AMS info 570

Agnes Dürr, Andrea Egger, Claudia Liebeswar

Zur Wirksamkeit von Bildungs- und Berufsberatung durch die BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS Wien

Zentrale Ergebnisse einer aktuellen Studie im Auftrag des AMS Wien

1 Einleitung

Im Auftrag des AMS Wien eruierte das sozialwissenschaftliche Forschungs- und Beratungsinstitut abif[1] von 2020 bis 2022 die Effekte einer einmaligen oder mehrmaligen Beratungsintervention seitens der BerufsInfoZentren (BIZ)[2] des AMS Wien im Zusammenspiel mit anderen Einflussfaktoren oder »positiven Verstärkern« auf die Bildungs- und Berufswahl.[3] Ein Fokus lag dabei auf den Auswirkungen auf die Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses, namentlich »Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft«, »Berufliche Selbsteinschätzung«, »Beruflicher Informationsstand«, »Entscheidungsverhalten« und »Realisierungsaktivitäten«. Mittels einer Literaturanalyse, einer retrospektiven Online- und telefonischen KundInnenbefragung von Jugendlichen sowie Erwachsenen ($n_{jugendlich} = 104$, $n_{erwachsen} = 270$), einer longitudinalen Prä-/Post-KundInnenbefragung von Jugendlichen ($n_{prä} = 122$, $n_{post} = 52$) und einer die longitudinale Erhebung ergänzenden BeraterInnenbefragung ($n = 109$) wurde konkret den folgenden Forschungsfragen nachgegangen:

2 Forschungsfrage: Welche Effekte werden mit der Beratung durch die Wiener BIZ erzielt?

Sowohl Jugendliche (76,1 Prozent) als auch Erwachsene (73,3 Prozent) beschreiben die BIZ-Beratung als eher oder sehr nützlich. Jede zweite Erwartung, die die Erwachsenen an die Beratung hatten – hierbei handelte es sich am häufigsten um Unterstützung bei der Berufsentscheidung sowie den Erhalt von Berufsinformation –, wurde zur Gänze erfüllt; in ähnlicher Weise geben vier von zehn der Jugendlichen an, in der Beratung vollständig bekommen zu haben, was sie sich erhofft hatten.

Insbesondere finden die BeratungskundInnen, dass die BIZ-Beratung dazu beitrug, dass sie nunmehr ihre beruflichen Möglichkeiten kennen, ihre Stärken besser einschätzen können, wissen, wo sie verlässliche Berufsinformation erhalten, und sich selbst mehr zutrauen. Ferner brachte die BIZ-Beratung die Befragten auf neue berufliche bzw. ausbildungsbezogene Ideen und half, ihre Jobsuch- und Bewerbungsstrategien zu verbessern. Gerade auf Jugendliche hatte die BIZ-Beratung zudem, ihren eigenen Angaben nach, einen motivierenden Effekt: Als häufigstes Beratungsergebnis – gleichauf mit dem Erhalt von Informationen über Berufe und Ausbildungen – beschreiben sie, im Anschluss Bewerbungen geschrieben zu haben.

Dies schlägt sich auch darin nieder, dass die prä-/post-befragten Jugendlichen (teils deutliche) Fortschritte hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses bemerken. Alle Befragten haben sich in mindestens einer dieser Dimensionen verbessert. Die jugendlichen BeratungskundInnen führen die dargestellten Veränderungen, die sich zwischen Prä- und Postbefragung hinsichtlich des beruflichen Orientierungsprozesses ergaben, (auch) auf die BIZ-Beratung zurück: Mehr als die Hälfte der Heranwachsenden findet, dass der Beratungstermin einen (eher) großen Einfluss auf diesen Prozess hatte.

3 Forschungsfrage: Wo liegen die Stärken und Schwächen der BIZ-Beratungen?

Jene Personen, die die Beratung als eher nicht nützlich oder als gar nicht nützlich empfanden, waren häufig mit der Erwartung der Vermittlung einer Lehrstelle oder eines Jobs in diese gekommen. Zuweilen erklären sie den (subjektiv) eingeschränkten Nutzen, den sie aus dem Angebot ziehen konnten, mit der aktuellen Situation am Arbeitsmarkt, dem Fehlen von Ausbildungsplätzen und der Covid-19-Pandemie, welche mit zusätzlichen Problemen bei der Lehrstellen- und Jobsuche verbunden war. Andere der befragten KundInnen aber meinen, dass sie in der BIZ-Beratung nicht die Information bekamen, die sie sich erhofft hatten, dass sie zu wenig Zeit mit dem / der BeraterIn hatten und sie sich von diesem / dieser nicht verstanden gefühlt hätten.

1 www.abif.at.
2 www.ams.at/biz.
3 Download der Langfassung dieser Studie in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13762.

Die Antworten auf die offenen Fragen weisen darauf hin, dass die BIZ-Beratung insbesondere Jugendlichen hilfreich ist, die bereits hinlänglich fortgeschritten hinsichtlich der Dimensionen »Berufliche Selbsteinschätzung« und »Beruflicher Informationsstand« sind und nunmehr unmittelbar vor dem Treffen einer Bildungs- bzw. Berufsentscheidung stehen. So konnte manch eine der befragten Personen, jeweils eigenen Angaben nach, nicht von der Beratung profitieren, da sie ohnehin bereits wussten, was sie machen möchten. Andere Heranwachsende wiederum fühlten sich von den sich ihnen bietenden Möglichkeiten am Arbeitsmarkt überfordert, da sie sich noch nicht dazu in der Lage wähnten, die eigenen beruflichen Interessen, Stärken und Schwächen mit den Anforderungen in verschiedenen Berufen abzugleichen.

In der Post-Befragung der Jugendlichen, welche mit mehreren Wochen Abstand zum Beratungstermin stattfand, zeigen sich dementsprechend besonders große (subjektive) Fortschritte hinsichtlich der Items, über welche das Entscheidungsverhalten sowie die Realisierungsaktivitäten operationalisiert wurden. Insbesondere fühlen sich die Heranwachsenden häufiger in der Lage, die »anstehende Berufswahl erfolgreich zu bewältigen«, und beschreiben ihre Entscheidung für eine Ausbildung bzw. einen Beruf deutlich öfter als stabil und abgeschlossen.

4 Forschungsfrage: Inwieweit können Entscheidungstreiber (z. B. Eltern, FreundInnen, Medien) als positive »Verstärker« in der Berufsorientierung Jugendlicher genutzt werden?

Eltern bzw. Erziehungsberechtigte, Medien, Peers sowie Ausbildungsstätten können eine motivierende, informierende und / oder begleitende Funktion sowie auch eine Vorbildwirkung haben, wie auch die Heranwachsenden selbst bestätigen. Dies bietet unterschiedliche Ansatzpunkte zur Unterstützung der Berufsorientierung Jugendlicher.

Optionen der Elternarbeit reichen hierbei von (niederschwelligen und idealerweise mehrsprachigen) Informationsmaterialien über Elterntage in den BIZ bis hin zu aufsuchender Elternarbeit bzw. Elterntreffs an Orten wie Vereinslokalen. Ebenso wie die Jugendlichen selbst können Eltern bzw. Erziehungsberechtigte verstärkt durch (Soziale) Medien und digitale Anwendungen erreicht werden, wie auch die Schweizer App »Parentu« beweist, welche u. a. Tipps zur Berufswahl zur Verfügung stellt. Zentral ist in jedem Fall ein wertschätzender und anerkennender Umgang mit den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, damit diese sich trotz etwaiger Vorbehalte auf die Unterstützung durch professionelle BeraterInnen einlassen.

(Soziale) Medien sind ein effektiver Weg, um Jugendliche auf die BIZ-Angebote aufmerksam zu machen, Informationen rund um den Bildungs- und Berufswahlprozess zu verbreiten und Berufsberatung näher an den Alltag der Jugendlichen heranzuführen, damit diese als selbstverständlich und positiv wahrgenommen wird. Dies kann etwa über klassische Websites, z. B. den »Berufe-Entdecker« (Deutschland), über soziale Medien im engeren Sinn, z. B. den Instagram-Account #Jobs4You (Oberösterreich), über Handy-Applikationen, z. B. die »Berufsweg-App« (Deutschland), oder über Messengerdienste, z. B. den »WhatsMeBot« (Deutschland), ferner auch über Serious Games und Lernspiele, z. B. Like2be (Schweiz), erfolgen.

Peers zeichnen sich durch eine hohe Authentizität aus und eignen sich in besonderem Maße als Vorbilder. Peer Education, die derzeit etwa durch »Sindbad« in sieben österreichischen Bundesländern realisiert wird, kann hierbei von Information über Beratung bis hin zu längerfristigen Mentorings reichen, in sämtlichen Phasen des beruflichen Orientierungsprozesses greifen und unterschiedliche Formate (online, telefonisch oder persönlich, Einzel- oder Gruppensetting) annehmen. So etwa möchte »girlsatec« (Deutschland) durch Präsentationen auf Messen und Tagen der Offenen Tür erstes Interesse an Berufen im gewerblich-technischen Bereich wecken, während die partizipativen Peer-Workshops im Rahmen der »Wiener Wochen für Beruf und Weiterbildung 2020«, welche auch online zugänglich waren, auf das Üben von Bewerbungssituationen und das Gestalten von Bewerbungsunterlagen abzielten. Die MentorInnen von »Freunde schaffen Erfolg« wiederum begleiten ihre jugendlichen Mentees engmaschig sogar über den Antritt eines Praktikums oder einer Ausbildungsstelle hinaus.

Realerfahrungen im Zuge von Schule, Praktika oder Arbeitserprobungen dienen als wertvolle Informationsquelle und als Realitätscheck. Insofern könnte überlegt werden, ob und welche Rolle die BIZ innerhalb der Wiener Berufsorientierungs-Landschaft bei der Schaffung von Praxismöglichkeiten übernehmen wollen. Praktische Erfahrungen müssen nicht zwingend an Betriebe gebunden sein, sondern können ebenso direkt an den berufsbildenden Schulen ermöglicht werden, wofür auch Ferienzeiten genutzt werden könnten. Eine intensive Reflexion und Nachbereitung sind jedoch unbedingt erforderlich.

5 Forschungsfrage: Wie können durch Weiterentwicklung der BIZ-Vorgehensweisen noch bessere Effekte hinsichtlich der Berufsorientierung Jugendlicher erreicht werden?

Hierauf aufbauend kann die Rolle der BerufsInfoZentren in der Initiation entsprechender Projekte sowie auch in der Vorbereitung der »positiven Verstärker«, insbesondere der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, Peers und Lehrkräften, auf ihre Rolle als UnterstützerInnen liegen. Letzteres umfasst beispielsweise die Aktualisierung des zum Teil veralteten Wissens von Eltern bzw. Erziehungsberechtigten betreffend den Bildungs- und Arbeitsmarkt sowie ihre Stärkung, da sie sich als primäre Ansprechpersonen bei Berufswahlentscheidungen häufig überfordert fühlen. Auch künftige PeerberaterInnen profitieren von einem Training zur Förderung der theoretischen und methodischen Kenntnisse ebenso wie der kommunikativen und Beratungskompetenz.

Zudem können die dargestellten Einflussfaktoren auch indirekt genutzt werden. So dienen Computerspiele oder auch TV-Serien innerhalb eines Beratungsgespräches als Ausgangspunkt, um z. B. Berufsbilder zu reflektieren oder Berufswünsche zu explorieren. In ähnlicher Weise bietet sich an, die Fremdeinschätzung durch die Peers der Jugendlichen zu thematisieren (»Wovon würden deine FreundInnen sagen, dass du es besonders gut kannst?«).

Einflussfaktorenübergreifend gilt hierbei, dass die Erreichbarkeit von Angeboten von ihrer Niederschwelligkeit abhängt, was etwa die muttersprachliche Gestaltung dieser, die Nutzung von MultiplikatorInnen zur Bewerbung, das Verfolgen eines aufsuchenden Beratungsansatzes (z.B. mittels Pop-up-Beratungen an von der Zielgruppe frequentierten Orten) und die Verwendung einer Sprache impliziert, die so einfach ist, wie dem Inhalt noch angemessen ist.

Ergänzend können die MitarbeiterInnen der BIZ als intermediäre ExpertInnen für die Berufsorientierungslandschaft fungieren, die über bestehende Projekte sowie Beratungs- und Unterstützungsangebote informieren. Mehrere KundInnen merken zudem an, dass die Angebote des BIZ stärker beworben werden sollten. Ein kundInnengerechter Web-Auftritt könnte hierbei etwa Erfahrungsberichte oder Fallbeispiele enthalten, um realistische Erwartungen an die Beratung zu gewährleisten.

www.ams-forschungsnetzwerk.at
… ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift der AutorInnen

abif – Analyse, Beratung, interdisziplinäre Forschung
1140 Wien, Einwanggasse 12, Top 5
Tel.: 01 5224873
E-Mail: office@abif.at
Internet: www.abif.at

Alle Publikationen der Reihe AMS info können über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report, FokusInfo, Spezialthema Arbeitsmarkt, AMS-Qualifikationsstrukturbericht, AMS-Praxishandbücher) zur Verfügung – www.ams-forschungsnetzwerk.at.

P.b.b.
Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien

März 2023 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn