

Beratung von Geringqualifizierten als transformative Dienstleistung – eine Analyse empirisch konstruierter Idealtypen

Extended Abstract

Aus Berechnungen des Bundesinstituts für Berufsbildung geht hervor, dass im Jahr 2018 schätzungsweise 2,12 Millionen Personen zwischen 20 und 34 Jahren keine abgeschlossene Berufsausbildung vorweisen konnten – aufgrund der starken Ausrichtung des deutschen Arbeitsmarktes auf formale Qualifikationen ist ebenjene Klientel besonders stark von Arbeitslosigkeit betroffen. Sie trägt jedoch ungenutztes Potenzial in sich, welches in Zeiten des Fachkräftemangels und demographischen Wandels von besonderer Bedeutung sein kann. Da die Zielgruppe der Geringqualifizierten durch starke Heterogenität der Einstellungen und Bildungserfahrungen gekennzeichnet ist, ergeben sich vielfältige Herausforderungen für Berater*innen in Unternehmen der Bildungsdienstleistung, deren Profession weniger auf klassische psychographische Kenngrößen wie Kundenzufriedenheit oder Loyalität, sondern eher auf die Verbesserung des individuellen Wohlbefindens durch Arbeitsmarktintegration abzielt. Um die Anforderungen an die Berater*innen bestmöglich ableiten zu können, bietet sich somit eine Analyse der Dyade aus Klient*in und Berater*in aus dem Blickwinkel der transformativen Dienstleistungsforschung an, welche die Veränderungen von Einstellungen und Verhaltensweisen einzelner Akteur*innen zur Verbesserung des Wohlbefindens auf individueller und kollektiver Ebene in den Mittelpunkt stellt.

Zwar liegt zur Beratung von Geringqualifizierten vielfältiges praktisches Wissen vor, jedoch mangelt es an dessen empirischer Evidenz. In Anlehnung an die vermehrte Forderung nach qualitativen Designs in der Dienstleistungsforschung und dem bislang unzureichenden wissenschaftlichen Kenntnisstand in diesem Beratungsfeld verfolgt diese Studie einen explorativen Ansatz nach dem qualitativen Paradigma. In einem dreistufigen Prozess wurden leitfadengestützte, problem-zentrierte Interviews mit den relevanten Akteur*innen ($N = 32$) dieser speziellen Dienstleistung, also Berater*innen und Klient*innen, geführt. Alle Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert und mit Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

Hierbei stand das Verfahren der induktiven Kategorienbildung im Mittelpunkt, anschließend wurden theoretische Kategorien deduktiv zur besseren Strukturierung der Ergebnisse auf das Material angewandt. Zusätzlich wurden zur Gewährleistung der inhaltsanalytischen Güte sowohl das Kategoriensystem insgesamt als auch fragliche Textstellen in Kodierkonferenzen mit einem Zweitkodierer diskutiert und bei Bedarf angepasst.

Der Untersuchungsprozess startete mit der Befragung von Geringqualifizierten ($n_1 = 17$), um die Perspektive der betroffenen Klientel zu explorieren. Dies ermöglichte Einsichten in Kausalattribution, Motivation, Rollenverhalten, Erwartungen sowie positive und negative Beratungserfahrungen Geringqualifizierter. Zusätzlich konnten aus den genannten Einzelfällen mittels Fallkontrastierung empirisch begründete Idealtypen konstruiert werden, die sich hinsichtlich der Dimensionen Kausalattribution (internal/external) und Motivation (autonom/kontrolliert) grundlegend unterscheiden. Dieser Zwischenschritt ermöglichte eine Verallgemeinerung des vorliegenden Materials, wodurch erste Erkenntnisse in die anknüpfende Befragung der Berater*innen überführt werden konnten. Die Erhebung der professionellen Perspektive von Berater*innen ($n_2 = 8$) beinhaltete zudem die kommunikative Validierung der Idealtypen, indem ausgewählte Merkmale der Typologie dem Gegenüber vorgelegt und von diesem auf Plausibilität geprüft wurden. Zusätzlich wurden die Berater*innen gebeten, über einen aktuellen Fall, der dem jeweiligen Idealtyp zuzuordnen ist, zu referieren und das geplante Vorgehen in der weiteren Zusammenarbeit zu skizzieren. Im finalen Schritt folgte nach kurzem zeitlichem Abstand eine Evaluation des Beratungsverhaltens bei der zuvor ausgewählten Person aus Perspektive der Berater*innen ($n_3 = 7$).

Der aktuelle Stand der Auswertung deutet darauf hin, dass die befragten Berater*innen in ihrer Praxis häufig anhand der eigenen Eindrucksbildung Strategien für den Beratungsfall aus vergangenen Erfahrungen ableiten. Die Dienstleistungstätigkeit wird dabei als sehr umfangreich charakterisiert und reicht von sozialer Arbeit und therapieähnlichen Formaten bis hin zur „anwaltschaftlichen“ Unterstützung der Klient*innen. Folglich divergiert auch das Beratungsverhalten in Bezug auf die diskutierten Idealtypen stark: So wird zum einen auf befähigende Ansätze – wie bspw. die Aufarbeitung des biographischen Hintergrunds oder die Stärkung der Selbstwirksamkeit – zum anderen vermehrt auf subsidiäre Maßnahmen – wie bspw. Begleitung bei Behördengängen und beim Wiedereinstieg in den Arbeitsprozess – abgezielt.

Zudem wurden förderliche und hemmende Faktoren des Beratungsprozesses aus Dienstleistungsperspektive identifiziert.

Im nächsten Schritt sollen die Erkenntnisse der drei Interviewphasen aggregiert und in einem Modell der Beratung von Geringqualifizierten festgehalten werden, welches darüber hinaus einen Ansatz für weitere Analysen sozialer Dienstleistungen mit heterogener und schwer erreichbarer Klientel aus Perspektive der transformativen Dienstleistungsforschung erlaubt.

References upon request!