



Masterarbeit im Rahmen des Master of Advanced
Studies ZFH in Berufs-, Studien- und Laufbahnbera-
tung

Das Zürcher Ressourcen Modell (ZRM[®]) in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

Eine Untersuchung über Erfahrungen mit dem ZRM
in der BSLB

Eingereicht dem Institut für Angewandte Psychologie
IAP, Departement Angewandte Psychologie der
ZHAW

von

Lena Keller

am

12.10.2012



Referent/Referentin: Hanni Bütler, dipl. Psychologin FH, eidg. dipl.
Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin

„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“.

Vertraulich

wenn nicht für die Bibliothek freigegeben.

*Blicke in dein Inneres.
Da ist die Quelle des Guten,
die niemals aufhört zu sprudeln,
wenn du nicht aufhörst zu graben.*

Marc Aurel

Abstract

Das Zürcher Ressourcen Modell (ZRM[®]) ist eine von Maja Storch und Frank Krause entwickelte Selbstmanagement-Methode, die unter anderem auf neurowissenschaftlichen Erkenntnissen beruht. Dank des ZRMs kann sich der Mensch mittels Bildern über eigene (Lebens-)Themen klar werden, Ziele entwickeln, die eigenen Ressourcen aktivieren und zu zielorientiertem Handeln gelangen. Dabei folgt das ZRM dem von Heckhausen und Gollwitzer beschriebenen „Rubikon-Prozess“, der den zielorientierten Handlungsprozess vom Motiv bis zur Handlung beschreibt. Eine für diese Arbeit durchgeführte Umfrage hat bestätigt, dass das ZRM auch in der Laufbahnberatung gewinnbringend eingesetzt werden kann, sofern die Beratungssituation sich dafür eignet und der/die KlientIn offen ist, sich auf die Methode einzulassen. Auch wenn das ZRM keine konkreten Laufbahnlösungen hervorbringt, so wird es von Beratenden- wie auch von Klientenseite als sehr hilfreich empfunden, da es auf einer anderen als der verbalen Ebene arbeitet und das Unbewusste sowie die Gefühle der KlientInnen in den Entscheidungsprozess einbezieht. Zu empfehlen wäre also eine bessere Bekanntmachung und Verankerung des Zürcher Ressourcen Modells in der heutigen Laufbahnberatungslandschaft.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Fragestellung	1
1.1. Ausgangslage.....	1
1.2. Gliederung der Arbeit.....	2
1.3. Abgrenzung.....	2
2. Theoretische Grundlagen	3
2.1. Das Gehirn aus Sicht der Neurowissenschaften.....	3
2.1.1. Das Unbewusste.....	3
2.1.2. Was sind Emotionen?.....	5
2.1.3. Somatische Marker.....	6
2.2. Der Rubikon-Prozess.....	8
2.2.1. Das Bedürfnis.....	9
2.2.2. Das Motiv.....	10
2.2.3. Die Intention.....	11
2.2.4. Die präaktionale Vorbereitung.....	12
2.2.5. Die Handlung.....	13
2.3. Das Zürcher Ressourcen Modell und seine Phasen.....	14
2.3.1. Phase 1: Das Thema.....	16
2.3.2. Phase 2: Vom Thema zum Ziel.....	17
2.3.3. Phase 3: Vom Ziel zum Ressourcenpool.....	19
2.3.4. Phase 4: Die Ressourcen gezielt einsetzen.....	20
2.3.5. Phase 5: Integration und Transfer.....	21
2.4. Das ZRM in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung.....	21
3. Methode	24
3.1. Methodisches Vorgehen.....	24
3.2. Umfrage.....	24
3.3. Stichprobe.....	25
3.4. Datenerhebung.....	26
3.5. Datenauswertung.....	26
4. Ergebnisse	28
4.1. Umfrageauswertung.....	28
4.1.1. Quantitative Antworten.....	28
4.1.2. Qualitative Antworten.....	31
4.1.2.1. Art und Dauer der Durchführung.....	32
4.1.2.2. Beratungssituationen, in denen das ZRM eingesetzt wird.....	32
4.1.2.3. Erfahrungen mit dem ZRM.....	33
4.1.2.4. Vorteile des ZRMs.....	34
4.1.2.5. Grenzen und Nachteile des ZRMs.....	35
4.1.2.6. KlientInnen-Rückmeldungen zum ZRM.....	36
4.2. Ergebnisse aus der Einführung des ZRMs am BIZ Thun.....	37

5. Diskussion.....	38
5.1. Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse.....	38
5.1.1. Allgemeine Bemerkungen zur Anwendung des ZRMs in der BSLB.....	38
5.1.2. Anmerkungen zu den Vorteilen des ZRMs.....	40
5.1.3. Anmerkungen zu den Nachteilen des ZRMs.....	42
5.1.4. Anmerkungen zu den KlientInnen-Rückmeldungen zum ZRM.....	43
5.1.5. Erkenntnisse aus der Einführung des ZRMs am BIZ Thun.....	44
5.2. Beantwortung der Fragestellung.....	45
5.3. Fazit.....	46
5.4. Kritische Betrachtung der Methode.....	48
5.5. Kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen.....	49
6. Zusammenfassung.....	51
7. Literatur.....	53

Anhang

1. Einleitung und Fragestellung

In der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gibt es Beratungssituationen, in denen man im Gespräch oder mit den üblichen diagnostischen Verfahren nicht weiterkommt. Etwa dann, wenn eine Klientin nicht genau sagen kann, was sie eigentlich möchte. Oder wenn ein Klient zwar genau weiss, was er möchte, es aber nicht schafft, sein Ziel in die Tat umzusetzen. Dann kann es hilfreich sein, das Unbewusste und die Gefühlswelt in die Beratung mit einzubeziehen. Denn vielleicht liegen dort die Gründe für die Ziellosigkeit oder die Hemmung etwas zu realisieren. Das Zürcher Ressourcen Modell ist eine Methode des Selbstmanagements, die erlaubt, unbewusste Bedürfnisse sichtbar zu machen und sie somit in die Lösungsfindung einzubeziehen. Zum Thema dieser Arbeit habe ich es gemacht, weil ich das ZRM im Rahmen meiner Weiterbildung zur Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin kennengelernt habe und nur Positives damit verbinde: So war ich verblüfft, welche unbewussten Bedürfnisse mit Hilfe des ZRMs zutage traten, als es im Rahmen eines Praktikums mit mir durchgeführt wurde. Auch berichteten Laufbahnberatende in einer Vorlesung genauer darüber, wie sie damit seit Jahren erfolgreich arbeiten.

1.1. Ausgangslage

Eigentlich nicht für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung konzipiert, stellt das von Dr. Maja Storch und Dr. Frank Krause entwickelte Zürcher Ressourcen Modell - im Folgenden „ZRM“ genannt - eine Methode dar, die unbewusste Ressourcen aktiviert und somit darauf abzielt, neben bewussten auch unbewusste Bedürfnisse in der Lebensgestaltung zu berücksichtigen. So ermöglicht es den Menschen, ihren Weg selbstbestimmt und im Einklang von Verstand und „Bauchgefühl“ zu gehen. Interessant zu untersuchen ist nun, inwiefern sich diese Methode auch für die Laufbahnberatung eignet, wie sie dort eingesetzt werden kann bzw. bereits eingesetzt wird, und in welchen Beratungssituationen sie Sinn macht. Die Fragestellung dieser Arbeit lautet also:

Welche Erfahrungen mit dem Zürcher Ressourcen Modell werden in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gemacht?

Um diese Frage zu beantworten, sollen in der vorliegenden Arbeit vor allem folgende Arbeitshypothesen überprüft werden:

- Das ZRM kann als diagnostisches Arbeitsmittel eingesetzt werden, wenn man im Beratungsgespräch nicht weiterkommt. Es eignet sich also vor allem für schwierige Beratungssituationen.
- Da das ZRM auf individuellen Ressourcen aufbaut, eignet es sich für alle KlientInnen, die in eine Laufbahnberatung kommen.
- Der Einsatz des ZRMs in der Laufbahnberatung ist nur möglich, wenn genügend Zeit zur Verfügung steht oder die KlientInnen mehr als einmal zur Beratung kommen.
- Das ZRM könnte öfter in der Laufbahnberatung eingesetzt werden, als dies zurzeit der Fall ist.

Ziel dieser Arbeit ist also einerseits, die Methode des Zürcher Ressourcen Modells vorzustellen. Andererseits soll die oben gestellte Frage mithilfe einer Umfrage unter Laufbahnberatenden beantwortet werden.

1.2. Gliederung der Arbeit

In einem ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen des ZRMs erläutert, die Methode wird beschrieben und eine Verbindung zur Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung hergestellt (Kapitel 2). Um die zu Beginn gestellte Frage beantworten zu können und die Arbeitshypothesen zu überprüfen, wurde eine Umfrage bei Laufbahnberatenden durchgeführt, die in Kapitel 3 beschrieben wird und deren Ergebnisse in Kapitel 4 ausgewertet und anschliessend diskutiert werden (Kapitel 5). Schliesslich wird der Inhalt der Arbeit zusammengefasst (Kapitel 6).

1.3. Abgrenzung

In dieser Arbeit steht der praxisrelevante Nutzen im Vordergrund, d.h. die Bedeutung und mögliche Anwendung des ZRMs im berufsberaterischen Alltag. Im theoretischen Teil wird deswegen nicht detailliert auf die humanistische Psychologie oder die Erkenntnisse der Neurowissenschaften, auf denen das ZRM beruht, eingegangen. Auch werden keine dem ZRM ähnliche oder verwandte (Selbstmanagement-)Methoden besprochen, da dies den Rahmen der Arbeit sprengen würde.

2. Theoretische Grundlagen

Um zu verstehen, auf welchen Grundlagen das Zürcher Ressourcen Modell aufgebaut ist, ist es nötig, sich mit dem Gehirn und mit seiner Bedeutung für das Unbewusste auseinanderzusetzen; dies geschieht in zusammenfassender Form im Kapitel 2.1.. In den darauf folgenden Kapiteln (2.2. und 2.3.) wird der Rubikon-Prozess dargestellt und der Aufbau des ZRMs erläutert, der sich auf diesen Prozess bezieht. Anschliessend wird eine Verbindung vom ZRM zur Laufbahnberatung hergestellt (2.4.).

2.1. Das Gehirn aus Sicht der Neurowissenschaften

In aktuellen neurowissenschaftlichen Untersuchungen hat man herausgefunden, dass das Gehirn als selbstorganisierender Erfahrungsspeicher arbeitet; so werden erlebte Gefühle unter anderem als körperliche Signale gespeichert und spielen bei Bewertungs- und Entscheidungsprozessen eine wichtige Rolle (Krause und Storch, 2007, S. 31). Das Gehirn bewertet alles, was dem Individuum widerfährt, als positiv oder als negativ, bzw. als dem Wohlbefinden zu- oder abträglich. So werden alle gemachten Erfahrungen gespeichert und bilden die Grundlage für künftige Bewertungen und Entscheidungen. Dieser Bewertungsprozess findet unbewusst statt und läuft sehr schnell ab, viel schneller als der Verstand oder die „Vernunft“ etwas einordnen kann. Allerdings müssen nicht alle Erfahrungen vom Individuum neu gemacht werden, denn das Gehirn hat bereits solche unserer Vorfahren gespeichert, die uns sozusagen von Geburt an zur Verfügung stehen und unser Überleben sichern, wie zum Beispiel die Reaktion Kampf oder Flucht auf eine Gefahrensituation (Hüther, 2001, S. 112). Das Ziel dieser unbewussten Bewertung ist es, dem Besitzer oder der Besitzerin des Gehirns möglichst viel psychobiologisches Wohlbefinden zu verschaffen.

2.1.1. Das Unbewusste

Das Unbewusste entscheidet also innerhalb von Sekundenbruchteilen, ob eine von uns gemachte Erfahrung gut oder schlecht für uns ist und kennt nur diese zwei Kategorien, was Damasio (1994) das Phänomen der „Dualität“ nennt. An dieses unbewusst arbeitende Gut-Schlecht-Bewertungssystem unseres Hirns sind positive oder negative Emotionen gekoppelt, die auf das Verhalten des Menschen Einfluss nehmen. Und zwar indem sie aufgrund angeborener oder erworbener Erfahrungen bestimmen, wie der Mensch auf eine (neue) Erfahrung reagieren soll.

Auch der Hirnforscher Gerhard Roth bestätigt, dass vieles von dem, was Menschen hoffen, fühlen und wollen lässt, ausserhalb der Reichweite des bewussten Verstandes

entschieden wird (Roth, 2007). Er ist der Meinung, dass die unbewussten Vorgänge die entscheidenden sind und konnte mit validierten Verfahren nachweisen, dass implizite, d.h. unbewusste Motive von grosser Wichtigkeit sind für unser Entscheidungsverhalten (Roth, 2007). Der Zugang zu unserem Unbewussten ist also ein wichtiger Schlüssel zum Verständnis menschlichen (Entscheidungs)Verhaltens. Hierzu kann man anmerken, dass das Unbewusste dank der Computertomographie heute sichtbar und somit zugänglich und analysierbar gemacht werden kann. So kann zum Beispiel nachgewiesen werden, ob eine Person eine Entscheidung bewusst oder unbewusst fällt (Kuo et al., 2009). Das Unbewusste kann heute also bildlich dargestellt werden und wird nicht länger als „Hirngespinst“ abgetan, wie folgendes Zitat aus Riedeners und Storchs Trainingsmanual für die ZRM-Arbeit mit Jugendlichen (2005) unterstreicht:

Vielmehr betrachtet man das Unbewusste heutzutage als ein modular aufgebautes Prozess-System, das sich in ständiger lernender Auseinandersetzung mit der Umwelt laufend entwickelt. (...) Einen anderen Unterschied zwischen der modernen Konzeption des Unbewussten und der Freudschen Position sieht Wilson (2002) darin, dass viele Vorgänge nicht aufgrund von Verdrängungsprozessen, sondern schlicht aus Effizienzgründen unbewusst stattfinden, eine Ansicht, die auch aus der Sicht der Gehirnforschung von Roth (2003) geteilt wird. (S. 25)

So kann man sichtbar machen, dass die Vorgänge auf der subkortikalen¹ Ebene des limbischen Systems - im Gegensatz zur kortikalen Ebene, die bewusste, „vernünftige“ Vorgänge ermöglicht - unbewusst ablaufen und nur sehr schwer zu steuern oder zu beeinflussen sind. Diese subkortikale Ebene umfasst die primären Affekte wie zum Beispiel Wut, Furcht, Aggression oder Lust, die je nachdem Verteidigung oder Flucht auslösen. Neben den primären Affekten umfasst das subkortikale System auch das, was Roth das „emotionale Erfahrungsgedächtnis“ nennt (Roth, 2001). Damit ist das oben beschriebene Bewertungssystem gemeint, das alles, was der Körper tut, nach einem dualen System bewertet. Dieses Bewertungssystem arbeitet bereits im Mutterleib, also lange vor dem bewussten Denken, das auf die kortikale Ebene angewiesen ist. Um das „emotionale Erfahrungsgedächtnis“ besser zu verstehen, müssen wir uns die Frage stellen, was Emotionen überhaupt sind und welche Bedeutung sie für unser Verhalten haben. Dies geschieht im folgenden Kapitel.

¹ *Subkortikal* bezeichnet Hirnregionen und Hirnfunktionen betreffend, die im Sinne der Hierarchie der Instanzen des Zentralnervensystems "unterhalb" der Großhirnrinde (Cortex cerebri) angesiedelt sind.

2.1.2. Was sind Emotionen?

Die meisten erleben es häufig, dass Gefühle - im Folgenden auch Emotionen genannt - einen starken Einfluss auf unsere Gedächtnisleistungen haben (Roth, 2001, S. 274). Was sind nun aber Gefühle? Der Psychologieprofessor Julius Kuhl definiert Emotionen als erlebniszentrierte Antworten des Organismus, welche die Relevanz eines Erkenntnisgegenstandes für die Befriedigung von Bedürfnissen widerspiegeln (z.B. nach den Kriterien „förderlich“ oder „hinderlich“) und verschiedene kognitive und motivationale Systeme im Sinne einer optimalen Bedürfnisbefriedigung aktivieren oder hemmen (Kuhl, 2009, S. 543). Für ihn treten sie im Erleben als „Figur“ hervor, während Stimmungen den „Hintergrund“ des Erlebens bilden (Kuhl, 2010, S. 104). Auch der Hirnforscher Joseph LeDoux definiert Emotionen als vom Organismus hervorgebracht: Für ihn sind sie eine biologische Funktion des Nervensystems, die in Jahrmilliarden der biologischen Evolution entstanden ist (LeDoux, 1996, S. 14). Gefühle gehören also seit sehr langem zum Menschsein und hatten eine wichtige Funktion im Überleben der Spezies. Interessant ist nun, dass nicht alle Gefühle dem Bewusstsein zugänglich sind: LeDoux ist überzeugt davon, dass ein emotionales Erlebnis sehr viel mehr umfasst als das, was dem menschlichen Geist bewusst ist. Auch ist für ihn klar, dass Emotionen, sobald sie auftreten - und das tun sie meist unerwünscht - zu mächtigen Motivatoren künftigen Verhaltens werden (LeDoux, 1996, S. 22). Er erklärt den Zusammenhang von Emotion und Gehirn folgendermassen (LeDoux, 1996):

Emotionale Gefühle beanspruchen sehr viel mehr Hirnsysteme als Gedanken. Wenn uns eine Emotion packt, dann deshalb, weil etwas Wichtiges, vielleicht etwas Bedrohliches geschieht, und auf dieses Problem wird ein Grossteil der Ressourcen des Gehirns angesetzt. Emotionen lösen eine Fülle von Aktivitäten aus, die alle nur einem Ziel dienen. Das ist bei Gedanken nicht der Fall, es sei denn, sie würden emotionale Systeme anstossen. Wir können tagträumen, während wir etwas anderes tun, zum Beispiel lesen oder essen, und zwischen dem Tagraum und den anderen Tätigkeiten hin und her wechseln. Aber angesichts einer Gefahr oder anderweitig herausfordernder emotionaler Situationen bleibt uns keine Musse, und auch die mentalen Ressourcen werden voll beansprucht. Das ganze Selbst wird von den Emotionen absorbiert. Emotionen bewirken, wie Klaus Scherer gesagt hat, eine Mobilisierung und Synchronisierung der Aktivitäten des Gehirns. (S. 322)

Dies zeigt sehr klar, wie wichtig es ist, die Emotionen zu berücksichtigen, wenn es darum geht, unseren Verstand „emotionsfrei“ einsetzen zu können, zum Beispiel wenn es gilt, eine Entscheidung zu treffen. Auch erklärt LeDoux, dass die unbewusste Verarbeitung von Emotionen viel älter ist als die bewusste (etwa durch Sprache, Benennen von Gefühlen...), und dass bis heute die unbewusste Verarbeitung eher die Regel ist denn die Ausnahme

(LeDoux, 1996, S. 70): „Heute erscheint es unbestreitbar, dass die emotionalen Bedeutungen von Reizen unbewusst verarbeitet werden können. Das emotionale Geschehen im Gehirn spielt sich weitgehend im emotionalen Unbewussten ab.“ Wichtig ist also zu verstehen, dass Vernunft und Verstand eingebettet sind in die affektive und emotionale Natur des Menschen (Roth, 2001, S. 452), und dass alles Kognitive nicht davon abgekoppelt existiert. Auch der amerikanische Neurologe Antonio Damasio schreibt, dass das Gefühl integraler Bestandteil der Verstandesmechanismen ist und bestimmte Aspekte von Gefühl und Empfindung gar unentbehrlich sind für rationales Verhalten (Damasio, 1994, S. 12).

Interessant ist nun anzumerken, dass man Emotionen unabhängig von der subjektiven Selbsteinschätzung und physiologischen Kennwerten identifizieren kann (Kuhl, 2010, S. 109). Das heisst also, dass man Emotionen messen kann, auch wenn wir sie vielleicht gar nicht wahrnehmen (wollen). Im folgenden Kapitel wird nun näher darauf eingegangen, wie sich Emotionen körperlich manifestieren können und somit „messbar“ werden.

2.1.4. Somatische Marker

Sind Emotionen im Spiel, so funktioniert das Gehirn, anders als bei den rein kognitiven Vorgängen, gewöhnlich nicht unabhängig vom Körper. Viele, wenn nicht die meisten Emotionen sind mit körperlichen Reaktionen verbunden (LeDoux, 1996, S. 45). Dies könnte unter anderem daran liegen, dass eine bestimmte Empfindung von der Aktivität zahlreicher spezifischer Gehirnsysteme abhängt, die mit einer Reihe von Körperorganen interagieren (Damasio, 1994, S. 17). Wir wissen auch, dass es charakteristisch für Gefühle ist, dass sie mit deutlichen körperlichen Empfindungen einhergehen und dass sie unser Verhalten beeinflussen: Das Herz hüpft vor Freude oder man bekommt eine Gänsehaut vor Angst. Diese Zuordnung von Gefühlen zu bestimmten körperlichen Reaktionen und Zuständen ist weitgehend angeboren. Emotionen gehen folglich bei allen Menschen mit messbaren physiologischen Zuständen einher; sie sind also in gewisser Masse objektivierbar (Roth, 2001, S. 258). Diese objektiv wahrnehmbaren körperlichen Manifestationen von Gefühlen nennt Damasio „somatische Marker“ (Damasio, 1994):

Da die Empfindung den Körper betrifft, habe ich dem Phänomen den Terminus somatischer Zustand gegeben (*soma* ist das griechische Wort für Körper); und da sie ein Vorstellungsbild kennzeichnet oder „markiert“, bezeichne ich sie als Marker. Dazu ist abermals festzustellen, dass ich somatisch im allgemeinsten Sinne verwende (das heisst, damit alles bezeichne, was zum Körper gehört) und sowohl viszerale¹ wie nichtviszerale Wahrnehmungen gemeint sind, wenn

¹ *Viszeral* bedeutet die Eingeweide betreffend.

von somatischen Markern die Rede ist. (S. 237)

Somatische Marker sind also Signale des Unbewussten, die körperlich bewusst wahrgenommen werden können und unser Annäherungs- und Vermeidungsverhalten steuern. Sie sind weder richtig noch falsch und werden auf der körperlichen Ebene als angenehmes oder unangenehmes Gefühl wahrgenommen, das sehr rasch alles, was einem widerfährt, als dem Wohlbefinden zu- oder abträglich bewertet (vgl. auch Kapitel 2.1.1.). Einerseits bestehen diese Bewertungen auf Instinkten (ererbte Muster), andererseits auf Erfahrungen (emotionales Erfahrungsgedächtnis) und die Bewertung ist immer simpel: gut oder schlecht. So lenkt ein negativer somatischer Marker die Aufmerksamkeit auf das negative Ergebnis, das eine bestimmte Handlungsweise nach sich ziehen kann und wirkt somit als automatisches Warnsignal, das sagt: Vorsicht, Gefahr, wenn du dich für die Möglichkeit entscheidest, die zu diesem Ergebnis führt. Andererseits kann ein positiver somatischer Marker ein Ergebnis betreffen, das in Zukunft eintreffen wird und somit motivierend wirken: So mag der Besuch beim Zahnarzt selbst unangenehm sein, die Aussicht auf gesunde Zähne danach aber sehr angenehm.

Ein positiver somatischer Marker löst also positive Gefühle aus, die man gerne wiederholen möchte (Belohnungssystem, Annäherungsverhalten), bei einem negativen somatischen Marker möchte man etwas vermeiden (Bestrafungssystem). Man kann diese wertenden Gefühle auf einer Skala darstellen und auf zwei Weisen klassifizieren: nach ihrer Valenz (wie positiv oder negativ ist das Gefühl?) und nach ihrer Intensität (wie stark oder schwach ist das Signal der Bewertung?). Wichtig dabei ist, dass die Valenz-Bewertung in zwei Skalen geschehen sollte, da positive und negative Gefühle vom Gehirn von unterschiedlichen Regelkreisen bearbeitet werden.

Den Körper mithilfe der somatischen Marker (wieder) zu entdecken, hilft den meisten Menschen, den Zugang zu sich selbst zu finden. So bestätigt der Neurobiologe Gerald Hüther (2010) Folgendes: Weil er ursprünglich so eng mit dem Gehirn und allem, was dort geschah, verbunden war, bietet der Körper einen besonders leichten Zugang zu allen Ebenen des Erlebens und Verhaltens, zu den im Gehirn abgespeicherten Sinneseindrücken, den Gefühlen, den unbewusst gesteuerten Verhaltensmustern, und nicht zuletzt zu den frühen Erinnerungen (Hüther et al., 2010, S. 97).

In der Laufbahnberatung kann die Arbeit mit somatischen Markern helfen, den Gefühlen auf die Spur zu kommen. Weiss ein Klient nicht genau, ob er einen somatischen Marker wirklich *fühlt* oder nur *denkt*, so hilft es, wenn er bei seiner ersten spontanen Bewertung bleibt (die ist oft nicht „politically correct“). KlientInnen mit Gefühlsblindheit (etwa

Magersüchtige) können trainiert werden, ihre somatischen Marker (wieder) wahrzunehmen (Krause und Storch, 2002).

Die somatischen Marker spielen auch im Zürcher Ressourcen Modell eine wichtige Rolle. Das Modell basiert auf einer Theorie, die „Rubikon-Prozess“ genannt und im folgenden Kapitel vorgestellt wird.

2.2. Der Rubikon-Prozess

Im Zürcher Ressourcen Modell werden die im vorherigen Kapitel beschriebenen Erkenntnisse der Neurowissenschaften miteinbezogen. Um zu verstehen wie, soll im Folgenden zuerst der Rubikon-Prozess erläutert werden, auf dem das Modell aufgebaut ist.

Der zielorientierte Handlungsprozess bildet den Kern motivations- und willenspsychologischer Forschung. Gemäss dem Psychologen Heinz Heckhausen (1987) sind bei einer vollständigen Willenshandlung wie beispielsweise einer Laufbahnentscheidung idealtypisch folgende Phasen zu unterscheiden:

- (1) die realitätsorientierte Motivationsphase;
- (2) die Intentionsbildung;
- (3) die realisierungsorientierte, präaktionale Phase;
- (4) die aktionale Volitions- bzw. Handlungsphase; und
- (5) die postaktionale Phase, die das Erzielte bewertet und für spätere Handlungen berücksichtigt.

Dabei müssen mentale Zielrepräsentationen nach Heckhausen keineswegs bewusst und können auf unterschiedlichen Hierarchieebenen angesiedelt sein. In Anlehnung an diese von Heckhausen entworfene Willenshandlung haben er und Gollwitzer (1990) ein motivationspsychologisches Modell entwickelt, das sie den „Rubikon-Prozess“ nennen. Den Begriff des Rubikon wählte Heckhausen in Anlehnung an Julius Caesar, der im Jahre 49 vor Christus mit den Worten „alea jacta est“ (lat.: der Würfel ist gefallen), kundtat, dass er nach einer Phase des Abwägens den Entschluss gefasst hatte, mit seinen Soldaten einen Fluss mit dem Namen Rubikon zu überschreiten und damit einen Krieg zu beginnen (Krause und Storch, 2007, S. 64).

Maja Storch und Frank Krause (2007) haben bei der Entwicklung des ZRMs das ursprünglich bei den bewussten Motiven beginnende Rubikon-Modell um unbewusst gespeicherte Bedürfnisse erweitert, wie folgende Grafik verbildlicht:

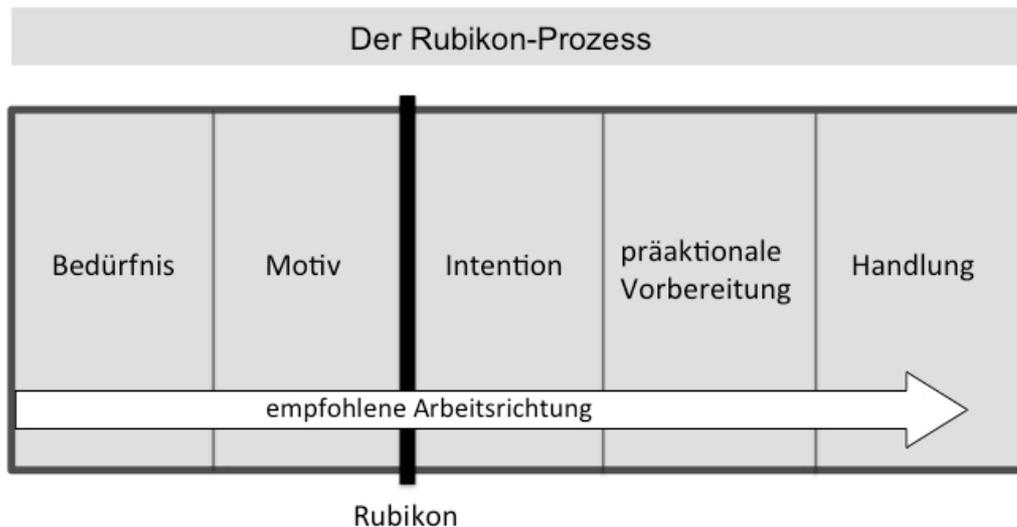


Abbildung 1: Der Rubikon-Prozess nach Heckhausen und Gollwitzer, ergänzt durch Storch und Krause

Anhand des Rubikon-Prozesses kann ein Mensch so bei einer vollständigen Willenshandlung - also der Verwirklichung eines Handlungsziels - begleitet werden, denn der Prozess beschreibt die unterschiedlichen „Reifungsstadien“, die ein Wunsch, ist er einmal im Bewusstsein aufgetaucht, durchlaufen muss, bis der betreffende Mensch soweit mobilisiert, motiviert und aktiviert ist, dass dieser Wunsch zum Ziel wird und mit Willenskraft verfolgt und aktiv in Handlung umgesetzt wird (Krause und Storch, 2002, S. 63). Laufbahnentscheidungen durchlaufen häufig einen solchen Prozess und das Rubikon-Modell erlaubt es, die berufliche Veränderung einer Klientin vom Wunsch bis zur Umsetzung zu beschreiben. In den folgenden Kapiteln werden die einzelnen Phasen im Entscheidungs- und Umsetzungsprozess näher beschrieben.

2.2.1. Das Bedürfnis

Die erste Phase des Rubikon-Prozesses verläuft unbewusst; es besteht ein Bedürfnis, das zuerst bewusst gemacht werden will. Auslöser für Bedürfnisse ist das emotionale Erfahrungsgedächtnis, das unbewusst arbeitet und unser Verhalten in eine von zwei Richtungen drängt: Annähern oder Vermeiden (siehe auch Kapitel 2.1.1.). Nun müssen Bedürfnisse aber zuerst bewusst gemacht werden, bevor man ihnen gerecht werden und sie befriedigen kann. Bleibt ein Bedürfnis unbewusst und wird somit nicht in die Handlungsplanung einbezogen, so kann es geschehen, dass wir zwar etwas planen, aber anschliessend etwas ganz anderes machen, als das, was wir geplant hatten (Roth, 2001, S. 446). Um erfolgreich beraten oder therapieren zu können ist es deshalb von höchster Bedeutung, die Ebene der unbewussten Bedürfnisse zu berücksichtigen (Grawe, 2004).

2.2.2. Das Motiv

Im Gegensatz zum Bedürfnis ist das Motiv bewusst verfügbar und stellt somit den zweiten Schritt im Rubikon-Prozess dar. Man kann ein Motiv als eine Diskrepanz zwischen einem situativen Istwert und einem angestrebten Sollwert definieren (Heckhausen und Heckhausen, 2006, S. 54). Man wünscht sich etwas und wägt ab, wie man es erlangen könnte. Man sammelt Informationen, „schläft drüber“, ist hin- und hergerissen zwischen zwei Möglichkeiten. Der Sozialpsychologe und Motivationsforscher David McClelland sagt, dass ein Motiv, sofern es durch Aufforderungsgehalte in der Umwelt angeregt worden ist, drei Funktionen erfüllt: Es energetisiert, orientiert und selegiert¹ Verhalten, das für seine Befriedigung relevant ist (McClelland, 1987, S. 235). Das Ausmass, in dem eine Motiv durch die Anreizmomente einer Situation angeregt wird, nennt man in der klassischen Motivationspsychologie *Motivation* (Atkinson, 1958, zit. nach Kuhl, 2009, S. 266). Die Motivation etwas zu tun, kann als Funktion bestimmter Systeminteraktionen verstanden werden (Heckhausen und Heckhausen, 2006, S. 68). Eine Eigenschaft von Motiven ist es, dass sie eng mit Emotionen verbunden sind, da Bedürfnisse mit emotionalen Erfahrungen assoziiert werden. So kann sich z.B. das Gelobtwerden für sportliche Leistungen mit dem Bedürfnis nach Entwicklung eigener Fähigkeiten – dem Leistungsmotiv – verknüpfen (Kuhl, 2009, S. 296).

Um nun Bedürfnisse zu Motiven zu machen, also das Unbewusste ins Bewusstsein zu holen, eignen sich Bilder, wie sie beispielsweise im ZRM verwendet werden. Dort geschieht der Prozess der Umwandlung von unbewussten Bedürfnissen in bewusste Motive in der ersten Phase (er wird im Kapitel 2.3.1. beschrieben). Bezüglich dem Verhältnis von Bedürfnis zu Motiv unterscheiden Riedener und Storch im ZRM-Training fünf verschiedene Möglichkeiten: So gibt es neue, bestätigte, harmonisch ergänzte und bewusst oder unbewusst konfligierend ergänzte Motive (Riedener und Storch, 2007, S. 96/97). Im Folgenden werden diese fünf Verhältnisse kurz skizziert:

1. Das neue Motiv: Die Klientin hat keinen Veränderungswunsch, das ZRM-Training aber ist obligatorisch, sie muss also erst ein Motiv entwickeln (z. B. mit einer Logbuch-Phase). Das Motiv ist also neu und unbekannt, weil das dahinterliegende Bedürfnis vollkommen unbewusst war.
2. Das bestätigte Motiv: Dies ist der Fall, wenn ein Klient das ZRM-Training mit einem bestimmten Entwicklungswunsch beginnt. Hierbei sind Bedürfnis und Motiv deckungsgleich und bereits bekannt. Das Training lohnt sich aber trotzdem –

¹ selegieren = selektieren

gerade in der Berufs- und Laufbahnberatung, weil dadurch ausgeschlossen werden kann, dass jemand beispielsweise ein berufliches Fremdziel für sein eigenes hält („Selbstinfiltration“).

3. Das harmonisch ergänzte Motiv: Es kann auch sein, dass eine Klientin einen Veränderungswunsch hat, im Laufe des Trainings aber neues Material zutage tritt, welches das bewusste Motiv auf harmonische und fruchtbare Weise ergänzt.
4. Das unbewusst konfligierend ergänzte Motiv: Es kann sein, dass der Entwicklungswunsch des Klienten durch ein Bedürfnis ergänzt wird, das dem Motiv zu widersprechen scheint. Hierbei kann es helfen, den Konflikt sichtbar zu machen, um ihn anschliessend bearbeiten zu können.
5. Das bewusst konfligierend ergänzte Motiv: Dies ist der Fall, wenn einer Klientin bereits zu Beginn des ZRM-Trainings bewusst ist, dass sie einen Konflikt zwischen Bedürfnis und Motiv hat. Hier bestätigt die ZRM-Arbeit diesen Konflikt und hilft somit auszuschliessen, dass keine versteckten Bedürfnisse lauern und man auf dem richtigen Weg ist.

Die ersten drei beschriebenen Varianten im Verhältnis von Bedürfnis zu Motiv stellen kein Problem dar. Anders aber die letzten beiden: Hier ist mehr Arbeitsaufwand nötig, um über so genannte „Rückmeldeschleifen“ Bedürfnis und Motiv so aufeinander abzustimmen, dass ein klares Ziel überhaupt erst möglich wird. Ein Beispiel für ein konfligierend ergänztes Motiv ist eine Jugendliche, die zwar verschiedene Lehrstellenangebote hat, sich aber für keines entscheiden kann, obwohl sie als Motiv angibt, eine Lehrstelle zu suchen. Als Bedürfnis jedoch stellt sich in der Beratung durch die Arbeit mit Bildern heraus, dass sie eigentlich am liebsten von der Berufswahl verschont würde, weil sie sich dazu noch nicht genügend reif fühlt.

Im folgenden Kapitel wird nun beschrieben, wie das (gefundene) Motiv „über den Rubikon schreitet“ und zur Intention wird.

2.2.3. Die Intention

Der Übergang vom Motiv zur Intention hat dem ursprünglichen Rubikon-Modell seinen Namen gegeben: Es ist der Schritt über den psychologischen Rubikon, der Schritt, der aus einem Wunsch eine Absicht - auch Intention genannt - macht (Krause und Storch, 2007, S. 70). Er wird entscheidend durch Gefühle bestimmt: Vorher wählte man, nun will man. Wichtig dabei sind somatische Marker, die in Entscheidungssituationen eine dominante Rolle spielen. Löst eine Entscheidung positive somatische Marker aus, so gelingt es problemlos, den Rubikon zu überschreiten. Reagiert allerdings das emotionale

Erfahrungsgedächtnis mit einem negativen somatischen Marker, so wird es schwierig werden, den Rubikon zu überschreiten und vom Motiv zur Intention zu gelangen. Dies ist zum Beispiel bei sich konfligierend ergänzenden Motiven der Fall.

Die Intention nun befindet sich am andern Ufer des Rubikon; der Mensch ist grundsätzlich in einer anderen Verfassung als vor dessen Überschreitung. Durch ein starkes positives Gefühl wurde sein Wille gebahnt, er hat jetzt die feste Absicht, sein Ziel in Handlung umzusetzen (Krause und Storch, 2007, S. 71/72). Intentionen sind logischerweise dann sehr handlungswirksam, wenn sie besonders stark gewollt werden. In der Motivationspsychologie spricht man vom Zielstreben einer Intention, der so genannten „Volitionsstärke“ (Krause und Storch, 2007, S. 72). Wichtig hierbei ist es, dass diese Volitionsstärke ein Produkt aus Wünschbarkeit und Realisierbarkeit darstellt. Je attraktiver ein Ziel erscheint und je höher die Wahrscheinlichkeit ist, das Ziel zu erreichen, desto stärker ist der Wille, also die Volition, die Umsetzung dieses Ziels in Angriff zu nehmen. Ist die Phase der Intention erreicht, so kann an die Handlungsumsetzung gedacht werden. Wie dies geschieht, wird im folgenden Kapitel erläutert.

2.2.4. Die präaktionale Vorbereitung

Nachdem die Intention gebildet ist, folgt eine Phase der Handlungsvorbereitung, welche die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die gefasste Intention in Handlung umgesetzt werden kann. Wichtig ist dabei, das erwünschte Verhalten zu üben und zu trainieren. So sollten neue neuronale Automatismen im Hirn gebahnt werden, um ein Scheitern der Handlungsumsetzung zu vermeiden. Dabei spielt wiederum das Unbewusste eine entscheidende Rolle. So genanntes „Priming“ kann beim Bahnen von neuronalen Automatismen helfen, wie im folgenden Abschnitt erläutert wird.

Priming

Priming oder Bahnung bezeichnet die Beeinflussung der Verarbeitung eines Reizes dadurch, dass ein vorangegangener Reiz implizite, d.h. unbewusste Gedächtnisinhalte aktiviert hat¹. Es bedeutet, dass man ein Vorstellungsbild beeinflusst, indem man es unvollständig aktiviert oder es aktiviert, ohne die Aufmerksamkeit darauf zu richten. Häufig sind diese Vorstellungsbilder visuell und manchmal sogar somatosensorisch (Damasio, 1994, S. 153). Die Aktivierung der impliziten Gedächtnisinhalte kann also durch ein Bild, ein Wort, ein Geruch, eine Geste oder Ähnliches geschehen. So gingen zum Beispiel

¹ Quelle dieser Definition: Wikipedia

Probanden nach einem Experiment, in dem bei ihnen das neuronale Netz „Alter“ durch entsprechende Wörter aktiviert wurde, langsamer einen Gang hinunter als eine Vergleichsgruppe (Krause und Storch, 2007, S. 75). Die Probanden waren also „geprimt“; sie hatten unbewusst etwas gelernt. Im Rubikon-Prozess macht man sich dieses unbewusste Lernen zu Nutzen, indem man Automatismen von zieladäquaten Handlungen trainiert, damit man bei der Zielumsetzung nicht nachdenken muss, welches Verhalten nun das erwünschte ist.

Zur präaktionalen Vorbereitung gehört neben dem Trainieren von unreflektiertem (erwünschtem) Verhalten auch die bewusste Handlungsplanung. Hierbei kann man unterscheiden zwischen der Formulierung von Ziel- und Ausführungsintentionen (Krause und Storch, 2007, S. 76). Während die Zielintentionen in einfachen Sätzen formuliert werden („Ich beabsichtige A zu tun.“), sind Ausführungsintentionen etwas komplizierter zu formulieren, dafür aber umso wirksamer („Wenn A eintritt, werde ich B tun.“).

Am Ende der präaktional vorbereitenden Phase steht der Handlung nichts mehr im Wege.

2.2.5. Die Handlung

Am Ende des Rubikon-Prozesses steht also die Handlung, d.h. die Umsetzung einer Intention in der Realität. Dabei fällt es Menschen umso leichter, ihr Verhalten erfolgreich selbst zu steuern, je besser sie die Bedingungen ihrer zielorientierten Handlungen kennen. Denn durch diese Kenntnis werden sie in die Lage versetzt, eigene Ziele mit denen anderer zu koordinieren, und die Bedingungen zu erkennen, unter denen sie fremdgesetzte Ziele ohne Schaden zu nehmen akzeptieren können. Ausserdem unterstützt ein solches Wissen auch den Führungserfolg in Arbeitsgruppen sowie das zielorientierte Lernen in der Schule (Heckhausen und Heckhausen, 2006, S. 276). Hat nun ein Mensch alle vorher erläuterten Phasen erfolgreich durchlaufen und eine klare und realisierbare Ausführungsintention formuliert, so wird im Normalfall die gewünschte Handlung vollzogen. Selbstverständlich kann es auch hier zu „Störungen“ kommen, etwa dann, wenn etwas Unvorhergesehenes passiert und man in alte Handlungsmuster zurückfällt. Auch kann es in schwierigen und überraschenden Situationen nötig sein, den lange dauernde Weg des bewussten Lernens und Trainierens zu beschreiten, damit das erwünschte Handeln automatisiert gelingt.

Im folgenden Kapitel wird nun dargestellt, wie der Rubikon-Prozess mithilfe des Zürcher Ressourcen Modells erfolgreich durchlaufen werden kann.

2.3. Das Zürcher Ressourcen Modell und seine Phasen

Das Zürcher Ressourcen Modell bezieht sich auf den im vorhergehenden Kapitel erläuterten Rubikon-Prozess. Gemäss seinen Entwicklern Maja Storch und Frank Krause versteht es sich als Schulen übergreifendes, theoretisch integratives Modell von Selbstmanagement, das aufgrund von neurowissenschaftlichen Erkenntnissen entwickelt wurde und auf der humanistischen Psychologie basiert (Krause und Storch, 2007, S. 31): Der Mensch ist im Vordergrund, er wird als Einheit von Kognition, Emotion und Körper verstanden.

Das ZRM wurde 1991 für das Pädagogische Institut der Universität Zürich entwickelt und ursprünglich ging es darum, wie Lehrpersonen ihre Kreativität und Flexibilität steigern und Selbstvertrauen und Lebensfreude gewinnen können (Krause und Storch, 2002). Das Modell hilft einem mittels eines Trainings-Tools - eines so genannten Selbstmanagement-Verfahrens - die eigenen Ressourcen zu aktivieren. Mit dem Begriff Selbstmanagement bezeichnet man in der Psychologie die Fähigkeit eines jeden Menschen, seine Handlungen, seine Gefühle, sein Denken und seine Reaktionen auf die Umwelt so zu koordinieren, dass er sich zielgerichtet und befriedigend durch seinen Alltag bewegen kann (Storch, 2010, S. 62). Selbstmanagement, so wie Storch es versteht, erzeugt aber nicht etwa kritiklose Anpassung. Im Gegenteil, es erzeugt Freiheit durch die Kenntnis davon, wie die Wechselwirkung zwischen Körper und Psyche genutzt werden kann. Denn durch dieses Wissen erlangt man die Freiheit selbst zu entscheiden, welche psychische Verfassung man haben möchte (Storch, 2010, S. 72). Der Mensch, der Selbstmanagement-Strategien ausschliesslich über das Denken umsetzen will und den Körper dabei vergisst, riskiert nachweislich das Scheitern seiner angestrebten Ziele. Auch hilft der Körper dank den somatischen Markern dabei, Ressourcen zu erkennen.

Da der Begriff Ressourcen im ZRM sehr wichtig ist, soll er an dieser Stelle etwas näher beleuchtet werden: Er stammt ursprünglich von Kadura (1981) und eine Ressource ist - neurobiologisch definiert - alles, was wohladaptive neuronale Netze aktiviert. Das heisst, es werden nützliche Gedächtnisinhalte, die in Form von neuronalen Netzen gespeichert sind, abgerufen. Dabei kann man unbrauchbare (maladaptive) Gedächtnisinhalte verlernen und die nützlichen erlernen. Dies erlaubt eine somato-emotionale Neukonditionierung und orientiert sich an einer Entwicklungsperspektive (Richtung Zukunft). Im ZRM gilt als Ressource zunächst das gesundheitsdienliche neuronale Netz selbst sowie alles, was in der Lage ist, dieses neuronale Netz zu aktivieren. Das können Ziele, Wünsche, Interessen, Überzeugungen, Werthaltungen, Fähigkeiten, Gewohnheiten aber auch physische Merkmale wie Aussehen, Kraft, Ausdauer, finanzielle Möglichkeiten

und das ganze Potenzial der Beziehungen eines Menschen und Ähnliches mehr sein (Krause und Storch, 2007, S. 84). Dieser Ressourcenbegriff ist einerseits sehr präzise, denn es wäre vorstellbar, dass mit bildgebenden Verfahren genau überprüft werden kann, ob eine bestimmte Gehirnaktivität ausgelöst wird oder nicht. Andererseits ist er auch sehr weit, was seine praktische Umsetzung betrifft. Er erlaubt es jedem Individuum selbst zu bestimmen, mit welchen Hilfsmitteln es sein Gehirn in die von ihm gewünschte Aktivität versetzt. Das kann beim einen ein schönes Bild sein, beim anderen ein Treffen mit Freunden und beim dritten ein Spaziergang im Wald. Storch und Riedener begründen ihren Ressourcenbegriff mit folgendem Argument: „Die Kombination von hoher Präzision, was die wissenschaftliche Operationalisierbarkeit betrifft und grösstmöglicher Freiheit, was die inhaltliche Ausgestaltung anbelangt, macht einen neurobiologischen Ressourcenbegriff in unseren Augen in hohem Masse nützlich, um Wissenschaft und Praxis zu verbinden.“ (Storch und Riedener, 2005, S. 65). Im ZRM nun sollen Ressourcen zur Befriedigung von Bedürfnissen freigesetzt werden, und zwar von bewussten wie auch von unbewussten. Dies ist bei der Entwicklung von (Laufbahn-)Zielen essentiell, denn die bewusst gewordenen Bedürfnisse können in den Entscheidungsprozess mit einbezogen werden. Ein weiterer grosser Vorteil dieser Methode ist, dass die KlientInnen zu ExpertInnen für sich selbst werden und keine Therapeutin oder keinen Berater brauchen, um ihr Unbewusstes zu interpretieren, wie das bei herkömmlichen Techniken zur Exploration des Unbewussten der Fall ist. Die beratende Person hat lediglich die Aufgabe der Prozess-Begleitung (Krause und Storch, 2011, S. 14).

Das ZRM-Training ist in fünf Phasen aufgeteilt, die sich an der allgemeinen Arbeitsrichtung, die der Rubikon-Prozess vorgibt, orientieren:

Der Rubikon-Prozess					
Bedürfnis	Motiv	Intention	Präaktionale Vorbereitung	Handlung	
Das Zürcher Ressourcen Modell-Training					
Phase 1: Thema	Phase 2: Vom Thema zum Ziel		Phase 3: Vom Ziel zum Ressourcenpool	Phase 4: Die Ressourcen gezielt einsetzen	Phase 5: Integration und Transfer

Abbildung 2: Das ZRM-Training kombiniert mit dem Rubikon-Prozess (nach Buss, 2007)

Folgt man im Training diesen fünf Phasen, so können alle Probleme bearbeitet werden, die einen Menschen davon abhalten könnten, zielgerichtet zu handeln (Krause und Storch, 2007, S. 83). Die fünf Phasen werden in den nachstehenden Kapiteln näher beschrieben und folgen Krause und Storch (2007).

2.3.1. Phase 1: Das Thema

Zuallererst muss herausgefunden werden, welches Thema einen Menschen beschäftigt, damit man dem näher kommt, was den Menschen dazu bewegt, sich ändern zu wollen. Dies kann man durchaus mit einer Standortbestimmung vergleichen. Nur geht man beim ZRM nicht davon aus, dass die Klientin bereits weiss, was ihr Thema ist, sondern dass dieses allenfalls erst bewusst gemacht werden muss. Dies geschieht im Training mithilfe einer Bildkartei, die ausschliesslich aus ressourcenhaltigem Material besteht. Damit gemeint sind Bilder, die positive Gefühle auszulösen vermögen, etwa von Blumen, schönen Landschaften, zufriedenen Menschen oder Tieren oder von ästhetischen Objekten. Zur Arbeit mit Bildern kann man hierbei anmerken, dass diese simultan sehr viele Informationen speichern und helfen, sich ein Ziel deutlich vorzustellen. Sie sind auch dann wirksam und beeinflussen unser Verhalten, wenn wir es gar nicht merken. Neurologisch betrachtet aktivieren Bilder die rechte Hemisphäre, also auch das System, das die persönliche Intelligenz des Selbstsystems mit seinem ganzheitlich verfügbaren Erfahrungsschatz bereitstellt. So stimulieren sie das Selbstsystem aus dem Unbewussten heraus (Martens und Kuhl, 2004, S. 111). Deswegen ist es auch so wichtig, nur mit ressourcenhaltigen Bildern zu arbeiten.

Die Klientin wählt also aus der Bildkartei ein Bild aus, das bei ihr einen positiven somatischen Marker auslöst (Krause und Storch, 2007, S. 88). Ob die Bildwahl offen, d.h. ohne sich auf ein spezifisches Thema zu konzentrieren, oder themenspezifisch erfolgt, hängt vom jeweiligen Anliegen der Klientin ab. Im Folgenden werden diese beiden Möglichkeiten kurz vorgestellt.

Offene Bildwahl

Die offene Bildwahl eignet sich, wenn kein spezifischer Veränderungswunsch von seiten des Klienten besteht. Sie hilft dabei herauszufinden, was in der aktuellen Lebensphase allgemein wichtig ist und allenfalls ein Thema sein könnte und dient so der Bedürfnis- und Motivklärung. Die Bildwahl folgt dem Gefühl; es wird ein Bild gewählt, das ein starkes, gutes Gefühl auslöst (somatischer Marker). Um nun vom gewählten Bild zum bewussten

Thema zu kommen, werden unmittelbar nach der Bildwahl in einem sogenannten „Ideenkorb“ nach dem Prinzip der Projektion Ideen und Assoziationen zum gewählten Bild gesammelt. Diese können von mehreren Personen stammen, also auch von der Beraterin. Anschliessend wählt der Klient diejenigen Assoziationen aus, die bei ihm einen positiven somatischen Marker auszulösen vermögen. So wird aus den gesammelten Assoziationen wertungsfrei das Thema des Klienten herausgeschält und daraus ein Zielsatz formuliert. Dabei geht die Beraterin davon, dass der Klient selbst am besten herausfinden kann, was für ihn zuträglich und wünschenswert ist. Insofern nimmt sie die Rolle einer Prozess-Begleiterin ein, die Hilfe zur Selbsthilfe anbietet. Das Angenehme daran ist, dass nicht nach Ursachen für Probleme gesucht wird, sondern dass man sich zukunftsorientiert mit Lösungen und dem, was Menschen wollen, auseinandersetzt.

Themenspezifische Bildwahl

Man kann das ZRM-Selbstmanagement-Training auch auf spezifische Lebensbereiche oder Themen anwenden. Dies ist in der Laufbahnberatung häufig der Fall, da die KlientInnen ja mit einem beruflichen Anliegen in die Beratung kommen. Hierbei ist es empfehlenswert, die Klientin zwei Bilder auswählen zu lassen, und zwar ein erstes „offen“ und erst das zweite themenspezifisch. Die offene erste Wahl empfiehlt sich, um keine wichtigen Inhalte zu übergehen. Falls keine unbewussten Konflikte zu erwarten sind, kann auch direkt mit der themenspezifischen Bildwahl begonnen werden. Anschliessend wird gleich fortgefahren wie bei der offenen Bildwahl (Assoziationen sammeln und mithilfe der somatischen Marker auswerten, um das Thema zu finden).

2.3.2. Phase 2: Vom Thema zum Ziel

Im Rubikon-Modell ist das handlungswirksame Ziel die Intention. Diese zu erreichen, ist der Zweck dieser zweiten Phase des ZRM-Trainings. Vom gefundenen Thema wird nun also versucht ein Ziel zu finden, indem man einen Zielsatz formuliert, denn mit dessen Hilfe wird der Rubikon überschritten.

Wenn man von Zielen spricht, so kann man zwischen vier verschiedenen Arten unterscheiden: Es gibt Haltungsziele sowie Verhaltensziele, sie können situationsspezifisch oder situationsübergreifend sein. Im ZRM arbeitet man zur Überquerung des Rubikon mit Zielformulierungen, die möglichst allgemein sind und sich auf die Haltung beziehen. Es sind die beiden in der folgenden Abbildung grau unterlegten Quadranten:

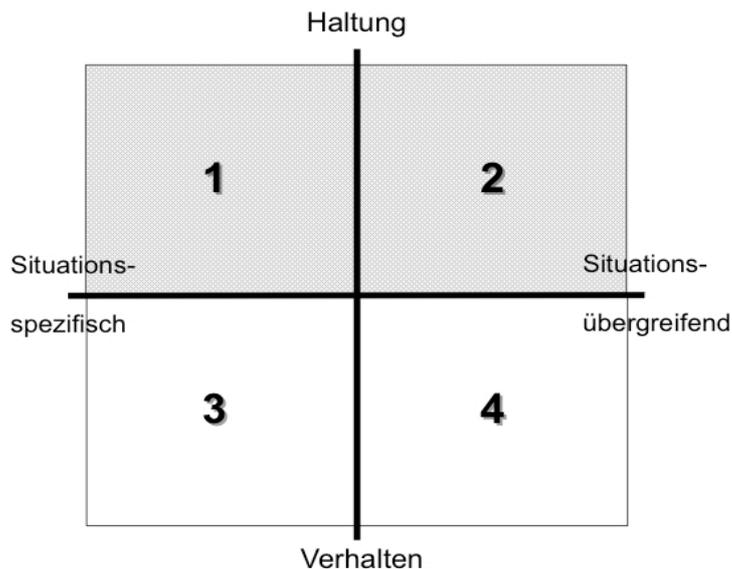


Abbildung 3: Die vier Quadranten der Zielformulierung (nach Krause und Storch, 2007)

Allgemein formulierte Ziele werden stärker als zum eigenen Selbst gehörend erlebt, als konkret formulierte Ziele, da sie meistens mit starken Emotionen verbunden sind (Krause und Storch, 2007, S. 93). Der Grund, warum man Haltungsziele und nicht Verhaltensziele formulieren soll, ist, dass es bei der Haltung um die innere Verfassung geht, die vom emotionalen Erfahrungsgedächtnis gespeisen werden kann und positive somatische Marker auszulösen vermag. Zwei Beispiele für Haltungsziele wären: „An freien Tagen nutze ich die Zeit für mich.“ (situationsübergreifendes Haltungsziel); „An der Weihnachtsfeier gönne ich mir einen leichten Magen.“ (situationsspezifisches Haltungsziel). Im Gegensatz dazu sind Verhaltensziele sehr vernunft- und denkbetont und die Klienten schaffen es häufig nicht, mit ihnen den Rubikon zu überschreiten, weil sie eher negative Gefühle auslösen (Beispiel: „Ich gehe täglich joggen.“).

Neben dem Auslösen eines positiven somatischen Markers – ein Ziel sollte motivierend und inspirierend sein - ist es wichtig bei der Zielformulierung darauf zu achten, sie als Annäherungs- und nicht als Vermeidungsziel auszudrücken und dass das Ziel ausschliesslich unter eigener Kontrolle steht. Denn wenn man sich zur Erreichung eines Ziels von anderen oder den Umständen abhängig macht, ist der Misserfolg vorprogrammiert. Ein Beispiel auch hierzu: Statt zu formulieren „Meine Arbeitskollegen behandeln mich zuvorkommend“, sollte man etwa formulieren „Ich gehe offen und freundlich auf meine Arbeitskollegen zu“, denn dieses Verhalten liegt unter eigener Kontrolle.

Ist der Zielsatz formuliert und der Rubikon überschritten, so geht es darum, Ressourcen zu finden, die dem Ziel dienlich sind. Wie das geht, wird im nächsten Kapitel erläutert.

2.3.3. Phase 3: Vom Ziel zum Ressourcenpool

Ist ein handlungswirksames Ziel formuliert, so kommt im Rubikon-Prozess die so genannte präaktionale Phase. Darin werden zusätzliche Vorbereitungen dafür getroffen, dass die Ziele in Handlungen umgesetzt werden (Krause und Storch, 2007, S. 109). Dabei geht es darum, das Ziel, das im expliziten Wissenssystem zur Verfügung steht, ebenfalls implizit – also unbewusst - umsetzbar zu machen, damit es auch in schwierigen Situationen erreicht werden kann. Im ZRM macht man sich dabei die neurowissenschaftlichen Grundlagen zum Erwerb impliziten Wissens zunutze, indem man neue neuronale Netze bildet, beispielsweise mittels Priming (siehe auch Kapitel 2.2.4.). Die Idee dabei ist, dass man nicht aktiv darüber nachdenken muss, wie man sein Ziel umsetzt, sondern dass dies ganz „automatisch“ geschieht.

Nun geht es darum, gezielt einen Ressourcenpool aufzubauen, um die Ressourcen anschliessend bei der Umsetzung des Ziels nutzen zu können. Dabei wird auch das Ziel selbst als Ressource betrachtet. Des Weiteren wird also nach Wünschen, Vorstellungen, Werthaltungen, physischen Merkmalen und anderem mehr gesucht, das wohladaptive neuronale Netze zu aktivieren vermag. Wichtig dabei ist, dass alle Ressourcen im Menschen selbst liegen müssen und nicht etwa von aussen kommen. Eine Hilfe, das wohladaptive neuronale Netz zu aktivieren, sind Erinnerungshilfen: Dies kann ein Bild sein, Musik oder ein Geruch, alles, was uns bewusst oder unbewusst an unser Ziel erinnert. Stattet man sein Umfeld systematisch mit solchen Erinnerungshilfen aus, so führt das zu einer Art „Dauerpriming“ (Krause und Storch, 2007, S. 116) und das neuronale Netz wird dauernd benutzt, auch wenn man gar nicht daran denkt.

Eine weitere Hilfe, den Ressourcenpool zu erweitern, ist der Körper - er spielt bei der Umsetzung eines angestrebten Ziels eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Denn er steht in engem Austausch mit unserer psychischen Verfassung. So ermöglicht etwa eine bestimmte Körperhaltung eine Emotion, während sie eine andere verunmöglicht. Im ZRM versucht man also, die Signale des Körpers bewusst wahrzunehmen (ohne sie zu bewerten) und durch mentales Training die körperliche Verfassung im Hinblick auf das Ziel einzubeziehen. So kann man sich beispielsweise in einer Fantasiereise das zielrealisierende Handeln vorstellen. Man nennt dies auch „Embodiment“: Der Mensch erschafft sich ein neues neuronales Netz, das bisher nicht zum eigenen Handlungsrepertoire gehörte. Er definiert die Verfassung, die er gerne haben möchte,

präzise und erarbeitet sich zu diesem Vorhaben dann das entsprechende Embodiment¹ selbst (Storch, 2010, S. 66). Dies geschieht, indem man die Verkörperung der Handlungsabsicht Schritt für Schritt erarbeitet, ähnlich, wie SchauspielerInnen sich ihre Rollen erarbeiten. Es ist erwiesen, dass nur Aussicht auf nachhaltigen Erfolg hat, wer seine Ziele „embodied“ hat, bzw. seinen Körper bei deren Realisierung mit einbezieht. So schafft man sich mit dem zielrealisierenden Handlungssatz, den aktivierten eigenen Ressourcen, den Erinnerungshilfen und dem Einbezug des eigenen Körpers einen Ressourcenpool, aus dem man schöpfen kann in der folgenden Phase, in der es darum geht, die Ressourcen einzusetzen.

2.3.4. Phase 4: Die Ressourcen gezielt einsetzen

Nachdem ein möglichst grosser Ressourcenpool geschaffen wurde, geht es in der vierten Phase des ZRM-Trainings nun darum, die gefundenen Ressourcen gezielt einzusetzen. In dieser Phase werden in der Sprache des Rubikon-Prozesses „Ausführungsintentionen“ gebildet (Krause und Storch, 2007, S. 131). Im ZRM werden diese ausschliesslich hinsichtlich der Art und Weise erzeugt, wie die Ressourcen aus dem Ressourcenpool eingesetzt werden können. Krause und Storch (2007) sprechen beim Einsatz der Ressourcen von drei Situationen, auf welche die KlientInnen werden vorbereitet müssen:

- Situationen, in denen die Verwirklichung ihres Ziels einfach gelingt
- Situationen, in denen die Verwirklichung ihres Ziels schwierig ist, die jedoch vorhersehbar sind und darum vorbereitet werden können
- Situationen, in denen die Verwirklichung ihres Ziels schwierig ist, da sie überraschend eintreten²

Nun werden Strategien erarbeitet, die den KlientInnen helfen, ihr Ziel in den unterschiedlichen Situationen umzusetzen. Geübt werden müssen dabei vor allem die schwierigen und überraschenden Situationen, wobei man letztere nicht wirklich trainieren kann. Man kann sich aber theoretische Grundlagen zum Umgang mit Stress aneignen, die einem helfen, in einer überraschenden Situation sich selbst zu beobachten, zu analysieren und Vorläufersignale wahrzunehmen, um unerwünschte Automatismen frühzeitig zu unterbrechen.

Hat man den Einsatz der Ressourcen ausreichend trainiert, so steht der Umsetzung des Ziels nichts mehr im Wege.

¹ Wikipedia definiert „Embodiment“ folgendermassen: *Embodiment* (deutsch: Verkörperung oder Inkarnation) ist eine These aus der neueren Kognitionswissenschaft, nach der Intelligenz einen Körper benötigt, also eine physikalische Interaktion voraussetzt.

² Krause und Storch, 2007, S. 132

2.3.5. Phase 5: Integration und Transfer

In der fünften und letzten Phase des ZRM-Trainings geht es darum, das umzusetzende Ziel zu „leben“ und in seinen Alltag einzubauen. In diesem Abschnitt des ZRMs konzentriert man sich neben dem Umweltaspekt um den Identitätsaspekt. Dabei gilt es, die KlientInnen soweit zu bringen, dass sie ihr neues Ziel als Teil ihrer Identität betrachten lernen und es so in ihre Person integrieren (Krause und Storch, 2007, S. 141). Auch muss man sich wegwenden vom Individuum und hin zu dessen Umwelt. Denn um die gesetzten Ziele nachhaltig umsetzen zu können, müssen auch die sozialen Ressourcen einer Person berücksichtigt werden, da ja jeder Mensch in engem Austausch mit seiner Umwelt ist. Dabei kann man selten davon ausgehen, dass eine neue Verhaltensweise von den Mitmenschen sofort akzeptiert wird und dass das gesteckte Ziel reibungslos in die Tat umgesetzt werden kann (etwa wenn eine bis anhin als hilfsbereit bekannte Person sich nach dem ZRM-Training plötzlich abgrenzt und sich mehr Zeit für sich selbst nimmt).

Beim Umweltaspekt geht es darum, ein soziales Netzwerk aufzubauen, das beim Umsetzen des Ziels hilfreich ist. Wer das ZRM-Training in einer Gruppe absolviert hat, dem empfehlen Storch und Krause, sich weiterhin in der Gruppe zu treffen und Erfahrungen auszutauschen. Denn die Netzwerkgruppe, die dasselbe Training gemacht hat, kennt sich sehr gut und hat den gleichen Erfahrungs- und Wissensstand. Und da das ZRM eine Selbstmanagement-Methode ist, ist es für eine nachhaltige Umsetzung der Ziele sinnvoll, das Selbstmanagement auch nach Ende des Trainings nicht abubrechen, sondern als Gruppen-Selbstmanagement weiterzuführen.

2.4. Das ZRM in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

Wie kann nun eine Verbindung vom bisher Dargestellten mit der Laufbahnberatung gemacht werden? Menschen, die in eine Beratung kommen mit dem Wunsch beruflicher Veränderung (oder eine passende Erstausbildung zu finden) stehen vor einer für ihr Leben wichtigen Entscheidung. Dabei spielen oftmals nicht nur rationale, also dem Denken zugängliche Argumente und Fragen eine Rolle (wie etwa: „Worin bin ich gut?“, „Wie ist die finanzielle Situation und wie soll sie später sein?“, „Wie wichtig ist mir die Möglichkeit, Beruf und Privatleben in eine Balance zu bringen?“, etc.), sondern auch die „Bauchgefühle“ sollten berücksichtigt werden. Maja Storch beschreibt in ihrem Buch *Das Geheimnis kluger Entscheidungen* (2003) sehr schön, wie Entscheidungen, die nur mit dem Kopf gefällt werden, an ihrer Umsetzung scheitern oder einen nicht zufriedenstellen, wenn sie nicht auch vom Gefühl getragen werden. So ist es also auch bei

Laufbahnentscheidungen wichtig, Verstand und Gefühl in Einklang zu bringen. Und dabei kann das ZRM helfen.

Helen Buss (2003) vom Laufbahnzentrum Zürich sieht eine geeignete Anwendung des ZRMs in der Laufbahnberatung dann, wenn KlientInnen folgende oder ähnliche Aussagen machen:

- Ich weiss überhaupt nicht, was ich machen könnte, was ich will...
- Ich kann mich nicht entscheiden zwischen... und ...
- Ich will mich verändern, etwas finden, das besser zu mir passt...
- Eigentlich gefällt mir mein Beruf, aber ich möchte eine Veränderung...
- Ich bin ausgebrannt, habe keine neuen Ideen...
- Irgendetwas fehlt mir, ich weiss aber nicht was...
- Es muss sich etwas ändern...

Buss hat bereits 2003 „Richtlinien“ erarbeitet, in denen sie beschreibt, wann und wie das ZRM in der Laufbahnberatung gewinnbringend eingesetzt werden kann. Da es in einer durchschnittlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung nur schon aus zeitlichen Gründen nicht möglich ist, ein komplettes ZRM-Training mit einem Klienten durchzuführen, schlägt sie ein Vorgehen über 3 Sitzungen hinweg vor: In einer ersten Sitzung empfiehlt sie, die Methode vorzustellen (den Rubikon-Prozess zu erläutern), ein Bild wählen zu lassen sowie Assoziationen dazu zu sammeln. Hierbei bietet sich sicher die themenspezifische Bildwahl an, da die KlientInnen ja mit einem mehr oder weniger konkreten Veränderungswunsch in die Beratung kommen. Der Ideenkorb wird also gefüllt, die Beraterin gibt der Klientin aber zusätzlich die Hausaufgabe, bis zum nächsten Termin weitere Assoziationen dazu zu sammeln (auch im Bekannten- und Verwandtenbereich). In einer zweiten Sitzung wird dann anhand der gesammelten Assoziationen das Thema formuliert und an der Zielformulierung gearbeitet. Als Hausaufgabe empfiehlt Buss, die Klientin ein Arbeitsblatt zur Zieloptimierung ausfüllen zu lassen. In einer dritten und letzten Sitzung schlägt sie vor, den Ressourcenpool aufzubauen und die Phase „Integration und Transfer“ zu bearbeiten. Als Beispiele für erfolgreich angewandtes ZRM in der BSLB nennt sie etwa einen Klienten, der die Arbeitsstelle beibehalten, jedoch für mehr Entspannungsmöglichkeiten gesorgt hat oder eine Klientin, die sich entschieden hat, neben der Arbeit eine neue intellektuelle Herausforderung (Studium) anzunehmen.¹

Ebenfalls am Laufbahnzentrum Zürich angestellt, hat Hanni Bütler 2007 die Arbeit mit Bildern in der Laufbahnberatung anhand des ZRMs genauer untersucht. Mithilfe von

¹ Alle Angaben in diesem Abschnitt stammen von Buss (2003)

Theorie und praktischen Fallbeispielen hat sie herausgefunden, dass sich die Arbeit mit Bildern mit den Anforderungen an die Rolle eines lösungsorientierten Laufbahnberaters sehr gut verbinden lässt. Gerade bei komplexen Fragestellungen unter schwierigen Umständen - etwa bei der Arbeit mit Stellensuchenden - lenken die Bilder den Blick auf wesentliche Themen und machen Handlungsansätze rasch sichtbar. Gleichzeitig aber ist zu beachten, dass sich die ZRM-Methode nicht grundsätzlich vom Gespräch trennen lässt (Bütler, 2007, S. 39). Auch sieht Bütler die Arbeit mit dem ZRM nicht als Ersatz aller diagnostischer Mittel, sondern als deren Ergänzung und als wichtiger Beitrag im Finden von Lösungen und Ressourcen der KlientInnen. Sie empfiehlt die Anwendung der ZRM-Methode dann, wenn es darum geht, neue Perspektiven und Visionen zu entwickeln, Selbstkompetenzen zu vermitteln, beim Verändern von hemmenden Einstellungen und Überzeugungen oder in Situationen, in denen man in der Beratung mit Worten nicht weiterkommt (Bütler, 2007, S. 40). Fürderhin zeigt sie anhand von Fallbeispielen, dass die Arbeit mit Bildern unterstützen kann, die Selbstwahrnehmung zu schärfen und mehr Selbstbewusstsein zu entfalten. Dies hilft den KlientInnen in Bezug auf ihre Entscheidungs- und Selbstkompetenz. Des Weiteren bestärkt die Arbeit mit den eigenen Ressourcen den Menschen darin, Schwierigkeiten zu überwinden und Ziele zu erreichen; auch Laufbahnziele gehören dazu. Denn auch diese lassen sich besser erreichen, wenn man sein „Bauchgefühl“ in die Entscheidung einbezieht, als wenn man nur durch langes Nachdenken versucht zu einer Lösung zu kommen. Hier kann die Anwendung des ZRMs gar als effiziente, Zeit einsparende Methode angesehen werden, da sie erlaubt, das Wesentliche relativ rasch zu bearbeiten. Bütler hat auch gezeigt, dass mit Bildern in der Laufbahnberatung sehr kreativ gearbeitet werden kann: Je nach Situation und Klient können einzelne Schritte weggelassen werden oder die Methode lässt sich mit verwandten Methoden, etwa der Timeline, kombinieren. Man muss sich also nicht strikt an die Empfehlungen von Buss halten, um zu einem guten Resultat zu gelangen. Allerdings gehört zu einem souveränen Umgang mit dem ZRM eine gute Portion Erfahrung.

Die Frage dieser Arbeit ist nun, wie nicht nur einzelne die Arbeit mit dem ZRM in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung sehen, sondern wie dies eine Mehrheit der Laufbahnberatenden tut und welche Erfahrungen sie damit macht. Um folglich herauszufinden, wo, wie und mit welchem Erfolg das ZRM tatsächlich in der Laufbahnberatung eingesetzt wird, wurde eine Umfrage durchgeführt und ausgewertet. Diese wird im folgenden, praktischen Teil dieser Arbeit vorgestellt.

3. Methode

Wie im theoretischen Teil dargelegt wurde, gibt es also bereits Belege dafür, dass sich das ZRM in der Laufbahnberatung förderlich anwenden lässt. Wie dies nun bei verschiedenen Beratenden genau geschieht und welche Erfahrungen sie damit machen, soll in dieser Arbeit untersucht werden. Auch stellt sich unter anderem die Frage, ob es Gründe dafür gibt, in Laufbahnberatungen NICHT mit dem ZRM zu arbeiten. In diesem Teil wird nun die Methode dargestellt, die zur Untersuchung der Fragestellung gewählt wurde. Zuerst wird das methodische Vorgehen erläutert (Kapitel 3.1.) und anschliessend werden Bemerkungen zur Umfrage (3.2.), der Stichprobe (3.3.), der Datenerhebung (3.4.) und der Datenauswertung (3.5.) gemacht.

3.1. Methodisches Vorgehen

Die wichtigste Methode dieser Arbeit ist eine Umfrage mithilfe des Internets; sie wird in den folgenden Kapiteln näher vorgestellt.

Zusätzlich zur Umfrage sollte herausgefunden werden, was es zur Einführung des ZRMs als neuer Laufbahnberatungsmethode braucht und wo eventuelle Stolpersteine liegen, wenn die Methode neu eingeführt wird. Dazu wurde mit elf Beratenden des Berufsinformationszentrums (BIZ) Thun Anfang Mai 2012 eine (freiwillige) Einführung in die Methode gemacht. Fünf Monate später wurde nachgefragt, ob und wie die Methode nun im Beratungsalltag verwendet wird und welches allenfalls Stolpersteine sind, wenn das ZRM als neue Beratungsmethode an einem BIZ eingeführt wird. Eine Einführung im Kanton Bern wurde deswegen vorgenommen, weil das ZRM in diesem Kanton (noch) wenig eingesetzt wird und weil die Autorin in diesem Kanton wohnt.¹ Auch hat eine Kollegin des BIZ Thun die Bildkartei dort neu anschaffen lassen. Die Ergebnisse dieser Einführungserfahrung werden unter 4.2. dargestellt. Da diese Einführung jedoch nicht als „wissenschaftlich“ angesehen werden kann, konzentrieren sich die folgenden Ausführungen auf die Umfrage, da diese wissenschaftlichen Kriterien besser standhält.

3.2. Umfrage

Die Internet-Umfrage wurde über das Online-Portal für Umfragen mit dem Namen *findmind* veröffentlicht (www.findmind.ch)². Sie bestand aus 21 qualitativen und quantitativen Fragen, die eine nach der anderen erschienen und direkt im Internet beantwortet werden

¹ In Zürich beispielsweise, wo die Verfasserin die Methode während eines Praktikums am Laufbahnzentrum kennengelernt hat, wird das ZRM schon seit Jahren erfolgreich eingesetzt, auch in der Laufbahnberatung.

² Die vollständige Umfrage mit allen Antworten findet sich im Anhang dieser Arbeit.

konnten. In der Umfrage wurden drei verschiedene Fragetypen verwendet: Multiple Choice-Fragen (je nachdem mit oder ohne Textfeld zur Begründung der Antwort), Freitext-Fragen (dabei kann die Antwort frei formuliert werden) und eine Tendenzfrage (dabei können die Teilnehmenden ankreuzen, wie sehr sie mit einer Aussage einverstanden sind). Inhaltlich ging es darum herauszufinden, ob und wie die Teilnehmenden das ZRM in ihren Beratungen verwenden, ob sie ein ZRM-Seminar besucht haben, welches ihrer Meinung nach Vor- und Nachteile der Methode sind und in welchen Beratungssituationen sie sie einsetzen. Auch wurde danach gefragt, was sie allgemein zum ZRM als Methode in der Laufbahnberatung halten, und ob sie diesbezüglich über allfällige Rückmeldungen durch KlientInnen verfügen.

Zusätzlich wurden an demografischen Daten erhoben: Geschlecht und Alter, seit wie vielen Jahren die Teilnehmenden in der Laufbahnberatung arbeiten, wen sie hauptsächlich beraten (Jugendliche, Studierende oder Erwachsene) sowie welche Ausbildung zur LaufbahnberaterIn sie gemacht haben. Schliesslich wurde noch in Erfahrung gebracht, ob die Teilnehmenden angestellt oder freischaffend sind (oder ob sie teils angestellt, teils freischaffend arbeiten).

3.3. Stichprobe

Um die Fragestellung der vorliegenden Arbeit untersuchen zu können, war für die Stichprobenauswahl massgebend, möglichst viele in der Schweiz tätige Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen (im Folgenden auch „Personen“ genannt) zu erreichen. Die Umfrage wurde von 140 Personen vollständig und von 158 Personen teilweise ausgefüllt. Die Antworten auf die Fragen 16., 17., 18., 19., 20. und 21. bezogen sich auf das Profil der an der Umfrage teilnehmenden Personen („Angaben zur Person“). Die Auswertung der Profile ergab folgende Informationen über die Teilnehmenden: 82 Personen sind weiblich und 60 männlich, was einem Anteil von 57% Frauen und 43% Männern entspricht. Im Durchschnitt sind die Teilnehmenden 48 Jahre alt (die jüngsten zwei Personen sind 27 und die älteste ist 70 Jahre alt). Die Befragten arbeiten im Schnitt seit 13 Jahren in der Laufbahnberatung (am kürzesten: weniger als ein Jahr, am längsten: seit 40 Jahren). Die LaufbahnberaterInnen, welche die Umfrage ausgefüllt haben, beraten vorwiegend Jugendliche und Erwachsene (zu je 44%) und etwas weniger (künftige) Studierende (zu 12%). Die Ausbildungen zur Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterIn, welche die Teilnehmenden gemacht haben, sind relativ unterschiedlich (im Folgenden werden diejenigen, die sich noch in Ausbildung befinden, der entsprechenden Ausbildung

angerechnet): Die meisten haben am IAP (HAP), also der an der heutigen ZHAW studiert (62 Personen). Danach folgen 33 Personen, die den Studiengang des SVB besucht haben. 23 Personen haben den NABB/CC&HRM gemacht und jeweils sieben Personen studierten nur Psychologie oder machten die Ausbildung an der Universität Fribourg. Ebenfalls sieben Personen haben eine andere Ausbildung gemacht. Zwei schliesslich gaben an, den AGAB gemacht zu haben. Die meisten Beratenden sind von einer öffentlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung angestellt (80%). In der Stichprobe sind des Weiteren 10% freischaffend und weitere 10% sind teils freischaffend, teils angestellt.

3.4. Datenerhebung

Um an die Daten der Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen zu kommen, wurden Emails mit einem Internetlink zur Umfrage an die 28 kantonalen LeiterInnen der Berufsberatung verschickt mit der Bitte, sie an alle Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen ihres Kantons weiterzuleiten (die Mailadressen der Leitenden stammten von der Homepage der *Schweizerischen Konferenz der Leiterinnen und Leiter der Berufs- und Studienberatung*). Dadurch hätten schweizweit eigentlich alle Beratenden, die an einem öffentlichen kantonalen Berufsinformationszentrum angestellt sind, an der Umfrage teilnehmen können. Es wurde allerdings nicht nachgeprüft, ob alle kantonalen Leitenden die Email mit dem Link auch tatsächlich weitergeleitet haben und die Teilnahme an der Umfrage war freiwillig. Darüber hinaus muss man annehmen, dass die Beratenden im Tessin und in der Romandie aus sprachlichen Gründen nicht an der Umfrage teilgenommen haben.

Um auch die in der Schweiz arbeitenden freischaffenden LaufbahnberaterInnen zu erreichen, wurde eine Email mit dem Link zur Umfrage an alle 56 Aktivmitglieder des *Fachvereins freischaffender Berufsberaterinnen und Berufsberater* verschickt (die Emailadressen stammten von der Homepage des Vereins).

3.5. Datenauswertung

Das Internetportal *findmind* wertet die statistisch auswertbaren, also die quantitativen Antworten fortlaufend und automatisch aus. Diese Antworten können als Kuchen- und als Balkendiagramm dargestellt werden. Auch berechnet das Portal die Summe der unterschiedlichen Antworten wie deren Prozentsatz. Diese statistische Auswertung erfolgte für die Antworten auf die Fragen 1., 2., 3., 4., 5., 6., 12., 14., 15., 16., 17., 18., 19., 20. und 21..

Um die qualitativen Antworten auszuwerten (also diejenigen der Eingabefelder, die aus formuliertem Text bestehen), wurde Philipp Mayrings *Qualitative Inhaltsanalyse* (2010) beigezogen. Dies betrifft die Antworten auf die Fragen 7., 8., 9., 10., 11. und 13.. Sie wurden gemäss Mayrings Definition der Frequenzanalyse kodiert und anschliessend ausgewertet (Mayring, 2010, S. 15). Bei der Frequenzanalyse werden bestimmte Textbestandteile durch ein Kategoriensystem herausgefiltert und Aussagen über ihr relatives Gewicht per Häufigkeit gemacht. Ziel der Analyse ist es, das Material mithilfe der Kategorien so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, aber durch Abstraktion zu einem überschaubaren Corpus werden, das immer noch Abbild des Grundmaterials ist. Man nennt dies auch Zusammenfassung des Materials (Mayring, 2010, S. 65). Anschliessend kann die Zusammenfassung des Materials interpretiert werden.

Um eine Frequenzanalyse durchzuführen, werden zuerst Kategorien definiert, nach denen das zur Verfügung stehende Material durchforstet werden soll. Das Material besteht in dieser Arbeit aus den Antworten 7. bis 11. und denjenigen auf die Frage 13.. Die Antworten auf jede Frage wurden in einem separaten Kategoriensystem kodiert und ausgewertet (im Folgenden wird dies in den Kapiteln 4.1.2.1. bis 4.1.2.6. dargestellt). Sind für eine Frage Kategorien für die Antworten gefunden, so werden die Antworten mithilfe dieses Kategoriensystems durchgearbeitet („kodiert“), um das Auftreten der Kategorien aufzuzeichnen. Anschliessend wird die Häufigkeit der einzelnen Antworten in den Kategorien festgestellt und untereinander verglichen (dies wird auch „Verrechnung“ genannt). Dieses Verfahren erlaubt, die Inhalte statistisch zu analysieren und daraus Rückschlüsse zu ziehen.

Im folgenden vierten Teil dieser Arbeit werden die Ergebnisse der quantitativ wie auch der qualitativ ausgewerteten Antworten der Umfrage dargestellt.

4. Ergebnisse

In diesem Teil werden die Ergebnisse der Umfrage zusammengefasst und dargestellt. Zuerst werden die Ergebnisse der Umfrage (4.1.) und anschliessend die Rückmeldungen zur Einführung des ZRMs im BIZ Thun aufgezeigt (Kapitel 4.2.). Da nicht alle Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, diese vollständig ausgefüllt haben, variiert im Folgenden die Anzahl der Antworten auf die verschiedenen Fragen. Die vollständige Umfrage mit allen Antworten findet sich im Anhang A) dieser Arbeit.

4.1. Umfrageauswertung

Die Auswertung der Umfrage wurde in zwei Kapitel aufgeteilt: Zuerst werden die quantitativen - also die statistisch auswertbaren - Antworten dargestellt (4.1.1.). Dann folgen die qualitativ auswertbaren Antworten, also diejenigen der Eingabefelder (Kapitel 4.1.2.).

4.1.1. Quantitative Antworten

Zu den quantitativen Antworten werden diejenigen auf die Fragen 1., 2., 3., 4., 5., 6., 12., 14. und 15. gezählt. Sie wurden vom Internetportal *findmind* automatisch ausgewertet und werden im Folgenden erläutert.

Die erste Frage war, ob die Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen¹, die an der Umfrage teilgenommen haben, das ZRM in ihren Beratungen einsetzen. 50 Personen, also genau ein Drittel bejahte dies (33%), zwei Drittel, also 103 Personen, verneinten (67%). Die folgende Frage richtete sich an die Personen, welche die Methode NICHT in ihren Beratungen einsetzen. Und zwar sollten sie den Grund nennen, warum sie nicht mit dem ZRM arbeiten. Hierbei gab es fünf Antwortmöglichkeiten, die wie folgt gewählt wurden:

¹ Wie bereits erwähnt, werden die Berufs-, Studien- und LaufbahnberaterInnen, die an der Umfrage teilgenommen haben, der Einfachheit halber in diesem Kapitel „Personen“ genannt.

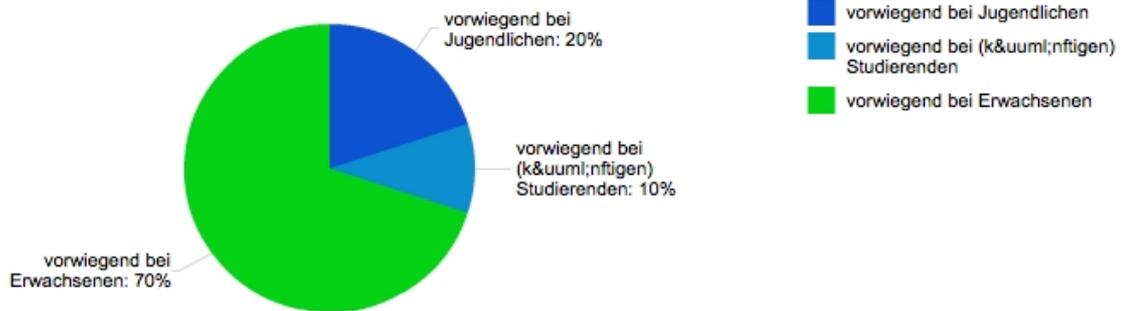


Die Frage wurde von 99 Personen beantwortet, davon gaben nur 20 als Grund an, das ZRM nicht zu kennen (20%), 17 nannten Zeitgründe und 15 verfügen über keine Bildkartei. Die meisten (40 Personen) hatten andere Gründe, warum sie es nicht einsetzen. Nur gerade 7 Personen gaben als Grund an, das ZRM hätte wenig mit Laufbahnberatung zu tun.

Alle folgenden Fragen richteten sich an die Personen, die das ZRM in ihren Laufbahnberatungen einsetzen. Der grösste Teil davon arbeitet seit mehr als drei Jahren mit der Methode (47%), ein gutes Drittel (36%) setzt die Methode seit 1 – 3 Jahren ein und nur 17% seit weniger als einem Jahr. Die Häufigkeit, mit der diese Personen das ZRM in ihren Beratungen einsetzen, liegt zwischen „ungefähr einmal pro Woche“ (15%) und „mehrmals pro Jahr“ (55%). Dabei gaben 14 Personen (30%) an, es ungefähr einmal pro Monat einzusetzen.

Die nächste Frage bezog sich auf die Klientengruppe, bei der das ZRM vorwiegend eingesetzt wird (die Frage lautete: *Bei welcher Klientengruppe setzen Sie das ZRM ein?*). Hier wurde ersichtlich, dass es vor allem bei Erwachsenen eingesetzt wird, wie das folgende Kuchendiagramm zeigt (Mehrfachnennungen waren allerdings möglich):

¹ Anmerkung: Leider war es zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit für *Findmind* technisch noch nicht möglich, die Umlaute (ä, ö, ü) in den Kuchendiagrammen korrekt darzustellen.



In einer weiteren Frage konnten die Teilnehmenden ankreuzen, was sie allgemein vom ZRM als diagnostischem Arbeitsmittel in der Laufbahnberatung halten. Das Resultat fiel folgendermassen aus:

	stimmt voll und ganz	stimmt teilweise	stimmt eher nicht	stimmt überhaupt nicht	Ø
	1	2	3	4	
Das ZRM ist nützlich in Bezug auf die Laufbahnberatung.	25x	15x	2x	-	1.45
Das ZRM ist effizient in Bezug auf das Finden von Lösungen.	14x	15x	13x	-	1.98
Das ZRM ist hilfreich, wenn man im Gespräch nicht weiterkommt.	19x	24x	-	-	1.56
Das ZRM eignet sich für alle KlientInnen.	4x	11x	17x	9x	2.76
Das ZRM ist in angemessener Zeit durchführbar.	9x	21x	10x	3x	2.16
Das ZRM wird in der Laufbahnberatung zu selten eingesetzt.	5x	24x	10x	1x	2.18

Von den Personen, die das ZRM in ihren Beratungen einsetzen, findet also der grösste Teil (rund 60%), dass die Methode in Bezug auf die Laufbahnberatung nützlich oder zumindest teilweise nützlich (36%) ist. Auch finden die meisten (69%), dass das ZRM mindestens teilweise effizient ist, wenn es darum geht, Lösungen zu finden. 31% sind damit allerdings eher nicht einverstanden. Alle hingegen finden, dass das ZRM erfolgreich eingesetzt werden kann in Situationen, in denen man im Gespräch nicht weiterkommt. Im Gegensatz dazu ist ein Grossteil der Meinung, das ZRM eigne sich eher nicht für alle KlientInnen (63%). Rund 70% sind der Meinung, das ZRM sei meist in angemessener Zeit durchführbar und ein etwa gleich grosser Teil (73%) findet, dass das ZRM in der Laufbahnberatung zu selten eingesetzt wird.

Zwei letzte quantitativ auswertbare Fragen (Nr. 14. und 15.) betrafen den Einsatz von anderen dem ZRM ähnlichen Methoden in der Beratung. Hier gaben 60% an, dass sie auch andere verwandte Methoden einsetzen würden. Genannt wurden dabei ganz unterschiedliche Methoden (siehe S. 13 des Anhangs), an dieser Stelle sollen nur die Mehrfachnennungen erwähnt werden: Timeline (6X), lösungsorientierte (Coaching)Methoden (5X), Methoden aus dem NLP (2X) und der Fotointeressentest (2X). Dies sind – zusammenfassend dargestellt – die Ergebnisse der quantitativ auswertbaren Fragen der Umfrage zum ZRM.

4.1.2. Qualitative Antworten

Zur Auswertung der qualitativen Antworten wurde die Frequenzanalyse nach Mayring (2010) dem vorhandenen Material so angepasst, dass die Schlussfolgerungen möglichst aussagekräftig und für den zu untersuchenden Gegenstand von Interesse sind (so variiert beispielsweise die Anzahl der Antwortkategorien je nach Frage). Nicht immer war es einfach, klar voneinander abgrenzbare Kategorien zu finden, aber es wurde versucht in einer Kategorie zusammenzufassen, was in die gleiche Richtung geht. Selten kommt es vor, dass eine Antwort in zwei unterschiedliche Kategorien passt; dann wird sie doppelt aufgeführt. In wenigen Fällen ist also eine mehrfache Nennung möglich. Auch wurden einige Antworten - wie in der Frequenzanalyse vorgesehen - „auseinandergeschnitten“, da sie aus Teilen bestehen, die sich in unterschiedlichen Kategorien unterbringen lassen (beispielsweise bei Aufzählungen). Der besseren Lesbarkeit halber wurden offensichtliche Schreibfehler berichtigt und Abkürzungen der besseren Verständlichkeit wegen ausgeschrieben.¹

¹ Die vollständigen und im Originalzustand belassenen Antworten (ohne Berichtigung der Schreibfehler, etc.) finden sich im Anhang A) dieser Arbeit.

4.1.2.1. Art und Dauer der Durchführung

Viele haben die Frage Nr. 7 nach der Durchführungsart und -dauer mit der nachfolgenden verwechselt (*In welchen Beratungssituationen setzen Sie das ZRM ein?*). An dieser Stelle werden nur die Antworten, die zu Art (25 Antworten) und Dauer (19 Antworten) der Durchführung der Methode passen, ausgewertet (siehe S. 19f des Anhangs). Alle anderen Antworten werden im Kapitel 4.1.2.2. ausgewertet.

Für die 25 Antworten zur Art der Durchführung konnten keine Kategorien gebildet werden, da sich die Antworten zu stark unterscheiden. So beschreiben einige Personen genau, wie sie die Methode einsetzen, während andere nur zusammenfassen, dass sie das tun (z.B. „ZRM-Bildkartei“). Festhalten kann man, dass die meisten Personen sich an die „klassische“ Durchführungsart anlehnen (siehe Kapitel 2.3.), sie verkürzen aber den Ablauf oder wandeln ihn ab. Niemand führt also ein vollständiges ZRM-Training durch. Alle Personen geben dabei an, mit Bildern zu arbeiten, viele mit der ZRM-Bildkartei, einige mit anderen Fotokarteien. Die Bildwahl erfolgt bei allen vergleichbar (ein ansprechendes Bild wählen, auf positive somatische Marker achten). Danach werden bei den meisten positive Begriffe zum gewählten Bild (oder den Bildern) assoziiert. Einige machen dann „klassisch“ weiter (Thema finden, Mottoziel formulieren), andere fahren anders fort. Drei Personen geben an, den Ablauf der ZRM-Durchführung mit weiteren Methoden zu kombinieren (Timeline, Wunschtier/-elemente).

Da nur 19 Personen konkrete Angaben zur Durchführungsdauer des ZRMs in ihren Beratungen gemacht haben, gibt es auch hier keine sinnvollen Kategorien, um die Antworten zu klassifizieren. Drei Personen geben an, für die Durchführung nur 15 Minuten zu benötigen. Sieben Personen brauchen für die Durchführung zwischen 30 Minuten und einer Stunde. Weitere sieben Personen geben eine Dauer zwischen einer und 3 Stunden an. Schliesslich gibt es drei Personen, die über mehrere Tage hinweg mit dem ZRM arbeiten (in Kursen oder Seminaren). Die Durchführungsdauer ist also sehr unterschiedlich; die meisten aber brauchen dafür zwischen einer und zwei Stunden.

4.1.2.2. Beratungssituationen, in denen das ZRM eingesetzt wird

Die achte Frage bezog sich darauf, in welchen Beratungssituationen das ZRM eingesetzt wird und warum. Sie wurde von 43 Personen beantwortet, jedoch haben viele dies bereits im vorhergehenden getan. Deswegen werden wie bereits erwähnt die Antworten der Frage 7., die zu dieser Frage passen, hier berücksichtigt und ausgewertet. Für die Kodierung der Antworten wurden 10 verschiedene Kategorien gebildet (siehe S. 20f des Anhangs).

Fast alle Personen setzen das ZRM in Einzelberatungen ein, nur drei arbeiten damit in Gruppen (Kurse, Seminare, Jugendarbeit). Am Häufigsten wird es in Beratungen eingesetzt, wenn das Thema oder Ziel einer Klientin vage oder unklar ist (24X). Hier hilft die Methode herauszufinden, worum es eigentlich geht, das aktuelle Thema zu klären oder ein konkretes Ziel zu formulieren. Gleich häufig (24X) wird das ZRM eingesetzt, um Ressourcen freizusetzen, dem Klienten Mut zu machen oder ihn zu einer geplanten Handlung zu motivieren. Oder das ZRM verhilft wieder zu einer positiven Einstellung und Haltung, wenn jemand in einer Negativspirale gefangen ist. In diese Kategorie fällt auch der Einsatz bei Klienten, die an mangelndem Selbstwert leiden und gestärkt werden müssen oder deren Potential sichtbar gemacht werden soll.

Um die Hälfte weniger Personen benutzen das ZRM in (Laufbahn-) Entscheidungssituationen und um konkrete Laufbahnfragen zu beantworten (13X). Noch etwas weniger gaben an, das ZRM anzuwenden, wenn es darum geht, Unbewusstes bewusst zu machen oder tiefer liegenden Motiven auf die Spur zu kommen (12X). Nochmals drei Personen weniger setzen es ein, wenn sie im Gespräch oder mit anderen diagnostischen Mitteln nicht weiterkommen, die KlientInnen blockiert sind oder sich in einer Krisensituation befinden (9X). Gleich viele geben an, das ZRM zu brauchen, um die Ebene zu wechseln (9X), z.B. um den Zugang zu den Gefühlen oder den körperlichen Empfindungen (auch den somatischen Markern) der KlientInnen zu ermöglichen. Ebenfalls 9 Personen setzen das ZRM in Situationen ein, die nicht direkt mit der Laufbahnberatung zusammenhängen. Dies zum Beispiel dann, wenn es bei einem Klienten um grössere Veränderungen geht, von denen die berufliche Situation nur ein Teil ist, oder wenn sich zeigt, dass ein persönliches Thema momentan wichtiger ist als die Laufbahnfrage. Schliesslich benutzen einige wenige das ZRM, um Ideen zu generieren und in der Visionsarbeit (5X).

4.1.2.3. Erfahrungen mit dem ZRM

In der neunten Frage, die von 43 Personen beantwortet wurde, wurde nach den Erfahrungen gefragt, welche die Beratenden mit dem ZRM gemacht haben. Dabei kristallisierten sich für die Antworten zwei Kategorien heraus: Gute Erfahrungen und sowohl gute wie auch schlechte Erfahrungen (siehe Anhang S. 24f). Niemand gab an, nur negative Erfahrungen mit der Methode gemacht zu haben.

Drei Viertel der Personen (31X) geben an, mit dem ZRM ausschliesslich gute bis sehr gute Erfahrungen zu machen, und zwar auf ihrer wie auch auf Klientenseite. So wird die Methode meistens als hilfreich empfunden, sie wirkt fördernd und kann sogar Spass

machen und Freude bereiten. Sie bringt die Menschen weiter und hilft ihnen, die geplanten Ziele umzusetzen; so gehen sie nach der Arbeit mit dem ZRM positiv gestimmt aus der Beratung. Die KlientInnen freuen sich über das von ihnen gewählte Bild und die dadurch entstandenen neuen Ideen.

Ein gutes Viertel (9X) hat gewisse Vorbehalte der Methode gegenüber, auch wenn diese Personen ebenfalls das Positive der Methode betonen. So kann es ein Problem sein, dass in einer Laufbahnberatung in der Regel nicht genügend Zeit zur Verfügung steht, um das gefundene Thema weiter zu verfolgen. Oder es können Themen auftauchen, die nicht in einer Laufbahnberatung bearbeitet werden können, weil sie psychotherapeutische Kompetenzen erfordern. Schwierigkeiten können auch dann auftreten, wenn sich jemand nicht auf die Methode einlassen möchte oder beim Assoziieren keine Einfälle hat. Allgemein kann man sagen, dass die Anwendung des ZRMs in der Laufbahnberatung von dem Berater ein spezielles Einfühlungsvermögen verlangt und von der Klientin eine gewisse Offenheit und Neugier diesem Arbeitsmittel gegenüber.

4.1.2.4. Vorteile des ZRMs

Die zehnte Frage bezog sich auf die Vorteile der Methode und wurde ebenfalls von 43 Personen beantwortet. Zur Kodierung wurden dabei acht Kategorien gebildet (siehe Anhang S. 25f). Niemand gab an, im ZRM keine Vorteile erkennen zu können.

Die meisten Personen nennen als Vorteil, dass die Methode das Arbeiten auf einer „anderen“, nicht verbalen Eben erlaubt und die Gefühle der KlientInnen einbezieht (20X). Das ZRM lässt sich bei Personen gewinnbringend einsetzen, die entweder Mühe haben, sich sprachlich auszudrücken oder im Gegenteil, in der Sprache oder im Kognitiv-Logischen verhaftet sind und dabei ihr „Bauchgefühl“ vernachlässigen. Am zweithäufigsten wird genannt, dass die Methode Freude bereitet und sogar Spass machen kann, und zwar den KlientInnen wie auch den Beratenden (18X). In diese Kategorie gehört auch das Unkonventionelle, Spielerische der Arbeit mit Bildern, das sehr inspirierend sein kann. Fast gleich häufig wird die Lösungs- und Ressourcenorientierung des ZRMs genannt (17X). Hier wird beschrieben, dass es als förderlich empfunden wird, dass man nicht Probleme analysiert, sondern aufbaut auf dem, was möglich ist. In die eben genannten drei Kategorien fallen die meisten Vorteile, welche die Befragten in der Methode sehen.

Etwas weniger häufig, aber dennoch mehrfach erwähnt wird die Tatsache, dass dank dem ZRM Unbewusstes bewusst gemacht werden kann und die Beratung dadurch an Tiefe gewinnt oder zumindest neue Aspekte hinzukommen (11X). Mit 9 Nennungen wird auch

die Einfachheit und Verständlichkeit der Methode mehrmals gelobt; sie ist leicht zu erklären und anzuwenden. Mehrmals erwähnt wird auch der praktische Nutzen des ZRMs (8X): Es ist wirksam, nachhaltig und dank der Methode kommt man rasch auf die wesentlichen Themen zu sprechen. Fast gleich viele Personen (7X) nennen die Tatsache, dass der Klient stark eingebunden wird, einen Vorteil des ZRMs. So wird er zum Experten für sich selbst und kann seine Selbstkompetenz stärken, ohne von der Beraterin abhängig zu sein; im ZRM befinden sich Klient und Beraterin „auf Augenhöhe“.

Schliesslich wurde für fünf Antworten eine weitere Kategorie gebildet, in der ein Vorteil des ZRMs darin gesehen wird, dass die Methode vielfältige Anwendungsmöglichkeiten bietet. Darin wird etwa genannt, dass man die Methode in verschiedenen Situationen und auf unterschiedliche Weise einsetzen kann, oder dass sie sich sowohl für Einzel- wie auch für Gruppenarbeit eignet.

4.1.2.5. Grenzen und Nachteile des ZRMs

In diesem Kapitel werden die Grenzen und die Nachteile des ZRMs zusammengefasst dargestellt (es wird also nicht zwischen den beiden unterschieden), wobei ein knappes Viertel der 43 Personen, welche die elfte Frage beantworteten, angab, darin keine Nachteile bzw. Grenzen zu sehen. Die Antworten wurden in 9 Kategorien kodiert (siehe S. 28f des Anhangs).

Die meisten Personen geben als Nachteil bzw. Grenze an, dass das ZRM nicht für alle KlientInnen und in allen Beratungssituationen angewendet werden sollte (18X). So fordert die Methode von den KlientInnen eine hohe Assoziations-, Reflexions- und Ausdrucksfähigkeit (was beispielsweise bei Menschen nicht deutscher Muttersprache ein Problem sein kann). Auch sollte das ZRM nicht eingesetzt werden, wenn die Vertrauensbasis zwischen Klientin und Beraterin (noch) fehlt oder sich jemand - etwa aus psychischen Gründen - nicht auf die Methode einlassen kann. Des Weiteren gibt es Beratungssituationen und Fragestellungen, die sich nicht für den Einsatz des ZRMs als Arbeitsmittel eignen. Dann etwa, wenn jemand mit einer konkreten Frage in die Beratung kommt oder es um reine Informationsvermittlung geht. Ein weiterer häufig genannter Nachteil ist die Zeitintensität der Durchführung (14X). Dies ist vergleichbar mit der Auswertung der Frage 2, in der 17 Personen, die nicht mit dem ZRM arbeiten, angaben, die Methode aus Zeitgründen nicht anzuwenden.

Die fehlende Bereitschaft der Klientin mitzuarbeiten kann eine weitere Grenze darstellen (11X). So funktioniert das ZRM nicht, wenn jemand zu wenig offen, reflexionsbereit oder eigeninitiativ dafür ist. Ein weiterer Nachteil kann das ZRM haben, wenn es darum geht

konkrete Laufbahnlösungen zu finden; sieben Personen bemängeln, dass das mit dem ZRM nicht geht und nichts Konkretes dabei herauskommt. Auch braucht es in der Berufsberatung neben dem ZRM weitere Arbeitsmittel, da die Methode dafür alleine nicht ausreicht. Mehrfach genannt wurde auch das Unkonventionelle der Methode, das irritierend, unseriös oder gar abschreckend wirken kann (6X). Des Weiteren nennen einige wenige Probleme beim Transfer, da dieser nicht gut überwacht werden kann und vom Klienten einen grossen Aufwand erfordert (3X). Zwei Personen geben als Nachteil Platzmangel fürs Auslegen der Bilder an und eine Person sieht einen Nachteil darin, dass durch das ZRM zutage getretene Themen aus finanziellen Gründen nicht weiter verfolgt werden können.

4.1.2.6. KlientInnen-Rückmeldungen zum ZRM

In einer letzten qualitativen Frage (Nr. 13) wurde erhoben, wie die KlientInnen auf das ZRM reagieren und wie allfällige Rückmeldungen ihrerseits ausfallen. Bei dieser Frage konnten nicht alle 43 gegebenen Antworten ausgewertet werden, weil darunter einige Antworten waren, die sich nicht auf die Frage beziehen.¹ Auch gaben sechs Personen an, über keine Rückmeldungen seitens ihrer KlientInnen zu verfügen. Nur negative Reaktionen der KlientInnen beschreibt keine der befragten Personen. Die verbliebenen Antworten wurden in drei Kategorien kodiert (siehe Anhang S. 30f).

Der grösste Teil gibt an, dass die Rückmeldungen auf das ZRM als Beratungsmethode vorwiegend positiv bis sehr positiv sind (27X). Etliche erhielten ausschliesslich gute, gar begeisterte Rückmeldungen. Die KlientInnen empfinden das ZRM als hilfreich, ermutigend, lustvoll und wirksam und setzen ihre Ziele im Alltag auch wirklich um. Geschätzt wird auch das Arbeiten auf der emotionalen Ebene und das Unkonventionelle der Methode, das einige zu Beginn erstaunt.

Vier Personen gaben an, zwar über keine direkten Rückmeldungen zum ZRM zu verfügen, aber über ein positives Feedback zum Resultat (etwa zum gefundenen Mottoziel). Oder die KlientInnen sind allgemein zufrieden mit der Laufbahnberatung. Ebenfalls vier Personen schreiben über unterschiedliche Rückmeldungen; sie haben sowohl KlientInnen, die positiv auf das ZRM reagieren, wie auch solche, die der Methode gegenüber verhalten oder gar ablehnend entgegneten („Scharlatanismus“).

¹ vgl. Seiten 11 und 12 des Anhangs dieser Arbeit

4.2. Ergebnisse aus der Einführung des ZRMs am BIZ Thun

Um zu erfahren, wie es den 11 Beratenden des BIZ Thun, die Anfang Mai 2012 an der Einführung ins ZRM teilgenommen hatten, in den folgenden Monaten mit der Methode in ihren Beratungen erging, wurde ihnen fünf Monate später (also Anfang September 2012) eine Mail zugeschickt mit der Bitte, vier Fragen zum ZRM in ihrem Berufsalltag und zur Einführung in die Methode zu beantworten. Von den elf Beratenden haben fünf eine Rückmeldung dazu gemacht.¹ Zwei Personen haben das ZRM je zweimal, drei davon in den fünf Monaten nie eingesetzt. Auf die Frage, welche (neuen) Erfahrungen sie damit gemacht hätten, antwortete eine Person, dass sie sich unsicher gefühlt habe, jedoch über das Resultat erstaunt war und es sie und die Klientin weitergebracht hat. Die andere Person stellte fest, dass es nicht sehr viel Zeit braucht, viele Emotionen ausgelöst werden und dass bereits ein gewisses Vertrauensverhältnis zwischen der Beratenden und der Klientin bestehen sollte, wenn man das ZRM anwendet. Sie fand allerdings auch, dass man es nicht als Allerheilmittel betrachten dürfe, dass das Sprechen über Bilder und Ressourcen aber helfen könne, einen direkteren Zugang zur Gefühlswelt zu erschliessen, wenn jemand nicht über alles sprechen möchte.

In einer weitere Frage wurden eventuelle Stolpersteine thematisiert, die man antreffen könnte, wenn man das ZRM als neue Methode anwendet. Hierzu gab es drei Antworten, die sich auf die Frage bezogen. Eine Person möchte sich zuerst gründlicher einlesen, bevor sie die Methode anwendet. Eine weitere Person fände es hilfreich, wenn man im Team neben dem Selbstversuch auch verschiedene Anwendungsvarianten ausprobieren könnte. Eine dritte Person fragt sich, wie das ZRM in die Berufsberatung integriert werden könne, und ob es sich dann immer noch um „Berufsberatung“ handle.

Eine letzte Frage bezog sich auf die Einführung ins ZRM, ob sie genügte oder ob es Elemente gab, die vermisst wurden. Diese Frage haben alle fünf Personen beantwortet. Eine Person war nicht genügend motiviert, sich tiefer in die Methode einzuarbeiten. Drei Personen gaben an, mit der Einführung zufrieden zu sein oder sie gar sehr gut gefunden zu haben. Eine Beraterin erwähnte, dass sie gerne noch mehr Zeit zum selbst Ausprobieren gehabt hätte. Auch wurde ein Austauschtermin nach einer gewissen Zeit als hilfreich vorgeschlagen, und jemand hätte gerne einmal zugesehen, wie eine erfahrene ZRM-Person die Methode in einer Beratung anwendet.

¹ Die gestellten Fragen sowie alle Antworten darauf finden sich im Anhang C), S. 32 und 33

5. Diskussion

Im diesem Teil werden die Ergebnisse zusammengefasst, interpretiert und es werden weiterführende Überlegungen dazu skizziert (Kapitel 5.1.). Anschliessend wird die Fragestellung dieser Arbeit beantwortet sowie die Arbeitshypothesen werden überprüft (5.2.) und die gewonnenen Erkenntnisse in einem Fazit zusammengefasst (5.3.). Schliesslich folgen eine kritische Betrachtung der Methode (5.4.) und eine kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen (5.5.).

5.1. Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

In den folgenden Kapiteln werden die verschiedenen Ergebnisse des vorhergehenden Teils in Kapiteln thematisch zusammengefasst und kommentiert.

5.1.1. Allgemeine Bemerkungen zum Einsatz des ZRM in der BSLB

Ein Drittel der Befragten setzt das ZRM in den Beratungen ein. Dies kann man als viel wie auch als wenig ansehen. Als viel, wenn man bedenkt, dass das ZRM kein spezifisch berufsberaterisches Arbeitsmittel darstellt. Als wenig, da sich - wie die Ergebnisse zeigen - das ZRM in der Laufbahnberatung durchaus gewinnbringend einsetzen lässt. Der grösste Teil der anderen zwei Drittel nannten vor allem andere Gründe dafür, dass sie nicht mit dem ZRM arbeiten, als den Zeitaufwand oder dass sie die Methode nicht kennen oder über keine Bilder verfügen. Über diese anderen Gründe lässt sich nur spekulieren; vielleicht sind sie der Methode gegenüber kritisch eingestellt oder empfinden sie als zu aufwändig. Dass immerhin ein Fünftel dieser Personen angab, die Methode nicht zu kennen, könnte unter anderem geografisch bedingt sein: Bekannt ist das ZRM vor allem in Zürich und den angrenzenden Kantonen sowie bei denjenigen Beratenden, welche die Ausbildung am IAP gemacht haben. Wer etwa in der Ost- oder Westschweiz in einem BIZ arbeitet oder in Fribourg die Ausbildung gemacht hat, hat unter Umständen nie davon gehört oder verfügt über kein Bildmaterial. Dass immerhin 17 % angaben, dass der Zeitaufwand zu gross ist und sie deswegen nicht mit dem ZRM arbeiten, könnte an den kantonalen Budgets für die Berufsberatung liegen, die in den letzten Jahren kleiner geworden sind; es steht weniger Zeit für die Beratungen zur Verfügung und diese muss „effizient“ genutzt werden, was das Durchführen der Methode erschwert oder gar verunmöglicht (mal ganz abgesehen davon, dass man durch das ZRM unter Umständen viel Zeit sparen könnte, weil es erlaubt, relativ rasch grundsätzlichen Themen auf die Spur zu kommen). Hier könnte man auch entgegenhalten, dass in der Laufbahnberatung ja kein ganzes ZRM-Training durchgeführt werden muss und man die Methode auch zeitlich

flexibel handhaben kann, wie die Resultate der Befragung zeigen. Dass nur wenige (7%) finden, die Methode habe wenig mit Laufbahnberatung zu tun, spricht für die universelle Anwendbarkeit des ZRMs.

Im Folgenden sollen nun die Ergebnisse der Personen diskutiert werden, die das ZRM in ihren Beratungen einsetzen.

Knapp die Hälfte davon arbeitet seit länger als drei Jahren mit der Methode; dies zeigt, dass, wer einmal Übung und Erfahrung im Durchführen des ZRMs hat, die Methode immer wieder einsetzt. Man kann also annehmen, dass die Personen, die angeben, seit 1 – 3 Jahren damit zu arbeiten (36%), auch künftig mit der Methode arbeiten werden. Bei den 17%, die angeben, das ZRM seit weniger als einem Jahr in ihren Beratungen einzusetzen, scheint dies schwieriger vorauszusagen, da der Umgang mit der Methode eine gewisse Übung und Routine erfordert, wie das auch bereits Hanni Bütler in ihrer Arbeit festgestellt hat (Bütler, 2007, S. 44). Führen diese Beratenden es häufig durch, so stehen die Chancen gut, dass sie dies auch in einigen Jahren tun werden. Machen sie dies nur wenige Male, so könnte es sein, dass sie sich dabei zu unsicher fühlen und künftig auf das ZRM in ihren Beratungen verzichten.

Etwas mehr als die Hälfte setzt das ZRM mehrmals pro Jahr ein (also nicht sehr häufig); dies belegt, dass es sich nicht als Standardmethode für alle KlientInnen und Beratungssituationen eignet. Nur wenige scheinen die Methode in ihrem festen Beratungsrepertoire zu haben und wenden sie fast wöchentlich an (15%). Interessant hierbei ist anzumerken, dass 73% der Befragten finden, das ZRM werde in der Laufbahnberatung zu selten eingesetzt. Hier wäre es spannend zu erfahren, warum sie dieser Meinung sind.

Wer mit dem ZRM arbeitet, wendet häufig auch andere verwandte Methoden an (60%), diese sind jedoch unterschiedlich (etwa die Timeline – siehe auch Bütler, 2007). Daraus könnte man schliessen, dass Beratende, die das ZRM kennen und einsetzen, allgemein offen sind für „alternative“ Arbeitsmittel in der Laufbahnberatung.

Weitaus am Häufigsten wird das ZRM in der Beratung Erwachsener eingesetzt (70%): Dies zeigt, dass die Arbeit mit der Methode vom Klienten eine gewisse Reife und Reflexionsfähigkeit voraussetzt, die bei Jugendlichen noch nicht unbedingt gegeben ist (obwohl immerhin ein Fünftel auch mit dieser Klientengruppe mit dem ZRM arbeitet). Vielleicht liegt es auch daran, dass die Vorschläge von Riedener und Storch (2005), wie

man das ZRM mit Jugendlichen durchführen kann, (noch) zu wenig bekannt sind.¹ Dass Studierende die kleinste Klientengruppe sind, mit denen das ZRM durchgeführt wird, könnte mit deren Fragestellungen zusammenhängen, die sich vermutlich eher auf konkrete Studienrichtungen beziehen als auf allgemeine Veränderungen in ihrem Leben. Wie bereits Bütler (2007) aufgezeigt hat, muss man sich bei der Anwendung des ZRMs in der Laufbahnberatung nicht strikt an die Empfehlungen von Buss (2003) halten, denn es lässt sich mit Bildern sehr kreativ arbeiten. So führt denn auch niemand der Befragten ein gesamtes ZRM-Training in der Laufbahnberatung durch. Die einzelnen Phasen werden abgekürzt, weggelassen, oder abgeändert, je nach Klientin und Beratungssituation. Allerdings beginnen jedoch alle mit der ersten Phase, dem Finden des Themas (siehe auch Kapitel 2.3.1.): Sie lassen den Klienten ein Bild (oder mehrere Bilder) wählen, dazu assoziieren und kommen so auf ein für ihn aktuelles und wichtiges Thema. Auch die zweite Phase des Trainings, in der man vom Thema zum Ziel gelangt, bearbeiten die meisten auf die eine oder andere Weise (siehe auch Kapitel 2.3.2.); Bedürfnisse werden also in Motive umgewandelt, die bewusst sind, formuliert werden können und aus denen sich ein Ziel ableiten lässt. Dies scheint im Rahmen einer beruflichen Neuorientierung einleuchtend, sofern die KlientInnen ohne konkretes Ziel in die Beratung kommen oder sich ihr ursprüngliches Ziel als vage oder nicht zutreffend erweist. Man kann folglich sagen, dass die ersten zwei Phasen des Trainings gewissermassen die „Kernelemente“ darstellen, die in allen Beratungen, in denen das ZRM angewendet wird, vorkommen. Die weiteren drei Phasen werden – wohl aus Zeitgründen – meist weggelassen. Auch gibt es Beratende, die das ZRM abwandeln oder es mit anderen Methoden kombinieren (etwa den Wunschelementen). Dies zeigt die hohe Flexibilität der Methode und wie vielseitig wandel- und einsetzbar sie ist.

5.1.2. Anmerkungen zu den Vorteilen des ZRMs

In diesem Kapitel werden Anmerkungen zu den Beratungssituationen gemacht, für die sich das ZRM besonders gut eignet, wie auch zu den Vorteilen der Methode in der BSLB. Dass drei Viertel der Befragten angeben mit dem ZRM gute bis sehr gute Erfahrungen zu machen und niemand anführt, nur negative Erfahrungen mit dem ZRM gemacht zu haben oder keine Vorteile in der Methode zu sehen, belegt die Wirksamkeit und das umfassend Positive der Methode, das erstaunen mag. Bei der Analyse der Antworten liessen sich drei

¹ Maja Storch, Astrid Riedener (2005): *Ich pack's! – Selbstmanagement für Jugendliche. Ein Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell ZRM*

„Hauptvorteile“ der Methode herauskristallisieren: Das ZRM erlaubt es, ein relevantes Thema zu finden sowie Ressourcen zu aktivieren und seine Anwendung bereitet Freude. Wie bereits erwähnt, kann die Methode helfen herauszufinden, was eine Klientin wirklich will, wenn diese mit einem unklaren oder vagen Ziel in die Beratung kommt; das wahre Thema oder Ziel zu finden, ist sozusagen das Hauptmerkmal des ZRMs. Deswegen finden wohl auch 69% der Beratenden, dass die Methode effizient ist in Bezug auf das Finden von Lösungen und dadurch auch in der Laufbahnberatung nützlich.

Eine weitere Beratungssituation, in der das ZRM häufig eingesetzt wird, ist dann gegeben, wenn eine Klientin über ein geringes Selbstwertgefühl verfügt, in negativen Gedanken gefangen ist oder das Gespräch stockt. Da die Klientin als „Expertin“ für sich selbst mitarbeitet und somit für das Resultat der Beratung mit verantwortlich ist, bringt das ZRM die Beratung voran und trägt zu deren Gelingen und Nachhaltigkeit bei. Durch das Fokussieren auf die Ressourcen, auf das, was „geht“, kann das Potential der Klientin sichtbar gemacht werden und sie kann der Zukunft wieder positiv gestimmt entgegnen. Auch diese Eigenschaft des ZRMs macht die Methode so erfolgreich und so beliebt.

Zur Beliebtheit trägt sicher auch bei, dass das Durchführen des ZRMs Freude bereitet und eine gewisse Kreativität verlangt. Denn dies wird meist von einer Laufbahnberatung nicht erwartet; persönliche Entwicklung wird vermutlich eher mit Mühe und Schwierigkeiten, also mit „harter Arbeit an sich selbst“ assoziiert, als mit etwas, das Spass macht. Dieser spielerische Aspekt zusammen mit der Arbeit mit Bildern wird denn auch am zweithäufigsten als Vorteil der Methode genannt. Am häufigsten allerdings nennen die Befragten als Vorteil des ZRMs, dass es auf einer nicht verbalen, „anderen“ Ebene funktioniert und die Gefühle in die Beratung und allfällige Entscheidungen einbezieht. Dies passt denn auch zu der seit Jahren von Maja Storch verbreiteten Theorie der „klugen Entscheidung“, bei der nicht nur der Kopf, sondern auch der Bauch einbezogen werden will, soll sie denn wirklich umgesetzt werden, nachhaltig sein und später nicht bereut werden¹. So wird auch von vielen Beratenden als Vorteil genannt, dass dank dem ZRM Unbewusstes bewusst gemacht werden kann. Gerade in unserer „rationalen“, wissenschaftsverhafteten Zeit, in der wir glauben, alles durch Reflektieren, Berechnen und kognitives Abwägen entscheiden zu können, scheint mir der Einbezug der irrationalen „Intuition“, des Bauchgefühls, ein wichtiger Punkt zu sein.

¹ Maja Storch (2003): *Das Geheimnis kluger Entscheidungen. Von somatischen Markern, Bauchgefühl und Überzeugungskraft.*

Schliesslich ist die Verständlichkeit der Methode ein nicht zu unterschätzender Vorteil: Sie ist einfach zu erklären und durchzuführen, weder Beraterin noch Klient müssen sich vertieft mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften auseinandergesetzt haben, um sie erfolgreich anzuwenden. Dass die Einfachheit der Methode ein grosser Vorteil ist, bedarf wohl keiner komplizierten Interpretation.

5.1.3. Anmerkungen zu den Nachteilen des ZRMs

Auch wenn der Grossteil der Befragten im ZRM vor allem Vorteile sieht, sollen hier einige Anmerkungen zu möglichen Grenzen und Nachteilen der Methode gemacht werden. Es lassen sich dabei deren zwei finden, denen man Gewicht beimessen sollte: Das ZRM eignet sich nicht für alle KlientInnen sowie Beratungssituationen und die Durchführung benötigt viel Zeit.

Die erste genannte Grenze ist also, dass das ZRM nicht in allen Beratungssituationen und bei allen KlientInnen angewendet werden sollte. Es gilt also, den Klienten und sein Anliegen erst genauer kennenzulernen und dann abzuschätzen, ob das ZRM ein sinnvolles Arbeitsmittel darstellt. Denn die Methode „liefert“ keine konkreten Laufbahnlösungen und sollte folglich in der Laufbahnberatung nur in Kombination mit anderen Arbeitsmitteln eingesetzt werden. Richtig eingesetzt aber hat das ZRM so gesehen keinen Nachteil. Allerdings gehört eine gewisse Erfahrung dazu, einschätzen zu können, ob sich das ZRM bei einer bestimmten Fragestellung als Arbeitsmittel eignet und die Klientin weiterbringen kann oder eher nicht. Auch braucht es eine gewisse Menschenkenntnis um abschätzen zu können, ob die Klientin offen und reflexionsfähig genug ist, sich auf das Unkonventionelle der Methode einzulassen. Selbstverständlich sollten die KlientInnen auch vor Einsatz des ZRMs gefragt werden, ob sie bereit sind, ein etwas anderes Arbeitsmittel auszuprobieren, eines, mit dem sie vielleicht im Rahmen einer Berufsberatung nicht gerechnet hätten. Eignet sich ein Klient nicht dafür oder möchte sich nicht darauf einlassen, so macht man das ZRM besser nicht.

An zweiter Stelle wird die lange Durchführungsdauer als Nachteil der Methode genannt. Dies wurde auch als wichtiger Grund angegeben, warum man nicht mit der Methode arbeitet (17% der Befragten, die nicht mit dem ZRM arbeiten). Dagegen stehen 70% der Personen, die damit arbeiten und der Meinung sind, das ZRM sei in angemessener Zeit durchführbar. Und es gibt immerhin drei Personen, die angeben, für die Durchführung nur 15 Minuten zu benötigen. In diesem Punkt gibt es also keine Klarheit. Aus den gegebenen Antworten lässt sich allerdings ableiten, dass es sich vermutlich nicht lohnt, mit dem ZRM zu arbeiten, wenn nur eine einzige Beratungssitzung geplant ist, es sei denn, sie dauere

mehr als zwei Stunden. Auch könnte man den Kritikern darlegen, dass man mit dem ZRM gar Zeit sparen kann, weil man sehr rasch auf wesentliche Themen kommt und sich in der Beratung nicht lange mit Unwesentlichem abgibt.

Gesamthaft gesehen gibt es also eigentlich keine Nachteile, die dem ZRM inhärent wären und sich nicht durch eine gute Einschätzung der Beratungssituation und des Klienten vermeiden liessen. Fehlt es an Zeit, ist die Fragestellung sehr konkret oder die Klientin nicht bereit, sich auf die Methode einzulassen, so verzichtet man besser aufs ZRM im Rahmen einer Laufbahnberatung. In allen anderen Situationen kann es gewinnbringend eingesetzt werden.

5.1.4. Anmerkungen zu den KlientInnen-Rückmeldungen zum ZRM

Interessant sind natürlich die überwiegend positiven Rückmeldungen der KlientInnen zum ZRM. Auch wenn nicht sehr viele auswertbare Antworten auf diese Frage gegeben wurden, so wird klar, dass die KlientInnen, mit denen das ZRM durchgeführt wurde, die Methode als hilfreich und ermutigend, als lustvoll und wirksam empfanden - einige waren gar begeistert. Dies deckt sich in etwa mit den Vorteilen, welche die Beratenden im ZRM sehen und bekräftigt diese somit. Dass die KlientInnen die Arbeit auf der „anderen“, emotionalen Ebene schätzen, zeigt, wie wichtig es auch in der Laufbahnberatung ist, eine Fragestellung nicht nur von der kognitiven Seite her anzugehen, sollen gute, umsetzbare und nachhaltige Lösungen gefunden werden. Hier ist es an der Beraterin, je nach Situation auch auf unkonventionelle Arbeitsmittel wie das ZRM eines ist zurückzugreifen, auch wenn das von der Klientin nicht erwartet wird und diese zu Beginn vielleicht erstaunen mag. Die wenigen Rückmeldungen, die von verhaltenen bis ablehnenden Reaktionen von KlientInnen berichten, wären vermutlich durch vorgängiges Abklären, ob der Klient mit dem ZRM überhaupt arbeiten will, zu vermeiden gewesen.

Hanni Bütler hat bei einigen KlientInnen, deren Fälle sie in ihrer Masterthesis darstellt, einige Zeit nach Beratungsabschluss nachgefragt, wie sie die Arbeit mit Bildern in der Laufbahnberatung empfunden haben, ob sie wirksam und nachhaltig sei (Bütler, 2007, S. 43). Die Auswertung vor allem einer Rückmeldung bekräftigt das Positive der Methode und fügt folgende Elemente hinzu: Das ZRM erlaubt es, unbewusste Themen sichtbar zu machen und sie dank den Bildern zu „verankern“, was nachhaltig wirkt. Zusätzlich empfand der Klient das Ganzheitliche der Methode als sehr positiv und erwähnt aber auch, dass Bild und Gespräch nicht voneinander getrennt werden können (Bütler, 2007, S. 44).

Wer sich also als Klient auf das ZRM einlässt und bereit ist mitzuarbeiten, der kann von der Methode enorm profitieren. Auch entspricht dies einem „modernen“ Beratungsverständnis, in dem die Beraterin dem Klienten nicht sagt, was er zu tun hat, sondern ihn ermutigt und ihm Wege aufzeigt, wie er selbst aktiv werden kann. Ein solches Beratungsverständnis scheint mir die Basis jeder gelungenen Beratung oder Therapie zu sein.

5.1.5. Erkenntnisse aus der Einführung des ZRMs am BIZ Thun

Da nur fünf Personen eine Rückmeldung auf die Einführung am BIZ Thun gemacht haben, können ihre Bemerkungen wohl kaum als allgemeingültig angesehen werden. Auch wurde das ZRM nach der Einführung gemäss den erhaltenen Rückmeldungen nur insgesamt viermal angewendet, was ebenfalls keine generellen Rückschlüsse darauf zulässt, welche Erfahrungen jemand damit macht, der es zum ersten Mal anwendet. Vielleicht könnte man das Fehlen der weiteren sechs Rückmeldungen dahingehend interpretieren, dass es mehr als nur eine zweistündige Einführung braucht, damit die Methode auch wirklich angewendet wird im Beratungsalltag. Dies wurde denn auch erwähnt: Es bräuchte mehr Zeit, die zur Verfügung gestellt werden müsste, um sich in die Methode einzuarbeiten, sich darüber auszutauschen und zu diskutieren, für welche Beratungssituationen sie sich eignet. Dann würde das ZRM vermutlich auch häufiger eingesetzt. Denn dass es sich lohnen würde, das ZRM ins Beratungsmethodenrepertoire aufzunehmen, zeigen die beiden Rückmeldungen der Personen, welche die Methode ausprobiert haben: Sie waren erstaunt darüber, wie gut man die Gefühlswelt der Klientinnen erschliessen konnte und positiv überrascht davon, wie das ZRM sie weiterbringen konnte. Allgemein kann man also bemerken, dass die Einführung ins ZRM als gelungen bezeichnet wurde, dass sie aber zu kurz bemessen war, um die Methode bei den Beratenden wirklich zu verankern. Für weitere Einführungen an Berufsinformationszentren, an denen man das ZRM noch nicht kennt, wäre folglich mehr Zeit einzuplanen; beispielsweise einen Tag Einführung und einen weiteren Termin einige Monate später zum Austausch über die gemachten Erfahrungen. Am Beispiel des BIZ Thun hat sich also unter anderem gezeigt, wie wichtig es ist, dass die BIZ-Leitung das Anschaffen von neuen Arbeitsmitteln in der Berufsberatung und die entsprechenden Einführungen unterstützt. Fehlt diese Unterstützung, so ist es für die BeraterInnen schwierig, sich diesbezüglich weiterzuentwickeln.

5.2. Beantwortung der Fragestellung

Kommen wir zum Schluss dieser Arbeit auf die zu Beginn gestellte Frage und die Arbeitshypothesen zurück. Sie werden im Folgenden also aufgenommen und anschliessend besprochen. Die Hauptfrage lautete:

Welche Erfahrungen mit dem Zürcher Ressourcen Modell werden in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung gemacht?

Man kann diese Frage ungeziert beantworten, indem man sagt: Vorwiegend positive! Im Gegensatz zu anderen Arbeitsmitteln, die in der Laufbahnberatung zum Einsatz kommen, erlaubt das ZRM eine andere, nicht verbale Ebene anzusprechen, Ressourcen zu stärken und Unbewusstes bewusst zu machen. Auch baut es auf dem Positiven, dem Möglichen auf und fokussiert nicht darauf, was nicht möglich ist oder zeigt Schwächen auf – wie andere Tests dies tun können (denken wir etwa an Leistungstests). Beratende, die mit dem ZRM arbeiten, sind damit sehr zufrieden. Das ZRM bereitet Freude und wird von Beratenden- wie auch von KlientInnenseite her sehr geschätzt. Es führt zwar nicht zu konkreten Laufbahnlösungen, gestattet aber, in kurzer Zeit wichtige Themen und Ziele formulierbar zu machen. Diese spielen in der Laufbahnplanung oft eine wichtige Rolle und lassen berufliche Projekte scheitern, werden sie nicht berücksichtigt. So ist die Methode zu den anderen in der Laufbahnberatung üblichen Arbeitsmitteln komplementär; sie bringt die nicht-kognitive, gefühlsbetonte Seite ins Beratungsgeschehen und hilft dadurch, Lösungen zu finden, zu denen auch der „Bauch“ ja sagen kann. Allerdings sollte vor dem Einsatz abgeklärt werden, ob sich die Fragestellung der Klientin für einen Einsatz des ZRMs eignet und ob sie bereit ist, sich auf diese unkonventionelle Methode einzulassen. Wird das berücksichtigt, so stellt das ZRM für die Laufbahnberatung eine grosse Bereicherung und einen echten „Mehrwert“ dar.

Die Arbeitshypothesen können wie folgt bestätigt, resp. widerlegt werden:

- Das ZRM kann als diagnostisches Arbeitsmittel eingesetzt werden, wenn man im Beratungsgespräch nicht weiterkommt. Es eignet sich also vor allem für schwierige Beratungssituationen.

Es stimmt, dass sich das ZRM unter anderem dann besonders eignet, wenn das Gespräch ins Stocken geraten ist und man mit Worten nicht weiterkommt. Allerdings eignet es sich nicht nur für schwierige Beratungssituationen, sondern kann auch mit Gewinn in ganz „normalen“ Beratungen eingesetzt werden.

- Da das ZRM auf individuellen Ressourcen aufbaut, eignet es sich für alle KlientInnen, die in eine Laufbahnberatung kommen.

Diese These hat sich klar als falsch erwiesen und muss somit widerlegt werden. Denn es gibt Klientengruppen, für die sich der Einsatz des ZRM nicht eignet: So ist es mit Jugendlichen nicht immer einfach durchzuführen oder nicht zum empfehlen mit Menschen, die der Methode gegenüber skeptisch sind oder sich in einer Krise (z.B. im Burnout) befinden.

- Der Einsatz des ZRM in der Laufbahnberatung ist nur möglich, wenn genügend Zeit zur Verfügung steht oder die KlientInnen mehr als einmal zur Beratung kommen.

Diese These konnte im Grossen und Ganzen bestätigt werden. Denn selbst wenn man nur die ersten zwei Phasen des ZRM durchführt, so benötigt dies, will man es seriös angehen, mindestens eine Stunde. Allerdings gibt es Beratende, die nur kurz zum Einstieg mit den Bildern arbeiten und angeben, dafür nur 15 Minuten zu benötigen. Fraglich dabei ist freilich, ob man dies überhaupt als Arbeit mit dem ZRM bezeichnen kann.

- Das ZRM könnte öfter in der Laufbahnberatung eingesetzt werden, als dies zurzeit der Fall ist.

Diese These kann nach Auswertung der Umfrage ebenfalls bestätigt werden, da es viele Beratende gibt, die das ZRM seit Jahren erfolgreich in der Laufbahnberatung einsetzen und keine Nachteile in der Methode sehen, wenn sie in der passenden Situation und mit einem dafür offenen Klienten durchgeführt wird.

5.3. Fazit

Wer mit dem ZRM arbeitet, betrachtet die Methode als wichtiges und hilfreiches Arbeitsmittel, gerade auch in der Laufbahnberatung. Allerdings sind sich diese Beratenden bewusst, dass es sich nicht für alle KlientInnen und Beratungssituationen eignet. Da die Methode – richtig angewendet – eigentlich nur Vorteile hat und dank ihrer flexibel möglichen Anwendung sehr anpassungsfähig ist, hat sie ganz klar auch in der Laufbahnberatung ihre Berechtigung. Denn auch wenn sie keine konkreten Laufbahnlösungen liefert, so kann sie die KlientInnen in wichtigen persönlichen Themen weiterbringen. Dafür spricht auch, dass es heute in der Laufbahnberatung immer seltener um reine Informationsvermittlung geht - dank dem Internet und entsprechenden Homepages (z.B. über www.berufsberatung.ch) kann man sich sehr gut selbst über berufliche Möglichkeiten und die Situation auf dem Arbeitsmarkt informieren – sondern dass die ganzheitliche Weiterentwicklung und Lebensgestaltung des Menschen im

Vordergrund steht. Hier setzt das ZMR an, indem es ermöglicht, umfassende Lösungen zu finden, mit denen Kopf und Bauch einverstanden sind.

Demzufolge kann man dafür plädieren, dass das ZRM in der Laufbahnberatung noch besser bekannt gemacht und verankert werden sollte: So sollte es zum festen Bestandteil der Ausbildung jeder künftigen Laufbahnberaterin gehören. Auch sollte jedes BIZ – je nach Grösse – mit mindestens einer Bildkartei und der entsprechenden Grundlagenliteratur¹ ausgestattet werden. Zusätzlich sollte in regelmässigen Abständen Zeit zur Verfügung gestellt werden, damit sich die Beratenden mit der Methode befassen können. Zu empfehlen wäre mindestens einmal pro Jahr die Durchführung einer Veranstaltung, die ins ZRM einführt oder die Kenntnisse darüber auffrischt. Und mehrmals jährlich wäre es angebracht, Beratenden, die damit arbeiten, die Möglichkeit zu geben, sich über ihre Erfahrungen mit der Methode auszutauschen. Des Weiteren wäre zu überlegen, ob pro BIZ eine interessierte Beraterin oder ein interessierter Berater als Weiterbildung einen ZRM-Trainingskurs absolvieren sollte (selbstverständlich auf freiwilliger Basis), um somit als Ansprechperson und „Expertin“ für das ZRM fungieren zu können. Diese Person könnte dann die Einführungen und die Austauschrunden organisieren und leiten. Wichtig dabei ist natürlich, dass man keine Beratenden dazu „verknurrt“ mit dem ZRM zu arbeiten, denn genauso wenig wie es sich für alle KlientInnen eignet, so gibt es sicher auch einen Beratertypus, der nicht mit dem ZRM arbeiten möchte und in seinen Beratungen lieber auf andere Arbeitsmittel zurückgreift.

Wird das ZRM als neues Arbeitsmittel an einem BIZ angeschafft, so hat die Erfahrung in Thun gezeigt, dass nach einer Einführung unbedingt genügend Übungs- und Einarbeitungszeit zur Verfügung gestellt werden sollte. Geschieht dies nicht, so wird das ZRM möglicherweise nicht ins aktive Methodenrepertoire der Beratenden übernommen. Auch müssen neben der Methode die entsprechende Literatur und Austauschmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden, damit die interessierten Beratenden die Einführung vertiefen können und sicherer werden im Umgang mit dem ZRM.

¹ Dazu gehören selbstverständlich das Manual zur Bildkartei wie auch Frank Krauses und Maja Storchs *Selbstmanagement – ressourcenorientiert. Grundlagen und Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell* (2002). Zu empfehlen wären auch weitere Bücher von Maja Storch.

5.4. Kritische Betrachtung der Methode

In diesem vorletzten Kapitel soll ein kritischer Blick auf die für diese Arbeit gewählte Methode geworfen werden.

Für die Umfrage wurde das Medium Internet gewählt. Dies hat ganz entscheidende Vorteile: So war es ohne grossem Aufwand möglich, via KBSB und FFBB alle Laufbahnberatenden zumindest der Deutschschweiz per Email zu erreichen, um sie zu bitten an der Umfrage teilzunehmen. Auch war die Teilnahme unkompliziert und benötigte weniger Zeit und Aufwand als etwa eine Umfrage, die auf Papier ausgefüllt und zurückgeschickt werden muss. So haben denn auch 158 Personen an der Umfrage teilgenommen. Dank dieser grossen Zahl besitzen die Antworten eine gewisse wissenschaftliche Relevanz.

Ein weiterer Vorteil das gewählten Umfrageportals *findmind* ist, dass die statistisch auswertbaren Antworten automatisch ausgewertet werden, was die Auswertungsarbeit natürlich erleichterte. Nicht möglich war dies für die qualitativen Antworten, hier hätte man mit einem entsprechenden Programm arbeiten müssen. Da sie jedoch nicht sehr zahlreich waren, zog es die Verfasserin vor, sie „manuell“ auszuwerten. Hier stellt sich natürlich das der Frequenzanalyse eigene Problem der Kategorienbildung: Wurden sinnvolle Kategorien gebildet? Lässt sich der Inhalt so zusammenfassen, dass man allgemeine Aussagen über den untersuchten Gegenstand machen kann? Dazu kommt, dass *findmind* als relativ neues Umfrageportal noch einige „Kinderkrankheiten“ aufweist, so etwa die fehlerhafte Darstellung der Umlaute in den Grafiken der Auswertung. Auch ist es (noch) nicht möglich, quantitative mit qualitativen Fragen zu kombinieren, was z.B. bei der Frage, warum jemand nicht mit dem ZRM arbeitet, von Nutzen gewesen wäre (die Teilnehmenden hätten dann den Grund selbst formulieren können, warum sie nicht mit der Methode arbeiten, und nicht nur die vorgegebene Multiple-Choice-Antwort „anderer Grund“ ankreuzen müssen). Vermutlich hätten auch einige Fragen qualitativer Art noch vertieft werden können. Hier stellt sich aber wieder die Frage, wieviel Aufwand man den Befragten zumuten möchte und kann. Allenfalls weglassen hätte man die allgemeine Frage nach den Erfahrungen der Teilnehmenden mit dem ZRM können (Frage Nr. 9), da die Antworten darauf denjenigen auf die Fragen nach den Vor- und Nachteilen der Methode ähneln.

Wie bei allen Umfragen kann die Ehrlichkeit der Teilnehmenden ein Problem darstellen. Da wir in einer Zeit leben, in der wir dauernd gebeten werden, Umfragen oder Evaluationen auszufüllen, sind viele deren überdrüssig oder neigen dazu, sie ungenau auszufüllen. Dies erklärt vermutlich, warum nicht noch mehr Personen an der Umfrage teilgenommen haben und einige Antworten sich nicht auf die gestellten Fragen beziehen

oder nichts Relevantes aussagen. Aber es kann wohl davon ausgegangen werden, dass die meisten Teilnehmenden die Fragen ehrlich und nach bestem Wissen und Gewissen beantwortet haben. Auch diesbezüglich kann man aufgrund der grossen Teilnehmerzahl und der dadurch gewonnenen vielen wohl „brauchbaren“ Antworten davon ausgehen, dass die Ergebnisse etwas aussagen, das von Bedeutung ist.

Zur Stichprobe kann man anmerken, dass sie insofern repräsentativ ist, als dass alle Altersgruppen, weibliche und männliche Personen sowie freischaffende wie angestellte Beratende darin vertreten sind. Somit können die Resultate der Umfrage für die Laufbahnberatung in der deutschen Schweiz als relevant angesehen werden. Interessant wäre es gewesen, zusätzlich zu erheben, wer in welchem Kanton arbeitet; so hätte man genauere Hinweise darauf erhalten, wo mit dem ZRM gearbeitet wird und wo es weniger bekannt ist.

Im Grossen und Ganzen kann die Umfrage, die Stichprobe, die Datenerhebung und -auswertung wohl insofern als angemessen bezeichnet werden, als sie es erlaubte, auf die in dieser Arbeit gestellte Frage und die Arbeitshypothesen Antworten zu finden.

Was die Einführung im BIZ Thun und deren Auswertung angeht, so hat sich wie bereits vermutet bestätigt, dass sie nicht als „wissenschaftliche Methode“ angesehen werden kann. Denn dazu hätten mehr Beratende an der Einführung teilnehmen und entsprechend mehr Rückmeldungen vorliegen müssen. Da sie aber dennoch einige wertvolle Hinweise lieferte, worauf man beim Einführen des ZRMs als neuem Arbeitsmittel in einem BIZ achten sollte, hat sie ihre berechtigte Erwähnung in dieser Arbeit, sozusagen als persönlicher Zusatz.

5.5. Kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen

Wie im vorhergehenden Kapitel bereits erwähnt, können die Ergebnisse als aussagekräftig betrachtet werden, da sie erlaubten, die in dieser Arbeit gestellte Frage zu beantworten und die zu Beginn gemachten Arbeitshypothesen zu bestätigen oder zu widerlegen. Man muss allerdings bemerken, dass die Ergebnisse nichts völlig Überraschendes zutage brachten: Die meisten der genannten Vor- und Nachteile des ZRMs (das Thema finden, Unbewusstes bewusst machen, Ressourcen aktivieren, der Zeitaufwand...) waren bereits vorher bekannt, nur wusste man noch nicht, inwiefern diese Elemente beim Einsatz des ZRMS in der Laufbahnberatung eine Rolle spielen.

Bemerkenswert ist, dass zwar 73% der mit dem ZRM arbeitenden Befragten finden, das ZRM werde in der Laufbahnberatung zu selten eingesetzt, dass aber diesbezüglich anscheinend bis jetzt noch keine Vorstösse gemacht wurden, das zu ändern. Hier wäre es

interessant zu erfahren, warum diese Beratenden der Meinung sind, man müsse die Methode in der Laufbahnberatung häufiger einsetzen, warum sie nicht schon längst aktiv geworden sind und alle BIZ über das nötige Bildmaterial verfügen. Dass diese Beratenden in der Methode eigentlich nur Vorteile sehen und sie vor allem loben, hängt sicher auch damit zusammen, dass logischerweise nur diejenigen Personen mit dem ZRM arbeiten, die es für wirksam, hilfreich und nützlich halten. Hinterfragenswert wäre es daher eher gewesen, wenn die Nachteile überwogen hätten. Man müsste nun bei denjenigen, die nicht damit arbeiten, genauer nachfragen, woran das liegt.

Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass das ZRM nicht nur von den KlientInnen eine gewisse Offenheit und Neugier erfordert, sondern sich auch nicht für jeden „Typus“ Berater eignet. Hier wäre es - wie bereits erwähnt - interessant gewesen, genauer nachzufragen, warum die Beratenden, die das ZRM zwar kennen aber nicht damit arbeiten, es nicht in ihren Beratungen anwenden. Da immerhin ein Fünftel angab, die Methode nicht zu kennen, wäre auch die Frage zu diskutieren, ob das ZRM in der Ausbildung zur Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin besser integriert und trainiert werden sollte.

6. Zusammenfassung

Das Zürcher Ressourcen Modell (ZRM[®]) ist eine Selbstmanagement-Methode, bei der mithilfe von Bildern unbewusste Bedürfnisse bewusst gemacht und somit (Lebens-)themen formuliert werden können, um davon ausgehend zu einem umsetzbaren Ziel zu gelangen. Entwickelt wurde es in den 1990er-Jahren von Maja Storch und Frank Krause, unter anderem aufgrund neurowissenschaftlicher Erkenntnisse über die Struktur des Unbewussten und die Verarbeitung von Emotionen im Gehirn. So manifestieren sich unbewusste Gefühle durch körperlich wahrnehmbare Signale, so genannte somatische Marker, wie beispielsweise durch ein warmes Gefühl im Bauch. Im ZRM macht man sich die somatischen Marker insofern zunutze, als dass der Klient mit ihrer Hilfe aus einer Kartei mit positiven, ressourcenhaltigen Bildern ein Bild auswählt, zu dem anschliessend in einem „Ideenkorb“ Assoziationen gesammelt werden, die ein (eventuell vorher unbewusstes) Thema bewusst und somit das Bedürfnis zum formulierbaren Motiv machen. Von diesem Thema ausgehend wird dann gemeinsam mit dem Klienten ein anzustrebendes Ziel ausfindig gemacht, das in einem Zielsatz oder Motto, einer so genannten Intention, formuliert wird. Dieser Zielsatz muss – soll er denn umgesetzt werden und nachhaltig wirken – als Annäherungsziel formuliert werden, ganz unter der Kontrolle der Klienten stehen und bei ihm einen positiven somatischen Marker auslösen (ein Beispiel einer solchen Zielformulierung für jemanden, der aufhören möchte zu rauchen, wäre das situationsübergreifende Haltungsziel: „Ich geniesse meine freien Lungen.“). Ist das Ziel formuliert, so werden in der so genannten präaktionalen Phase möglichst viele Ressourcen des Klienten aktiviert und das Ziel wird durch so genanntes Priming - unbewusst wahrgenommene Erinnerungshilfen - verankert. Auch wird die erwünschte Haltung trainiert. Nach dieser Phase folgt die Handlung, in der das Ziel in die Tat umgesetzt wird. Das ZRM folgt so dem von Heckhausen und Gollwitzer beschriebenen „Rubikon-Prozess“, der den zielorientierten Handlungsprozess vom Motiv bis zur Handlung beschreibt.

In dieser Arbeit nun wurde untersucht, ob, wie und mit welchen Erfahrungen das ZRM in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung eingesetzt wird. Dazu wurden in einer Internetumfrage angestellte und freischaffende Laufbahnberatende der Schweiz befragt. Die Ergebnisse der Umfrage, an der 158 Personen teilgenommen haben, zeigen, dass rund ein Drittel der Befragten das ZRM in ihren Beratungen einsetzt. Die beiden anderen Drittel gaben grösstenteils an, aus anderen Gründen nicht damit zu arbeiten als etwa deswegen, weil sie die Methode nicht kennen oder sie zu viel Zeit beansprucht. Hier wäre es interessant gewesen genauer zu erfahren, warum sie nicht mit der Methode arbeiten.

Von dem Drittel, welches das ZRM regelmässig (d.h. mehrmals pro Jahr) anwendet und in der Anwendung flexibel handhabt, sind eigentlich die meisten von der Methode begeistert. Sie sind klar der Meinung, dass das ZRM auch in der Laufbahnberatung gewinnbringend eingesetzt werden kann und sich vor allem für die Arbeit mit Erwachsenen eignet. So werden als Vorteile der Methode genannt, dass man damit auf einer „anderen“, nicht verbalen Ebene arbeiten kann und die Gefühle der KlientInnen in den Entscheidungsprozess einbezieht, was auch bei beruflichen Veränderungen sehr wichtig ist. Auch macht das Arbeiten mit dem ZRM Spass, und zwar den KlientInnen wie auch den Beratenden. Ein weiterer oft genannter Vorteil ist die Lösungs- und Ressourcenorientierung der Methode. Niemand, der damit arbeitet, sieht im ZRM nur Nachteile. Aber es wurde mehrfach darauf hingewiesen, dass es sich nicht für jede Klientin und jede Situation eignet. Um erfolgreich damit arbeiten zu können, sollte also vorher genau abgeklärt werden, ob die Beratungssituation für die Arbeit mit dem ZRM geeignet und der Klient für die Methode offen ist und bereit mitzuarbeiten. Ist dies der Fall, so bestätigen auch Rückmeldungen der KlientInnen, dass sie das ZRM als hilfreich, lustvoll und wirksam erleben und die Ziele im Alltag auch wirklich umsetzen.

Nach der Analyse der Umfrageergebnisse kann man also dafür plädieren, dass das ZRM in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung noch besser bekannt gemacht und verankert werden sollte. So wäre zu empfehlen, dass Kenntnisse darüber in alle Ausbildungen zur Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin integriert werden und die Anwendung des ZRMs trainiert wird. Auch sollte jedes BIZ über mindestens eine Bildkartei und die entsprechende Grundlagenliteratur verfügen. Und für die interessierten Beratenden sollten – selbstverständlich auf freiwilliger Basis - regelmässig Veranstaltungen organisiert werden, in denen Zeit und Raum zur Verfügung gestellt wird, damit ins ZRM eingeführt werden kann oder Erfahrungen mit der Methode ausgetauscht werden können. Dazu wäre es von Vorteil, wenn in jedem BIZ mindestens eine Person einen ZRM-Kurs absolviert hätte und somit als ExpertIn und Ansprechperson bezüglich des ZRMs fungieren könnte.

7. Literaturverzeichnis

- Auf der Maur, L. & Seewer, A. (2002). *Symbolfotos als Arbeitsmittel in der Laufbahnberatung*. Zürich: Hochschule für Angewandte Psychologie
- Bärswyl, M. (2009). *Das Doppelbildverfahren im Zürcher Ressourcen Modell - ZRM. Abschlussarbeit im Rahmen der Ausbildung Certificate of Advanced Studies ZRM-Training*. Zürich: Psychologisches Institut der Universität Zürich
- Brandstätter-Morawietz, V. (2009). *Motivation und Emotion. Handbuch der Allgemeinen Psychologie*, Band 11. Göttingen: Hogrefe
- Büttler, H. (2007). *Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte... Die Arbeit mit Bildern in der Laufbahnberatung*. Masterthesis zur Erlangung des MAS in systemisch-lösungsorientierter Kurzzeitberatung und –therapie. Fachhochschule Nordwestschweiz: Hochschule für Soziale Arbeit
- Damasio, A. R. (2004). *Ich fühle, also bin ich. Die Entschlüsselung des Bewusstseins* (4. Aufl.). Berlin: Ullstein
- Damasio, A. R. (1995). *Descartes' Irrtum. Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn*. Berlin: Ullstein
- Damasio, A. R. (2001). *Descartes' error revisited*. In: *Journal of the history of the neurosciences* 10/2, S. 192-194
- Eschmann, S. (2000). *Evaluation eines Persönlichkeitstrainings. Untersuchung der Wirksamkeit des Zürcher Ressourcen Modells ZRM*. Zürich: Universität Zürich
- Flückiger, C. & Wüsten, G. (2008). *Ressourcenaktivierung. Ein Manual für die Praxis*. Bern: Huber
- Frank, G. & Storch, M. (2011). *Die Mañana-Kompetenz. Entspannung als Schlüssel zum Erfolg* (4. Aufl.). München: Piper
- Früh, W. (1991). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (3. überarb. Aufl.). München: Ölschläger (Reihe Uni-Papers 3)
- Gawronski, B. (2006). *Die Technik des impliziten Assoziationstests als Grundlage für objektive Persönlichkeitstests*. Bern: Huber
- Heckhausen, H. (1987). *Jenseits des Rubikon. Der Wille in den Humanwissenschaften*. Berlin: Springer
- Heckhausen, H. & Heckhausen J. (2006). *Motivation und Handeln* (3., überarb. und akt. Aufl.). Berlin: Springer
- Jäncke, L. (2009). *Neurobiologie der Motivation und Volition*. In: Brandstätter, V. & Otto, J. H. (Hrsg.): *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Motivation und Emotion* (S. 287 – 297). Göttingen: Hogrefe
- Jungermann, H., Pfister, H.-R. & Fischer, K. (1998). *Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung*. Heidelberg: Spektrum
- Krause, F. & Storch, M. (2011). *Ressourcen aktivieren mit dem Unbewussten. Manual und ZRM-Bildkartei*. Bern: Huber

- Krause, F. & Storch, M. (2002). *Selbstmanagement – ressourcenorientiert. Grundlagen und Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell, ZRM®*. Bern: Huber
- Kuhl, J. (2009). *Lehrbuch der Persönlichkeitspsychologie: Motivation, Emotion und Selbststeuerung*. Göttingen: Hogrefe
- Kuhl, J. (1996). *Motivation, Volition und Handlung*. In: *Lehrbuch der Persönlichkeitspsychologie*, Band 4 (S. 246 – 431). Göttingen: Hogrefe
- Kuhl, J. & Storch, M. (2012). *Die Kraft aus dem Selbst. Sieben PsychoGyms für das Unbewusste*. Bern: Huber
- LeDoux, J. (2001). *Das Netz der Gefühle. Wie Emotionen entstehen*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag
- Martens, J. U. & Kuhl, J. (2004). *Die Kunst der Selbstmotivierung. Neue Erkenntnisse der Motivationsforschung praktisch nutzen*. Stuttgart: Kohlhammer
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (11., überarb. und akt. Aufl.). Weinheim: Deutscher Studien Verlag
- Riedener, A. & Storch, M. (2005). *Ich pack's! - Selbstmanagement für Jugendliche. Ein Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell ZRM®*. Bern: Huber
- Roth, G. (2007). *Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten. Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern*. Stuttgart: Klett-Cotta
- Roth, G. (2001). *Fühlen, Denken, Handeln*. Stuttgart: Klett-Cotta
- Scheffer, D. (2005). *Implizite Motive. Entwicklung, Struktur und Messung. Motivationsforschung*, Band 22. Göttingen: Hogrefe
- Schemmel, H. (2003). *Ressourcen. Ein Hand- und Lesebuch zur therapeutischen Arbeit*. Tübingen: DGVT
- Shah, J. Y. (2008). *Handbook of motivation science*. New York: Guilford Press
- Storch, M. (2012). *Durchstarten mit dem neuen Team. Aufbau einer ressourcenorientierten Zusammenarbeit mit Verstand und Unbewusstem*. Bern: Huber
- Storch, M. (2010). *Embodiment. Die Wechselwirkung von Körper und Psyche verstehen und nutzen* (2., erw. Aufl.). Bern: Huber
- Storch, M. (2010). *Machen Sie doch, was Sie wollen! Wie ein Strudelwurm den Weg zu Zufriedenheit und Freiheit zeigt*. Bern: Huber
- Storch, M. (2003). *Das Geheimnis kluger Entscheidungen. Von somatischen Markern, Bauchgefühl und Überzeugungskraft*. Zürich: Pendo

Anhang

A) Umfrage zum ZRM mit allen vollständigen Antworten.....	2
B) Auswertung der qualitativen Antworten der Umfrage zum ZRM.....	19
C) Auswertung der Einführung am BIZ Thun.....	32

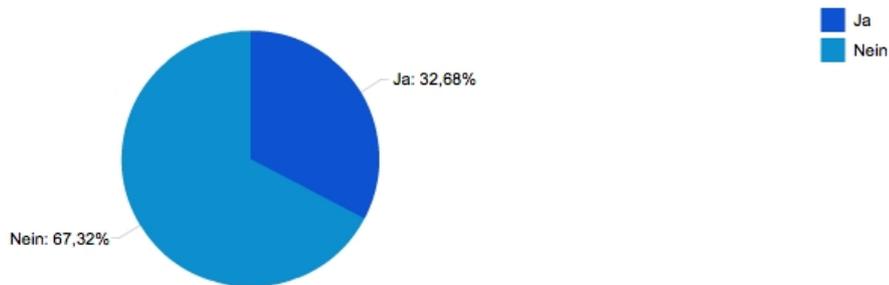
A) Umfrage zum ZRM mit allen vollständigen Antworten

Teilnehmer (Umfrage fertig ausgefüllt): 140

Teilnehmer (gesamt): 158

1. Verwenden Sie das Zürcher Ressourcen Modell (künftig ZRM genannt) in Ihren Beratungen?

chart by amCharts.com



Ja: 50 32.68%

Nein: 103 67.32%

2. Warum nicht?

chart by amCharts.com



Ich kenne die Methode nicht.

20 20.2%

Das Durchführen der Methode beansprucht zu viel Zeit.

17 17.17%

An meinem Arbeitsplatz gibt es die Methode nicht (keine Bildkartei).

15 15.15%

Die Methode hat zu wenig mit Laufbahnberatung zu tun.

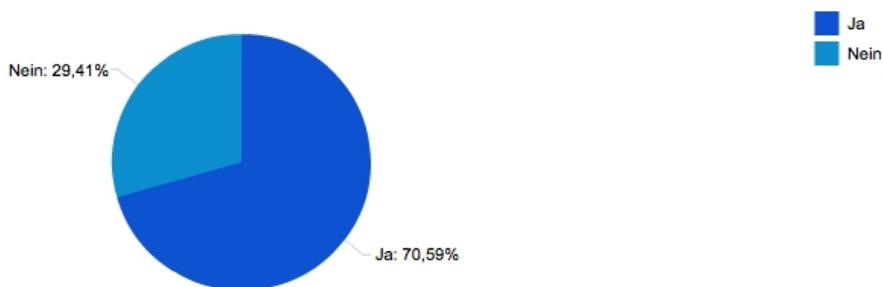
7 7.07%

anderer Grund:

40 40,4%

3. Haben Sie eines oder mehrere ZRM-Seminar(e) besucht ?

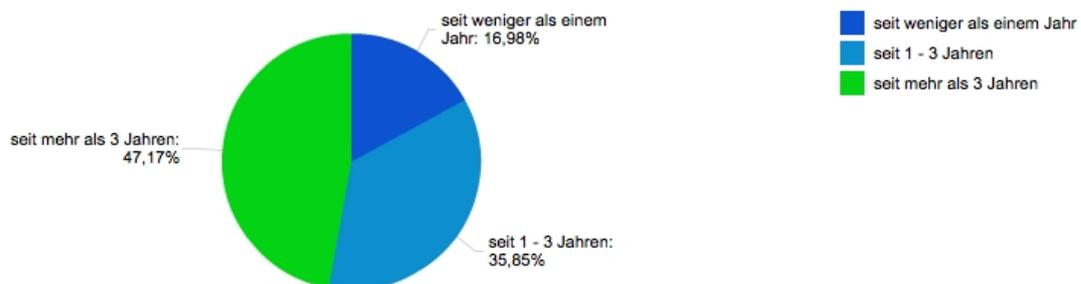
chart by amCharts.com



Ja:	36	70.59%
Nein:	15	29.41%

4. Seit wann arbeiten Sie mit dem ZRM?

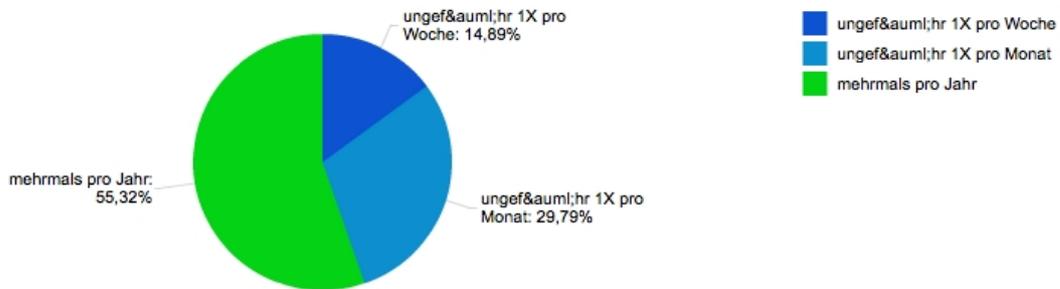
chart by amCharts.com



seit weniger als einem Jahr:	9	16.98%
seit 1 - 3 Jahren:	19	35.85%
seit mehr als 3 Jahren:	25	47.17%

5. Wie häufig setzen Sie es ein?

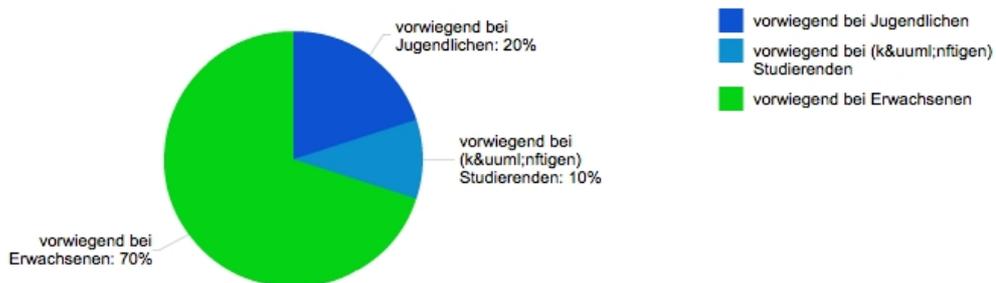
chart by amCharts.com



ungefähr 1X pro Woche:	7	14.89%
ungefähr 1X pro Monat:	14	29.79%
mehrmals pro Jahr:	26	55.32%

6. Bei welcher Klientengruppe setzen Sie es ein (Mehrfachnennung möglich)?

chart by amCharts.com



vorwiegend bei Jugendlichen:	12	20%
vorwiegend bei (künftigen) Studierenden:	6	10%
vorwiegend bei Erwachsenen:	42	70%

7. Wie setzen Sie es ein (Art und Dauer der Durchführung der Methode)?

44 Antworten

- Assessments, nur Teilbereich, ca. 30 min Bewerbungskoaching, do. oben Einzelberatung, bis zu einer Beratungssequenz, 60 min.
- gar nicht.
- in den Beratungen eher selten, brauche es in Kursen, als noch zusätzliche Möglichkeit Ideen, Ziele zu finden
- Ich brauche ca. 30 -45 Minuten. Zuerst erkläre ich das Verfahren. Dann legen wir die Bilder aus und ich lasse eines wählen. Dann sammeln wir gemeinsam Begriffe zum Bild. Danach lese ich sie 2x vor. Beim zweiten Mal wählt die Klientin die ihr zusagenden Begriffe. Danach formulieren wir den Zielsatz. Ich mache meistens die Vorschläge der Sätze. Ich lasse den jeweiligen Satz auf einer Skala von 1-10 bewerten. Wir versuchen in mehreren Anläufen in die Nähe von 10 zu kommen. Manchmal muss der Satz nur leicht variiert oder ergänzt werden, andere Male braucht es verschiedene unterschiedliche Anläufe. Ich kopiere das Bild farbig und lasse die Klientin den Satz abschreiben. Wenn es sich ergibt, philosophieren wir über Satz und Bild. Wenn nicht, überlasse ich "das Rätsel" zur Sinnfindung der Klientin und komme wenn möglich in der nächsten Beratung darauf zu sprechen.
- Arbeiten mit den Bildern als Einstieg
- In der Regel arbeite ich mit den schwarz/weiss Bildern von Peter Bäumler. Oft lasse ich eines Wählen für die jetzige Situation und eines, wo der Ratsuchende gerne gerne hin möchte. Ich lasse dann die Ratsuchende dazu assoziieren und daraus ergeben sich dann die nächsten Schritte.
- Arbeitsmittel
- Im Beratungsgespräch (laufend) In Zusammenhang mit der PSI Theorie von Herrn Prof. Kull und den EOS (Entwicklungsorientiertes Selbstmanagement) Potentialanalysen (ca. 3 Stunden)
- teils analog der Schulung im Basiskurs (3-4 Coachings à 1 bis 1.5 Std) teilweise in verkürzter Form (einmalig 1.5 Stunden mit Rückblick im nächsten Coaching)
- Ideen, Visionen entwickeln
- Einzelcoaching, Seminare
- Foto auswählen lassen, positive Begriffe dazu sammeln, die wichtigsten drei Begriffe in einen zielführenden Leitsatz einfließen lassen, Foto farbkopieren, mitgeben. Dazu Arbeitsblatt ausfüllen lassen, um sich umfassender mit den konkreten Zielen auseinander zu setzen.
- Als Ressourcen-Anke, als Fotolanguage oder den ganzen Ablauf - je nach Klient.
- Positive Anker setzen. Zeit: je nach Klient ca. 15 Min.
- einmal schauen
- Im Jugendprojekt LIFT für den Beziehungsaufbau: 3 Nachmittage à 2.5 Stunden zusammen mit einer/m anderen BSLB.
- gegen ende der laufbahnberatung, wenn der diagnostische abklärungsteil beendet ist und theoretisch eigentlich alles klar ist, aber die personen sich noch unsicher fühlen. meist auch intuitiv, wenn ich das gefühl habe, dass da noch was ist, was z.b. gestärkt werden muss (bewusstmachen der ressourcen, oder was könnte für die nächsten schritte bei der umsetzung hilfreich sein)
- Auflistung von Ressourcen (personal,finanziell,Umgebung, Familie, Freundeskreis usw.)-> Hausaufgabe an Klienten Bilderkarten: Ist- und Sollzustand bzw. Ziel -> ca.15 Min Verändern alter innerer Leitsätze, Fokus legen auf das, was am Tag gut gegangen ist, was eine Person erreicht hat, was positiv war -> Aufgabe an Klienten für Zuhause, täglich vor dem Einschlafen 5 Min.
- Nach einer Vorlage von einer Kollegin, die ich auf meine Bedürfnisse abgeändert habe. Dauer: je nach KlientIn 45 Min. bis 1 Std.
- Wenn ich vermute, dass persönliche Themen anstehen, welche noch nicht bewusst sind, verwende ich den ZRM, weil über die Bilder Emotionen manchmal besser angesprochen werden können als mit Worten.
- Bilder, Wunschtier kurzes Einbinden in der Beratung (Wunschtier) oder Zusatztermin bei Wahl von Bildern
- Selten in reiner Form. Meist in Teilbereichen und von der ressourcenorientierten Haltung her. Hinweis auf vertiefte Auseinandersetzung in Kursen.
- Bilderwahl und Mottoziele definieren In Zukunft wird es auch im Jugendbereich ein Thema werden.
- Arbeit mit Bildern in Beratungsgespräch, ca. 45 Minuten Einbau in Seminar, ca. 1 Stunde
- Einerseits in Kursen: 2 - 3 Tage. Andererseits bei wenigen Einzelberatungen, 3 - 4 / Jahr. 1 - 2 Stunden.
- - Als Vorbereitung für Vorstellungsgespräche - Zur Klärung des Ziels
- durchschnittlich 1.45h In der Einzelberatung
- In der Einzelberatung, um mit Bildern unbewusste Wünsche nachzuspüren und das aktuelle Thema der/des klient/in zu bestimmen, Dauer 30 Min. und in Seminaren als Selbstmanagement in der Laufbahngestaltung, Dauer 5X je 3 Stunden
- Unterschiedlicher Einsatz der ZRM Bilder - je nach Zeit und Fragestellung manchmal bis zum Zielsatz,

manchmal auch nur als Gesprächsgrundlage zum Herausfinden, welches das Hauptthema ist und in welche Richtung es weitergehen könnte (v.a. wenn die Beratung stockt oder wenn Klienten/Innen nur weinen). Manchmal auch in Kombination mit anderen Coachingmethoden, vor allem Timeline.

- als Gesprächsgrundlage bei Personen, die auf Bilder ansprechen
- Das kommt auf die Fragestellung an. Bei Erwachsenen mit diffusem Unbehagen in ihrer Situation arbeite ich mit der Bilderkartei. Wenn hingegen der angestrebte Zustand klar ist, arbeite ich immer häufiger mit den Wunschelementen. Einzelne Elemente aus dem ZRM wie die Affektbilanz, verwende ich praktisch in jeder Beratungssituation. Dauer. ca 90 Min.
- Arbeit mit der Bildkartei bei Laufbahnberatungen. Ca. 2 Stunden.
- 1- 3 Bilder auswählen lassen, die die Klientin anziehen. Bildbesprechung, Titel geben, was sag dies in Bezug zu ihrer Situation aus, welche Motive und Ziele zeigen sich. Was sind nächste konkrete Schritte in Richtung Vision/Ziel. Bild kopieren und der Klientin als Motivationsstütze mitgeben.
- Einbindung einzelner Sequenzen in die laufende Beratung. Keine vollständige Durchführung des ganzen Prozesses (Zeit fehlt).
- Zur Motivation, Anker, Unterstützung, Erfassung der momentanen Gefühlslage, Kraftbilder
- rel "klassisch" - bilder, ressourcen, ziele
- ZRM Bildkartei
- Bei grösseren Lebensübergängen, bei Berufsberatungen, bei Visionsarbeit, bei persönlichen Krisen
- Bei Erwachsenen mit der Bilderkartei, um ein Mottoziel zu erarbeiten - Dauer ca 1 1/2 Std. Bei Jugendlichen mit Wunschelementen - Workshop von 3 Std.
- 1. Aus dem Set 5 Bilder auswählen, die die Klientin unmittelbar ansprechen 2. Hierarchie erstellen 1-5 3. Zu jedem einzelnen Bild die Assoziationen der Klientin sammeln (ich notiere die Assoziationen auf einem Blatt und mache evtl. Ergänzungen) 4. Klientin wählt Begriffe aus, die für sie passend und bedeutsam sind. 5. Neue Hierarchie 1-5 (hat sich die Gewichtung geändert?) 6. Verbindung von Auswahl / Assoziationen und Fragestellung 7. Bedeutsame Fotos (1-2) kopieren und mitgeben
- Bilder wählen, um ubw Motiven auf die Spur zu kommen. reflektieren.
- Klient wählt ein Bild aus einer Auswahl, macht Assoziationen (positive Aussagen), daraus wird die Aussage mit dem kräftigsten somatischen Marker gesucht, daraus ein persönliches aktuelles Thema erarbeitet und anschliessend ein damit zusammen hängendes persönliches Ziel erarbeitet sowie entsprechende Ankermöglichkeiten. Dauer ca. 30 Min.
- Als Einstieg ins Gespräch. Während der Wartezeit wählen Kunden ein Bild aus, zum beginn des Gespräches erzählen sie ihre situation. Wichtig: ich arbeite NICHT mit den ZRM Bildern, sondern habe meinen eigenen Datensatz. Auch folge ich nicht dem exakten Ablauf, sondern habe die Methode auf meine persönliche Bedürfnisse adaptiert
- Am Ende der Beratung, ca 15 Min

8. In welchen Beratungssituationen setzen Sie es ein? (Warum)?

43 Antworten

- Sichtbar machen von Kompetenzen Stärkung der Stärken Symbolebene, Bild wählen
- -
- wenn sich jemd speziell auch einlassen will auf Suche nach anderen Themen wenn jmd sehr blockiert, aber offen ist dies anzusprechen
- Meistens setze ich das Verfahren ein, wenn ich über andere diagnostische Mittel zur Interessen- und Stärkenabklärung keine befriedigende Resultate gefunden habe. Dann versuche ich mit ZRM allgemeinen Lebenszielen auf die Spur zu kommen. Oder ich setze ZRM ein, wenn sich jemand schlecht entscheiden kann. Oder wenn ich den Eindruck habe, dass wir uns zu sehr in einer negativen Spirale drehen. Dann erhoffe ich mir von der positiven Kraft des Bildes und des Zielsatzes neue Impulse.
- Bei Erwachsenen, die eher planlos sind, nicht so recht formulieren können, was sie möchten etc. Bilder etc helfen dabei.
- Häufig, wenn es nicht primär um eine berufliche Neuorientierung geht, sondern mehr um persönliche Veränderungsthemen.
- Berufswahl
- Entscheidungsberatungen, Besprechung der Potentialanalyse, weil dieser auch das ZRM zu Grunde liegt
- innere Blockaden > Jugendliche können sich aufgrund dieser Blockaden nicht wirklich für die Lehrstellensuche öffnen
- neue Inputs, Dezentrierung
- Immer, wenn es um grundsätzliche Fragen der Persönlichen Voraussetzungen geht. Entscheidungs-, Motivationsschwierigkeiten, Burnout, Selbstzweifel, Unsicherheit, Abgrenzungsschwierigkeiten,

Passivität...

- In Erwachsenenberatungen bei Sozialfällen, immer wenn ich das Gefühl habe, dass Ressourcen freigesetzt werden sollten.
- Als Mutmacher, zum erfahren was die somatischen Marker sind und so mehr zu den eigenen Wünschen zu kommen
- Bei Erwachsenen, die Mühe mit einer positiven Einstellung haben.
- bei Unklarheiten
- siehe Frage 7
- Laufbahnberatungen, Standortbestimmungen zur Klärung einer Situation und zur Lösungsfindung Bei Selbstwertproblematik von Ratsuchenden und burnoutgefährdeten Personen. Fokus auf das legen, was geht, verändern von inneren Leitsätzen, die nicht hilfreich sind z.B. sei perfekt, sei fleissig, das kann ich sowieso nicht...
- Wenn die Fragestellung nicht klar wird, wenn grössere Verunsicherung bezüglich Zukunft besteht. Bei KlientInnen, die eine gewisse Selbstreflexion vorweisen. Grund: Um Themen und Wünsche an die Oberfläche zu bringen, die wichtig für die Zukunftsplanung sind.
- Wenn es nicht weiter geht und eine emotionale Blockade vermutet wird.
- Wenn das Thema Selbstvertrauen im Vordergrund steht oder wenn die Umsetzung von einem gewünschten Verhalten (z.B. selbstsicheres Auftreten in der Schnupperlehre, Lernen zu Hause für die Schule) schwer fällt
- Bei mangelndem Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten/Möglichkeiten von Ratsuchenden. Unterstützung des Selbstwertes.
- "ausweglosigkeit" im finden neuer Ziele. Zwecks Motivation und Stärkung der eigenen Ressourcen Übergang zur Handlungsebene
- Wenn eine Herausforderung (z.B. Abschlussprüfung) ansteht
- laufbahnberatung; wenn personen wenig zuversichtlich sind, verängstigt, unsicher, den nächsten schritt nicht spüren, sich nicht spüren, zu kopflastig rational sind
- Kurse: Standortbestimmung : Ziele setzen. Einzelberatung: Komplexe Situationen, wenn gar nicht klar um was es der Ratsuchenden geht.
- Wenn das (berufliche) Ziel des Klienten nicht recht fassbar wird. Als Motivation/Verhaltensziel für ein Vorstellungsgespräch
- Einzelberatungen - Klient ist ratlos - Visionsarbeit - Unklarheit bei der Motivation des KI - Idee/Ziel soll gestärkt werden - Wenn ich mir nicht sicher bin, um was es wirklich geht etc
- Wenn der/die Klient/in unschlussig ist. Für das Seminar meldet man sich bewusst für das selbstmanagement an.
- s.v. ein Bild kann komplexe Inhalte auf eine bewusste Ebene transportieren
- siehe vorangehende Antwort
- Laufbahnberatung. Vor allem Unterstützung im Entscheidungsfindungsprozess.
- Standortbestimmung, wenn die aktuelle Situation und das Anliegen sehr vage sind, wenn etwas blockiert ist, wenn ich vermute, das tieferliegende Motive hemmen; v.a. bei Fraue
- Weg vom kognitiven Suchen und Bewerten, hin zu den Gefühlen.
- Stärkung von Selbstvertrauen, um bei sich zu bleiben, zur Unterstützung
- ressourcen stärken, ziele definieren
- neue Ziele finden, Entscheidungsfindung, warum: wenig bewusste Aspekte hervorholen, Ressourcen betonen
- Siehe vorherige Antworten
- Wenn Klienten nicht in die Handlung kommen und der Prozess stagniert. Bei Entscheidungsschwierigkeiten arbeite ich oft mit der Affektbilanz Bei Jugendlichen in einem Motivationssemester um das Selbstmanagent zu aktivieren
- Bei Entscheidungssituationen: Soll ich das machen oder lieber das andere...? Wenn vermute, dass es sich lohnt auf eine andere Ebene zu wechseln, weil der Prozess ins Stocken geraten ist.
- Um die Selbsterkenntnis zu fördern, um Motive bewusst zu machen.
- Wenn eine gewisse Ratlosigkeit herrscht, um vom kopflastigen Denken auf die Körperebene zu kommen. Auch bei Klienten, die ihre Körperempfindungen kaum wahrnehmen, um sie darauf zu sensibilisieren.
- Zum Gesprächsanfang, während dem Gespräch als Metaphorische Grundlage Entscheidungsituationen, allgemeine Laufbanberatung

9. Welche Erfahrungen haben Sie mit dem ZRM gemacht?

43 Antworten

- gute Erfahrungen bei mir selbst
- wenige, aber gute in Beruflichen Sit. sehr gute in Privater Sit
- Es ist ein ganz anderer Zugang, der mir sehr zusagt. Bild und Satz kommen oft wie ein Rätsel daher und bringen tiefer liegende Motive an die Oberfläche. Die Wirkung ist meiner Meinung nach eher längerfristig. Trotzdem konnte ich in der Beratung oft darauf Bezug nehmen und versuchte die Ratsuchenden mit meinen Hypothesen anzuregen "ihr Rätsel" zu lösen.
- Noch kaum welche, aber bisher ok. Dient als Gesprächsgrundlage.
- Durch ein konkretes Bild wird für viele Ratsuchenden ihre Situation sichtbarer und dadurch besser verständlich. Es fällt ihnen oft einfacher zu einem Bild oder über ein Bild von sich zu erzählen.
- Gute Erfahrungen
- Ich finde es hilfreich und für die Laufbahnberatungen sehr passend.
- ALLERBESTE mit Affektbilanz > innert weniger Minuten sind die zentralen Themen/Hemmnisse bekannt Jugendliche sprechen gut auf die Methode an sie können bei späteren Rückfragen gut beschreiben was sich verändert hat auch Wochen später erwähnen sie wie wichtig die Arbeit mit ihrem Bild war belebende Methode auch für mich als Beraterin
- gute
- Durchwegs positive! Ich habe 2001 den Grundkurs besucht und 2009 die CAS ZRM-TrainerInnen Ausbildung abgeschlossen. Meine Abschlussarbeit hat den Titel: "ZRM als Motivationsgenerator in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung - Methoden und Anwendungsmöglichkeiten des ZRM für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung".
- Grundsätzlich reagieren die Leute positiv, allerdings braucht es eine gewisse Offenheit, um mit Bildern arbeiten zu können, die nicht jeder Klient/ jede Klientin mitbringt.
- Gute - die Klienten entwickeln z.T. die Methode weiter - massgeschneidert zu ihrer Situation
- sehr gute. Die Leute sind sehr offen für diese Emotionalität.
- gute
- Gute für den Beziehungsaufbau und für die Sensibilisierung im Umgang mit Zielen.
- als Teil einer Beratung sehr hilfreich kurbelt das Selbstwirksamkeitsgefühl der Ratsuchenden an, ist motivierend
- sehr unterschiedliche: sehr gute, insofern als bei den KlientInnen sehr viel passiert ist im Anschluss. Aber auch eher weniger gute, insofern als es sich als schwierig erwies, das Thema wirklich weiter zu verfolgen, oder auch das Thema wirklich in den Alltag zu bringen.
- Das ZRM muss sehr geschickt in die Beratung eingebettet werden, denn wir sind keine Psychotherapeutinnen und vor allem im zeitlich begrenzten Setting einer Laufbahnberatung ist das manchmal schwierig.
- Grundsätzlich gute Erfahrungen, die Einführung der Methode im Gespräch braucht jedoch viel Einfühlungsvermögen, ich bin überzeugt, dass es Ratsuchende gibt, die sich von so einer Arbeitsmethode eher abschrecken lassen
- Wird stets positiv aufgenommen und als erhellend, stärkend, fördernd empfunden. Löst Impulse aus, öffnet Blickwinkel und bringt neue Ideen, Lösungen ins Blickfeld.
- Selber ein tolles Erlebnis, unglaublich fast die Kräfte die da frei gesetzt werden können. Natürlich, der Alltag hat einem bald wieder, aber um die Kraft zu wissen, ist auch schon viel. Es häufig bei Kunden mitzuerleben, wie diese motivierter aus der Beratung gehen und ihre Ziele umsetzen ist toll.
- Sehr positiv, motivierend
- grundsätzlich gute erfahrungen, die leute nehmen es i.d.regel gut auf, sind froh, über eine alternative methode. was ich manchmal mühsam finde ist, den mottosatz mit den leuten zu formulieren. ich frage mich auch, ob die wirkung wirklich nachhaltig ist. in dem moment der beratung ist es meist gut, aber es fehlt bei der einzelberatung der effekt der gruppensdynamik, wie man ihn bei einem zrm-seminar hat. kein embodiment etc. dazu fehlt die zeit, das ist schade. ich habe manchmal den eindruck, dass ich das volle potential in der einzelsitzung nicht rausholen kann.
- Sehr positive. Die meisten Menschen können etwas anfangen mit der Methode. Viele haben Freude daran
- Kommt bei den Kunden in der Regel gut an. Hat z.T. eine starke, klärende Wirkung
- Positive
- Sehr gute, viele Aha Erlebnisse und lustvolles Lernen
- In der Regel reagieren die Klienten ausschliesslich positiv. Ist auch für mich eine entspannte Beratungsmethode, weil der Fokus stark auf dem Klienten / Klientin und seinem Erleben liegt. Eigene Phantasien und Interpretationen treten so in den Hintergrund.
- ich setze den ZRM gezielt ein - also eher in Ausnahmefällen - dann aber mit gutem Ergebnis
- Ich arbeite seit mehreren Jahren intensiv mit dieser Methode, es ist eines meiner wertvollsten tools.
- In 8 von 10 Fällen erleben die Ratsuchenden die Methode als hilfreich.

- Die Personen sprechen gut darauf an, es werden tieferliegende Motivationen sichtbar, hilfreich zur Klärung der Situation und der z.T. auch verborgenen Motive, immer wieder erstaunliche Klarheit
- Ich entwickle meine eigenen Formen der Anwendung und "spiele" mit den verschiedenen Elementen des Prozesses.
- Positive wie negative
- äusserst positive - anschaulichkeit macht zugang leicht. kundinnen und kunden haben auch "etwas in den händen".
- wenig bewusste Aspekte zu Berufszielen werden in den Fokus gerückt. Entscheidungen fallen leichter. positiv besetzte Bilder motivieren für Ziele
- Persönlich für mich nur gute! Für die Kund/innen hängt das Ergebnis stark von der Assoziationsfähigkeit ab. Und von der Bereitschaft, sich auf diese Visualisierungsebene überhaupt einzulassen. Neugier, sprachliche Fähigkeiten, Assoziieren können, Selbstvertrauen und Vertrauen in die Beratung/Prozess/Beraterin = zentral.
- sehr gute - die Klienten schätzen diese Arbeitsweise als Ergänzung sehr
- Sehr positive! Gute Hilfe bei Entscheidungssituationen - die Klienten wussten nach dem ZRM besser, was ihnen eigentlich wichtig ist. Motivierend - ein Klient hat sich nach dem ZRM getraut eine bestimmte Weiterbildung anzupacken.
- Klientinnen sprechen positiv darauf an. Behalten Kopie des betr. Bildes als "Ressourcenbild"
- meistens reagieren die Klienten sehr positiv auf die Methode und gehen positiv gestimmt aus der Beratung. Als Beratungsperson bietet es mir Entlastung, indem die Klienten aus sich heraus arbeiten. Zudem macht die Methode auch Spass und ist interessant, da sie nicht voraussehbar ist.
- positive bei Menschen mit abstraktionsvermögen. eher neutral bei sehr konkreten fragen
- immer sehr gute

10. Welches sind Ihrer Meinung nach die Vorteile dieser Methode?

43 Antworten

- Intutiver Zugang; praktischer, sofort greifbarer Nutzen, nachhaltig; verständliche Modelle
- andere Ebene lustvoll mit bildern zu arbeiten
- Sie ist sehr positiv. Sie kann Ressourcen und Ziele zu Tage bringen. Auch wenn der Satz nicht konkrete Ziele formuliert, ist er zielorientiert. Die Methode bringt neue Ansatzpunkte für die Beratung.
- Verbildlichung, durch div Anreize kommt man ins Gespräch.
- siehe vorher
- Ressourcenaktivierung
- Wie gesagt, ich brauche es im Zusammenhang mit der Potentialanalyse. Diese erachte ich für mich als sehr wertvoll und hier taucht das ZRM dann auf, wenn es auch zur Überquerung des Rubikons kommt, Fragen was ist ressourcenmässig in der jetzigen jeweiligen Situation nötig und hilfreich, um diesen Schritt zu machen.
- kein explizites Explorieren der Ursachen für die Blockade erforderlich lustvolle Methode verständlich die hohe WIRKSAMKEIT
- Ressourcenorientiert
- Dass sie nicht patologie- ausgerichtet, sondern ressourcen- und lösungsorientiert ausgelegt ist. Dass sie ausserdem den Teilnehmenden auf einfache Art das Werkzeug und das Wissen in die Hand legt, auf ihrem weiteren Weg Selbstmanagement zu trainieren, sich für die psychologischen Vorgänge zu sensibilisieren und bewusst, motiviert durchs Leben zu gehen, in Eigenverantwortlichkeit, gewappnet gegen Schwierige Situationen und geschützt vor Überforderung.
- Ich erreiche andere Quellen und bekomme weniger bewusst gesteuerte Motive ins Gespräch. Ein anderer Zugang als über reine Worte.
- direkt erfahrbar, ressourcenorientiert, leicht erlernbar
- Sie geht weg vom Kopflastigen
- dies und das
- Bilder sprechen eine zusätzliche Ebene zur verbalen Ebene an. Gerade für verbalisierungsschwächere Jugendliche ist das eine grosse Chance sich auszudrücken.
- Fokus auf Stärken und Möglichkeiten, zielorientiert, nicht missionarisch kann auf versch. Situationen angewendet werden
- Es werden Themen thematisiert, die sonst kaum zur Sprache gekommen wären. Dadurch erhält die Beratung mehr Tiefe.
- Unbewusste psychische Anteile können entdeckt und besprochen werden.
- Unbewusster Zugang zu Bedürfnissen, Motiven; Methode, bei der Ratsuchende nicht nur mit dem Kopf arbeitet

- Gibt direkte Impulse zur Auseinandersetzung mit eigenen Ressourcen. Bringt die emotionale Seite in die Beratung. Öffnet innere Türen und gibt Mut zu weiteren Schritten.
- Anderer Zugang als Gespräch. Erschliesst neue Aspekte der Beratung. Hohes Mass an Selbstkompetenz des Ratsuchenden
- Loslösen von bisherigen Gedankengängen; Einlassen auf etwas Neues
- Bilder sprechen das unbewusste an; gut für rationale Typen, damit sie auf eine andere Ebene kommen; gut, um Person ins Reden zu bringen; man ist sehr schnell bei zentralen Themen; lustvoll; macht auch für den Berater Spass; man kann damit kreativ weiterarbeiten; Assoziationen werden freigesetzt; es geht vom Klienten aus, nicht vom Berater
- Freudig, lustvoll, unkonventionell, nicht nur intellektuell
- Einfach handhabbar, offen für Überraschungen; mal was anderes, als Abwechslung.
- - positiv, motivierende, stärkende Methode - ganzheitlich, nachhaltig - ressourcenorientiert
- Die Arbeit mit den Bildern und das ganze Training macht allen Spass
- - auf Augenhöhe mit dem Klienten / der Klientin sein - man ist schnell bei den wichtigen Themen und kann Ressourcen gefühlsmässig erschliessen / verknüpfen - lustvoll für Beraterin und Klient - Bilder wirken nachhaltig und man kann während dem Beratungsprozess immer wieder darauf Bezug nehmen
- Inspiration
- Sie ist ressourcenorientiert, lustvoll, einfach anzuwenden und handlungswirksam.
- Sehr hilfreich bei der Arbeit mit Leuten, die nicht so kommunikativ sind oder im Gegenteil sehr kommunikativ, aber nicht so im Kontakt mit ihrem "Bauch".
- Spricht die Gefühlsebene, die nicht logische Seite an; Lustvoll-sinnliche Erfahrung, welche die Beratung lebendig macht
- Die Verankerung von Wünschen und Zielen auf tieferen Ebenen.
- über Bilder und ihre Bedeutung schneller Zugang zu inneren Dialogen und Haltungen. Symbole, die einem Kraft für gewisse Aufgaben geben können.
- einfach anwendbar, Klienten können intensiv mitarbeiten - sie erhalten nicht einfach ein Resultat, ressourcenorientiert, lösungsorientiert, kann auch nur stückweise durchgeführt werden
- einfach durchzuführen, ansprechende Bilder
- Die Komplexität von Motivation, Bedürfnissen und Handlung/aktionale Ebene ist gut erklärbar und kann gleich veranschaulicht werden. Sehr gut auch bei "entweder-oder" Thematik. Gut auch als heuristische Methode und zum Erfassen von Ressourcen.
- Einen anderen Zugang zu Themen finden Werkzeug in die Hand bekommen, das unterstützend wirkt spannend für mich als Laufbahnberaterin in der Gruppe anwendbar
- Die Bilder sprechen nicht nur den Intellekt sondern auch das Gefühl an. Man kommt auf eine andere Ebene in der Beratung....die Klienten sind sehr bei sich und können anschaulich erfahren, welches Thema für sie momentan im Vordergrund steht und was für sie wichtig ist.
- Durch die Arbeit mit Bildern werden "Schichten" der Psyche angesprochen, die verbal nicht ohne weiteres zugänglich sind
- Klient übernimmt Verantwortung für die Inhalte. ist eine kreative Methode, die nicht voraussehbar ist Man kommt im Prozess weg vom kognitiven Arbeiten auf eine tiefere persönliche Ebene, was oft zu den Kernproblemen/-Themen der Klienten führt. Dies ist oft im Gespräch und mit herkömmlicher Psychodiagnostik nicht möglich
- Themen aufzuspüren, die aus einem "normalen" Gespräch nie aufkommen würden.
- nonverbale, emotionale und spielerische Komponente

11. Welches sind Ihrer Meinung nach die Grenzen bzw. Nachteile der Methode?

43 Antworten

- Zeit
- Ideen, Ziele können zu "abstrakt" sein für Laufbahnberatung, braucht konkreteres
- Das Resultat ist meistens kein konkreter Vorschlag für die Laufbahnsituation. Es bedarf eingehender Interpretation, was sehr von der Klientin abhängt. Es könnte von Seiten der Klienten als Spielerei ausgelegt werden.
- Es ist kein Test, und ob es funktioniert ist auch stark abhängig von den Klienten. Wenn keine Motivation da ist, geht nichts (wie bei allem anderen!)
- Die Methode soll ganz gezielt eingesetzt werden, nicht allgemein. Die ratsuchende Person muss bereit sein, sich auf diese Methode einzulassen. Nachteile sehe ich eigentlich keine. Es ist für mich eines von verschiedenen Beratungsmitteln.
- Weiss nicht

- Ich wende es nicht eins zu eins an, darum denke ich, dass ich hier sehr wenig zu sagen habe, ich habe für meine Beratung das Hilfreiche herausgefischt und das andere weggelassen.
- hier in unserem Setting sind 3-4 Coachings für ein Thema etwas viel Krisensituationen > würde ich ZRM nicht einsetzen
- keine
- Das ZRM funktioniert nur, wenn sich jemand einlassen will. Und neugierig ist.
- Es ist keine Therapie, sondern eine Methode, die angewendet werden muss. Nur mit eigenem Willen ist ZRM für eine Person durchführbar und können Resultate entstehen, wie bei jeder Beratung eigentlich auch.
- Menschen, die über wehr unklar ausgeprägte som. Marker verfügen, können an Grenzen stossen
- Personen müssen offen dafür sein
- Es besteht die Gefahr, esoterisch zu argumentieren. Zeitlich sehr aufwändig. Der Lerntransfer ist eine grosse Herausforderung.
- Für eine Berufs- und Laufbahnberatung ist die Methode meiner Meinung nach allein nicht ausreichend. Erfordert ein hohes Mass an Reflektionsfähigkeit und Eigeninitiative bei Ratsuchenden. Nicht jede/jeder besitzt das oder ist dazu bereit.
- Grenzen: Es werden Themen berührt, die ich nicht weiter verfolgen kann und für deren Bearbeitung nicht die geeignete Methode erreichbar ist, oft aus finanziellen Gründen. Nachteile: Zeitintensiv, vielleicht auch unspezifisch.
- Wirkt auf manche Menschen irritierend und kann negative Gefühle verstärken.
- braucht viel Zeit, Vorgehen kann nicht so leicht nachvollzogen werden von Laien, kann abschreckend wirken
- Anwendung in reiner Form erschwert durch mangelnden Platz für die Bilder. Transfer in die beruflichen Möglichkeiten benötigt weiteren Aufwand.
- sprachliche Hürden bei Ausländern ganze Methode bedarf mehr Zeit, welche in der Beratung nicht vorhanden ist, daher bruchhafte Anwendung der Methode
- Sehe im Moment keine
- in Einzelberatung hat man wenig Zugang zu weiteren Ressourcen (Ideenkorb durch Gruppe); wenn keine Assoziationen kommen und Klient nicht redet; wenig überprüfbar, inwieweit der Klient das in den Alltag integriert - ist aber auch die Frage, ob man das muss
- sehr rationale Menschen - doch ev. können gerade solche etwas Neues entdecken. Menschen kommen in Berufsberatung mit Fragen und wir beginnen mit ganz etwas anderem - diese Brücke schlagen ist nicht immer ganz einfach.
- Weiss nicht
- Grenzen: Ist nicht für alle Fragestellungen geeignet Nachteile: eigentlich keine. Der zeitliche Aufwand lohnt sich eigentlich immer
- dies und das
- Bei pathologischer Problematik, Burnout etc.
- Eignen sich zum Motivieren der Eigenaktivitäten von Klienten bei längeren Beratungsprozessen. Bei Kurzberatungen und Informationsvermittlung weniger geeignet. Sonst sehe ich keine Grenzen.
- keine, aber: Einsatzmöglichkeit gut prüfen, da nicht für alle KlientInnen geeignet und in der Regel zeitaufwändig
- Höchstens der Zeitbedarf. Zudem muss eine Möglichkeit zum Auslagern der Bildererkartei vorhanden sein. Bei vielen Fragestellungen kann man aber auf die Wunschelemente ausweichen. Das funktioniert auch bei Erwachsenen.
- Sehe eigentlich keine Nachteile, wenn die Fragestellung oder "Indikation" gut abgeklärt ist.
- Könnte evtl. auch auf Ablehnung stossen bei sehr logischen, an Fakten orientierten Menschen. Braucht die Bereitschaft sich einzulassen, zu verbalisieren. Zeigt nicht direkte, konkrete Berufslösungen
- Die Methode braucht viel Zeit und fordert auch der Beratungsperson einiges ab. Wer sich nicht einlässt, erreicht mit dieser Methode weniger als mit statischen Mitteln.
- zeitintensiv, Fragestellung muss genau passen, ist eher schwierig bei Jugendlichen einsetzbar
- Mitarbeit des Klienten enorm wichtig, zeitlich recht aufwendig
- etwas zeitaufwendig, nicht für alle Klienten geeignet
- Siehe vorletzte Antwort
- zeitlich sind wir in der Laufbahnberatung eher eingeschränkt und können nicht bis zum Ressourcenpool oder Embodiment hinwirken. Eher an der Oberfläche
- Sehe ich momentan keine - ich müsste die Bildkartei häufiger einsetzen. Ich mache es nicht, weil es 1. viel Zeit braucht (ca. 40 Minuten) und weil ich ihn 2. nur machen würde, wenn der Klient mich schon kennt und Vertrauen gefasst hat, d.h. erst in einem Folgegespräch und nie in einem Erstgespräch.
- - Im berufsberaterischen Kontext nur indirekt zielführend - Vertiefte Arbeit mit ZRM ist in der Berufsberatung oft zu zeitaufwendig
- Es gibt Klienten, die sich nicht darauf einlassen wollen/können Es braucht ein gewisses kognitives Potenzial der Klienten, um von den Assoziationen auf ein Thema und auf ein entsprechendes Ziel zu

schliessen resp. dies zu formulieren.

- Wenn die Kunden konkrete Vorstellungen der Beratungssituation haben, sind sie teilweise irritiert, über Bilder zu sprechen.
- Grenze liegt bei klaren Fragen nach möglichen beruflichen Wegen

12. Was halten Sie allgemein von der ZRM-Methode als diagnostischem Arbeitsmittel in der Laufbahnberatung?

	stimmt voll und ganz 1	stimmt teilweise 2	stimmt eher nicht 3	stimmt überhaupt nicht 4	Ø
Das ZRM ist nützlich in Bezug auf die Laufbahnberatung.	25x	15x	2x	-	1.45
Das ZRM ist effizient in Bezug auf das Finden von Lösungen.	14x	15x	13x	-	1.98
Das ZRM ist hilfreich, wenn man im Gespräch nicht weiterkommt.	19x	24x	-	-	1.56
Das ZRM eignet sich für alle KlientInnen.	4x	11x	17x	9x	2.76
Das ZRM ist in angemessener Zeit durchführbar.	9x	21x	10x	3x	2.16
Das ZRM wird in der Laufbahnberatung zu selten eingesetzt.	5x	24x	10x	1x	2.18

13. Falls Sie über entsprechende Rückmeldungen verfügen: Was halten Ihre KlientInnen von der ZRM-Methode?

43 Antworten

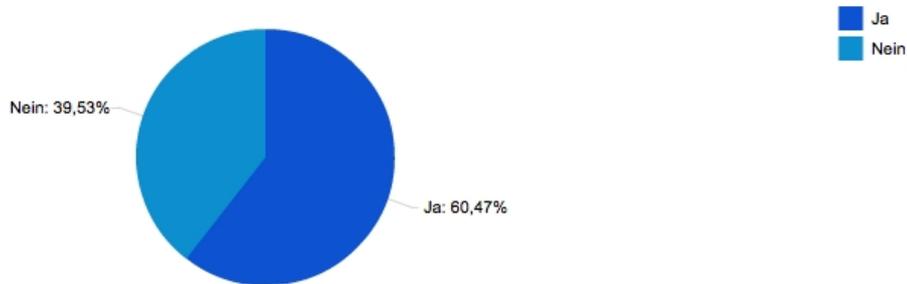
- -
- bisher keine
- Sie kommt eigentlich immer gut an. Welche längerfristigen Auswirkungen das Nachdenken über das Resultat mit sich bringen, ist schwierig einzuschätzen.
- Bisher keine Rückmeldungen.
- Ich erhielt schon mehrfach die Rückmeldung, dass es hilfreich sei bzw. dass ein Bild die Situation besser verständlich mache. Zum Teil sind die Ratsuchenden auch erstaunt, wie ein Bild die Situation auf den Punkt bringt.
- Keine Rückmeldungen
- Dazu kann ich nichts sagen, da ich zum ZRM keine Rückmeldung erhalte
- sind zufrieden fühlen sich beflügelt
- gute
- keine Rückmeldungen
- Diejenigen, welche es absolviert haben, sind begeistert. Ich hätte auch einige Kundenrückmeldungen dazu bzw. in meiner Abschlussarbeit habe ich Fälle inkl. Rückmeldungen beschrieben.
- Häufig beurteilen die Klienten die Methode als hilfreich.
- Sie sind begeistert
- Positive. Es gibt ihnen die Möglichkeit sich als ExpertInnen von sich selber wahrzunehmen.
- Viele Klienten/innen berichten, dass sich ihr Fokus verändert hat, dass sie vermehrt das sehen, was sie können, was geht... Mehr Selbstvertrauen und das Gefühl selbst etwas bewirken/steuern zu können. Aktiver geworden
- Unterschiedlich: die Mehrheit ist sehr zufrieden. Eine Minderheit hat Mühe mit dem Alltagsbezug.
- Da gehen die Meinungen weit auseinander. Von ganz super bis was soll denn das habe ich schon alles

gehört.

- habe nur mündliche Rückmeldungen bekommen in den Gesprächen, waren alle positiv, möglicherweise haben die Ratsuchenden die negativen Rückmeldungen nicht gewagt zu kommunizieren
 - Klienten empfinden das ZRM als stärkend, ermutigend, öffnend. ZRM ist wertvoll für persönliche Entwicklungsschritte. Kann weiter empfohlen werden.
 - Die wissen zu wenig über die Theorie und so. Das scheint sie auch weniger zu interessieren. Sie vertrauen mir in diesem Setting und sind einfach froh, wenn was wirkt!
 - grundsätzlich gut
 - Die meisten finden es eine sehr günstige Methode und setzen sie wirklich auch um.
 - Positive Reaktionen
 - Sie äussern sich in der Regel nicht über die Methode oder ich frage nicht danach. Die Kunden äussern sich positiv über das Resultat.
 - Bis anhin fast gänzlich positive Rückmeldungen Geschätzt wird, dass auf emotionaler Ebene gearbeitet wird, nicht nur rational Lösung ist meistens eine Überraschung, eine Bestärkung Gemäss Rückmeldung ist die Arbeit nachhaltig, viele nutzen die Kraft lange Zeit
 - gut
 - lustvolles Lernen, Aha-Erlebnisse
 - Reagieren sehr positiv, benutzen die Bilder als Anker im Alltag, z. B. als Bildschirmschoner, Handy-Profilbild oder hängen es auf in der Wohnung. Auch in längeren Beratungsprozessen nehmen sie von sich aus immer wieder Bezug auf das in einer früheren Sitzung gewählte Bild.
 - Rückmeldung (s. somatische Marker) manchmal kopiere ich ein Bild, lege es zu den Akten als reminder für mich oder gebe es der/dem Klient/in mit als Anker
 - Ich hatte immer nur positive Rückmeldungen.
 - Ich habe in etwa 80 % der Fälle gute bis sehr gute Rückmeldungen.
 - Es motiviert sie, Schritte zu unternehmen und im Alltag dranzubleiben. Die Bilder helfen ihnen einen Ancker im Alltag zu sein.
 - Bisher praktisch nur positive Reaktionen.
 - sie mögen die Bilder und nehmen ihre Kopie gerne mit nach Hause
 - anschaulichkeit gefällt sehr, etwas selber tun können
 - indirekte Rückmeldungen, wenn KL. den Eindruck haben, sie seien vorwärts gekommen in der Beratung.
 - Teils sehr beeindruckt, begeistert, teils verhalten.
 - Die Mottoziele beschäftigen die Klienten noch lange. Ich habe schon Fotos erhalten, wo das Bild mit Mottoziel aufgehängt wurde. In Laufbahnseminaren zeigt sich über die Tage, wie wirkungsvoll das Mottoziel ist, obwohl es den TN anfänglich nicht so klar war
 - Die Klienten, bei denen ich den ZRM eingesetzt habe, waren am Anfang eher skeptisch, aber hinterher positiv überrascht. Bei der Durchführung entsteht jeweils eine intensive Atmosphäre, die nicht für alle Klienten angenehm ist. Deshalb würde ich ihn nie im Erstgespräch einsetzen.
 - Ich arbeite nur bei speziellen KlientInnen mit ZRM in der Laufbahnberatung, nämlich dann, wenn die Selbstreflektion zentral ist.
 - Meistens sind sie froh/erfreut über einen kreativen Methodenwechsel und auch erstaunt, was dabei herauskommt.
 - Geteilt: von sehr spannende/interessant bis Scharlatanismus
- die meisten freuen sich über die Erkenntnisse daraus, sie sind meist erfreut und guter Dinge

14. Verwenden Sie in Ihren Beratungen neben dem ZRM andere ähnliche oder verwandte Methoden?

chart by amCharts.com



Ja:	26	60.47%
Nein:	17	39.53%

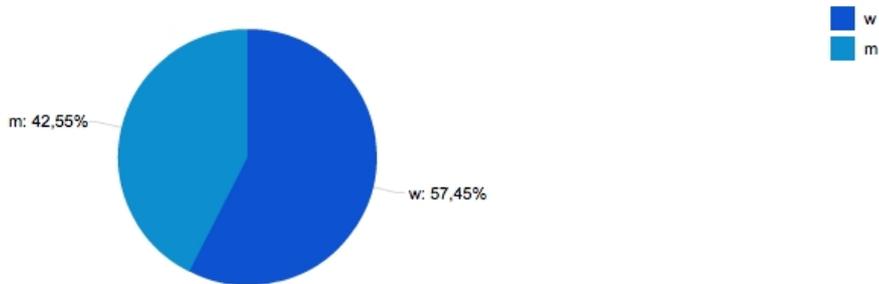
15. Welche?

24 Antworten

- Time-Line
- PSI Theorie /
- typische Coachingmethoden
- kunstorientierte Methoden
- lösungsorientiertes Coaching,...
- Gefühlsmonster
- Methoden aus dem NLP
- Reiss-Profil; Baumbilder
- Lösungsorientierte Ansätze, Sokratischer Dialog, verschiedene "kleinere" Arbeitsinstrumente
- Timeline, Fotolanguage
- Traumreisen
- Time line
- lösungsorientiert
- Twinstra-Karten, Timeline kombiniert mit Bildern
- FIT und photo language
- Ich arbeite auch mit Geschichten und Metaphern
- Fotointeressentest FIT im Interview
- NLP-Techniken, Elemente der Gestalttherapie, Arbeiten mit Bildern und Visionen
- andere Fotos, Berufsfotos, andere Karten mit Text oder Smilies etc
- Ideenpool, Arbeit mit Stärken, Time-line
- lösungsorientierte Kurzzeitcoaching Methoden
- Laufbahnkomposition
- Timeline
- Eigene

16. Geschlecht

chart by amCharts.com



weiblich:	81	57,45%
männlich:	60	42,55%

17. Alter

142 Antworten

• 62	• 45	• 43	• 49	• 58	• 37
• 59	• 33	• 64	• 30	• 52	• 32
• 60	• 54	• 61	• 41	• 56	• 63
• 48	• 59	• 39	• 56	• 35	• 45
• 29	• 28	• 39	• 27	• 42	• 47
• 54	• 52	• 32	• 54	• 36	• 49
• 57	• 51	• 47	• 56	• 42	• 43
• 35	• 32	• 50	• 31	• 33	• 52
• 53	• 49	• 50	• 61	• 34	• 45
• 41	• 38	• 47	• 55	• 44	• 41
• 59	• 47	• 61	• 32	• 50	• 45
• 53	• 40	• 50	• 53	• 58	• 60
• 57	• 32	• 56	• 47	• 43	• 46
• 52	• 50	• 70	• 30	• 48	• 48
• 54	• 29	• 59	• 30	• 54	• 49
• 52	• 57	• 50	• 55	• 54	• 64
• 48	• 59	• 55	• 45	• 61	• 49
• 40	• 50	• 53	• 55	• 1951	
• 54	• 50	• 54	• 49	• 42	
• 53	• 50	• 53	• 40	• 50	
• 27	• 50	• 59	• 62	• 53	
• 56	• 46	• 46	• 58	• 43	
• 37	• 41	• 60	• 40	• 59	
• 37	• 34	• 32	• 55	• 43	
• 37	• 46	• 60	• 51	• 56	

Schnitt: 47,957746 Jahre alt

Jüngste: 27 Jahre alt (2X)

Älteste/r: 70 Jahre alt

18. Seit wie vielen Jahren sind Sie in der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung tätig?

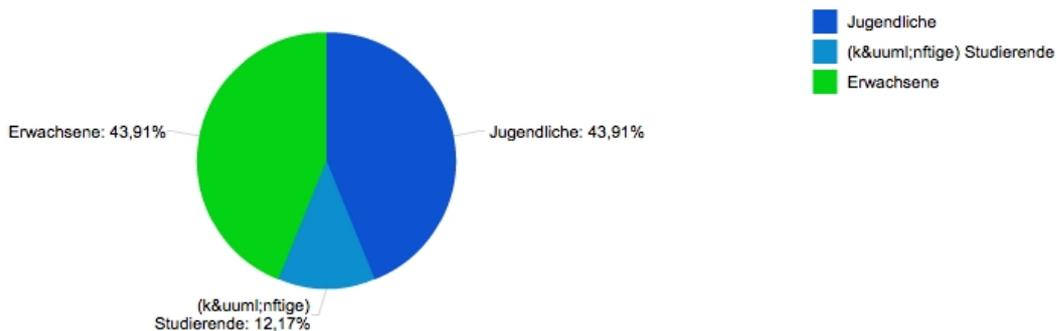
141 Antworten

- 32
- 24
- 32
- 9
- 4
- 27
- 22
- 2
- 27
- 8
- 24
- 7
- 17
- 22
- 25
- 13
- 14
- 7
- 17
- 12
- 2
- 20
- 11
- 11
- 25
- 20
- 6
- 22
- 10
- 1
- 28
- 20
- 3
- 20
- 2.5
- 10
- 8
- 10
- 6
- 10
- 2
- 12
- 2
- 28
- 18
- 8
- 4
- 10
- 30
- 1
- 1
- 5
- 14
- 19
- 12
- 7
- 4.5
- 20
- 5
- 4
- 11
- 12
- 12
- 26
- 6
- 13
- 6
- 6
- 8
- 2.5
- 4
- 18
- 29
- 14
- 40
- 5
- 12
- 3
- 11
- 15
- 14
- 3
- 15
- 8
- 6
- 6
- 5
- 9
- 16
- 23
- 18
- 7
- 15
- 10
- 0.75
- 19
- 14
- 10
- 19
- 10
- 22
- 31
- 18
- 9
- 15
- 18
- 19
- 9
- 21
- 1.5
- 12
- 2
- 1
- 3
- 15
- 5
- 0.1
- 0.5
- 20
- 15
- 25
- 1
- 6
- 11
- 2
- 3
- 15
- 18
- 7
- 15
- 16
- 18
- 7
- 15
- 16
- 37
- 28
- 1
- 18
- 13
- 2
- 5
- 13

Errechneter Mittelwert (auf 3 Stellen gerundet): 12,499

19. Wen beraten Sie hauptsächlich?

chart by amCharts.com



Jugendliche:	101	43.91%
(künftige) Studierende:	28	12.17%
Erwachsene:	101	43.91%

20. Welche Ausbildung zum/zur Berufs-, Studien- und Laufbahnberater/in haben Sie gemacht?

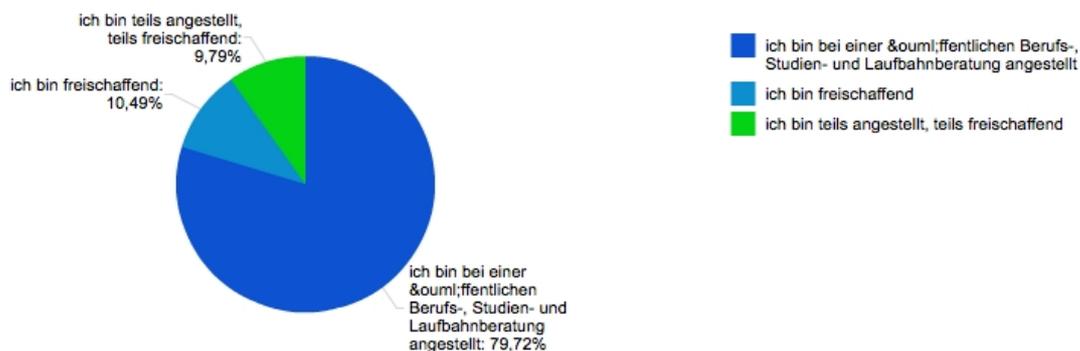
141 Antworten

- MAS Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung am IAP, vorher Studium Uni ZH (lic. phil. I)
- Studiengang SVB
- SVB
- Studiengang SvB
- SVB
- NABB-11
- IAP
- SVB-Ausbildung
- Uni Fribourg
- IAP
- ZHAW
- Studiengang SVB
- NABB
- Studiengang SVB
- IAP
- AGAB-Ergänzungsausbildung für Studienberatung
- Validierung
- Studiengang SVB
- Hochschule für Angewandte Psychologie
- SVB
- Psychologe FH (IAP), Vertiefungsrichtung Berufs- und Laufbahnberatung
- steht noch an (CCHRM)
- HAP
- Universität fribourg
- Universität fribourg
- MAS ZHAW
- Studiengang SVB
- IAP
- Leistungsnachweis siehe www.adelheid-huerlimann.ch
- Psychologin FH, ZHAW (FR Berufs- und Laufbahnberatung) Studiengang 04-09
- Studiengang SVB
- Studiengang
- MAS Berufs-, Studien und Laufbahnberatung
- Uni psychologie, Diplom in Berufs-laufbahnberatung, Therapieausbildung
- IAP
- noch in Ausbildung MAS CCHRM
- SVB Kurs
- MAS BSLB an der ZHAW ab 2008
- IAP MAS Berufs-, studien- und Laufbahnberatung ZHAW
- HAP, FH
- eidg. dipl. Berufsbeater (SG 19 SVB)
- NABB
- CC&HRM
- IAP
- Studiengang SVB
- MAS Berufs-, Studien- Laufbahnberater ZHAW
- lic.phil I.
- IAP heute Fachhochschule
- MAS Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung ZHAW
- MAS in Psychology of CC & HRM, Unis Zürich, Bern & Fribourg
- Psychologie Studium
- Studiengang am IAP resp. HAP berufsbegleitend
- Studiengang X des SVB 1982 bsi 1985
- Studiengang 15 SVB
- SVB
- keine > Coaching und Organisationsentwicklung am ZAK Basel
- IAP
- MAS IAP ZFH
- ZWAW berufsbeitendes Studium Psychologe FH / dipl. Berufs- und Laufbahnberater
- MAS BSLB des IAP ZHAW
- Psychologin FH/ Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin SVB
- SVB
- FH HAP
- Psychologe lic. phil.
- Bin derzeit im MAS in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung 2011
- 4jähriges Studium Psychologin FH am HAP (ZHAW) mit Schwerpunkt BLB
- IAP Zürich, Berufs- und Laufbahnberaterin
- IAP
- ehemaliges IAP
- ZHAW
- lic.phil. Psychologie, MAS BSLB am IAP
- SG 13 SVB
- HAP in Zürich, heute heisst die Institution zhaw
- Vollzeitstudium Hochschule für Angewandte Psych. HAP, Vertiefung B&L
- NABB
- Studiengang 18 SVB
- Nachdiplomstudium (NABB)
- FH (IAP)
- IAP/HAP
- IAP
- ZHAW Psychologie mit Vertiefungsrichtung Berufs- und Laufbahnberatung (berufsbegleitend)
- dipl Psychologin FH mit Schwerpunkt A+O, danach Validierung
- Studiengang SVB
- MAS BLSB am IAP
- NABB
- Cours ASOSP
- Studiengang SVB
- NABB
- Uni Fribourg
- HAP (jetzt: zhaw): Psychologiestudium FH, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, 5 J. Teilzeit
- Psychologiestudium Uni und NABB/CC-HRM
- Diplom FH (5 Jahre berufsbegleitend) an der ZHAW, Dep. Angewandte Psychologie
- NABB
- HAP
- Uni Studium in Psychologie
- IAP
- Nachdiplomstudium

- noch keine, momentan FHNW, MAS BSLB
- IAP, Psychologe FH
- NABB
- Bachelor FH (HAP)
- Nachdiplomstudium an der HAP/IAP
- Studiengang
- svb
- Studiengang des SVB
- Studiengang
- UNI, Zürich, Bern, Fribourg
- Psychologin FH mit Vertiefung BSLB
- NABB
- HAP
- IAP
- Psychologie / Nachdiplomstudium
- Studiengang / Supervision und Organisationsentwicklung
- NABB
- lic. phil. und NDS
- ZHAW-P, Psych FH mit Vertiefung B&L
- Fachhochschule HAP
- Matur danach Inst. für Angew. Psychologie, heute ZHAW
- Psychologiestudium an der HAP mit Vertiefung B&L
- validierung
- ZHAW
- IAP
- NABB
- NABB
- Uni
- Studiengang SVB SG 15
- Studiengang
- SVB
- CCHRM
- FH (ZHAW)
- Studienberaterin AGAB
- keine
- Studiengang SVB
- ZHAW - Diplomstudiengang Angewandte Psychologie + Berufs- und Laufbahnberatung
- MAS BSLB
- IAP
- ZHAW, IAP
- Psychologie und ab August 12 CCHRM-13
- MAS an der ZHAW (IAP)
- NABB
- zhaw (IAP)

21. Wie arbeiten Sie?

chart by amCharts.com



ich bin bei einer öffentlichen Berufs-, Studien und Laufbahnberatung angestellt:	114	79,72%
ich bin freischaffend:	15	10,49%
ich bin teils angestellt, teils freischaffend:	14	9,79%

B) Auswertung der qualitativen Antworten der Umfrage zum ZRM

Frage Nr. 7: Wie setzen Sie das ZRM ein (Art und Dauer der Durchführung der Methode)?

44 Antworten

Durchführungsart (25 Antworten)
Zuerst erkläre ich das Verfahren. Dann legen wir die Bilder aus und ich lasse eines wählen. Dann sammeln wir gemeinsam Begriffe zum Bild. Danach lese ich sie 2x vor. Beim zweiten Mal wählt die Klientin die ihr zusagenden Begriffe. Danach formulieren wir den Zielsatz. Ich mache meistens die Vorschläge der Sätze. Ich lasse den jeweiligen Satz auf einer Skala von 1-10 bewerten. Wir versuchen in mehreren Anläufen in die Nähe von 10 zu kommen. Manchmal muss der Satz nur leicht variiert oder ergänzt werden, andere Male braucht es verschiedene unterschiedliche Anläufe. Ich kopiere das Bild farbig und lasse die Klientin den Satz abschreiben. Wenn es sich ergibt, philosophieren wir über Satz und Bild. Wenn nicht, überlasse ich "das Rätsel" zur Sinnfindung der Klientin und komme wenn möglich in der nächsten Beratung darauf zu sprechen.
Arbeiten mit den Bildern als Einstieg
In der Regel arbeite ich mit den schwarz/weiss Bildern von Peter Bäumler. Oft lasse ich eines wählen für die jetzige Situation und eines, wo der Ratsuchende gerne hin möchte. Ich lasse dann die Ratsuchende dazu assoziieren und daraus ergeben sich dann die nächsten Schritte.
Arbeitsmittel
teils analog der Schulung im Basiskurs, teilweise in verkürzter Form
Foto auswählen lassen, positive Begriffe dazu sammeln, die wichtigsten drei Begriffe in einen zielführenden Leitsatz einfließen lassen, Foto farbkopieren, mitgeben. Dazu Arbeitsblatt ausfüllen lassen, um sich umfassender mit den konkreten Zielen auseinander zu setzen.
Als Ressourcen-Anker, als Fotolanguage oder den ganzen Ablauf - je nach Klient.
Ich entwickle meine eigenen Formen der Anwendung und "spiele" mit den verschiedenen Elementen des Prozesses.
Auflistung von Ressourcen (personal, finanziell, Umgebung, Familie, Freundeskreis usw.)-> Hausaufgabe an Klienten Bilderkarten: Ist- und Sollzustand bzw. Ziel -> ca.15 Min Verändern alter innerer Leitsätze, Fokus legen auf das, was am Tag gut gegangen ist, was eine Person erreicht hat, was positiv war -> Aufgabe an Klienten für Zuhause, täglich vor dem Einschlafen 5 Min.
Nach einer Vorlage von einer Kollegin, die ich auf meine Bedürfnisse abgeändert habe.
Bilder, Wunschtier kurzes Einbinden in der Beratung (Wunschtier) oder Zusatztermin bei Wahl von Bildern
Selten in reiner Form. Meist in Teilbereichen und von der ressourcenorientierten Haltung her. Hinweis auf vertiefte Auseinandersetzung in Kursen.
Bilderwahl und Mottoziele definieren
Arbeit mit Bildern in Beratungsgespräch
Unterschiedlicher Einsatz der ZRM Bilder - je nach Zeit und Fragestellung manchmal bis zum Zielsatz, manchmal auch nur als Gesprächsgrundlage zum Herausfinden, welches das Hauptthema ist und in welche Richtung es weitergehen könnte (v.a. wenn die Beratung stockt oder wenn Klienten/Innen nur weinen). Manchmal auch in Kombination mit anderen Coachingmethoden, vor allem Timeline.
Das kommt auf die Fragestellung an. Bei Erwachsenen mit diffusem Unbehagen in ihrer Situation arbeite ich mit der Bilderkartei. Wenn hingegen der angestrebte Zustand klar ist, arbeite ich immer häufiger mit den Wunschelementen. Einzelne Elemente aus dem ZRM wie die Affektbilanz, verwende ich praktisch in jeder Beratungssituation.
Arbeit mit der Bildkartei bei Laufbahnberatungen
1- 3 Bilder auswählen lassen, die die Klientin anziehen. Bildbesprechung, Titel geben, was sagt dies in Bezug zu ihrer Situation aus, welche Motive und Ziele zeigen sich. Was sind nächste konkrete Schritte in Richtung Vision/Ziel. Bild kopieren und der Klientin als Motivationsstütze mitgeben.
Einbindung einzelner Sequenzen in die laufende Beratung. Keine vollständige Durchführung des ganzen Prozesses (Zeit fehlt).
relativ "klassisch" - bilder, ressourcen, ziele
ZRM Bildkartei
Bei Erwachsenen mit der Bilderkartei, um ein Mottoziel zu erarbeiten; bei Jugendlichen mit Wunschelementen
1. Aus dem Set 5 Bilder auswählen, die die Klientin unmittelbar ansprechen 2. Hierarchie erstellen 1-5 3. Zu jedem einzelnen Bild die Assoziationen der Klientin sammeln (ich notiere die Assoziationen auf einem Blatt und mache evtl. Ergänzungen) 4. Klientin wählt Begriffe aus, die für sie passend und bedeutsam sind. 5. Neue Hierarchie 1-5 (hat sich die Gewichtung geändert?) 6. Verbindung von Auswahl / Assoziationen und Fragestellung 7. Bedeutsame Fotos (1-2) kopieren und mitgeben
Klient wählt ein Bild aus einer Auswahl, macht Assoziationen (positive Aussagen), daraus wird die Aussage mit dem kräftigsten somatischen Marker gesucht, daraus ein persönliches aktuelles Thema

erarbeitet und anschliessend ein damit zusammen hängendes persönliches Ziel erarbeitet sowie entsprechende Ankermöglichkeiten.

Als Einstieg ins Gespräch. Während der Wartezeit wählen Kunden ein Bild aus, zu Beginn des Gespräches erzählen sie ihre Situation. Wichtig: ich arbeite NICHT mit den ZRM-Bildern, sondern habe meinen eigenen Datensatz. Auch folge ich nicht dem exakten Ablauf, sondern habe die Methode auf meine persönliche Bedürfnisse adaptiert.

Durchführungsdauer (19 Antworten)
je nach Klient ca. 15 Min.
am Ende der Beratung: ca. 15 Min.
Hausaufgabe für Klient: ca. 15 Min. Bilder wählen + täglich vor dem Einschlafen 5 Min.
ca. 30 Min.
ca. 30 Min.
ca. 30 – 45 Min.
ca. 45 Min. im Beratungsgespräch, ca. 1 Stunde im Seminar
je nach Klient 45 Min. bis 1 Stunde
60 Min.
3 – 4 Coachings à 1 bis 1.5 Stunden
ca. 1.5 Stunden
ca. 90 Min.
einmalig 1.5 Stunden mit Rückblick im nächsten Coaching
durchschnittlich 1.45 Stunden in der Einzelberatung
ca. 2 Stunden
Workshop von 3 Stunden
3 Nachmittage à 2.5 Stunden
in Kursen 2 – 3 Tage; in Einzelberatungen 1 – 2 Stunden
30 Minuten in der Einzelberatung, in Seminaren 5X je 3 Stunden

Frage Nr. 8 : In welchen Beratungssituationen setzen Sie es ein? (Warum)?

43 Antworten

Kategorie	Antworten (mehrfache Nennung möglich)	Häufigkeit
in der Einzelberatung/ im Einzelcoaching	<ul style="list-style-type: none"> • Assessments, nur Teilbereich, Bewerbungcoaching, Einzelberatung, bis zu einer Beratungssequenz • Einzelcoaching • In der Einzelberatung • Laufbahnberatungen • Einzelberatungen • Laufbahnberatung • Allgemeine Laufbahnberatung • Im Beratungsgespräch • In der Einzelberatung • Laufbahnberatung • ... 	fast alle
in Seminaren/ Gruppen/ Kursen	<ul style="list-style-type: none"> • in den Beratungen eher selten, brauche es in Kursen • Seminare • Im Jugendprojekt LIFT für den Beziehungsaufbau 	3X
Zur Klärung des Ziels/ des Themas	<ul style="list-style-type: none"> • Als Vorbereitung für Vorstellungsgespräche - Zur Klärung des Ziels • brauche es in Kursen, als noch zusätzliche Möglichkeit Ideen, Ziele zu finden • In der Einzelberatung, um mit Bildern unbewusste Wünsche nachzuspüren und das aktuelle Thema der/des Klient/in zu bestimmen • Unterschiedlicher Einsatz der ZRM Bilder - je nach Zeit und Fragestellung manchmal bis zum Zielsatz, manchmal auch nur als Gesprächsgrundlage zum Herausfinden, welches das Hauptthema ist 	24X

	<p>und in welche Richtung es weitergehen könnte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • als Gesprächsgrundlage bei Personen, die auf Bilder ansprechen • wenn sich jemand speziell auch einlassen will auf Suche nach anderen Themen • Bei Erwachsenen, die eher planlos sind, nicht so recht formulieren können, was sie möchten etc. Bilder etc. helfen dabei. • bei Unklarheiten • Wenn die Fragestellung nicht klar wird • neue Ziele finden • Ziele definieren • Standortbestimmungen zur Klärung einer Situation und zur Lösungsfindung. • "ausweglosigkeit" im finden neuer Ziele. • Kurse: Standortbestimmung : Ziele setzen. • Einzelberatung: Komplexe Situationen, wenn gar nicht klar ist, um was es der Ratsuchenden geht. • Wenn das (berufliche) Ziel des Klienten nicht recht fassbar wird. • Klient ist ratlos • Durch ein konkretes Bild wird für viele Ratsuchenden ihre Situation sichtbarer und dadurch besser verständlich. Es fällt ihnen oft einfacher zu einem Bild oder über ein Bild von sich zu erzählen. • Wenn eine gewisse Ratlosigkeit herrscht. • wenn die aktuelle Situation und das Anliegen sehr vage sind • Um mit Bildern unbewusste Wünsche nachzuspüren und das aktuelle Thema der/des Klient/in zu bestimmen • Um Themen und Wünsche an die Oberfläche zu bringen, die wichtig für die Zukunftsplanung sind. • Wenn ich mir nicht sicher bin, um was es wirklich geht • Unklarheit bei der Motivation des Klienten - Idee/Ziel soll gestärkt werden 	
<p>um Kompetenzen, Potential und Ressourcen sichtbar zu machen, um zu motivieren, Selbstvertrauen aufzubauen, um negativ eingestellten KlientInnen Positives aufzuzeigen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bewusstmachen der Ressourcen, oder was könnte für die nächsten Schritte bei der Umsetzung hilfreich sein • Zur Motivation, Anker, Unterstützung, Kraftbilder • Wenn grössere Verunsicherung bezüglich Zukunft besteht • Sichtbar machen von Kompetenzen Stärkung der Stärken Symbolebene, Bild wählen • Oder wenn ich den Eindruck habe, dass wir uns zu sehr in einer negativen Spirale drehen. Dann erhoffe ich mir von der positiven Kraft des Bildes und des Zielsatzes neue Impulse. • wenn Personen wenig zuversichtlich sind, verängstigt, unsicher, den nächsten Schritt nicht spüren • Besprechung der Potentialanalyse, weil dieser auch das ZRM zu Grunde liegt • positiv besetzte Bilder motivieren für Ziele • Positive Anker setzen • Bei Motivationsschwierigkeiten • gegen Ende der Laufbahnberatung, wenn der diagnostische Abklärungsteil beendet ist und theoretisch eigentlich alles klar ist, aber die Personen sich noch unsicher fühlen. Meist auch intuitiv, wenn ich das Gefühl habe, dass da noch was ist, was z.B. gestärkt werden müsste • In Erwachsenenberatungen bei Sozialfällen, immer wenn ich das Gefühl habe, dass Ressourcen freigesetzt werden sollten. • Als Mutmacher • Bei Jugendlichen in einem Motivationssemester um das Selbstmanagement zu aktivieren • Bei Erwachsenen, die Mühe mit einer positiven Einstellung haben. • Bei Selbstwertproblematik von Ratsuchenden und Burnoutgefährdeten Personen. Fokus auf das legen, was geht, verändern von inneren Leitsätzen, die nicht hilfreich sind z.B. sei perfekt, sei fleissig, das kann ich sowieso nicht... • Wenn das Thema Selbstvertrauen im Vordergrund steht oder wenn die Umsetzung von einem gewünschten Verhalten (z.B. selbstsicheres Auftreten in der Schnupperlehre, Lernen zu Hause für die Schule) 	<p>24X</p>

	<p style="text-align: center;">schwer fällt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potentialanalysen • Bei mangelndem Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten/Möglichkeiten von Ratsuchenden. Unterstützung des Selbstwertes. • Zwecks Motivation und Stärkung der eigenen Ressourcen Übergang zur Handlungsebene • Als Motivation/Verhaltensziel für ein Vorstellungsgespräch • Stärkung von Selbstvertrauen, um bei sich zu bleiben, zur Unterstützung • Ressourcen stärken • Ressourcen betonen 	
um Entscheidungen zu erleichtern, bei Laufbahnfragen	<ul style="list-style-type: none"> • Berufswahl • ich setze ZRM ein, wenn sich jemand schlecht entscheiden kann. • Entscheidungen fallen leichter • Bei Berufsberatungen • Entscheidungsberatungen • Bei Entscheidungsschwierigkeiten • Wenn das (berufliche) Ziel des Klienten nicht recht fassbar wird. • Wenn der/die Klient/in unschlüssig ist. • Vor allem Unterstützung im Entscheidungsfindungsprozess. • Entscheidungsfindung • Bei Entscheidungsschwierigkeiten arbeite ich oft mit der Affektbilanz • Bei Entscheidungssituationen: Soll ich das machen oder lieber das andere...? • Entscheidungssituationen 	13X
um Unbewusstes bewusst zu machen	<ul style="list-style-type: none"> • gegen ende der laufbahnberatung, wenn der diagnostische abklärungsteil beendet ist und theoretisch eigentlich alles klar ist, aber die personen sich noch unsicher fühlen. meist auch intuitiv, wenn ich das gefühl habe, dass da noch was ist, was z.B. gestärkt werden muss (bewusstmachen der ressourcen, oder was könnte für die nächsten schritte bei der umsetzung hilfreich sein) • Bei Erwachsenen mit diffusem Unbehagen in ihrer Situation arbeite ich mit der Bilderkartei. • Wenn ich vermute, dass persönliche Themen anstehen, welche noch nicht bewusst sind, verwende ich das ZRM, weil über die Bilder Emotionen manchmal besser angesprochen werden können als mit Worten. • Um mit Bildern unbewusste Wünsche nachzuspüren und das aktuelle Thema der/des Klient/in zu bestimmen • Bilder wählen, um unbewussten Motiven auf die Spur zu kommen • Bei KlientInnen, die eine gewisse Selbstreflexion vorweisen. Grund: Um Themen und Wünsche an die Oberfläche zu bringen, die wichtig für die Zukunftsplanung sind. • s.v. ein Bild kann komplexe Inhalte auf eine bewusste Ebene transportieren • wenig bewusste Aspekte hervorholen • Um die Selbsterkenntnis zu fördern, um Motive bewusst zu machen. • wenn ich vermute, dass tiefer liegende Motive hemmen • wenig bewusste Aspekte zu Berufszielen werden in den Fokus gerückt. • Es ist ein ganz anderer Zugang, der mir sehr zusagt. Bild und Satz kommen oft wie ein Rätsel daher und bringen tiefer liegende Motive an die Oberfläche. Die Wirkung ist meiner Meinung nach eher längerfristig. Trotzdem konnte ich in der Beratung oft darauf Bezug nehmen und versuchte die Ratsuchenden mit meinen Hypothesen anzuregen "ihr Rätsel" zu lösen. 	12X
wenn man im Gespräch/ mit anderen diagnostischen Mitteln nicht weiterkommt, in Krisen-	<ul style="list-style-type: none"> • wenn die Beratung stockt oder wenn Klienten/Innen nur weinen • bei persönlichen Krisen • wenn jemand sehr blockiert ist, aber offen dies anzusprechen • Meistens setze ich das Verfahren ein, wenn ich über andere diagnostische Mittel zur Interessen- und Stärkenabklärung keine befriedigende Resultate gefunden habe. Dann versuche ich mit ZRM allgemeinen Lebenszielen auf die Spur zu kommen. 	9X

<p>situationen, wenn KlientInnen blockiert sind</p>	<ul style="list-style-type: none"> • innere Blockaden > Jugendliche können sich aufgrund dieser Blockaden nicht wirklich für die Lehrstellensuche öffnen • Wenn es nicht weiter geht und eine emotionale Blockade vermutet wird • wenn etwas blockiert ist • Wenn Klienten nicht in die Handlung kommen und der Prozess stagniert. • Wenn ich vermute, dass es sich lohnt auf eine andere Ebene zu wechseln, weil der Prozess ins Stocken geraten ist. 	
<p>um die Ebene zu wechseln (den Körper/ die Gefühle mit einzu-beziehen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Weg vom kognitiven Suchen und Bewerten, hin zu den Gefühlen. • Ich verwende das ZRM, weil über die Bilder Emotionen manchmal besser angesprochen werden können als mit Worten. • Wenn ich vermute, dass es sich lohnt auf eine andere Ebene zu wechseln, weil der Prozess ins Stocken geraten ist. • Wenn eine gewisse Ratlosigkeit herrscht, um vom kopflastigen Denken auf die Körperebene zu kommen. Auch bei Klienten, die ihre Körperempfindungen kaum wahrnehmen, um sie darauf zu sensibilisieren. • Weil über die Bilder Emotionen manchmal besser angesprochen werden können als mit Worten. • wenn personen sich nicht spüren, zu kopflastig rational sind • Wenn ich vermute, dass es sich lohnt auf eine andere Ebene zu wechseln • Erfassung der momentanen Gefühlslage • zum Erfahren was die somatischen Marker sind und so mehr zu den eigenen Wünschen zu kommen 	<p>9X</p>
<p>Wenn es um anderes als um die Laufbahnberatung geht</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ich versuche mit dem ZRM allgemeinen Lebenszielen auf die Spur zu kommen. • Wenn ich vermute, dass persönliche Themen anstehen, welche noch nicht bewusst sind. • Wenn sich jemand speziell auch einlassen will auf die Suche nach anderen Themen • Häufig, wenn es nicht primär um eine berufliche Neuorientierung geht, sondern mehr um persönliche Veränderungsthemen. • Wenn eine Herausforderung (z.B. Abschlussprüfung) ansteht • Wenn ich mir nicht sicher bin, um was es wirklich geht • Standortbestimmung • Immer, wenn es um grundsätzliche Fragen der persönlichen Voraussetzungen geht. Burnout, Selbstzweifel, Unsicherheit, Abgrenzungsschwierigkeiten, Passivität... • Bei grösseren Lebensübergängen 	<p>9X</p>
<p>um Ideen zu kreieren/ Visionen zu finden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ideen, Visionen entwickeln • bei Visionsarbeit • neue Inputs, Dezentrierung • Visionsarbeit • Metaphorische Grundlage des Gesprächs 	<p>5X</p>

Frage Nr. 9: Welche Erfahrungen haben Sie mit dem ZRM gemacht?

43 Antworten

Kategorie	Antworten	Häufigkeit
gute Erfahrungen/ das ZRM ist hilfreich	<ul style="list-style-type: none"> • gute Erfahrungen bei mir selbst • wenige, aber gute in beruflichen Situationen, sehr gute in privater Situation • Ich finde es hilfreich und für die Laufbahnberatungen sehr passend. • ALLERBESTE mit Affektbilanz > innert weniger Minuten sind die zentralen Themen/Hemmnisse bekannt Jugendliche sprechen gut auf die Methode an sie können bei späteren Rückfragen gut beschreiben was sich verändert hat auch Wochen später erwähnen sie wie wichtig die Arbeit mit ihrem Bild war belebende Methode auch für mich als Beraterin • gute • Durchwegs positive! Ich habe 2001 den Grundkurs besucht und 2009 die CAS ZRM-TrainerInnen Ausbildung abgeschlossen. • Gute Erfahrungen • Gute - die Klienten entwickeln z.T. die Methode weiter - massgeschneidert zu ihrer Situation • sehr gute. Die Leute sind sehr offen für diese Emotionalität. • gute • Gute für den Beziehungsaufbau und für die Sensibilisierung im Umgang mit Zielen. • als Teil einer Beratung sehr hilfreich kurbelt das Selbstwirksamkeitsgefühl der Ratsuchenden an, ist motivierend • immer sehr gute • Wird stets positiv aufgenommen und als erhellend, stärkend, fördernd empfunden. Löst Impulse aus, öffnet Blickwinkel und bringt neue Ideen, Lösungen ins Blickfeld. • sehr gute - die Klienten schätzen diese Arbeitsweise als Ergänzung sehr • Sehr positive! Gute Hilfe bei Entscheidungssituationen - die Klienten wussten nach dem ZRM besser, was ihnen eigentlich wichtig ist. Motivierend - ein Klient hat sich nach dem ZRM getraut eine bestimmte Weiterbildung anzupacken. • Klientinnen sprechen positiv darauf an. Behalten Kopie des betreffenden Bildes als "Ressourcenbild". • meistens reagieren die Klienten sehr positiv auf die Methode und gehen positiv gestimmt aus der Beratung. Als Beratungsperson bietet es mir Entlastung, indem die Klienten aus sich heraus arbeiten. Zudem macht die Methode auch Spass und ist interessant, da sie nicht voraussehbar ist. • Persönlich für mich nur gute! • Selber ein tolles Erlebnis, unglaublich fast die Kräfte, die da frei gesetzt werden können. Natürlich, der Alltag hat einen bald wieder, aber um die Kraft zu wissen, ist auch schon viel. Es häufig bei Kunden mitzuerleben, wie diese motivierter aus der Beratung gehen und ihre Ziele umsetzen ist toll. • Sehr positiv, motivierend • Sehr positive. Die meisten Menschen können etwas anfangen mit der Methode. Viele haben Freude daran. • Kommt bei den Kunden in der Regel gut an. Hat z.T. eine starke, klärende Wirkung • Positive • Sehr gute, viele Aha Erlebnisse und lustvolles Lernen • In der Regel reagieren die Klienten ausschliesslich positiv. Ist auch für mich eine entspannte Beratungsmethode, weil der Fokus stark auf dem Klienten / Klientin und seinem Erleben liegt. Eigene Phantasien und Interpretationen treten so in den Hintergrund. • ich setze das ZRM gezielt ein - also eher in Ausnahmefällen - dann aber mit gutem Ergebnis. • Ich arbeite seit mehreren Jahren intensiv mit dieser Methode, es ist eines meiner wertvollsten tools. • In 8 von 10 Fällen erleben die Ratsuchenden die Methode als hilfreich. 	31X

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Personen sprechen gut darauf an, es werden tiefer liegende Motivationen sichtbar, hilfreich zur Klärung der Situation und der zum Teil auch verborgenen Motive, immer wieder erstaunliche Klarheit • äusserst positive - anschaulichkeit macht zugang leicht. kundinnen und kunden haben auch "etwas in den händen". 	
gute Erfahrungen mit Vorhalten/ gute wie schlechte Erfahrungen	<ul style="list-style-type: none"> • Für die Kund/innen hängt das Ergebnis stark von der Assoziationsfähigkeit ab. Und von der Bereitschaft, sich auf diese Visualisierungsebene überhaupt einzulassen. Neugier, sprachliche Fähigkeiten, Assoziieren können, Selbstvertrauen und Vertrauen in die Beratung/Prozess/Beraterin = zentral. • Grundsätzlich reagieren die Leute positiv, allerdings braucht es eine gewisse Offenheit, um mit Bildern arbeiten zu können, die nicht jeder Klient/ jede Klientin mitbringt. • positive bei Menschen mit abstraktionsvermögen. eher neutral bei sehr konkreten fragen • sehr unterschiedliche: sehr gute, insofern als bei den KlientInnen sehr viel passiert ist im Anschluss. Aber auch eher weniger gute, insofern als es sich als schwierig erwies, das Thema wirklich weiter zu verfolgen, oder auch das Thema wirklich in den Alltag zu bringen. • Das ZRM muss sehr geschickt in die Beratung eingebettet werden, denn wir sind keine Psychotherapeutinnen und vor allem im zeitlich begrenzten Setting einer Laufbahnberatung ist das manchmal schwierig. • Grundsätzlich gute Erfahrungen, die Einführung der Methode im Gespräch braucht jedoch viel Einfühlungsvermögen, ich bin überzeugt, dass es Ratsuchende gibt, die sich von so einer Arbeitsmethode eher abschrecken lassen • grundsätzlich gute erfahrungen, die leute nehmen es in der regel gut auf, sind froh, über eine alternative methode. was ich manchmal mühsam finde ist, den mottosatz mit den leuten zu formulieren. ich frage mich auch, ob die wirkung wirklich nachhaltig ist. in dem moment der beratung ist es meist gut, aber es fehlt bei der einzelberatung der effekt der gruppensdynamik, wie man ihn bei einem zrm-seminar hat. kein embodiment etc. dazu fehlt die zeit, das ist schade. ich habe manchmal den eindruck, dass ich das volle potential in der einzelsitzung nicht rausholen kann. • Positive wie negative • Noch kaum welche, aber bisher ok. Dient als Gesprächsgrundlage. 	9X

Frage Nr. 10: Welches sind Ihrer Meinung nach die Vorteile dieser Methode?

43 Antworten

Kategorie	Antworten (mehrfache Nennung möglich)	Häufigkeit
Arbeit auf einer anderen, nicht verbalen Ebene/ Berücksichtigung der Gefühle	<ul style="list-style-type: none"> • andere Ebene • Ein anderer Zugang als über reine Worte • Sie geht weg vom Kopflastigen • Bilder sprechen eine zusätzliche Ebene zur verbalen Ebene an. Gerade für verbalisierungsschwächere Jugendliche ist das eine grosse Chance sich auszudrücken. • Methode, bei der Ratsuchende nicht nur mit dem Kopf arbeiten • Bringt die emotionale Seite in die Beratung, öffnet innere Türen • Einen anderen Zugang zu Themen finden • Anderer Zugang als Gespräch • gut für rationale typen, damit sie auf eine andere ebene kommen; gut, um person ins reden zu bringen • Intuitiver Zugang • Loslösen von bisherigen Gedankengängen • nicht nur intellektuell • man kann Ressourcen gefühlsmässig erschliessen / verknüpfen 	20X

	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr hilfreich bei der Arbeit mit Leuten, die nicht so kommunikativ sind oder im Gegenteil sehr kommunikativ, aber nicht so im Kontakt mit ihrem "Bauch". • Spricht die Gefühlsebene, die nicht logische Seite an • Die Bilder sprechen nicht nur den Intellekt sondern auch das Gefühl an • Durch die Arbeit mit Bildern werden "Schichten" der Psyche angesprochen, die verbal nicht ohne weiteres zugänglich sind • Man kommt im Prozess weg vom kognitiven Arbeiten auf eine tiefere persönliche Ebene, was oft zu den Kernproblemen/-Themen der Klienten führt. Dies ist oft im Gespräch und mit herkömmlicher Psychodiagnostik nicht möglich • Themen aufspüren, die in einem „normalen“ Gespräch nie aufkommen würden • Nonverbale, emotionale Komponente 	
die Arbeit mit Bildern ist hilfreich/ lustvoll, die Methode ist unkonventionell	<ul style="list-style-type: none"> • lustvoll mit bildern zu arbeiten • Verbildlichung, durch diverse Anreize kommt man ins Gespräch. • bilder sprechen das unbewusste an • lustvolle Methode • lustvoll • Einlassen auf etwas Neues • lustvoll; macht auch für den berater spass; man kann damit kreativ weiterarbeiten; assoziationen werden freigesetzt • Freudig, lustvoll, unkonventionell • offen für Überraschungen; mal was anderes, als Abwechslung • Die Arbeit mit den Bildern und das ganze Training macht allen Spass • Lustvoll für Beraterin und Klient • Inspiration • Lustvoll-sinnliche Erfahrung, welche die Beratung lebendig macht • Ist eine kreative Methode, die nicht voraussehbar ist. • über Bilder und ihre Bedeutung schneller Zugang zu inneren Dialogen und Haltungen. • Ansprechende Bilder • Spannend für mich als Laufbahnberaterin • Spielerische Komponente 	18X
das ZRM ist ressourcen- /lösungsorientiert	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenorientiert • Sie ist sehr positiv. Sie kann Ressourcen und Ziele zu Tage bringen. Auch wenn der Satz nicht konkrete Ziele formuliert, ist er zielorientiert. • Ressourcenaktivierung • Ich brauche es im Zusammenhang mit der Potentialanalyse. Diese erachte ich für mich als sehr wertvoll und hier taucht das ZRM dann auf, wenn es auch zur Überquerung des Rubikons kommt, fragen, was ist ressourcenmässig in der jetzigen jeweiligen Situation nötig und hilfreich, um diesen Schritt zu machen. • kein explizites Explorieren der Ursachen für die Blockade erforderlich • Dass sie nicht pathologie- ausgerichtet, sondern ressourcen- und lösungsorientiert ausgelegt ist. • ressourcenorientiert • Fokus auf Stärken und Möglichkeiten, zielorientiert, nicht missionarisch • Gibt direkte Impulse zur Auseinandersetzung mit eigenen Ressourcen • Gibt Mut zu weiteren Schritten • positiv, motivierende, stärkende Methode - ganzheitlich, nachhaltig - ressourcenorientiert • man ist schnell bei den wichtigen Themen und kann Ressourcen gefühlsmässig erschliessen / verknüpfen • ressourcenorientiert • Symbole, die einem Kraft für gewisse Aufgaben geben können • Ressourcenorientiert, lösungsorientiert • Gut auch als heuristische Methode und zum Erfassen von Ressourcen • Werkzeug in die Hand bekommen, das unterstützend wirkt 	17X
das Unbe-	<ul style="list-style-type: none"> • Ich erreiche andere Quellen und bekomme weniger bewusst gesteuerte 	11X

wusste wird angesprochen/ die Beratung wird besser	<p>Motive ins Gespräch.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es werden Themen thematisiert, die sonst kaum zur Sprache gekommen wären. Dadurch erhält die Beratung mehr Tiefe. • Unbewusste psychische Anteile können entdeckt und besprochen werden. • Unbewusster Zugang zu Bedürfnissen, Motiven • Erschliesst neue Aspekte der Beratung • bilder sprechen das unbewusste an • Die Verankerung von Wünschen und Zielen auf tieferen Ebenen. • Man kommt auf eine andere Ebene in der Beratung • Durch die Arbeit mit Bildern werden "Schichten" der Psyche angesprochen, die verbal nicht ohne weiteres zugänglich sind • Man kommt im Prozess weg vom kognitiven Arbeiten auf eine tiefere persönliche Ebene, was oft zu den Kernproblemen/-Themen der Klienten führt. Dies ist oft im Gespräch und mit herkömmlicher Psychodiagnostik nicht möglich • Die Methode bringt neue Ansatzpunkte für die Beratung. 	
die Methode ist einfach anzuwenden/ zu erklären	<ul style="list-style-type: none"> • verständlich • verständliche Modelle • leicht erlernbar • Dass sie ausserdem den Teilnehmenden auf einfache Art das Werkzeug und das Wissen in die Hand legt, auf ihrem weiteren Weg Selbstmanagement zu trainieren. • Einfach handhabbar • Einfach anzuwenden • Einfach anwendbar • Einfach durchzuführen • Die Komplexität von Motivation, Bedürfnissen und Handlung/aktionale Ebene ist gut erklärbar und kann gleich veranschaulicht werden. 	9X
das ZRM ist wirksam (praktisch/ nachhaltig)	<ul style="list-style-type: none"> • praktischer, sofort greifbarer Nutzen, nachhaltig • die hohe WIRKSAMKEIT • direkt erfahrbar • man ist sehr schnell bei zentralen themen • nachhaltig • handlungswirksam • man ist schnell bei den wichtigen Themen • Bilder wirken nachhaltig und man kann während dem Beratungsprozess immer wieder darauf Bezug nehmen 	8X
der Klient ist Experte für sich selbst	<ul style="list-style-type: none"> • Dass sie ausserdem den Teilnehmenden auf einfache Art das Werkzeug und das Wissen in die Hand legt, auf ihrem weiteren Weg Selbstmanagement zu trainieren, sich für die psychologischen Vorgänge zu sensibilisieren und bewusst, motiviert durchs Leben zu gehen, in Eigenverantwortlichkeit, gewappnet gegen Schwierige Situationen und geschützt vor Überforderung. • Hohes Mass an Selbstkompetenz des Ratsuchenden • es geht vom klienten aus, nicht vom berater • auf Augenhöhe mit dem Klienten / der Klientin sein • Klienten können intensiv mitarbeiten – sie erhalten nicht einfach ein Resultat • die Klienten sind sehr bei sich und können anschaulich erfahren, welches Thema für sie momentan im Vordergrund steht und was für sie wichtig ist. • Klient übernimmt Verantwortung für die Inhalte 	7X
vielfältige Anwendung möglich	<ul style="list-style-type: none"> • kann auf versch. Situationen angewendet werden • ganzheitlich • kann auch nur stückweise durchgeführt werden • Sehr gut auch bei "entweder-oder" Thematik • In der Gruppe anwendbar 	5X

Frage Nr. 11: Welches sind Ihrer Meinung nach die Grenzen bzw. Nachteile der Methode?

43 Antworten

Kategorie	Antworten (mehrfache Nennung möglich)	Häufigkeit
nicht für alle KlientInnen/ Beratungssituationen geeignet	<ul style="list-style-type: none"> • Die Methode soll ganz gezielt eingesetzt werden, nicht allgemein. • Nicht für alle Klienten geeignet • Fragestellung muss genau passen • hier in unserem Setting sind 3-4 Coachings für ein Thema etwas viel Krisensituationen > würde ich ZRM nicht einsetzen • sprachliche Hürden bei Ausländern • Ich würde es nur machen, wenn der Klient mich schon kennt und Vertrauen gefasst hat, d.h. erst in einem Folgegespräch und nie in einem Erstgespräch. • ist eher schwierig bei Jugendlichen einsetzbar • Menschen, die über sehr unklar ausgeprägte somatische Marker verfügen, können an Grenzen stossen • Einsatzmöglichkeit gut prüfen, da nicht für alle KlientInnen geeignet • Erfordert ein hohes Mass an Reflektionsfähigkeit und Eigeninitiative bei Ratsuchenden. Nicht jede/jeder besitzt das oder ist dazu bereit. • in Einzelberatung hat man wenig Zugang zu weiteren Ressourcen (Ideenkorb durch Gruppe); wenn keine Assoziationen kommen und Klient nicht redet; • sehr rationale Menschen - doch ev. können gerade solche etwas Neues entdecken • Ist nicht für alle Fragestellungen geeignet • Nicht geeignet bei pathologischer Problematik, Burnout etc. • Sehe eigentlich keine Nachteile, wenn die Fragestellung oder "Indikation" gut abgeklärt ist. • Könnte evtl. auch auf Ablehnung stossen bei sehr logischen, an Fakten orientierten Menschen. • Bei Kurzberatungen und Informationsvermittlung weniger geeignet. • Grenze liegt bei klaren Fragen nach möglichen beruflichen Wegen 	18X
die Durchführung benötigt viel Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Zeit • Zeitlich sehr aufwändig • Zeitintensiv • Es braucht viel Zeit • braucht viel Zeit • in der Regel zeitaufwändig • ganze Methode bedarf mehr Zeit, welche in der Beratung nicht vorhanden ist, daher bruchhafte Anwendung der Methode • höchstens der Zeitbedarf • die Methode braucht viel Zeit • zeitlich sind wir in der Laufbahnberatung eher eingeschränkt und können nicht bis zum Ressourcenpool oder Embodiment hinwirken. • Zeitintensiv • Vertiefte Arbeit mit ZRM ist in der Berufsberatung oft zu zeitaufwendig • zeitlich recht aufwendig • etwas zeitaufwendig 	14X
die Klientin muss bereit sein, sich auf die Methode einzu-lassen/ mitzuarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Es ist kein Test, und ob es funktioniert ist auch stark abhängig von den Klienten. Wenn keine Motivation da ist, geht nichts (wie bei allem anderen!) • Die ratsuchende Person muss bereit sein, sich auf diese Methode einzulassen. • Es bedarf eingehender Interpretation, was sehr von der Klientin abhängt. • Es gibt Klienten, die sich nicht darauf einlassen wollen/können. Es braucht ein gewisses kognitives Potenzial der Klienten, um von den Assoziationen auf ein Thema und auf ein entsprechendes Ziel zu schliessen respektive dies zu formulieren. 	11X

	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeit des Klienten enorm wichtig • Das ZRM funktioniert nur, wenn sich jemand einlassen will. Und neugierig ist. • Es ist keine Therapie, sondern eine Methode, die angewendet werden muss. Nur mit eigenem Willen ist ZRM für eine Person durchführbar und können Resultate entstehen, wie bei jeder Beratung eigentlich auch. • Wer sich nicht einlässt, erreicht mit dieser Methode weniger als mit statistischen Mitteln. • Personen müssen offen dafür sein • Erfordert ein hohes Mass an Reflexionsfähigkeit und Eigeninitiative bei Ratsuchenden. Nicht jede/jeder besitzt das oder ist dazu bereit. • Braucht die Bereitschaft sich einzulassen, zu verbalisieren. 	
keine Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> • Weiss nicht • Weiss nicht • Eigentlich keine • Sehe ich momentan keine • Nachteile sehe ich eigentlich keine • Keine • Sehe eigentlich keine Nachteile, wenn die Fragestellung oder "Indikation" gut abgeklärt ist. • Ich wende es nicht eins zu eins an, darum denke ich, dass ich hier sehr wenig zu sagen habe, ich habe für meine Beratung das Hilfreiche herausgefischt und das andere weggelassen. • Keine • Sehe im Moment keine 	10X
zeigt keine konkreten Berufs-lösungen	<ul style="list-style-type: none"> • Ideen, Ziele können zu "abstrakt" sein für Laufbahnberatung, braucht konkreteres • Das Resultat ist meistens kein konkreter Vorschlag für die Laufbahnsituation. • Unspezifisch • Zeigt nicht direkte, konkrete Berufslösungen • Im berufsberaterischen Kontext nur indirekt zielführend • Es ist für mich eines von verschiedenen Beratungsmitteln • Für eine Berufs- und Laufbahnberatung ist die Methode meiner Meinung nach allein nicht ausreichend. 	7X
kann irritieren/ abschrecken/ unseriös wirken	<ul style="list-style-type: none"> • Es besteht die Gefahr, esoterisch zu argumentieren. • Vorgehen kann nicht so leicht nachvollzogen werden von Laien, kann abschreckend wirken • Wirkt auf manche Menschen irritierend und kann negative Gefühle verstärken. • Menschen kommen in Berufsberatung mit Fragen und wir beginnen mit ganz etwas anderem - diese Brücke schlagen ist nicht immer ganz einfach. • Wenn die Kunden konkrete Vorstellungen der Beratungssituation haben, sind sie teilweise irritiert, über Bilder zu sprechen. • Es könnte von Seiten der Klienten als Spielerei ausgelegt werden. 	6X
Probleme beim Transfer	<ul style="list-style-type: none"> • Der Lerntransfer ist eine grosse Herausforderung. • Transfer in die beruflichen Möglichkeiten benötigt weiteren Aufwand. • wenig überprüfbar, inwieweit der Klient das in den Alltag integriert - ist aber auch die Frage, ob man das muss 	3X
zu wenig Platz, um alle Bilder auszu-legen	<ul style="list-style-type: none"> • Zudem muss eine Möglichkeit zum Auslegen der Bilderkartei vorhanden sein. • Anwendung in reiner Form erschwert durch mangelnden Platz für die Bilder 	2X
finanzielle Grenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Grenzen: Es werden Themen berührt, die ich nicht weiter verfolgen kann und für deren Bearbeitung nicht die geeignete Methode erreichbar ist, oft aus finanziellen Gründen. 	1X

13. Falls Sie über entsprechende Rückmeldungen verfügen: Was halten Ihre KlientInnen von der ZRM-Methode?

43 Antworten

Kategorie	Antworten	Häufigkeit
vorwiegend positive bis sehr positive Rückmeldungen	<ul style="list-style-type: none"> • Diejenigen, welche es absolviert haben, sind begeistert • Sie sind begeistert • Ich erhielt schon mehrfach die Rückmeldung, dass es hilfreich sei bzw. dass ein Bild die Situation besser verständlich mache. Zum Teil sind die Ratsuchenden auch erstaunt, wie ein Bild die Situation auf den Punkt bringt. • Reagieren sehr positiv, benutzen die Bilder als Anker im Alltag, z. B. als Bildschirmschoner, Handy-Profilbild oder hängen es auf in der Wohnung. Auch in längeren Beratungsprozessen nehmen sie von sich aus immer wieder Bezug auf das in einer früheren Sitzung gewählte Bild. • Positive Reaktionen • Positive. Es gibt ihnen die Möglichkeit sich als ExpertInnen für sich selber wahrzunehmen. • sind zufrieden fühlen sich beflügelt • gute • gut • Ich hatte immer nur positive Rückmeldungen. • lustvolles Lernen, Aha-Erlebnisse • Es motiviert sie, Schritte zu unternehmen und im Alltag dranzubleiben. Die Bilder helfen ihnen einen Anker im Alltag zu sein. • Bisher praktisch nur positive Reaktionen. • sie mögen die Bilder und nehmen ihre Kopie gerne mit nach Hause • anschaulichkeit gefällt sehr, etwas selber tun können • Häufig beurteilen die Klienten die Methode als hilfreich. • Viele Klienten/innen berichten, dass sich ihr Fokus verändert hat, dass sie vermehrt das sehen, was sie können, was geht... Mehr Selbstvertrauen und das Gefühl selbst etwas bewirken/steuern zu können. Aktiver geworden • Klienten empfinden das ZRM als stärkend, ermutigend, öffnend. ZRM ist wertvoll für persönliche Entwicklungsschritte. Kann weiter empfohlen werden. • grundsätzlich gut • Die meisten finden es eine sehr günstige Methode und setzen sie wirklich auch um. • Bis anhin fast gänzlich positive Rückmeldungen. Geschätzt wird, dass auf emotionaler Ebene gearbeitet wird, nicht nur rational. Lösung ist meistens eine Überraschung, eine Bestärkung. Gemäss Rückmeldung ist die Arbeit nachhaltig, viele nutzen die Kraft lange Zeit. • die meisten freuen sich über die Erkenntnisse daraus, sie sind meist erfreut und guter Dinge • Meistens sind sie froh/erfreut über einen kreativen Methodenwechsel und auch erstaunt, was dabei herauskommt. • habe nur mündliche Rückmeldungen bekommen in den Gesprächen, waren alle positiv, möglicherweise haben die Ratsuchenden die negativen Rückmeldungen nicht gewagt zu kommunizieren • Die Klienten, bei denen ich das ZRM eingesetzt habe, waren am Anfang eher skeptisch, aber hinterher positiv überrascht. • Ich habe in etwa 80 % der Fälle gute bis sehr gute Rückmeldungen. • Sie kommt eigentlich immer gut an. Welche längerfristigen Auswirkungen das Nachdenken über das Resultat mit sich bringen, ist schwierig einzuschätzen. 	27X
keine Rückmeldungen	<ul style="list-style-type: none"> • Keine • Bisher keine • Dazu kann ich nichts sagen, da ich zum ZRM keine Rückmeldung erhalte 	6X

	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Rückmeldungen • Bisher keine Rückmeldungen • Keine Rückmeldungen 	
keine direkten Rückmeldungen zur Methode, aber positive zum Resultat	<ul style="list-style-type: none"> • Die wissen zu wenig über die Theorie und so. Das scheint sie auch weniger zu interessieren. Sie vertrauen mir in diesem Setting und sind einfach froh, wenn was wirkt! • Sie äussern sich in der Regel nicht über die Methode oder ich frage nicht danach. Die Kunden äussern sich positiv über das Resultat. • indirekte Rückmeldungen, wenn KL. den Eindruck haben, sie seien vorwärts gekommen in der Beratung. • Die Mottoziele beschäftigen die Klienten noch lange. Ich habe schon Fotos erhalten, wo das Bild mit Mottoziel aufgehängt wurde. In Laufbahnseminaren zeigt sich über die Tage, wie wirkungsvoll das Mottoziel ist, obwohl es den TN anfänglich nicht so klar war 	4X
unterschiedliche Rückmeldungen	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedlich: die Mehrheit ist sehr zufrieden. Eine Minderheit hat Mühe mit dem Alltagsbezug. • Da gehen die Meinungen weit auseinander. Von ganz super bis was soll denn das habe ich schon alles gehört. • Teils sehr beeindruckt, begeistert, teils verhalten. • Geteilt: von sehr spannende/interessant bis Scharlatanismus 	4X

C) Einführung des ZRM am BIZ Thun: Antworten auf die Fragen zur Einführung

→ insgesamt 5 Rückmeldungen

1. Wie oft und in welchen Beratungssituationen haben Sie das ZRM seit Ihrer Teilnahme an dessen Einführung im Mai dieses Jahres in Beratungen eingesetzt?

0X
Leider habe ich das ZRM obschon ich es mir vorgenommen habe, nicht in der Beratung gebraucht..
Ich habe das ZRM 2 Mal eingesetzt. <ul style="list-style-type: none">- bei einer Jugendlichen, die ein Problem hatte, über welches sie nicht reden wollte und welche immer wieder durch Motivationseinbrüche an der Fortsetzung der Realisierung ihrer Berufswünsche gehindert wurde.- Bei einer jungen Erwachsenen, die viele verschiedene Kompetenzen hatte, aber nicht weiss, wohin ihre Energie verwenden
Leider nie, da ich kaum Erwachsene in der Beratung hatte und wegen der Kostenpflicht oft nur ein bis zwei Gespräche stattfinden.
Habe das ZRM 2X eingesetzt.

2. Welche (neuen) Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

keine
-
Obwohl ich mich unsicher fühlte bei der Durchführung und nicht mehr ganz sicher war, ob alles genau nach Anleitung stimmen würde, hat mich das Resultat jeweils erstaunt. Es hat mir und der Beratenden jedes Mal Hinweise geliefert, die uns weiter gebracht haben.
... dass es nicht wirklich so viel Zeit braucht ... dass bereits ein gewisses Vertrauensverhältnis bestehen sollte zwischen BB und KI ... dass es sehr viele Emotionen los löst

3. Wo liegen Ihrer Meinung nach Stolpersteine, wenn man das ZRM als neue Methode anwendet?

Es war für mich nicht anwendbar, weil ich gerne das Manual lese, bei einem neuen Verfahren, mich etwas intensiver damit auseinandersetze, bevor ich ein Verfahren mit einem Klienten durchführe. Das Manual habe ich dann einmal mit ins Büro genommen, reingeschaut und es wieder weggelegt, weil es mir zu umfangreich war, um es so zwischendurch mal durchzuarbeiten. Evtl. Holperstein auch, dass ich nicht bei der ganzen Einführung teilnehmen konnte.
Es wäre hilfreich, wenn man im Team die Möglichkeit hätte, neben einem Selbstversuch auch verschiedene Anwendungsvarianten untereinander auszuprobieren
Man darf es nicht als Allerheilmittel betrachten, aber gerade, wenn nicht über alles gesprochen werden will, können Fragen nach Ressourcen über Fotos, die evt. direkteren Zugang zur Gefühlswelt haben, helfen.
Wie kann das ZRM in eine Beratung integriert werden, bei welchen Fragestellungen? Ist das dann tatsächlich „Berufsberatung“?

4. Wenn Sie sich an die Einführung erinnern: Wurden Sie genügend in die neue Methode eingeführt? Falls nicht, was haben Sie vermisst bzw. was hätten Sie bei der Einführung des ZRMs als neuer Beratungsmethode anders gemacht?

<p>Bereits oben vieles gesagt. Es fehlte mir nicht grundsätzlich etwas bei der Einführung, ausser dass ich sie nicht ganz mitgemacht habe und mich eben gerne mit einem Verfahren selbst etwas intensiver auseinandersetze bevor ich es anwende. Was mir hier mangels Motivation, ausreichend viel Zeit zu investieren nicht möglich war.</p> <p>Die Durchführung in der Einführung hat jedoch für mich selbst bewirkt, dass ich in der Folge einen persönlichen Entscheid treffen konnte: ich habe nämlich im Anschluss daran sicher mit unter Einfluss anderer Faktoren entschieden, meine Stelle hier auf dem BIZ Thun zu kündigen.</p>
<p>Deine Einführung war sehr spannend und hilfreich. Für mich wäre einzig noch hilfreich gewesen, wenn ich selbst noch mehr hätte ausprobieren können (im Sinne von Anleiten etc.)</p>
<ul style="list-style-type: none">- Ich fand die Einführung recht gut.- Gerne hätte ich mal bei einer erfahrenen ZRM-Fachperson bei der Anwendung mit einer Beratungsperson über die Schultern geschaut.
<p>Fands eine sehr gut vorbereitete und präsentierte Einführung. Herzlichen Dank dafür!</p>
<p>Wenn jemand entsprechende Klienten hat und ernsthaft mit ihm arbeiten will, wäre ein Austauschtermin nach einer gewissen Zeit sicher motivierend und hilfreich.</p>

5. Weitere Bemerkungen:

<p>Herzlichen Dank für die Einführung. Für die Masterarbeit ganz viel Erfolg und gute Gesundheit!</p>
<p>Danke für die Einführung und ich hoffe sehr, dass ich in erweiterten Angeboten mit dem ZRM arbeiten kann.</p>