

Freie Universität Berlin

Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie

Bachelor of Arts in Erziehungswissenschaft: Bildung, Erziehung und
Qualitätssicherung

Bachelorarbeit

**„Männer und berufsbezogene Beratung –
Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand“**

Vorgelegt von Antje Hoell

Matrikelnummer: 4216280

Berlin, 20.04.2011

Erstgutachter: Herr Dr. Joachim Stary

Zweitgutachterin: Frau Elisabeth Böhmer

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	2
2 Beratung	4
2.1 Was ist Beratung?	5
2.2 Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung	7
3 Das Beratungsverhalten von Männern: Geschlechterverteilung anhand von Praxisbeispielen und Gründe	8
3.1 Geschlechterverteilung anhand von Praxisbeispielen	8
3.2 Mögliche Gründe, die das Beratungsverhalten von Männern erklären	10
3.2.1 Sozialisation	10
3.2.2 Das Selbstbild von Männern	11
3.2.3 Bewältigungsstrategien	14
3.2.4 Kommunikationsverhalten	16
3.2.5 Bild der Beratung	18
4 Empfehlungen an die Ansprache und Beratung von Männern	19
4.1 Empfehlungen an die Ansprache	19
4.2 Empfehlungen an die Beratung	23
5 Fazit	26
Literatur- und Quellenverzeichnis	27

1 Einleitung

Die Gesellschaft befindet sich im Wandel. Das Leben wird schnelllebiger, die zu bewältigenden Aufgaben jedes Einzelnen werden komplexer. Es hat ein Übergang von der Industriegesellschaft zu einer Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft stattgefunden. Die damit zunehmende Komplexität des alltäglichen Lebens fordert Flexibilität und Anpassung jedes Einzelnen. Der Wandel in der Arbeitswelt z.B. von einer unbefristeten Vollzeitstelle zu vermehrt befristeten Projektarbeiten oder die Auslagerung der Arbeitsstellen auf externe Dienstleister, d.h. Zeitarbeit, kann zu Verunsicherungen und Orientierungsschwierigkeiten führen, die es zu bewältigen gilt. Um mit der Dynamik der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen mithalten zu können, bedarf es einer ständigen persönlichen Weiterbildung und -qualifizierung sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich. Das Aufsuchen von Beratung ist eine Möglichkeit, sich mit den verändernden Anforderungen in den unterschiedlichen Lebensphasen auseinanderzusetzen. In einer Infrastruktur für lebenslanges Lernen hat sich die Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung zu einem wichtigen Thema entwickelt (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2007, 24). Mittlerweile gibt es ein breites Angebot an Beratungseinrichtungen, die sich auf die Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung spezialisiert haben und sich mit ihrem Angebot an verschiedene Zielgruppen richten. In der Hauptstadt Berlin hat sich in diesem Zusammenhang ein breites Netzwerk gebildet. Dazu gehören bspw. Lernläden, Jobassistenz und kontinuum e.V. Darüber hinaus wird auch in den Jobcentern der Bundesagentur für Arbeit und weiteren Einrichtungen Beratung angeboten. Anhand von Daten einiger Berliner Beratungseinrichtungen ist zu erkennen, dass die berufsbezogene Beratung von weniger Männern aufgesucht wird als von Frauen. Aufgrund dieser Tatsache soll in der vorliegenden Arbeit auf nachfolgende Frage eingegangen werden: **„Warum nehmen Männer berufsbezogene Beratung seltener in Anspruch als Frauen?“** Aus dem Warum können Empfehlungen für folgende Fragestellung abgeleitet werden: **„Was benötigen Männer, um berufsbezogene Beratung in Anspruch zu nehmen?“**

Im zweiten Kapitel der Arbeit werden die Elemente der Beratung im Allgemeinen herausgearbeitet und daran anschließend ein Versuch unternommen, den Begriff der berufsbezogenen Beratung zu definieren. Anschließend wird im dritten Kapitel der aktuelle Forschungsstand zum Thema „Männer und berufsbezogene Beratung“ dargestellt. Auf der Grundlage der ungleichen Verteilung von Männern und Frauen zuungunsten der Männer bezüglich der Inanspruchnahme von Beratungsangeboten sollen Gründe herausgearbeitet werden, die in der Forschungsliteratur immer wieder in diesem Zusammenhang diskutiert und hervorgehoben werden. Im vierten Kapitel der Arbeit werden die zuvor herausgearbeiteten Gründe aufgegriffen und es wird versucht daraus Empfehlungen abzuleiten, um Männern einen Zugang zur Beratung zu erleichtern/ zu schaffen.

2 Beratung

Um die vielfältigen und komplexen Anforderungen und Veränderungen in der Arbeitswelt und im Privatleben besser bewältigen zu können, nehmen Individuen und Organisationen Beratung vermehrt als Unterstützungsleistung in Anspruch (vgl. Warschburger 2009, 229). Dafür gibt es eine große Anzahl von Beratungseinrichtungen, die sich auf die verschiedensten Nutzergruppen in unterschiedlichen Lebenslagen spezialisiert haben (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2007, VIII). Hierzu gehören zum Beispiel: die Berufsberatung, Karriereberatung, Erziehungsberatung, Paarberatung, Finanzberatung etc. (vgl. Nuisl u.a. 2000, 7).

Auf Grund der Veränderungen im Berufsleben hat zum einen die Bildungspolitik erkannt, dass es wichtig ist, sich mit dem Thema Beratung näher auseinanderzusetzen und sich zum Ziel gesetzt, den Nutzen der Beratung auf verschiedenen Ebenen bekannter zu machen.

Hierfür wurde auf europäischer Ebene im Jahr 2000 die Lissabon-Agenda verabschiedet, die das Ziel verfolgt, die Europäische Union zum „wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsraum in der Welt zu machen“ (Quem 2005, 17). Dieser Entschluss hatte/hat Einfluss auf die Bereiche Kompetenzentwicklung, berufliches und außerberufliches Lernen sowie das lebenslange Lernen (vgl. Quem 2005, 17). Des Weiteren wurde auf europäischer Ebene im Jahr 2004 auf einer Ratstagung – Bildung, Jugend und Kultur - auf Folgendes hingewiesen:

„Die Entstehung einer wissensbasierten Gesellschaft und die Notwendigkeit lebenslangen Lernens erfordern einen wesentlichen Schwerpunkt der Beratungspolitik auf nationaler, sektorieller, regionaler und lokaler Ebene. Es muss entsprechende Dienste geben, die jeder Zeit zugänglich und so gestaltet sind, dass alle Bürger dazu angehalten werden, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen lebenslang [...] weiter zu entwickeln.“

(Der Rat der Europäischen Union und die im Rat vereinigten Vertreter der Regierungen der Mitgliedsstaaten, Ratstagung – Bildung, Jugend, Kultur, 27./28. Mai 2004, S.10ff).

Auf politischer Ebene wurde 2006 zum Beispiel das Nationale Forum Beratung (nfb) gegründet. Das nfb ist ein unabhängiges Netzwerk von Akteuren darunter Institutionen, Forschungseinrichtungen, staatliche und nichtstaatliche Einrichtungen, die im Bereich der Bildungs- und Berufsberatung tätig sind (vgl. Schiersmann u.a. 2008, 9). Das nfb verfolgt verschiedene Ziele wie die Förderung fachgerechter Beratung in Deutschland, die Sicherung von Professionalität und Qualität der Beratung und vor allem die Förderung und

Unterstützung der Gestaltungskompetenz und Eigenverantwortlichkeit der Menschen (vgl. <http://www.forum-beratung.de/ueber-uns/ziele-mission/index.html>).

Zum anderen werden auf persönlicher Ebene Einzelpersonen dazu aufgefordert, sich auf Grund von Veränderungen bzw. Auflösungen vormals normierter Bildungs- und Berufsverläufe, ihre Lebens- und Berufsbiografie weitgehend selbst zu gestalten. Dafür ist Eigeninitiative notwendig. Personen müssen sich entscheiden, welchen Beruf oder welches Studium sie aufnehmen und welche Weiterbildungs-/Qualifizierungsmaßnahmen notwendig sind, um sich auf dem Arbeitsmarkt behaupten zu können. Diese Entwicklung beinhaltet einerseits Unsicherheiten und Risiken, andererseits auch Chancen und Handlungsspielräume. Beides zusammengenommen führt dazu, dass die Nachfrage nach Bildungs- und Berufsberatung zunimmt (vgl. Schiersmann u.a. 2008, 9f.).

2.1 Was ist Beratung?

Beratung ist auf Grund der „Heterogenität an Beratungsansätzen und -begriffen“ (Gieseke u.a. 2007, 33) ein in vielen Kontexten verwendeter und dabei meist unzureichend operationalisierter Begriff. Im pädagogischen Diskurs kann Beratung z.B. psychosoziale Beratung, Lernberatung als Problembearbeitung oder Interventions- und Unterstützungsform im Lernprozess sein (vgl. Nuissl u.a. 2000, 8). Neben den charakteristischen Unterschieden weisen die verschiedensten Beratungsansätze auch Gemeinsamkeiten auf. Im Folgenden sollen anhand verschiedener Autoren die wesentlichen Elemente einer Beratung herausgearbeitet werden.

Laut Pätzold (2004) ist Beratung „die zeitlich befristete Interaktion zwischen einem Berater und einem Ratsuchenden mit dem Ziel, in einem bestimmten Problem- oder Handlungsbereich Lösungen und Strategien zu entwickeln, die dann - möglicherweise unter Beteiligung des Beraters - vom Ratsuchenden implementiert werden können. Dabei verbleibt die Verantwortung für das Resultat beim Ratsuchenden, er verantwortet also selbst, wie er mit dem Rat umgeht. Ebenso kommt dem Beratenden Entscheidungskompetenz zu“ (Pätzold 2004, 52).

Diese Elemente finden sich auch in der Definition von **Warschburger (2009)** wieder. Beratung wird hier definiert als „ein zwischenmenschlicher Prozess, in welchem eine Person

oder eine Gruppe, d.h. die Ratsuchenden/Klienten in der und durch die Interaktion mit einer anderen Person, dem sog. Berater/Team, mehr Klarheit gewinnt über eigene Probleme und deren Bewältigungsmöglichkeiten. Die Hilfe zur Selbsthilfe, d.h. die Steigerung der Problemlösefertigkeiten seitens des Ratsuchenden, ist ein entscheidendes Element von Beratung [...]“ (Warschburger 2009, 16).

Mutzeck (2008) hebt Beratung ebenfalls als „vertrauensvolle, zielgerichtete, nach Ratsuchende Interaktion [...]“ (Mutzek 2008, 12) hervor. Die Definition wird erweitert, in dem er Beratung „als eine Form erzieherischen Handelns [...] und als pädagogisch-psychologische[n] Prozess der Hilfe unter sachkundiger Anwendung von (wissenschaftlichen) Theorien und Methoden“ betrachtet (Mutzek 2008, 13). Auch hier steht die selbständige Bewältigung von Problemen im Mittelpunkt (vgl. Mutzek 2008, 13).

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, kurz **OECD**, führt ein weiteres Element für die Definition von Beratung ein. Beratung wird verstanden als pädagogische Aktivität, in dem durch die Gestaltung eines geeigneten Lernumfeldes dem Individuum die Möglichkeit geboten wird, sich Wissen und Kompetenzen anzueignen. Der Fokus liegt auf der Gestaltung des Lernumfeldes und der Förderung der Lernbeziehung zwischen dem Berater und dem Ratsuchenden, indem der Ratsuchende sich selbst nützliche Informationen über seine eigenen persönlichen Ressourcen, wie zum Beispiel Interessen, Fähigkeiten, Zielsetzungen verschaffen kann. Ziel der Beratung ist, dass der Ratsuchende seine Ziele für die Zukunft klar definieren und verfolgen kann (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2007, 7f.).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass hiermit die kooperative Beratung beschrieben wurde. Bei dieser Form der Beratung geht es nicht darum, dem Ratsuchenden Ratschläge zu erteilen, sondern gemeinsam unter Leitung des Beraters die Lösung und Klärung des Problems zu erarbeiten. Die Kommunikation erfolgt dabei nur wenig direktiv und symmetrisch. Dem Ratsuchenden wird dabei stets eine aktive Rolle zugeschrieben, der Berater hingegen hält sich zurück und gibt die Verantwortung für das Handeln an den Ratsuchenden ab, unterstützt ihn aber, in dem er Hilfe zur Selbsthilfe bietet (vgl. Mutzeck 2008, 32f.).

2.2 Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung

Für die Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung gibt es, wie für die allgemeine Beratung, bisher keinen klar definierten Begriff.

Laut OECD, der Europäischen Kommission und der Weltbank, verfolgt Berufsberatung grundsätzlich das Ziel, Individuen, unabhängig von ihrem Alter und ihrer Lebenssituation, zu selbständigen Entscheidungen in Bezug auf ihren Bildungs-, Ausbildungs- und Berufsweg zu befähigen. Vor diesem Hintergrund ist die Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung recht vielseitig zu verstehen und dient vor allem der Laufbahnentwicklung der Individuen. Oft lässt sich diese spezielle Beratung nicht als gesonderte Leistung oder Tätigkeit darstellen, sondern ist eingebettet in andere Zusammenhänge, wie zum Beispiel in Lernaktivitäten (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2007, 7f.).

Was sich abzeichnet ist, dass sich die Beratung im Bereich Bildung und Beschäftigung zu einer eigenständigen Profession entwickelt hat. Dafür ist der Deutsche Verband für Berufsberatung e.V. (dvb) ausschlaggebend. Der dvb favorisiert für eine einfache und verständliche Handhabung den Begriff „berufliche Beratung“, wobei darunter die Beratung für Bildung, Beruf und Beschäftigung zu verstehen ist (vgl. Thiel 2004, 908f.). Lange Zeit wurde die Berufsberatung durch die staatliche Arbeitsverwaltung in Form einer Arbeitsberatung dominiert. Seit ca. 20 Jahren gibt es neben der Arbeitsverwaltung auch private Anbieter, die Berufsberatung anbieten. Hierzu gehören z.B. Lebensberater, Karriereberater, Coaches und Personalberater. Diese unterscheiden sich wiederum in ihren Beratungsformen, die nicht immer trennscharf voneinander abzugrenzen sind. Zu den Beratungsformen zählen z.B. die Bildungsberatung vor oder während Bildungsabschnitten, die Berufseinstiegsberatung sowie die (Berufs-)Laufbahnberatung. Unter Berufsberatung fallen demnach alle Beratungsformen, die Menschen zu einem beliebigen Zeitpunkt ihres Lebens bei beruflichen Entscheidungen Unterstützung bieten (vgl. Thiel 2004, 911). Des Weiteren ist erkennbar, dass sich auf Grund der verändernden Bildungs- und Beschäftigungsbiografien und des damit zusammenhängenden Beratungsbedarfs der Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung ein deutlich wachsender Stellenwert zugeschrieben werden muss.

3 Das Beratungsverhalten von Männern: Geschlechterverteilung anhand von Praxisbeispielen und Gründe

Bildungs- und Sozialstudien dokumentieren seit etwa 15 Jahren, dass sich die Leistungsfähigkeit sowie die sozialen Kompetenzen von jungen Männern, im Vergleich zu jungen Frauen, verschlechtert haben (vgl. Hurrelmann 2010, 1). Umso erstaunlicher ist es, dass berufsbezogene Beratungseinrichtungen eine höhere Nachfrage auf Seiten der Frauen im Vergleich zur Nachfrage von Männern zu verzeichnen haben. Besteht doch gerade bei den Männern ein erhöhter Bedarf an Unterstützung, um das drohende Bildungsdefizit zwischen Männern und Frauen auszugleichen bzw. aufzuholen. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es zahlreiche Frauenberatungseinrichtungen gibt, aber zu wenige Beratungseinrichtungen, die sich explizit an Männer richten. Des Weiteren ist das Angebot von geschlechtsneutralen Beratungseinrichtungen ebenfalls gering im Vergleich zu Frauenberatungseinrichtungen. Damit kann die Frage gestellt werden, ob Männer in der Ansprache überhaupt erreicht werden? Einerseits wurde der Beratungsbedarf erkannt, andererseits gibt es noch zu wenige Einrichtungen, die sich mit dem Thema „Männer und berufsbezogene Beratung“ auseinandersetzen. Vielleicht sind das bereits einige Gründe bzw. Antworten auf die Frage: „*Warum nehmen Männer berufsbezogene Beratung seltener in Anspruch als Frauen?*“

Im vorliegenden Kapitel soll versucht werden, diese Frage zu beantworten. Dafür wird zunächst anhand von Praxisbeispielen aufgezeigt, wie sich die Verteilung Frauen und Männer in der Bildungsberatung darstellt. Anschließend werden die in der Forschungsliteratur immer wiederkehrenden und relevanten Gründe aufgegriffen, die das zurückhaltende Beratungsverhalten von Männern erklären könnten.

3.1 Geschlechterverteilung anhand von Praxisbeispielen

Eine Befragung der Arbeitnehmerkammer aus dem Jahre 2006 hat Folgendes ergeben. Auf die Frage: Wie wichtig Männern und Frauen Bildungsberatung ist, antworteten Männer und Frauen wie folgt: 21,1% der Männer und 34,2% der Frauen betrachten Bildungsberatung als notwendig. 49% der Männer und 38% der Frauen sagten allerdings, dass sie Beratung nicht brauchen (siehe Tabelle). Damit kann festgehalten werden, dass Männer den Erfolg von

Bildungsberatung eher in Frage stellen als Frauen und somit ca. 80% der Männer der Meinung sind, dass sie Beratung nicht brauchen bzw. diese als nur vielleicht hilfreich erachten.

	Gesamt	Männlich	Weiblich
Wichtig	27,0 %	21,1 %	34,2 %
Vielleicht hilfreich	29,0 %	29,9 %	27,8 %
Brauche ich nicht	44,0 %	49,0 %	38,0 %

(Quelle: Arbeitnehmerkammer Mitgliederbefragung 2006. In: Grotluschen u.a. 2008, 48)

In Berlin hat sich seit einigen Jahren ein öffentlich gefördertes Beratungsnetzwerk etabliert, das sich im Besonderen der berufsbezogenen Bildungsberatung widmet, um den europäischen Anspruch des lebenslangen Lernens zum Erhalt bzw. der Erweiterung der Beschäftigungsfähigkeit zu genügen (s.S.4, Rat der Europäischen Union). Alle durchgeführten Beratungen werden zentral (anonym) erfasst und einheitlich evaluiert. Aus der berufsbezogenen Bildungsberatung liegen zum Thema Bildungsberatung folgende Zahlen vor. Im Jahre 2008 waren ca. 41% der Personen, die Beratungseinrichtungen aufsuchten, Männer. Im Jahre 2009 waren es 43% und 2010 ebenfalls unverändert 43%. Im Durchschnitt wurden demzufolge Beratungseinrichtungen von ca. 42% der Männer und 58% der Frauen aufgesucht. Die Zahlen erscheinen zunächst sehr ausgewogen. Allerdings ergibt sich bei genauerem hinsehen ein differenziertes Bild, da einige Beratungsstellen mit der Arbeitsagentur und den Jobcentern kooperieren. Der männliche Anteil der zugewiesenen Personen erweist sich bei dieser Betrachtung als auffällig hoch. Ob die Angebote vorher nicht bekannt waren, kann anhand der Zahlen nicht interpretiert werden. Allerdings kommt es bei der rein freiwillig aufsuchenden Beratung zu einer Verschiebung des Verhältnisses von Männern und Frauen. Dies ist in einer Beratungsstelle des Netzwerkes besonders auffällig. Hier beträgt der Anteil der Männer, die Beratung aufsuchen durchschnittlich – mit leichten Schwankungen – ca. 25% gegenüber den Frauen mit 75%.

(Quelle: Projektverbund KES - Arbeitsplattform der Koordinierungs- und Evaluierungsstelle für Bildung und E-Government)

Diese beiden Praxisbeispiele unterstützen die aufgeworfene Fragestellung „Warum nehmen Männer berufsbezogene Beratung seltener in Anspruch als Frauen?“ Welche Gründe sind für diese Diskrepanz verantwortlich? So ist es doch die Arbeit, die für viele Männer der „Identifikationspunkt“ ist, die ihnen Selbstvertrauen und Sicherheit vermittelt (vgl. Venth u.a. 2010, 130).

3.2 Mögliche Gründe, die das Beratungsverhalten von Männern erklären

3.2.1 Sozialisation

Hurrelmann betrachtet Sozialisation als Persönlichkeitsentwicklung, bei der das Individuum sich ständig mit der körperlichen, psychischen, sozialen und ökologischen Umwelt auseinanderzusetzen hat. Er bezeichnet die Umwelten als Bälle, mit denen Männer und Frauen jonglieren sollten. Das Jonglieren mit diesen Bällen ist eine aktive und produktive Form der Sozialisation, die Einfluss auf das Verhalten, die Lebensweise und intellektuelle Leistung des Menschen nimmt. Die Entfaltung der Leistung ist nur möglich, wenn während des Sozialisationsprozesses Rahmenbedingungen geschaffen werden, die das Individuum bei der Persönlichkeitsentwicklung unterstützen und es ihm ermöglichen, sich mit den Umwelten konstruktiv auseinanderzusetzen (vgl. Hurrelmann, 9.12.2010). Aus den Shell-Jugendstudien geht hervor, dass diese Rahmenbedingungen bzgl. der Jungenerziehung nicht umfassend gegeben sind und somit Einfluss auf das Verhalten der Männer im Erwachsenenalter haben können. Angesprochen wird, dass die Sozialisation von Jungen heutzutage in einer Alltagswelt stattfindet, die mehrheitlich vom weiblichen Geschlecht geprägt ist. Laut Lippmann (2009) fehlen in Kindergärten, Schulen, dem Hort und weiteren öffentlichen Bildungseinrichtungen Männer (vgl. Lippmann 2009, 255). Damit wird Jungen kaum die Möglichkeit geboten, sich mit ihrem Geschlecht zu identifizieren und somit zu ihrer Identität zu finden (vgl. Linke 2007, 50). Laut Böhnisch und Winter (1993) greifen Jungen daher oft auf eine „Umweg-Identifikation“ zurück: Mann = Nicht-Nicht-Mann. Aufgrund fehlender männlicher Vorbilder orientieren sie sich an den Frauen und deren Rollenverhalten. Sobald die Frau als Nicht-Mann identifiziert wird, versucht der Junge, nicht wie diese Frau zu sein.

Natürlich verfügen auch Jungen über weibliche Impulse, die sie nun bekämpfen und unterdrücken müssen, denn Mann sein bedeutet, Nicht-Nicht-Mann zu sein (vgl. Lippmann 2009, 253). Laut Lippmann (2009) beginnen Jungen als Konsequenz dieses Prozesses, vieles, was aus ihnen selbst kommt, zu verdrängen. Die eigenen Impulse werden abgelehnt und abgewertet (vgl. Lippmann 2009, 255). Durch diese Abgrenzung schaffen es viele Männer nicht, einen Bezug zu sich und ihren Gefühlen herzustellen. Alles, was man mit weiblich in Verbindung bringt, wird abgelehnt (vgl. Tippelt u.a. 2010, 859). Ludwig (2002) unterstützt diese These, in dem er sagt, dass Männer das Gefühl der Hilfsbedürftigkeit bereits früh durch das soziale Umfeld verlieren und lernen, dass sie nicht über ihre Probleme sprechen sollten. Probleme müssen allein gelöst werden (Ludwig 2002, 7). Vorherrschende gesellschaftliche Deutungsmuster in der Erziehung und Sozialisation greifen diese Vorstellung auf, in dem sie den Mann als Indianer definieren und ein „Indianer kennt keinen Schmerz“. Belastungen und Anspannungen sind demzufolge laut Hurrelmann (2010) entsprechend zu ertragen (vgl. Hurrelmann 2010, 10). Da der Mann sich nicht mit sich und seinen Gefühlen auseinandersetzt, wird nach Krall (2005) eine konstruktive Verarbeitung von Erfahrungen verhindert (vgl. Krall 2005, 55). Wer Probleme äußert, wird schnell als Versager definiert. Dieses Versager-Prinzip haben laut Ludwig (2002) viele Jungen internalisiert (vgl. Ludwig 2002, 7).

Die fehlende Anerkennung und Wahrnehmung, dass auch Männer Probleme haben, zeigt sich in der Angebotsstruktur von Beratungseinrichtungen, die die Zielgruppe Mann bisher nicht umfassend berücksichtigt haben (vgl. Tippelt u.a. 2010, 862). Laut Hollstein ist es notwendig, die Probleme der Männer zu thematisieren, sich dabei die Sozialisation genauer anzusehen und sich bewusst zu machen, welche Anforderungen an den Mann gestellt werden (vgl. Venth u.a. 2000, 17).

3.2.2 Das Selbstbild von Männern

Durch die Auseinandersetzung mit dem sozialen Umfeld entwickelt der Mann ein „Geschlechtsrollen-Selbstkonzept“ (Bardehle u.a. 2010, 100), dass mit folgenden Bildern in Zusammenhang gebracht werden kann: (1) Je weniger ich jemanden um Hilfe bitte, (2) je weniger ich von jemanden abhängig bin, (3) je mehr ich meine Gefühle kontrolliere und unterdrücke, desto männlicher bin ich (vgl. Krall 2005, 62). Dieses Konzept vom Mann

befindet sich, auf Grund sich verändernder Anforderungen in der Arbeitswelt und im privaten Bereich, im Wandel. Dennoch dient die traditionelle männliche Rolle als Grundmuster für das Geschlechtsrollen-Selbstkonzept. Dabei wird der Mann a) hauptsächlich über seine Leistung definiert und ihm b) das Zugeständnis von Schwäche aberkannt (vgl. Bardehle u.a. 2010, 100).

Brandes und Bullinger (1996) weisen darauf hin, dass es viele Formen von Männlichkeit gibt. Sie machen auf die Problematik aufmerksam, dass Männlichkeit oft mit Herrschaft gleichgesetzt wird, in der die Männer ihr Leiden zu verheimlichen haben. Das in der Gesellschaft *noch recht verbreitete Männerbild* ist das des Mannes, der immer stark zu sein hat, der mit Problemen allein fertig wird und seinen Mann steht (vgl. Linke 2007, 86). Laut Brandes und Bullinger (1996) wird in unserer Gesellschaft Männlichkeit mit den Begriffen: stark, durchsetzungsfähig, dominant, zweckrational, leistungs- und konkurrenzorientiert verbunden. Die Beherrschung von Gefühlen = Emotionale Kontrolliertheit, nimmt dabei in der Beschreibung des „männlichen“ Stereotypen einen großen Stellenwert ein (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 18). In unserer Leistungsgesellschaft herrscht somit ein Idealbild des supermännlichen Mannes, der energiegeladen und ehrgeizig ist, der sich durchsetzt und sich nicht klein kriegen lässt. Dieses Bild von Männlichkeit ist erschüttert worden (vgl. Hafner 2002, 129) und diese Erschütterung findet laut Brandes und Bullinger (1996) zu wenig Berücksichtigung in der Angebotsgestaltung von Beratungen. Männer sind irritiert durch das veränderte Verhalten der Frauen und den Veränderungen in der Gesellschaft. Sie sind unsicher in ihrer Rollendefinition und ihrem Selbstbild (vgl. Ludwig 2002, 4). Die Männerrolle ist daher in Bewegung, die starren Rollenzuschreibungen weichen auf. Die Auflösung/Veränderung der Rollen bietet Männern und Frauen eine größere Vielfalt, ihr Leben zu gestalten. Krall (2005) unterstützt die Aussage von Ludwig, dass Männer mit den Veränderungen der Gesellschaft etwas überfordert sind. Sie fühlen sich unsicherer und sind orientierungsloser als Frauen (vgl. Krall 2005, 59f.). Nur wenige Männer richten laut Brandes und Bullinger (1996) ihr Leben neu aus, viele verharren eher in einer Mittelposition (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 5). Aus Furcht vor Veränderungen und mangelnden Ansehen stecken Männer in der traditionellen Rolle fest, die wiederum durch Erwartungen von außen bestätigt werden (vgl. Tippelt u.a. 2010, 856). Hurrelmann (2010) sagt, dass sich vor allem junge Männer verkrampft und ängstlich auf die traditionelle Rolle des Mannes zurückziehen und es damit weniger schaffen, sich den Veränderungen der Gesellschaft anzupassen (vgl. Hurrelmann 2010, 5).

Meuser, einer der führenden Vertreter kritischer Männerforschung spricht nicht von Rollen sondern von „einsturzgefährdete[n] Säulen männlicher Herrschaft“ (Venth u.a. 2010, 134). Hierzu gehören: (1) die Auflösung homosozialer Räume, (2) die Veränderung der Erwerbsarbeit und (3) der Wandel der Familienformen. (1) Homosoziale Räume sind öffentliche Settings, wie z.B. das Militär, die Politik und die Wirtschaft, in denen Männer lange Zeit unter sich waren. Gleichzeitig waren sie Arenen, in denen Männer ihre Rangordnungskämpfe ausüben konnten. Diese Settings sind jetzt auch für Frauen zugänglich. (2) In der Arbeitswelt gab es ebenfalls homosoziale Räume, die nur für Männer vorbehalten waren. Laut Walter Hollenstein (vgl. Venth u.a. 2000, 16) werden dem traditionellen Männerbild eine große Vielzahl an Erfolgs- und Karrierechancen zugeschrieben. Noch heute brüsten sich z.B. Männer aus der Politik mit ihrem 18-Stunden-Tag und der damit verbundenen Last. Aber auch dieser ausschließlich Männern vorbehaltene Raum schwindet mit dem Wandel der Gesellschaftsstrukturen (vgl. Venth u.a. 2010, 135) Laut Venth u.a. (2010) fordern bestimmte Branchen, wie die Dienstleistungsbranche, immer häufiger Schlüsselkompetenzen, wie Kooperationsfähigkeit und Empathie, in denen Frauen in der Regel geübter sind als Männer (vgl. Venth u.a. 2000, 16).

Laut Nuissl u.a. (2000) sucht der Mann seinen Identitätsfixpunkt im Beruf (vgl. Nuissl u.a. 2000, 130). Männer, die auf diesem traditionellen Männerbild aufbauen, haben mit den oben genannten Veränderungen besonders große Probleme, da sie sich in ihrer Identität bedroht fühlen. Die Fähigkeit, sich von der Berufsidentität zu lösen, scheint bei vielen Männern begrenzt zu sein, da diese den Männern die Grundlage von Identität und Existenz entzieht (vgl. Linke 2007, 68; Tippelt u.a. 2010, 857). Heutzutage verteilt sich das Arbeitsvolumen aber auf beide Geschlechter, wobei Frauen mit Unterbrechungen in ihrer Erwerbsbiographie besser umgehen können als Männer, die an eine Vollerwerbsarbeit gewöhnt sind. (3) Eine veränderte Arbeitssituation führt auch zu Veränderungen in den Familienformen. Vor allem selbstbewusste, unabhängige Frauen fordern von Männern gleichgerichtete Beziehungsmodelle und eine größere Unterstützung in der Kindererziehung (vgl. Venth u.a. 2010, 135).

Laut Ludwig (2002) benötigen Männer in der Auflösung ihrer Rollenunsicherheit Unterstützung, um den vorhandenen „Modernitätsrückstau“ auszugleichen (Venth u.a. 2010, 134; vgl. Ludwig 2002, 5). Welche Ansätze hierbei hilfreich sind, darauf wird in Kapitel vier eingegangen.

3.2.3 Bewältigungsstrategien

Hurrelmann definiert Bewältigungsstrategien als Lebensführung, die bei Männern als aktivitätsorientiert bezeichnet werden kann. Im Englischen wird hierfür der Begriff „agency“ verwendet, der für Geschäftsstelle bzw. das ausführende Organ steht. „Agency“ betont die Abgrenzung von Anderen sowie die Selbstbehauptung des Mannes und zeichnet sich durch Selbstdisziplin und Selbstkontrolle aus. Männer begeben sich demnach in gesellschaftlich anerkannte Bereiche, wie die Politik und Wirtschaft, in denen sie ihre Aktivitäten in Form von Gestaltung und Strukturierung ausleben und die Strukturen der instrumentellen Arbeit beeinflussen können. Frauen weisen hingegen einen sozial sensiblen Lebensstil auf. In der englischen Sprache findet sich hierfür der Begriff „community“, der für Gemeinschaft/Gemeinde steht. „Community“ betont das Bestreben und die Bindung an andere Menschen sowie den Aufbau von Netzwerken und Beziehungen (vgl. Hurrelmann 2010, 14f).

Laut Böhnisch und Winter (1993) beeinflussen des weiteren Aspekte männlicher Sozialisation das Entstehen einer Schwellenangst, die Männer daran hindert, Therapien und Beratungen aufzusuchen. Im Laufe der Zeit haben sich Männer verschiedene Bewältigungsstrategien angeeignet, die es ihnen ermöglichen, die empfundene Unsicherheit zu verdrängen um mit den an sie gestellten Anforderungen im Berufs- und Privatleben umzugehen. Böhnisch und Winter (1993) bezeichnen die Strategien als Prinzipien (vgl. Böhnisch/Winter 1993, 127f.). Die Prinzipien heißen Externalisierung und Gewalt, auf die im weiteren Verlauf näher eingegangen wird. Die untergeordneten Prinzipien Stummheit, Alleinsein, Körperferne, Rationalität und Kontrolle sind wiederum Strategien der Externalisierung (vgl. Lippmann 2009, 255).

Externalisierung

Das Prinzip der Externalisierung wird nach Böhnisch und Winter (1993) als „durchgängiges Grundmuster männlicher Sozialisation und Lebensbewältigung“ bezeichnet und stellt die „Leitlinie männlicher Lebensführung“ dar (vgl. Böhnisch/Winter 1993, 127; Lippmann 2009, 256). Externalisierung steht für eine fehlende Beschäftigung und Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst, den eigenen Befindlichkeiten und eigenen Schwächen. Laut Bardehle u.a. (2010) löst der Mann Arbeits- oder Beziehungsprobleme häufig durch Schweigen und nicht

durch Gespräche (vgl. Bardehle u.a. 2010, 8). Lippmann (2009) und Krall (2005) heben die Tatsache hervor, dass Männer eine Scheu hegen, sich mit ihren eigenen Gefühlen auseinanderzusetzen, was zu einer fehlenden Verbindung zu den Gefühlen und somit zu einer eingeschränkten Empathiefähigkeit führen kann (vgl. Lippmann 2009, 256; Krall 2005, 138). Durch das Unterdrücken der eigenen Gefühle ist es möglich, dass der Mann eine gewisse Leere empfindet, die wiederum zu einer empfundenen Hilflosigkeit führen kann (vgl. Krall 2005, 65). Ein Mann und hilflos? Hilflosigkeit spiegelt nicht das vorherrschende Männerbild eines aktiven, mutigen Mannes der Gesellschaft widerspiegeln. Sie birgt etwas Bedrohliches in sich, was es zu vermeiden gilt. Hilflosigkeit wird als „Objekt der Verachtung“ betrachtet, die durch Macht, Herrscher- und Heldentum kompensiert wird (vgl. Lippmann 2009, 256). In der Beratung jedoch wird der Ratsuchende dazu aufgefordert, sich mit den Gefühlen auseinanderzusetzen, um eigenständig Lösungen und Strategien für das Problem zu entwickeln. Gerade diese Auseinandersetzung mit den Gefühlen lässt Männer davor zurückschrecken, eine Beratung aufzusuchen. Eine, im Rahmen eines Forschungsprojekts „Männerarbeit in Österreich“ durchgeführte Befragung hat ergeben, dass sich Männer im Durchschnitt etwa 79 Monate lang allein mit ihren Problemen beschäftigen, ehe sie sich einer Fachperson anvertrauen. Das zeigt, wie groß der Leidensdruck sein muss, damit ein Problem als ernsthaftes Problem erkannt wird (vgl. Heindl-Becker 2004, 92).

Gewalt

Gewalt zeigt sich einerseits in der strukturellen Gewalt z.B. durch Ausgrenzung von Minderheiten oder Ausgrenzung von anderen Lebensformen und andererseits in der persönlichen Gewalt (vgl. Linke 2007, 64). Bei der persönlichen Gewalt handelt es sich laut Brandes und Bullinger (1996) um die Negation der eigenen Bedürfnisse und Gefühle (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 5). In dem 2010 erschienen Männergesundheitsbericht in Deutschland wird Gewalt als ein Mittel definiert, um der „drohenden Demontage der eigenen Stärke und des eigenen Status“ vorzubeugen (Bardehle u.a. 2010, 104). Laut Böhnisch und Winter (1993) ist Gewalt darauf zurückzuführen, dass dem Mann nicht zugestanden wird hilflos zu sein. Daraus entwickelt sich Hass, den der Mann auf sich selbst und andere projiziert. Gewalt ist demnach für viele Männer ein Ausweg, in Problemsituationen ein positives Selbstwertgefühl zu erlangen und zu erhalten (vgl. Böhnisch/Winter 1993, 195f). Laut Linke (2007) ist die individuelle Ausübung der Gewalt stark mit den gesellschaftlichen

Bedingungen, Werten und Normen verbunden (vgl. Linke 2007, 69). Unterstützt wird diese Art der Konfliktbewältigung bspw. durch strukturelle Formen in Unternehmen, in denen starre Hierarchien bestehen.

Hurrelmann (2010) betont, dass Jungen Anforderungen und Anspannungen in Form von nach außen gerichteter Formen, bis hin zu Gewalt, Kriminalität und Aggressivität verarbeiten, da sie nicht in der Lage sind, Anspannungen mit sich selbst auszumachen. Diese stauen sich auf und „entladen“ sich irgendwann in Form von unkontrollierten Wutausbrüchen und Aggressionen (vgl. Hurrelmann 2010, 12). Dies zeigt, dass die Hilflosigkeit, die Jungen und Männer empfinden, sie daran hindern können, einen produktiven Weg für ihre Lebensbewältigung zu finden.

3.2.4 Kommunikationsverhalten

Um sich über Probleme, Erfahrungen u.v.m. auszutauschen, kommunizieren Menschen miteinander. In der Beratung ist es daher von enormer Bedeutung, dass der Berater erkennt, wie und auf welche Weise der Ratsuchende kommuniziert. Er sollte dabei die Unterschiede berücksichtigen, die sich im Kommunikationsverhalten zwischen Männern und Frauen zeigen. Wie und auf welche Weise Männer überwiegend miteinander kommunizieren, darauf wird im folgenden Abschnitt eingegangen.

Wenn Männer aufeinandertreffen, stehen sie anfangs oftmals in Konkurrenz zueinander. „Man(n)“ klopft sich gegenseitig ab und erkundet das Revier. In der Regel wird auf der Grundlage von Hierarchie und Konkurrenz miteinander kommuniziert und sich danach bewertet, wie erfolgreich man im Beruf ist (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 114). Es gibt gewisse Settings, in denen es Männern gelingt, die Rivalität untereinander abzulegen. Hierzu gehören z.B. Männergruppen und Männerseminare, in denen Männer die Gelegenheit nutzen können, Dinge anzusprechen, die sonst unausgesprochen bleiben (vgl. Krall 2005, S. 63). In dem 2010 erschienenen Gesundheitsbericht für Männer wird darauf hingewiesen, dass bestimmte Settings das Kommunikationsverhalten der Männer beeinflussen. So besprechen sie Probleme, trotz aller Konkurrenz, mit ihren Kollegen in der Arbeitswelt oder mit anderen Männern. Sie bevorzugen Orte, die eine gewisse Niedrigschwelligkeit aufzeigen (vgl. Bardehle u.a. 2010, 10). Aus der Studie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

„Kompetent, authentisch und normal“ wurde ein Balancemodell abgeleitet, in dem es um die Frage geht, wie Jungen und Männer in ihrem Entwicklungspotenzial anerkennend und abwertungsfrei erreicht werden können. Die Antwort der Studie auf diese Frage ist recht einfach, man erreicht Jungen und Männer dort, wo sie sich im Alltag aufhalten und bei dem, was sie gerne tun (vgl. Bardehle u.a. 2010, 49). Die Beratung aber findet in aller Regel in einer Einrichtung und/oder einem geschlossenen Raum statt, was auf eine fehlende Niedrigschwelligkeit hinweist.

Männer tauschen sich untereinander gern in sogenannten „side-by-side“ Gesprächen aus, wenn sie unterwegs und tätig sind. Diese finden sowohl im öffentlichen als auch im halböffentlichen Raum statt. Beispiele hierfür wären der Arbeitsplatz, Lokale/Bars oder das Fußballstadion. Für vertrauliche Gespräche ist an diesen Orten wenig Platz (vgl. Ludwig 2004, 6). In „side-by-side“ Gesprächen wird in aller Regel *über* etwas gesprochen (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 468). Eine Beratungssituation wiederum stellt eine „face-to-face“ Situation dar, die für Männer als bedrohlich empfunden werden und Widerstand erzeugen kann (vgl. Lippmann 2009, 260). Sie haben Angst, sich dem Berater gegenüber zu öffnen und sich zur Mitarbeit bereit zu erklären (vgl. Linke 2007, 86). In „face-to-face“ Gesprächen geht es *um die Person* und deren persönliche Belange (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 468). Der Widerstand kann damit begründet werden, dass Männer es nicht gewohnt sind, Feedbacks und Aussagen wirken zu lassen. Sie wollen Beobachtungen erläutert haben, sie verharmlosen oder relativieren. Sie reden selten von sich, da der Bezug zu sich selbst fehlt (vgl. Böhnisch/Winter 1993, 130).

Beratungen werden von Männern erst dann aufgesucht, wenn der Leidensdruck sehr hoch ist (vgl. Hafner 2002, 6; 131), das soziale Umfeld Druck ausübt (vgl. Hafner 2002, 114f), die Existenz bedroht ist, die Männer nicht mehr die geforderte Leistung erbringen können oder ihnen „der Hut brennt“ (Hafner 2002, 127) (vgl. Hafner 2002, 125ff.). Krall beschreibt den Zeitpunkt des Aufsuchens, als ein Fass, das übergelaufen ist (vgl. Krall 2005, 64).

Die eigenständige Problembewältigung ist laut Heindl-Becker (2004) für Männer das Hauptargument, keine Beratungseinrichtung aufzusuchen (vgl. Heindl-Becker 2004, 79). Diese Tatsache sollte bei der Gestaltung von Beratungsangeboten berücksichtigt werden. Da Beratung Hilfe zur Selbsthilfe ist, gehört es dazu, dass das Problem artikuliert wird um anschließend Lösungen dafür zu finden. Hier liegt das Kernproblem in der Beratung für Männer, dass diese aufgrund falscher Vorstellungen von Beratung diese nicht aufsuchen.

Wenn Männer Hilfe in Anspruch nehmen, suchen sie bevorzugt Beratungseinrichtungen auf, in denen die Berater männlich sind. Denn hier geht der Mann davon aus, dass das Angebot auf ihn und seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. Damit wird das Bedürfnis von Mann zu Mann über mögliche Probleme reden zu können erfüllt (Heindl-Becker 2004, 31) und die Ungewissheit, ob man(n) einer Frau gegenübersteht, ausgeschlossen (vgl. Heindl-Becker 2004, 79). Eine weitere Hürde Beratungseinrichtungen aufzusuchen, ist die Scham davor, Freunde und Bekannte könnten erfahren, dass der Mann sich Unterstützung sucht. Deshalb werden Einrichtungen in anderen Stadtteilen oder Städten bevorzugt (vgl. Heindl-Becker 2004, 79).

3.2.5 Bild der Beratung

Wie in Kapitel zwei festgestellt, rückt Beratung immer mehr in den Fokus der Politik und Gesellschaft und es existiert ein Bild von Beratung, das unterschiedlich wahrgenommen wird. Wie aber wird Beratung von Männern wahrgenommen? Beeinflusst das Bild von Beratung sogar das Beratungsverhalten?

Laut, der im Rahmen eines Forschungsprojekts „Männerarbeit in Österreich“ durchgeführten Befragung in Österreich, fehlen Männern Informationen darüber, welche Beratungseinrichtungen es gibt und wo diese zu finden sind (vgl. Heindl-Becker 2004, 93). Welches Ziel Beratung verfolgt, ist Männern laut Krall (2005) ebenfalls kaum bekannt (vgl. Krall 2005, 66). Daraus hat sich ein falsches Bild bzw. eine falsche Vorstellung vom Ablauf und den Zielen einer Beratung entwickelt und manifestiert. Werden die vorangestellten Praxisbeispiele betrachtet, in denen Männer Beratung nur auf Druck, also unfreiwillig aufsuchen, kann auch dieser Druck/Zwang zu einem falschen Bild von Beratung führen und damit zur Ablehnung von Beratungseinrichtungen. Ein weiteres Bild bzw. eine weitere Vorstellung, die Männer von Beratung haben, ist laut Hafner (2002) der Anspruch, dass Beratung kostenlos sein muss, um in Anspruch genommen zu werden (vgl. Hafner 2002, 105f). Außerdem spielt die Qualifikation des Beraters für den Mann eine wichtige Rolle. Welche Qualifikation ein Berater besitzt, geht aber nur selten aus den Darstellungen von Beratungseinrichtungen, deren Flyern und Internetseiten hervor (vgl. Hafner 2002, 122f). Die Verwendung verschiedener Begriffe auf den Seiten der Beratungseinrichtungen führt bei Männern zur Verwirrung und zu einer Scheu, Beratung anzunehmen. Des Weiteren ist für

viele Männer der Begriff der Beratung an sich irreführend, was wiederum zu einer Ablehnung führen kann. (Brandes/Bullinger 1996, 311).

Zusammenfassend kann die Frage *„Warum nehmen Männer berufsbezogene Beratung seltener in Anspruch als Frauen?“* damit beantwortet werden, dass einerseits verschiedene Aspekte der Sozialisation und Erziehung sowie das vorherrschende Männerbild dazu geführt haben, dass Männer Probleme oft nicht als Probleme erkennen/wahrnehmen und sie versuchen die Probleme stets selbst zu lösen. Und sich Männer andererseits in der Regel in Form von side-by-side Gesprächen austauschen. In der Beratung sind Männer aber gezwungen, sich direkt (face-to-face) mit dem Berater auszutauschen. Dieser Zwang sollte in der Ansprache und Beratung von Männern berücksichtigt werden.

4 Empfehlungen an die Ansprache und Beratung von Männern

4.1 Empfehlungen an die Ansprache

Wie im vorangegangenen Kapitel festgestellt wurde, bevorzugen Männer in ihrer Kommunikation „side-by-side“ Gespräche, die im öffentlichen Raum und durch die Schaffung von Intimität auch im halböffentlichen Raum stattfinden. Diese Räume sind eine Rahmenbedingung um Männer für die Beratung zu gewinnen. Brandes und Bullinger (1996) haben auf der Grundlage einer politischen Aktion, die sie mit einer Gruppe von Männern durchführten, verschiedene Rahmenbedingungen erarbeitet. Diese sollen im Folgenden zusammen mit den Eckpunkten der durchgeführten Aktion vorgestellt werden (vgl. Brandes und Bullinger 1996, 465ff.)

Bei der Aktion von Brandes und Bullinger handelte es sich um eine „Zwangsberatung für Männer“. Diese wurde auf einem belebten Platz abgehalten. Dazu wurden Männer mittels Flugblättern und Megaphondurchsagen aufgefordert, sich in die Zwangsberatung zu begeben. Erstaunlicherweise war die Nachfrage nach der Beratung sehr hoch. Zudem waren viele Männer offen und gesprächsbereit und offenbarten Fragen, Sorgen und Ängste, die sie beschäftigten. Die Gründe dafür führten Brandes und Bullinger auf verschiedene Formen der Niedrigschwelligkeit zurück. Dazu gehören die räumliche, inhaltlich-interaktionelle,

personelle und situative Niedrigschwelligkeit. Aus diesen wurden Empfehlungen für die Ansprache von Männern abgeleitet.

(1) Räumliche Niedrigschwelligkeit

Die Beratungsaktion von Brandes und Bullinger fand in der Öffentlichkeit statt, die zwar für intime Gespräche ungeeignet ist, aber durch die Beteiligung professioneller Berater zu einem halböffentlichen Raum geöffnet werden konnte (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 467). Damit wurde der bevorzugten Austauschform von Männern, sich außerhalb eines normalen Beratungssettings beraten zu lassen, entsprochen. Linke (2007) und Krall (2005) unterstützen die Forderung und Notwendigkeit, Beratung dort anzubieten, wo Männer sich aufhalten und sich nicht nur auf ein festes örtliches Angebot zu beschränken (vgl. Linke 2007, 87, Krall 2005, 67). Mögliche Orte der Beratung sind demnach Beratungscafes, Informationsstände und Informationsveranstaltungen, die keinen offensichtlichen Beratungsaspekt erkennen lassen, aber eine besonders niedrige Einstiegsschwelle für Männer darstellen (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 311). Der Grund, warum Männer halböffentliche Räume bevorzugen, ist die Möglichkeit, sich vorab mit der Situation vertraut machen zu können. Kommt es z.B. während eines Gesprächs mit dem Berater in einem Café zu einer Gesprächspause, kann die Geräuschkulisse des Cafés dazu dienen, diese zu überbrücken und eventuelle Unsicherheiten zu verdecken. Des Weiteren hat der Mann jederzeit die Möglichkeit, die Beratung zu verlassen, wenn sie als unangenehm empfunden wird, ohne dabei „sein Gesicht zu“ verlieren. In einem geschlossenen Beratungsraum wäre ein Ausstieg nicht ohne weiteres möglich (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 467).

In Berlin bieten bspw. Lernläden diese Form der Niedrigschwelligkeit an. Diese Läden sind gestaltet wie ein Ladengeschäft und richten sich mit ihren Öffnungszeiten an die Zeiten anderer Einkaufsläden. Diese Ausgestaltung bietet den Ratsuchenden eine Beratungsatmosphäre, die sich von anderen Beratungseinrichtungen unterscheidet.

Eine weitere Möglichkeit, die sich von bisherigen Beratungseinrichtungen unterscheidet und dem Kommunikationsverhalten von Männern entgegen kommt, ist die Onlineberatung. Bei dieser Beratung treten der Berater und der Ratsuchende per Mikrofon/Head Set in Kontakt. Dabei sollte bewusst auf eine Beratung per Video verzichtet werden, um dem Mann eine Atmosphäre der Sicherheit zu vermitteln.

Allgemein bieten die neuen Medien den Beratern und Männern die Möglichkeit, indirekt in Kontakt zu treten und somit indirekte, also side-by-side Gespräche zu führen. Diese Möglichkeit sollte in Zukunft bzgl. Beratungsangeboten mehr Beachtung gewinnen.

(2) Inhaltlich-interaktionelle Niedrigschwelligkeit

In der Aktion von Brandes und Bullinger wurde der Erstkontakt mit den Männern durch Flugblätter und Megaphondurchsagen sowie durch die Diskussion über und Auseinandersetzung mit dem Gesetz herbeigeführt. Der Kontakt war somit sach- und nicht personenbezogen. Diese Tatsache sollte eine Beratungsstelle beachten, die Männer ansprechen möchte. Es ist notwendig erst *über* etwas zu sprechen, was den Mann persönlich nicht betrifft, was ihn aber interessiert. Das weckt Interesse und baut auf der Seite des Mannes Vertrauen auf. Gleichzeitig berücksichtigt die Kontaktaufnahme das Kommunikationsverhalten der Männer, das Führen von side-by-side Gesprächen, in denen ebenfalls *über* etwas gesprochen wird.

Diese Gesprächsform unterstreicht auch der Männergesundheitsbericht (Bardehle u.a. 2010). In diesem Bericht wird darauf hingewiesen, dass ein Thema, in diesem Fall das Thema Gesundheit, nicht direkt angesprochen werden sollte. Es sollte erst über das Thema Arbeit, dann über das Thema Belastung und schließlich über das Thema Gesundheit gesprochen werden. Die erstgenannten Themen stellen einen Übergang von der sachlichen zur persönlichen Ebene dar (vgl. Bardehle u.a. 2010, 10).

Durch einen, während der Aktion von Brandes und Bullinger verteilten Beratungsbogen, traten die Männer mit dem Berater in Kontakt. Hier wandelte sich unbemerkt der side-by-side Kontakt zu einem face-to-face Gespräch, das Männer laut Lippmann (2009) oft als Bedrohung empfinden (vgl. Lippmann 2009, 260). Des Weiteren wird Männern der Einstieg in die Beratung erleichtert. Die Schwellenangst, die Männer oftmals daran hindert, Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen, wird abgebaut, bzw. entsteht erst gar nicht. Männern wird somit die Möglichkeit geboten, ihre Ängste und Unsicherheiten einzugestehen, Probleme zu besprechen und an diesen mithilfe eines professionellen Beraters zu arbeiten. Die Möglichkeit, selbst aus der Situation aussteigen zu können, bietet Männern dabei zusätzliche Sicherheit. Es kann festgehalten werden, dass mit der inhaltlich-interaktionellen Niedrigschwelligkeit vor allem das Kommunikationsverhalten der Männer berücksichtigt wird.

(3) Personelle Niedrigschwelligkeit

Eine Beratungseinrichtung aufzusuchen ohne vorher zu wissen, welcher Berater einem gegenüber sitzt, kann bei Männern unter Umständen zu Unsicherheiten führen. Deshalb ist es wichtig, Settings anzubieten, in denen Männer vorab die Möglichkeit haben, den Berater in Augenschein zu nehmen. In der durchgeführten Aktion von Brandes und Bullinger (1996) hatten die Männer die Möglichkeit, den Berater in seinem Gesprächsverhalten und dem Umgang mit anderen Klienten zu beobachten (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 469). Wenn Männer vorab auf der Internetseite oder in einem Flyer über den Berater, seine Qualifikation und auch sein Geschlecht Auskunft erhalten, können sie sich vor dem eigentlichen Beratungsprozess ein Bild von der Beratungseinrichtung machen. Dies gibt Männern Sicherheit und beeinflusst die Entscheidung eine Beratungseinrichtung aufzusuchen maßgeblich. Außerdem sollten Beratungseinrichtungen sich bspw. in Form einer „Langen Nacht der Beratung“ oder einem „Tag der offenen Tür“ den Ratsuchenden vorstellen. In der Regel herrscht an diesen Tagen eine lockere Atmosphäre, die die Schwellenangst, Fragen zu stellen oder um ein Gespräch zu bitten, gar nicht erst aufkommen lässt.

(4) Situative Niedrigschwelligkeit

Für die Aktion wählten Brandes und Bullinger den Titel „Zwangsberatung für Männer“. Nicht eindeutig dabei war das strukturelle Vorgehen der Aktion. Die Männer waren herausgefordert, die Situation für sich selbst zu definieren und anhand verschiedener Möglichkeiten zu interpretieren.

Beratungssituationen sollten demnach nicht klar als solche definiert werden. Männern wird damit die Möglichkeit geboten, die Situation für sich zu interpretieren und ihnen somit das Gefühl vermittelt, diejenigen zu sein, die die Situation kontrollieren und gestalten. Männer führen de facto ein Beratungsgespräch, ohne es als Beratungsgespräch zu definieren. Dies führt dazu, dass Männer eher dazu bereit sind, über ihre Hilflosigkeit und ihre Ängste zu sprechen und somit ihrem Beratungsbedarf nachzukommen. Diese Form der Interpretation berücksichtigt die Bewältigungsstrategie der Externalisierung, in der Männer versuchen, nicht über ihre Gefühle zu sprechen bzw. diese zu ignorieren.

4.2 Empfehlungen an die Beratung

Während des Beratungsgesprächs ist darauf zu achten, dass dem Mann auf gleicher Augenhöhe begegnet wird. Es sollte eine Atmosphäre geschaffen werden, in der das traditionelle Konkurrenzverhalten abgebaut wird und vertrauensvoll miteinander umgegangen werden kann (vgl. Tippelt u.a. 2010, 861). Nehmen der Berater und Ratsuchende den gleichen Rang ein, vermittelt dies dem Ratsuchenden eine Atmosphäre der Anerkennung und Wertschätzung (vgl. Hafner 2002, 122). Der Berater sollte dabei eine „geschlechtsspezifische Empathie“, d.h. eine dem Mann als Mann angemessene Perspektive einnehmen. Dies gelingt dem Berater, in dem er sich erstens mit dem vorherrschenden Männerbild auseinandersetzt, zweitens die geschlechtsspezifischen Muster wahrnimmt und drittens die Bedürfnisse der Männer aufgreift (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 9). Zusammenfassend sollte sich der Berater mit den in der Forschungsliteratur immer wieder genannten Gründen für ein zurückhaltendes Beratungsverhalten von Männern auseinandersetzen, um ein Grundverständnis darüber zu gewinnen, wie der Mann denkt und fühlt und was sein Handeln beeinflusst.

Beim Führen von Gesprächen wollen Männer gefordert werden. Dies berücksichtigt das noch vorherrschende Männlichkeitsbild, in dem sich der Mann als stark und leistungsorientiert definiert. Die Männer brauchen ausdrucksstarke Bilder, mit denen sie sich identifizieren und an denen sie sich orientieren können (vgl. Krall 2005, 68). Des Weiteren ist es wichtig, eine klare verständliche Sprache und einen direkten Stil zu verwenden. Dabei kann der Berater während der Gesprächssituation im angemessenen Rahmen den Mann durch seine Äußerungen auch provozieren. Männer benötigen diese Provokation, um herausgefordert zu werden. Dadurch wird ihnen das Gefühl der Stärke und Selbstbestimmung vermittelt. Natürlich sollten sie ernst genommen werden. Der Berater hat darauf zu achten, nicht zu moralisieren, was in aller Regel zum Rückzug der Männer führt (vgl. Krall 2005, 68).

Der geschlechtshomogene Ansatz ist eine weitere Möglichkeit, den Mann für die Beratung zu gewinnen. Dieser Ansatz bietet dem Mann eine Schutzzone, in der er Vertrauen fassen und sich öffnen kann und sich verstanden fühlt. Ein offenes Gespräch unter Männern bietet dem Mann die Möglichkeit, sich über Befindlichkeiten des Mannseins auszutauschen (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 114). Dennoch, Beratung muss nicht nur von Mann zu Mann stattfinden (vgl. Brandes/Bullinger 1996, 10).

Die Einstellung des Beraters gegenüber Männern und deren Probleme sowie die richtige Wahl von Worten und Fragen, d.h. eine klare, aber auch provokative Gesprächsführung sind notwendig, um das Dabeibleiben des Mannes zu erhöhen und die Chancen des Rückzugs zu verringern.

Für die berufsbezogene Beratung kann die Frage „*Was brauchen Männer, um berufsbezogene Beratung in Anspruch zu nehmen?*“ wie folgt beantwortet werden:

Erstens sollten herkömmliche Konzepte von Beratung den Problematiken der Männer angepasst werden. Das bedeutet, dass Beratung in einem Rahmen stattfindet, der Männern vertraut ist. Hierzu gehört z.B. die Onlineberatung oder das von Brandes und Bullinger empfohlene Beratungsmobil, das sich bspw. bei Fußballspielen einsetzen lässt.

Zweitens sollte der Bekanntheitsgrad von Beratungseinrichtungen, deren Ziele, Ausrichtungen und zugrundeliegenden Ansätze gesteigert werden. Da viele Männer nicht wissen, an wen sie sich im Falle schwerwiegender oder existenzieller Probleme wenden können, sollten Beratungseinrichtungen auch dort tätig werden, wo sich Männer hauptsächlich aufhalten. Ziel ist es, Angebote in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken, in dem eine verbreitete Informations- und Öffentlichkeitsarbeit geleistet wird (vgl. Heindl-Becker 2004, 93; Haffner 2002, 131). Die Zusammenarbeit und Kooperation mit anderen Institutionen/Beratungseinrichtungen ist dabei besonders wichtig (vgl. Tippelt u.a. 2010, 862).

Damit geht drittens die Forderung einher, dass Beratung für Männer transparenter gestaltet wird. Diese Forderung greift die Unsicherheit der Männer auf. Die Steigerung der Transparenz gelingt, indem Beratungseinrichtungen z.B. auf ihrer Internetseite oder in ihren Flyern kurz und verständlich darlegen, wer sie sind und was sie anbieten. Männer sollten dabei direkt angesprochen werden, um die Hemmschwelle abzubauen (vgl. Haffner 2002, 131).

Viertens wird das Aufsuchen von Beratungseinrichtungen von der Situationsstruktur der Beratungseinrichtung beeinflusst. Hierzu gehört die Wahl eines Namens der Beratungseinrichtung, der Männer dazu einlädt, für sich zu definieren, worum es in dieser Einrichtung geht, welche Beratung diese Einrichtung anbietet und wie umfangreich die Beratung ist.

Fünftens wird empfohlen, Beratungsstellen einzurichten, die sich explizit an Männer richten und in denen Beratung von Männern für Männer angeboten wird. (vgl. Krall 2005, 66). Der Berater sollte sich an die Kommunikationsstruktur von Männern anpassen, indem er einen Wechsel zwischen side-by-side und face-to-face Gesprächen vornimmt, den indirekten Kontakt gewährt sowie dem Mann die Möglichkeit bietet, jeder Zeit aus dem Gespräch aussteigen zu können.

5 Fazit

Auf Grund der zahlreichen Veränderungen in den verschiedenen Lebensbereichen, allem voran im Beruf, wird Beratung für den Einzelnen immer wichtiger. Dieser wachsende Stellenwert von Beratung wurde bereits von der Politik, der Gesellschaft und dem Individuum erkannt und in Form von Aktivitäten aufgegriffen. Dennoch fehlen weitestgehend Erkenntnisse über berufsbezogene Bildungsberatung und deren Nutzung sowie die Anerkennung, dass auch Männer Beratungsbedarf haben und dass dieser bei der Angebotsgestaltung von Beratungseinrichtungen berücksichtigt werden muss.

Wenn es Beratungseinrichtungen gelingt die verschiedenen Formen der Niedrigschwelligkeit zu berücksichtigen und diese auf die Bedürfnisse der Männer auszurichten, besteht die Möglichkeit, dass sich die bisher ungleiche Verteilung von Männern und Frauen bezüglich des Aufsuchens von Beratungseinrichtungen zukünftig angleichen.

Weitere Forschung im Bereich Männer und Beratung im Allgemeinen und berufsbezogene Beratung im Speziellen ist notwendig, damit die Zielgruppe Mann die notwendige Beachtung erhält um nicht zukünftig als (Weiter-)Bildungsverlierer da zustehen. Dies erfordert ein Umdenken sowohl bei den Beratungseinrichtungen als auch den politischen Entscheidungsträgern und nicht zuletzt beim Mann selbst. Die aktuelle Shell-Jugendstudie 2010 belegt, dass junge Männer drohen komplett von den jungen Frauen bezüglich der Erreichung besserer Bildungsabschlüsse abgehängt zu werden (vgl. 16. Shell-Jugendstudie, 2010). Dies könnte im Sinne des Ansatzes des lebenslangen Lernens ein erster Indikator dafür sein, dass sich Männer zukünftig systematisch in ihren Qualifikationsbestrebungen und vor allem im Zugang zu hochqualifizierten Arbeitsangeboten selbst benachteiligen. Hier ist Handlungsbedarf geboten.

Literatur- und Quellenverzeichnis

1. Arnold, Rolf; Nolda, Sigrid; Nuissl Ekkehard (2010): Wörterbuch Erwachsenenbildung. 2., überarbeitete Auflage. Bad Heilbrunn: Klinkhardt Verlag.
2. Bardehle, Doris; Stiehler, Matthias (2010): Erster deutscher Männergesundheitsbericht. Ein Pilotprojekt. München: W. Zuckschwerdt Verlag.
3. Böhnisch, Lothar; Winter, Reinhardt (1993): Männliche Sozialisation. Bewältigungsprobleme männlicher Geschlechtsidentität im Lebenslauf. Weinheim und München: Juventa Verlag.
4. Brandes, Holger; Bullinger, Hermann (Hrsg.) (1996): Handbuch Männerarbeit. Weinheim Beltz Psychologie Verlags Union.
5. Bundesministerium für Bildung und Forschung (2007): Bestandsaufnahme in der Bildungs- Berufs- und Beschäftigungsberatung und Entwicklung grundlegender Qualitätsstandards. URL: <http://www.bmbf.de/pub/berufsbildungsforschung.pdf> - Download am 12.12.2010.
6. Connell, Robert W. (2006): Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeiten. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
7. Dörner, Olaf (2009): Lifelong Guidance for all? Eckpunktepapier des Nationalen Forum Beratung. In: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE). H. 2, S. 28-31.
8. Engelfried, Constance: Mit Widersprüchen leben lernen. In: Lenz, Hans-Joachim (Hrsg.) (2000): Männliche Opfererfahrungen – Problemlagen und Hilfeansätze in der Männerberatung. Weinheim und München: Juventa Verlag.
9. Engelhardt, Walter Josef (2001): Frauencoaching, Gender-Coaching und nun auch noch Männercoaching oder „Ein Freund, ein guter Freund, das ist das Beste, was es gibt auf der Welt!“. In: Organisationsberatung Supervision Coaching: H. 4, S. 381-390.
10. Gieseke, Wiltrud; Käßlinger, Bernd; Otto, Sylvana (2007): Prozessverläufe in der Beratung analysieren – Ein Desiderat. In: Report 1, 33-42.
11. Gieseke, Wiltrud (2000): Beratung in der Weiterbildung – Ausdifferenzierung der Beratungsbedarfe. In: Literatur- und Forschungsreport. H. 46., S. 10-17.
12. Grotlüschen, Anke; Beier, Peter (2008): Zukunft Lebenslangen Lernens. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG. S. 48.
13. Haas, Hubertus (2003): Berufliche Beratung. In: Krause u.a.: Pädagogische Beratung. Paderborn: Schöningh.

14. Hafner-Hanner, Klemens (2002): Echte Männer brauchen so was nicht!? - Erklärungsansätze über Motivation von Männern, eine Männerberatungsstelle erstmals aufzusuchen, hinweisen. Diplomarbeit. Salzburg Universität, Institut für Erziehungswissenschaften.
15. Heindl-Becker, Birgit (2004): Beratung Bildung Begegnung - Männerarbeit in Österreich. Wien: Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (BMSG).
16. Holzer, Daniela (2004): Widerstand gegen Weiterbildung. Wien: Lit Verlag.
17. Hurrelmann, Klaus (2010) Was macht junge Männer zu Bildungsverlierern? Plädoyer für eine gezielte Jungenförderung im Bildungssystem.
18. „Männer haben's auch nicht leicht!“- Zum Bildungsverhalten des „starken Geschlechts“- mit Dr. Klaus Hurrelmann, 09.12.2010, im Magnus-Haus der physikalischen Gesellschaft Berlin.
19. Krall, Hannes (Hrsg.) (2005): Jungen- und Männerarbeit: Bildung, Beratung und Begegnung auf der "Baustelle Mann“. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
20. Krause, Christina; Fittkau, Bernd; Fuhr, Reinhard; Thiel, Heinz-Ulrich (2003): Pädagogische Beratung. Paderborn: Ferdinand Schöningh Verlag.
21. Linke, Torsten (Hrsg.) (2007): Lebensaufgabe Mann: Die Bedeutung soziobiologischer Erkenntnisse für die Männerberatung. 1. Auflage. Norderstedt: Grin Verlag.
22. Lippmann, Eric (Hrsg) (2009): Coaching. Angewandte Psychologie für Beraterpraxis. 2., aktualisierte Auflage. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
23. Ludwig, Hella (2002): Männerberatung- Gründe für eine männerspezifische Beratung und Konsequenzen für die Beratungspraxis. 1. Auflage. Norderstedt: Grin Verlag.
24. Mutzeck, Wolfgang (2008): Kooperative Beratung. 6. überarbeitete und erweiterte Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
25. Nuissl, Ekkehard; Schiersmann, Christiane; Siebert, Horst (Hrsg.) (2000): Beratung. In: Literatur und Forschungsreport Weiterbildung, 23. Jg., H. 46, S. 3 – 194.
26. OECD (2004): Bildungs- und Berufsberatung: Bessere Verzahnung mit der öffentlichen Politik. Frankreich.
27. Pätzold, Henning (2004): Lernberatung und Erwachsenenbildung. Baltmannsweiler: Schneider Verlag.
28. Projekteverbund KES - Arbeitsplattform der Koordinierungs- und Evaluierungsstelle für Bildung und E-Government.

29. Quem – Arbeitsgemeinschaft Betriebliche Weiterbildungsforschung e.V. (2005): Internationale Trends des Erwachsenenlernens. Münster: Waxmann Verlag GmbH.
30. Schiersmann, Christiane; Bachmann, Miriam; Dauner, Alexander (2008): Qualität und Professionalität in Bildungs- und Berufsberatung. Bielefeld: Bertelsmann Verlag.
31. Sickendiek, Ursel; Engel, Frank; Nestmann, Frank (2002): Beratung – Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze. 2. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag.
32. Thiel, Rainer (2004): Berufs- und Karriereberatung in Deutschland. In: Nestmann u.a.: Das Handbuch der Beratung. Bd. 2. Tübingen: dgvt-Verlag.
33. Tippelt, Rudolf; von Hippel, Aiga (2010): Handbuch Erwachsenenbildung/ Weiterbildung. 4. durchges. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
34. Venth, Angela; Hollstein, Walter (2000): Mann sein geht nicht – wenigstens nicht so. In: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE). H.4, S. 15-21., <http://www.die-bonn.de/zeitschrift/42000/index.asp>.
35. Venth, Angela; Budde, Jürgen (2010): Genderkompetenz für lebenslanges Lernen. Bildungsprozesse geschlechterorientiert gestalten. Bielefeld: Bertelsmann Verlag.
36. Warschburger, Petra (Hrsg.) (2009): Beratungspsychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.

Internetadressen:

<http://www.forum-beratung.de/ueber-uns/ziele-mission/index.html> - Download: 18.02.2011

<http://www.bildungsberatung-weiterbildung.de> – Download: 02.03.2011

http://www.shell.de/home/content/deu/aboutshell/our_commitment/shell_youth_study/downloads - Download: 18.03.2011