

## DER EINFLUSS DER ARBEITSMARKTMASSNAHMEN

# Bewerbungskurse wirken nur kurzfristig

Eva Clot-Siegrist

*Bewerbungskurse stärken den Selbstwert und steigern den Glauben an die eigene Wirksamkeit. Diese Verbesserungen verpuffen aber schon nach kurzer Zeit. Folgemassnahmen drängen sich deshalb auf. Zu diesem Ergebnis gelangt eine Diplomarbeit von zwei Psychologiestudenten an der Universität Lausanne.<sup>1</sup>*

Das Hauptziel der Arbeitsmarktmassnahmen (AMM) ist die Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitslosen. Nun spielen bei der Beschäftigungsfähigkeit zahlreiche Faktoren eine Rolle – wirtschaftliche, soziale, persönliche und psychologische. Wenn wir uns als Psychologen und Berufsberater auf den psychologischen Aspekt der Beschäftigungsfähigkeit konzentrieren, erwarten wir, dass die Kurse für Stellensuchende einen «positiven» Effekt auf die Teilnehmenden haben und zur umfassenden Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit beitragen.

## SELBSTWERT UND GLAUBE AN DIE EIGENE WIRKSAMKEIT

Bei der Ausarbeitung dieser Fragestellung konzentrierten wir uns auf zwei wechselseitig abhängige psychologische Faktoren der Beschäftigungsfähigkeit, d.h. den Selbstwert und den Glauben an die eigene Wirksamkeit bzw. die Selbstbestimmung (internaler Locus of Control) (vgl. Gangloff und Sourisse, 1995, sowie Bandura, 2003). Tatsächlich genügt es nicht, dass eine Person die erforderlichen Kompetenzen besitzt, um einen Arbeitsplatz zu er- oder behalten – sie muss sich dieser Kompetenzen auch bewusst sein und an sie glauben. Die Arbeiten von Vroom (1964) zeigen die hemmende Wirkung eines schwachen Selbstwerts und des Gefühls, nicht mehr

Herr der Lage zu sein (externaler Locus of Control); die Betroffenen sind in diesem Falle überzeugt, dass jeder Versuch, aktiv zu werden, zum Scheitern verurteilt ist. Folglich könnte sich der «positive» psychologische Effekt eines Bewerbungskurses durch eine Stärkung des Selbstwerts der Teilnehmenden und durch deren Glauben

*Zwei Monate nach dem Ende der Kurse zeigte sich ein starker Abfall des Glaubens an die eigene Wirksamkeit und des Selbstwerts, wobei die Werte sogar schlechter als die anfangs gemessenen waren.*

an die eigene Wirksamkeit äussern. Zudem wäre der Nutzen dieser Kurse optimal, wenn dieser Effekt langfristig anhielte.

Zur Überprüfung dieser Hypothesen führten zwei Psychologiestudenten der Universität Lausanne als angehende Berufsberater eine Befragung unter den Teilnehmenden zweier Bewerbungskurse in zwei verschiedenen Westschweizer Kantonen durch («Fenêtre Emploi» und «Action Emploi»).

## WIRKSAM JA – ABER WIE LANG?

Neben rein bewerbungstechnischen Aspekten behandeln die von Fachpsychologinnen und -psychologen für Berufsberatung gelei-

teten Kurse auch andere mit der Arbeitslosigkeit verbundene Probleme. Das Ziel besteht darin, bei den Teilnehmenden ein Bündel an Kompetenzen zu entwickeln, die diesen bei der Arbeitssuche helfen.

131 Personen (93 Frauen und 38 Männer) im Alter von 19 bis 61 Jahren nahmen an der Untersuchung teil. Zu Beginn und am Ende des Kurses wurden ihnen jeweils zwei Fragebogen vorgelegt, die den Selbstwert und den Glauben an die eigene Wirksamkeit analysierten. Nach zwei Monaten wurden die Teilnehmenden neuerlich gebeten, zwei Fragebogen auszufüllen, 71 von ihnen leisteten dieser Bitte Folge.

Die Analyse der Ergebnisse zeigt unabhängig von den soziodemografischen Eigenschaften der Teilnehmenden (Alter, Geschlecht und Bildungsniveau) eine deutliche Auswirkung der Kurse auf den Selbstwert und die Selbstwirksamkeitsüberzeugung, wobei diese beiden Faktoren am Ende des Kurses deutlich stärker ausgeprägt waren als zu Beginn (siehe Grafik). Diese Beobachtungen scheinen jene von Gangloff und Sourisse (1995) zu bestätigen, welche feststellten, dass Bewerbungskurse den Glauben an die eigene Wirksam-

<sup>1</sup> Masserey, R., & Regamey, C. (2006). *L'impact psychologique de deux cours pour chômeurs: Le rôle internalisant des cours de techniques de recherche d'emploi*. Diplomarbeit, Institut für Psychologie, Universität Lausanne.

keit festigen. Dieses Phänomen könnte zum Grossteil durch den Kursinhalt und die Aussagen der Betreuerinnen und Betreuer erklärt werden, deren Ziel es ist, die Selbstwirksamkeitsüberzeugung der Teilnehmenden zu stärken. Zudem könnte das parallel dazu gestiegene Selbstwertgefühl der Stellensuchenden verhindern, dass ihre gestärkte Internalität zu Schuldgefühlen oder übermässigem Verantwortungsbewusstsein führt. Der höhere Selbstwert könnte auch ein Anzeichen für wiedergewonnene Selbstsicherheit sein, nachdem die Teilnehmenden ihre Kompetenzen auffrischen konnten. Eine besonders wichtige Rolle bei der Verbesserung des Selbstwertgefühls spielt auch die Gruppe. Man fühlt sich in diesem Umfeld bestätigt – «es tut gut, Menschen zu treffen, die in der gleichen Situation sind wie ich» – und aufgewertet – «ich muss den anderen über mein Leben erzählen, dadurch kann ich meine eigenen Fähigkeiten besser erkennen». Angesichts dieser ersten Ergebnisse könnte man annehmen, dass die Kurse «Fenêtre-Emploi» und «Action-Emploi» die in sie gesetzten Erwartungen perfekt erfüllen, indem sie beim psychologischen Aspekt der Beschäftigungsfähigkeit ansetzen. Leider verpuffen diese anfangs beobachteten erfreulichen Effekte schon nach kurzer Zeit: In der dritten Phase der Befragung, d.h. zwei Monate nach dem Ende der Kurse, zeigte sich ein starker Abfall des Glaubens

an die eigene Wirksamkeit und des Selbstwerts, wobei die Werte sogar schlechter waren als zu Beginn des Kurses (siehe Grafik). Dies zeigt, dass die psychologische Wirkung solcher AMM nur vorübergehend ist. Sie lässt nach, sobald die Teilnehmenden neuerlich alleine mit ihrer Situation als Stellensuchende und mit wiederholten Misserfolgen konfrontiert sind.

#### GEZEICHNET VON DER ARBEITSLOSIGKEIT, GESTÄRKT DURCH DIE GRUPPE

Die mittelfristig beobachtete starke Beeinträchtigung des Selbstwertgefühls und des Glaubens an die Effektivität des eigenen Handelns lässt sich durch den einschneidenden Charakter der Arbeitslosigkeit erklären – diese Situation prägt die Betroffenen tief greifend und verändert die Einschätzung ihres eigenen Werts, ihres Handlungsspielraums und ihres sozioökonomischen Umfelds.

Dies bedeutet, dass es durch punktuelle und zeitlich begrenzte Bewerbungskurse nicht gelingt, das Interpretationsmuster der Einzelnen nachhaltig zu verändern. Möglicherweise ist die verstärkte Internalität, wie sie am Ende der Kurse zu beobachten war, einfach das «Produkt» der normativen Wirkung durch die Gruppe, da in unserem westlichen Kulturkreis die Tendenz, die Ursache von Vorgängen bei sich selbst zu suchen, stark ausgeprägt ist. Wenn die Person nun wieder zu Hause ist und keine

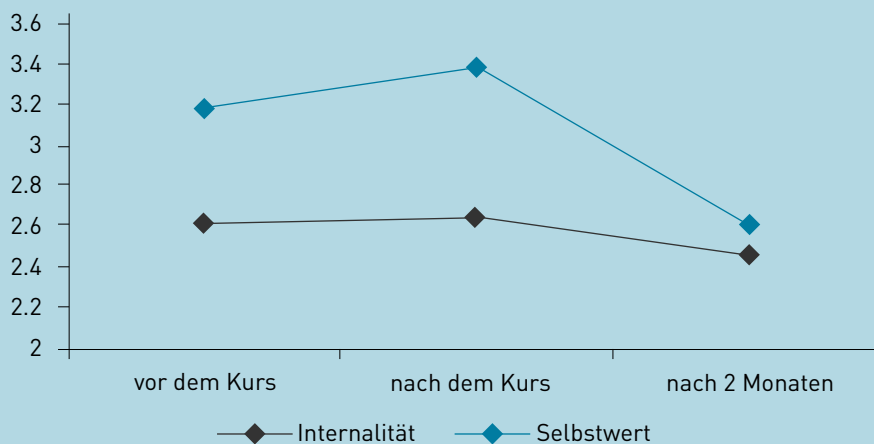
Unterstützung und Stärkung durch die Gruppe mehr erfährt, muss sie alle mit der Arbeitslosigkeit verbundenen Probleme wieder alleine bewältigen. In den ersten Monaten nach dem Kurs kann daher eine Desillusionierung einsetzen, was die starke Verschlechterung bei den von uns gemessenen psychologischen Werten erklärt.

*Durch punktuelle und zeitlich begrenzte Bewerbungskurse gelingt es nicht, das Interpretationsmuster der Einzelnen nachhaltig zu verändern.*

#### PRAKTISCHE AUSWIRKUNGEN: WAS KOMMT DANACH?

Wenn verhindert werden soll, dass sich das psychische Wohlbefinden der Teilnehmenden nach dem Kurs verschlechtert, müssen die für die Bewerbungskurse zuständigen Personen offensichtlich ihre Ausbildungskonzepte, die angewendeten Methoden und die vermittelten Botschaften ändern. Dabei gilt es, die oben aufgeführten Resultate zu berücksichtigen. Es sind verschiedene Lösungen denkbar, wie z.B. die aktive Schaffung eines sozialen Unterstützungsnetzes für die einzelnen Teilnehmenden oder auch Folgemaassnahmen für Einzelne oder Gruppen. Darüber hinaus könnte die Vermittlung spezieller Techniken wie Problemlösung, Stressmanagement oder Selbstbehauptung in das Basisprogramm des Kurses aufgenommen werden, um den Klientinnen und Klienten bei der Überwindung von Problemen, die eventuell in der Folge auftreten könnten, zu helfen.

### Veränderung des Selbstwerts und der Internalität durch Bewerbungskurse



**Eva Clot-Siegrist**, Lehr- und Forschungsrätin am Institut für Psychologie der Universität Lausanne, Supervisorin am Beratungsdienst dieses Instituts. Adresse: Service de consultations, Avenue de la Gare 1, 1003 Lausanne, eva-clot-siegrist@unil.ch

#### Literatur:

- Bandura, A.** (2003). Auto-efficacité: le sentiment d'efficacité personnelle. Paris: De Boeck Université.
- Gangloff, B. & Sourisse, M.** (1995). Influence de la durée du chômage et de stages chômeurs longue durée sur l'évolution du conformisme à la norme d'internalité. *Psychologie et Psychométrie*, 16, 4–19.
- Vroom, V. H.** (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.