

Masterarbeit

im Rahmen des Master of Advanced Studies ZFH in Berufs-, Studien- & Laufbahnberatung

Innovative Moments und Direktivität im Career Construction Interview

Eingereicht am IAP Institut für Angewandte Psychologie,

Departement Angewandte Psychologie ZHAW

von

Thomas Kniest & Kevin Kreuzer

am

31. Juli 2018

Referent: Prof. Dr. Marc Schreiber, Leiter Zentrum BSLB, IAP Zürich

Diese Arbeit wurde im Rahmen der Ausbildung an der ZHAW, **IAP Institut für Angewandte Psychologie**, Zürich verfasst. Eine Publikation bedarf der vorgängigen schriftlichen Bewilligung des IAP.

Abstract

Macht es einen Unterschied, ob Berater in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung sich bei der Anwendung des Career Construction Interviews (CCI) mit ihren Hypothesen zurückhalten oder diese aktiv mit in die Beratung einfließen lassen? Und eignet sich das Innovative Moments Coding System (IMCS), welches im Rahmen von Psychotherapien entwickelt wurde, bei der Analyse von auf Video aufgezeichneter Beratungen, um Antworten hierüber zu geben? Dies sind die beiden zentralen Fragen der vorliegenden Arbeit.

Zunächst werden die theoretischen Grundlagen zum Life Design Ansatz und dem Career Construction Interview, der Direktivität und zum Innovative Moments Coding System knapp dargestellt. Anschliessend werden vier am Institute für angewandte Psychologie der ZHAW entstandene Beratungsvideos mit Hilfe des Innovative Moments Coding System detailliert ausgewertet. Zwar hat ein Forscherteam um Paulo Cardoso bereits mit Hilfe des IMCS transkribierte Laufbahnberatungen analysiert, den Autoren ist hingegen keine Studie bekannt, in der das IMCS zur Analyse von Videosequenzen aus der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung angewendet wurde. Insofern hat die Arbeit einen qualitativ-explorativen Charakter.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass sich das IMCS sehr gut zur Auswertung der Beratungsvideos eignet. Hierfür waren allerdings einige Anpassungen nötig. Beispielsweise Entscheidungen darüber, wie ein Innovative Moment aussieht, der sich nicht auf ein diagnostizierbares Problem, wie in der Psychotherapie, bezieht, sondern auf eine Fragestellung im Laufbahnkontext. Im Diskussionsteil gehen die Autoren ausführlich auf diese Probleme ein und geben Hinweise, die für das Entstehen eines Kodierungsmanuals für zukünftige quantitative Studien hilfreich sind.

Die vorliegende Arbeit zeigt zudem deutlich, dass sich das Career Construction Interview eignet um schon in der ersten Beratungssitzung eine Vielzahl von Innovative Moments zu provozieren (22,5 pro Video im Durchschnitt). Die Autoren waren zudem in der Lage fünf der sieben verschiedenen Arten von Innovative Moments zu identifizieren, ein weiterer Indikator für den Wert des Career Construction Interviews.

Des Weiteren konnten die Autoren mit dem IMCS messen, ob und inwiefern die Beratenden direktiv vorgegangen sind. In der Auswertung der Videos finden sich deutliche Hinweise darauf, dass nicht-direktives Vorgehen mehr Innovative Moments mit höherer Qualität und in grösserer Vielfalt auslöst und insofern dem direktiven Vorgehen überlegen sein könnte.

Der explorative Charakter der Studie lässt jedoch hierüber keine abschliessenden Schlüsse zu. Die Ergebnisse deuten aber darauf hin, dass eine nachfolgende quantitative Studie wichtige Erkenntnisse für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung zu Tage fördern könnte.

Vorwort

Die vorliegende Masterarbeit bildet den Schlusspunkt der Weiterbildung MAS in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung am IAP Zürich. Die vergangenen zwei Jahre waren äusserst abwechslungsreich und vergingen wie im Flug. Eine Stärke des Studienganges war es, dass unterschiedliche Themen von unterschiedlichen Dozenten präsentiert wurden. Experten haben auf ihrem Gebiet einen solchen Erfahrungsschatz angesammelt, dass es für Studenten ein Genuss ist, ihren Erklärungen zu folgen und ihr Wissen aufzusaugen.

Herausgestochen sind für uns zwei Themen. Zum einen ist dies der Life Design Ansatz mit dem Career Construction Interview. Jeder Klient kommt mit einer eigenen Geschichte, einem eigenen Anliegen und einer eigenen Sichtweise in die Beratung. Dieser Klient trifft auf einen Berater, der ebenso seine eigene Persönlichkeit in die Beratung einbringt. Daraus entsteht in jeder Beratung ein einzigartiger Prozess. Der Life Design Ansatz wird dieser Individualität gerecht, genauso das Career Construction Interview. Jede Durchführung ist ein Eintauchen in die einmalige Welt des Klienten. Dies hilft nicht nur dem Klienten Antworten auf sein Anliegen zu erhalten, sondern bereichert auch den Arbeitsalltag des Beraters.

Beim zweiten Thema, über das wir uns nicht nur während den Kursen mit den Dozenten ausgetauscht haben, sondern auch regelmässig während den Mittagspausen mit den Mitstudenten, geht es darum Beratungen zu evaluieren. Was macht eine gute Beratung aus und wie kann man das messen?

Diese beiden Punkte haben wir in dieser Arbeit zu kombinieren versucht. Unser Thema hat uns damit nicht nur dazu gebracht uns noch vertiefter mit dem Career Construction Interview auseinanderzusetzen und es in unseren eigenen Beratungsalltag zu integrieren. Mit den fünf Videoaufzeichnungen von erfahrenen Beratungspersonen, die wir analysieren durften, haben wir dabei auch noch ein viel tieferes Verständnis dafür bekommen, was eine gute Beratung eigentlich ausmacht.

Ein grosses Dankeschön gilt unserem Referenten Prof. Dr. Marc Schreiber, der uns im Verlauf der Weiterbildung sowohl das Career Construction Interview, wie auch den Kurs zur Qualitätssicherung präsentiert hat. Er hat uns vor allem zu Beginn der Arbeit geholfen diese in die richtigen Bahnen zu lenken und uns die Videoaufnahmen zugänglich gemacht. Des Weiteren möchten wir aber auch allen anderen Dozenten und Mitstudenten danken. Die vielen Diskussionen im Laufe der Ausbildung waren stets sehr lehrreich und spannend.

Der Einfachheit halber wird im Text nur die männliche Form, beispielsweise Berater oder Klient, verwendet. Selbstredend sind an diesen Stellen grundsätzlich auch alle Beraterinnen und Klientinnen angesprochen. Ergänzend dazu verwenden die Autoren zur Anonymisierung der Beratenden im Ergebnisteil die neutrale Form Beratungsperson.

Wir wünschen den Lesern eine kurzweilige Zeit und hoffen mit unserer Arbeit Ideen für zukünftige Forschungsarbeiten angeregt zu haben.

Thomas Kniest und Kevin Kreuzer
Zürich, im Juli 2018

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Fragestellung.....	2
2.1 Direktivität im Career Construction Interview	2
2.2 Explorationsstudie	3
3. Theoretische Grundlagen	3
3.1 Paradigma des Life Designs	3
3.1.1 Career Construction Theory.....	5
3.1.2 Career Construction Interview.....	6
3.2 Innovative Moments.....	11
3.2.1 Innovative Moments Coding System.....	13
3.2.2 Innovative Moments der ersten und zweiten Stufe	16
3.2.3 Innovative Moments und Career Construction Interview....	18
3.3 Direktivität.....	20
3.3.1 Personenzentrierte Beratung von C.R. Rogers.....	20
3.3.2 Direktivität in der Beratung	21
3.3.3 Direktive und nicht-direktive Innovative Moments.....	22
4. Methode.....	23
4.1. Ablauf der Untersuchung	23
4.2. Die Videoaufnahmen.....	24
4.3 Die Klienten	24
4.4. Die Beratungspersonen.....	24
4.5 Das Kodieren.....	25
4.5.1. Die Vorbereitung.....	25
4.5.2. Die Durchführung.....	26
5. Ergebnisse	27
5.1 Video 1	27
5.1.1 Fragestellung.....	27
5.1.2 Direktive Innovative Moments	28
5.1.3 Nicht-direktive Innovative Moments	29
5.1.4 Übersicht Video 1	35
5.2 Video 2.....	35

5.2.1 Fragestellung.....	35
5.2.2 Direktive Innovative Moments.....	36
5.2.3 Nicht-direktive Innovative Moments.....	37
5.2.4 Übersicht Video 2.....	38
5.3 Video 3.....	38
5.3.1 Fragestellung.....	39
5.3.2 Direktive Innovative Moments.....	40
5.3.3 Nicht-direktive Innovative Moments.....	41
5.3.6 Übersicht Video 3.....	43
5.4 Video 4.....	43
5.4.1 Fragestellung.....	43
5.4.2 Direktive Innovative Moments.....	44
5.4.3 Nicht-direktive Innovative Moments.....	46
5.4.6 Übersicht Video 4.....	48
5.5 Zusammenfassung.....	48
5.6 Interrater Übereinstimmung.....	50
5.6.1 Interrater Übereinstimmung Video 1.....	50
5.6.2 Interrater Übereinstimmung Video 2.....	50
5.6.3 Interrater Übereinstimmung Video 3.....	51
5.6.4 Interrater Übereinstimmung Video 4.....	51
5.6.5 Zusammenfassung zur Interrater Übereinstimmung.....	51
6. Diskussion.....	52
6.1. Direktivität.....	53
6.1.1 Ergebnisse der Studie.....	54
6.1.2 Limitationen.....	55
6.1.3. Fazit der Ergebnisse.....	58
6.2. Evaluation von Laufbahnberatungen.....	58
6.3. Schwierigkeiten beim Kodieren.....	63
6.4 Anmerkungen zum Manual.....	65
6.4.1 Wichtige Punkte eines Manuals.....	65
6.4.2 Reliabilität.....	67
7. Schlusswort.....	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Career Construction Interview IAP Version (IAP).....	8
Abbildung 2: Identitätskarte IAP (IAP)	11
Abbildung 3: Direktivität Video 1	27
Abbildung 4: IM Stufen in Video 1	27
Abbildung 5: Übersicht Video 1	34
Abbildung 6: Direktivität Video 2.....	35
Abbildung 7: Übersicht Video 2	38
Abbildung 8: Direktivität Video 3.....	39
Abbildung 9: IM Stufen in Video 3	39
Abbildung 10: Übersicht Video 3	43
Abbildung 11: Direktivität Video 4	44
Abbildung 12: Übersicht Video 4	48
Abbildung 13: Gesamtübersicht der Videos	49
Abbildung 14: Direktivität Gesamt	48
Abbildung 15: IM Stufen Gesamt.....	48
Abbildung 16: Interrater-Übereinstimmung.....	52

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Arten von Innovative Moments frei übersetzt nach Gonçalves (2016b).....	17
Tabelle 2: Berater-Techniken nach Direktivität (Rogers, 1985)	21

Abkürzungsverzeichnis

BSLB	Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
BP	Beratungsperson
CCI	Career Construction Interview
CCT	Career Construction Theory
IM	Innovative Moments
IMCS	Innovative Moments Coding System

1. Einleitung

Berater müssen ständig Entscheidungen treffen. Ist diese Methode passend oder wird jene mit dem Klienten besser funktionieren? Soll hier nachgehakt werden oder ist es geschickter später auf diesen Punkt zurück zu kommen? Was ist relevant und was führt eher weg vom Ziel? Sollen wir unsere eigenen Gedanken äussern oder wäre dies kontraproduktiv? Die Liste liesse sich leicht weiter ausbauen. Aber woran erkennt man nun, wenn etwas funktioniert hat? Muss es dem Beratenden bewusst werden, wenn der Klient einen kleinen Schritt voran gekommen ist? Muss es denn dem Klienten selbst direkt bewusst werden? Reicht ein diffuses Gefühl im Magen, dass gerade etwas Wichtiges geschehen ist? Reicht das Vertrauen in die eigene Methode und darein, dass diese auch nach der Beratungssitzung noch nachwirkt? Wäre es nicht schön einen Anhaltspunkt zu haben, dass etwas passiert sein könnte?

Mit Sicherheit treiben diese oder ähnliche Fragen nicht nur diejenigen um, deren Beratungskarriere gerade erst beginnt. Aber gerade am Start der Beratungskarriere stellen sich einige Grundsatzfragen, um die eigene Beratungshaltung zu finden. Auch hier wäre es schön, andere Anhaltspunkte dafür zu haben, welches Verhalten zielführender sein könnte. Anhaltspunkte, die über das eigene Bauchgefühl hinaus gehen und nicht den Klienten in den Mittelpunkt stellen. Den Klienten, dessen Selbstwirksamkeit eventuell gestärkt werden sollte und der damit die positiven Veränderung vor allem sich selbst zuschreiben sollte. Den Klienten von dem man vielleicht auch nicht erwarten kann im Anschluss an die Beratung die nötige Distanz zu haben, um zu bewerten, ob diese für ihn wertvoll war.

Zudem stellt sich dem neuen Berater die Frage, mit welchen Methoden er sich genauer befassen sollte um zu starten. Gerade die narrativen Methoden aus dem Life Design Paradigma können für den neuen Berater eine grosse Herausforderung darstellen. Das Career Construction Interview beispielsweise zielt mit seinen Fragen nicht nur auf Bereiche ab, die Vordergründig die Laufbahn des Klienten betreffen, sondern verfolgt einen ganzheitlicheren Ansatz in dem Lebensthemen auch thematisiert werden.

Kann das Innovative Moments Coding System genutzt werden, um den Wert des Career Construction Interviews aufzuzeigen? Sollten Berater davon absehen ihre Hypothesen in die Laufbahnberatung mit einzubringen? Kann das Innovative Moments Coding System dabei helfen Beratungen zu evaluieren?

Im Folgenden werden diese Fragen nicht abschliessend beantwortet, aber es wird versucht erste Hinweise zu generieren, abhängig davon, ob sich das Innovative Moments Coding System zur Videoanalyse bei Laufbahnberatungen überhaupt eignet.

2. Fragestellung

2.1 Direktivität im Career Construction Interview

Im Life Design Ansatz geht es um die persönliche Laufbahn des Klienten, und zwar sowohl beruflich wie auch privat. Es wird davon ausgegangen, dass der Klient seine bisherigen Lebenserfahrungen zu einem einzigartigen Ganzen zusammenfügt. Dieser individuelle Weg, den der Klient gegangen ist, hat ihn geprägt und weist ihn nun in die Richtung des zukünftigen Weges. Der Berater versucht demnach sehr stark die Situation durch die Augen des Klienten zu betrachten. Es geht nicht darum, eine objektive Wahrheit aufzuspüren, sondern um die subjektive Wahrheit des Klienten selbst. Deshalb wird oft vom Klienten als Experten gesprochen. Der Klient ist der Experte für sein Leben und seine Entscheidungen. Der Berater hingegen ist lediglich Experte für den Prozess der Beratung. Er hilft dem Klienten sein persönliches Lebensportrait zu entwickeln. Dieses soll im Anschluss dem Klienten helfen, sein Anliegen zu klären.

Diese Arbeit möchte nun untersuchen, inwiefern die Direktivität in einem solchen Beratungsprozess hinderlich oder förderlich ist. Im Career Construction Interview beantwortet der Klient fünf Fragen zu seiner Kindheit und seiner jetzigen Situation. Er erzählt also gewissermassen aus seinem Leben. Aus diesen Erzählungen werden in der Beratung die Punkte extrahiert, welche für die Beantwortung des Anliegens, mit welchem der Klient in die Beratung kommt, wichtig sind. Da es um die ganz eigene Sichtweise des Klienten geht, ist es zentral, dass der Klient voll und ganz hinter diesen Punkten stehen kann. In anderen Worten gesprochen, er schreibt nur Aspekte auf die Karte seines Lebensportraits, mit welchen er einverstanden ist und die ihm schlüssig erscheinen. Ist es nun aber auch entscheidend, wer diese Punkte in den Erzählungen des Klienten entdeckt? Im nicht-direktiven Ansatz macht der Klient alleine diese Verbindungen. Er entdeckt direkt wichtige Aussagen in seinen Antworten oder wird vom Berater an wichtige Stellen herangeführt. Beim direktiven Ansatz äussert der Berater seine eigenen Hypothesen, die der Klient dann annehmen kann oder eben nicht. Das heisst, dass er aktiv versucht das Gesagte zu analysieren und dem Klienten seine Beobachtungen schildert. Diese Beobachtungen in Form von Aussagen oder Fragen müssen allerdings ebenfalls vom Klienten akzeptiert werden um im Lebensportrait Einzug zu halten. Hat es nun Auswirkungen auf die Qualität der Beratung, ob diese zentralen Aspekte zur Beantwortung des Anliegens des Klienten auf direkte oder nicht-direktive Weise zustande kommen?

Mit dem Innovative Moments Coding System wurde ein Instrument entwickelt um die Qualität einer Psychotherapie zu messen. Je mehr Innovative Moments in einer Therapiesitzung vorkamen, desto höher war die Wahrscheinlichkeit eines Therapieerfolges. Zudem waren

Innovative Moments der Stufe 2 erfolgsversprechender als Innovative Moments der Stufe 1. Dieses Instrument wenden wir in dieser Arbeit auf die Laufbahnberatung mit dem Career Construction Interview an. Wir messen die Innovative Moments und unterscheiden, ob sie direktiv oder nicht-direktiv zustande kamen.

Die Fragestellung der vorliegenden Arbeit lautet demnach: Hat die Direktivität des Beraters während des Career Construction Interviews und der Erstellung des Lebensportraits einen Einfluss auf die Anzahl und die Qualität der Innovative Moments?

2.2 Explorationsstudie

Um die Fragestellung nach der Direktivität nach wissenschaftlichen Massstäben zu klären, bräuchte es selbstverständlich eine viel grössere Stichprobe, als die vier Videoanalysen der vorliegenden Arbeit. Zudem müsste die Direktivität des Beraters als unabhängige Variable manipulierbar sein. Will heissen, ein und derselbe Berater müsste bei der Hälfte der Laufbahnberatungen direktiv vorgehen und bei der anderen Hälfte nicht-direktiv. Zudem müsste man die Qualität der Beratung noch über andere Methoden messen und anschliessend mit den Werten des Innovative Moments Coding System vergleichen. Dies sind nur einige von vielen Überlegungen auf dem Weg die Frage zu klären, ob die Direktivität des Beraters die Qualität der Beratung beeinflusst. Deshalb soll diese Arbeit als Explorationsstudie dienen. Sie soll Hinweise darauf geben, ob das Innovative Moments Coding System, welches im Rahmen der Psychotherapie entwickelt wurde, auch nützlich ist, um Laufbahnberatungen zu analysieren. Kann das Erkennen dieser Innovative Moments in Zukunft einmal dazu dienen die Qualität einer Laufbahnberatung zu evaluieren? Wie müssten zukünftige Forscher vorgehen? Was gäbe es zu beachten? Kann das Manual des Innovative Moments Coding System übernommen werden oder müssten noch Anpassungen an den Kontext der Laufbahnberatung gemacht werden? Diesen Fragen möchte die vorliegende Arbeit ebenfalls nachgehen, um die Basis für zukünftige Forscher zu schaffen, das Innovative Moments Coding System zur Evaluation von Laufbahnberatungen zu verwenden.

3. Theoretische Grundlagen

3.1 Paradigma des Life Designs

Ein Blick ins Wörterbuch verrät: Ein "Paradigma ist das vortheoretische Modell, das (a) vom Stande der wissenschaftlichen Theorie auch anderer Fachdisziplinen und (b) vom erkenntnisleitenden Interesse des Wissenschaftlers geprägt ist" (Hillmann, 1994).

Es handelt sich eben nicht um eine Theorie, die eine andere Theorie ablöst und versucht die Realität besser abzubilden als diese anderen Theorien. Vielmehr handelt es sich beim Paradigma des Life Designs um ein Konzept als Reaktion auf gesellschaftliche Änderungen, die sich ihrerseits darauf auswirken, wie wir Arbeit sozial einordnen und mit den neuen Herausforderungen bezüglich der Gestaltung unseres Berufslebens umgehen.

Urbanisierungs- und Industrialisierungsprozesse zu Beginn des 20. Jahrhunderts hatten in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) Methoden provoziert, die sich vor allem auf die Passung fokussieren. Vereinfacht dargestellt: Besteht eine Passung zwischen den Anforderungen am Arbeitsplatz und den Eigenschaften und Interessen der Arbeitnehmenden, so ist die Wahrscheinlichkeit grösser, dass diese erfolgreich sein werden und sich wohl fühlen (Holland, 1997). Dieses Paradigma der Passung wurde durch das Paradigma des Lebenslangen Lernens in der Mitte des 20. Jahrhunderts ergänzt. Internationalisierung und Globalisierung haben die Entstehung von Grossunternehmen begünstigt. Damit wurden hierarchische Entwicklungen innerhalb der Unternehmen und die Personalentwicklung mehr in den Fokus gerückt. Die BSLB orientiert hier über die bevorstehenden Entwicklungsaufgaben und beruflichen Übergänge. Sie schätzt die Entwicklungsphase ein, in der sich die Klienten befinden, und versucht den Klienten dabei zu helfen die "(...) Bereitschaft zu erhöhen, sich mit den für die Entwicklungsaufgaben nötigen Einstellungen, Überzeugungen und Kompetenzen auseinanderzusetzen und diese zu entwickeln" (Schreiber, 2015). In beiden beschriebenen Paradigmen ging man jedoch noch von eher stabilen Arbeitsverhältnissen aus. Dies spiegelt jedoch nicht die Dynamik wider mit der sich die Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts entwickelt. Menschen arbeiten zunehmend projektbezogen, Firmen fusionieren, die Digitalisierung und Automatisierung hat Einzug gehalten und es gibt kaum mehr Sicherheiten bezüglich der Anstellungsverhältnisse der meisten Menschen. Neue Berufe entstehen und ältere verschwinden und so genügt es nicht mehr unbedingt etwas passendes zu finden und sich weiterzubilden um sich hierarchisch nach oben zu entwickeln (Savickas, 2011b; Schreiber, 2015; Guichard, 2015).

An diesem Punkt knüpft das Life Design an. Wenn es diese Sicherheiten in der Welt da draussen nicht mehr gibt, dann sollten Individuen bei ihrer Laufbahngestaltung nicht mehr so sehr eine bestimmte Anstellung bei einer bestimmten Firma in den Vordergrund stellen, sondern stattdessen eine Entwicklung anstreben, die sie selbst in den Mittelpunkt stellt. Die Frage ist dann, wo kann und will ich mich entwickeln? Wo kann ich mich in Zukunft beruflich einbringen? Und welches sind meine eigenen Bedürfnisse?

Das Konzept des Life Design sieht den Menschen als Autoren seiner eigenen Geschichte, die er selbst schreibt oder konstruiert. Er „designed“ sein Leben, anstatt ohnmächtig in einem instabilen Arbeitsmarkt nach Sicherheit zu suchen, die es nicht gibt. Im Life Design sucht der Klient diese Sicherheit in sich selbst und versucht sich selbst aktiv zu verwirklichen (Savickas, 2011b).

Dabei steht dieses Paradigma nicht im Widerspruch zu dem der Passung mit seinem prominentesten Vertreter John Holland (1997), oder dem des Lebenslangen Lernens von Donald Super (1990), sondern bietet eine neue Herangehensweise, die je nach Fragestellung der Klienten und Haltung der Beratenden zu neuen Einsichten in der BSLB führen kann. Dabei lassen sich die Paradigmen durchaus auch miteinander kombinieren, sie ergänzen einander eher, als in Konkurrenz zueinander zu stehen.

Erkenntnistheoretisch stützt sich das Konzept des Life Design auf den "(...) sozialen Konstruktivismus, besonders unter Anerkennung der Tatsache, dass Wissen und Identität eines Individuums das Ergebnis sozialer Interaktion sind und diese Auffassung im Diskurs gemeinsam herausgearbeitet wurde (...)" (Ertelt & Ruppert, 2011, S. 3ff.).

Wir konstruieren demnach diskursiv, also im Gespräch, in der Erzählung. Bei den Methoden die innerhalb des Life Designs verwendet werden handelt es sich dementsprechend um narrative Methoden, die anhand kleiner Geschichten, wie in der Career Construction Theory, oder aber auch mithilfe von visuellen Methoden wie beispielsweise der Lebenslinie (Fritz & Zyl, 2015) einen Beratungsdiallog entstehen lassen (Guichard, 2015). Diese Konstrukte sind von zentraler Bedeutung, weil sie es sind, die bestimmte Handlungsoptionen, Entwicklungsmöglichkeiten usw. unabhängig äusserer Rahmenbedingungen erst erkennbar machen oder verunmöglichen. Gemäss des Thomas-Theorems; "If men define situations as real, they are real in their consequences" (Thomas, 1928), wirken diese subjektiven Konstrukte darauf ein, was zukünftig möglich ist und was nicht.

3.1.1 Career Construction Theory

Die Career Construction Theory (CCT) von Mark L. Savickas setzt bei der Frage an, wie wir mit Hilfe eines persönlichen und sozialen Konstruktivismus unsere Welt kreieren. Sie geht nicht davon aus, dass wir die Realität sondern vielmehr eine Repräsentation der Realität konstruieren. Dabei werden Laufbahnentwicklungen in der CCT über deren Kontext verstehbar. Handlungsleitend sind eher Anpassungsbestrebungen an eine sich verändernde Umwelt, als ein Reifeprozess von Menschen. Die CCT setzt auf interpretative Prozesse, soziale Interaktionen und Bedeutungszuweisungen. Laufbahnen entfalten sich nicht einfach nach der CCT sondern sie werden durch Individuen erzeugt, die durch ihre Entscheidungen ihre Selbstkonzepte, ihre Ziele, ihre sozialen Realitäten und ihr Verständnis ihrer verschiedenen Arbeitsrollen offenbaren (Savickas, 2005).

Hinter der CCT steht also die Annahme, dass Individuen ihre Laufbahnen konstruieren, indem sie ihren Berufsentscheidungen und Arbeitserfahrungen bestimmte Bedeutungen zuweisen. Eine Karriere in diesem Sinne ist also nicht eine zeitliche Abfolge von beruflichen Veränderungen, seien

diese von Arbeitgeber zu Arbeitgeber oder zwischen hierarchischen Ebenen. Karriere im Sinne der CCT bedeutet stattdessen das subjektive strukturieren und eingliedern dieser beruflichen Veränderungen in eine zusammenhängende und für das Subjekt bedeutsame Geschichte. Karriere nach Savickas' CCT ist also eine subjektive Konstruktion, die Erinnerungen momentane Geschehnisse und zukünftiges Streben persönliche Bedeutungen zuweist, indem sie alles miteinander in Lebensthemen verwebt, die als Grundmuster des individuellen Arbeitslebens gelten. Dies erfordert einen Prozess der Bedeutungsfindung und Reflexivität, der diskursiv erschaffen oder konstruiert und durch berufliches Verhalten "real" wird (ebd.). Beratung nach der CCT muss demnach darauf abzielen die Klienten dazu zu bewegen ihre Laufbahngeschichte zu erzählen beziehungsweise zu konstruieren. Der Berater versucht gemeinsam mit dem Klienten auf diesem Wege Erkenntnisse über den beruflichen Persönlichkeitstypus nach Holland (1997) zu gewinnen, mehr über die berufliche Anpassungsfähigkeit (Super, 1990) und die zugrunde liegenden Lebensthemen zu erfahren (Savickas, 2005).

3.1.2 Career Construction Interview

Eine der prominentesten konstruktivistischen und narrativen Methoden im Paradigma des Life Design ist wohl das Career Construction Interview (CCI) von Mark L. Savickas (2009; Duarte & Cardoso, 2015). Es zielt darauf ab die Selbstkonzepte des Interviewten mit Arbeitsrollen zu verbinden, der Arbeit einen Platz im Leben des Interviewten zuzuweisen und es dem Interviewten zu ermöglichen eine aus deren Sicht sinnstiftende Arbeit zu finden (Hartung, 2015).

Es soll den Klienten mit Hilfe von 5 Fragen und einer Einstiegsfrage dazu bringen kurze Geschichten zu erzählen (zu konstruieren). Anschliessend wird versucht aus diesen Geschichten heraus Lebensthemen zu identifizieren (zu dekonstruieren). Diese Lebensthemen werden dann für die Weiterentwicklung eines Lebensporträts mit einbezogen (rekonstruiert). Das Lebensporträt ist eine zusammenhängende Geschichte, welche die kleineren Teile genauso wie den gesellschaftlichen Kontext mit einbezieht, die bisherigen Laufbahnentwicklungen miteinander verknüpft beziehungsweise verstehbar macht und dadurch Orientierung für die Gegenwart und eine Richtung für die Zukunft weisen kann. In einem letzten Schritt wird schliesslich, aufbauend auf dem Vorherigen, ein Zukunftsszenario entworfen aus dem konkrete Handlungen abgeleitet werden, die letztendlich helfen sollen über neue Handlungsweisen und Erfahrungen eine Anpassung und Weiterentwicklungen der Identität herbeizuführen (zu kokonstruieren) (Schreiber, 2015; Savickas, 2015; Savickas, 2011a).

Beim Career Construction Interview handelt es sich um die erste Beratungssession des von Mark L. Savickas vorgestellten Life-Design Counseling. Nach dieser Session zieht sich der Berater

zurück und arbeitet mithilfe der Antworten auf die Interviewfragen an einem Lebensporträt, das Thema der zweiten Beratungssitzung ist (Savickas, 2015).

Die für unsere Zwecke analysierten Interviews nutzen zwar die Fragen des CCI, weichen aber insofern von Savickas' vorgeschlagene Vorgehensweise ab, als die Teilgeschichten noch in der selben Session dazu genutzt werden um eine Identitätskarte des Klienten zu entwerfen, die im Rahmen weiterer Beratungssessions weiter gefüllt wird. Die weiter oben beschriebenen Phasen der Konstruktion, Dekonstruktion, Rekonstruktion und Kokonstruktion fließen auf diese Weise ineinander und sind nicht klar durch das Ende der ersten Beratungssitzung voneinander getrennt. Die folgenden Erläuterungen beziehen sich auf die Version des CCI die im Rahmen der analysierten Videos angewandt wurde. Abbildung 1 zeigt den verwendeten Fragebogen an dem sich die Beratenden in ihren Beratungssession orientiert haben.

Einstiegsfrage:

„Wie kann ich Sie dabei unterstützen, Ihre Laufbahn weiter zu entwickeln?“

Zum einen soll das Beratungsziel definiert und entschieden werden worauf in der Beratung fokussiert werden soll. Allerdings weist die Frage auch auf das Rollenverständnis des Beratenden hin, der hier einen Klienten unterstützt, der selbst der Experte für seine Anliegen ist und sich dadurch als Akteur begreift. Der Berater nimmt sich als Experte für den Prozess der Beratung wahr, nicht für die Antworten und Ergebnisse (Hartung, 2015).

a) Vorbilder

Gefragt wird hier nach drei Vorbildern, die nicht real sein müssen. Im Gegensatz zu den eigenen Eltern werden Vorbilder gewählt. Manchmal zeigen diese Vorbilder einen Ausweg aus einem eigenen Dilemma auf. Wir fühlen uns beispielsweise vielleicht oft ängstlich und wählen deswegen starke Charaktere als Vorbilder aus. Wir wollen so sein wie sie. Dadurch, dass bewusst nach den ersten Vorbildern gefragt wird hatten wir sehr lange Zeit in unserem Leben diesen Vorbildern nachzueifern und haben uns in diesem Prozess stark verändert. Wenn Klienten Ihre ersten Vorbilder beschreiben, dann beschreiben sie sich selbst. Sie beschreiben wonach sie gestrebt haben. Sie berichten darüber wer sie sind oder wie sie gerne sein würden, über zentrale Lebensziele und Lösungsansätze für zentrale Lebensprobleme (Hartung, 2015; Savickas, 2011a).

Abbildung 1: Career Construction Interview IAP Version

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften



**Angewandte
Psychologie**

IAP Institut für Angewandte Psychologie

www.iap.zhaw.ch

Career Construction Interview (CCI)

Frage	Antwort	Dekonstruktion
<p>Einstiegsfrage (Beratungsziel) Wie kann ich Sie dabei unterstützen, Ihre Laufbahn weiter zu entwickeln?</p>		
<p>1. Vorbilder/Rollenmodelle (Werte/Lebensziele/Eigenschaften) Wen haben Sie als Kind im Alter zwischen 3 und 6 Jahren bewundert? (3 Vorbilder / Rollenmodelle) a) Was bewundern Sie an diesen Vorbildern?</p>		
<p>Für Dekonstruktion a) Welche Ähnlichkeiten haben Sie mit den Vorbildern? b) Wodurch unterscheiden Sie sich von den Vorbildern?</p>		
<p>2. Zeitschriften/Fernsehsendungen/Homepages (manifeste Interessen/Arbeitsumgebungen) Was für Zeitschriften lesen Sie regelmässig? Was mögen Sie an den Zeitschriften? Was für Fernsehsendungen oder Homepages schauen Sie gerne? Warum?</p>		
<p>3. Lieblingsbuch/-film (Persönlichkeiten mit ähnlichen Lebensthemen/Rat/konkretes Vorgehen) Welches ist Ihr Lieblingsbuch / -film? Was macht es aus?</p>		
<p>4. Lieblingsmotto/-sprichwort (Titel der Lebensgeschichte/Rat/konkretes Vorgehen) Haben Sie ein Lieblingspruchwort oder Lieblingsmotto? Was für ein Sprichwort oder Motto kommt Ihnen in den Sinn?</p>		
<p>5. Früheste Kindheitserinnerungen (zentrale Lebensthemen) Welches sind Ihre frühesten Kindheitserinnerungen? Bitte schildern Sie 3 Kindheitserinnerungen aus dem Alter zwischen 3 und 6 Jahren. Welches Gefühl ist mit der Erinnerung verbunden? Wie würde ein Foto dieser Erinnerung aussehen? Wie würde der Titel der Erinnerung lauten (mit einem Verb)?</p>		

Quelle: IAP Institut für Angewandte Psychologie, Departement Angewandte Psychologie ZHAW

b) Zeitschriften, Websites, Fernsehsendungen

In Ihnen offenbaren sich die Interessen des Klienten. Sie stehen für Themen, Arbeitsumfelder und Umgebungen in denen sich der Klient wohl fühlt. Die Medien wirken stellvertretend für die Dinge, mit denen wir uns gerne umgeben und vielleicht auch in der realen Welt umgeben wollen (Hartung, 2015). "Die gewählten Umgebungen können anhand des RIASEC-Modells von Holland (1997) charakterisiert werden und dann als Hinweis für die Interessen der Klienten beigezogen werden" (Schreiber, 2015, S. 102ff.). Hier offenbart sich also ganz deutlich der Bezug zum zweiten, weiter oben erwähnten Paradigma der Passung (Savickas, 2011a). Zufriedenheit und Erfolg im Arbeitsleben stellt sich mit höherer Wahrscheinlichkeit ein, wenn wir uns in einem Umfeld bewegen und mit Menschen zusammenarbeiten, die zu unseren Interessen passen.

c) Lieblingsbuch / Lieblingsfilm

Hier geht es weniger um das absolute Lieblingsbuch oder den besten Film, den der Klient je gesehen hat, sondern vielmehr um ein aktuelles Buch oder einen aktuellen Film der heraussticht. Es geht um die Geschichte. Wir sind fasziniert von Geschichten, die etwas mit unsere eigenen zu tun haben. Wir identifizieren uns. Der Plot stellt jedoch nicht nur den Bezug zu Themen oder Fragestellungen, die uns beschäftigen, her, er zeigt auch auf, wie Protagonisten mit diesem Thema umgehen und beinhaltet insofern eventuell auch Lösungsansätze wie Klienten ihre eigene Veränderung angehen und somit ihre eigene Geschichte weiterschreiben können (Savickas, 2015; Savickas, 2011a; Schreiber, 2015).

d) Lieblingsspruchwort

Hierbei handelt es sich um einen konkreten Rat, den sich der Klient selbst gibt. Das Sprichwort gibt einen Hinweis darauf wie der Klient mit den angesprochenen Lebensthemen zukünftig umgehen kann oder wie ein konkreter nächster Schritt aussehen könnte (Savickas, 2015). Sie können auch einen Hinweis darauf sein, was dem Klienten fehlt (Hartung, 2015).

e) Kindheitserinnerungen

Wie in der ersten Frage auch, geht er hier wieder darum drei Kindheitserinnerungen zu hören. Dabei spielt es keine Rolle ob diese historisch akkurat sind. Wie im gesamten CCI geht es um Konstruktionen des Klienten, nicht um historische Fakten. Savickas (Savickas, 2015) beschreibt die Kindheitserinnerungen als das, was Zutritt hinter die Leinwand gewährt. Hier kann sich offenbaren welchen Hintergrund die besprochenen Lebensthemen haben. Eventuell werden hier Sorgen oder Wünsche offenbart, die selbst auch zu Lebensthemen geworden sind. Es geht darum besser zu verstehen, wie sich der Klient selbst wahrnimmt und welche Interaktionsmuster mit seiner Umwelt zugrunde liegen. "From all of the possible events that can be recalled, the client typically selects those most relevant to their current situation" (Hartung, 2015, S. 118ff.).

Während des Interviews notiert der Berater möglichst genau die Antworten des Klienten um eigene Interpretationen und Hypothesen klar kenntlich machen zu können, denn in der anschließenden Dekonstruktion nimmt der Berater eine aktivere Rolle ein. Klient und Berater gehen nun alle Fragen und Antworten nochmals durch, wobei nun der Berater über die Hintergründe der einzelnen Fragen aufklärt. Hier entfernt sich das CCI in der Ausführung der analysierten Videos von Savickas' vorgeschlagener Vorgehensweise. Wie bereits erwähnt dekonstruiert Savickas' die Teilgeschichten selbst zwischen zwei Beratungssessions (Savickas, 2015). Wobei sich hier die Frage stellt, inwieweit diese Herangehensweise den eigenen Ansprüchen gerecht wird, wenn Savickas in seinem Counseling Manual immer wieder betont, dass die Klienten selbst die Experten sind, er ihnen aber nicht die Möglichkeit einräumt selbst zu dekonstruieren, sondern stattdessen die zweite Beratungssession damit beginnt sie behutsam mit seinen Erkenntnissen zu konfrontieren (ebd.).

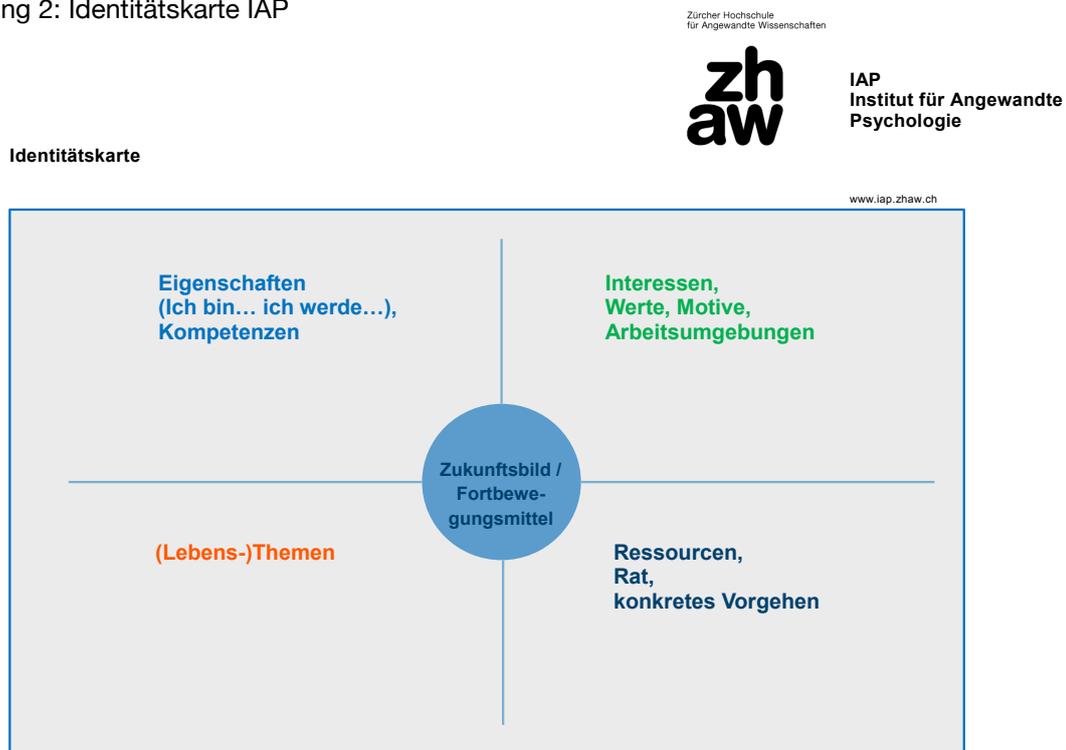
In den analysierten Videos hingegen werden die Klienten aktiv in den Dekonstruktionsprozess einbezogen und aufgefordert, mit dem nachgelieferten Hintergrund zu den einzelnen Fragen ihre eigene Antworten aus einer neuen Perspektive zu betrachten. Die Beratenden unterstützen dabei und fordern die Klienten auf, die für sie stimmigen Erkenntnisse auf einer Identitätskarte festzuhalten, wie exemplarisch in Abbildung 2 dargestellt (Gschwend & Schreiber, 2016).

Zur leichteren Orientierung, welche Erkenntnisse wo einzutragen sind, finden sich im Fragenkatalog zum CCI (Abbildung 1) Hinweise auf das betreffende Feld in der Identitätskarte. Zudem ist der Fragenkatalog mit Fragen ergänzt, die bei der Dekonstruktion helfen sollen.

Ergänzend befindet sich in der Mitte die Möglichkeit eine Zukunftsbild zu entwerfen oder Gedanken über das Fortbewegungsmittel festzuhalten, welches den Klienten an sein Ziel bringen will. Somit können die Klienten die noch kein klares Ziel definiert haben als über das "was" noch nicht genau bescheid wissen, sich zumindest Gedanken über das "wie" machen. Also darüber wie sie ihre nächsten Schritte in der Laufbahnentwicklung machen wollen.

Während das Ziel des CCI von Savickas darin besteht am Ende eine "neue" grosse Geschichte entstehen zu lassen, die alle Erkenntnisse aus den Teilgeschichten vereint und die er als Lebensporträt bezeichnet, gilt es hier also eine Identitätskarte zu entwickeln. Diese Identitätskarte beinhaltet ebenfalls die zentralen Erkenntnisse. Sollte es in der Auseinandersetzung von Berater und Klient zum Entstehen eines Lebensporträts im Sinne von Savickas kommen, so passiert dies jedoch eher spontan im Rahmen der gemeinsamen Auseinandersetzung mit den Antworten. Alternative Perspektiven zu den einzelnen Teilgeschichten und Möglichkeiten diese zu einem kohärenten neuen Bild zusammen zu fügen haben die Klienten auch beim füllen der Identitätskarte.

Abbildung 2: Identitätskarte IAP



Quelle: IAP Institut für Angewandte Psychologie, Departement Angewandte Psychologie ZHAW

3.2 Innovative Moments

Wie bereits im Life Design Ansatz gesehen, integriert ein Mensch neue Erfahrungen in seine ganz persönliche Geschichte. Diese Prozesse sind nach Marx sehr subjektiv. „Was wir wahrnehmen können, sind immer schon Ergebnisse kognitiver Prozesse“ (Marx, 2005, S. 37ff.). Dies verdeutlicht, dass wir nicht die objektive Realität erfassen, sondern das, was wir daraus machen.

Je nach Erfahrungen, Einstellungen und Gefühlslage, nehmen wir ein und dieselbe Situation ganz unterschiedlich wahr. Die „Dialogical Self Theory“ von Hermans und Kempen (1993) geht davon aus, dass das Selbst aus verschiedenen konkurrierenden Sichtweisen (Stimmen) besteht. Diese Stimmen sprechen miteinander. Aus diesem Austausch entsteht die persönliche Realität, beziehungsweise der Sinn, den wir einer Erfahrung zuschreiben. Dieses narrative Selbstkonzept entsteht also aus den Geschichten, welche wir uns selbst erzählen (Hermans & Hermans-Jansen, 1995).

Mit diesen Geschichten kommen die Klienten dementsprechend auch in die Beratung. Sie erzählen dem Berater ihre Geschichte. Die Geschichte beinhaltet das Problem, weswegen sie den Berater überhaupt erst aufgesucht haben. Nach Hermans und Hermans-Jansen (ebd.) ändern sich Klienten während des Beratungsprozesses, indem sie beginnen eine neue Geschichte von sich zu erzählen. So beginnt ein Wandel, der zur Lösung des Problems führen kann. Nach White und Epston (1990) wird diese Transformation durch das Auftauchen und Weiterverfolgen von sogenannten Innovative Moments ermöglicht. Innovative Moments (IM) gehen also auf das Konzept von White und Epston (ebd.) zurück. Auch wenn sie von ihnen noch als „unique outcomes“ bezeichnet wurden, die wir als Ausnahmen zu unseren dominanten Geschichten begreifen sollten. Laut White (2007) passen gewisse Erfahrungen nicht zu unserer vorherrschenden Geschichte, sie sind nicht kongruent mit unserer eigenen Sicht der Dinge. Aber „ (...) these, out of phase experiences can be potentially significant and (...) can provide a point of entry for the development of alternative storylines of people’s lives“ (White, 2007, S. 219ff.). Innovative Moments können also eine Chance sein, eine bestehende Sichtweise infrage zu stellen und schliesslich eine alternative Geschichte des Selbst zu ermöglichen.

Matos und Gonçalves (2004) haben das Konzept von White und Epston aufgegriffen und in ihrer Studie nach verschiedenen Innovative Moments gesucht. Dies war der Startschuss für eine umfangreiche Forschung unter der Leitung eines portugiesischen Forscherteams rund um Miguel Gonçalves, welche bis heute anhält. Gonçalves und Kollegen erforschen die Innovative Moments im Rahmen von Psychotherapien. Sie legen allerdings Wert darauf, dass Innovative Moments nicht nur im klinischen Setting auftreten können, sondern bei allen Arten von Beratungen (Gonçalves *et al.*, 2016).

Zur Erfassung der Innovative Moments haben sie ein Innovative Moments Coding System (IMCS) entwickelt (Gonçalves *et al.*, 2011), welches im nächsten Kapitel genauer erklärt wird. Dieses IMCS hat das Ziel solche Innovative Moments während einer Psychotherapie zu entdecken, also Momente in denen ein Wechsel von alten zu neuen Glaubenssätzen entsteht. Denn erfolgreiche Psychotherapie führt zu einer Erneuerung des Selbstkonzepts. Und diese Neustrukturierung wird durch Innovative Moments eingeleitet. Der Therapeut gebraucht Strategien um die alten

Gedankenmuster aufzubrechen und neue Denkweisen, Gefühle und Handlungsabsichten zu ermöglichen. Und genau diese Entstehung neuer Alternativen kann laut Gonçalves mit dem IMCS gemessen werden (ebd.). In einer weiteren Studie konnten sie diese Thesen stützen, denn es zeigte sich, dass in erfolgreichen Psychotherapien signifikant mehr Innovative Moments elaboriert wurden als in solchen mit weniger erfolgreichem Ausgang (Gonçalves *et al.*, 2010).

3.2.1 Innovative Moments Coding System

Das Innovative Moments Coding System (IMCS) wurde 2007 von Gonçalves und Kollegen entwickelt und danach stetig verbessert (Gonçalves *et al.*, 2007). In der vorliegenden Arbeit wird die neuste Version des IMCS aus dem unveröffentlichten IMCS Manual von 2016 verwendet (Gonçalves *et al.*, 2016). Dieses Manual enthält nebst der theoretischen Herleitung, eine genau Beschreibung des IMCS und dessen Anwendung. Das IMCS wurde mit dem Ziel entwickelt, Psychotherapien einer qualitativen Analyse zu unterziehen. Es handelt sich dabei um ein Kodierungssystem, welches es ermöglicht, sieben verschiedene Arten von Innovative Moments zu messen. Wie bereits erwähnt, sind diese Innovative Moments ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Therapie. Sie ermöglichen den Klienten mit alten Mustern zu brechen, ihre persönliche Geschichte in einem anderen Licht zu betrachten und schliesslich eingefahrene Denk- und Handlungsmuster zu ändern (Gonçalves *et al.*, 2011). Somit ermöglicht das IMCS einerseits solche Prozesse zu verstehen (Gonçalves *et al.*, 2016) und andererseits Beratungen zu evaluieren (Gonçalves *et al.*, 2010).

Da das IMCS im Rahmen von Psychotherapien entwickelt wurde, sind auch die weiter unten angeführten Beispiele dieser Richtung entlehnt. Denn es liegen bisher nur wenige Forschungsergebnisse mit Bezügen zur Berufs- Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) vor (siehe 3.2.3). Laut Gonçalves und Kollegen können aber sämtliche Daten aus Beratungen analysiert werden, die auf Video, oder auch transkribiert vorliegen (Gonçalves *et al.*, 2016).

Die sieben verschiedenen Arten von Innovative Moments, namentlich Action 1 und 2, Reflection 1 und 2, Protest 1 und 2, Reconceptualization, werden im folgenden einzeln vorgestellt. In den zur Veranschaulichung gewählten Beispielen für die einzelnen Innovative Moments handelt es sich beim Problem des Klienten um eine Depression (Gonçalves *et al.*, 2017). Ohne diesen Kontext wären die Innovative Moments nicht identifizierbar, denn diese sind Antworten oder eben neue Denkmuster, die sich eben auf das Problem beziehen (Gonçalves *et al.*, 2009).

a) Action 1

Innovative Moments der Kategorie „Action 1“ bestehen aus Handlungen des Klienten, welche konträr zu seinem Problem sind. Handlungen also, die neue Möglichkeiten eröffnen ein Problem zu lösen, die eine Strategie darstellen mit dem Problem zurecht zu kommen oder eine aktive Suche nach einer Lösung beinhalten.

Beispiel:

Klient: Gestern war ich zum ersten Mal seit Monaten im Kino.

b) Action 2

Unter „Action 2“, in früheren Versionen des IMCS „Performing Change“ genannt, wird das Planen und Antizipieren von neuen Erfahrungen, Projekten oder Aktivitäten zusammengefasst. Ebenfalls dazu gehören neue Gewohnheiten oder generell ein neues Verständnis der eigenen Fähigkeiten. Um ein Innovative Moment als „Action 2“ kodieren zu können muss ausdrücklich die Veränderung einer Situation erwähnt werden.

Beispiel:

Berater: Es hört sich an, als hätten Sie nun sehr viele Pläne für die Zukunft.

Klient: Genau, ich möchte alles das tun, was mir unmöglich war, während ich von meiner Depression dominiert wurde. Ich möchte wieder arbeiten, ich möchte die Zeit mit meinen Kindern wieder genießen.

c) Reflection 1

Hier ist das Auftauchen von neuen Gedanken, Denkweisen und generell ein neues Verständnis gegenüber dem Problem gemeint. Diese neuen Gedanken, Intentionen, auch Zweifel oder Wünsche kreieren eine Distanz zum Problem, die es später ermöglicht sich vom Problem zu lösen.

Beispiel:

Klient: Jetzt realisiere ich, dass das, was ich gemacht habe, eigentlich nicht menschenmöglich war. Ich habe mich zu fest angetrieben und mir nie eine Erholungsphase gegönnt.

d) Reflection 2

In die Kategorie „Reflection 2“ fallen ebenfalls Gedanken und neue Sichtweisen. Im Unterschied zu „Reflection 1“ beziehen sich diese Innovative Moments auf einen Lernprozess. Sie fokussieren nicht nur auf einen Richtungswechsel, der Distanz zum Problem schafft, sondern auch auf die Konsequenzen dieser neuen Einstellung.

Beispiel:

Klient: Ich fühle mich stark und gut. Es ist gut sich für seine Bedürfnisse einzusetzen. Das ist ein neuer Teil von mir und ich werde ihn nicht verleugnen.

e) Protest 1

Ein Protest Innovative Moment ist gegeben, falls eine Art des Protestes gegenüber dem Problem stattfindet. Dies kann eine Handlung oder ein Gedanke sein. Im Gegensatz zu Innovative Moments der Kategorien „Action“ und „Reflection“ beinhalten diese Handlungen und Gedanken zusätzlich auch eine gewissen Neupositionierung gegenüber dem Problem oder gegen die Umstände in denen das Problem zum tragen kommt. Beim „Protest 1“ wird beispielsweise das Problem oder etwas oder jemand, der das Problem verursacht, kritisiert.

Beispiel:

Klient: Was ist es, dass schlussendlich aus mir wird? Ist dies das Ende ohne Ausweg? Werde ich in dieser Situation stagnieren?

f) Protest 2

In diese Unterkategorie fällt das Auftreten von Durchsetzungskraft und eigener Ermächtigung um seine Rechte und Bedürfnisse zu bekräftigen.

Beispiel:

Klient: Ich bin erwachsen und ich bin selbst verantwortlich für mein Leben. Ich werde diese Gefühle zulassen und herauslassen. Ich möchte das Leben erleben und daran wachsen. Denn es fühlt sich gut an, selbst für mein Leben verantwortlich zu sein.

g) Reconceptualization

Innovative Moments dieses Typs entstehen aus einer Meta-Ebene. Der Klient versteht nicht nur was nun anders ist als früher, sondern versteht auch die Prozesse, die in dieser Transformation involviert waren. Die Meta-Position ermöglicht dem Klienten den Zugang zu seinen problembehafteten Geschichten seiner Vergangenheit, zum Auftauchen eines neuen Selbstkonzeptes in der Gegenwart und auch zum Prozess, welcher diese Veränderung ermöglicht hat.

Beispiel:

Klient: Ich fühle mich heutzutage anders. Ich mache mir keine Sorgen darüber, was andere wohl von mir denken. Ich habe entdeckt, dass ich meine Meinung und meine Bedürfnisse respektieren muss, selbst wenn andere anderer Meinung sind. Ich war in ständigem Konflikt mit mir selbst - habe etwas gedacht, etwas anderes gesagt - nur um Meinungsverschiedenheiten zu vermeiden. Wieso sollen diese Meinungsverschiedenheiten mit anderen schlimmer sein als meine eigenen inneren Kämpfe?

3.2.2 Innovative Moments der ersten und zweiten Stufe

Die sieben verschiedenen Innovative Moments, welche oben beschrieben wurden, lassen sich in zwei Stufen einteilen. Die drei Innovative Moments der ersten Stufe (Action 1, Reflection 1, Protest 1) schaffen Distanz zum Problem. Sie helfen das Problem zu verstehen (Reflection 1), es von sich zu weisen (Protest 1) und Handlungen einzuleiten, die dem Problem entgegenwirken (Action 1). All dies sind erste Reaktionen der Problembewältigung. Die elementarsten beiden sind Action 1 und Reflection 1. Sie beinhalten Gedanken und Aktionen, die sehr subtil sein können. Trotzdem sind sie sehr wichtig um einen Wandel im Klienten einzuleiten, denn sie funktionieren als gute Beispiele, wie ein Wandel möglich wäre. Sie zeigen dem Klienten, wie auch Aussenstehenden, dass ein Veränderungsprozess im Gange ist (Gonçalves *et al.*, 2009).

Die vier Innovative Moments der zweiten Stufe (Action 2, Reflection 2, Protest 2, Reconceptualization) vertiefen den Veränderungsprozess, der durch die Innovative Moments der ersten Stufe eingeleitet wird. Eine Studie von Gonçalves und Kollegen (Gonçalves *et al.*, 2011) konnte zeigen, dass das Auftreten von Innovative Moments der Kategorien Reflection 1 und 2, Action 2 und Reconceptualization, die während einem Therapietermin auftraten, ein guter Prädiktor für eine Abnahme der Symptome des Klienten im darauf folgenden Termin waren. Diese Studie zeigt die Wichtigkeit der Innovative Moments der zweiten Stufe. In erfolgreichen Therapien sei

Reconceptualization der am häufigsten auftretende Innovative Moment (Gonçalves *et al.*, 2017). Denn Reconceptualization Innovative Moments ermöglichen es dem Klienten aus einer Vogelperspektive sein früheres Verhalten, sein jetziges Verhalten, und den Veränderungsprozess der dazu geführt hat, zu sehen und zu analysieren.

Zur besseren Übersicht zeigt Tabelle 1 eine Zusammenfassung der sieben Innovative Moments nach Gonçalves (2016b).

Tabelle 1: Arten von Innovative Moments frei übersetzt nach Gonçalves (2016b)

Stufe	Name des IM's	Definition	Inhalt
Stufe 1 IM dieser Stufe schaffen Distanz zum Problem.	Action 1	Ausgeführte und geplante Handlungen, welche dazu dienen das Problem zu bewältigen.	<ul style="list-style-type: none"> - Neue Handlungsstrategien - Aktives Erkunden von Lösungsansätzen - Suchen von Informationen über das Problem
	Reflection 1	Neues Verständnis des Problems.	<ul style="list-style-type: none"> - Die Gründe des Problems überdenken - Die Auswirkungen des Problems wahrnehmen - Angepasste Selbstinstruktionen - Intentionen das Problem zu bekämpfen - Genereller Bezug zum Selbstwert und eigenen positiven Gefühlen
	Protest 1	Widerspruch gegenüber dem Problem.	<ul style="list-style-type: none"> - Zurückweisung des Problems - Kritik gegenüber anderen, welche das Problem begünstigen - Kritik an Facetten des Problems oder an sich selbst
Stufe 2 IM dieser Stufe konzentrieren sich auf eine Änderung.	Action 2	Generalisierung von guten zukünftigen Resultaten	<ul style="list-style-type: none"> - Investition in neue Projekte, als Zeichen des Wandels - Investition in neue Beziehungen, als Zeichen des Wandels - Neue Fähigkeiten und Kompetenzen unabhängig vom Problem
	Reflection 2	Bearbeitung des Wandels und seiner Konsequenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Was ist ein Wandel? - Wie kam es zu diesem Wandel? - Bezug zum eigenen Selbstwert und positiven Gefühlen aufgrund des Wandels
	Protest 2	Durchsetzungskraft und eigene Ermächtigung	<ul style="list-style-type: none"> - Konzentration auf das Selbst - Bekräftigung von eigenen Rechten und Bedürfnissen
	Re-conceptualization	Meta-kognitiver Prozess, der einen Wechsel von zwei verschiedenen Positionen des Selbst verlangt und Zugang zum zugrundeliegenden Transformationsprozess hat.	<ul style="list-style-type: none"> - Was hat sich verändert? - Wie ist diese Veränderung möglich geworden?

Innovative Moments können vom Klienten selbst geäußert werden (siehe Beispiel 1), durch den Berater ausgelöst werden (Beispiel 2) oder auch selbst vom Berater geäußert werden, sofern der Klient diese Sichtweise akzeptiert (Beispiel 3). Die folgenden drei Beispiele sollen dies veranschaulichen (ebd.).

Beispiel 1:

Klient: Gestern war ich zum ersten Mal seit Monaten im Kino.

Beispiel 2:

Berater: Was könnten sie tun, um wieder mehr Freude in ihrem Leben zu verspüren?

Klient: Ich könnte wieder einmal ins Kino gehen.

Beispiel 3

Berater: Sie könnten wieder einmal ins Kino gehen.

Klient: Ja genau, das werde ich tun.

3.2.3 Innovative Moments und Career Construction Interview

Wie oben ausführlich geschildert, wurde die Theorie der Innovative Moments samt dem dazugehörigen Innovative Moments Coding System im Rahmen der Psychotherapie entwickelt (Gonçalves 2016b). Cardoso und Kollegen (2014a) waren die ersten, die das Innovative Moments Coding System anwendeten um eine Laufbahnberatung zu analysieren. Ihr Ziel war es zu untersuchen, wie der Wandel in einer erfolgreichen Laufbahnberatung stattfindet. Dazu analysierten sie eine dreiteilige Laufbahnberatung von Savickas mit einem amerikanischen College Studenten, in der das Career Construction Interview angewandt wurde. Während der ersten Beratung wurde das Career Construction Interview durchgeführt (Konstruktion). In der zweiten Beratung wurden daraus die zentralen Lebensthemen erarbeitet (Dekonstruktion) und in den beruflichen Kontext gesetzt (Rekonstruktion). Während dem dritten Termin schliesslich wurden konkrete Absichten und Pläne für die Zukunft geschmiedet (Kokonstruktion).

Die Resultate dieser Studie zeigen, dass in allen drei Beratungen verschiedene Innovative Moments vorkamen. Innovative Moments der Kategorie Action kamen nur zu Beginn der ersten und Dritten Beratung vor, als der Klient seine bisherigen Versuche beschrieb seine Karrieremöglichkeiten zu erkunden. Protest Innovative Moments kamen ebenfalls hauptsächlich in der ersten und dritten Beratung vor. In der dritten Beratung fanden sie zudem eine grössere Diversität und zum ersten Mal auch Protest Innovative Moments der Unterkategorie 2. Dies zeigt

die gewonnene Durchsetzungskraft des Klienten über den Beratungsprozess hinweg. Mit Abstand am häufigsten waren allerdings die Reflection Innovative Moments. Ihre Häufigkeit nahm von Beratung zu Beratung zu. Der Klient begann demnach seine Situation zu verstehen und neue positive Gedanken zu finden.

Cardoso und Kollegen konnten also erstmals Innovative Moments in einer Laufbahnberatung mit Career Construction Interview nachweisen. Wie in einer erfolgreichen Psychotherapie fanden sie zuerst Innovative Moments der ersten Stufe. Dies sei die Basis für eine Veränderung, welcher dann mit dem Auftreten von Innovative Moments der zweiten Stufe konsolidiert werden. Auf der zweiten Stufe fanden sie allerdings lediglich Reflection 2 und Protest 2 Innovative Moments. Als Erklärung stellten sie zwei Hypothesen auf. Erstens seien Action 2 und Reconceptualization Innovative Moments in Laufbahnberatungen vielleicht nicht nötig um eine Veränderung zu bewirken. Oder Zweitens, Innovative Moments der dieser Art würden erst im späteren Verlauf einer Beratung auftreten, da beispielsweise Reconceptualization Innovative Moments in erfolgreichen Psychotherapien auch erst nach der 6. Sitzung vorkommen.

In einer Nachfolgestudie konnten Cardoso und Kollegen (2014b) diese Resultate replizieren. Es zeigte sich aufs Neue, dass in erfolgreichen Laufbahnberatungen die Anzahl von Innovative Moments über die Beratungen zunahm. Ein Wechsel von Innovative Moments der Subkategorie 1 zu 2 zeigt die Entwicklung im Klienten. Mit Abstand am häufigsten waren wiederum die Reflection Innovative Moments. Daraus folgerten die Autoren, dass die Art und Weise eines Career Construction Interviews vor allem das Auftreten von Reflection Innovative Moments fördere. Diese seien nämlich zentral, um sich als Akteur zu sehen und die zu bewältigenden Schritte in der Karriereplanung selbst in die Hand zu nehmen. Reconceptualization Innovative Moments seien also wichtig für erfolgreiche Psychotherapie, nicht aber für erfolgreiche Laufbahnberatungen.

In einer weiteren Studie haben Cardoso und Kollegen (2016b) eine dreiteilige Laufbahnberatung einer portugiesischen Laufbahnberaterin mit einer 16-Jährigen analysiert. Wiederum zeigte sich die Wichtigkeit der Reflection Innovative Moments, welche am häufigsten auftraten. Zuerst führten Reflection 1 Innovative Moments zu einem tieferen Verständnis des Problems und anschliessen Reflection 2 Innovative Moments zu einer neuen Sicht auf das Selbst. Neu war, dass die Reflection Innovative Moments nicht kontinuierlich zunahmen, sondern ihren Höhepunkt in der zweiten Beratung hatten. Während der dritten Beratung sank die Häufigkeit von Reflection Innovative Moments, dafür kamen erstmals Reconceptualization Innovative Moments vor. Diesen Gegensatz zu den ersten beiden Studien erklärten die Autoren so, dass die portugiesische Laufbahnberaterin im Gegensatz zu Savickas in der dritten Beratung die Klienten dazu einlud zu erklären, wie sie sich über die drei Beratungen verändert haben.

Diese Studien zeigen, dass das Auftreten von Reflection 1 und 2 Innovative Moments für eine erfolgreiche Laufbahnberatung zentral sind. Reconceptualization Innovative Moments sind hingegen keine Voraussetzung für eine gelungene Beratung. Allerdings können sie je nach Vorgehen der Beratungsperson trotzdem auftreten.

3.3 Direktivität

Die Direktivität beschreibt die Herangehensweise des Beraters während des Beratungsprozesses. Bei der direktiven Beratung steht das Problem des Klienten im Zentrum. Nach Rogers definiert sich dieser Prozess so, dass der Berater das Problem des Klienten findet, diagnostiziert und behandelt. Dies führt dazu, dass der Berater eine grosse Verantwortung für die Lösung des Problems übernimmt, was anschliessend zum Mittelpunkt seiner Bemühungen wird (Rogers, 1985). Bei der nicht-direktiven Beratung hingegen steht die Person des Klienten im Zentrum. Das wesentliche Element dieser Herangehensweise ist eine Konzentration auf die Ziele, Wünsche, Verhaltensweisen und Wertvorstellungen des Klienten (Sander & Ziebertz, 2006).

Direktivität im Sinne dieser Arbeit fokussiert sich vor allem auf die Dekonstruktions-, Rekonstruktions- und die Kokonstruktionsphase des CCI und zielt darauf ab zu verstehen, inwiefern der Berater sich mit eigenen Hypothesen aktiv einbringt. Äussert der Berater seine Hypothesen, so handelt es sich um direktives Vorgehen, indem es den Klienten zwingt die Hypothesen in einem reflexiven Prozess anzunehmen oder abzulehnen, anstatt selbst Hypothesen zu formulieren.

3.3.1 Personenzentrierte Beratung von C.R. Rogers

Die nicht-direktive Herangehensweise, heute auch klienten- oder eben personenzentriert genannt, geht auf Carl Rogers zurück (Sander & Ziebertz, 2006). Rogers ist einer der Hauptvertreter der humanistischen Psychologie, welche die Ganzheitlichkeit und Selbstentfaltung der menschlichen Psyche betont (Nussbeck, 2006). Die individuellen Erfahrungen, die jede Person macht, werden reflektiert. Man schreibt ihnen Bedeutung zu und integriert sie ins eigene Selbstbild. Auf zukünftige Erfahrungen reagiert jede Person anschliessend so, wie sie die Realität aufgrund ihres Selbstkonzeptes wahrnimmt (ebd.). Dementsprechend gibt es für eine Person keine objektive Realität, sondern bloss die durch eigene Erfahrungen geprägte Wahrnehmung. Hier schliesst sich der Kreis zur konstruktivistischen Basis der Innovative Moments und aber auch zum Career Construction Interview, wie weiter oben beschrieben.

Wichtige Beratermerkmale der personenzentrierten Beratung nach Rogers sind unter anderem die Empathie, sowie die Akzeptanz. Unter Empathie versteht man das Ziel des Beraters, das Problem des Klienten aus dessen Perspektive zu sehen und dessen innere Realität wahrzunehmen. Akzeptanz bedeutet, dem Klienten die Fähigkeit zuzuschreiben für sich selbst zu sorgen und sich selbst weiterzuentwickeln. Wichtig dabei ist es den Klienten wertzuschätzen und so seine Selbstachtung zu stärken (ebd.).

3.3.2 Direktivität in der Beratung

Wie unterscheiden sich die direktive und nicht-direktive Herangehensweise nun ganz konkret voneinander? Wie schon erwähnt, steht bei der direktiven Herangehensweise das Problem des Klienten im Zentrum. Der Berater definiert dieses Problem und schlägt dem Klienten vor, was zu dessen Behebung gemacht werden soll (Rogers, 1985). Hierbei unterstreicht Rogers, dass der Klient bedauerlicherweise häufig dazu neigt, diese Problemdefinition des Beraters zu akzeptieren. Die Überzeugungsfähigkeit des Beraters sei ein wichtiges Hilfsmittel und diene eben nicht dazu den Einfluss des Beraters möglichst klein zu halten.

In einer Studie aus dem Jahre 1943 analysierte Porter neunzehn protokollierte Beratungen nach deren Grad an direktiven beziehungsweise nicht-direktiven Absichten der Berater (Elias Hull Porter, 1943). Obwohl die Stichprobe dieser Studie relativ klein ist, beeindruckt die Übereinstimmung der Resultate (Rogers, 1985). Von den neunzehn Beratungen wurden neun als ziemlich wenig direktiv eingeschätzt und zehn als ausgesprochen direktiv. Porter verglich nun die verschiedenen Berater-Techniken der beiden Gruppen und fand folgende Unterschiede.

Tabelle 2: Berater-Techniken nach Direktivität (Rogers, 1985)

Berater-Techniken	Durchschnittliche Anzahl pro Beratung	
	Direktive Gruppe	Nicht-direktive Gruppe
Berater stellt spezifische Fragen und beschränkt die Antworten auf ja, nein oder spezifische Information.	34,1	4,6
Berater erklärt, diskutiert oder informiert über das Problem oder dessen Behebung.	20,3	3,9
Berater empfiehlt dem Klienten was zu tun sei (direkt, als Antwort auf eine Frage oder als Befragungstechnik)	10	1,3
Berater beeinflusst Entscheidung durch Wertung, Ausdruck persönlicher Ansicht oder Überredung.	5,2	0,3
Berater anerkennt das Gefühl oder die Einstellung, welches der Klient ausgedrückt hat.	1,2	10,3

Aus Tabelle 2 ist ersichtlich, dass der direktiv vorgehende Berater sehr oft spezifische Fragen stellt um für sich mehr Klarheit zu schaffen oder Informationen zu gewinnen. Denn er ist ja daran interessiert das Problem des Klienten zu lösen. Zudem spricht der Berater vermehrt über das Problem des Klienten, und zwar aus der eigenen Perspektive. Er empfiehlt ihm auch, direkt oder indirekt über geschickte Befragungstechniken, was zu tun sei. Zu guter letzt versucht er den Klienten auch zu überreden oder ihn in seinen Entscheidungen zu beeinflussen. Der nicht-direktiv vorgehende Berater hingegen wendet diese Techniken weit weniger häufig an. Im Gegenteil wendet er sich weniger dem Problem zu, sondern dem Klienten selbst sowie dessen Gefühlen und Einstellungen. Interessant ist auch die Wortzahl-Analyse, welche Porter durchgeführt hat (Elias Hull Porter, 1943). Es zeigte sich nämlich, dass der direktiv vorgehende Berater einen weit höheren Anteil am Gespräch hatte, als der nicht-direktiv vorgehende. Das Verhältnis von Berater-Worten zu Klienten-Worten reichte von 0.15 bis 4.02. Bei der nicht-direktiven Herangehensweise kam der Klient also mehr zum Sprechen, im Extremfall siebenmal mehr als der Berater. Bei der direktiven Herangehensweise sprach der Berater bis zu viermal mehr als der Klient.

3.3.3 Direktive und nicht-direktive Innovative Moments

In den vorangegangenen Kapiteln wurden die Innovative Moments sowie das Konzept der Direktivität vorgestellt. Hier wird nun beides miteinander verbunden.

Innovative Moments können laut Gonçalves auf drei verschiedene Wege entstehen (Gonçalves *et al.*, 2011). Erstens können sie direkt durch eine Aussage des Beraters entstehen, falls der Klient diese Aussage auch wirklich akzeptiert. In diesem Fall äussert der Berater seine Sicht der Dinge, gibt also seine Interpretation wieder, die der Klient anschliessend akzeptiert. Oder der Berater stellt eine Frage in diese Richtung, welche der Klient bejaht. Zweitens kann ein Innovative Moment daraus resultieren, dass der Berater den Klienten einlädt, eine Neuigkeit weiter zu elaborieren. Drittens können Innovative Moments allerdings auch direkt vom Klienten selbst vorgebracht werden, ohne eine Intervention des Beraters.

Die zuvor genannte Studie von Elias Hull Porter (1943) zeigte eindrücklich, dass bei der direktiven Herangehensweise die Aktivitäten vom Berater ausgehen, während bei der nicht-direktiven Herangehensweise der Klienten weit häufiger zu Wort kommt und dadurch auch mehrheitlich das Geschehen bestimmt.

Somit wird klar, dass man im ersten Fall von direktiven und im zweiten und dritten Fall von nicht-direktiven Innovative Moments sprechen kann. Direktive Innovative Moments werden also vom Berater geäussert. Nicht-direktive entstehen ohne Intervention des Beraters, alleine durch den Klienten oder werden durch eine Frage des Beraters eingeleitet. Wichtig ist hier festzuhalten, dass

diese Frage dazu einlädt sich mit einem Gedanken zu befassen, was das Auftauchen von Innovative Moments begünstigt. Die Äusserung kommt aber ebenfalls vom Klienten.

4. Methode

4.1. Ablauf der Untersuchung

In der vorliegenden qualitativen Arbeit wurden vier Videoaufnahmen von Laufbahnberatungen mit Hilfe der Analyse-Software MAXQDA 2018 (Version 18.0.7) kodiert. Die auf Video aufgezeichneten Laufbahnberatungen wurden im Rahmen einer separaten Studie an der Zürcher Fachhochschule (ZHAW) am Institut für Angewandte Psychologie (IAP) durchgeführt und für diese Arbeit freigegeben.

Im Rahmen dieser Studie wurden jeweils zwei Laufbahnberatungen von jeweils ca. zwei Stunden durch fünf verschiedene Berater mit sechs verschiedenen Klienten durchgeführt. Unabhängig von der genauen Fragestellung der Klienten wurde bei jeder dieser Laufbahnberatungen im Erstgespräch das Career Construction Interview durchgeführt. Zusätzlich wurden psychodiagnostische Fragebogen zu Motiven, Interessen und Werthaltungen eingesetzt.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der Durchführung des Career Construction Interviews und dessen Auswertung mit Hilfe der Identitätskarte. Deshalb wurden ausschliesslich diese Teile der Videoaufnahmen kodiert. Dabei handelte sich bei allen Videos um den Grossteil der ersten Beratungssitzung. Obwohl die Fragestellung in der Einstiegsfrage zum CCI abgeklärt wird (siehe Abbildung 1) wurde diese am Gesprächsbeginn im Rahmen einer anderen Methode bereits abgeklärt. Dadurch handelt es sich beim Beginn des CCI streng genommen um eine Wiederholung für die Klienten, was zu zum Teil kryptischen Antworten geführt hat, die besser verstehbar wurden, sobald man die Fragestellung auch aus dem ersten Teil der Beratung kodiert hat, der streng genommen nicht zum CCI gehört.

Da die Fragestellung zentral ist um Innovative Moments erkennbar zu machen, die sich ja gerade auf irgendeine Art und Weise zur Fragestellung positionieren, wurden die Fragestellungen auch aus dem CCI-fremden Videoteilen entnommen und vor dem eigentlichen Kodieren abgeglichen.

4.2. Die Videoaufnahmen

Wie bereits erwähnt, kamen die Videoaufnahmen im Rahmen einer Vorgänger-Studie zustande. Auf sozialen Medien wurden Teilnehmer im Alter zwischen 45 und 55 Jahren gesucht, welche sich beruflich um- oder neuorientieren wollten. Auf diese Ausschreibung haben sich sechs Personen

gemeldet. Die Vorgänger-Studie bestand somit aus sechs Teilnehmern im mittleren Erwachsenenalter (42 bis 55 Jahre). Davon waren vier Frauen und zwei Männer. Vier Personen haben die Schweizer Nationalität, eine Person sowohl die Schweizer als auch eine ausländische Nationalität, und eine Person lediglich eine ausländische Nationalität. Aus diesen sechs Videoaufnahmen wurden nach dem Zufallsprinzip vier Videos als Bestandteil der vorliegenden Arbeit ausgewählt. Zusätzlich wurde eine Videoaufnahme zu Übungszwecken ausgewählt. Das letzte Video wurde als Ersatzvideo zurückbehalten. Falls eines der Videos aus methodischen Gründen aus der Untersuchung hätte ausgeschlossen werden müssen, wäre diese Videoaufnahme zum Zug gekommen. Dies war allerdings nicht der Fall.

4.3 Die Klienten

Die Klienten der vier zufällig ausgewählten Videoaufnahmen waren zwei Frauen und zwei Männer. Eine Person war zum Zeitpunkt der Laufbahnberatung auf Stellensuche, drei waren in einem Angestelltenverhältnis.

4.4. Die Beratungspersonen

Die Beratungsperson war in jedem Video eine andere. Drei davon waren weiblich, eine männlich. Alle vier Beratungspersonen sind Laufbahnberaterinnen und -berater am Institut für Angewandte Psychologie (IAP) der Zürcher Fachhochschule (ZHAW).

4.5 Das Kodieren

4.5.1. Die Vorbereitung

Um ein Manual des Innovative Moments Coding Systems (IMCS) von Gonçalves zu erhalten haben die Autoren dieser Arbeit frühzeitig mit dem Forscher Miguel M. Gonçalves der Universität Minho in Braga (Portugal) Kontakt aufgenommen. Daraufhin erhielten sie das Angebot an einem einwöchigen Workshop teilzunehmen um das Kodieren mit dem IMCS zu erlernen. Da es sich die Autoren nicht einrichten konnten, so kurzfristig nach Portugal zu reisen, musste dieses Angebot

leider ausgeschlagen werden. Um sich das Rüstzeug fürs Kodieren mit dem IMCS selbst beizubringen, erhielten die Autoren von Herrn Gonçalves die neuste Version des IMCS aus dem unveröffentlichten IMCS Manual von 2016 (Gonçalves *et al.*, 2016b) per Email. Das Manual enthält nebst der theoretischen Herleitung, eine genau Beschreibung des IMCS und dessen Anwendung. Zusätzlich erhielten die Autoren eine Übersicht des Wochenplanes des Trainings-Workshops und detaillierte Richtlinien zum Training (Gonçalves *et al.*, 2018).

Mithilfe dieser Unterlagen haben sich die beiden Autoren aufs Kodieren vorbereitet. Nach einem anfänglichen Selbststudium sämtlicher Unterlagen haben sich die Autoren zusammengesetzt und sind das Manual Seite für Seite durchgegangen. Da die Beispiele der einzelnen Kategorien der Innovative Moments, welche im Manual enthalten sind, sich alle auf therapeutische Beratungen beziehen, wurden gemeinsam fiktive Beispiele im Laufbahnberatungskontext erfunden und besprochen. So konnte definiert werden, was in der vorliegenden Studie unter den einzelnen Kategorien verstanden wird.

Nachdem sich die beiden Autoren sicher genug fühlten, um das IMCS anzuwenden, nahmen sie sich dem Trainingsvideo an. Wie bereits erwähnt, wurde eine der sechs Videoaufnahmen der Vorgänger-Studie zum Üben verwendet. Beide Autoren, im Folgenden auch Kodierer, haben daraufhin das Trainingsvideo unabhängig von einander kodiert. Danach wurden die markierten Stellen verglichen und die unterschiedlichen Sequenzen sehr intensiv besprochen, wie dies auch Gonçalves und Kollegen (2018) vorschlugen. Die beiden Kodierer mussten feststellen, dass trotz der gründlichen Vorbereitung mittels des IMCS Manuals noch einiges deutlich konkreter definiert werden musste.

Dies hauptsächlich, da das IMCS Manual von Gonçalves zur Evaluation von psychotherapeutischen Beratungen konzipiert wurde und sich nicht direkt auf die Anwendung in Laufbahnberatungen übertragen liess. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass im psychotherapeutischen Kontext von einer Problemstellung ausgegangen wird, im BSLB Kontext jedoch von einer Fragestellung. Dies bringt einige Komplikationen bei der Anwendung des IMCS in der BSLB mit sich, wie im Diskussionsteil unter 6.1.2 und 6.2 noch zu zeigen sein wird.

Zusätzlich ist zu nennen, dass sowohl die erwähnten Forscherteams um Gonçalves, wie auch um Cardoso an der Salienz der Innovative Moments interessiert waren. Die Salienz beschreibt den Anteil an Innovative Moments am ganzen Beratungsgespräch (in Prozent), dass in diesen Studien jeweils in transkribierter Form vorgelegen hat (Cardoso *et al.*, 2016b, 2016a, 2014b). Dies ermöglicht es Textpassagen und Einschübe innerhalb von Gedankengängen auszulassen und nur jene Worte zu kodieren, die Teil des IM sind. In der Videoanalyse ist dies unpraktikabel und würde die Anzahl der IM verfälschen oder zumindest die Kodierung extrem unübersichtlich werden

lassen. Zudem stand für die Autoren der vorliegenden Arbeit die Anzahl der Innovative Moments im Vordergrund, weswegen verstehbare Teile und Gedankengänge, die ein IM enthielten, am Stück kodiert wurden.

Ziel war es auch erkennbar zu machen ob die IM direktiv oder nicht-direktiv zustande gekommen sind. Auch dieses Ziel verlangt ein etwas anderes Vorgehen als in den oben genannten Studien. Mehr darüber findet sich im Diskussionsteil unter 6.1 ff. und unter 6.4.1 dieser Arbeit, in welcher auf wichtige Punkte eingegangen wird, um es zukünftigen Autoren zu ermöglichen ein Manual für das Kodieren von Laufbahnberatungen zu erstellen.

Nachdem die beiden Kodierer sich anhand des Trainingsvideos auf ein konkretes Vorgehen geeinigt haben, aus der sich auch grosse Teile des Manual-Entwurfs unter 6.4.1. ableiten, wurde die Durchführung der Kodierung gestartet.

4.5.2. Die Durchführung

Getreu den Anweisungen des Manuals wurden die einzelnen Videoaufnahmen zuerst komplett angeschaut. Dies, um einerseits ein Gefühl für den Klienten oder die Klientin zu erhalten. Andererseits aber auch um das Anliegen genauer zu eruieren.

Im Anschluss an diese erste Sichtung des Materials wurden die Anliegen der einzelnen Klienten besprochen. In allen vier Videoaufnahmen wurden die Anliegen von den Klienten genau geäußert. So fiel es den Kodierern leicht, diese Anliegen heraus zu arbeiten.

Nachdem die Kodierer die Anliegen zweier Klienten genau definiert hatten, haben sie unabhängig voneinander diese beiden Videos kodiert. Danach trafen sich die Kodierer um ihre Kodierungen miteinander zu vergleichen und haben dadurch jede einzelne identifizierte Stelle miteinander besprochen. Dabei hat sich das Einführen einer zusätzlichen Kategorie für sogenannte "unsichere Stellen" bewährt, auch hierzu mehr im Diskussionsteil unter 6.3.

Für jede einzelne identifizierte Stelle galt es dann folgende Entscheidungen zu treffen:

- a) Handelt es sich beim vorliegenden Abschnitt um einen Innovative Moment?
- b) Wenn ja, welcher Kategorie und Stufe gehört der Innovative Moment an?
- c) Wurde der Innovative Moment direktiv oder nicht-direktiv ausgelöst?

Abschliessend einigten sich die beiden Kodierer auf eine gemeinsame Version. Diese wurde im Anschluss ausgewertet. Im folgenden Kapitel 5. sollen nun die Ergebnisse dieser Kodierungssessions detailliert vorgestellt werden.

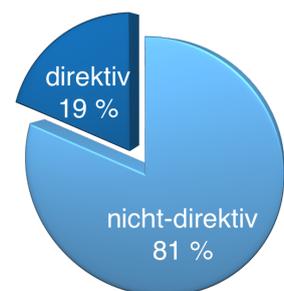
5. Ergebnisse

Insgesamt wurden 114 Sequenzen als Innovative Moments kodiert. Im Video 1 wurden mit 36 die meisten Innovative Moments identifiziert. In den anderen Videos konnten 29, 25 und 24 Sequenzen gefunden werden. Im Durchschnitt sind dies 28,5 Innovative Moments pro Video. Im folgenden werden die Ergebnisse detailliert pro Video dargestellt. Dabei werden jeweils Beispiele für die identifizierten Arten von Innovative Moments pro Video in transskribierter Form aufgeführt. Dies, um nachvollziehbar zu machen, wie Innovative Moments in der BSLB, im Vergleich zu den unter 3.2.1 aus der Psychotherapie entlehnten Beispielen, aussehen können.

5.1 Video 1

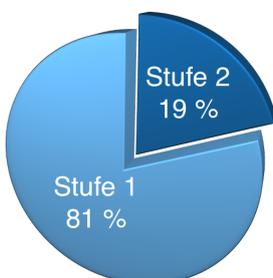
36 Sequenzen wurden von den Kodierern als Innovative Moments kodiert. Bis auf die Kategorie Rekonzeptualisation wurden dabei Innovative Moments aller anderen Kategorien gefunden, wie aus Abbildung 5 auf Seite 34 ersichtlich wird. Abbildung 3 zeigt das Verhältnis von direktiven zu nicht-direktiven IM in Prozent an, während Abbildung 4 das Verhältnis von IM der ersten (also Action 1, Reflection 1 und Protest 1) und der zweiten Stufe (Action 2, Reflection 2, Protest 2 und Rekonzeptualisation) veranschaulichen soll.

Abb. 3: Direktivität Video 1



5.1.1 Fragestellung

Abb. 4: IM Stufen in Video 1



Die Klientin arbeitet in einer Führungsposition in einem technischen Betrieb und ist als Social Media Managerin für die technische Kommunikation von Produkten zuständig. Zudem ist sie zweifache Mutter. Um sich besser um die Familie zu kümmern wollte sie ihr Arbeitspensum reduzieren. Allerdings hat sie gemerkt, dass Teilzeitarbeit in ihrer Position fast nicht möglich ist. Sie ist in die Laufbahnberatung gekommen um sich neu zu orientieren. Sie wolle ihre Situation reflektieren. Ihr Ziel ist es einen flexiblen Job zu finden, der ihr Spass macht. Sie wolle zufriedener werden und gleichzeitig Familie und Beruf unter einen Hut bringen.

5.1.2 Direktive Innovative Moments

Es gab sieben Innovative Moments, die durch die Beratungsperson (BP) ausgelöst wurden und als direktive Innovative Moments gelten. Alle dieser direktiven IM sind auf der ersten Stufe der IM-Typen angesiedelt. Sechs davon waren aus der Kategorie Reflection 1, einer aus der Kategorie Protest 1. Nachfolgend finden sich drei Beispiele dieser Innovative Moments.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Ihre Leistungsorientierung,...jetzt kommen Sie an einen Punkt in ihrem Leben, an dem Sie selber merken, es ist zu viel.“

Klientin: „Richtig.“

BP: „Auch wenn ich es geschafft habe, es tut mir einfach nicht gut.“

Klientin: „Ja.“

BP: „Da kommt wieder die Frage der Identität.“

Klientin: „Ja.“

BP: „Wo gehöre ich dazu?“

Klientin: „Bin ich an dem Platz wo ich bin auch noch richtig?“

BP: „Genau. Fühle ich mich da wohl und entspricht mir das? Das ist vielleicht auch ein ganz zentrales Thema in Ihrem Leben?“

Klientin: „Ja.“

BP: „Was ist meines, wo gehöre ich dazu?“

Klientin: „Ja.“

In diesem Beispiel wird der Innovative Moment von der Beratungsperson ausgelöst. Sie analysiert das Gehörte und beschreibt zu was die starke Leistungsorientierung der Klientin geführt hat. Zudem kombiniert sie die Frage zur Identität mit den zentralen Lebensthemen der Klientin. Die Beratungsperson folgert daraus, dass die Suche nach dem richtigen Platz schon immer ein wichtiger Punkt im Leben der Klientin war. Die Klientin bejaht diese Formulierungen und nimmt sie an.

b) Beispiel Reflection 1:

Die Beratungsperson erklärt zuerst, dass die Vorbilder oftmals grosse Ähnlichkeiten mit der eigenen Person aufweisen. Danach lädt sie die Klientin ein anhand der Merkmale ihrer Vorbilder

die eigenen Charaktereigenschaften zu explorieren. Dies führt generell zu nicht-direktiven Innovative Moments, da die Beschreibungen der Vorbilder von den Klienten selbst stammen. Als die Klientin allerdings nichts mehr hinzufügt, bringt die Beratungsperson weitere Eigenschaften ins Spiel. Dies ist dann direktiv.

BP: „Und beispielsweise das Engagierte von der Tante?“

Klientin: „Ja, das habe ich sicher.“

Der Innovative Moment in diesem Beispiel wird weit weniger elaboriert als derjenige im ersten Beispiel. Gleichwohl nimmt er Bezug auf die Fragestellung. Die Klientin möchte sich neu orientieren und sich und ihre Situation reflektieren. In diesem Zusammenhang kann die Erkenntnis, eine engagierte Person zu sein, sehr hilfreich sein. Allerdings geht die Klientin eben nicht selbst auf die Engagiertheit ein, sondern bezieht erst durch das konkrete Nachfragen der Beratungsperson Stellung, weswegen dies als ein direkter Innovative Moment eingestuft wurde.

c) Beispiel Protest 1:

BP: „... fixe Vorstellungen, bei denen es darum geht sie aufzuweichen. ... Glaubensmuster aufzuweichen und zu hinterfragen.“

Klientin: „Ja das ist es genau. Muss ich denn in diese Schachtel hineinpassen? Werde ich der denn gerecht? Oder drücke ich die Seiten raus und es gibt überall Beulen?“

In dieser Situation wird das Lieblingsbuch der Klientin besprochen. Die Beratungsperson analysiert den Inhalt des Buches und macht die Verbindung zur Situation der Klientin. Die Klientin nimmt die Idee auf und reagiert mit einem Protest bezogen auf ihre Fragestellung. Im Sinne von: Muss ich meine Situation so akzeptieren? Nein, ich kann mich dagegen wehren.

5.1.3 Nicht-direktive Innovative Moments

Es gab insgesamt 29 Innovative Moments in Video 1, die von der Klientin selbst ausgelöst wurden. 22 dieser Innovative Moments befanden sich auf der ersten Stufe, sieben auf der zweiten.

Von den IM der Stufe 1 kamen zwei aus der Kategorie Action 1, 18 aus der Kategorie Reflection 1 und zwei aus der Kategorie Protest 1. Wie Abbildung 5, weiter unten graphisch veranschaulicht, teilen sich die sieben IM der zweiten Stufe auf die Kategorien Action 2 (1), Reflection 2 (3) und

Protest 2 (3) auf. Lediglich zur Kategorie Reconceptualization fanden sich keine IM. Nachfolgend finden sich je zwei Beispiele der einzelnen Innovative Moments.

a) Beispiel Action 1:

Klientin: „Anpflanzen, also ich mache das total gerne. Ich habe letzte Woche noch den letzten grossen Kohl geerntet. Und da bin ich total happy.“

Die Klientin unternimmt aktiv Handlungen um ihrem Problem entgegen zu treten. Sie arbeitet im Garten, was sie glücklich macht. Diese Stelle wird mit Action 1 kodiert, da sie eine ausgeführte Handlung beinhaltet, die konträr zum Problem der unzufriedenen Arbeitssituation steht. Allerdings ist sich die Klientin hier noch nicht darüber bewusst, zumindest äussert Sie dies nicht, dass es sich bei der Gartenarbeit um etwas handelt, dass eben konträr zur Fragestellung steht. Sie exploriert auch nicht ob es sich hierbei um eine mögliche Lösung für ihre Fragestellung handelt und plant die Handlung als Lösung ihres Problems zu implementieren, was im Sinne der Innovative Moments dann als Action 2 einzustufen wäre.

b) Beispiel Action 1:

Klientin: „Entweder eine ganz neue Ausbildung oder ob ich innerhalb meines Faches mal die Seiten wechsele. Ich könnte theoretisch auch auf die beratende Seite gehen. Da habe ich so viele Erfahrungen. Das wäre auch eine Variante.“

Hier sucht die Klientin nach Möglichkeiten ihr Problem zu lösen. Sie plant Strategien und Möglichkeiten ihre berufliche Situation zu verbessern. In diesem Fall exploriert die Klientin zwar Handlungen zur Lösung ihrer Fragestellung, allerdings eben nur theoretisch. Es könnte sich um eine Lösung handeln, aber sie plant nicht konkret die Handlungen durchzuführen, sie befindet sich vielmehr noch auf der Action 1 Stufe, in der Möglichkeiten exploriert werden.

c) Beispiel Reflection 1:

Klientin: „Sie hat sich um sich selber gekümmert, sich auch mal etwas gutes getan, auch einmal eine Pause gemacht, wenn es nötig war. Lauter Dinge die ich heute nicht mache. Deswegen fällt es mir, glaube ich, so auf.“

In dieser Passage spricht die Klientin über eines ihrer Vorbilder. Während dem erzählen merkt sie, dass diese Person sehr gut zu sich schaut, ganz im Gegensatz zu ihr selbst. Diese Erkenntnis führt dazu ihre Situation besser zu verstehen und ist somit ein gutes Beispiel für ein Innovative Moment der Kategorie Reflection 1.

d) Beispiel Reflection 1:

Klientin: „ Es hat auch wirklich etwas damit zu tun, dass ich mich durchbeissen kann.“

Hier ging es darum den Kindheitserinnerungen einen Titel zu geben. Die Klientin überlegt kurz und folgert dann von sich aus, dass ihr diese Geschichte in den Sinn gekommen ist, weil sie belegt, dass sie sich durchbeissen kann. Eine wichtige Erkenntnis um sich vom Problem zu distanzieren und später neue Lösungen zu finden.

e) Beispiel Protest 1:

Klientin: „Wenn sich nichts verändert geht vielleicht sogar die Familie kaputt, weil wir alle nicht mehr können. Mir ist sehr deutlich bewusst geworden im letzten Jahr, dass es so nicht geht. Dann habe ich akzeptieren müssen, dass ich den grössten Impact habe. Ich meine, mein Mann hätte ja auch sagen könne, dass er auf 60% reduziert. Wäre ja auch möglich gewesen. Das war aber nie die Frage. Als er dann einmal gesagt hat, ich solle mir eine neue Stelle suchen, habe ich gedacht: Das ist gar nicht so einfach, wie du dir das vorstellst.“

In dieser Situation klagt die Klientin sehr deutlich über ihre Situation und über ihren Mann, der massgeblich zu ihrer Situation beiträgt beziehungsweise ihr nicht die Unterstützung anbietet, die sie sich wünscht. Dies ist ein schönes Beispiel eines Innovative Moments der Kategorie Protest 1. Die Klientin identifiziert hier die mangelnde Unterstützung ihres Mannes als ein mögliches Hindernis auf dem Weg zur Lösung und äussert Protest.

f) Beispiel Protest 1:

Klientin: „Alles was ich studiert habe, habe ich studiert, weil meine Mutter mich darauf aufmerksam gemacht hat. Das ist auch so ein klassisches Beispiel dafür. Es gab einen neuen Studiengang und

der war an der gleichen Hochschule, an die ich hin wollte. Ich wollte eigentlich Betriebswirtschaft studieren. Also etwas völlig anderes. Und da habe ich einfach keine Chance gehabt, weil mein Abiturschnitt nicht gut genug war.“

Die Klientin protestiert in dieser Situation gegen die Tatsache, dass ihre Abiturnoten ihr das Wunschstudium verunmöglichten. Zugleich erklärt sie, dass sie das Fach, welches sie schlussendlich studiert hat, nicht ihre Idee war, sondern eigentlich die ihrer Mutter. Dies ist eine klare Neupositionierung gegenüber ihrem beruflichen Werdegang.

g) Beispiel Action 2:

BP: „Sie sind sehr aktiv und mögen durchbeissen.“

Klientin: „Genau und deswegen hätte ich sicher Respekt vor einer neuen Ausbildung, aber ich bin sicher ich kann das.“

In diesem Beispiel fasst die Beratungsperson nochmals zusammen, was vorher durch die Klientin geäußert wurde. Diese erzählte von früheren Ausbildungen und Schulen, die sie allesamt gemeistert hat. Dann macht die Klientin selbständig den Bezug zu ihrer Fragestellung. Aufgrund früherer positiver Erfahrungen ist sie sicher auch in Zukunft dem Druck einer Ausbildung gewachsen zu sein. Diese Generalisierung der eigenen Fähigkeiten und das antizipieren möglicher zukünftiger Handlungen (nochmals eine Ausbildung zu machen) wird als Action 2 kodiert, denn hier erkennt die Klientin eine weitere Ausbildung als konkrete und durchführbare Lösungsstrategie.

h) Beispiel Reflection 2:

Klientin: „Ich sprühe sonst vor Energie. Ich bin sehr aktiv. Ich mache überall mit. Ich mache auch jeden Käse mit. Und wenn es mit den Kindern im Schnee herum rollen ist. Aber im Moment, ... das bin nicht ich. Da möchte ich aber gerne wieder hin. Und das kann ich nur mit einer beruflichen Veränderung. Davon bin ich überzeugt.“

Dieses Beispiel zeigt die Reflexionen der Klientin. Sie beschreibt ihre aktuelle Situation sowie das gewünschte Ziel. Zudem erklärt sie auch, wie sie vom einen Zustand zum andern kommen kann, nämlich durch eine berufliche Veränderung. Dies ist eine klare Beschreibung einer Veränderung und der Konsequenzen, welche diese Veränderung bewirken würde. Somit wird diese Stelle mit Reflection 2 kodiert.

i) Beispiel Reflection 2:

Klientin: „Meistens halte ich mit meiner eigenen Meinung hinter dem Berg. Ich bin kein konfrontationsfreudiger Mensch. Harmonie ist mir wichtig. Deswegen bin ich in einer Führungsposition auch völlig falsch. Da hat man immer jemanden zum Streiten.“

In diesem Teil des Gespräches geht die Klientin auf ihren geplanten Berufswechsel ein. Sie realisiert nicht nur, dass ihr Harmonie wichtig ist, sondern auch, dass diese in einer Führungsposition schwierig zu erlangen sei. Deshalb wolle sie sich ja auch neu orientieren. Diese Gedanken beschreiben wiederum die Konsequenzen einer Veränderung.

j) Beispiel Protest 2:

Klientin: „Man hinterfragt auf einmal ein paar Dinge, die man sich so im Kopf festgesetzt hat, die auch durch Gesellschaft geprägt oder Erziehung geprägt oder durch was auch immer für Einflüsse geprägt sind. Und da fängt man auf einmal an zu überlegen. Und ich glaub das war vor allem in den letzten zwei Wochen, in denen ich angefangen habe zu überlegen. Nein ich will nicht mehr in diesen Job zurück. Und ich darf das auch sagen. Und ich darf das auch meinen und dürfen.“

Dieser Protest richtet sich gegen das Problem, dass sie schon zu lange in einer für sie nicht zufriedenstellenden Situation ausgeharrt hat. Erst seit kurzem sei sie zum Schluss gekommen, dass sie das nicht mehr wolle und dass sie ihre Wünsche auch äussern dürfe. Hier liegt demnach nicht nur ein blosser Protest vor, sondern ebenfalls eine Bekräftigung der eigenen Wünsche und Bedürfnisse. Dies macht die Passage zu einem Innovative Moment der Kategorie Protest 2.

k) Beispiel Protest 2:

Klientin: „Ich meine, ... ich hab mir jetzt, nachdem er nicht gerade begeistert reagiert hat, dass ich wieder von vorne beginnen möchte, ... stellt man sich natürlich schon auch die Frage, ... ja ich meine, er ist mein Partner, ich liebe ihn und würde nie die Beziehung infrage stellen. Aber ja, ist denn, ... wenn er mir jetzt die Unterstützung versagt, funktioniert es dann noch weiter? Das ist schon eine Frage. Und es macht einem auch Angst, wenn man anfängt das zu hinterfragen. Und ich glaube, das ist auch eine Konfrontation vor der er Angst hat. Er hat erst kürzlich zu mir gesagt,

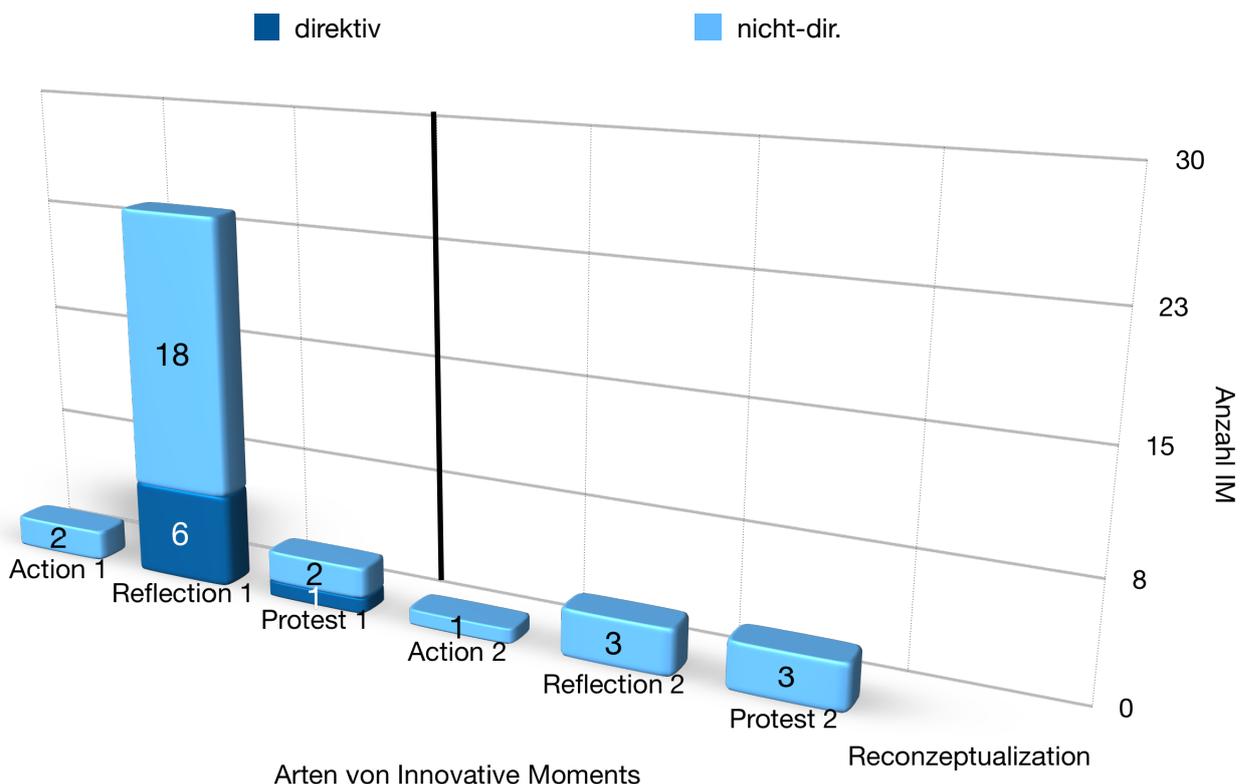
dass es schon gut sei, dass wir uns getroffen haben. Ihm ist schon auch bewusst, dass ich ihm den Rücken frei halte, dass ich sehr viel für ihn mache. Und kürzlich hat jemand zu mir gesagt, dass jetzt ich dran sei. Und ich habe das eigentlich noch nie so deutlich ausgesprochen oder auch selber gehört. Und dann habe ich gedacht, ja jetzt bin eigentlich ich mal dran. Ich bin jahrelang mit ihm auf irgendwelche Sportveranstaltungen. Ich bin jahrelang mit ihm irgendwelche lange Strecken gefahren für sein Training. Ich habe das auch gerne gemacht, das ist überhaupt kein Thema. Aber vielleicht bin jetzt einfach ich dran.“

Dieser Gesprächsausschnitt zeigt sehr deutlich die Kritik an ihrem Partner, dessen mangelnde Unterstützung ein grosses Hindernis auf ihrer Lösungssuche darstellt. Nun aber sei sie an der Reihe. Auch hier sieht man nicht nur einen geäusserten Protest, sondern auch noch eine klare Positionierung und Rechtfertigung der eigenen Bedürfnisse. Dies ist ein schönes Beispiel für ein Innovative Moment der Kategorie Protest 2.

5.1.4 Übersicht Video 1

Die Ergebnisse des ersten Videos zeigen, dass Innovative Moments der ersten Stufe sowohl direktiv, wie auch nicht-direktiv zustande kamen. Allerdings lag die Anzahl bei den nicht-direktiven drei Mal höher, als bei den direktiven (22 zu 7, siehe Abbildung 3). Auffällig ist, dass Innovative Moments der zweiten Stufe nur nicht-direktiv, also direkt durch die Klientin selbst ausgelöst wurden

Abb. 5: Übersicht Video 1

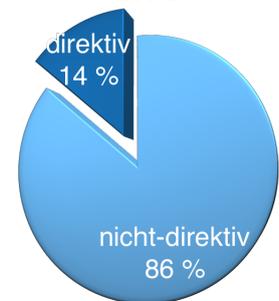


(7 zu 0). Abbildung 5 versucht dies zum besseren Überblick nochmals graphisch zu veranschaulichen.

5.2 Video 2

29 Sequenzen wurden von den Kodierern als Innovative Moments markiert. Bis auf den Kategorie Reflection 1 und Protest 1 wurden dabei Innovative Moments keiner anderen Kategorien gefunden, wie aus Abbildung 7 auf Seite 38 ersichtlich wird. Abbildung 6 zeigt das Verhältnis von direktiven zu nicht-direktiven IM in Prozent an. Da weder IM der Kategorien Action 2, Reflection 2, Protest 2 noch Reconceptualization identifiziert worden sind, gab es keine IM der Stufe 2.

Abb. 6: Direktivität Video 2



5.2.1 Fragestellung

Der Klient arbeitet seit fünf Jahren in einem 80% Pensum als Projektleiter in einer Stadt. Zuvor war er als Architekt tätig. Bei seiner jetzigen Arbeitsstelle gefällt ihm der Inhalt der Arbeit sowie die Arbeitsumgebung und die Atmosphäre an seinem Arbeitsort nicht mehr hundertprozentig. In die Laufbahnberatung kommt er mit dem Anliegen seine Situation zu überdenken. Er möchte seine Möglichkeiten besser abschätzen können. Braucht es eine Veränderung oder soll er bis zur Pensionierung am gleichen Ort bleiben?

5.2.2 Direktive Innovative Moments

Es gab insgesamt vier direktive Innovative Moments. Allesamt entstammen der Kategorie Reflection 1 und befinden sich damit auf Stufe 1. Nachfolgend finden sich zwei Beispiele dieser Innovative Moments.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Und das Thema Sicherheit, fällt mir auf, poppt etwa auch schon zum dritten Mal auf.“

Klient: „Ja klar. Ich habe einen 3-jährigen Buben und eine Beziehung. Da denkt man sich, ...ja..., das sind Lebensrealitäten, die die ganze Jobsituation in ein ganz anderes Licht bringen. Das ist klar.“

Die Beratungsperson schliesst aus verschiedenen Aussagen des Klienten, dass das Thema Sicherheit für ihn ein sehr wichtiges ist. Der Klient bestätigt dies und fügt hinzu, dass er seine familiäre Situation in die Entscheidung einbeziehen muss und nicht nur seine eigenen Interessen berücksichtigen darf.

b) Beispiel Reflection 1:

Klient: „Man merkt, jetzt hat man sich in das Verwaltungs-, Bauherrenvertretungsding hinein gearbeitet und vielleicht würde man einen Job finden in einer anderen Stadt, der vielleicht noch interessanter wäre, oder so was. Aber eigentlich wird da der Fokus immer enger mit der Spezialisierung.“

BP: „Und dabei haben Sie am Anfang unseres Gesprächs gesagt, Sie seien eher der Generalist mit einem offenen Horizont.“

Klient: „Ja.“

BP: „Das sind spannende Themen.“

Hier stellt sich der Klient vor, wie es wäre, auf seinem Gebiet zu bleiben. Er könnte beispielsweise den gleichen Job, einfach in einer anderen Stadt, ausüben. Die Beratungsperson greift allerdings in diesen Gedankengang ein, indem sie sagt, dass dies wohl eine unpassende Alternative wäre, denn was den Klienten reize sei ja eben nicht die Spezialisierung, sondern die Generalisierung. Der Klient bejaht diesen Einwand, was zu einem direktiven Innovative Moment der Kategorie Reflection 1 führt.

5.2.3 Nicht-direktive Innovative Moments

Es gab fünfundzwanzig nicht-direktive Innovative Moments der ersten Stufe. Vierundzwanzig kamen aus der Kategorie Reflection 1 und einer aus der Kategorie Protest 1. Nachfolgend finden sich drei Beispiele.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Wenn sie jetzt das auf sich wirken lassen, klingen da Themen an, die für Sie heute eine Relevanz haben? Wir kommen dann auch noch darauf, was das für eine Relevanz für Ihre Fragestellung haben könnte. Klingt da etwas für Sie an als Lebensthema?“

Klient: „Ja beim zweiten, eigentlich ziemlich auffallend für mich, das in einem Team Geborgensein.“

Die Beratungsperson liest dem Klienten in dieser Szene nochmals die Titel seiner drei Kindheitserinnerungen vor. Sie fragt ihn anschliessend ob er daraus ein Lebensthema extrahieren könne. Dies gelingt dem Klienten auf Anhieb. Der Titel der zweiten Geschichte zeigt ihm auf, dass es für ihn sehr wichtig ist, mit wem für Menschen er zusammen ist, dass er sich in einem Team geborgen fühlt. Dies ist eine wichtige Erkenntnis in Bezug auf den Arbeitsort des Klienten. In diesem innovative Moment realisiert er, dass die Qualität der Beziehungen am Arbeitsplatz für ihn zentral ist.

b) Beispiel Reflection 1:

Klient: „Dieses Thema ist etwas schwierig für mich. Weil einerseits, ...ähm..., das Positive ist, wenn man nicht so bei sich ist in einem Job, ... man kann viel besser abschalten. Ich kann heute sehr gut aus dem Büro gehen und es ist mir total egal, was dort passiert ist. Mehr oder weniger.“

Der Klient schildert, dass er sich nicht allzu sehr mit seiner Arbeit identifiziert und sich nicht geborgen fühlt. Dies habe allerdings auch Vorteile. Was einem nicht so sehr beschäftigt, lässt einem nach Feierabend auch schneller los.

c) Beispiel Protest 1:

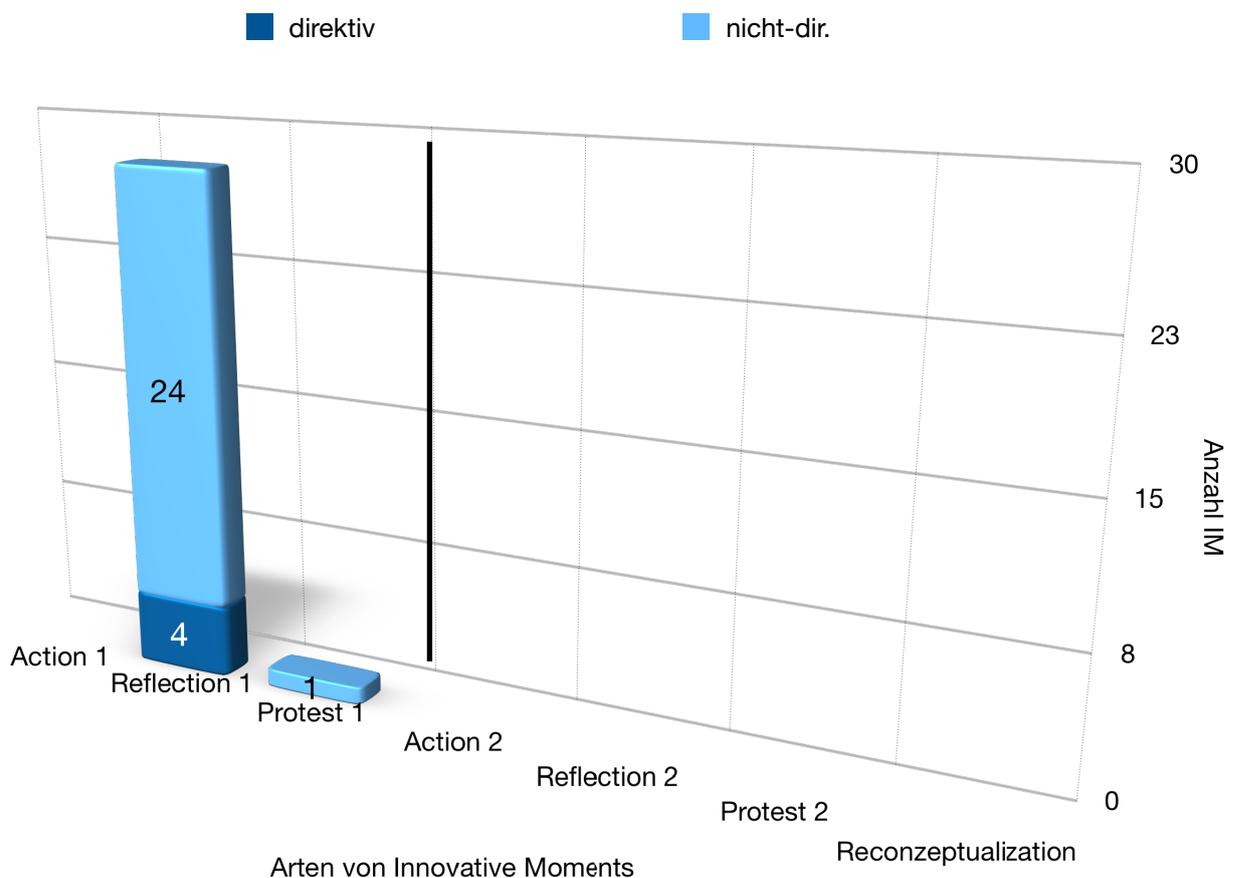
Klient: „Das ist immer so ein bisschen die Diskrepanz, vielleicht auch gerade bei Architekten, man ist in einer Schicksalsgemeinschaft und arbeitet sehr eng zusammen in einem Team. Und dann muss man ein gewisses Vertrauen und eine Geborgenheit spüren. Andere können das vielleicht viel besser. Also ich kann auch mit Leuten zusammenarbeiten, die ich nicht mag. Ich arbeite mit vielen Leuten zusammen, die ich nicht ausstehen kann. Und ich kann das auch gut. Ich versuche das auch immer. Aber ich wünschte mir schon mehr, dass ich mehr ich selbst sein könnte. Und im jetzigen Job, ... ich war noch nie so weit von mir entfernt wie im jetzigen Job.“

Im vorhergehenden Beispiel haben wir gesehen, dass der Klient aus der Tatsache, dass er sich nicht so wohl fühlt im Job auch Positives nehmen kann. Hier sehen wir die Vorgeschichte dazu. Dies war nämlich ein Protest gegen seine aktuellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihm fehlt die Geborgenheit des Teams, und dies tut er hier kund.

5.2.4 Übersicht Video 2

Abbildung 7 veranschaulicht die Ergebnisse des zweiten Videos. Es zeigt sich, dass Innovativ Moments der ersten Stufe sowohl direktiv, wie auch nicht-direktiv zustande kamen. Allerdings lag die Anzahl bei den nicht-direktiven um einiges höher, als bei den direktiven (25 zu 4, siehe Abb. 6). Auffällig ist, dass es in diesem Video gar keine Innovativ Moments der zweiten Stufe gab, weder solche die direktiv noch solche die nicht-direktiv zustande kamen.

Abb. 7: Übersicht Video 2



5.3 Video 3

25 Sequenzen wurden von den Kodierern als Innovative Moments erkannt. Dabei wurden ausschliesslich IM der Kategorien Reflection 1, Protest 1 und Reflection 2 identifiziert, wie aus Abbildung 10 auf Seite 43 ersichtlich wird. Abbildung 8 zeigt das Verhältnis von direktiven zu nicht-direktiven IM in Prozent an, während Abbildung 9 das Verhältnis von IM der ersten (also

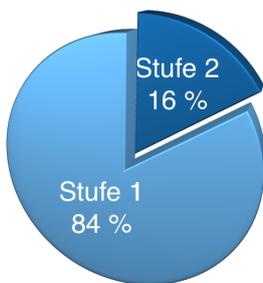
Abb. 8: Direktivität Video 3



Action 1, Reflection 1 und Protest 1) und der zweiten Stufe (Action 2, Reflection 2, Protest 2 und Rekonzeptualisation) veranschaulichen soll.

5.3.1 Fragestellung

Abb. 9: IM Stufen in Video 3



Die Klientin arbeitet momentan in einem 50% Pensum als Sozialarbeiterin und Mediatorin. Sie ist nicht mehr rundum glücklich mit ihrer jetzigen Arbeitssituation. Deshalb überlegt sie sich seit einiger Zeit ob es so weitergehen soll, oder ob sie allenfalls eine neue Richtung einschlagen könnte. Sie kommt in die Laufbahnberatung um neue Möglichkeiten kennen zu lernen oder ihre bereits vorhandenen Ideen zu bestätigen.

5.3.2 Direktive Innovative Moments

Es gab drei direktive Innovative Moments der ersten Stufe. Allesamt entstammen der Kategorie Reflection 1. Nachfolgend finden sich zwei Beispiele dieser Innovative Moments. Direktiv ausgelöste Innovative Moments der zweiten Stufe gab es keine.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Aus diesen Erinnerungen, die Sie mir vorher erzählt haben, ...bei der ersten das Vertrauen, dass es gut kommt so wie es kommt. Also so das Positive, sie haben auch eine sehr positive Grundhaltung.“

Klientin: „Ja.“

In diesem Beispiel analysiert die Beratungsperson die Kindheitserinnerungen der Klientin. Aus den Geschichten deutet sie, dass die Klientin mit einer positiven Grundhaltung ausgestattet ist, welche ihr natürlich auch bei der anstehenden Entscheidung von Nutzen sein kann. Die Klientin reagiert zwar nur sehr kurz ohne zu elaborieren, akzeptiert durch ihre Reaktion jedoch die Hypothese der Beratungsperson. Auch wenn die Klientin die Hypothese abgelehnt hätte und vielleicht zu dem Schluss käme keine positive Grundhaltung zu haben, würde dies die Stelle als direktiven Innovative Moment Reflection 1 qualifizieren, denn ohne die Äusserung der Beratungsperson wäre es nicht zu dieser Erkenntnis gekommen. Ob die Erkenntnis darin besteht eine positive Grundhaltung zu haben oder eben nicht, spielt dabei keine Rolle.

b) Beispiel Reflection 1:

Klientin: „Ich komme gut an bei den Leuten, ich bekomme gute Feedbacks. Ich habe eine Leichtigkeit mit Leuten. Ich habe Humor.“

BP: „Also das Erfolgreich-unterwegs-sein?“

Klientin: „Ja, genau.“

Die Klientin reflektiert über ihr Geschick im Kontakt mit anderen Menschen. Dies macht sie von sich aus. Demnach handelt es sich hier zuerst um einen nicht-direktiven Innovative Moment. Dann allerdings kommt die Beratungsperson und bringt nochmals einen neuen Gedanken ins Spiel. Sie kombiniert daraus, dass diese Leichtigkeit im Umgang mit anderen Personen die Klientin erfolgreich mache im beruflichen Kontext. Dies wird von der Klientin sehr bestimmt angenommen, was somit einen direktiven Innovative Moment darstellt.

5.3.3 Nicht-direktive Innovative Moments

Es gab achtzehn nicht-direktive Innovative Moments der ersten Stufe. Sechzehn davon kamen aus der Kategorie Reflection 1 und zwei aus der Kategorie Protest 1. Zudem wurden vier nicht-direktive Innovative Moments der zweiten Stufe identifiziert. Alle vier gehören zur Kategorie Reflection 2. Nachfolgend werden je zwei Beispiele zu den einzelnen Kategorien aufgeführt.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Wenn Sie sich diese drei Erinnerungen vor Augen führen. Sehen Sie ein Thema, das sich hier zeigt? Etwas, das Sie finden, dass es recht viel mit Ihnen zu tun hat?“

Klientin: „Also ich glaube, dass ich gerne mitbestimme und mitgestalte.“

Die Beratungsperson legt den Fokus auf die Kindheitserinnerungen. Sie lässt die Klientin dabei das für sie Wichtige aussprechen ohne selbst die Aussagen zu deuten. Der Innovative Moment kommt hier eindeutig durch die Klientin selbst zustande.

b) Beispiel Reflection 1:

Klientin: „Also ich habe von allem etwas, aber vom S habe ich glaube ich am meisten.“

Die Beratungsperson liest nochmals die Antworten der Klientin auf die Frage zu den Lieblingsmagazinen und Lieblingswebsites vor. Dann erklärt sie die sechs verschiedenen Hollandtypen. Zum Schluss lädt sie wiederum die Klientin ein ihre Antworten selbst auszuwerten. Die Klientin überlegt lange, geht nochmals die Hollandtypen durch und realisiert schliesslich, dass sie wohl am besten durch den Typ „S“, sozial, pflegend, unterstützend, beschrieben wird.

c) Beispiel Protest 1:

Klientin: „Und wenn es so ist wie es jetzt ist, dass sie das ganz falsch machen, dann stört mich das. Dann habe ich das Gefühl, es soll anders sein, es soll so sein, wie ich das für richtig empfinde. Dann mache ich es lieber selber, dann habe ich Mühe mit dem.“

Die Klientin ist unzufrieden mit der Art und Weise, wie ihre Vorgesetzte und ihre Arbeitskollegen und -kolleginnen arbeiten. Dies ist ein Teil des Problems. Denn es ist einer der Gründe, weswegen sie sich an ihrem jetzigen Arbeitsort nicht mehr so wohl fühlt. Dies äussert sich hier in einem Protest, der für die Lösungsfindung relevant sein könnte weil er bewusst macht, warum eine Veränderung für die Klientin wichtig erscheint.

d) Beispiel Protest 1:

Klientin: „Ich habe auch nicht das Gefühl man müsse dies und jenes erreichen oder dort hingehen.“

An dieser Stelle geht es darum, dass sie, obwohl sie schon seit fünf Jahren in der aktuellen Position arbeitet, nicht das Gefühl hat, sie müsse ihre Stelle wechseln um ihre Karriere weiter zu entwickeln. Anscheinend wird ihr das von aussen so vermittelt, oder sie hat zumindest das Gefühl. Denn gegen diese Ansichten, man müsse nach einer gewissen Zeit die Stelle wechseln, um auf der Karriereleiter aufzusteigen, richtet sich dieser Protest hier.

e) Beispiel Reflection 2:

Klientin: „Also jetzt in dieser Entscheidung, gehen oder bleiben, ist die Frage welchem Gefühl ich vertrauen soll, welches das richtige Gefühl ist.“

BP: „Welches Gefühl haben Sie denn?“

Klientin: „Das weiss ich eben nicht. ... Nein, ich glaube, grundsätzlich ist das Gefühl hier, dass ich gehen muss. Die Frage ist nur wohin? Die Erkenntnis ist, es muss wirklich etwas ganz Gutes sein, sonst ist es schade und blöde.“

Nachdem zuvor darüber reflektiert wurde, dass die Klientin ein gutes Gespür für ihre Entscheidungen hat, was in die Kategorie Innovative Moments Reflection 1 gehört, wird hier diese Erkenntnis aufgegriffen und weitergesponnen. Die Klientin merkt, welche Entscheidung sie treffen möchte und was dies für Konsequenzen mit sich bringen würde. Somit wird daraus ein Innovative Moment der Kategorie Reflection 2.

f) Beispiel Reflection 2:

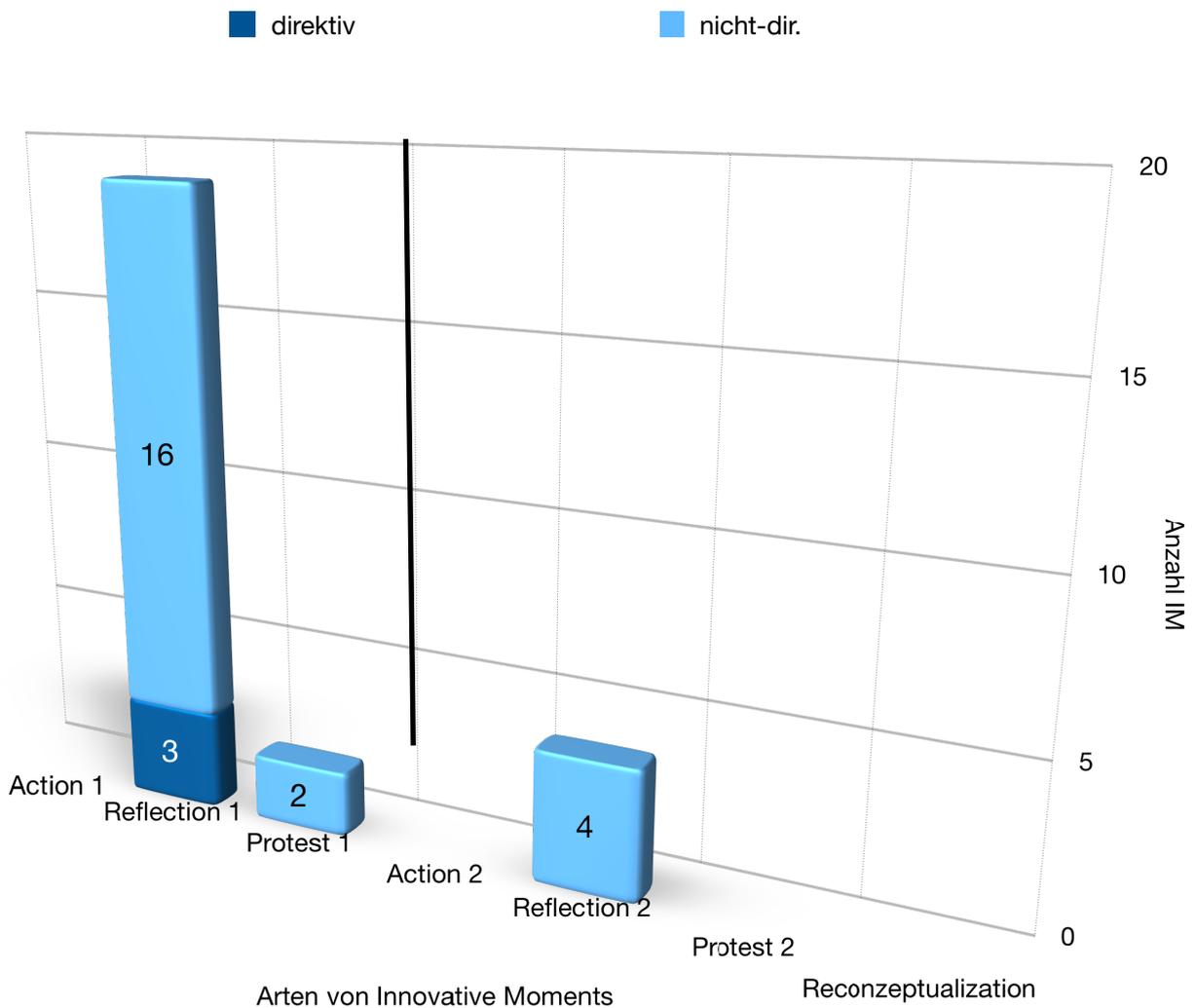
Klientin: „Und ich glaube, etwas so als Erinnerung, also jetzt weg vom Buch, das ist etwas, dass ich mitnehme oder weiss, weil ich mich an Situationen erinnere in denen ich das auch gehabt habe. Am liebsten möchte ich, dass alles immer so ist, wie es ist. Und dann habe ich es verändert und es war jedesmal gut. Das ist mein Wissen. Es lohnt sich. Es ist noch nie schlecht heraus gekommen.“

Auch in diesem Beispiel reflektiert die Klientin intensiv was es heissen würde eine Veränderung einzuleiten. Sie erinnert sich an Situationen aus der Vergangenheit, in denen sie sich zu einer Veränderung durchgerungen hat und durchwegs positive Erfahrungen damit gesammelt hat. Sie realisiert, dass es auch damals einiger Anstrengungen bedurfte und eine Unsicherheit mit im Spiel war, bis sie sich bewegt hat.

5.3.6 Übersicht Video 3

Abbildung 10 fasst die Ergebnisse des dritten Videos nochmals zusammen. Es zeigt sich, dass Innovative Moments der ersten Stufe sowohl direktiv, wie auch nicht-direktiv zustande kamen. Allerdings lag die Anzahl bei den nicht-direktiven sechs Mal höher, als bei den direktiven (18 zu 3). Auffällig ist, dass Innovativ Moments der zweiten Stufe nur nicht-direktiv, also direkt durch die Klientin selbst ausgelöst wurden (4 zu 0).

Abb. 10: Übersicht Video 3



5.4 Video 4

24 Sequenzen wurden von den Kodierern als Innovative Moments erkannt. Dabei wurden ausschliesslich Innovative Moments der Kategorien Reflection 1 und Action 1 gefunden, wie aus Abbildung 12 auf Seite 48 ersichtlich wird. Abbildung 11 zeigt das Verhältnis von direktiven zu nicht-direktiven IM in Prozent an. Wie bereits in Video 2 konnten auch hier keine IM der zweiten Stufe identifiziert werden.

Abb. 11: Direktivität Video 4



5.4.1 Fragestellung

Der Klient hat 16 Jahre im gleichen Team einer Stadtverwaltung gearbeitet. Dann war er ein Jahr weg, in neuen Funktionen. Da dies allerdings nicht geklappt hat, kehrt er nun ins gleiche Team von

damals zurück. Er hat nicht mehr die gleichen Aufgaben wie zuvor, da man diese bereits anderweitig verteilt hat. Dies sei auch gut so. Trotzdem sei es eine spezielle Situation, ein Jahr weg und dann plötzlich wieder zurück zu sein. Sein erstes Anliegen ist somit einen Weg zu finden, damit dieser Wiedereinstieg bestmöglich gelingt. Zudem habe er sein Arbeitspensum von 75% auf 60% reduziert. Das gebe ihm die Chance, anderen, ebenfalls beruflichen Tätigkeiten, nachzugehen. Dabei wolle er schon nach vorne blicken. Idealerweise seien dies nämlich Tätigkeiten, die er nach der anstehenden Pensionierung weiter betreiben könnte, vielleicht auch bloss ehrenamtlich. Der Klient wünscht sich Impulse und fragt auch explizit nach den Ideen des Beraters.

5.4.2 Direktive Innovative Moments

Es gab zehn direktive Innovative Moments der ersten Stufe und keinen auf der zweiten Stufe. Allesamt gehören der Kategorie Reflection 1 an. Nachfolgend finden sich zwei Beispiele dieser Innovative Moments.

a) Beispiel Reflection 1:

BP: „Also dieses Gefallen-Wollen, ... damit verbunden, ... auch mit Blick auf die erste Erinnerung, ... ich spiele jetzt einfach einmal mit den Gedanken, ... das ist ein Team, dass Sie ganz gut kennt, in das Sie jetzt wieder hinein kommen. Wo wahrscheinlich auch gute Zusammenarbeit statt gefunden hat. Und dies ist nun ein Druck auf Sie, da sie dies gerne wieder aufnehmen wollen. In dieser unsicheren Situation, ich bin eigentlich neu aber doch alt, dass hier das Gefallen-Wollen einen Druck bewirkt in der aktuellen Situation für Sie?“

Klient: „Ja. Ich denke sicher auch, dass ich die Erwartungen des Gegenübers auch erfüllen möchte. Ein gewisser Druck, ... ja.“

Die Beratungsperson nimmt an dieser Stelle das Thema der Kindheitserinnerung auf und übersetzt es in die aktuelle berufliche Situation des Klienten. Sie stellt die Hypothese auf, dass das Bedürfnis des Klienten, allen gefallen zu wollen, in der neuen beruflichen Situation einen enormen Druck erzeugen kann. Der Klient bejaht und erklärt gleichzeitig, dass dies so sei, weil er die Erwartungen seines Gegenübers ja erfüllen möchte. Es ist somit ein schönes Beispiel eines direktiven Innovative Moments der Kategorie Reflection 1.

b) Beispiel Reflection 1:

BP „Es ist spannend, Sie haben drei Leute, die absoluten Weltmeister, die besten auf der Welt in ihrem Fach.“

Klient: „Als ich auf der Fachstelle angefangen habe, damals habe ich auch gedacht, ich möchte einfach wieder auf einem Bereich ein Spezialist werden. Und das bin ich jetzt auch zu einem Thema. Innerhalb der Schweiz bin ich das geworden, inhaltlich.“

Die Beratungsperson und der Klient besprechen die drei Vorbilder des Klienten. Was dem Klienten nicht aufgefallen ist, und auf was die Beratungsperson hier aufmerksam macht, ist, dass alle drei Vorbilder des Klienten auf ihrem Gebiet zu den besten der Welt gehören. Nachdem die Beratungsperson diese Erkenntnis geäußert hat, nimmt sie der Klient auf und untermauert sie mit einer Beschreibung aus seiner bisherigen Laufbahn. Und zwar, dass er selbst auch gerne ein Spezialist sei und sich dies auch schon zum Ziel gesetzt hatte.

5.4.3 Nicht-direktive Innovative Moments

Es gab vierzehn nicht-direktive Innovative Moments der ersten Stufe und keinen auf der zweiten. Zwei davon kamen aus der Kategorie Action 1 und zwölf aus der Kategorie Reflection 1. Nachfolgend finden sich je zwei Beispiele für die beiden Kategorien.

a) Beispiel Action 1:

Klient: „Also was ich schon auch mache ab und zu ist, ... darum wie auch - ist der Ruf erst ruiniert, lebt sich's gänzlich ungeniert - so zum Teil auch absurde Sachen sagen.“

BP: „So wie als Provokation?“

Klient: „Ja genau. Das mache ich schon. Das hat etwas Lösendes.“

Der Klient zitiert an dieser Stelle nochmals das Motto, welches ihm in den Sinn gekommen ist. Er merkt an, dass es eine gewisse Relevanz für seine Fragestellung berge. Denn genau so sei er auch schon vorgegangen.

Es handelt sich hier um ein Verhalten, das dem Klienten bereits in ähnlichen Situationen geholfen hat, und somit ein probates Mittel darstellt um auch den Wiedereinstieg ins bekannte Team zu vereinfachen. Dieses Verhalten, welches eine Problemlösung beinhaltet, wird als Innovative Moment der Kategorie Action 1 kodiert.

b) Beispiel Action 1:

Klient: „Ich bin noch Imker seit drei Jahren.“

BP: „Das ist natürlich auch schon ein nebenberufliches Tätigkeitsfeld.“

Klient: „Ja genau.“

Ohne Beeinflussung durch die Beratungsperson erzählt der Klient, dass er ja bereits jetzt schon Imker sei. Die Beratungsperson konkretisiert bloss noch, dass dies ebenfalls eine nebenberufliche Tätigkeit ist. Da dies direkt in das zweite Anliegen des Klienten hineinspielt, wird auch diese Handlung als Action 1 gewertet. Denn es ist ein klassisches Explorieren von Möglichkeiten, welche das Problem - Wie fülle ich meine zusätzliche Zeit aus? - lösen könnte.

c) Beispiel Reflection 1:

Klient: „Ja, das Thema könnte vielleicht sein, dass ich bewusst Umfeldler suche, in denen eine Konfrontation möglich ist.“

BP: „Also, dass Sie bewusst sagen, ich suche Umfeldler, die mich auch konfrontieren, die mich nicht schonen? Weil sie wissen, wenn sie konfrontiert werden, dann gibt es den nächsten Schritt.“

Klient: „Ja.“

Da eine der Kindheitserinnerungen des Klienten etwas quer zu den anderen steht, spricht die Beratungsperson diese Erinnerung nochmals an und fragt den Klienten, ob er vielleicht doch noch ein Lebensthema darin sehe. Dies ermöglicht dem Klienten zu erkennen, dass er sich manchmal bewusst in schwierige Umfeldler und Situationen begibt, um durch die Überwindung dieser Hindernisse einen Schritt weiter zu kommen.

Die Beratungsperson ermöglicht durch ihr geschicktes Nachfragen diesen Innovative Moment der Kategorie Reflection 1. Hervorgebracht wird er allerdings durch den Klienten selbst, deshalb handelt es sich hier um einen nicht-direktiven Innovative Moment.

d) Beispiel Reflection 1:

BP: „Wenn ich Sie jetzt, unabhängig von dem, was Sie lesen und schauen, fragen würde, welches Ihre drei Hauptinteressen sind, was würden Sie dann sagen? Weil wir haben ja nächstes Mal noch die Fragebögen.“

Klient: „Ich denke, das Soziale ist sicher etwas Wichtiges. Und was heisst I schon wieder?“

BP: „I ist das Intellektuelle, das Forschende.“

Klient: „Und das Handwerkliche liebe ich auch noch. Im Zusammenhang mit dem Imkern empfinde ich das als super Ausgleich. ...“

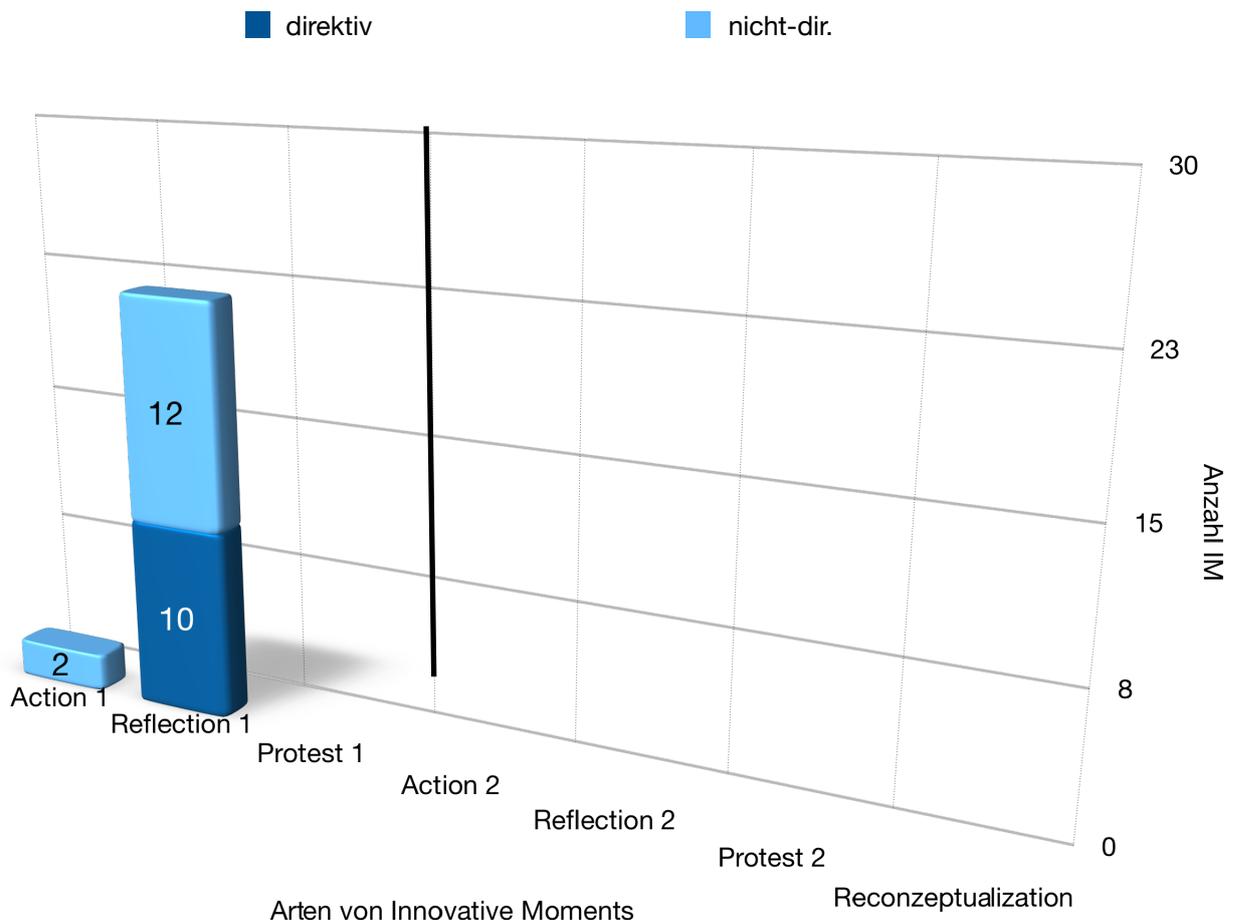
BP: „Also A ist künstlerisch, S sozial, E unternehmerisch und C konventionell, also ordnend, verwaltend und I das Intellektuelle.“

Klient: „Ja vielleicht das I, das spricht mich schon auch noch an.“

Die Beratungsperson hat vorgängig die sechs Holland-Typen erklärt und lädt nun den Klienten ein sich selbst einzuschätzen. Der Klient gibt sich daraufhin den Code SRI. Diese Einschätzung bringt dem Klienten Klarheit über die eigenen Interessen. Dieses Wissen ist im Rahmen seines zweiten Anliegens sehr wichtig. Zumal der Code direkte Rückschlüsse auf Berufe zulässt, in denen diese Interessen zur Geltung kommen.

5.4.6 Übersicht Video 4

Abb. 12: Übersicht Video 4



Die Ergebnisse des vierten Videos zeigen, dass Innovative Moments der ersten Stufe sowohl direktiv, wie auch nicht-direktiv zustande kamen. Hier zeigt sich zum ersten Mal eine fast

ausgeglichene Verteilung (10 zu 14). Auch in Video 4 kamen keine Innovative Moments der zweiten Stufe vor.

5.5 Zusammenfassung

Abb. 14: Direktivität Gesamt



Die folgenden Abbildungen fassen die Ergebnisse aller Videoanalysen zusammen. Abbildung 13 unten zeigt die Anzahl der Innovative Moments der einzelnen Kategorien und Stufen über alle vier Videos aggregiert. Die Abbildungen 14 und 15 zeigen das Verhältnis der IM-Stufen und das Verhältnis von direktivem zu nicht-direktivem Vorgehen.

Abb. 15: IM Stufen Gesamt

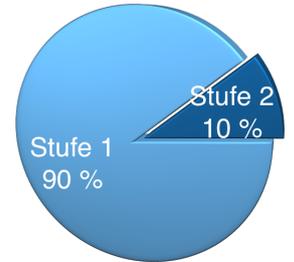
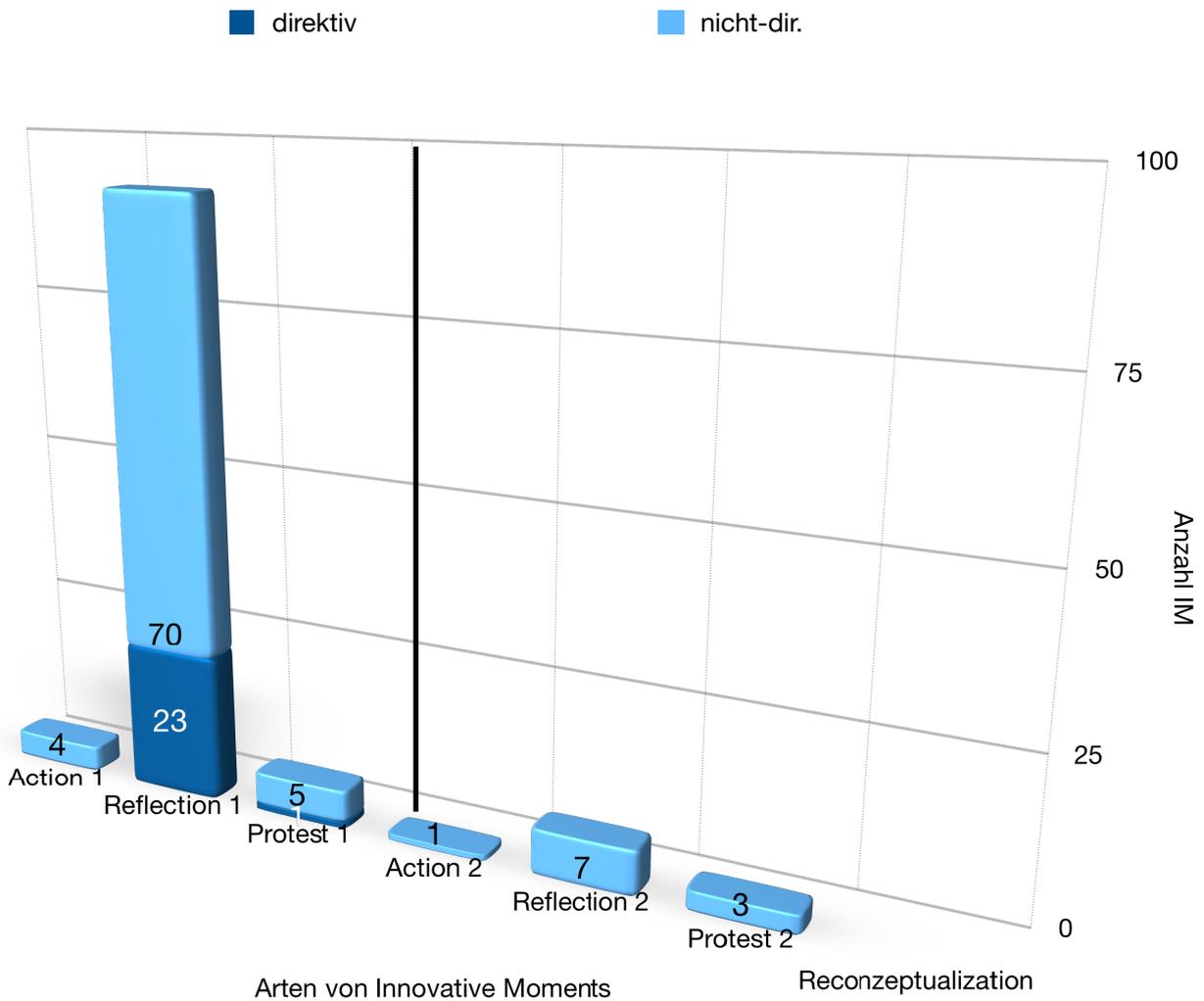


Abb. 13: Gesamtübersicht der Videos



Es zeigen sich folgende Ergebnisse:

- a) Es wurden weit mehr Innovative Moments nicht-direktiv ausgelöst, als direktiv (90 zu 24, siehe Abbildung 14).
- b) Innovative Moments der Stufe 2 wurden ausschliesslich nicht-direktiv ausgelöst (11 zu 0).
- c) Es gab deutlich mehr Innovative Moments der Stufe 1, als der Stufe 2 (103 zu 11, siehe Abbildung 15).
- d) Innovative Moments der Kategorie Reconceptualization kamen nie vor, weder direktiv noch nicht-direktiv.
- e) Sowohl auf Stufe 1, wie auch auf Stufe 2 kamen Innovative Moments der Kategorie Reflection am häufigsten vor.
- f) Am allermeisten Innovative Moments gab es in der Kategorie Reflection 1 nicht-direktiv (70).

5.6 Interrater-Übereinstimmung

Wie unter 4.5.2 in den Methoden bereits beschrieben, wurden alle vier Videos von beiden Kodierern unabhängig analysiert. In einem zweiten Schritt wurden diese beiden Versionen miteinander verglichen. Alle unterschiedlich kodierten Abschnitte wurden nochmals eingehend diskutiert. Schliesslich haben sich beide Kodierer zusammen jeweils auf eine endgültige Version geeinigt. Im Folgenden werden diese Interrater-Übereinstimmungen für jedes Video einzeln kurz geschildert. Als Wert für die Übereinstimmung wurde zudem der Prozentsatz der Übereinstimmungen an den totalen Innovative Moments berechnet.

Formel: Tatsächlich beobachtete Übereinstimmung in Prozent = Anzahl der Übereinstimmungen * 100 / Gesamtzahl der Kodierungen

5.6.1 Interrater-Übereinstimmung Video 1

Im ersten Video zeigte der Vergleich der beiden Kodierer bei 30 Kodierungen eine Übereinstimmung. An 7 Stellen stimmten die Kodierungen nicht überein. Nach eingehender Diskussion wurden 6 dieser Stellen als Innovative Moments angenommen und 1 verworfen. So kam man auf ein Total von insgesamt 36 Innovative Moments.

Übereinstimmung: $30 * 100 / 36 = 83.33\%$

5.6.2 Interrater-Übereinstimmung Video 2

Im zweiten Video fanden sich 26 Übereinstimmungen. An 7 Stellen wichen die Kodierungen voneinander ab. Wiederum wurden diese 7 Sequenzen besprochen und im Anschluss daran 3 Kodierungen angenommen und 4 verworfen. Dies ergab ein Total von 29 Innovative Moments.

Übereinstimmung: $26 * 100 / 29 = 89.66\%$

5.6.3 Interrater-Übereinstimmung Video 3

Im dritten Video wurde von den Kodierern bei 22 Kodierungen eine Übereinstimmung erzielt. Unterschiede wurden an 6 verschiedenen Stellen festgestellt. Von diesen 6 wurden nach Absprache der beiden Kodierer 3 angenommen und 3 verworfen. Dies ergab eine finale Anzahl von 25 Innovative Moments.

Übereinstimmung: $22 * 100 / 25 = 88.\%$

5.6.4 Interrater-Übereinstimmung Video 4

Im vierten Video gab es anfänglich 22 Übereinstimmungen. An lediglich 4 Stellen stimmten die Kodierungen nicht überein. Nach der Besprechung dieser 4 Passagen wurden 2 dieser Stellen als Innovative Moment angenommen und 2 verworfen. Somit kam man auf ein Total von insgesamt 24 Innovative Moments.

Übereinstimmung: $22 * 100 / 24 = 91.67\%$

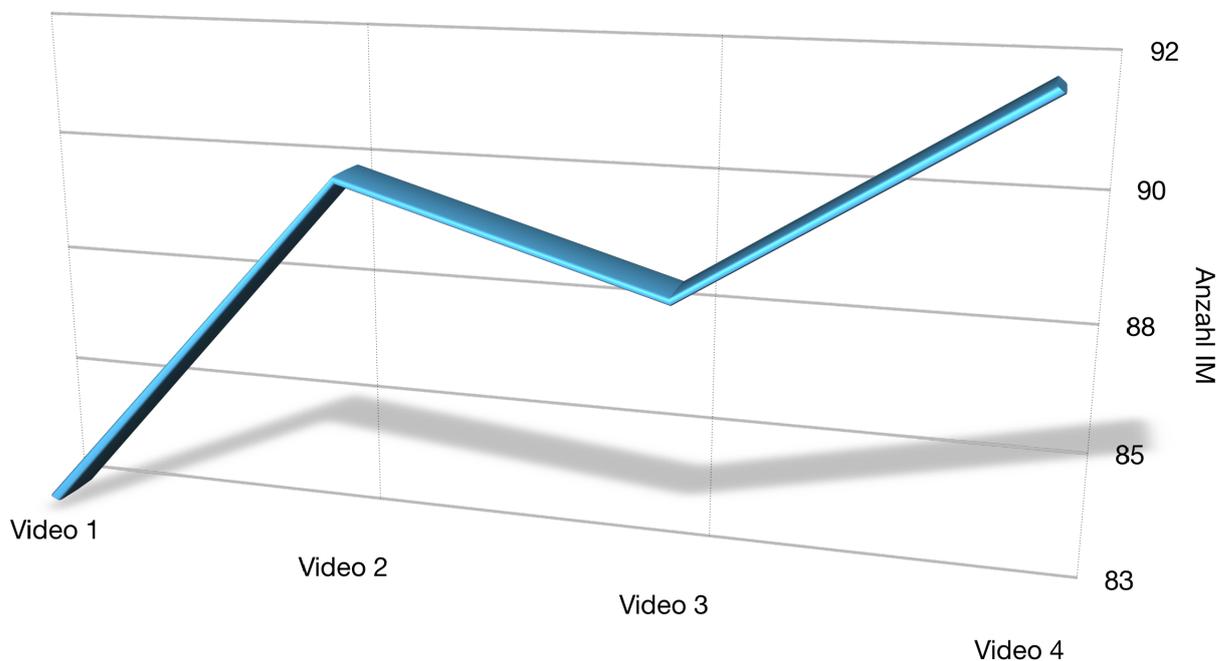
5.6.5 Zusammenfassung zur Interrater-Übereinstimmung

Die Übereinstimmungen der beiden Kodierer liegen zwischen 83.33% und 91.67%. Dies ist sehr hoch. Allerdings muss festgehalten werden, dass in diese Zahlen nur die Entscheidung eingeflossen ist, ob es sich um einen Innovative Moment handelt oder nicht. Die Zuordnung der Innovative Moments zu den einzelnen Kategorien wurde hier nicht berücksichtigt. Das heisst, wenn

eine Stelle von beiden Kodierern als Innovative Moment erkannt wurde, galt dies als Übereinstimmung, unabhängig davon, ob auch beide Kodierer die gleiche Kategorie gewählt haben. Diese Vorgehensweise ist an die Vorgehensweise von Gonçalves (2016) angelehnt und wurde so von den Autoren festgelegt. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit galt es vornehmlich zu eruieren inwiefern Innovative Moments in der BSLB überhaupt identifizierbar sind. Die genaue Zuordnung der Innovative Moments zu den einzelnen Kategorien hatte hingegen nicht erste Priorität. Abbildung 16 zeigt auf, wie sich die Interrater-Übereinstimmung mit zunehmender Kodiererfahrung verändert hat.

Abbildung 16 Interrater Übereinstimmung

— Übereinstimmung in %



6. Diskussion

Die vorliegende Arbeit analysiert mit Hilfe des Innovative Moments Coding Systems (IMCS) vier Videoaufnahmen von Laufbahnberatungen. Die Laufbahnberatungen verfolgten den Life-Design-Ansatz von Savickas. Es wurde in jeder der vier Beratungen mit dem Career Construction Interview (CCI) gearbeitet. Da verschiedene Ziele verfolgt wurden und sich aus dieser Arbeit unterschiedliche Erkenntnisse ziehen lassen, werden die einzelnen Aspekte nachfolgend getrennt von einander diskutiert. Der erste Teil befasst sich mit der Direktivität im Career Construction Interview und damit, was die Ergebnisse über die nicht-direktive oder direkte Herangehensweise der Berater aussagen. Im zweiten Teil wird das Potential diskutiert das IMCS als

Evaluationsinstrument für Laufbahnberatungen heranzuziehen. Anschliessend wird auf die Schwierigkeiten beim Gebrauch des IMCS eingegangen. Abschliessend werden wichtige Gedanken bei einer zukünftigen Erstellung eines Manuals für die Anwendung des IMCS in Laufbahnberatungen präsentiert.

6.1. Direktivität

Der Ansatz des Life Designs versucht die Laufbahn des Klienten als Ganzes zu sehen. Mit der Frage nach den Vorbildern und auch mit der Frage nach den Kindheitserinnerungen geht man tief in die Vergangenheit des Klienten zurück. Die Idee ist es, der Individualität des Klienten gebührend Raum zu geben und auf einer narrativen Ebene Wirklichkeitskonstruktionen sichtbar zu machen. Die Vergangenheit zeigt einem auf, wie der Klient zu der Person geworden ist, die er jetzt ist. Denn die Vorbilder beispielsweise wirken wie Vorlagen für den Klienten. In der eigenen Entwicklung nimmt man sich die Charakteristiken der Vorbilder als Ziel und verinnerlicht diese Eigenschaften Schritt für Schritt. So wird mittels der Vergangenheit die Gegenwart erklärt. Schliesslich versucht man, ausgestattet mit diesem Wissen, die eigene Zukunft zu konstruieren.

Die Idee, dass der Klient seine zukünftige Laufbahn anhand seiner Vergangenheit und Gegenwart planen soll, zeigt, dass dieser Ansatz auf die Individualität des Klienten fokussiert. Während der Durchführung und auch der Auswertung des CCI's wird versucht den Klienten zum Reflektieren anzuregen. Er kennt sich selbst am besten. Er ist Experte für sein Leben. Deshalb sollen die Ideen für die Zukunft auch vornehmlich vom Klienten selbst kommen. Dies zeigt sich auch daran, dass der Berater die Antworten des Klienten jeweils mit ihm zusammen besprochen hat. Was allerdings auf der Identitätskarte notiert wurde, das hat der Klient ganz alleine entschieden. Das Ziel ist es, dass der Klient die Erkenntnisse aufschreibt, die für ihn persönlich ganz zentral sind und anhand derer sich eventuell auch nächste Schritte für die Zukunft ableiten lassen.

Aus diesen Schilderungen des Life-Design-Ansatzes wird schnell ersichtlich, dass das Vorgehen des Beraters so nicht-direktiv wie möglich sein sollte. Denn es geht um das Erleben und Empfinden des Klienten. Der Berater hat die Aufgabe mit den fünf Fragen des CCI's und der Anschliessenden Auswertung den Klienten zum Denken anzuregen. Ihm soll ermöglicht werden, seine eigenen Schlüsse zu ziehen und seine ganz eigene berufliche Laufbahn für die Zukunft zu finden.

Nun gibt es aber sicherlich grosse Unterschiede in der Reflektiertheit der Klienten. Nicht alle Menschen sind es gewohnt über ihr eigenes Leben nachzudenken. Zudem kann es auch schwierig sein wichtige Zusammenhänge zu erfassen, unabhängig davon, wie gerne man über die eigene Persönlichkeit reflektiert. Und jeder kennt das, dass man manchmal den Wald vor lauter Bäumen nicht sieht und es hilfreich ist, mit etwas Unterstützung und Abstand die eigene Situation zu beurteilen. Auf Laufbahnberatungen bezogen heisst das, dass es eben doch auch hilfreich sein kann, wenn ein Berater direkter arbeitet und dem Klienten seine Einschätzungen mitteilt.

Es lassen sich demnach Argumente sowohl für ein nicht-direktives, wie auch für ein direktives Vorgehen des Beraters in einer Laufbahnberatung finden und in der Realität sind Berater wahrscheinlich häufig irgendwie beides. Mit Sicherheit ist es sinnvoll zu reflektieren, wann und wie sehr ein Berater auf die eine oder andere Art vorgeht und ob der Berater generell die Tendenz zum einen oder anderen hat. Was aber sagen nun die Ergebnisse dieser Arbeit?

6.1.1 Ergebnisse der Studie

Die Resultate zeigen, dass in allen vier Laufbahnberatungen sowohl direkte als auch nicht-direktive Innovative Moments vorkamen. Es scheint also auf den ersten Blick nicht entscheidend zu sein, wie der Berater vorgeht. Schaut man allerdings etwas genauer hin, sieht man doch gewisse Unterschiede. Als erstes fällt auf, dass deutlich mehr Innovative Moments nicht-direktiv ausgelöst wurden. Über alle vier Videoaufnahmen hinweg addiert, sind es fast vier mal mehr nicht-direktive Innovative Moments (90 zu 24). Dies gilt auch für die einzelnen Beratungen. In keiner der vier Videoaufnahmen waren die direktiven Innovative Moments in der Mehrzahl. 29 zu 7, 25 zu 4, 22 zu 3, 14 zu 10 lauten die Verhältnisse von nicht-direktiven zu direktiven Innovative Moments der vier Videos.

Weiter fällt auf, dass direkte Innovative Moments nur in der Kategorie Reflection 1 (23) und Protest 1 (1) vorkamen, während nicht-direktive als Action 1 (4), Reflection 1 (70), Protest 1 (5), Action 2 (1), Reflection 2 (7) und Protest 2 (3) auftraten. Die nicht-direktive Vorgehensweise führte also nicht nur zu mehr, sondern auch zu vielfältigeren Innovative Moments.

Auch in der Qualität der Innovative Moments sieht man einen grossen Unterschied zwischen den beiden Vorgehensweisen. Innovative Moments der zweiten Stufe sind qualitativ höher gestellt, da sie den Veränderungsprozess, der durch die IM erster Stufe ausgelöst wird, vertiefen (vgl. 3.2.2). Sie beschreiben nicht nur einen Gedankengang, der es den Klienten ermöglicht, eine erste Erkenntnis über ihre Situation zu erhalten (Stufe 1), sondern diese Erkenntnis weiter zu

elaborieren und in Bezug zu gewissen möglichen Lösungen, respektive Zukunftsideen, zu setzen. Innovative Moments der zweiten Stufe traten lediglich in zwei von vier Laufbahnberatungen auf. Total gab es 11, ausnahmslos alle wurden jedoch nicht-direktiv ausgelöst.

Keiner der Berater ist dabei ausschliesslich nicht-direktiv vorgegangen. Während bei dreien der Analysierten Videos die IM zwischen 81% und 88% nicht-direktiv ausgelöst wurden, war das Verhältnis in Video 4 mit 45% direktiven zu 55% nicht-direktiven IM, deutlich ausgeglichener. In letzterem Fall gab es keine IM auf der zweiten Stufe und es wurden lediglich zwei Typen von IM provoziert. Allerdings reicht der Umfang dieser Studie selbstverständlich noch nicht aus um hierüber Rückschlüsse ziehen zu können, denn auch im zweiten Video sind alle IM auf der ersten Stufe und auf nur zwei Typen verteilt, zu finden.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass sich direktives und nicht-direktives Vorgehen von Beratungspersonen mit Hilfe des Innovative Moments Coding System durchaus quantifizieren lassen. Sie deuten darauf hin, dass diese Innovative Moments diversifizierter auftreten, je mehr sie vom Klienten selbst kommen, also nicht-direktiv ausgelöst werden. Auffällig hierbei ist, dass wie erwähnt kein einziger Innovative Moment der zweiten Stufen direktiv ausgelöst wurde obwohl in allen Videos direktive IM zu finden waren. Ferner zeigen die Ergebnisse ganz deutlich, dass sich das Career Construction Interview dazu eignet Innovative Moments verschiedenster Art zu provozieren und dies bereits im Rahmen einer einzelnen Beratungssitzung.

6.1.2 Limitationen

Obwohl die vorliegenden Ergebnisse klar für eine nicht-direktive Herangehensweise des Beraters sprechen, reicht diese Studie jedoch bei weitem nicht aus, um diese interessante Frage zu klären. Zum einen ist die Stichprobe mit nur vier Laufbahnberatungen sehr klein. Zum anderen ist diese qualitative Untersuchung eine rein explorative. Es wurden vier Videoaufnahmen, die im Rahmen einer anderen Arbeit erhoben wurden, verwendet ohne eine der hier wichtigen Variablen zu kontrollieren, respektive manipulieren zu können. Das heisst, dass beispielsweise auf die Vorgehensweise der Berater keinen Einfluss genommen werden konnte. Vielleicht gehen die in dieser Arbeit involvierten Berater von Grund auf eher nicht-direktiv vor, die Abwandlung in der Vorgehensweise bezüglich der Auswertung des CCI durch das IAP deutet dies in Kapitel 3.1.2 bereits erwähnt ja schon an. In der von Mark L. Savickas (2015) vorgeschlagenen Vorgehensweise könnte man eine höhere Direktivität schon alleine dadurch vermuten, dass der Berater selbst zwischen der ersten und der zweiten Beratungssitzung die Geschichten des Klienten dekonstruiert und seine Ergebnisse dann in der zweiten Sitzung mit dem Klienten bespricht. Zwangsläufig erhöht

sich dadurch sein Gesprächsanteil und der Klient gerät in eine Position, von der aus er entscheiden muss, ob er die Hypothesen annimmt oder ablehnt. Interessant wäre es demnach in einer zukünftigen Studie das Vorgehen des Beraters als unabhängige Variable zu definieren. Das gäbe die Möglichkeit in der einen Hälfte der Stichprobe direktiv vorgehende Berater einzusetzen und in der anderen Hälfte nicht-direktiv vorgehende. Dabei reicht es aus Sicht der Autoren auch nicht, die hier durchgeführte Videoanalyse mit einer zweiten Videoanalyse der ausreichend zur Verfügung stehenden Videos von Mark L. Savickas' Beratungen zu ergänzen, was im Vorfeld von den Autoren in Betracht gezogen wurde. Bei Savickas' Videos handelt es sich natürlich um bewusst ausgewählte Videos erfolgreicher Beratungen, während für die hier vorgelegte Explorationsstudie eine randomisierte Auswahl, nicht öffentlich zugänglicher Beratungsvideos ausgewertet wurde, die im Rahmen einer anderen Studie entstanden sind. Ausserdem handelt es sich auf der einen Seite um Beratungsvideos ein und desselben Beraters, auf der anderen Seite wurden jedoch Videos mit verschiedenen Beratern analysiert.

Insofern wurde im Rahmen dieser Studie weniger gemessen welches Vorgehen besser sei, als vielmehr, ob die Berater eher direktiv oder eher nicht-direktiv vorgegangen sind, welche IM provoziert wurden und inwiefern sich das IMCS zur Analyse des Beratervorgehens eignet. Allerdings deuten die Ergebnisse doch darauf hin, dass ein nicht-direktives Vorgehen sich positiv auf die Entstehung von verschiedenen Innovative-Moments-Typen und vor allem auf die Entstehung von IM der Stufe 2 auswirkt. Es ist jedoch möglich, dass eine grössere Freiheit in der Durchführung dieser Laufbahnberatungen einem direktiv vorgehenden Berater ermöglicht hätte, die Vorzüge seiner Herangehensweise besser einzusetzen. Um hierüber treffendere Aussagen machen zu können, bedarf es dementsprechend einer Studie die mehr Videoanalysen mit einbezieht. Das IMCS eignet sich jedoch sehr gut dazu, die nötigen Daten zu generieren.

Eine andere Variable, die nicht kontrolliert wurde, waren die Anliegen der vier Klienten. Unabhängig von der Situation und der Fragestellung wurde der gleiche Untersuchungsablauf abgespult. Es liegt nahe, dass die Anliegen der Klienten selbst schon einen Einfluss haben, beispielsweise auf die Motivation etwas zu ändern. Auch der empfundene Leidensdruck und vieles mehr, kann hier hineinspielen. Gleichzeitig sind die Fragestellungen in Laufbahnberatungen generell sehr heterogen. Es liegt dennoch nahe, einen Versuch zu unternehmen die Fragestellungen oder Ausgangssituationen in irgendeiner Form zu kategorisieren. Eine zu diskutierende Möglichkeit könnte beispielsweise der Versuch sein, hierfür den CASVE Kreislauf nach Sampson und Kollegen nutzbar zu machen. Abbildung 17 weiter unten zeigt eine, von den Autoren leicht veränderte, Übersetzung dieses Kreislaufes von Hirschi (2008).

Die Klientin im Video 1 beispielsweise will sich neu orientieren und ihre Möglichkeiten besser kennenlernen. Dem CASVE-Kreislauf könnte sie damit der Position 2 zugeordnet werden. Zudem ist ihr Leidensdruck sehr hoch. Sie weiss, so geht es nicht weiter und will versuchen einen Weg zu

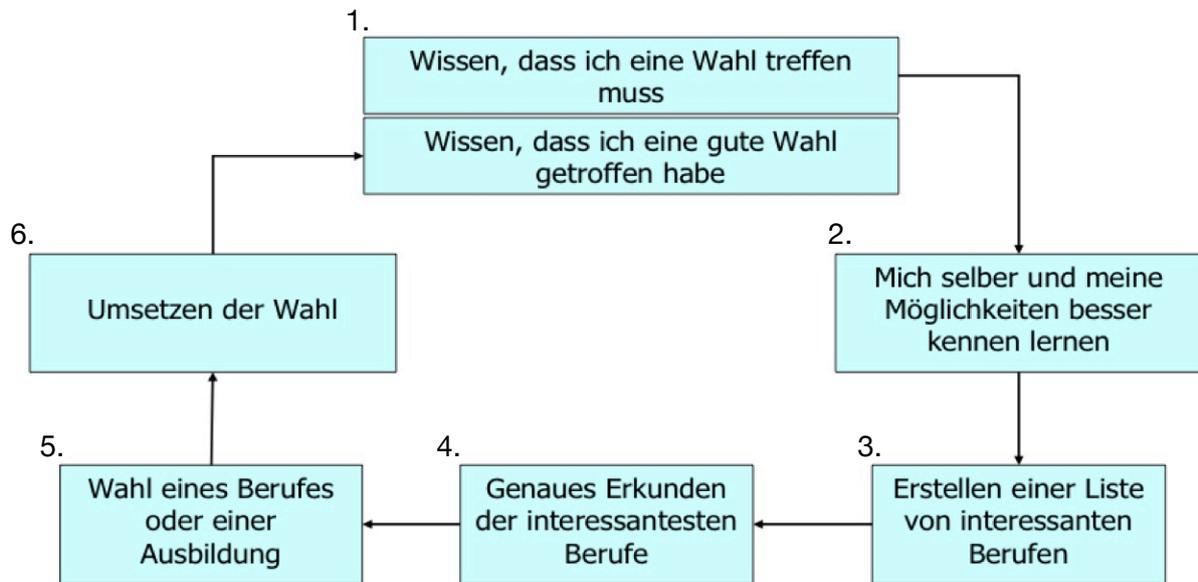


Abbildung 17: CASVE Kreislauf nach Sampson (Hirschi, 2008)

finden Familie und Arbeit unter einen Hut zu bekommen (vgl. 5.1.1). Im Rahmen ihrer Beratung sind insgesamt 36 Innovative Moments mit der grössten Diversität innerhalb dieser qualitativen Explorationsstudie aufgetreten.

Der Klient im Video 4 kommt nach einem Unterbruch zurück in sein altes Team, erfüllt nun jedoch eine neue Aufgabe und will reflektieren, wie ihm der Wiedereinstieg bestmöglich gelingen kann. Zudem wird er sein Arbeitspensum im Hinblick auf seine Pensionierung reduzieren und Tätigkeiten reflektieren, mit denen er sich nebenberuflich und nach der Pensionierung befassen kann (vgl. 5.4.1). Prinzipiell hat der bereits eine Wahl getroffen, nämlich in neuer Funktion zurück ins alte Team zu gehen. Er befindet sich also irgendwo zwischen Stufe 6 (Umsetzen der Wahl) und Stufe 1 (Wissen, dass ich eine Wahl treffen muss). Der Leidensdruck ist insofern bei diesem Klienten weniger hoch, als die Umsetzung seiner bereits getroffenen Wahl ja erst noch erfolgt und seine Fragestellung darauf abzielt Ideen zu bekommen, worauf er für ein gutes Gelingen achten könnte. Er hat zwischen der Anmeldung zur Studie und dem Beratungsgespräch die Zusage für die neue Stelle im alten Team erhalten und es ist fraglich, ob er eine kostenpflichtige Beratung unter diesen Umständen noch in Anspruch genommen hätte. Bei der Videoanalyse wurden mit 24 Innovative Moments verteilt auf drei verschiedene Typen (Reflection 1, Protest 2 und Reflection 2), die wenigsten Stellen dieser explorativen Studie kodiert.

Es wäre spannend zu sehen ob sich in einer quantitativen Studie ein signifikanter Unterschied zeigt, wenn man den Leidens- oder Entscheidungsdruck der Klienten und deren Fragestellung durch eine Kategorisierung in irgendeiner Form kontrollieren würde. Die hier erwähnte Möglichkeit ist dabei nur als ein Beispiel zu betrachten. Denkbar wäre beispielsweise auch eine weniger differenzierte Einteilung in Besucher, Klagende und Kunden, was den Veränderungsantrieb betrifft. Besucher kommen in die Beratung, um in erster Linie zu hören was der Berater für Ideen

bereithält. Der Leidensdruck oder zumindest die Motivation zur Mitarbeit sind relativ gering. Man möchte mal schauen, was es denn in einer Beratung für Informationen oder Ideen zu holen gibt ohne zu viel von der eigenen Situation und der eigenen Persönlichkeit preis zu geben.

Bei Klagenden verhält es sich gewissermassen gegenteilig. Sie möchten nicht, dass der Berater ihnen mit passenden Ratschlägen weiterhilft, sondern brauchen lediglich jemandem, bei dem sie ihre Beschwerden und Sorgen deponieren können. Der Redeanteil der Klagenden ist oftmals sehr hoch. Sie erzählen, was ihnen alles Unannehmbares widerfahren ist. Auf Ratschläge, wie sie ihre Situation ändern könnten oder auch auf das Angebot zu ergründen, was sie wohl zur Situation beigetragen haben, gehen sie meist nicht ein. Ihr Bedürfnis ist momentan einzig, ihrem Ärger Luft zu verschaffen. Ist dies einmal geschehen, ist der Weg womöglich frei in einer anschliessenden Beratung ernsthaft an einem Anliegen zu arbeiten.

Die Kunden sind in dieser Unterscheidung die einzigen, die wirklich bereit für eine Laufbahnberatung sind. Sie können ein Anliegen formulieren und sind auch gewillt die eigene Persönlichkeit und das eigene Handeln zu reflektieren, um eine Lösung zu erarbeiten. Bei ihnen wären wohl die meisten Innovative Moments zu erwarten.

6.1.3. Fazit der Ergebnisse

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, dass Innovative Moments sowohl direktiv wie auch nicht-direktiv zustande kommen können. Wobei sich hier ein klarer Vorteil bezüglich der Qualität und der Bandbreite der IM bei der nicht-direktiven Herangehensweise feststellen lässt. Es wird interessant sein, diese Fragestellung mit weiteren Studien zu beleuchten.

6.2. Evaluation von Laufbahnberatungen

Wie bereits erwähnt wurde, hat man das Innovative Moments Coding System dazu verwendet um Psychotherapien zu evaluieren. Es zeigte sich nämlich, dass die Innovative Moments, welche während den einzelnen Sitzungen gemessen wurden, positiv mit dem Erfolg der ganzen Therapie korrelierten. Wie sieht dies bei Laufbahnberatungen aus? Was macht man heutzutage um Laufbahnberatungen zu evaluieren?

Um ihre Laufbahnberatungen zu evaluieren, wenden die einzelnen Berater und Institute verschiedene Methoden an. Beispielsweise werden Fragebogen eingesetzt. Vor und nach der Beratung werden die gleichen Fragen beantwortet. So kann man eine allfällige Veränderung beobachten. Eine andere Möglichkeit ist es, nach einer gewissen Zeit, beispielsweise nach einem Jahr, eine Rückmeldung der Klienten einzuholen. Was hat sich verändert in dieser Zeit? Inwiefern

hat die Beratung dem Klienten weitergeholfen? Der Nachteil dieser Methoden ist, neben der oft tiefen Rücklaufquote, dass solche Fragebögen eine Selbsteinschätzung messen. Diese kann durch unterschiedlichste Faktoren verzerrt sein. Zum Beispiel kann soziale Erwünschtheit dazu führen, dass die Beratung besser bewertet wird, als sie eigentlich war. Andererseits könnte es aber auch sein, dass ein Klient mit überhöhten Erwartungen eine Beratung als schlecht beurteilt, obwohl von aussen betrachtet doch einiges erreicht wurde. Berater, die ihre Aufgabe auch darin sehen ihr Gegenüber mit Schwierigkeiten und möglichen Hindernissen zu konfrontieren könnten bei derartigen Evaluationen schlechter abschneiden, weil sie zu einer Enttäuschung der Klienten, im wahrsten Sinne des Wortes, beigetragen haben. Von Klienten im Anschluss an eine solche Beratung zu erwarten, den Erkenntnisgewinn und nicht ihre Enttäuschung in die Evaluationen einfließen zu lassen, erscheint doch etwas viel verlangt. Es zeigt sich demnach, dass es in der Praxis noch keine ausgeklügelte Methode gibt, um den Erfolg einer Laufbahnberatung zielführend zu messen. Kann das Innovative Moments Coding System diese Lücke füllen?

Ein Forscherteam um Paulo Cardoso konnte bereits zeigen, dass sich das IMCS auch auf transkribierte Laufbahnberatungen übertragen lässt. Ob es allerdings geeignet ist, um erfolgreiche von weniger erfolgreichen Beratungen zu unterscheiden, muss erst noch erforscht werden.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit deuten darauf hin, dass das IMCS auch bei Evaluationen von auf Video aufgezeichneten Laufbahnberatungen hilfreich sein könnte. Es zeigte sich nämlich, dass man das IMCS bereits nach kurzer Trainingsphase selbst anwenden kann. Ein Beleg dafür ist sicherlich die hohe Interrater-Übereinstimmung, welche in dieser Arbeit gemessen wurde. Das sorgfältige Lesen des Manuals sowie eine Übungssequenz, Diskussionen über das konkrete Vorgehen und ein im Arbeitsprozess entstandenes Kurzmanual reichten den beiden Kodierern, um einen Grossteil der Innovative Moments übereinstimmend zu erkennen.

Kodieren kann man demnach sowohl Videosequenzen wie auch transkribierte Beratungen. Diese Breite des Einsatzbereiches macht das IMCS damit zu einem vielseitig einsetzbaren Evaluationsinstrument.

In Psychotherapien traten Innovative Moments erst im späteren Verlauf der Therapie auf. Deshalb war es fragwürdig, ob man in Laufbahnberatungen, welche ja oft nur aus zwei bis drei Terminen bestehen, überhaupt schon Innovative Moments messen kann. Die Resultate zeigen deutlich, dass Innovative Moments in Laufbahnberatungen bereits ab der ersten Sitzung vorkommen können. Dies erklärt sich wohl durch den Unterschied von einer Psychotherapie zu einer Laufbahnberatung. In einer Psychotherapie sind problembehaftete Handlungs- oder Denkmuster oft sehr tief in der Persönlichkeit des jeweiligen Menschen verankert. Deshalb geht es sehr lange, bis eine Veränderung stattfinden kann. In der Laufbahnberatung hingegen ist die Lösung meist näher und die Klienten kommen mit einer Fragestellung in die Beratung und nicht mit Problemen die sich eventuell in einer Diagnose niederschlagen. Oft haben die Klienten am Anfang einer Beratung bereits verschiedene Zukunftsszenarien im Kopf. Die Fragen, respektive Methoden, des

Beraters ermöglichen es dem Klienten dann seine Gedanken zu strukturieren und eine Ordnung zu erkennen, um anschliessend eine Entscheidung treffen zu können. Dazu reicht manchmal sogar eine einzige Beratung. Unter Umständen muss der Berater in diesem Zusammenhang nicht einmal genau wissen, welcher Gedanke, welches Wort, welcher Test den Klienten einen Schritt weiter gebracht hat.

Innovative Moments in der Laufbahnberatung beziehen sich auf eine Fragestellung, während sie sich in der Psychotherapie auf ein meist diagnostizierbares Problem beziehen. Fragestellungen sind offener und bieten dadurch auch mehr Optionen, Lösungsmöglichkeiten zu reflektieren oder Strategien zu entwickeln. Gilt es in der Psychotherapie beispielsweise mit der Problemstellung einer Angststörung umzugehen, so werden alle Reflexionen, die sich auf die Angststörung beziehen, zu Innovative Moments. Alle Taten die sich ganz konkret gegen diese Angststörung richten, würden als Action IM geratet. Der Plan mal wieder ins Kino zu gehen etwa. Oder ein Protest gegen die Einschränkungen, welche die Angststörung mit sich bringt. Dieser würde als Protest IM gewertet. Bei einer Fragestellung zur Entwicklung der eigenen Laufbahn hingegen braucht es Klarheit über die eigenen Interessen, Persönlichkeitszüge, Stärken und Schwächen. Dann spielt beispielsweise auch die eigene familiäre und finanzielle Situation eine Rolle. Und zu guter Letzt muss man die Möglichkeiten der Arbeitswelt in seine Überlegungen einbeziehen. Wird nun in einer Laufbahnberatung ein Gedanke zu einem dieser Punkte geäussert, kann dies bereits als Innovative Moment gewertet werden.

Vereinfacht ausgedrückt ist es unter Umständen hilfreich Innovative Moments in der Laufbahnberatung etwas anders zu definieren. Eine Reflexion zu einem Problem (im Therapeutischen Kontext) lässt sich verhältnismässig einfach erkennen. In der Laufbahnberatung hingegen kann man als Berater nicht wissen, welche Reflexion dem Klienten hilft. Bezüge lassen sich auch dann konstruieren, wenn sie im ersten Moment nicht direkt sichtbar sind. Äussert der Klient mit einer Fragestellung die darauf abzielt, alternative Beschäftigungsmöglichkeiten ausfindig zu machen, den Gedanken in der Freizeit gerne zu musizieren, so ist fragwürdig ob ein ausreichender Bezug gegeben ist, um dies als Action 1 IM im unter 3.2.2 beschriebenen Rahmen zu verbuchen. Dem Klienten ist womöglich nicht bewusst, wie sich dieses Hobby vielleicht ausbauen liesse, indem er beispielsweise Musikunterricht erteilen könnte. Vielleicht hat er aber auch Möglichkeiten durchdacht, um sein Hobby in eine nebenberufliche Tätigkeit zu verwandeln und ist zu dem Schluss gekommen, dass er das nicht will. Dies zeigt, dass es oftmals schwierig ist zu deuten, ob ein konkreter Bezug zur Fragestellung vorliegt oder nicht. Um dieses Problem zu lösen entschieden sich die Autoren der vorliegenden Arbeit für das folgende Vorgehen, welches sich etwas von der therapeutischen Nutzung des IMCS entfernt. Sequenzen in denen die Kodierer einen Bezug zur Fragestellung herleiten konnten, wurden als Innovative Moments erster Stufe kodiert, auch wenn der Zusammenhang zur Fragestellung dem Klienten nicht bewusst war. Die Kodierer haben sich auf diese Vorgehensweise geeinigt, weil sie eben keinen Anhaltspunkt hatten,

ob der Klient selbst diesen Zusammenhang erkannt hat oder nicht. Hat der Klient selbst allerdings einen Bezug zu seinem Anliegen hergestellt und geäußert, also gewissermassen den Gedanken elaboriert, wurde die Sequenz als Innovative Moment zweiter Stufe kodiert. Dies erwies sich als sehr hilfreich.

Diese Anpassung der Kategorien des IMCS im Laufbahnkontext ermöglicht eine Vielfalt an denkbaren Innovative Moments. Dies ist gleichzeitig einer der heiklen Punkte, wenn es darum geht einzelne Beratungen zu evaluieren. Die Anzahl (Quantität) wäre sicher ein zentrales Kriterium bei einer Evaluation, je mehr Innovative Moments, desto besser. Um zu entscheiden, ob man das Angebot einer Führungsposition annehmen möchte, kann es sehr hilfreich sein, sich mit der eigenen Persönlichkeit auseinanderzusetzen. Merkt man, dass man konfliktscheu ist, nicht gerne im Mittelpunkt steht und grossen Wert auf eine ausgeglichene Work-Life-Balance legt, kann dies einem helfen eine Entscheidung zu treffen, in diesem Falle wohl das Angebot abzulehnen oder entsprechende arbeitsvertragliche Anpassungen vorzuschlagen. So würde die Erkenntnis, konfliktscheu zu sein, als Innovative Moment gewertet. Dies verdeutlicht, dass man folgerichtig als Berater dem Klienten einfach eine Liste mit Adjektiven vorlegen könnte. Man erteilt den Auftrag, jedes Adjektiv zu nennen, das zur Persönlichkeit des Klienten passt, und schon hat man eine Vielzahl an Innovative Moments generiert.

Hier kommen jedoch die unterschiedlichen Stufen der Innovative Moments ins Spiel (Qualität). Bereits die aktuelle Literatur zum IMCS zeigt, dass die Innovative Moments der zweiten Stufe denen der ersten überlegen sind. In Psychotherapien beispielsweise sind es die Innovative Moments der zweiten Stufe, welche zu einer nachhaltigen Verbesserung der Situation führen. Die vorliegende Arbeit betont auch die qualitativen Vorzüge der Innovative Moments auf der zweiten Stufe. Das Beispiel mit der Adjektivliste zeigt nämlich, dass Innovative Moments der ersten Stufe in der Laufbahnberatung streng genommen sehr leicht zu erzeugen sind und mitunter für den Kodierer als banale Erkenntnis daher kommen. Ein deutlicher Wert eines IM scheint erst zu entstehen, wenn man die Innovative Moments der ersten Stufe weiter elaboriert und daraus Innovative Moments der zweiten Stufe entstehen lässt. Beispielsweise hilft einem die Erkenntnis, dass man sehr direkt ist unter Umständen nicht wirklich weiter. Zudem hat man das ja wahrscheinlich schon länger gewusst. Die Erkenntnis ist also nicht neu. Gleichwohl würde dies als Innovative Moment erster Stufe kodiert werden müssen, denn wir können unter Umständen nicht beurteilen ob es sich für den Klienten um eine neue Erkenntnis handelt und ob diese etwas im Klienten ausgelöst hat. Thematisiert man dann aber, dass die eigene Direktheit auf neue Mitarbeiter befremdend wirken kann, was eine Erklärung für die schlechte Stimmung im Team sein könnte, wird daraus unter Umständen eine zentrale Erkenntnis, um die eigene Laufbahn zu optimieren. Um Laufbahnberatungen zu evaluieren müsste man folglich nicht bloss auf die Quantität der Innovative Moments achten, sondern auch auf deren Qualität.

Bei der Auswertung der Innovative Moments kann man streng genommen oft nicht wissen, ob die kodierte Sequenz im Auge des Klienten ebenfalls ein Innovative Moment ist. Am offensichtlichsten ist dies bei direktiven Innovative Moments. Akzeptiert der Klient eine Aussage des Beraters, welche eine neue Erkenntnis beinhaltet, mit einem „Ja“, macht er daraus einen Innovative Moment. Ob dieses „Ja“ allerdings auch wirklich so gemeint ist, bleibt das Geheimnis des Klienten. Denn oft stimmt man jemandem auch aus purer Höflichkeit zu oder wünscht sich, dass das Gespräch weiter geht und will Diskussionen über einen unwichtigen Punkt vermeiden. Des Weiteren weiss man bei neuen Erkenntnissen nie, ob sie nun wirklich neu sind oder ob sich der Klient die gleichen Überlegungen auch schon vor der Beratung gemacht hat. Dann dürfte man sie eigentlich nicht mehr als Innovative Moments kodieren.

Dies bringt uns zu einem weiteren Punkt, der den Autoren bei der Kodierung der Videos aufgefallen ist. Die Klientin im ersten Video hatte sich im Vorfeld schon enorm viele Gedanken zu ihrer Situation gemacht. Sie war also in ihrem persönlichen Prozess schon viel weiter als die anderen drei Klienten. Während der Bearbeitung des Career Construction Interviews fiel es ihr deshalb viel leichter ihre Antworten zu deuten und Wichtiges heraus zu ziehen. Diese Erkenntnisse konnte sie dann gleich mit ihrem Anliegen verknüpfen. So entstanden sogar sieben Innovative Moments der zweiten Stufe. War nun aber die Beratung besser oder war die Klientin einfach besser vorbereitet? Vielleicht spielte auch der offensichtlich höhere Leidensdruck bei dieser Klientin eine Rolle.

Fazit

Das IMCS ist schnell zu erlernen und leicht zu handhaben. Die verschiedenen Stufen der Innovative Moments ermöglichen sowohl eine quantitative wie auch eine qualitative Auswertung, wobei argumentiert werden könnte, dass es auch bei den IM der ersten Stufe qualitative Unterschiede geben könnte. Für den Klienten neue Erkenntnisse könnten beispielsweise als qualitativ wertvollere IM gewertet werden. In der momentanen Form des IMCS wird diese Unterscheidung jedoch nicht abgebildet. Hierin könnte aber gerade die Qualität einer Beratungsmethode bestehen. Das CCI könnte sich beispielsweise besser dazu eignen IM, egal welcher Stufe zu provozieren die dem Klienten noch nicht bekannt oder bewusst waren, als ein Fragebogen, der dem Klienten einfach irgendwelche Adjektive präsentiert. Das CCI versucht ja gerade den Klienten dazu zu bringen Geschichten aktiv zu konstruieren und bietet ihm dadurch die Gelegenheit das eigene Anliegen aus einer neuen Perspektive zu beleuchten.

Vieles lässt darauf schliessen, dass sich das IMCS in Zukunft als ein brauchbares Instrument erweisen könnte, um Laufbahnberatungen zu evaluieren. Auch wenn für die Laufbahnberatung durchaus Anpassungsbedarf besteht, wie soeben dargestellt. In diesem Falle würde sich das IMCS auch anbieten, Vergleiche zwischen verschiedenen Methoden vorzunehmen. Auch bei der Entwicklung neuer Herangehensweisen könnte das IMCS hilfreich sein. Allerdings müsste hierfür

noch weitere Forschung betrieben werden, schliesslich handelt es sich bei der vorliegenden Arbeit lediglich um eine explorative Studie.

6.3. Schwierigkeiten beim Kodieren

Um das Innovative Moments Coding System zukünftig für Evaluationen zu gebrauchen, müssten ebenfalls die folgenden Schwierigkeiten ausgemerzt werden, die beim Kodieren der vier Videos in dieser Arbeit auftraten.

In den Vorgängerstudien von Cardoso wurde jeweils die Salienz als wichtiges Mass berechnet. Das heisst, es wurde ermittelt, wie viel Zeit die Innovative Moments gemessen am ganzen Beratungsgespräch einnahmen. Die Autoren dieser Arbeit haben sich dafür entschieden nur die Anzahl der Innovative Moments zu messen und nicht wie lange sie thematisiert oder elaboriert werden. Auf der einen Seite ist es sicherlich zentral wichtige Punkte zu vertiefen und darüber zu diskutieren. Die Länge einer kodierten Sequenz könnte demnach auch einen Hinweis auf deren Qualität geben und damit das im Fazit unter 6.2 aufgeführte Problem der Qualitätsunterscheidung von IM auch auf der ersten Stufe lösen. Auf der anderen Seite wird eine Erkenntnis nicht besser, nur weil man sie wiederholt oder paraphrasiert. Zudem entsteht beim berechnen der Salienz das Problem, dass man genau festlegen muss, wann ein Innovative Moment beginnt und wann er wieder endet. Dies zeigte sich als sehr schwierig. Ein Gespräch ist nicht so strukturiert wie ein Text. Oft werden Sätze abgebrochen oder man springt von einem Gedanken zum nächsten und wieder zurück. Dann werden auch oft Floskeln oder Füllwörter verwendet. Und zu guter Letzt fallen sich Klient und Berater nicht selten ins Wort oder sprechen sogar gleichzeitig. Das macht es extrem schwierig eine verlässliche Salienz zu bestimmen. Oben genannte Studien haben mit Transkripten gearbeitet in denen diese Schwierigkeiten, obwohl sicherlich in den Aufnahmen vorhanden, durch die Transkription ausgemerzt wurden. In diesem Falle können ganz einfach die Worte gezählt werden, die zu einem Gedankengang gehören. Bei der Videoanalyse ist dies, wenn überhaupt, extrem aufwendig und wird sehr schnell sehr unübersichtlich und schliesslich nicht mehr handhabbar. In einer einstündigen Videosequenz müssten Sekundenbruchteile so kodiert werden, dass sie einem ganz bestimmten IM als zugehörig erkennbar bleiben. Der Aufwand entspricht hier dem Erkenntnisgewinn in keiner Weise. Zudem müssten zwei Kodierer dies unabhängig voneinander tun, was sich mit Sicherheit negativ auf die Interraterkorrelation auswirken würde, obwohl eventuell die gleichen IM identifiziert wurden.

Allerdings gab es auch beim blossen zählen von Innovative Moments Schwierigkeiten. Denn oftmals werden die gleichen Gedankengänge später wieder aufgenommen, manchmal in fast identischem Wortlaut, manchmal etwas abgeändert. Die Autoren haben sich in dieser Arbeit dafür entschieden, mehrere Äusserungen zum gleichen Gedankengang als Wiederholung zu werten und

somit lediglich als einen einzelnen Innovative Moment zu zählen. Dies erlaubt später Aussagen darüber, wieviele verschiedene IM aufgetreten sind. Aber auch so war es nicht immer leicht zu beurteilen, welche Erkenntnis noch als gleich gilt und welche eigentlich schon wieder einen neuen Aspekt enthält. Wiederholungen nicht mitzuzählen hatte auch zur Folge, dass oftmals im Video hin- und hergesprungen werden musste, um zu verifizieren, ob diese Erkenntnis nicht doch schon einmal thematisiert wurde.

Für die Kodierer hat sich hierbei die Einführung eines extra Codes bewährt. Wann immer eine derartige Stelle identifiziert wurde, bei der Unsicherheit darüber herrschte, ob sie vom Gedankengang her eine Wiederholung darstellt, oder ob es sich nun um den einen oder anderen Typ von IM handelte, konnten die Kodierer diese Stelle als "unsichere Stelle" markieren. Damit musste beim Vergleich der Kodierungen für die finale Kodierungsversion (6.4.2 und 6.4.1) und vor dem berechnen der Interraterkorrelation, über diese Stellen diskutiert werden. So konnten die Kodierer ihre Gedankengänge über die betroffenen Stellen äussern und einen Konsens finden.

Eine weitere Schwierigkeit war diesbezüglich auch die genaue Zuordnung der Innovative Moments zu den einzelnen Kategorien. Ein Protest kann beispielsweise auch eine Aktion beinhalten. Beschwerd sich ein Klient darüber, dass sein Chef ihm keine Weiterbildungen finanziert und bezahlt er sie deshalb aus dem eigenen Portemonnaie, ist dies ein Protest gegenüber dem Chef, der die Laufbahnentwicklung behindert. Gleichzeitig macht der Klient aber Weiterbildungen, nur eben einfach auf eigene Kosten. Dies wiederum wäre ein Innovative Moment der Kategorie Action. Dies zeigt, dass ein einzelner Gedanke zwei verschiedene Innovative Moments beinhalten kann, was das Kodieren natürlich erschwert. Wertet man die Stelle nun als zwei verschiedene Innovative Moments erhöht sich die Anzahl. Die Salienz hingegen würde gleich bleiben, da sich ja die eingenommene Zeitspanne nicht verändert.

Die grösste Schwierigkeit lag sicher darin zu beurteilen, ob es sich nun um einen Innovative Moment handelt oder nicht. Dies lag, wie bereits erklärt, an der sehr breiten Fragestellung. Die eigene Laufbahn weiterzuentwickeln kann sehr vieles bedeuten und in sehr verschiedene Richtungen gehen. Folglich kann es auch sehr viele potentielle Innovative Moments geben. Zu entscheiden, welche nun aber wirklich auf das Anliegen bezogen sind und dem Klienten vielleicht weiterhelfen könnten, war oft schwierig. Dies bedeutet, dass viele Stellen mehrmals betrachtet wurden um zu einer Lösung zu kommen, mit dem Wissen der andere Kodierer könnte sich anders entschieden haben.

Vielleicht klingt, bezogen auf Laufbahnberatungen, der Terminus „Innovative Moment“ auch einfach etwas zu übertrieben oder weckt zumindest übertriebene Erwartungen. Vielfach sind es vielleicht nicht wirklich bahnbrechende neue Erkenntnisse, die weiterhelfen, sondern eher Dinge, die man schon wusste, nun aber in einem neuen Licht betrachtet. Für den Kodierer bedeutet dies, dass er gezwungen ist alles zu kodieren, auch die Äusserungen, die ihm eigentlich banal erscheinen aber nach der Definition zu den Innovative Moments gezählt werden. Subjektiv möchte

der Kodierer gewisse IM hervorheben und anderen weniger Aufmerksamkeit schenken. Dies auch schon bei Innovative Moments auf der ersten Stufe. Wie gesagt würde es sich dabei allerdings um eine subjektive Einschätzung handeln. Bei der Analyse wurde in Erwägung gezogen hier eventuell noch nach anderen Hinweisen zu suchen um die Einschätzungen der Kodierer stützen zu können. Die Idee war, nach körperlichen Anzeichen zu suchen, wie etwa eine Änderung im Ausdruck der Klienten, korrigieren der Sitzposition, Auffälligkeiten und kurzfristige Verhaltensänderungen. Allerdings wurde der Versuch eine zusätzliche Kategorisierung der IM durch das Auftreten von somatischen Markern vorzunehmen wieder abgebrochen.

Die auffälligsten somatischen Marker sind im Zusammenhang mit bestimmten Fragen des CCI aufgetreten und waren nicht unbedingt IM zuzuordnen und insofern im Sinne der Fragestellung dieser Arbeit nicht relevant.

6.4 Anmerkungen zum Manual

Um brauchbare Ergebnisse mit entsprechenden Interrater-Korrelationen bei weiteren Videoanalysen zu gewährleisten, bietet es sich an ein Kodierungsmanual zu entwickeln. Die nachfolgenden Gedanken stellen nicht den Versuch dar ein solches Manual zu erstellen, sondern sollen beim Erstellen eines solchen helfen und könnten als Grundlage dienen. Ein komplettes Manual zu erstellen würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dennoch erscheint es den Autoren wichtig hier einige Punkte zu nennen, da sie nicht nur für zukünftige Studien hilfreich sein könnten, sondern auch besser verstehbar machen, worauf beim Kodieren zu achten ist und wo sich Schwierigkeiten ergeben bzw. wie sich diese lösen oder umschiffen lassen.

Zunächst sollte das Manual eine Übersicht über die verschiedenen Typen der Innovative Moments enthalten wie unter Kapitel 3.2.2 in Tabelle 1. Allerdings sollte hierbei eine Anpassung der Kategorien, wie im Kapitel 6.2 beschrieben, vorgenommen werden, um es den Kodierern zu erleichtern Innovative Moments zu erkennen und diese den verschiedenen Kategorien zuzuordnen. Hierzu ist es auch hilfreich Beispiele aus der Laufbahnberatung zu den einzelnen Kategorien anzubieten, wie sie beispielsweise in den Ergebnissen unter Kapitel 5. zu finden sind. Diese können dann, mit den jeweiligen Erklärungen als Richtschnur, beim Kodieren dienen.

Die Videoanalyse braucht Zeit und die Aufgabe ist nicht zu unterschätzen. Es hilft eine Übersicht über die verschiedenen Innovative Moments griffbereit zu haben. Beispiele für die Kategorien und die wichtigsten vereinbarten Punkte des Kodierens, wie im nächsten Abschnitt aufgeführt. Sie stellen ebenso eine grosse Hilfe dar und können dem Kodierer mehr Sicherheit im

Kodierungsprozess geben. Der Kodierungsprozess selbst stellt dann eine sehr gute Möglichkeit dar ein tieferes Verständnis dafür zu erlangen, was in der Laufbahnberatung passiert.

6.4.1 Wichtige Punkte eines Manuals

Bei den Videoanalysen dieser Arbeit diente das von der Forschergruppe um Gonçalves entwickelte Manual (2016b) und deren Ideen zur Vorbereitung, beziehungsweise des Trainings von angehenden Kodierern, als Grundlage. Allerdings hat sich schnell herausgestellt, dass die Videoanalyse eine teilweise andere Herangehensweise an das Kodieren erforderte. Insofern haben die Autoren nach der Trainingsanalyse begonnen einige zusätzliche Richtlinien festzuhalten und andere aus Gonçalves unveröffentlichtem Manual so anzugleichen, dass sie für die Videoanalyse nutzbar wurden. Punkte, die zu grossen Teilen dem Manual der Gonçalves Gruppe entsprechen, sind im folgenden durch eine 1 gekennzeichnet. Alle anderen Punkte entstanden durch die Diskussion der Autoren vor und zwischen den einzelnen Kodierungssessions.

Generell:

- a) Kodierer müssen das zu analysierende Videomaterial einmal vollständig gesichtet haben, um sich mit der Beratungssession vertraut zu machen und die Fragestellung zu erarbeiten.¹
- b) Bevor die Kodierer unabhängig voneinander die Kodierungen vornehmen, stimmen sie die Fragestellungen miteinander ab, die sie im gesamten Videomaterial gefunden haben.¹
- c) Beim Analysieren nehmen sich die Kodierer die jeweils nötige Zeit und können das Videomaterial so oft sie es für nötig halten sichten.¹

Innovative Moments (IM):

- a) IM sind Lösungsansätze, die nicht innovativ für den Klienten sein müssen sondern innovativ für den Prozess. Das heisst, sie stehen im Kontrast zur Fragestellung bzw. dem Problem.
- b) IM haben einen Bezug zur Fragestellung.¹
- c) Der Bezug zur Fragestellung muss dem Klienten nicht unbedingt bewusst sein, dann handelt es sich jedoch höchstens um ein IM erster Stufe.

- d) IM können in der Vergangenheits-, Gegenwarts- oder Zukunftsform ausgedrückt werden.¹
- e) Erwähnte lösungsbezogene Handlungen in der Vergangenheit gelten als Action IM.
- f) IM ohne direkt sichtbaren Bezug zur Fragestellung sind auf der ersten Stufe angesiedelt.
- g) Ein IM kann nicht von einem nicht-direktiven zu einem direktiven werden. In diesem Fall handelt es sich um ein neues IM.
- h) Kommt ein IM mehrfach auf, wird es nicht als neues IM kodiert.
- i) Ist der Kodierer nach mehrfachem hören einer Sequenz unsicher, wie und ob diese zu kodieren sei, so kann er sie als "unsichere Stelle" kodieren. Diese Stellen werden nach dem unabhängigen Kodieren besprochen und rekodiert, bevor die Ergebnisse der Kodierer verglichen werden.
- j) Die Anzahl der IM geht vor deren Salienz. Wird ein IM durch einen anderen Gedankengang unterbrochen, so wird dieser mitkodiert.
- k) IM können direktiv oder nicht-direktiv entstehen. Als direktiv gelten IM, die vom Berater zuerst geäußert und vom Klienten angenommen werden. Entsteht ein IM durch den Klienten selbst gilt dieser IM als nicht-direktiv, auch wenn der IM durch eine allgemeine Frage des Beraters eingeleitet wird, welche den IM nicht bereits enthält.
- l) Negative Veränderungen stellen keine IM dar.¹
- m) Kodiert wird der gesamte Gesprächsabschnitt, der um das IM kreist – aber so kurz wie möglich.
 - Die Frage muss so kodiert werden, dass der Kontext klar ist.
 - Die Frage muss so kodiert werden, dass ersichtlich ist, ob es sich um einen direktiven oder nicht-direktiven IM handelt.

6.4.2 Reliabilität

Die Forschergruppe um Gonçalves (2016b) schlägt vor das gesamte Material von einem erfahrenen Kodierer kodieren zu lassen. Daneben soll ein zweiter Kodierer mindestens 30% des Materials kodieren um über das Cohen Kappa die Interraterkorrelation aufzeigen zu können. Während des Kodierens, beziehungsweise zwischen Kodierungssessions, haben die Kodierer die Möglichkeit sich gegenseitig abzustimmen und ihre Übereinstimmungen und Abweichungen im Kodieren zu diskutieren. Sollte es Abweichungen geben, so sind diese zu diskutieren und diese Stellen gemäss der Einigung zu kodieren.

Sollte das Cohens Kappa unter 0.75 liegen, so muss ein externer, erfahrener Auditor hinzugezogen werden um eine finale Kodierung zu erreichen.

Im Gegensatz dazu schlagen die Autoren die unter 4.5.2 und 5.6 bereits erläuterte Vorgehensweise vor. Beide Kodierer sollten das gesamte Video unabhängig voneinander analysieren. Ein vorheriger Trainingslauf mit einem Trainingsvideo, welches von erfahrenen Kodierern analysiert wurde, könnte Sicherheit geben und als Richtschnur helfen. Beide Kodierer haben die Möglichkeit unsichere Stellen als solche kenntlich zu machen, um zu verdeutlichen etwas erkannt zu haben, das diskussionswürdig ist. Anschliessend vergleichen die Kodierer die markierten Stellen und diskutieren über die richtige Zuordnung zu den IM Typen und über die als unsicher markierten Stellen. Über Abweichungen ist Buch zu führen um später die Interraterkorrelation gemäss der Formel unter 5.6. errechnen zu können. Abweichungen dabei sind Stellen, die ein Kodierer, der anderer jedoch nicht, erkannt hat. Sollte ein Kodierer eine unsichere Stelle identifiziert haben, der zweite jedoch nichts, so ist zu diskutieren ob es sich hier um ein IM handelt oder nicht. Kommen die Kodierer zu dem Schluss, es handle sich um ein IM, so gilt dies als Abweichung, weil einer der Kodierer die Stelle nicht erkannt hat. Hat der zweite Kodierer jedoch diese Stelle als IM markiert, so handelt es sich nur um eine Abweichung, falls beide Kodierer beim diskutieren der Stelle zu dem Schluss kommen, die Sequenz beinhalte kein IM.

Auf diese Weise ist gewährleistet, Aussagen über die Übereinstimmungen beider Kodierer machen zu können und dennoch die Möglichkeit zu haben einen Konsens für eine finale Kodierungsversion zu finden. Das Cohen Kappa in Videosequenzen zu berechnen gestaltet sich als äusserst schwierig, da es nie gelingen wird einzelne Sequenzen, auf den Sekundenbruchteil genau, unabhängig voneinander zu kodieren. Die Arbeit mit Transkripten ist diesbezüglich wesentlich einfacher, da hier Markierungen nicht am Zeitstrahl sondern an Worten festgemacht werden können.

7. Schlusswort

Ein Ziel der vorliegenden Arbeit bestand darin herauszufinden ob das IMCS eine Möglichkeit darstellt, auf Video aufgezeichnete Laufbahnberatungen zu evaluieren. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass dies im Rahmen dieser qualitativen Arbeit sehr gut möglich ist. Es konnte beispielsweise gezeigt werden, dass es in Bezug auf Innovative Moments durchaus einen Unterschied macht, wenn Berater nicht-direktiv vorgehen. Diesen Unterschied in den vier Videos sichtbar machen zu können, darin steckt die zentrale Erkenntnis. Bedeutet dies doch, dass das Innovative Moments Coding System Beratungen diesbezüglich evaluierbar macht. Das, wie in unserem Fall, nicht-direktive Berater mehr Innovative Moments provoziert haben, gilt es jedoch in einer quantitativen Studie erst noch zu überprüfen. Grundsätzlich gilt es auch zu bedenken, dass die Anzahl von Innovative Moments noch keinen grossen Hinweis auf eine qualitativ hochwertige Beratung gibt. Es gilt genauer zu schauen, welche Typen von IM aufgetreten sind und auf welcher Stufe.

Für die Autoren haben sich auch einige interessante neue Fragen ergeben, die durchaus als Ausgang für weitere spannende Arbeiten dienen könnten. Beispielsweise stellt sich die Frage, ob andere Beratungsmethoden signifikant unterschiedliche Innovative Moments produzieren und sich mit Hilfe des IMCS auch Beratungsmethoden vergleichen liessen.

Vielleicht besteht eine Stärke des Career Construction Interviews nämlich gerade darin den Klienten nicht auf die übliche Art und Weise über seine Situation sprechen zu lassen. Darin, nicht fragen zu stellen, die der Klient schon mehrfach beantwortet hat und deswegen bereits passende Antworten parat hat. Dies könnte ihn dazu bringen neue Perspektiven einnehmen zu können und sich neu zu hinterfragen. Eine Fragetechnik oder Methode, die dies nicht leistet, könnte weniger diversifizierte Innovative Moments zu Tage fördern und auf der Ebene einer einfachen Reflexion verharren. Derartige Hypothesen könnten in Untersuchungen mit Hilfe des IMCS überprüft werden. Auch dies könnte zu einem vertieften Verständnis dafür beitragen, was eine gute Beratung ausmacht beziehungsweise, was hilft.

Allerdings ist die Analyse mit dem IMCS durchaus zeitaufwendig und bedarf etwas Übung. Es wäre hilfreich das IMCS für Laufbahnberatung und Videoanalysen etwas anzupassen. Ideen, wie Teile dieser Anpassung aussehen könnten, haben die Autoren in dieser Arbeit diskutiert. Sollten in diesem Rahmen auch die Definitionen der Typen von Innovative Moments überarbeitet werden, ist jedoch zu bedenken, dass dann deren Wirksamkeit auch erst wieder überprüft werden müsste, um sicher zu gehen, dass diese tatsächlich immer noch gute Indikatoren für ein langfristiges Weiterkommen der Klienten sind. Es gibt also viel zu tun, aber die Arbeit lohnt sich mit Sicherheit, auch ganz besonders für diejenigen, die sie verrichten.

Aus Sicht der Autoren war die Beschäftigung mit der vorliegenden Arbeit dann auch auf vielen Ebenen gewinnbringend. Das vertiefte Befassen mit der Beratungsmethode und die Effekte, die gefunden werden konnten, haben dazu geführt, dass die Autoren das Career Construction Interview vermehrt und selbstbewusster in der eigenen Beratungspraxis einsetzen. Die intensive Auseinandersetzung mit den Beratungsvideos war sehr lehrreich und das gezielte Suchen nach den Innovative Moments führte zu spannenden Diskussionen und Erkenntnissen, die uns nachhaltig prägen werden. Überhaupt stellen die Autoren einen immensen Mehrwert in der intensiven Befassung mit dem Videomaterial fest. Ein Effekt, der sich eventuell auch auf zukünftige Studierende am IAP übertragen liesse, beispielsweise wenn Videoanalysen Teil des Curriculums würden.

Viele der anfangs erwähnten Fragen sind noch offen und es war auch nicht das Ziel, diese hier abschliessend zu beantworten, was sich ja auch am explorativen Charakter der vorliegenden Arbeit zeigt. Dennoch förderte die Beschäftigung mit dieser Arbeit einige Anhaltspunkte zu Tage, warum diese Antwort für die Autoren vielleicht passender sein könnte als jene. Insofern trägt sie dazu bei, zukünftig mutig Entscheidungen zu fällen und weiter Erfahrungen zu sammeln.

Vielleicht ist die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung ja auch gerade deshalb so ein spannendes Feld, weil Antworten schwierig zu finden sind und von Berater zu Berater, von Klient zu Klient, von Situation zu Situation unterschiedlich ausfallen können.

Literaturverzeichnis

- Cardoso, P., Silva, J. R., Gonçalves, M. M., & Duarte, M. E. (2014a). Innovative moments and change in Career Construction Counseling. *Journal of Vocational Behavior*, 84(1), S.11 - 20. doi:10.1016/j.jvb.2013.10.001
- Cardoso, P., Silva, J. R., Gonçalves, M. M., & Duarte, M. E. (2014b). Narrative innovation in life design counseling: The case of Ryan. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), S.276 - 286. doi:10.1016/j.jvb.2014.08.001
- Cardoso, P., Duarte, M. E., Gaspar, R., Bernardo, F., Janeiro, I. N., & Santos, G. (2016a). Life Design Counseling: A study on client's operations for meaning construction. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S.13 - 21. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.007
- Cardoso, P., Gonçalves, M. M., Duarte, M. E., Silva, J. R., & Alves, D. (2016b). Life Design Counseling outcome and process: A case study with an adolescent. *Journal of Vocational Behavior*, 93, S.58 - 66. doi:10.1016/j.jvb.2016.01.002
- Ertelt, B.-J., & Ruppert, J.-J. (2011). *Life-designing: Ein Paradigma für die berufliche Laufbahngestaltung im 21. Jahrhundert*. Schwerte: dvb. Download (1.4.2018) von http://www.sdbb.ch/dyn/bin/193709-187752-1-life_designing_d_gedreht.pdf
- Elias Hull Porter, J. R. (1943). The Development and Evaluation of a Measure of Counseling Interview Procedures: Part I2 the Development. *Educational and Psychological Measurement*, 3(1), S.105-125. doi:10.1177/001316444300300111
- Di Fabio, A. (2016). *Life Design and Career Counseling Innovative Outcomes* (64(1)). doi:10.1002/cdq.12039
- Duarte, M. E., & Cardoso, P. (2015). The Life Design Paradigm: From Practice to Theory. In Nota, L. & Rossier, J. (Hrsg.). *Handbook of Life Design: From Practice to Theory and from Theory to Practice* (1). S.Hogrefe Publishing.
- Fritz, E., & Zyl, G. V. (2015). *Lifelines Career Assessment: Qualitative Approaches*. Rotterdam: SensePublishers. doi:10.1007/978-94-6300-034-5_10
- Gonçalves, M. M., Ribeiro, A. P., Mendes, I., Matos, M., & Santos, A. (2011). Tracking novelties in psychotherapy process research: The innovative moments coding system. *Psychotherapy Research*, 21(5), S.497-509. doi:10.1080/10503307.2011.560207
- Gonçalves, M. M., Mendes, I., Ribeiro, A. P., Angus, L. E., & Greenberg, L. S. (2010). Innovative Moments and Change in Emotion-Focused Therapy: The Case of Lisa.

Journal of Constructivist Psychology, 23(4), S.267-294. doi:
10.1080/10720537.2010.489758

- Gonçalves, M. M., Mendes, I., Cruz, G., Ribeiro, A. P., Sousa, I., Angus, L., & Greenberg, L. S. (2012). Innovative moments and change in client-centered therapy. *Psychotherapy Research*, 22(4), S.389-401. doi:
10.1080/10503307.2012.662605
- Gonçalves, M. M., Matos, M., & Santos, A. (2009). Narrative Therapy and the Nature Of “Innovative Moments” in the Construction of Change. *Journal of Constructivist Psychology*, 22(1), S.1-23. doi:10.1080/10720530802500748
- Gonçalves, M. M., Rosa, C., Ribeiro, A. P., Alves, D., Mendes, I., Silva, J., & Sousa, I. (2016a). *Narrative change occurs in two stages in psychotherapy: From low to high-level innovative moments*. Manuscript in preparation. (Kontakt: Miguel Gonçalves <mgoncalves@psi.uminho.pt>)
- Gonçalves, M. M., Ribeiro, A. P., Mendes, I., Alves, D., Silva, J., Rosa, C., Braga, C., Batista, J., Fernández-Navarro, P., & Oliveira, J. T. (2017). Three narrative-based coding systems: Innovative moments, ambivalence and ambivalence resolution. *Psychotherapy Research*, 27(3), S.270-282. doi:10.1080/10503307.2016.1247216
- Gonçalves, M. M., Gabalda, I. C., Ribeiro, A. P., Pinheiro, P., Borges, R., Sousa, I., & Stiles, W. B. (2014). The Innovative Moments Coding System and the Assimilation of Problematic Experiences Scale: A case study comparing two methods to track change in psychotherapy. *Psychotherapy Research*, 24(4), S.442-455. doi:
10.1080/10503307.2013.835080
- Gonçalves, M. M., Matos, M., & Santos, A. (2007). *Innovate moments coding system*. University of Minho: Available from the authors. (Kontakt: Miguel Gonçalves <mgoncalves@psi.uminho.pt>)
- Gonçalves, M. M., Matos, M., Santos, A., Ribeiro, A. P., Mendes, I., Silva, J., Batista, J., Rosa, C., & Fernández-Navarro, P. (2018). *Innovative moments coding system: Training Guidelines*. University of Minho: Unveröffentlicht mit Genehmigung der Autoren.
(Kontakt: Miguel Gonçalves <mgoncalves@psi.uminho.pt>)
- Gonçalves, M. M., Matos, M., Santos, A., Ribeiro, A. P., Mendes, I., Silva, J., Batista, J., Rosa, C., & Fernández-Navarro, P. (2016b). *Innovative moments coding system: Coding Manual (Version 8)*. University of Minho: Unveröffentlicht mit Genehmigung der Autoren. (Kontakt: Miguel Gonçalves <mgoncalves@psi.uminho.pt>)
- Gschwend, A., & Schreiber, M. (2016). Geschichten erzählen - Zukunft entwerfen. Download 1.4.2018, von http://www.panorama.ch/dyn/3150.aspx?id_article=1612

- Gudbjörg, V., & Torfi, H. T. (2016). The career construction interview and literary analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S. 40-50. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.011
- Guichard, J. (2015). From Vocational Guidance and Career Counseling to Life Design Dialogues. In Nota, L. & Rossier, J. (Hrsg.). *Handbook of Life Design: From Practice to Theory and from Theory to Practice* (1). S.11-25. Hogrefe Publishing.
- Guichard, J. (2016). Reflexivity in life design interventions: Comments on life and career design dialogues. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S.78 - 83. doi:10.1016/j.jvb.2016.08.001
- Hartung, P. J. (2015). *The Career Construction Interview Career Assessment: Qualitative Approaches*. Rotterdam: SensePublishers. doi:10.1007/978-94-6300-034-5_13
- Hartung, P. J., & Vess, L. (2016). Critical moments in career construction counseling. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S. 31-39. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.014
- Hermans, H. J. M., & Hermans-Jansen, E. *Self-narratives: The construction of meaning in psychotherapy* (1995). New York: Guilford.
- Hermans, H. J. M., & Kempen, H. J. G. (1993). *The dialogical self: Meaning as movement*. San Diego, CA, US: Academic Press.
- Hirschi, A. (2008). Kognitive Laufbahntheorien und ihre Anwendung in der beruflichen Beratung. In Läge, D. & Hirschi, A. (Hrsg.). *Berufliche Übergänge - Psychologische Grundlagen für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung*. S. 9-43. Münster/Zürich: LIT.
- Hirschi, A. (2013a). Berufswahltheorien - Entwicklung und Stand der Diskussion. In Rahn, S. & Brüggemann, T. (Hrsg.). *Lehr- und Arbeitsbuch zur Studien- und Berufsorientierung*. S. 27-41. Münster: Waxmann Verlag.
- Hirschi, A. (2013b). Neue Theorien in der Laufbahnforschung und deren Implikationen für die Beratungspraxis. In Hammerer, M., Kanelutti, E., & Melter, I. (Hrsg.). *Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung II: Das Gemeinsame in der Differenz finden*. S. 105-113. Bielefeld: Bertelsmann.
- Hirschi, A., & Dauwalder, J.-P. (2015). Handbook of the Life Design paradigm: From practice to theory, from theory to practice. In Nota, L. & Rossier, R. (Hrsg.). *Dynamics in Career Development: Personal and Organizational Perspectives*. S. 27-39. Boston, MA: Hogrefe.
- Hillmann, K.-H. (1994). *Wörterbuch der Soziologie*. Kroener Alfred GmbH + Co.
- Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments*. Psychological Assessment Research Inc., U.S.

IAP Institut für Angewandte Psychologie, Department Angewandte Psychologie Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

- Jacobus, G. M. (2016). How career construction counseling promotes reflection and reflexivity: Two case studies. *Journal of Vocational Behavior, 97*, S. 22-30. doi: 10.1016/j.jvb.2016.07.009
- Marx, W. (2005). *Theorie der Wirklichkeit: Essays* (3. verbesserte und erweiterte Auflage). Innsbruck-Wien-München-Bozen: Ed. Sturzflüge. StudienVerlag.
- Matos, M., & Gonçalves, M. M. (2004). Narratives on martial violence: The construction of change through re-authoring. In Abrunhosa (Hrsg.). *Assessment, intervention and legal issues with offenders and victims*. S. 161-170. Bruxelles: Politea (nur direkt über die Autoren beziehbar).
- McMahon, M., & Watson, M. (2015). *Career Assessment: Qualitative Approaches (Career Development)*. Sense Publishers.
- Nota, L., & Rossier, J. (2015). *Handbook of Life Design: From Practice to Theory and from Theory to Practice* (1 Auflage). Hogrefe Publishing.
- Nussbeck, S. (2006). Kapitel 3. Theoretische Konzepte der Beratung (Einführung in die Beratungspsychologie). München: Reinhardt. S. 51-81.
- Patton, W., & McMahon, M. (2014). *Career Development and Systems Theory; Connecting Theory and Practice* (3rd edition). SensePublishers.
- Porter JR, E.H. (1943). The Development and Evaluation of a Measure of Counseling Interview Procedures: Part Ii the Evaluation. *Educational and Psychological Measurement, 3*(1), S. 214-238. doi:10.1177/001316444300300120
- Porter JR, E.H. (1943). The Development and Evaluation of a Measure of Counseling Interview Procedures: Part I2 the Development. *Educational and Psychological Measurement, 3*(1), S.105-125. doi:10.1177/001316444300300111
- Pouyaud, J., Bangali, M., Cohen-Scali, V., Robinet, M. L., & Guichard, J. (2016). Exploring changes during life and career design dialogues. *Journal of Vocational Behavior, 97*, S. 3-12. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.008
- Reid, H., Bimrose, J., & Brown, A. (2016). Prompting reflection and learning in career construction counseling. *Journal of Vocational Behavior, 97*, S. 51-59. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.013

- Reinekke, L., Frans, M., & Deirdre, H. (2016). Creative writing for life design: Reflexivity, metaphor and change processes through narrative. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S.60 - 67. doi:10.1016/j.jvb.2016.07.012
- Rogers, C. R. (1983). *Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Client-Centered Therapy*. FISCHER Taschenbuch.
- Rogers, C. R. (1985). *Die nicht-direktive Beratung*. Fischer.
- Sander, K., & Ziebertz, T. (2006). *Personzentriert Beraten – Lehren – Lernen – Anwenden: Ein Arbeitsbuch für die Weiterbildung (Transfer aus den Sozial- und Kulturwissenschaften)*. Frank & Timme.
- Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In Brown, S. D. & Lent, R. W. (Hrsg.). *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*. S.Hoboken, New Jersey: Wiley & Sons, Inc.
- Savickas, M. L. (2009). Life designing: A paradigm for career construction in the 21st century. *Journal of Vocational Behavior*, 75(3), S. 239-250. doi:10.1016/j.jvb.2009.04.004
- Savickas, M. L. (2011a). Constructing careers: actor, agent, and author. *Journal of Employment Counseling*, 48(4), S. 179-181. doi:10.1002/j.2161-1920.2011.tb01109.x
- Savickas, M. L. (2011b). New Questions for Vocational Psychology: Premises, Paradigms, and Practices. *Journal of Career Assessment*, 19(3), S. 251-258. doi: 10.1177/1069072710395532
- Savickas, M. L. (2011c). *Career Counseling*. Washington, D.C: American Psychological Association.
- Savickas, M. L. (2015). *Life-Design Counseling Manual*. Download von <http://www.vocopher.com/LifeDesign/LifeDesign.pdf> (15.1.2018)
- Savickas, M. L. (2016). Reflection and reflexivity during life-design interventions: Comments on Career Construction Counseling. *Journal of Vocational Behavior*, 97, S. 84-89. doi:10.1016/j.jvb.2016.09.001
- Schreiber, M. (2015). Kapitel 3: Life Design und Career Construction Theory. In Zihlmann, R. & Jungo, D. (Hrsg.). *Berufswahl in Theorie und Praxis : Konzepte der Berufswahlvorbereitung und der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung unter veränderten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen*. S. 83-104. SDBB Verlag.

Super, D. E. (1990). A life-span, life-space approach to career development. In Brown, D., Brooks, L., & Associates (Hrsg.). *Career Choice and Development* (Vol. 2). S.San Francisco: Jossey-Bass.

Taylor, J. M., & Savickas, S. (2016). Narrative career counseling: My career story and pictorial narratives. *Journal of Vocational Behavior*, *Ausg. 97*, S. 68-77. doi: 10.1016/j.jvb.2016.07.010

Thomas, W. I. (1928). *The Methodology of Behavior Study*. Download 29.01.2018, von https://brocku.ca/MeadProject/Thomas/Thomas_1928_13.html

Vocopher is a career collaboratory involving academic professionals, career counselors, and professional web developers. The purpose of Vocopher is to provide researchers and counselors with resources with which to further their research and assist their clients respectively. Download 5.4.2018, von <http://www.vocopher.com/>

Ward, E., King, M., Lloyd, M., Bower, P., Sibbald, B., Farrelly, S., Gabbay, M., Tarrier, N., & Addington-Hall, J. (2000). *Randomised controlled trial of non-directive counselling, cognitive-behaviour therapy, and usual general practitioner care for patients with depression. I: Clinical effectiveness* (321(7273)). BMJ Publishing Group Ltd. doi:10.1136/bmj.321.7273.1383

White, M. (2007). *Maps of narrative practice*. WW Norton & Company.

White, M., & Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. WW Norton & Company.

Anhang

Selbständigkeits- und Herausgabeerklärung

Separat und vertraulich:

MaxQDA-Dateien der analysierten Videos

1. Kodierungsversionen der Kodierer
2. Finale Version (nach Absprache)

Selbständigkeitserklärung Studierende

Erklärung der MAS-Studierenden Thomas Kniest und Kevin Kreuzer

Wir erklären hiermit, dass wir die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt haben. Alle wörtlichen oder sinngemäss verwendeten Gedanken, Aussagen und Argumente sind unter Angabe der Quellen (einschliesslich elektronischer Medien) kenntlich gemacht. Die vorliegende Arbeit oder Auszüge daraus wurden in keiner anderen Prüfung vorgelegt.

Glarus, 8.7.18
(Ort, Datum)

T. Kniest
(Unterschrift Verfasser 1)

Basel, 8.7.18
(Ort, Datum)

K. Kreuzer
(Unterschrift Verfasser 2)

Die MAS Arbeiten sind grundsätzlich öffentlich zugänglich. In begründeten Fällen können Einschränkungen der Herausgabe festgelegt werden. In einzelnen Fällen werden die MAS Arbeiten elektronisch auf der ZHAW Internetseite veröffentlicht. Diese elektronische Veröffentlichung beinhaltet jedoch keinen rechtlichen Anspruch auf eine Publikation.

Herausgabeerklärung Betreuungsperson

Die vorliegende MAS-Arbeit darf

- Uneingeschränkt herausgegeben werden
- Nur unter Aufsicht der Betreuungsperson oder der Studiengangleitung eingesehen und nicht vervielfältigt werden
- Nicht herausgegeben werden

Zürich, 29.9.2018
(Ort, Datum)

.....
(Unterschrift der Betreuungsperson)