

Beratung – eine Aufgabe in der Berufsausübung im Feld Ernährung und Hauswirtschaft

Barbara Fegebank

Im Berufsfeld Ernährung und Hauswirtschaft sind zahlreiche Beratungsaufgaben zu erfüllen. In diesem Beitrag sollen Aufgaben insbesondere in der Ausübung der gastgewerblichen Berufe und des Verkaufspersonals, die in der Ausbildung oft vernachlässigt werden, im Fokus stehen. Dabei gilt es, nach einem kurzen historischen Einblick, die Beratung zunächst als eine besondere Form der Kommunikation darzustellen, um dann die in Lehrplänen manifesten Anforderungen zu spezifizieren und Hinweise für Lehr-Lernprozesse zu geben.

Einführung

Beratung mit den Komponenten „Rat suchen“ und „Rat geben“ ist häufig Bestandteil der alltäglichen Kommunikation. Vielmehr ist Beratung aber zum Gegenstand verschiedenster Wissenschaften geworden und hat somit die unterschiedlichsten Definitionen erfahren. Beratung ist Aufgabe der Berater, jedoch ist dies zwar eine Berufsbezeichnung, aber in Deutschland stellt bis heute Beratung eine kaum geschützte Tätigkeit dar (Schiersmann/Weber 2009, S. 9). „Weder gibt es eine gesetzliche Regulierung im Sinne eines Berufs, noch existieren in Deutschland [...] starke Berufsverbände, die den Zugang zu dieser Tätigkeit steuern. Das Feld weist daher nur einen geringen Professionalisierungsgrad auf. Folglich verwundert es nicht, wenn praktisch kein Konsens über eine klare Definition der Anforderungen an die Kompetenzen des Beratungspersonals besteht“ (ebenda). Die als Berater/innen tätigen Personen kommen aus unterschiedlichen Ausbildungsgängen, oft sind sie Hochschulabsolventen/innen. In der Regel ergänzen sie ihre Ausbildung durch Weiterbildung, die ihnen bescheinigt, zertifiziert oder durch ein Zeugnis beurkundet wird. Es gibt mittlerweile Auseinandersetzungen mit dem Kompetenzprofil des Beraters/der Beraterin (s. u. a. Schiersmann), um der Professionalisierung ein Fundament zu geben. Beratung als Berufstätigkeit ist auch Aufgabe in zahlreichen nicht als Beratung ausgewiesenen Berufen. Es ist eine Aufgabe, von der erwartet wird, dass sie ebenfalls professionell ausgeführt wird.

Im Berufsfeld Ernährung und Hauswirtschaft lassen sich zahlreiche Beratungstätigkeiten nachweisen, und die Ökotrophologie, die Lehramtsausbildung und die Ausbildung in nicht-akademischen Berufen haben „Beratung“ zu ihrem Gegenstand gemacht, sich

in Lehre und Forschung damit auseinandergesetzt und Qualifikationsanforderungen sowie Kompetenzen formuliert.

Beratung in historischer Betrachtung

Jede Kommunikation kann Beratungsmomente enthalten. Unter diesem Gesichtspunkt ist Beratung schon immer ein Aspekt oder eine Ergänzung zum kommunikativen, insbesondere zum erzieherischen Handeln gewesen, „beispielsweise in nicht- oder semiprofessionellen Rollen wie etwa dem Stammeshauptling, Hausvater, Geistlichen, Lehrer und in Situationen, in denen es um die Weitergabe von Erfahrungen an noch relativ ‚Unerfahrene‘ ging“ (Lenzen 1964, S. 160).

Seit der Aufklärung entwickelte sich dann Beratung in Anlehnung an die bürgerliche Bildungstheorie als ein neuer Interaktionstypus, „der zunächst wohl nur literarischen Ausdruck fand (Briefe, Wochenschriften, Erziehungsromane) und sich an die Vernunft und Selbsttätigkeit des Individuums richtete. Institutionelle und professionelle Ausdifferenzierungen der Beratung aus dem „normalen Erziehungsprozess“ entstehen indessen in Europa um 1900, als Bildungslaufbahnprobleme komplizierter wurden, ein Beratungsbedarf in größerem Umfang entstand (Berufsberatung, Einzelfallhilfe in der Sozialarbeit, Gesundheitsberatung) und die Psychologie im Sinne

Advice – a Vocational Task in the Field of Home Economics and Nutrition

In the vocational field of home and nutrition, there has been fulfilled many advisory tasks. In this article, the tasks of persons working in restaurant trades will be in the focus, because they were ignored often. First, a historical view will be given, then advice will be shown as a special form of communication; after that, the demands in the curricula will deliver a background for giving special hints for processes of teaching and learning.

einer empirischen Tatsachenforschung versprach, Erziehungs- und Zuweisungsprobleme beratend oder klinisch-therapeutisch lösen zu können“ (Lenzen 1964, S. 160).

Erziehungsaufgaben waren zunehmend schwieriger zu meistern, überkommene Lebenszusammenhänge zerbrachen und die Lebensbewältigung des Einzelnen wurde immer problematischer, sei es, dass es um finanzielle Fragen geht, Fragen des Wohnens, der Ernährung, des Zusammenlebens usw., Fragen denen sich die hauswirtschaftliche Beratung (s. u.) nach und nach widmete. Auch Problemgruppen zeichneten sich immer mehr ab: Jugendliche ohne Lehrstelle und/oder Arbeitsplatz, Jugendliche mit Drogen- oder Suchtproblemen, Arbeitslose, Frauen, Behinderte, ältere Menschen, Asylbewerber, Ausländer, Kinder. Der Anspruch an Beratung ging dann immer mehr dahin, Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen und rechtzeitig zu behandeln bzw. zu vermeiden und damit die Beratung in den Dienst der Prävention zu stellen.

Für das Berufsfeld Ernährung und Hauswirtschaft hat „Beratung“ ihre Wurzeln in der hauswirtschaftlichen Beratung mit den Schwerpunkten „städtisch“ und „ländlich“. Wenn auch mit der „Hausväterliteratur“⁴¹ mancher Ratgeber für die Haushalte entstand, wurde Beratung für die städtischen Haushalte wohl erst zur Aufgabe mit den in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gegründeten Hausfrauenvereinen und Verbänden. 1878 wurde durch den Hausfrauenverein in Berlin die erste hauswirtschaftliche Beratungsstelle gegründet, die insbesondere Hilfen für Arbeiter- und Bürgerfamilien bot (vgl. Weggemann, 1993, S. 95). In diesen Verbänden entwickelte sich – nach Egnor (1964) – auch jene hauswirtschaftliche Gesinnung, aus der zum Ende des 19. Jahrhunderts die Konsumvereine und Konsumgenossenschaften entstanden (vgl. ebenda).

Hauswirtschaftliche Beratung wird bis heute durch Verbände und Vereine auf Orts- und Landesebene durchgeführt, wurde dann aber auch mit der Etablierung der Ökotrophologie an bundesdeutschen Universitäten und Fachhochschulen Lehr- und Forschungsgegenstand. Insbesondere sind in den 1980er- und 1990er-Jahren Berater/innen aus der TU München hervorgegangen, bis der Schwerpunkt Beratung eingestellt wurde. Nicht mehr die hauswirtschaftliche Beratung an sich stand dabei im Fokus, sondern – der neuen gesellschaftlichen Vielfalt entsprechend – eher Beratungsbereiche, wie Ernährungs-, Wohn-, Schuldner-, Verbraucherberatung.

Die ländlich-hauswirtschaftliche Beratung hat ihren Ursprung Ende des 19. Jahrhunderts in den landwirtschaftlichen Haushaltungsschulen, die als Wanderhaushaltungsschulen die hauswirtschaftliche Ausbildung unmittelbar in die Dörfer trugen. Später wurden Mädchenklassen an bereits bestehende Landwirtschaftsschulen angeschlossen. Den Lehrerinnen oblag nach den ministeriellen Richtlinien in den unterrichtsfreien Sommermonaten die hauswirtschaftliche Beratung in den landwirtschaftlichen Betrieben, die im Wesentlichen eine Wirtschaftsberatung war mit den Schwerpunkten: hauswirtschaftlicher Gartenbau, bäuerliche Geflügelhaltung, Vermarktung der Produkte, Verbesserung

hauswirtschaftlicher Einrichtungen, Einführung neuerer küchentechnischer Verfahren, insbes. auf dem Gebiet der Vorratshaltung. Die Beratung erfolgte zunächst weitgehend als Einzelberatung in den Betrieben.

Die unterschiedliche Ausrichtung der Beratung in städtischen und ländlichen Haushalten findet sich heute in der Trennung einer hauswirtschaftlichen Bildung für die eigene, individuelle Entwicklung und Bedarfsdeckung und einer hauswirtschaftlichen Berufsbildung, erweitert als berufsfeldorientierte Berufsbildung, in der Beratung auf Kunden/Klienten/Käufer ausgerichtet ist.

Waren die ersten Beratungen noch „laienhaft“ und ehrenamtlich ausgeführt, wurden nach und nach Fachkräfte eingesetzt, bis es zu curricular fundierten Ausbildungen und schließlich zum universitären Studium kam. Wurden Frauen auf dem Lande schon früh darin unterwiesen, ihre Produkte zu vermarkten, war doch die „Kundenorientierung“ als Ziel der beruflichen Tätigkeit noch nicht – wie in heutigem Umfang – berücksichtigt. Gleichwohl bieten die Untersuchungen und Ergebnisse zu den Feldern der hauswirtschaftlichen Beratung (Ernährung, Wohnen, Umwelt ...) wertvolle Grundlagen, die Professionalisierung von Beratungsaufgaben zu befördern.

In und für Unternehmen ist indes durch die Betriebswirtschaftslehre mit ihrer Beratungsforschung und durch verschiedenste Organisationen, insbesondere die Weiterbildung, ein umfangreiches Schrifttum entstanden. Verschiedene theoretische Ansätze lassen sich ausmachen, und die gesellschaftliche Funktion von Unternehmensberatung besteht im Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Unternehmenspraxis.

So sind Grundlage für die heutige Auseinandersetzung mit Beratungsaufgaben im Feld Ernährung und Hauswirtschaft neben der historisch gewachsenen hauswirtschaftlichen Beratung auch Beratungsforschungsergebnisse anderer Wissenschaften, insbesondere der Betriebswirtschaftslehre.

Daneben ist für das allgemeine Verständnis und die Charakterisierung von Beratung die Kommunikationswissenschaft grundlegend.

Beratung als besondere Kommunikationsform

In der Erfüllung personenbezogener Dienstleistungen, durch die sich alle Berufe des Feldes Ernährung und Hauswirtschaft auszeichnen, ist die Aufgabe der Kommunikation eine permanente und damit eine der wichtigsten. Dabei ist es erforderlich, eine Kommunikationssituation, die keine Momentaufnahme, sondern ein Prozess ist, zu beherrschen, eine fundierte Kommunikationskompetenz im intra- und interpersonalen Bereich zu besitzen. Nur durch den Erwerb einer fundierten Kommunikationskompetenz sind Ausgebildete in der Lage, so zu kommunizieren, dass sie den z. B. an sie gestellten Beratungsanspruch erfüllen und eine Verständigung mit den zu Beratenden herbeiführen können und auf diesem Wege zum psychischen und daraus folgend zum körperlichen Wohlbefinden der zu Beratenden nachhaltig beitragen können. Dies wurde

mehrfach in empirischen Untersuchungen bestätigt. Der Erwerb einer spezifischen Kommunikationskompetenz wird umso dringender auch dadurch, dass in Beratungssituationen kommunikative Defizite – zumindest im Wissensstand – ausgeglichen werden müssen und die Ausgebildeten deshalb in der Lage sein müssen, adressatengerecht zu kommunizieren sowie mögliche Bedarfe der zu Beratenden zu antizipieren.

Die Kommunikationssituation wird bestimmt durch die beteiligten Menschen und deren Vermögen, verbal und nonverbal zu kommunizieren (durch die Sinnesorgane, Körpersprache etc.); sie beruht auf verschiedenen Mitteilungsformen (Signale, Sprache, Schrift, Bild, Mimik und Gestik) und bedient sich unterschiedlicher Methoden und Medien (Gespräch in räumlicher Nähe oder über Telefon, Auseinandersetzung im Schriftverkehr), woraus wiederum Kommunikationsformen resultieren. Entscheidend für eine gelungene Kommunikation ist ihr Gegenstand, ihr Inhalt, dessen Auswahl gezielt erfolgen muss; aber auch die Wahrung von Rollendistanz, die Realisierung von Empathie u. a. sind wesentliche Komponenten einer gelungenen Kommunikation, die Mollenhauer bereits 1972 formulierte und heute Bestandteile vieler Beratungen (!) zur gelungenen Kommunikation in verschiedensten Situationen sind.

Wenn Beratung als besondere Form der Kommunikation ausgewiesen wird, liegt das daran, dass der Begriff „Rat“ enthält. In dem „Rat erteilen“ liegt eine Abgrenzung zur Informationsvermittlung und Aufklärung vor, gleichwohl werden in der Beratung Informationen – Einzelinformationen als Wissen – gegeben und eine gewisse Aufklärung betrieben.

Die Analyse verschiedenster Beratungsdefinitionen offenbart zahlreiche Merkmale bzw. Charakteristika, die Beratung spezifizieren.

Beratungscharakterisierungen

- Vermittlungs- bzw. Übertragungsprozess
- Entscheidungshilfe
- Interaktionsprozess zwischen Ratsuchenden und beruflichen Helfern
- Problemlösungsprozess
- Erfahrungsbedingte Modifikation des Verhaltens
- Neuer pädagogischer Verhaltenstyp
- Dienstleistung
- Entlastung für den Ratsuchenden

In der Ausbildung für das Gastgewerbe stehen bei der Beratung die Dienstleistung in Form einer Entscheidungshilfe und möglicherweise in der einer Entlastung des zu Beratenden im Vordergrund. Dabei darf nicht verkannt werden, dass Beratung nicht nur dem ratsuchenden Kunden dient, sondern auch dem Anbieter von Arbeitsleistungen und Produkten im Gastgewerbe. So ist Beratung auch Teil von Marketingstrategien und eine Komponente der Leistung des Beratenden.

Beratung als Inhalt der Ausbildung im Gastgewerbe

Es steht außer Zweifel, dass im Gastgewerbe, im Umgang mit den Gästen, Beratungsaufgaben zu erfüllen sind. So weist die Verordnung über die Berufsausbildung im Gastgewerbe vom 13. Februar 1998 im „Ausbildungsberufsbild für die Fachkraft im Gastgewerbe und gemeinsamer Teil der Ausbildungsberufsbilder für den Restaurantfachmann/die Restaurantfachfrau, den Hotelfachmann/die Hotelfachfrau, den Hotelkaufmann/die Hotelkauffrau und den Fachmann für Systemgastronomie/die Fachfrau für Systemgastronomie“ aus, dass der „Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf, ...“ zu den Mindestanforderungen gehört. Im nachfolgenden Rahmenlehrplan für die gemeinsame und auch die spezifische Ausbildung der einzelnen Berufe ist in der beruflichen Grundbildung unter „Grundfunktionen des ausbildenden Betriebes wie Einkauf, Produktion, Dienstleistung, Verkauf und Verwaltung erklären“ die Gästeberatung verankert. Im fünften Teil der Grundbildung geht es um den Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf, wobei in 10 Wochen das Wahrnehmen der Gastgeberfunktion und der Umgang mit Gästen thematisiert werden sollen. Die gemeinsame berufliche Fachbildung weist ebenfalls den Schwerpunkt Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf aus und soll im zweiten Lehrjahr insgesamt 28 Wochen umfassen.

Die Verankerung von Beratung in den Ordnungsmitteln sagt noch nichts über die inhaltliche und methodische Ausbildung aus, es wird jedoch im dualen System insbesondere in der betrieblichen Ausbildung dafür gesorgt, dass Kommunikation und Beratung derart eingeübt werden, dass den Zielen des Marketing gefolgt wird, den Gästen ein erstklassiger Service geboten wird. Inwieweit Schule zur theoretischen Grundlegung und praktischen Anwendung beiträgt, ist bisher durch empirische Untersuchungen nicht belegt, allerdings ist in der Ausbildung der Lehrenden für berufsbildende Schulen im Bereich Ernährung und Hauswirtschaft zwar die „Dienstleistung“ im Fokus, nicht aber (angewandte) Kommunikation und Beratung mit Blick auf eine Teilaufgabe im Gastgewerbe².

Wenn man auch einig darin ist, dass neben erstklassigem Service, der im Wesentlichen auf Fachwissen beruht, die Kommunikation mit den Gästen/Kunden die Qualität des Angebotes bestimmt, kommt doch der Ausbildung für Kommunikation und Beratung ein vergleichsweise geringer Umfang zu.

Um im Gastgewerbe eine qualitativ hochwertige, auf Fachwissen basierte Beratung durchführen zu können, reicht die Erstausbildung nicht aus, sodass Weiterbildung bis zur Hochschulebene inzwischen gefragt ist. Am Beispiel des Wirtschaftsförderungsinstituts der Wirtschaftskammer Wien (2016/17) soll dies belegt werden. Es geht hier nicht mehr nur um Zusatzqualifikationen, sondern um Ausbildungen die mit einem Berufs-Diplom abgeschlossen werden, wie

- Ausbildung zum/zur diplomierten Fleischsommelier/-sommelière

Hier wird die Vielseitigkeit von Fleisch in ihrer ganzen Bandbreite thematisiert, um fachlich fundiert beraten zu können. Der/die diplomierte/n Fleischsommelier/-sommelière wird zum/zur Vertreter/-in der wichtigsten Schnittstelle zwischen Produktion und Endkunden/-innen in Fleischereien, im Lebensmittelhandel, in der Gastronomie, in der Ernährungsberatung und in der Direktvermarktung.

■ **Ausbildung zum/zur Diplom-Sommelier/-Sommelière**

Inhalte der Ausbildung sind: Weinpräsentation Deutsch und Englisch – Wein international, z. B. Frankreich, Italien, Spanien, Neue Welt, Portugal, USA – Getränkekunde – Gourmetkunde – Kommunikation und Persönlichkeitstraining – Käse und Getränke – Genussworkshop.

■ **Ausbildung zum/zur Diplom-Käsesommelier/-sommelière**

Die Produktvielfalt von Käse hat in den letzten Jahren enorm zugenommen und damit auch der Wunsch der Kundinnen und Kunden nach kompetenter Beratung und Information. Käsesommelier/-sommelière ist eine hoch qualifizierte Fachkraft bei Beratung bzw. Verkauf von Käse in der Hotellerie, Gastronomie sowie im Lebensmittelhandel.

Auch wenn im Berufsfeld Ernährung und Hauswirtschaft aus der Erstausbildung keine Beratungsexperten hervorgehen können, ist zumindest im Hinblick auf die Bedeutung im Umgang mit Gästen eine gewisse Qualifikation in Richtung der Kommunikationskompetenz und speziell der Beratungskompetenz anzustreben.

Beratung lernen, Kompetenzentwicklung

Im Zentrum des Beratungssystems steht die Beratung. Hier interessiert vor allem die persönliche Beratung eines Gastes im Restaurant oder Hotel, eine Dienstleistung, die auf die „Bedarfsdeckung“ und „Bedarfsicherung“ von Menschen gerichtet ist. Die Systemdefinition der Ökologie zugrunde legend besteht ein Beratungssystem aus mindestens zwei Menschen, die in ein Raum-Zeitgefüge eingebettet und durch eine spezifische Intension verbunden sind. Das System, eine Wirkungsgefüge, wird somit durch Ziele/Zweck, durch räumliche und prozessuale Komponenten charakterisiert und strukturiert. Eingebunden ist es in ein Umsystem, wie das Restaurant oder Hotel, und verbunden ist es mit anderen Systemen der Gesellschaft, wie z. B. das Haushaltssystem des zu Beratenden. Eine nähere Charakterisierung ergibt sich durch den Blick auf die Beraterpersönlichkeit und den auf den/die Ratsuchenden sowie die – allgemein und abstrakt ausgedrückt – Umweltkomponenten, die jeweiligen Bedingungen während der Beratung, wie die Atmosphäre im Raum, Geräuschkulisse, Beleuchtung, Anordnung von Mobiliar. Die Beratung im Gastgewerbe kann zunächst auch telefonisch erfolgen, was eine entsprechend andere situative Einschätzung erfordert als das persönliche Beratungsgespräch, wobei es in einem geschlossenen Raum stattfinden kann, wenn ein Ratsuchender eine größere Feier plant, oder während des Restaurantbesuches, wobei der Gast in der Regel sitzt, der Berater/die Beraterin steht. Es konnte nur angedeutet werden, wie unter-

schiedlich Beratungssituationen im Gastgewerbe sein können, aber die wenigen Beispiele zeigen schon, dass jede Beratungssituation eine spezifische ist.

Dennoch gibt es mittlerweile eine ganze Reihe von Überlegungen dahingehend eine Beraterpersönlichkeit zu charakterisieren. Anforderungen und Erwartungen finden sich in Auflistungen von Persönlichkeitsmerkmalen, Fertigkeiten und Wissen. Schon 1978 hat die Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft eine Broschüre herausgegeben, die sich dem Berufsbild für Berater/-innen gewidmet hat und Folgendes – durchaus noch aktuell Gültiges – für akademisch Ausgebildete ausweist: Der Berater/die Beraterin „hat die Aufgabe, Ziele zu setzen und Entscheidungen für die Entwicklung, Planung und Realisierung der Beraterarbeit auf den Sektoren Haushalt, Verbrauch und Ernährung zu treffen. Damit verbunden sind Steuerungs- und Kontrollaufgaben auf fachlichem, sachlichem und personellem Gebiet zur Sicherung des Beratungserfolges; dazu gehören kooperative Aufgaben für die Zusammenarbeit mit Institutionen im Umfeld des Beraters bzw. der Beratungseinrichtung, der er angehört.“

Die Wahrnehmung der Aufgaben verlangt Erfahrung, Führungsqualitäten, Organisationstalent, Entscheidungsfähigkeit sowie Durchsetzungsvermögen und nicht zuletzt fundiertes Fachwissen. Daneben sind Kenntnisse in Psychologie und Soziologie notwendig sowie didaktisch-methodische Kenntnisse und rhetorische Fähigkeiten (vgl. dgh## 1978, S. 15-16).

Elf Jahre später hat Weisbach (Weisbach 1989) für das, was Berater/innen „können bzw. haben müssen“ zwölf Oberbegriffe ausgewiesen und 118 daraus abgeleitete weitere Begriffe, die sicher nicht allein die Beratung ausmachen und – wie bei vielen anderen weiteren derartigen Listen, die nicht nur „überfrachtet“ sind, sondern auch Redundanzen aufweisen und oft wenig strukturiert sind – eine gezielte Entwicklung einer Beraterpersönlichkeit so kaum ermöglichen. Konkreter sind da schon die auf spezifische Felder einer Beratung gerichteten Bemühungen, so in der Verbraucherberatung, der Umwelt- und/oder Ernährungsberatung.

Inzwischen wird der Allrounder, der Consultant in den Vordergrund gerückt, der „für jedes Problem die optimale Lösung findet“. Für Ausbilder ist dies nicht sehr hilfreich; sie bedürfen klarer Ziele, Inhalte und Methoden.

Als oberstes Ziel kann hier die Kommunikationskompetenz genannt werden. Sie anzustreben ist für alle personenbezogenen Dienstleistungen fundamental, insbesondere auch für Beratungsaufgaben.

Seit den 1970er-Jahren ist Kompetenz in pädagogischer Sicht neu in der Diskussion, unterlag dann einem verstärkten Gebrauch in wissenschaftlichen (nicht nur pädagogischen) und sozialen Diskussionen. „Kompetenz“ hat eine schnelle Verbreitung in der Arbeitswelt und im sozialen Feld der Erziehung erfahren, sodass man den Kompetenzbegriff heute sowohl in offiziellen staatlichen Dokumenten antrifft als auch in einer umfassenden theoretischen Literatur. „Dabei belegen die vielfältigen Konzeptualisierungsversuche in sehr unterschiedlichen Bereichen, daß es sich weniger um einen präzise

definierten Begriff handelt als um ein Konzept, das im Begriff ist, sich zu konstruieren“ (Max 1999, S. 13). Bei dieser Konstituierung „mischen“ viele mit, und es entstehen nun sowohl neue Konfigurationen als auch bereits existente in neuer Verkleidung. Der polymorphe Charakter von Kompetenz erlaubt es nicht, sie in eine präzise Definition zu pressen.

Reetz konkretisiert dennoch aus (berufs)pädagogischer Sicht: „So wird z. B. mit beruflicher Handlungskompetenz das reife und entwickelte Potential beruflicher Fähigkeiten bezeichnet, das es dem Individuum erlaubt, den in konkreten beruflichen Situationen gestellten Leistungsanforderungen entsprechend zu handeln“ (Reetz 1999, S. 245). Im Hinblick auf das Beschäftigungssystem bedeuten situative Leistungsanforderungen berufliche Qualifikationen. „Aus pädagogischer Perspektive der Kompetenz bilden die abgeforderten beruflichen Qualifikationen nur einen aktualisierten Teil des Potentials, das mit ‚beruflicher Handlungskompetenz‘ umschrieben wird. Das heißt, daß das Individuum das anforderungsgerechte Verhalten jeweils aktuell generiert. So z. B., wenn bei einer beruflichen Problemstellung alte und neue Informationen interpretiert und lösungsgerecht transformiert werden“ (ebenda).

So wurde Kompetenz auch als Ziel von Lernprozessen herausgestellt: beim Deutschen Bildungsrat 1974, dem Heinrich Roth folgt, in dessen „Pädagogischer Anthropologie“ Bedingungen und Postulate einer Erziehung als Förderung von Handlungskompetenz über die Entwicklung von Sach-, Sozial- und Selbstkompetenz erörtert wurden (vgl. ebenda). Aktuell setzt sich der Begriff Kompetenz in der Auffassung von handlungsorientiertem, konstruierendem Lernen durch (Handlungsorientierung), wobei Kompetenz-Varianten diskutiert werden, so die bekannten Kompetenzen, wie Sach-, Fach-, Sozial-, Personalkompetenz. Inzwischen wurde der Kanon erheblich erweitert und für nahezu jede Anforderung der Begriff Kompetenz eingesetzt, worauf hier nicht weiter eingegangen werden soll.

Dass der Begriff Kommunikationskompetenz seine Berechtigung hat, geht schon aus den bisherigen Ausführungen hervor; es zeigte sich aber auch, dass Kommunikationskompetenz nicht für sich steht.

Kompetenzen im Bereich der Kommunikation umfassen einerseits das Wissen um die richtige Sprachverwendung in gesellschaftlichen Situationen, andererseits auch ein entsprechendes Leistungsvermögen bei der Anwendung konstruktiver Kommunikationsmuster sowie die Fähigkeit zur mehrdimensionalen Interpretation von Beziehungen (z. B. Lehrer-Auszubildender; Auszubildender-Ausbilder; Auszubildender-Gast). Jede Relation, die zwischen Kommunikationspartnern besteht, hat ihre Spezifik, wie erwähnt.

Baumert geht einen Schritt weiter und sieht in der Fähigkeit zur Kommunikation eine soziale Handlungskompetenz, „die sich aus dem Zusammenspiel kognitiver, emotionaler und motivationaler Faktoren ergibt. Kognitive Aspekte können beschrieben werden als Fertigkeiten zur Entschlüsselung sozialer Informationen und damit als Grundkompetenzen, die

‚Vorbedingung für erfolgreiches soziales Handeln sind‘ [...]. Zu den kognitiven Aspekten zählt zudem die Fähigkeit, Situationen aus der Perspektive anderer zu betrachten. Emotionale Aspekte lassen sich als die Fähigkeit beschreiben, Reaktionen anderer miterleben und mitfühlen zu können, während motivationale Aspekte die Fähigkeit beinhalten, in sozialen Situationen bestimmte Ziele zu verfolgen. Dies wird vor allem in Konfliktsituationen deutlich, wenn es um das Abwägen zwischen dem eigenen Nutzen und dem Nutzen anderer geht“ (Dühlmeier 2006, S. 201).

In der Modellierung von Kommunikationskompetenz kommen verstärkt Modelle zum Tragen, in denen man Kompetenz messbar macht und durch Aufgaben erfasst, was hier nicht weiter vertieft werden soll. Auch werden Instrumente für Qualitätssicherung, wie Bildungsstandards und Anforderungsniveaus, in verschiedenen Fächern diskutiert.

Das Beherrschen von Kommunikationssituationen in der Erfüllung personenbezogener Dienstleistungen wurde schon hervorgehoben.

Kommunikationserziehung, insbesondere Gesprächserziehung, sind daher heute sehr gefragt. Das „zeigt sich auch an Einforderungen eines verstärkten dialogischen Lernens oder etwa an der Einführung des Berufsschul-Lehrfaches Kommunikationsschulung als Ergänzung zum jüngsten Rahmenlehrplan der Kultusministerkonferenz: In insgesamt 60 Unterrichtsstunden sollen eine Anzahl wichtiger Bereiche kommunikativen Handelns erlernt und trainiert werden“ (Bittner 2006, S. 11).

Bearbeitet werden (nach Winkel und Thiel) folgende Gebiete (vgl. ebenda)

- Mündliche Kommunikationsebenen
- Kennzeichen gelungener Kommunikation
- Gestaltung mündlicher Kommunikationsprozesse
- Gesprächsarten (insbesondere Verkaufsgespräch, Beratungsgespräch, Betreuungsgespräch)
- Kommunikationsmodelle
- Feedback-Regeln
- Gezieltes Argumentieren
- Durchführung und Leitung einer Diskussion bzw. von Konferenzen
- Umgang mit Konflikten
- Verhandlungsführung
- Unterscheidung von mündlicher und schriftlicher Kommunikation.

Wird so auf das Gespräch als häufigste Vermittlungsform in personenbezogenen Dienstleistungen abgestellt, ist die Beratung wiederum spezifisch zu thematisieren. Schliersmann und Weber haben ein Kompetenzprofil für Berater/-innen herausgearbeitet und theoretisch untermauert (vgl. ebenda, S. 10 ff.).

Im Gastgewerbe entscheidet neben Fachwissen und erstklassigem Service die Kommunikation über die Qualität der Kundenbeziehung. Das erfordert für die Ausbildung, neben den genannten Kompetenzentwicklungen ein gesondertes Augenmerk auf die nonverbale Kommunikation und auf die

nichtdirektive Gesprächsführung zu legen, die auch in der Beratungssituation zum Tragen kommen. Beide Kommunikationsformen werden gegenüber der verbalen Kommunikation, insbesondere dem persönlichen Gespräch, in der Ausbildung personenbezogene Dienstleistungen betreffend eher vernachlässigt.

Die berühmte Aussage „man kann nicht nicht kommunizieren“ von Watzlawick meint, dass man in menschlichen Gemeinschaften stets etwas ausdrückt, auch wenn man nicht spricht oder schreibt. Signale werden ausgesendet (Gesten) und Emotionen (Lachen, Weinen) gezeigt, die von Empfängern wahrgenommen werden, wobei es sich stets um eine subjektive Wahrnehmung aus der Beobachtung handelt, welche wiederum – setzt man sich mit dem Wahrgenommenen auseinander – durch Interpretationen Wertungen erfährt.

Die nonverbale Kommunikation kann nach Rosenbusch und Schober (vgl. Rosenbusch/Schober 2000, S. 7) in drei Formen eingeteilt werden:

- die lokale nonverbale Kommunikation (Paralinguistik)
- die nonvokale nonverbale Kommunikation (Körpersprache)
- die nonverbale Kommunikation im weiteren Sinne (Artefakte).

Die Paralinguistik ist ein „Teilgebiet der Linguistik, das diejenigen Signale der sprachlichen Mitteilungen erforscht, die keine eigentliche Information enthalten, wie Sprechpausen, Sprachrhythmus, Intonation, Tonhöhe, Lautstärke sowie Intonation und Tonhöhe in Sprachen, in denen sie nicht bedeutungsrelevant sind. Untersucht werden können die affektiven Ausdrücke dieser Mitteilungen oder ihre kommunikative Funktion“ (Lexikon der Psychologie).

Die nonvokale nonverbale Kommunikation ist eher als Körpersprache bekannt. Zur Körpersprache gehören alle Formen der Gestik, Körperhaltung und Körperbewegung, Proxemik, taktiles und olfaktorisches Verhalten, die wesentlich die Kommunikation, insbesondere auch in Begleitung von verbalen Äußerungen bestimmen.

Die Proxemik – weniger geläufig – erforscht soziale und kulturelle Bedeutungen, die Menschen mit ihrer privaten und beruflichen räumlichen Umgebung verbinden. Sie beschäftigt sich also mit dem Raumverhalten als einem Teil der nonverbalen Kommunikation. Je nach Vertrautheit werden z. B. Distanzen im Raum geschaffen und Raum erfordert auch die Gestikulation.

Mit dem olfaktorischen Verhalten ist die Wahrnehmung von Gerüchen angesprochen, die zu Reaktionen im positiven oder negativen Sinn führen kann.

Die nonverbale Kommunikation im weitesten Sinne findet nicht nur auf der Basis von Signalen, Geräuschen, Gerüchen und Bewegungen statt; auch die äußere Erscheinung, das Outfit, die Haartracht, Schmuck u. a. ist eine Botschaft und bestimmt die zwischenmenschliche Kommunikation, sicher ein interessantes Thema im berufsbildenden Unterricht, wenn

eine Diskussion um die eigenen Erscheinungsbilder vorgenommen wird.

Kommunikation und mit ihr die Beratung haben – wie gezeigt wurde – viele Facetten, die zu beherrschen eines fundierten Wissens bedarf sowie des Einübens entsprechender Situationen. Dabei wird heute häufig auf den Konstruktivismus zurückgegriffen, gleichwohl sind auch andere Theorien leitend.

Die Konstruktivisten gehen davon aus, dass es keine absolute Wirklichkeit in der Welt gibt. Jeder Mensch nimmt seine Umwelt und seine Mitmenschen anders wahr. Das Selbst des Menschen wird demnach geformt, wie er seine Umwelt wahrnimmt. Sinneswahrnehmungen sind keine Abbilder einer absoluten Wirklichkeit, sondern individuelle subjektive Konstruktionen. Nicht mehr die Umwelt bedingt das Verhalten des Menschen, sondern der Mensch ist ganz alleine für sich verantwortlich. Diesen Gedanken folgend hat Rogers für die Beratung die Technik des klientenzentrierten Vorgehens entwickelt, insbesondere durch die nicht-direktive Gesprächsführung.

In der Berater-Klient-Beziehung sollten beide gleichberechtigte Partner sein. Rogers nennt drei Grundhaltungen oder Erfolgsbedingungen, welche die Qualität der Beziehung zwischen Klient und Helfer ausmachen (vgl. Diedrichsen 1997, S. 62):

1. Empathie (einführendes Verstehen)
2. Akzeptanz (bedingungslose Anerkennung) und
3. Kongruenz (Echtheit).

„In nichtdirektiven Beratungsgesprächen erteilt der Berater keine Weisungen, um Klienten nicht in eine bestimmte Richtung zu lenken. Er gibt keine Ratschläge und drängt den Klienten auch nicht zu Entscheidungen. Beratung beruht nach klientenzentrierter Überzeugung auf dem Prinzip der Freiwilligkeit des Sicheinlassens in die helfende Beziehung [...]“ (ebenda, S. 63).

Klienten haben besonders am Anfang mit nichtdirektiven Beratungsgesprächen Schwierigkeiten, denn oft erwarten sie geradezu von der beratenden Person Ratschläge, die ihre Entscheidung rasch bestimmen.

Dimensionen eines Kompetenzprofils für Beraterinnen und Berater

Der Beratungsprozess konstituiert sich unserem Modell zufolge aus den Subsystemen des Beraters/der Beraterin und des ratsuchenden Systems, sei es eine Person, eine Gruppe/ein Team oder eine Organisation sowie den organisationalen und gesellschaftlichen Kontexten dieses Kommunikationsprozesses.

Dementsprechend gliedert sich das Kompetenzprofil in folgende sechs Bereiche:

- Kompetenzen zur Gestaltung von Beratungsprozessen
- Kompetenzen in Bezug auf die Ratsuchenden
- Selbstreflexive Kompetenzen der Beraterin/des Beraters
- Organisationsbezogene Kompetenzen
- Gesellschaftsbezogene Kompetenzen
- Ebenenübergreifende Kompetenzen.

(Schiersmann/Weber 2009, S. 10)

Resümee und Ausblick

Um die vielen Fragen in der Ausbildung angehen und Verhaltensweisen einüben zu können, eignen sich – nach einer Orientierungs- und Planungsphase – besonders die Methoden der Fallstudie in Kombination mit dem Rollenspiel. Dabei ist zu beachten, dass ein Gespräch immer ein kommunikativ-sozialer und interaktiver Prozess ist; es ist allgemein ein lebensweltlich unmittelbarer Sprech- und Lernvorgang (vgl. Bittner 2006, S. 295), sodass eine Dopplung durch das Unterrichtsgespräch und das möglicherweise simulierte Verkaufsgespräch erfolgt. Das Verkaufsgespräch z. B. kann neben der Charakterisierung als Sprechvorgang auch als Beratungsvorgang oder Werbevorgang bezeichnet werden, für den Kunden ist es möglicherweise ein Lernvorgang. Perspektivwechsel sind hier unumgänglich. So ist ein Gespräch „immer eine soziale Situation, die Kompetenzen des unmittelbaren Umgangs erfordert und freisetzt: Interesse an Thema und Gegenüber, kommunikative Distanz, selbstkritisches Nachvollziehen, Abgleich gegenseitiger Erwartungen, wechselseitiges Verarbeiten und Lernen und interaktive Sinnfindung“ (ebenda, S. 297), das alles meint dialogische Offenheit.

Es hat sich gezeigt, dass Kommunikationskompetenz nicht unmittelbar ein Ziel unterrichtlichen Geschehens sein kann. Kommunikationskompetenz wird, wie andere Kompetenzen auch, im lebenslangen Lernen über den Erwerb zahlreicher Qualifikationen gewonnen und sie wird durch andere Kompetenzen modelliert, was hier nur im Ansatz dargelegt werden konnte. Neben den Gesprächen in der Familie und dem individuellen Umgang mit den zahlreichen zur Verfügung stehenden Medien sind es Anleitungen in der Schule, Unterweisungen in der Berufsausbildung und Verhaltenstrainings in der Weiterbildung, die alle dazu beitragen, zu einer Kommunikationskompetenz zu gelangen. Dabei ist nicht zu vergessen, dass es auch die Erfahrung, die Selbstbeobachtung und Selbsteinschätzung sind, die letztlich dazu beitragen, eine gelungene Kommunikation zu gestalten; sie zeigt sich – bei hauswirtschaftlich Berufstätigen – letztlich in zufriedenen Gästen, Patienten, Klienten.

Die Berufsausbildung im Feld Ernährung und Hauswirtschaft kann nicht allein für den Erwerb von Kommunikationskompetenz verantwortlich zeichnen; sie kann aber einen erheblichen Beitrag leisten, wenn sie über kommunikationskompetente Lehrer/innen verfügt.

Literaturhinweise/Quellen

- Bittner, Stefan (2006): Das Unterrichtsgespräch. Bad Heilbrunn Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (dgh) (Hrsg.) (1978): Berufsbilder für Berater/-innen im Bereich Haushalt und Verbrauch. Essen. Eigen-druck
- Diedrichsen, Iwer (1997): Elemente und Techniken der klientenzentrierten Ernährungsberatung. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, H. 2, S. 61-64
- Dühlmeier, Bernd 2006: Fächerübergreifende Kompetenzen. In: Arnold, Karl-Heinz; Sandfuchs, Uwe; Wiechmann, Jürgen (Hrsg.): Handbuch Unterricht. Bad Heilbrunn. S. 200-205
- Lenzen, Dieter (Hrsg.) (1996): Pädagogische Grundbegriffe, Bd. 1, 4. Auflage. Reinbek b. Hamburg
- Lexikon der Psychologie (Copyright 2000 Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg). <http://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/paralinguistik/11162>
- Max, Charles (1999): Entwicklung von Kompetenz – ein neues Paradigma für das Lernen in Schule und Arbeitswelt. Frankfurt/M.: Mollenhauer, Klaus (1972): Theorien zum Erziehungsprozeß. München
- Reetz, Lothar (1999): Kompetenz. In: Kaiser, Franz-Josef; Pätzold, Günter (Hrsg.): Wörterbuch Berufs- und Wirtschaftspädagogik. Bad Heilbrunn/Hamburg. S. 245-246
- Rosenbusch, Heinz S.; Schober, Otto (2000): Körpersprache in der schulischen Erziehung. Pädagogische und fachdidaktische Aspekte nonverbaler Kommunikation. 3. Unveränderte Auflage. Baltmannsweiler
- Schiersmann, Christiane; Weber, P. (2009): Professionalität als Herausforderung: Ein Kompetenzprofil für das Beratungspersonal im Feld Bildung, Beruf und Beschäftigung. In: BWP, H. 4, S. 9-13
- Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, D. D. (1974): Menschliche Kommunikation. 4. Auflage. Bern/Stuttgart/Wien
- Weggemann, Sigrid (1993): Bedeutung der Wirtschaftslehre des Haushalts für die hauswirtschaftliche und die Verbraucherberatung. In: Bottler, Jörg (Hrsg.): Wirtschaftslehre des Haushalts. Baltmannsweiler. S. 92-108
- Weisbach, Christian-Rainer (1989): Beratung als postmoderne Dienstleistung, in: Hauswirtschaft und Wissenschaft, H. 1, S. 5/6
- Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Wien (2016/17): Gastronomie, Hotellerie und Freizeitwirtschaft – Ausbildungen im WIFI Wien. Online unter: www.wifiwien.at

Anmerkungen:

¹ Es handelt sich dabei um eine Literaturgattung, die vorrangig vom 15. bis zur zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts verbreitet war.

² Die TU Dresden sieht hier beispielsweise nur eine einstündige Vorlesung vor; an der Hochschule Münster bezieht sich die Beratung im Wesentlichen auf die Bewältigung von Alltagsproblemen; an der Hochschule Osnabrück wird im Lehramtsstudium ausführlich auf Kommunikation und Beratung allgemein eingegangen und im Besonderen auf die Ernährungs- und Verbraucherberatung; an der Universität Gießen werden „Grundlagen der Beratung“ geboten und speziell noch auf Ernährungs- und Konsumentenberatung abgestellt.

Prof. Dr. Dr. Barbara Fegebank
E-Mail: prof.fegebank@t-online.de