Vision-Rundschau“ – mit ABO-Möglichkeit)

Dienstleistungstrends

Retail Report 2018

Die digitale Zukunft des Handels ist menschlich

Die Digitalisierung des Handels hat eine neue Entwicklungsstufe erreicht. Aber bis wohin geht die digitale Transformation und was kommt danach? Der Retail Report 2018 gibt Einblick in die Zukunft des Handels und analysiert die wichtigsten Retail-Trendphänomene.

“Heute gibt es zahlreiche Experimentierfelder, von der Beratung via Chatbots bis hin zum Einsatz von Robotern am Point-of-Sale. Aber nicht alles was technisch möglich ist, wird von den Kunden akzeptiert und genutzt”, erklärt Zukunftsforscherin Janine Seitz. Der Retail Report 2018 animiert deshalb dazu, über die Technologisierung des Handels hinaus zu denken. Er liefert Impulse und Handlungsempfehlungen für Händler, um strategische Entscheidungen ableiten zu können. Außerdem beinhaltet der Report eine übersichtliche Zusammenstellung der wichtigsten Fakten der deutschen und europäischen Handelslandschaft.

Human Retail: Der Mensch rückt wieder in den Mittelpunkt.

Erfolgreich sind künftig die Unternehmen, die technologische Errungenschaften in den Dienst der Menschen stellen. In einer digitalisierten Welt der Zukunft werden Händler zu Vermittlern menschlicher Sehnsüchte, Handelsorte zu kreativen Lebensräumen, die sinnliche und persönliche Erlebnisse bieten.

Das Einkaufszentrum wird zum Lifestyle Hub.

Die Entschleunigung erreicht die Shopping-Center: Nach Jahren des Wachstums bricht nun eine Phase der (Re-)Vitalisierung, Optimierung und Rückbesinnung an. Hybride Konzepte, die auf eine Mischnutzung setzen, verwandeln Einkaufszentren in Lifestyle Hubs und ermöglichen die Integration dieser Orte in den Alltag der Menschen.

Der Lebensmitteleinzelhandel wird bunt und vielfältig.

Die Branche erlebt ein Trading Up in allen Bereichen, was zu einer Verschmelzung der traditionellen Distributionskonzepte führt. Zugleich steht der Online-Handel mit Lebensmitteln in den Startlöchern. Neben diesen großen Veränderungen bleibt Platz für Nischentrends wie eine Renaissance des Handwerks oder Ethnic Food.

2020 gilt für viele Handelsunternehmen als magische Grenze, um wichtige Ziele auf dem Weg zur digitalen Transformation erreicht zu haben. "Aus diesem Grund wird der Retail in diesen Monaten vor allem von Digital- und Tech-Trends getrieben. Die aktuelle Diskussion ist daher in erster Linie von den Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz geprägt", so Autorin Theresa Schleicher.

Trends, die den Handel 2018 Prägen

1. *Retail Recruiting*: Der Verkäufer hinter der Kasse ist ein Auslaufmodell – hingegen werden mehr Digital-Experten in der Retail-Branche benötigt. Der Handel muss sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, um die Young Talents mit den benötigten Digital-Skills zu begeistern.

2. *Robo Retail*: Die Automatisierung von Prozessen macht vor dem Handel nicht Halt: Vor allem in der Logistik und Lagerhaltung kommt Robotertechnologie verstärkt zum Einsatz. Der Roboter am Point-of-Sale bleibt der Einzelfall.

3. *Dash Delivery*: Durch den anhaltenden Boom des E-Commerce wird die Auslieferung auf der letzten Meile zur Herausforderung. Der Wettstreit zwischen Händlern und Logistikern um die besten Innovationen ist entbrannt. Convenience wird zum Trumpf.

4. *Voice Commerce* wird zu einer intelligenten Erweiterung des E-Commerce. Digitale Sprachassistenten ermöglichen das Einkaufen per Sprachsteuerung unabhängig von Bildschirmen.

(Retail Report 2018, Janine Seitz, Theresa Schleicher, Kooperationspartner: das Wirtschaftsmagazin Der Handel, ISBN: 978-3-945647-41-7, Preis: 125,00 € zzgl. 7 % MwSt., Juni 2017)

Lebenswelten von morgen

„Next-Germany“ – Gesellschaftliche Wertestudie Deutschland

"Die Zeit ist aus den Fugen" – das berühmte Hamlet-Zitat trifft heute die kollektive Gemütslage in Deutschland: Unsere Gesellschaft scheint zu zerfallen. Es ist immer unklarer, wohin die Reise geht. Deswegen hat das Zukunftsinstitut zusammen mit dem nextpractice-Institut für Komplexität und Wandel erforscht, wie es tatsächlich um Deutschland steht. Das Ergebnis ist die Studie "Next Germany" - eine kulturelle Tiefenvermessung Deutschlands, die auf mehr als 2.850 Interviews und 35.000 Einzelaussagen basiert.

Wie ist die Wertelandschaft in Deutschland strukturiert? Welche Veränderungskräfte wirken auf unsere Gesellschaft? Und was können wir tun, um unsere derzeitige Landkarte der Werte gemeinsam zu erweitern?

Kapitelübersicht

1. Analyse → Wo stehen wir heute?

Die empirische Analyse von elf Studien zum kulturellen Wandel der deutschen Gesellschaft – mehr als 2.850 Interviews und 35.000 Einzelaussagen – zeigt eine tief gespaltene Gesellschaft. Sie teilt sich in zwei Gruppen auf: Die eine hat ihren Fokus auf „Ich-Werte“, die andere präferiert am Gemeinwohl orientierte „Wir-Werte“. Beide Gruppen schätzen die Situation vollkommen unterschiedlich ein und stehen sich fast diametral gegenüber. Dies ist der Ausgangspunkt für ein tieferes Verständnis der Veränderungsprozesse, die Deutschland in Zukunft prägen werden.

2. Verstehen → Wohin bewegt sich unsere Gesellschaft?

Welche Entwicklungen bewirken, dass Gesellschaften sich heute in Richtung Spaltung und Polarisierung entwickeln? Welche nationalen und globalen Veränderungsprozesse begünstigen einen Kulturkampf zwischen den gegensätzlichen Wertewelten? Erst wenn wir die Strukturen und kulturellen Muster der sich wandelnden Gesellschaft erkennen, lassen sich auch plausible Handlungsoptionen formulieren, die die Gesellschaft nicht weiter spaltet, sondern gemeinsam an neue Ziele bringt.

3. Handeln → Was können wir tun?

Wir zeichnen den Umriss einer möglichen neuen „Netzwerkwelt“ und skizzieren, wie bereits heute Aktivität entsteht und gemeinsame Suchprozesse in Gang gesetzt werden. Allerdings anders als wir das gewohnt sind: kleinteiliger, aktiver und vor allem selbstorganisierter. Unter dem Radar der üblichen Berichterstattung formieren sich Bewegungen und Aktivitäten, die unserer Gesellschaft ein ganz neues Gesicht geben werden.

4. Vision → Wie kann ein neues Narrativ aussehen?

Welches Mindset und welche konkreten Handlungsansätze sind nötig, um eine Gesellschaft auch im Zustand der Fragmentierung zusammenzuhalten? Welche zukunftsweisenden Formen von Politik und Demokratie sind denk- und realisierbar? Was sich herauskristallisiert, ist das Bild einer neuen „Bürger-Bewegung“, die kompatibel ist mit den widersprüchlichen Strukturen der vernetzten Welt. Eine solche „Wir-Gesellschaft“ hat das Potenzial, konservative und progressive Positionen zu übergreifen – und globale, nationale und lokale Ansätze auf neue, pragmatische Weise zu verbinden.

Testen Sie Ihre gesellschaftlichen Werte hier: <https://www.next-germany.de/selbst-test>

(Alle Infos gibt's unter www.next-germany.de, Juni 2017)

Aufbruch in ein neues, multimobiles Zeitalter

Die Art und Weise der Lebensführung wird individueller. Deshalb prägt kaum etwas unser Leben so sehr wie die Mobilität. Sie ist unentbehrlich. Mobil sein ist die Voraussetzung für soziale Teilhabe und gesellschaftlichen Fortschritt, für wirtschaftliches Wachstum,

Selbstverwirklichung und individuellen Erfolg. Mobilität entscheidet darüber, ob Menschen ihre beruflichen und privaten Ziele erreichen, ihre Wünsche und Anforderungen miteinander vereinbaren, ihre Lebensqualität steigern können. Das heißt, Menschen wollen, sie müssen aber auch mobil sein.

Individualisierung als wichtigster Treiber

Einer der größten Treiber von Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft ist der Megatrend Individualisierung. Er bestimmt insbesondere wie kaum eine andere Entwicklung den Wandel der Mobilität und die Nachfrage nach neuen Mobilitätsangeboten. Das Streben nach Individualität führt zu einer Ausdifferenzierung von Weltanschauungen, einer Vielfalt an Lebensentwürfen, Biografien und Konsumgewohnheiten. Jeder kann heute sein Leben viel stärker nach persönlichen Wünschen und eigenen Vorstellungen gestalten. Das erzeugt eine Freiheit der Wahl, einen zunehmenden, vor allem aber einen veränderten Mobilitätsbedarf.

Denn zugleich steigt dadurch auch die Komplexität in den Lebensbedingungen der Menschen: Allgemeine Flexibilitätsanforderungen nehmen ebenso zu wie der Wunsch nach Unabhängigkeit. Alltägliche Versorgungswege und die Familienkoordination bleiben genauso bedeutsam wie die Pflege vielfältiger sozialer Kontakte. Nicht zuletzt sorgen der Wandel der Arbeitswelt, zunehmende Freizeitaktivitäten, Reisen und Tourismus für steigende Mobilitätsansprüche.

Erst das Zusammenspiel der Megatrends Individualisierung und Mobilität sorgt für die Realisierung neuer Chancen, eine größere Optionenvielfalt, die Möglichkeit, Neues zu entdecken und zu erfahren. Weil Mobilität Beweglichkeit bedeutet, Veränderungs- und Wandlungsfähigkeit garantiert. Die individuelle Mobilität entspringt dem Wunsch, selbst zu entscheiden, wann, wie und wohin man sich bewegt. Das hat dafür gesorgt, dass Mobilität weltweit zum Ausdruck von Freiheit, Unabhängigkeit, Individualität und Selbstbestimmung geworden ist. Das wird auch im Jahr 2040 noch so sein.

Steigender Bedarf, neuer Mix

Mobilität sorgt für einen gelingenden Alltag ebenso wie für die Errungenschaften des globalen Marktes. Sie ist nicht nur ein Grundbedürfnis, sondern eine zentrale Anforderung moderner Gesellschaften. Das Ergebnis: Die Welt im 21. Jahrhundert ist nicht nur durch einen weiter wachsenden Mobilitätsbedarf gekennzeichnet, sondern vor allem durch eine zunehmende Vielfalt an Mobilitätsformen.

Das macht diesen Bereich zu einem der größten Wachstumsmärkte.

Alles in allem investieren private Haushalte in der EU jährlich über eine Billion Euro in ihre Mobilität, in Deutschland sind es pro Kopf rund 2.600 Euro im Jahr, jeder siebte Euro fließt hier in Leistungen, die das Unterwegssein ermöglichen (European Commission 2016).

Knapp 1,2 Billionen Personenkilometer legen die Deutschen Jahr für Jahr zurück – per Pkw, Bus und Bahn, mit Flugzeugen oder Schiffen. Insgesamt verzeichnet der Personenverkehr in der Bundesrepublik seit dem Jahr 2000 einen Anstieg um über 11 Prozent. Nach Prognosen der Europäischen Kommission wird der Mobilitätsbedarf hierzulande in den nächsten Jahrzehnten weiterhin kontinuierlich ansteigen, bis 2040 auf mehr als 1,3 Billionen Personenkilometer. Gut drei Viertel davon werden auch in Zukunft auf das Auto zurückgehen. Damit bleibt das Auto auf absehbare Zeit das Verkehrsmittel Nummer eins. Zu sehr ist das Mobilitätsverhalten auch in Zukunft mit dem Bedürfnis nach individueller Fortbewegung verknüpft. Und individuelle Mobilität ist für die Menschen eine so elementare

Wohlstandserfahrung, dass sie darauf nicht verzichten wollen. Auch im Jahr 2040 wird daher das Auto noch der Garant für räumliche und zeitliche Flexibilität sein.

Smart Mobility: Der langsame Abschied vom Auto, wie wir es kannten

Dass das Auto dennoch seine alles dominierende Stellung verliert, die es bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts hatte, hängt mit seiner veränderten Funktionalität zusammen. Mitnichten bleibt daher alles wie gehabt. Denn was die Statistik nicht verrät: Der Konsum von Mobilität, wie wir ihn jahrzehntelang praktiziert haben, erlebt gegenwärtig eine historische Zäsur. Was vor uns liegt, ist der Beginn eines neuen, multimobilen Zeitalters.

Wir stehen vor ähnlichen Umwälzungen wie nach der Erfindung des Autos vor 125 Jahren. Hinter der vordergründigen Kontinuität verbirgt sich ein evolutionärer Wandel des Systems der Mobilität, der nicht unterschätzt werden darf.

Das eigene Auto, das lange Zeit vor allem für die Deutschen ein Symbol für Freiheit und Unabhängigkeit war, ein Ausdruck der Persönlichkeit und des sozialen Status, verliert seine einstigen Vorteile gegenüber anderen Verkehrsmitteln, insbesondere seine eigentliche Funktion: Angenehm und schnell von A nach B zu kommen gelingt mit ihm angesichts überfüllter Straßen und staugeplagter Städte nicht mehr überall.

Das Auto wird es vielerorts daher schwer haben und sich im Jahr 2040 nur noch dann behaupten können, wenn es mit ihm gelingt, individuelle Fortbewegung und öffentlichen Verkehr zu verknüpfen: Nur wenn es sich also in den Mobilitätsmix von morgen klug und reibungsfrei einfügt und künftig zu einer wirklich bedarfsgerechten Mobilität beiträgt. Der Pkw bleibt ein wichtiges Fortbewegungsmittel. Aber im Selbstverständnis der Menschen wird er eben nicht mehr zwingend die erste Wahl sein, sondern als Teil neuer, integrierter Mobilitäts- und Verkehrssysteme eine – weitgehend gleichberechtigte – Option unter anderen.

Die Krise des Automobils ist zugleich seine große Chance: Autos werden 2040 in allererster Linie Mittel zum Zweck sein – allerdings nicht nur der Fortbewegung, sondern zum Beispiel auch als elementarer Bestandteil eines intelligenten, nachhaltigen Energiemanagements. Aus Status-Mobilität wird Smart Mobility.

<https://www.mobilitaet-2040.de/aufbruch-in-ein-neues-multimobiles-zeitalter/>, Juni 2017
<https://www.mobilitaet-2040.de/>

Food-Report 2018- Das Ende der Beilage – Gemüse ist das neue Fleisch

Genuss erweitert sich: Fleisch ist nicht mehr der Mittelpunkt eines Gerichtes, nach dem sich die Beilagen richten müssen. Pflanzen erlangen eine neue Hauptrolle auf dem Teller. Das stellt Autorin Hanni Rützler in ihrem „Food Report 2018“ fest und analysiert zum fünften Mal in Folge die wichtigsten Food-Trendphänomene.

Hanni Rützler spricht im Food Report 2018 von der kopernikanischen Wende in unserer Esskultur: „Wir werden nicht alle zu Vegetariern, aber wir haben erkannt, dass Fleisch nicht der Mittelpunkt eines guten Genussuniversums sein muss.“ Während der Weg vom Fleischkonsum hin zu Insekten in unserem Kulturkreis noch sehr weit erscheint, orientiert man sich an Ersatzprodukten und hält vermehrt Ausschau nach raffinierten Zubereitungsarten von Pflanzen. Esskulturen anderer Länder sind gefragte Inspirationsquellen für neue pflanzliche Geschmackserlebnisse.

Die neue Levante-Küche erobert die Gastronomie

Es ist daher kein Zufall, dass die neue Küche der Levante – aus Israel, Syrien, Jordanien und dem Libanon – aktuell die Restaurantwelt in Deutschland, Österreich und der Schweiz erobert. „Vegetarisch ist für die Levante eine Selbstverständlichkeit. Die originäre Grundlage für die meisten Gerichte ist Gemüse“, so Rützler. Die neuen kulinarischen Impulse aus der Levante stellen das hierarchische Speisensystem in Frage und geben unserer Esskultur eine neue Richtung: Sie wird legerer, gesünder, aromatischer und weltoffener.

De-Processing: Der Paradigmenwechsel in der Lebensmittelindustrie

De-Processing beschreibt einen neuen Spin in der Nahrungsmittelindustrie. Es ist der Versuch, dem Kundenwunsch nach „natürlicheren“, geringer verarbeiteten Produkten mit weniger Zusatz- und Hilfsstoffen entgegenzukommen, mehr Transparenz bei der Herkunft zu ermöglichen und ein höheres Augenmerk auf die Qualität der Ausgangsprodukte und Verarbeitungsprozesse zu legen. Diese Entwicklung stellt die etablierte Industrie vor immense Herausforderungen, bringt aber gleichzeitig innovative, alternative Player hervor. Es entsteht eine Natural Food Industry, die auf komplett andere Herstellungsverfahren setzt.

Trends, die die Food-Branche 2018 prägen

„Food-Trends lenken die Aufmerksamkeit vom Neuen zum Sinnvollen“, so Rützler. Die langfristige Beobachtung zeigt, dass Food-Trends wertvolle ‘Frühwarnindikatoren’ im Food- und Beverage-Markt sind. „Sie signalisieren Veränderungen und provozieren damit Antworten auf zukünftige Herausforderungen“, begründet die Autorin ihr jährliches Trend-Update.

1. *Meet Food*: Immer mehr Konsumenten wollen ihre Lebensmittel nicht nur „verbrauchen“, sondern „erleben“. Auf das wachsende Interesse, Herstellung und Qualität auch sinnlich erfahren zu können, reagieren Produzenten mit neuen Angeboten, die Begegnungen ermöglichen. Von der gläsernen Manufaktur bis hin zu Handwerkskursen entstehen neue Angebote, die ankommen und Vertrauen schaffen.

2. *The New Breakfast*: Frühstück boomt. Nicht nur am Morgen, sondern bis spät in den Nachmittag hinein. In diesem Trend vereinen sich zahlreiche Sehnsüchte, wie der Wunsch nach Individualisierung und internationaler Ausrichtung des Angebots. Gemütlichkeit, Geselligkeit und Unkompliziertheit machen das neue Frühstück zu einem Fusions-Trend.

3. *Female Connaisseurs*: Frauen entern die Food-Branche. Große Köchinnen gab es schon immer. In der Sterne- und Haubengastronomie sind sie jedoch bis heute unterrepräsentiert. Jetzt aber zeigt der Megatrend „Gender Shift“ Wirkung. Nach den Winzerinnen und den Sommelièren behaupten sich immer mehr weibliche Küchenchefs in der (noch) männlichen Domäne und setzen mit ihrem „weiblichen Geschmack“ neue Akzente.

(Food Report 2018, Hanni Rützler, Wolfgang Reiter, Kooperationspartner: Lebensmittel Zeitung, ISBN: 978-3-945647-43-1, 125,00 € zzgl. 7 % MwSt., Juni 2017)

Sonstiges

Auffällige Persönlichkeiten – eine Herausforderung in der Beratung

Von Francisca Stoffel, dipl. Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin

Menschen mit einer auffälligen Persönlichkeit nutzen die Angebote der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung oft. Daher sollten die Beratenden die wichtigsten Störungsbilder kennen und in der Beratung berücksichtigen.

Wenn eine Klientin im Beratungsgespräch mit nichts zufrieden ist oder sich nie richtig festlegen kann, sehr emotional reagiert oder versucht, die Beratungsperson zu einer Entscheidung zu drängen, dann liegt diesem Verhalten möglicherweise eine Persönlichkeit mit auffälligen Ausprägungen zugrunde, eine sogenannte Persönlichkeitsakzentuierung.

Persönlichkeitsakzentuierungen zeichnen sich dadurch aus, dass Verhaltens- und Erlebensmuster mit den sozialen Normen der Gesellschaft nicht konform sind. Dies kann sich in den Bereichen Kognition, Affektivität, Impulskontrolle und im Umgang mit anderen Menschen zeigen. Menschen mit Persönlichkeitsakzentuierungen wirken in der zwischenmenschlichen Interaktion häufig etwas befremdlich, unflexibel und unangepasst. Für eine begleitende psychotherapeutische Maßnahme sind die Auffälligkeiten häufig nicht stark genug, respektive es fehlt den Betroffenen die Einsicht, eine solche könnte nötig sein. Größtenteils sind sie auch in der Lage, ihren Lebensalltag zu bewältigen. Wenn sie aber an ihre Belastungsgrenzen stoßen, ist der Gang in die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung naheliegend. Die Hemmschwelle, diese Unterstützung anzunehmen, liegt aufgrund der Unverbindlichkeit tiefer als bei einer Psychotherapie.

Auffälligkeiten wahrnehmen

Um Personen mit einer Persönlichkeitsakzentuierung adäquat beraten zu können, muss die Beratungsperson eine solche erkennen und interpretieren können. Ich beschreibe daher nachfolgend die wichtigsten Merkmale von emotional instabilen Persönlichkeitsakzentuierungen (Typ Borderline), von narzisstischen Persönlichkeitsakzentuierungen und von abhängigen Persönlichkeitsakzentuierungen:

- *Emotional instabile Persönlichkeitsakzentuierung (Typ Borderline):* Bei diesen Personen sind Beziehungsabbrüche besonders auffällig. Die Abbrüche können den Freundeskreis, die Familie und Arbeitgebende betreffen. Im Lebenslauf zeigt sich beispielsweise, dass häufige Stellenwechsel stattgefunden haben. Meist sind aus Sicht der Betroffenen Außenstehende für diese Wechsel verantwortlich, es wird global external attribuiert. Zudem fällt es den Betroffenen oft schwer, sich festzulegen. Sie sind in jeder Beratungsstunde von einem anderen Berufsbild völlig fasziniert und zeigen eine gewisse Verbissenheit, etwas Bestimmtes erreichen zu wollen. Beruflich ist ein Hin und Her, emotional ein Auf und Ab beobachtbar. Stimmungsschwankungen mit emotionalem Verhalten (Wut, Traurigkeit, Euphorie usw.) sind keine Seltenheit.
- *Narzisstische Persönlichkeitsakzentuierung:* Personen mit dieser Thematik neigen dazu, andere – auch die Beratungsperson – abzuwerten. Es scheint, dass sie ihren tiefen Selbstwert hinter einer Fassade von beeindruckenden Erzählungen über ihre persönliche Grandiosität verbergen. Ihre eigene Realität legen sie sich so zurecht, dass

die Welt ihnen vieles nicht gönnt. Auch bei dieser Personengruppe sind häufige Stellenwechsel im Lebenslauf ersichtlich, oft mit der Begründung, dass sie ausgenutzt wurden oder unterqualifizierte Arbeit erledigen mussten. Besonders häufig kommen narzisstische Persönlichkeitsakzentuierungen bei Personen vor, die in einer Führungsposition tätig sind.

- *Abhängige Persönlichkeitsakzentuierung:* Bei diesen Betroffenen ist zu beobachten, dass sie Entscheidungen meiden möchten. Sie übergeben daher Entscheidungen gerne anderen Personen – auch der Beratungsperson – und fühlen sich selber hilflos und inkompetent. Sie möchten keine Verantwortung für einen möglichen Misserfolg übernehmen. Gleichzeitig zeigen sie eine hohe Trennungsangst. In diesen Fällen kann sich der Beratungsprozess in die Länge ziehen, der Klient oder die Klientin möchte sich nicht festlegen und fühlt sich in Entscheidungssituationen unwohl.

Systemische Techniken einsetzen

Betroffene aller drei Typen von Persönlichkeitsakzentuierungen tendieren dazu, bewusst oder unbewusst manipulativ zu agieren. Deshalb sollte ein Arbeitsbündnis für die Zusammenarbeit erstellt werden. Darin können die Regeln der gegenseitigen Zusammenarbeit festgehalten werden. Da bei Persönlichkeitsakzentuierungen die zwischenmenschliche Ebene für die Ratsuchenden (und auch für die Beratungsperson) die größte Herausforderung darstellt, ist der systemische Beratungsansatz besonders sinnvoll und unterstützend.

Im systemischen Beratungsansatz geht es darum, die Ressourcen, Kompetenzen und Fähigkeiten der Klienten und Klientinnen und ihres sozialen Systems zu entdecken und zu eruieren, wie diese nützlich sein können. In der Berufsberatung werden die Anzahl der Lösungen vergrößert, Probleme und mögliche Lösungen kontextualisiert und der Fokus auf die Ressourcen gerichtet. Die Beratungspersonen zeigen Respekt vor der Autopoiese (Selbstkonstruktion und -organisation) des Klientensystems und indizieren Neues mithilfe von gezielten Interventionen. Neben den Ressourcen sollten Risikofaktoren erhoben werden.

Interventionen haben zum Ziel, Beziehungen im System (zu anderen oder zu sich selber) zu verändern. Beratende sollten aber nur intervenieren, wenn ein entsprechender Auftrag des Klienten respektive der Klientin besteht, beispielsweise der Wunsch, die Beratungsperson möge Unterstützung leisten bezüglich einer Veränderung der aktuellen Situation. Ansonsten können bei der Klientin oder beim Klienten Ärger und Ablehnung resultieren, wodurch die erarbeitete Vertrauensbasis erschüttert wird.

Hilfreiche Zusammenfassungen

In der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung ist es generell besonders wichtig, dass die Beratungsperson das Erzählte immer wieder kurz und prägnant zusammenfasst. Folgende Regeln sollten dabei beachtet werden:

- Klienten und Klientinnen beschreiben störende Verhaltensweisen oft mit den Worten «immer, wenn ...» oder «es macht mir zu schaffen, dass ...». In der Zusammenfassung reden Beratungspersonen aber besser von «bisher ...» oder «in der Vergangenheit ...». Damit implizieren sie, dass Veränderung möglich ist. Ähnlich kann «noch nicht» benutzt werden.
- Bei ersten Fortschritten im Beratungsprozess verwenden Klienten und Klientinnen häufig verneinende Sätze, beispielsweise: «Seit ich mit Ihnen zusammenarbeite, habe

ich nicht mehr das Gefühl, dass alles sinnlos ist.» Beratungspersonen fragen dann sinnvollerweise: «Was denken Sie denn stattdessen?», oder: «Sondern?» So erfahren sie neue Sichtweisen und Handlungsalternativen und machen diese auch den Klienten und Klientinnen bewusst.

Unterstützung suchen

Je nach Art und Ausprägung der Persönlichkeitsakzentuierung kann sich eine Beratungsperson überfordert fühlen. Es gibt bis anhin allerdings noch keine spezialisierten Anlaufstellen, an die man sich wenden könnte. Eine Möglichkeit ist, die Situation mit dem Vorgesetzten zu besprechen und mögliche Vorgehensweisen auszuloten. Auch Supervisionen eignen sich für solche schwierigen Situationen. Besonders wichtig ist, dass sich Beratungspersonen darin üben, sich abzugrenzen. Persönlichkeitsakzentuierungen sind weit verbreitet, der Schweregrad unterschiedlich. Dank Offenheit, den angezeigten Beratungs- und Interventionsmethoden sowie Freude und Geduld an anspruchsvoller Beratungsarbeit können Betroffene auch in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung adäquat unterstützt werden.

Beratung bei Menschen mit einer Borderline-Störung

Sobald das Wort «Borderline» genannt wird, denken viele Menschen an Selbstverletzung und Unberechenbarkeit. Dass die Krankheit sehr vielseitig sein kann, wird oft übersehen. Rund drei bis zehn Prozent der Normalbevölkerung weisen typische Aspekte einer Borderline-Störung auf. Für eine Erkundung der Ressourcen und Risikofaktoren bei den Betroffenen stellt die Beratungsbeziehung die wichtigste Basis dar.

Auf der Seite der Beratungspersonen sind Geduld und Freude an komplexeren Beratungen zentral, ebenso Durchsetzungsvermögen gegenüber übertriebenen Forderungen. Eine gewisse Gelassenheit ist hilfreich, denn die Betroffenen sind sprunghaft und starken Stimmungsschwankungen unterworfen. Außerdem muss die Beratungsperson Grenzen setzen können betreffend Thematiken, die nicht in den Beratungsprozess passen.

Das Bestehen auf gesetzten Terminen und der Mut zu einem Beratungsabbruch, wenn sich Betroffene nicht an Abmachungen halten, sind besonders wichtig. Ressourcen sind ebenfalls in der Persönlichkeit Betroffener zu finden. Sie haben oft eine strenge Haltung gegenüber sich selbst und damit einen beinahe eisernen Willen, etwas zu erreichen. Sie werden als strebsam und radikal beschrieben. Anderen helfen sie grundsätzlich gerne. Auch im sozialen Umfeld sind häufig Ressourcen zu finden: Drittpersonen (Psychotherapeutinnen, Case Manager, Familie) unterstützen Betroffene. Im Berufsleben wirken Personen mit einer Borderline-Störung häufig sympathisch auf Außenstehende. Auf Dauer erleben Arbeitgeber und Teamkollegen die Beziehungen zu den Betroffenen aber häufig als anstrengend.

Risikofaktoren können in allen Bereichen auftreten (Persönlichkeit, soziales Umfeld, Gefühlerleben, Biografie, Erkrankung per se) und sollten ebenfalls erfasst werden. Nur so kann festgestellt werden, an welchen Punkten ein Vorhaben scheitern könnte. Berufsberatende können vieles auffangen. Aber: Eine Persönlichkeitsstörung braucht eine Persönlichkeitsentwicklung, und die braucht Zeit.

http://www.panorama.ch/dyn/3545.aspx?id_article=1650, 02/20179

Vielfalt und Respekt in der AMS-Beratung

(Aspekte, die in jedem Beratungsalltag wichtig sind, nicht nur im AMS-Kontext. – Anm. der Redaktion)

Das AMS steht für Gleichstellung und Nicht-Diskriminierung. Vor allem im Hinblick auf unsere KundInnengruppen der Asylberechtigten und Subsidiär Schutzberechtigten, aber auch der KundInnen mit Migrationshintergrund, gilt es respektvoll mit der interkulturellen Vielfalt im Beratungsalltag umzugehen. Das Gleichbehandlungsgesetz schreibt vor, dass keine Person auf Grund der ethnischen Zugehörigkeit, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, des Alters oder der sexuellen Orientierung im Zusammenhang mit einem Arbeitsverhältnis unmittelbar oder mittelbar diskriminiert werden darf. Des Weiteren setzt sich das Behindertengleichstellungsgesetz das Ziel „Diskriminierungen von Menschen mit Behinderungen zu beseitigen oder zu verhindern und damit die gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am Leben in der Gesellschaft zu gewährleisten und ihnen eine selbstbestimmte Lebensführung zu ermöglichen. Dieser Leitfaden besteht aus zwei Teilen: Einem Überblick und einem Praxisteil, in welchem Fälle aus dem Beratungsalltag beschrieben werden. Er soll dazu dienen, Missverständnisse zu klären und Beispiele im Umgang mit einer interkulturellen KundInnengruppe zu geben.

(<http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=12113>, Juni 2017)