

Nowak, Günter

**Research Report**

## Die österreichischen Berufsinformationszentren

AMS report, No. 2

**Provided in Cooperation with:**

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

*Suggested Citation:* Nowak, Günter (1996) : Die österreichischen Berufsinformationszentren, AMS report, No. 2, ISBN 3851700066, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/97908>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

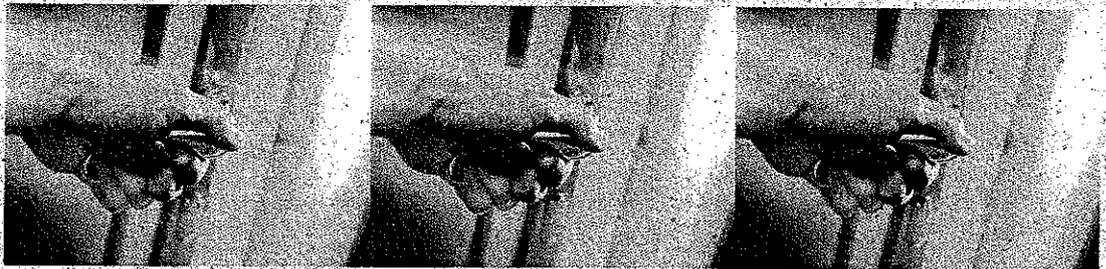


**AMS report**

Günter Nowak

## **Die österreichischen Berufsinformationszentren**

Herausgegeben vom Arbeitsmarktservice Österreich



Die vorliegende Broschüre enthält die wichtigsten Ergebnisse einer von Herbst 1993 bis Sommer 1995 durchgeführten Untersuchung der Berufsinformationszentren des Arbeitsmarktservice Österreich und analysiert die Voraussetzungen, Wirkungsmöglichkeiten und das Leistungsspektrum dieser seit 1988 bestehenden Einrichtungen.

Der Autor plädiert für einen qualitativen Ausbau der Institutionen und kommt zu dem Schluß, daß sich die Zentren aufgrund ihrer neutralen Position als Schnittstelle aller mit Aufgaben der Bildungs- und Berufsinformation befaßten Einrichtungen anbieten.

ISBN 3-85170-006-6

wissenschaftsverlag

Günter Nowak

# **Die österreichischen Berufsinformationszentren**

Herausgegeben vom Arbeitsmarktservice Österreich

**Medieninhaber und Herausgeber:** Arbeitsmarktservice Österreich, Grundlagenabteilung · **Wissenschaftliche Redaktion:** L&R Sozialforschung, Wien · **Graphische Gesamtgestaltung:** Deisenberger und Lübke, Wien · **Umschlagfotografie:** Herta Hurnaus, Wien · **Lektorat:** Wolfgang Astelbauer, Wien · **Satz:** Zehetner Ges. m. b. H., Oberrohrbach · **Repro, Druck und Heftung:** Agens-Werk Geyer + Reisser, Wien

© Arbeitsmarktservice Österreich 1996

Verlegt im Wissenschaftsverlag, Wien

ISBN 3-85170-006-6

## **INHALT**

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>Entstehung und Funktion der Berufsinformationszentren</b>	<b>6</b>
<b>Die Befragungen</b>	<b>7</b>
<b>Die Berufsinformationszentren im Urteil ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter</b>	<b>7</b>
<b>Beurteilung durch das begleitende Lehrpersonal</b>	<b>8</b>
<b>Ergebnisse der beiden Befragungen von Kundinnen und Kunden</b>	<b>9</b>
Die erste KundInnenbefragung	<b>9</b>
Die Wiederholungsbefragung	<b>12</b>
<b>Zusammenfassung und Entwicklungsoptionen</b>	<b>15</b>
Literatur	<b>19</b>
Quellen	<b>23</b>

## VORWORT

Die gegenständliche Studie beschäftigt sich mit den Berufsinformationszentren (BIZ) des Arbeitsmarktservice. Von Herbst 1993 bis Sommer 1995 wurden im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und der Bundesgeschäftsstelle des Arbeitsmarktservice die Voraussetzungen, Wirkungsmöglichkeiten und das Leistungsspektrum der Berufsinformationszentren untersucht sowie eine Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt. Die Erhebung der dafür erforderlichen Daten und Unterlagen (die Studie sollte nicht zuletzt einen Vergleich mit ähnlichen Untersuchungen von Berufsinformationseinrichtungen des Auslandes ermöglichen und Hinweise auf den Stellenwert der Berufsinformationszentren innerhalb des Gesamtspektrums des Berufswahlprozesses liefern) umfaßte folgende Schritte:

- Literatur-, Quellen- und Dokumentenanalyse, Bestandsaufnahme vorliegender empirischer Daten;
- schriftliche standardisierte Befragung von KundInnen der Berufsinformationszentren (n = 1916);
- schriftliche standardisierte Befragung begleitenden Lehrpersonals (n = 94);
- schriftliche standardisierte Befragung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der österreichischen Berufsinformationszentren sowie anderer mit BIZ-Agenden befaßter AMS-MitarbeiterInnen (n = 89);
- schriftliche standardisierte Befragung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der österreichischen Berufsinformationszentren (n = 43);
- Wiederholungsbefragung der BIZ-KundInnen – schriftliche standardisierte Befragung etwa ein Jahr nach BIZ-Besuch (n = 230, gewichtet).

Die folgenden Ausführungen beziehen sich ausschließlich auf ausgewählte Ergebnisse der schriftlichen Befragungen. Für weitere Informationen (insbesondere im Hinblick auf Stand der Forschung, Strukturbedingungen der Berufsinformationszentren, berufswahltheoretische Implikationen, Methodik und Ergebnisse der Befragungen u. a. m.) muß hier auf die Berichtbände des Forschungsprojekts (Band I: Themeneinführung und Übersicht, Band II: Deskription von neun ausgewählten Berufsinformationszentren, Band III: Ergebnisse und Instrumentarien der Befragungen) sowie Publikationen an anderem Ort verwiesen werden.

## ENTSTEHUNG UND FUNKTION DER BERUFSINFORMATIONSZENTREN

Bei den Berufsinformationzentren handelt es sich um Selbstbedienungseinrichtungen des Arbeitsmarktservice, in denen sich InteressentInnen anonym, formlos und unbürokratisch mit Fragen der Berufs- und Bildungswahl auseinandersetzen können. Zu diesem Zweck stellt das AMS für den Einsatz in den BIZ verschiedene Medien wie Informationsmappen, Berufslexika, Broschüren, Videos, Bildmaterial und EDV-gestützte Berufsinformations- und Selbsterkundungsprogramme zur Verfügung. Die Berufsinformationzentren wurden als ergänzendes Angebot zur „klassischen“ Berufsberatung an Schulen und in den regionalen Geschäftsstellen des Arbeitsmarktservice konzipiert. Zielgruppen sind in erster Linie BerufseinsteigerInnen, BerufsumsteigerInnen und WiedereinsteigerInnen. Die Berufsinformationzentren sind organisatorisch den Regionalgeschäftsstellen angeschlossen und entweder direkt im Verband der Regionalgeschäftsstellen oder disloziert errichtet.

1988 wurde in Linz das erste Berufsinformationzentrum Österreichs eröffnet. Es folgte eine starke Expansionsphase, die darauf abzielte, ein bundesweit möglichst flächendeckendes Angebot an Berufsinformationzentren (BIZ) oder – als „Minimalvariante“ – sogenannte Berufsinformationsstellen (BIST) in allen Bundesländern einzurichten. Im Frühjahr 1996 gab es österreichweit 42 solcher Einrichtungen des Arbeitsmarktservice.

Ursprünglich primär auf die Bedürfnisse jugendlicher InteressentInnen ausgerichtet, erfolgte parallel zu den Neueinrichtungen eine Erweiterung und Vertiefung des Angebotes an Informationsmaterialien. Damit gelang es in zunehmendem Maße, das KundInnenspektrum zu erweitern: Neben der traditionellen Kerngruppe – Schülerinnen und Schüler der 7. und 8. Schulstufe in Form von Klassenbesuchen – nehmen nunmehr auch EinzelkundInnen und Erwachsene die Angebote der BIZ in Anspruch, so daß mittlerweile von einer Ausgewogenheit dieser Gruppen zu sprechen ist. Aufgrund dieser Expansionstendenzen konnte in den letzten Jahren die Gesamtzahl der KundInnen jährlich verdoppelt werden. 1995 wurden österreichweit insgesamt 246.651 BesucherInnen verzeichnet.

## **DIE BEFRAGUNGEN**

Es gibt inzwischen eine gewisse Forschungstradition im Bereich der Evaluierung von Einrichtungen der Bildungs- und Berufsinformation (vgl. das Literatur- und Quellenverzeichnis). Während sich die Mehrzahl dieser Studien auf Befragungen der KundInnen beschränkt, wurde im Rahmen dieses Projekts versucht, auch die Meinungen und Erfahrungen des Personals der Berufsinformationszentren zu berücksichtigen. Dazu wurden zwei schriftliche standardisierte Befragungen und eine Vielzahl von qualitativen Interviews und Beobachtungen durchgeführt. Darauf hinzuweisen ist, daß diese Befragungen noch vor bzw. während der Umstrukturierungsmaßnahmen des österreichischen Arbeitsmarktservice stattgefunden haben und die Aussagen daher unter diesem Aspekt zu sehen sind.

### **DIE BERUFSINFORMATIONSZENTREN IM URTEIL IHRER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER**

Bei der ersten Befragung zeigten sich drei Viertel der BIZ-MitarbeiterInnen sehr zufrieden mit dem Arbeitsklima, bei der zweiten Befragung sogar 90%. Unzufrieden waren 1993/94 nur 7%, 1995 niemand mehr. Das Arbeitsplatzklima in der Gesamtorganisation des Arbeitsmarktservice bezeichnete dagegen nur rund ein Fünftel als zufriedenstellend, nahezu doppelt so viele (38,6%) waren damit unzufrieden. Das Verhältnis zwischen der zuständigen Regional- und Landesgeschäftsstelle des Arbeitsmarktservice einerseits und dem jeweiligen Berufsinformationszentrum andererseits wurde von den BIZ-MitarbeiterInnen oft als kontraproduktiv erlebt. Ein Fünftel der MitarbeiterInnen war mit der Unterstützung durch die Vorgesetzten zufrieden, gleich viele sahen aber erhebliche Defizite in diesem Bereich. Ebenso verhielt es sich bei der Beurteilung der neuen Organisationsform des Arbeitsmarktservice, die jeweils bei 20% einen positiven und einen negativen Eindruck hinterlassen hat.

Im Vergleich zu anderen MitarbeiterInnen des Arbeitsmarktservice zeigte sich das Personal der Berufsinformationszentren vor allem im Hinblick auf Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation, Kommunikation, Veranstaltungstätigkeit, Recherchearbeit und Organisation mit zusätzlichen Anforderungen konfrontiert.

Die Akzeptanz der in den Zentren vorhandenen Informationsmedien war relativ

hoch. Allerdings wurden oft Lieferschwierigkeiten und die mangelnde Aktualität der Materialien zum Zeitpunkt der Befragung kritisiert. Beinahe die Hälfte der MitarbeiterInnen beklagte, daß es für bestimmte Personengruppen keine, zu wenige oder keine adäquaten Informationsmaterialien gibt. Die Informationspolitik der Berufsinformationszentren sollte deshalb verstärkt die defizitären Bereiche zweiter Bildungsweg, Fachhochschulen, berufsbildende Schulen, Umschulungsmöglichkeiten, Kurse, Möglichkeiten für WiedereinsteigerInnen, StudentInnen, AkademikerInnen, Personen mit sonstigen hochwertigen Qualifikationen sowie Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten im Ausland berücksichtigen.

Nach Einschätzung ihrer MitarbeiterInnen hatte ein Drittel der Berufsinformationszentren die Kapazitätsgrenze erreicht. Diese wurde vor allem von der Personalausstattung sowie der Modernität der Informationsmedien und weniger von den räumlichen Gegebenheiten abhängig gemacht.

#### **BEURTEILUNG DURCH DAS BEGLEITENDE LEHRPERSONAL**

Ein bedeutender Anteil der BIZ-KundInnen kommt im Rahmen von Schulklassenbesuchen in die Berufsinformationszentren (v. a. SchülerInnen der 7. und 8. Schulstufen, zum Teil aber auch SchülerInnen von Polytechnischen Lehrgängen, Sonderschulen und Abschlußklassen anderer Schultypen). Als ergänzende Information zu den Aussagen dieser Gruppe wurde auch das begleitende Lehrpersonal hinsichtlich seiner Einschätzung der Berufsinformationszentren befragt. Die LehrerInnen beurteilten die Berufsinformationszentren als grundsätzlich wertvolle Informationseinrichtung. Die Effizienz eines BIZ-Klassenbesuches ließe sich nach einhelliger Meinung durch Vor- und Nachbereitung in der Schule mittels eigener Unterrichtsmaterialien und Arbeitsbehelfe aber noch steigern.

Das Lehrpersonal wünschte sich realitätskonformere Darstellungen der Berufswelt, mehr Informationen über verschiedene Schultypen und die Lehrsituation sowie spezielle Unterlagen für die LehrerInnen selbst.

Der Wissensstand der SchülerInnen hinsichtlich Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten wurde von den LehrerInnen als relativ hoch, hinsichtlich der allgemeinen Arbeitsmarktlage und der wirtschaftlichen Zusammenhänge als eher gering eingeschätzt.

## ERGEBNISSE DER BEIDEN BEFRAGUNGEN VON KUNDINNEN UND KUNDEN

Neben den Fragestellungen hinsichtlich der speziellen Thematik der Berufsinformationszentren wurde im Rahmen der KundInnenbefragungen auch versucht, den allgemeinen Stellenwert und die Bedeutung von Bildungs- und Berufswahl zu erheben (vgl. Tabelle S. 14). Die Ergebnisse weisen auf eine hohe Relevanz dieser Themenbereiche hin und zeigen die damit verbundenen Probleme auf: Der Bereich „Beruf und berufliche Zukunft“ interessierte mehr als 90% der befragten BIZ-Kundinnen. Für 37% stellte die Berufswahl ein „Problem“ dar, 32% ist sie ganz leicht gefallen, und nur für 9,5% war dieser Bereich unwichtig.

13% der Befragten gaben an, sich während oder unmittelbar nach dem BIZ-Besuch für eine bestimmte Ausbildung oder einen Beruf entschieden zu haben, 18% hätten sich nach eigener Aussage ohne BIZ-Besuch wahrscheinlich anders entschieden, und 28% begannen sich erst durch das Aufsuchen dieser Einrichtung für Berufs- und Ausbildungsmöglichkeiten zu interessieren.

### Die erste KundInnenbefragung

Die erste Befragung der BIZ-BesucherInnen fand 1994 statt. 84% der Befragten waren jünger als 16 Jahre. Mehr als die Hälfte hatte die Pflichtschule noch nicht, 38% hatten diese gerade erst abgeschlossen.

### Soziodemographische Struktur der BIZ-BesucherInnen

Merkmal	n	in Prozent
<b>Geschlecht</b>		
weiblich	937	49,0
männlich	977	51,0
<b>Alter</b>		
bis 16 Jahre	1.607	83,9
16 bis 20 Jahre	181	9,5
20 Jahre und mehr	127	6,6
<b>abgeschlossene Schulbildung/Ausbildung</b>		
Volksschule	1.022	53,9
Pflichtschule	710	37,5
Lehre/BMS	78	4,1
Matura/Akademie/Studium	85	4,5

Die Mehrzahl der KundInnen (72%) besuchte das Berufsinformationszentrum, um schriftliche Unterlagen über mögliche Ausbildungswege und/oder geeignete Berufe zu erhalten.

**Motive für den BIZ-Besuch** (Prozentwerte, n = 1916)

ich wollte ...	trifft zu	teils, teils	trifft nicht zu
schriftliche Unterlagen erhalten	71,9	12,2	15,8
erfahren, welche Ausbildungswege es überhaupt gibt	65,0	16,1	18,9
erfahren, welcher Beruf für mich am besten geeignet ist	60,5	14,5	25,0
erfahren, welche Fähigkeiten ich besitze	56,6	18,4	25,1
erfahren, wo es Ausbildungsplätze gibt	55,4	18,1	26,5
erfahren, welche Berufe/Berufsfelder ich mit meinem Schulabschluß erreichen kann	53,7	19,1	27,3
erfahren, was man in den einzelnen Berufen verdienen kann	52,7	17,5	29,9
erfahren, welche Entwicklung einzelne Berufe nehmen werden	51,7	22,6	25,7
zu einer Entscheidung kommen	51,3	22,5	26,3
erfahren, wo ich weitere Informationen über Berufe erhalten kann	47,9	19,3	32,8
erfahren, wie man zu einem Ausbildungsplatz kommt	42,0	21,4	36,7
erfahren, ob ich eine weiterführende Ausbildung besuchen soll	40,9	18,8	40,3
erfahren, wie ich meine Ausbildung finanzieren kann	27,0	19,1	54,0

Die Ergebnisse der ersten Befragung stellen den Zentren ein hervorragendes Zeugnis aus: zwei Drittel der BesucherInnen waren mit den Leistungen völlig zufrieden, unzufrieden nur 10%. Die Informationskompetenz wurde fast durchgehend hervorgehoben. Für zwei Drittel der Befragten haben sich die Erwartungen vollständig erfüllt. Die räumliche und technische Ausstattung sowie die Kommunikation und Kompetenz der MitarbeiterInnen wurden von mehr als 80% als sehr positiv beurteilt. 15% wußten allerdings nach dem BIZ-Besuch „erst recht nicht, was sie jetzt machen sollen“. Auf jede/n Fünfte/n wirkte das Berufsinformationszentrum wie ein Amt. Vier von fünf KundInnen brachten keinerlei Änderungswünsche vor.

**Zufriedenheit mit dem BIZ** (Prozentwerte, n = 1916)

	trifft zu	teils, teils	trifft nicht zu
Die Mitarbeiter sind freundlich.	86,7	7,1	6,3
Das BIZ macht auf mich einen freundlichen Eindruck.	84,4	10,3	5,3
Das BIZ ist sehr gut mit Unterlagen ausgestattet.	83,0	10,9	6,0
Die Mitarbeiter am BIZ kennen sich gut aus.	80,4	12,4	7,2
Das BIZ macht auf mich einen sehr modernen Eindruck.	78,9	14,7	6,3
Meine Erwartungen sind vollständig erfüllt worden.	68,5	21,9	9,6
Ich habe im BIZ genau die Informationen erhalten, die ich gesucht habe.	64,4	21,7	13,9

	trifft zu	teils, teils	trifft nicht zu
Ich weiß jetzt genau, was ich machen werde.	52,9	20,6	26,5
Ich weiß jetzt, wie und wo ich mich weiterinformieren kann.	50,5	24,3	25,2
Das BIZ ist für mich leicht erreichbar.	41,8	21,8	36,5
Ich hätte schon viel früher kommen sollen.	41,0	24,4	34,6
Ich hätte gern konkretere Informationen bekommen.	36,2	26,0	37,8
Ich hätte gern eine persönlichere Beratung bekommen.	27,8	21,4	50,8
Das BIZ wirkt auf mich genauso wie irgendein Amt.	19,2	23,7	57,1
Nach dem BIZ-Besuch weiß ich erst recht nicht, was ich machen soll.	15,1	16,3	68,6
Der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt.	12,0	13,0	75,0
Meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden.	10,5	11,5	77,9
Den Weg hätte ich mir sparen können.	10,3	10,4	79,4

Zwischen den soziodemographischen Merkmalen Geschlecht, Alter, Ausbildung und der Bewertung der Einrichtung lassen sich nur relativ schwache Zusammenhänge nachweisen. Die schlechtesten Einschätzungen stammen von älteren KundInnen und jenen mit höherer Ausbildung (ab Matura), wobei das Alter die entscheidendere Variable ist. Ältere Personen verfügen im allgemeinen über einen größeren Wissensstand in Fragen der Berufs- und Ausbildungswahl als jüngere und suchen kaum nach breit gefächertem ausbildungs- und berufsbezogenem Informationsmaterial. Sie wollen eher spezifische Auskünfte, die durch das Angebotsspektrum der Berufsinformationszentren nicht optimal abgedeckt sind. Es ist zwar anzunehmen, daß diese Detailinformationen in den Unterlagen vorhanden sind, doch der Suchaufwand ist zu groß und die Darstellungsform für die Zielgruppe unpassend. Diesem Problem könnte die verstärkte Integration der Daten in computerunterstützte Informationssysteme abhelfen. Den Bedürfnissen von BesucherInnen bis 15 Jahre, die wenig Vorkenntnisse und breit gefächerte Informationserwartungen mitbringen, kommt die Vielzahl der angebotenen Informationsquellen wohl am meisten entgegen.

Diese Interpretation wird durch den Umstand gestützt, daß die Zufriedenheit sowohl mit dem Ausmaß der Informationserwartungen als auch mit der Anzahl der Informationsaktivitäten steigt. Im Durchschnitt werden pro Besuch drei bis vier informative Aktivitäten gesetzt. Die Beurteilung wird am stärksten dadurch beeinflusst, ob die KundInnen eine persönliche Beratung in Anspruch genommen, Informationsmappen genutzt und/oder schriftliches Informationsmaterial bekommen haben.

### Die Wiederholungsbefragung

Bei der zweiten Befragung der BesucherInnen, die 1995 stattfand, galt das primäre Interesse der Frage, ob die günstige Bewertung stabil blieb und in welchen Bereichen gegebenenfalls Veränderungen eintraten. Ein weiteres Untersuchungsziel war die Feststellung unmittelbarer und mittelbarer Wirkungen des BIZ-Besuches. Auch nach über einem Jahr war die Zufriedenheit mit den Berufsinformationszentren hoch: 70% der Befragten sahen ihre Erwartungen nach wie vor als vollständig erfüllt an.

### Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch des Vorjahres (Prozentwerte, n = 230)

	stimmt	neutral	stimmt nicht
Ich habe das BIZ in guter Erinnerung.	87,5	12,0	0,4
Meine Erwartungen an das BIZ wurden vollständig erfüllt.	72,5	17,5	10,0
Ich habe im BIZ genau die Informationen erhalten, die ich suchte.	55,9	24,9	19,3
Nach dem BIZ-Besuch wußte ich, wie und wo ich mich weiterinformieren kann.	50,5	24,3	25,2
Ich hätte schon viel früher kommen sollen.	41,0	24,4	34,6
Nach dem BIZ-Besuch wußte ich, was ich machen werde.	37,3	18,2	44,5
Ich hätte gern konkretere Informationen bekommen.	36,4	23,3	40,3
Ich hätte gern eine persönlichere Beratung bekommen.	36,2	21,8	41,9
Nach diesem BIZ-Besuch wußte ich erst recht nicht, was ich machen soll.	10,7	16,7	72,5
Der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt.	5,6	13,1	81,2
Meine Erwartungen wurden überhaupt nicht erfüllt.	4,2	11,2	84,6
Den Weg hätte ich mir sparen können.	3,9	8,5	87,6

30% gaben an, sich erst seit dem BIZ-Besuch für Berufs- und Ausbildungsmöglichkeiten zu interessieren, 20% hätten sich ohne BIZ-Besuch vermutlich anders entschieden, und 13% trafen während oder unmittelbar nach dem Besuch eine Berufs- oder Ausbildungsentscheidung.

Bei der Erstbefragung hatten sich zwei Drittel der KundInnen vorgenommen, das Berufsinformationszentrum noch einmal aufzusuchen, ein Drittel hat es dann auch tatsächlich getan.

Im Vergleich zu anderen Informationsmedien rangieren die Berufsinformationszentren im Mittelfeld. Der höchste Nutzen wird Schul- und Betriebsbesuchen zugeschrieben, aber auch die Berufsberatung in den Regionalgeschäftsstellen schneidet sehr gut ab.

### Nutzungsgrad der Informationsmöglichkeiten und Bewertung der Nützlichkeit (Prozentwerte, n = 230)

Informationsmöglichkeit	habe ich benützt	Nutzen war hoch	Nutzen war neutral	Nutzen war gering
Gespräche mit Berufstätigen, Schülern und Studenten	73,5	77,5	15,8	6,8
Berufsberatung am AMS	28,7	73,6	12,2	14,2
Schul- und Betriebsbesuche	74,7	73,3	14,9	11,8
Informationsmesse	53,8	72,4	15,6	12,0
Gespräche mit Eltern	93,1	70,5	20,1	9,4
Gespräche mit Freunden	86,9	69,7	22,2	8,1
BIZ	100,0	68,1	23,3	8,5
Filme, Videos	65,6	64,5	22,6	12,9
Hefte, Broschüren	86,5	64,3	22,8	12,8
Gespräche mit Lehrern	74,3	56,7	25,8	17,5
Berufskundeunterricht	55,8	56,0	23,1	20,9
Zeitungen, Zeitschriften	66,9	46,7	33,4	19,9

Die gebotenen Informationen werden auch im nachhinein von 80% der KundInnen als richtig und der Realität entsprechend eingeschätzt. Nur für 10% sind die Medien des BIZ unzureichend, wobei vor allem Kritik an der Unübersichtlichkeit im Vordergrund steht. Die Verbesserungswünsche nach einem Jahr richteten sich vor allem auf intensive Einzelberatung, aktuellere und zahlreichere Informationsmaterialien, bessere Computertests und besser gestaltete Broschüren und Videos.

### Gewünschte Verbesserungsmaßnahmen (Prozentwerte, n = 230)

Wünsche	notwendig	unentschieden	nicht notwendig
intensive Einzelberatung	68,5	23,0	8,5
aktuellere Informationsmaterialien	50,9	28,3	20,7
mehr Informationsmaterialien	41,0	26,2	32,8
bessere Computertests	39,1	18,1	42,9
besser gestaltete Informationsmaterialien	36,4	32,0	31,6
bessere Computerausstattung	34,4	18,5	47,1
bessere Filme und Videos	33,2	26,0	40,8
bessere Informationsbroschüren	32,8	20,9	46,3
bessere Informationsmappen	25,8	21,6	52,6
andere Öffnungszeiten	23,1	19,4	57,5
besser geschultes Personal	17,7	14,6	67,6

Der direkte Vergleich der Ergebnisse der beiden Befragungen zeigt in bezug auf die Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch den Trend einer besseren Bewertung im nachhinein.

Ein BIZ-Besuch kann aber auch zu Verunsicherungen vor allem gegenüber bisherigen Einstellungen und Plänen beitragen. Die Gruppe der bei der zweiten Befragung noch Unentschlossen wurde zu einem höheren Anteil von der Vielfalt der Möglichkeiten in den Berufsinformationszentren überrascht und hat das Berufsinformationszentrum häufiger aufgesucht als die Vergleichsgruppe, die ihre Entscheidung während oder unmittelbar nach dem vorjährigen BIZ-Besuch getroffen hatte.

Die Wertorientierungen der KundInnen waren von Karriere, materiellen Kriterien und dem Wunsch nach sozialer Partizipation geprägt. Für 90% der Befragten spielten Erfolg in der Schule, Ausbildung und Beruf, das Vorhandensein eines Freundes- und Bekanntenkreises sowie Taschengeld und Einkommen die wichtigste Rolle. Die Bereiche Ehe, Familie und Kinder sowie österreichische Politik wurden als eher unwichtig eingestuft.

Interessant ist, daß es bei Bildung und Beruf keine geschlechtsspezifischen Unterschiede gab. Ehe, Familie und Kinder hingegen haben für die weiblichen BesucherInnen weniger Bedeutung als für die männlichen.

#### Wertestruktur der BIZ-BesucherInnen (Prozentwerte, n = 230)

Themenbereich	wichtig	neutral	unwichtig
Freunde und Bekannte	93,5	6,3	0,2
Beruf und berufliche Zukunft	92,6	3,8	3,5
Erfolg in Schule, Aus- und Weiterbildung	90,9	6,1	3,0
Taschengeld, Einkommen	87,9	8,8	3,3
Umweltschutz	77,5	17,7	4,8
Partnerschaft und Beziehung	75,1	13,6	11,4
Hobbys	64,0	26,4	9,6
Sport	56,4	24,1	19,6
internationale Entwicklungen	38,4	32,4	29,2
Familie und Kinder	31,6	14,6	53,8
Ehe	22,7	11,0	66,3
Kunst	22,3	20,4	57,4
österreichische Politik	18,5	29,6	51,9

## ZUSAMMENFASSUNG UND ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Das Forschungsprojekt „Evaluierung der österreichischen Berufsinformationszentren“ hatte das Ziel, ausgehend von einer Bestandsaufnahme mögliche Entwicklungslinien der Berufsinformationszentren in Österreich aufzuzeigen. Nach rund siebenjähriger BIZ-Geschichte und einer Phase nicht immer geordnet erfolgter Expansion zeigte sich unter der einheitlichen Bezeichnung „Berufsinformationszentrum“ ein Spektrum an durchaus unterschiedlichen Zugängen, Formen und Möglichkeiten für das gemeinsame Ziel formloser und unbürokratischer Informationsleistung. Als problematisch hat sich erwiesen, daß während der ersten Phase der Einrichtung von Berufsinformationszentren das Hauptaugenmerk auf die bloße Anzahl von Zentren gerichtet gewesen sein dürfte.

Die mittlerweile gewonnenen Erfahrungen – und dieses Projekt sollte ein Beitrag dazu sein – unterstreichen, daß diese Strategie nur zielführend ist, wenn gleichzeitig auch für eine funktionale und tragfähige Organisationsstruktur, für ausreichende Personalausstattung, für hochwertige Aus- und Weiterbildung sowie für eine adäquate Infrastruktur gesorgt wird. Manche Berufsinformationszentren konnten jahrelang den Betrieb nur formal aufrechterhalten, was als deutliches Indiz für diese überzogene Entwicklung gelten kann. Als weitere Hinweise auf eine vermutlich zu rasche Expansion zeigten sich in der gegenständlichen Untersuchung Kompetenz- und Zuständigkeitsunsicherheiten, geringe Akzeptanz und Integration innerhalb der Gesamtinstitution sowie eine relativ hohe Personalfluktuation trotz eines ausgeprägten Identifikationsgrades mit der Aufgabe.

Damit zum Ausblick: Einerseits soll Berufsinformation als Medium der Intervention (aus Systemsicht) bzw. der Emanzipation gegenüber einer überkomplexen Ausbildungs- und Berufswelt (aus Individualsicht) eingesetzt werden, um Lücken zu schließen, Ungleichheiten zu verringern und scheinbare Sicherheiten zu erschüttern, das heißt Berufswahl im eigentlichen Sinne des Wortes erst zu ermöglichen. Andererseits ist sie aber ein hochgradig ideologisches Konstrukt, das verschiedenste Ausprägungen von Dysfunktionen in den Bereichen Berufe und Ausbildungen (bzw. deren Abstimmung aufeinander) verdeckt. Der Begriff „Information“ wird dabei als so wesentlich angesehen, daß eine „uniformierte“ Berufsentscheidung mittlerweile als fast denkunmöglich erscheint. Die Menge an Information gilt als Äquivalent für die Güte einer Entscheidung. Dieses Konstrukt wird offensichtlich auch von den Betroffenen entsprechend internalisiert: Möglichkeiten zur Berufs-

information werden in ungewöhnlich hohem Ausmaß wahrgenommen. Die Quantität des Informationserwerbs dürfte aber weder zu einer Tiefe des Wissens führen, noch ist von der Menge an Information ein Schluß auf Handlungsfolgen möglich. Erst die Fähigkeit zur Reduktion der verfügbaren Informationen (ein Argument, das nichts mit Strategien der Informationsvermeidung gemein hat) schafft die Voraussetzung für Qualität. Davon ist die Mehrzahl sowohl der RezipientInnen als auch der ProduzentInnen der Berufsinformation derzeit noch weit entfernt. Eine „Ökologisierung“ des Umganges mit Informationen ist notwendig. Hier ist absolutes Neuland zu beschreiten, da es diesbezüglich noch kaum Vorerfahrungen gibt. Mit einer bislang relativ unstrukturierten Sammlung von Materialien wurde lediglich der erste Schritt in diese Richtung getan. Die logischen nächsten Schritte, Sichtung, Inventarisierung sowie Strukturierung, stehen noch bevor. Aber erst die dann folgenden Stufen können zu einer Annäherung an das Ideal echter Wahlmöglichkeit führen: Organisation – Selektion – Reduktion.

Mit allen diesen Einschränkungen soll in keiner Weise die Bedeutung des Themas geschmälert oder die bisher erbrachten Leistungen herabgesetzt werden. Bildung und Beruf sind zentrale Themen, und der Bedarf nach Bildungs- und Berufsinformation ist mit dem derzeitigen Angebot offensichtlich noch lange nicht gedeckt. Das KundInnenpotential der Berufsinformationszentren scheint nach wie vor geradezu beliebig erweiterbar, wobei gegenwärtig zumeist nur ein Teil des potentiellen KundInnenkreises angesprochen und betreut wird. Ein Indiz dafür ist die Erfahrung, daß jede Form von PR-Maßnahmen für Berufsinformationszentren den KundInnenandrang unmittelbar und drastisch erhöht. Bereits jetzt gibt es KundInnengruppen und Themenbereiche, für die nur lückenhaftes Material verfügbar ist (zum Beispiel Frauen mit Betreuungspflichten, Wiedereinstiegschancen, zweiter Bildungsweg, postsekundäre Ausbildungen).

Das Problem ist aber auch grundsätzlicher Natur: Es gibt deutliche Hinweise darauf, daß durch die Angebote der Berufsinformationszentren zusätzliches Problembewußtsein für die Themenbereiche geweckt wird. Diesem Problembewußtsein können die BIZ mit ihren derzeitigen Möglichkeiten noch nicht gerecht werden.

Die Strategie muß daher in zwei Richtungen gehen: einerseits Vertiefung des Informationspotentials und andererseits strukturelle Positionierung der BIZ als Schnittstelle zwischen der Vielzahl an spezialisierten Beratungs- und Informationseinrichtungen.

Können diese Optionen nicht realisiert werden, entsteht die paradoxe Gefahr, daß

der nachweislich große Erfolg der Berufsinformationszentren einen Bedarf schafft, der nicht mehr einzulösen ist.

Es ist daher für Optimierungsstrategien zu plädieren, nicht zuletzt auch um Kriterien der Effizienz zu genügen. Notwendig sind vor allem Formen interner und externer Kooperation sowie die verstärkte Inanspruchnahme moderner Kommunikationstechnologien, wie zum Beispiel öffentlich zugänglicher Netzwerke. Die „Berufsinformationszentren der Zukunft“ werden in einer Weise disloziert sein, die die derzeitige Diskussion – Unterbringung innerhalb oder außerhalb einer regionalen Geschäftsstelle – als historisches Detail innerhalb der Organisationsentwicklung erscheinen lassen werden.

Parallel dazu sollte man die Aufgabenstellung neu definieren und das tatsächliche Leistungspotential mittels einer differenzierten Analyse der verschiedenen Zielgruppen abstecken. Unter Umständen wird es dann als zweckmäßig erscheinen, vom Anspruch der Informationsleistung für alle potentiellen InteressentInnengruppen wieder abzugehen. Vielleicht ist aber auch der universelle Anspruch durch ein integratives Konzept möglichst aller Informationsträger im Umfeld der „neutralen“ Berufsinformationszentren dennoch aufrechtzuerhalten.

Darüber hinaus wäre es vorteilhaft, die Organisation zu vereinheitlichen: Das bedeutet, erfolgreiche Modelle zur Kenntnis zu nehmen und österreichweit zu forcieren. Gleichzeitig sollten verbindliche Formen der Kommunikation, Koordination, Leitung und Verantwortlichkeit gefunden werden.

Dabei ist nicht zuletzt das Problem zu lösen, wie der zunehmenden Differenzierung des Informationsbedarfes zu begegnen ist. Das größte Leistungspotential der BIZ liegt derzeit bei der Zielgruppe der SchülerInnen in der 7. und 8. Schulstufe sowie der Polytechnischen Lehrgänge. Für ältere, höhergebildete und a priori skeptischere KundInnen ist das Angebot deutlich geringer, für manche Gruppen so gut wie nicht vorhanden. Die Integration externer Angebote (Personal und Informationsmaterial) für diesen wachsenden KundInnenkreis ist daher dringend zu forcieren.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung verweisen auf die Notwendigkeit, Modellkonzepte für eine verstärkte Zielgruppenorientierung des Leistungsspektrums der BIZ zu entwickeln. Solange die Vermittlungsformen unzureichend sind, wird eine rein quantitative Ausweitung des Angebotes nichts an den Defiziten ändern. Neben dieser methodischen Optimierung müssen leistungsbehindernde Disfunktionalitäten in der Organisationsstruktur beseitigt werden. Insbesondere die ausgeprägte

Diversifikation wäre kritisch zu hinterfragen und durch gezielte Integration sowohl auf teil- als auch auf gesamtinstitutioneller Ebene abzuschwächen. Dies soll nicht zu einer „Gleichschaltung“ der Berufsinformationszentren führen, sondern Mehrgleisigkeiten verhindern und funktionierende Zusammenarbeit ermöglichen. Die Arbeit der BIZ muß künftig kriteriengeleitet erfolgen und sich der Kosten-Nutzen-Analyse, der Zielbestimmung und der Erfolgskontrolle als Instrumente bedienen. Ebenso wird letztendlich eine tatsächliche Zusammenarbeit mit allen anderen Institutionen der Berufsinformation im weitesten Sinne herzustellen sein. Davon wären nicht nur Kosteneinsparungen, sondern vor allem Synergieeffekte in vielfältigem Ausmaß zu erwarten.

Die BIZ verfügen über gute Voraussetzungen, um sich sowohl organisationsintern als auch extern als ExpertInnenzentren etablieren zu können. Aufgrund ihrer neutralen Position sind sie den Ergebnissen der Untersuchung zufolge für die Funktion einer Schnittstelle aller mit Aufgaben der Bildungs- und Berufsinformation befaßten Institutionen in mehrfacher Hinsicht prädestiniert.

## Literatur

- Allehof, W.: Berufswahl und berufliche Interessen. Göttingen 1985.
- Amann, A.: Bedarfserhebung bei den Berufsinformationszentren. Unveröffentlichtes Manuskript, Wien 1991.
- Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit: Berufsberatung, Psychologischer Dienst. Selbstinformationseinrichtungen zur Berufswahl. In: ANBA 4/1984, S. 473-484.
- Ankrisch u. a.: Verbesserung der Berufsorientierung und Berufsinformation, 1993.
- Arbeitsmarktservice: Arbeitsmarktverwaltung heute und morgen. Aufgaben – Probleme – Lösungsmöglichkeiten einer zeitgemäßen Arbeitsmarktpolitik. Unveröffentlichtes Manuskript, Wien 1989.
- Beinke, L.: Berufsinformationszentren. Wichtiger Teil im Mosaik der Berufswahlvorbereitung. In: Berufsberatung und Berufsausbildung 5/1989, S. 17-27.
- Beinke, L.: Berufswahlforschung über Berufsinformationszentren. In: arbeit und beruf 1/1987, S. 4-6.
- Bergmann, Ch., Eder, F.: AIST. Allgemeiner Interessen-Struktur-Test. Ein Verfahren zur Erfassung beruflicher Interessen. UST. Umwelt-Struktur-Test. Ein Verfahren zur Beschreibung beruflicher und schulischer Anforderungsumwelten. Testmanual. Linz o. J.
- BMAS: Berufsinformationszentren. Unveröffentlichtes Manuskript, 1993.
- BMAS: Protokolle der Arbeitsgruppe „Berufsinformationskonzept“. Unveröffentlichte Manuskripte.
- BMAS: Protokolle der Zentralen Arbeitskreise der Berufsinformationszentren (BIZ). Unveröffentlichte Manuskripte.
- Bundesanstalt für Arbeit (Hrsg.): Handbuch zur Berufswahlvorbereitung. Ausgabe 1992.
- Bundesanstalt für Arbeit: Neue Tendenzen, Herausforderungen und Technologien in der grenzübergreifenden Berufsberatung. Europäische Berufsberatungskonferenz. Dritte europäische Konferenz über Computer in der Berufsberatung. Konferenzdokumentation. Nürnberg, 25.-27. November 1992.
- Busshof, L.: Berufswahl-Theorien in ihrer Bedeutung für die Praxis der Berufsberatung. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1984.
- Chaberny, A., Schober-Gottwald, K.: Risiko und Chance bei der Ausbildungs- und Berufswahl. Das IAB-Konzept zur differenzierten Information über Beschäfti-

- gungsaussichten. Sonderdruck aus MittAB 1/76, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1976.
- Dincher, R.: Berufskundliche Information und Berufswahl von Abiturienten. Impitische Studie zur Bedeutung der personalen und medialen Berufswahlhilfen. In: BeitrAB 115, Nürnberg 1987.
- Douglas, M.: Wie Institutionen denken. Frankfurt/Main 1992.
- Finsinger, J.: Wettbewerb und Regulierung. Law und Economics, Bd. 16. München 1991.
- Gödl, H.: Berufswahl und Berufsinformationszentrum. Ergebnisse einer empiristischen Untersuchung. Hombrechtikon 1985.
- Gödl, H.: Die Nutzung eines Berufsinformationszentrums. Hombrechtikon 1985.
- Hansen J.: Das Panel. Zur Analyse von Verhaltens- und Einstellungswandel. Opladen 1982.
- Hirsch, W.: Berufsinformationszentren – Ziele, Aufgaben und Möglichkeiten. In: Arbeit, Beruf und Arbeitslosenhilfe – Das Arbeitsamt 1973/4, S. 102–104.
- Hirsch, W.: Berufsinformationszentren – Neuartiges Angebot berufsorientierender Hilfen. Nürnberg.
- Hörschgen, H., Friedrich, G., Gaiser, B.: Das Informationsverhalten von Abiturienten bei der Studien- und Berufswahl. Eine empirische Studie. Stuttgart 1986.
- Jaide, W.: Probleme und Methoden der Evaluierung von Druckmedien zur Berufsorientierung. In: BeitrAB 63, Nürnberg 1981.
- Jonke, E.: Die Berufsinformationszentren der HK Organisation. Wien 1993.
- Klevenow, G.-H.: Multimediakommunikation in Selbstinformationseinrichtungen (BIZ). In: Bundesanstalt für Arbeit: Neue Tendenzen, Herausforderungen und Technologien in der grenzübergreifenden Berufsberatung. Konferenzdokumentation. Nürnberg, 25.–27. November 1992.
- Lange, E.: Berufswahl als Interaktionsprozeß – Theoretische Vorüberlegungen für ein empirisches Projekt. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen 1976.
- Lange, E.: Berufswahl. Eine empirische Untersuchung der Berufswahl-Situation von Hauptschülern, Realschülern und Abiturienten. München 1978.
- Lange, E.: Zur Wirksamkeit der Berufsberatung. Ein Überblick über den Stand der empirischen Evaluierungsforschung zur Berufsberatung. In: MittAB 2/79, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1979.
- Lange, E.: Orientierungsveranstaltungen der Berufsberatung in der gymnasialen

- Oberstufe. Erste Ergebnisse einer Prozeß- und Impactevaluation. In: MittAB 4/83, S. 427.
- Lange, E., Becher, U.: Evaluierung der Berufsberatung der Bundesanstalt für Arbeit – Pilotstudie am Beispiel der ersten Schulbesprechung. In: BeitrAB 62, Nürnberg 1981.
- Lange, E., Becher, U.: Evaluierung der 1. Schulbesprechung der Berufsberatung der Bundesanstalt für Arbeit. In: MittAB 4/81, Nürnberg 1981.
- Lassnigg, L.: Ausbildungen und Berufe in Österreich. Problemorientierte Beschreibung und Analyse des Systems beruflicher Erstausbildung. Wien 1989.
- Lassnigg, L.: Ausbildungen und Berufe in Österreich. Kurzfassung, Wien 1989.
- Lohmann, B.: Berufsinformationszentren – eine Idee setzt sich durch. In: Gewerkschaftliche Bildungspolitik 4/86, S. 124–127.
- Massute, J.: Berufsinformationszentrum – Befragung von Besuchern. In: arbeit und beruf 7/1984, S. 196–198.
- Mertens, D.: Berufsprognosen: Relativierung und Modifikationen. In Mitt/IAB 2/1969, S. 6.
- Musgrave, R. A., Musgrave, P. B., Kullmer, L.: Die öffentlichen Finanzen in Theorie und Praxis. Band 1, 6. Auflage, Tübingen 1994.
- Nieder, H.: Selbstinformationseinrichtungen der Berufsberatung werden ausgebaut. Ein Situationsbericht. In: arbeit und beruf 1/1980, S. 4 ff.
- Paul, G.: Entscheidungshilfen im Studien- und Berufswahlprozeß. Zur Sozialpsychologie des Entscheidungsverhaltens bei der Studien- und Berufswahl. Frankfurt, Bern, New York 1984.
- Peisert, H. (Hg.): Abiturienten und Ausbildungswahl. Weinheim und Basel 1981.
- Prohaska, S.: Die Bedeutung von Information im Berufswahlprozeß. Eine Studie anhand der Studien- und Berufswahlinformationsmesse. Wien 1994.
- Renckstorff, K.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin 1977.
- Ries, H.: Berufswahl in der modernen Industriegesellschaft. Bern 1970.
- Riessner, H.: Volkswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse der Berufsinformationszentren (BIZ) der österreichischen Arbeitsmarktverwaltung. Unveröffentlichtes Manuskript, Petersburg 1995.
- Sandberger, J.-U.: Informationsquellen: Benutzung und Bewertung. In: Peisert, H. (Hg.): Abiturienten und Ausbildungswahl, S. 121–136.
- Sarges, W., Birkhan, G., Klevenow, G. H.: Analyse der beruflichen Einzelberatung.

- Bedarf, Vermittlung und Funktion von Information. In: BeitrAB 134, Nürnberg 1989.
- Schedler, K., Willenpart, N.: Theorien der Berufswahlentscheidung. Wien 1982.
- Schröder, H.: Die Funktion und Rolle des Berufsberaters. Eine Mehrebenenanalyse seiner Aufgabe bei der Berufsallokation. In: BeitrAB 132, Nürnberg 1989.
- Schweikert, K., Meissner, V.: Berufswahl und Berufsinformation. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: BeitrAB 85, Nürnberg 1984.
- Schweikert, K.: BIZ '88. In: ibv vom 22. Februar 1989, S. 281–285.
- Schweikert, K.: Arbeitslose und erwerbstätige Besucher der BIZ-Mediothek. Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung. In: ibv vom 10. Juli 1991, S. 1237–1241.
- Seifert, K. H. (Hg.): Handbuch der Berufspsychologie. Göttingen, Toronto, Zürich 1977.
- Stegmann, H.: Inanspruchnahme und Einschätzung der Berufsberatung durch Schüler der allgemeinbildenden Schulen. In: MittAB 3/81, S. 274–288.
- Steirer, H.: Zur Problematik der Berufszufriedenheit und Berufswahl von Jugendlichen in der Lehre in bezug auf Berufsinformation und Berufsvorbereitung. Graz 1987.
- Stiglitz J., Schönfelder, B.: Finanzwissenschaften. Internationale Standardlehrbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. München 1989.
- Stothfang, E.: Zur Bedeutung der Berufsinformation in Deutschland. In: ÖIBF-Informationen 1/93, S. 25/26.
- Teichert, W.: Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des „Uses and Gratifications Approach“. In: RuF 3–4/1975, S. 269–283.
- Weitzel, H. J.: Überlegungen zur Arbeitsplanung in den Berufsinformationszentren. In: arbeit und beruf 6/1987, S. 178–179.
- WISDOM: Berufswünsche und Arbeitsmarktrealität bei AHS-Abgängern. 8 Teilberichte. Unveröffentlichtes Manuskript, Wien 1992–1994.
- WISDOM: Jg. IX, 1/2: Berufswünsche und Arbeitsmarktrealität bei AHS-Abgängern. Wien 1995.

## Quellen

„Arbeitslose und erwerbstätige Besucher der BIZ-Mediothek“

Schweikert (1991) befragte 95 arbeitslose und berufstätige Besucher der Berufsinformationszentren Hannover, Hamburg und Berlin.

„Berufswahl und Berufsinformationszentrum“

Gödl (1985) befragte 273 KundInnen des BIZ Winterthur.

„Berufsinformationszentrum – Befragung von Besuchern“

Massute (1984) befragte 369 Besucher des BIZ Hamburg.

„Berufswahl und Berufsinformation“

Schweikert, Meissner (1981) führten im BIZ Berlin eine Gruppenbefragung von 1121 Jugendlichen (Schülern) und ihren BegleitLehrerInnen sowie von 2011 Einzelbesuchern mit einem Höchstalter von 21 Jahren durch.

„BIZ '88“

Schweikert führte 1988 eine bundesweite repräsentative Befragung von Benutzern der BIZ-Mediotheken durch. Die Befragung lief als „Geburtstagsstichprobe“ vom 6. 9. bis 30. 10. in 100 Berufsinformationszentren; es wurde ein standardisierter Erhebungsbogen verwendet. 4133 Fragebogen konnten ausgewertet werden.

„Verbesserung der Berufsorientierung und Berufsinformation“

Ankrisch u. a. führten 1993 eine Marktstudie im Bereich des AA Voitsberg durch, um die Bedarfslage der Zielgruppe im Hinblick auf Jugendberatung bzw. das Serviceangebot insgesamt präzisieren zu können. Die schriftliche Befragung erfaßte insgesamt 474 SchülerInnen, Eltern, BildungsberaterInnen, Institutionen sowie Arbeit- und Ratsuchende der Region.