

Nowak, Günter

Research Report

Die österreichischen Berufsinformationszentren

AMS info, No. 6

Provided in Cooperation with:

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

Suggested Citation: Nowak, Günter (1996) : Die österreichischen Berufsinformationszentren, AMS info, No. 6, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/98057>

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 info 6

Günther Novak

Die österreichischen Berufsinformationszentren

Die vorliegende Kurzfassung stellt die Ergebnisse einer Studie von Günther Novak vor, die sich mit den Berufsinformationszentren des Arbeitsmarktservice (BIZ) beschäftigt. Von Herbst 1993 bis Sommer 1995 wurden im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und der Bundesgeschäftsstelle des Arbeitsmarktservice die Voraussetzungen und Wirkungsmöglichkeiten sowie das reale Leistungsspektrum der Berufsinformationszentren untersucht. Die erforderlichen Daten wurden aus einer standardisierten Befragung von 1916 KlientInnen und einer Wiederholungsbefragung gewonnen; an der Zweitbefragung nahmen 230 Personen teil, deren Besuch eines Berufsinformationszentrums rund ein Jahr zurücklag. Darüber hinaus wurden 94 BegleitlehrerInnen sowie 132 MitarbeiterInnen der Berufsinformationszentren und des Arbeitsmarktservice in die schriftliche Erhebung einbezogen; Schwerpunkte waren hier das Tätigkeitsprofil, Informationsmedien und -politik, Leistungsfähigkeit, Auslastung und Optimierung.

1. Entstehung und Funktion der Einrichtungen

Bei den Berufsinformationszentren 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 stellen diese Institutionen die verschiedensten Grundlagen wie Berufswörterbücher, einschlägige Broschüren, Videos, Informationsmappen, Bildmaterialien und computergestützte Berufsinformations- und Selbsterkundungsprogramme zur Verfügung.

Die Zentren wurden als ergänzendes Angebot zur traditionellen Berufsberatung in den Schulen und in den regionalen Geschäftsstellen des Arbeitsmarktservice konzipiert. Zielgruppen sind Berufsein- sowie Berufsum- und WiedereinsteigerInnen. Organisatorisch sind die Zentren den regionalen Geschäftsstellen des Arbeitsmarktservice angeschlossen. Das erste Berufsinformationszentrum Österreichs wurde 1988 in Linz eröffnet. Ende 1994 gab es in Österreich bereits 32 dieser Einrichtungen; im Frühjahr 1996 waren es 42.

Österreichweit wurden im Jahr 1995 246.651 KundInnen

betreut; das waren um 59.184 mehr als 1994 und rund doppelt so viele wie 1993. Besonders EinzelkundInnen und Erwachsene nehmen die Berufsinformationszentren in zunehmendem Ausmaß in Anspruch, so daß mittelfristig mit einer Ausgewogenheit zwischen jugendlichen und erwachsenen BesucherInnen zu rechnen ist.

2. Die Berufsinformationszentren im Urteil ihrer MitarbeiterInnen

Bei der ersten Befragung zeigten sich drei Viertel der BIZ-MitarbeiterInnen mit dem Arbeitsklima sehr zufrieden, bei der zweiten Befragung sogar 90 %. Unzufrieden waren 1993/94 noch 7 %, 1995 niemand mehr. Das Arbeitsklima im Arbeitsmarktservice bezeichnete dagegen nur rund ein Fünftel der Befragten als zufriedenstellend, 38,6 % waren unzufrieden. Das Verhältnis zwischen Arbeitsmarktservice und Berufsinformationszentrum wurde von den BIZ-MitarbeiterInnen häufig als kontraproduktiv erlebt.

Im Unterschied zu den MitarbeiterInnen des Arbeitsmarktservice müssen jene der Berufsinformationszentren zusätzlich Aufgaben in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation, Kommunikation, Veranstaltungen, Recherche und Organisation wahrnehmen.

Die Akzeptanz der vorhandenen Medien war relativ hoch; allerdings wurden oft Lieferschwierigkeiten und die mangelnde Aktualität der Materialien moniert. Beinahe die Hälfte der MitarbeiterInnen beklagte, daß es für bestimmte Personengruppen keine entsprechenden Unterlagen gebe; als defizitäre Bereiche wurden beispielsweise der zweite Bildungsweg, die Fachhochschulen, die berufsbildenden Schulen und gruppenspezifische Informationen angeführt.

Nach Einschätzung der MitarbeiterInnen hatte ein Drittel der Berufsinformationszentren die Kapazitätsgrenzen erreicht. Für diesen Umstand wurden vor allem die Personalausstattung und die technische Entwicklung der Informationsmedien und weniger die räumlichen Bedingungen der Zentren verantwortlich gemacht.

Beurteilung durch das begleitende Lehrpersonal

Auch die BegleitlehrerInnen der Schulklassen, die 1993 befragt wurden, beurteilten die Berufsinformationszentren als wertvolle Einrichtung. Hervorgehoben wurde, daß sich die Wirkung eines BIZ-Klassenbesuches durch eine Vor- und Nachbereitung in der Schule mittels eigener Unterrichtsmaterialien und Arbeitsbehelfe noch steigern lasse.

Das Lehrpersonal äußerte den Wunsch nach realitätskonformerem Darstellungen der Berufswelt, mehr

Informationen über die verschiedenen Schultypen und die Lehrsituation sowie nach speziellen Unterlagen für sich 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.

Die erste KundInnenbefragung

In der 1994 durchgeführten Befragung stellten die KundInnen den Berufsinformationszentren ein sehr gutes Zeugnis aus: Zwei Drittel der BesucherInnen waren mit den Leistungen zufrieden, nur 10 % waren unzufrieden. Fast durchgehend wurde die hohe Informationskompetenz hervorgehoben. 84 % der Befragten waren jünger als 16 Jahre; mehr als die Hälfte hatte die Pflichtschule noch nicht, 38 % gerade erst abgeschlossen. Die Mehrzahl der KundInnen (72 %) besuchte ein Berufsinformationszentrum, um schriftliche Unterlagen über mögliche Ausbildungswege und/oder geeignete Berufe zu erhalten. Die Ausstattung der Einrichtung sowie die Freundlichkeit und Kompetenz der MitarbeiterInnen wurden von mehr als 80 % als sehr positiv beurteilt. 15 % allerdings wußten nach dem BIZ-Besuch "erst recht nicht, was sie jetzt machen sollten".

Zwischen den soziodemographischen Merkmalen Geschlecht, Alter, Ausbildung und der Bewertung der Einrichtung ließen sich nur relativ schwache Zusammenhänge nachweisen. Die schlechtesten Einschätzungen stammten von den älteren KundInnen. Da diese im allgemeinen über einen größeren Wissensstand in Fragen der Berufs- und Ausbildungswahl verfügten als jüngere, dürften sich ihre Erwartungen wohl eher auf spezifische Auskünfte gerichtet haben. Wenngleich anzunehmen ist, daß solche Detailinformationen in den Unterlagen vorhanden sind, wäre es sicher sinnvoll, diese verstärkt in computergestützte Systeme zu integrieren.

Die Wiederholungsbefragung 1995

Auch nach über einem Jahr war die Zufriedenheit mit den Berufsinformationszentren hoch: Vier von fünf Befragten hatten das Zentrum in guter Erinnerung, 70 % sahen ihre Erwartungen nach wie vor vollständig erfüllt. 30 % gaben an, sich erst seit dem BIZ-Besuch für Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zu interessieren, 20 % hätten ohne BIZ-Besuch vermutlich einen anderen Weg eingeschlagen, 13 % trafen während oder unmittelbar nach dem Besuch eine Ausbildungs- oder Berufsentscheidung.

Im Vergleich zu anderen Formen in diesem Bereich rangieren die Berufsinformationszentren im Mittelfeld. Der höchste

Nutzen wurde Schul- oder Betriebsbesuchen zugeschrieben; auch die Berufsberatung in den Regionalgeschäftsstellen des Arbeitsmarktservice schnitt sehr gut ab. Die Gegenüberstellung der Ergebnisse der beiden Befragungen läßt die Tendenz zu besseren Bewertungen des Besuches im nachhinein erkennen. An Verbesserungswünschen wurden nach einem Jahr eine intensivere Einzelberatung, aktuellere und umfassendere Informationsmaterialien, aufschlußreichere Computertests und besser gestaltete Broschüren und Videos geäußert.

Durch einen BIZ-Besuch konnten bestehende Pläne auch ins Wanken geraten. Dabei zeigten sich die nach über einem Jahr noch Unentschiedenen stärker verunsichert als jene, die sich während oder kurz nach dem Aufsuchen eines Berufsinformationszentrums für eine Ausbildung oder einen Beruf entschieden hatten. Die auch bei der Wiederholungsbefragung noch Unentschiedenen wurden zu einem höheren Anteil von der Vielfalt der Möglichkeiten in den Zentren überrascht und hatten das Berufsinformationszentrum häufiger ein zweites Mal aufgesucht als die Vergleichsgruppe.

In den Wertorientierungen der BIZ-KundInnen spielten Erfolg in der Schule, Aus- und Weiterbildung, Beruf und berufliche Zukunft, FreundInnen und Bekannte sowie Taschengeld und Einkommen die wichtigste Rolle. Ehe, Familie und Kinder sowie österreichische Politik wurden als eher unwichtig eingestuft. Interessant ist, daß sich bei Bildung und Beruf keine geschlechtsspezifischen Unterschiede ergaben und daß Ehe, Familie und Kinder für die weiblichen Besucher weniger Bedeutung hatten als für die männlichen.

3. Entwicklungsoptionen

Die Studie kritisiert, daß das Hauptaugenmerk bislang auf die "bloße" Einrichtung und Eröffnung möglichst vieler Berufsinformationszentren gerichtet gewesen sei. Aufgrund der mittlerweile gewonnenen Erfahrungen sei es nicht weiter vertretbar, diese Strategie zu verfolgen, ohne gleichzeitig auch für eine funktionale und tragfähige Organisationsstruktur, für ausreichende Personalausstattung, für eine hochwertige Aus- und Weiterbildung der MitarbeiterInnen sowie für adäquate Infrastrukturen zu sorgen. Daß manche Berufsinformationszentren den Betrieb nur mehr formal aufrechterhalten können, ist ebenso ein deutlicher Hinweis auf diese Fehlentwicklung wie die auftretenden Kompetenz- und Zuständigkeitsunsicherheiten, die relativ geringe Akzeptanz und Integration innerhalb der Gesamteinstitution sowie die trotz des hohen Identifikationsgrads mit der Aufgabe hohe Personalfuktuation. Das KundInnenpotential der Berufsinformationszentren scheint nach wie vor geradezu beliebig erweiterbar, wobei die Mehrheit der Zentren aktuell

nur einen eingeschränkten Kreis an KundInnen ihrer potentiellen Einflußsphäre erreicht. Bereits jetzt gibt es Gruppen, für die das vorhandene Informationsangebot als nur sehr lückenhaft einzustufen ist. Außerdem läßt sich deutlich absehen, daß durch die Angebote der Einrichtungen ein umfassenderes Problembewußtsein für die Themenbereiche Berufs- und Bildungswahl geweckt wird. Diesem Problembewußtsein können die Berufsinformationszentren mit ihren derzeitigen Möglichkeiten nicht gerecht werden. Deshalb sind bereits viele Zentren dazu übergegangen, von zusätzlichen Werbemaßnahmen abzusehen.

Die Untersuchung plädiert für mehrere Optimierungsstrategien. Notwendig seien vor allem Formen interner und externer Kooperation sowie eine verstärkte Inanspruchnahme moderner Kommunikationsformen wie etwa öffentlich zugänglicher Netzwerke.

Parallel dazu sollte man sich bemühen, die Aufgabenstellung der Einrichtung neu zu definieren und deren optimales Leistungspotential mittels einer differenzierten Analyse der verschiedenen Zielgruppen zu erschließen. Erst auf dieser Grundlage könne entschieden werden, ob es zweckmäßig sei, vom Anspruch der Informationsleistung für alle potentiellen InteressentInnengruppen abzugehen oder den universellen Anspruch durch ein integratives Konzept möglichst aller Informationsträger im Umfeld der Zentren aufrechtzuerhalten und einzulösen.

Die Untersuchung legt nahe, eine einheitliche und dauerhafte Linie zu entwickeln. Erfolgreiche Modelle sollten zur Kenntnis genommen, österreichweit forciert und verbindliche Formen der Kommunikation, Koordination, Leitung und Verantwortlichkeit erarbeitet und durchgesetzt werden.

Weiters sollten vorbildhafte Muster für eine zielgruppenspezifische Dienstleistung gefunden werden. Eine rein quantitative Ausweitung des Informationsangebotes sei zu diesem Zweck ungeeignet. BIZ-Arbeit müsse kriteriengeleitet erfolgen; Kosten-Nutzen-Analysen, Zielbestimmungen und Erfolgskontrollen seien dafür unabdingbare Instrumentarien. Ebenso werde letztendlich die Zusammenarbeit mit allen anderen Institutionen der Berufsinformation herzustellen sein; davon könne man sich neben Kosteneinsparungen auch hohe Synergieeffekte erwarten.

Die Studie kommt zu dem Schluß, daß die Berufsinformationszentren über alle Voraussetzungen verfügen, sich sowohl organisationsintern als auch -extern als funktionierende ExpertInnenzentren zu etablieren. Aufgrund ihrer neutralen Position seien sie als Schnittstelle aller mit Aufgaben der Bildungs- und Berufsinformation befaßten Institutionen prädestiniert. Wenn es gelingt, die nach

wie vor existierenden Berührungspunkte abzubauen, könnten die Berufsinformationszentren des Arbeitsmarktservice zur zentralen Kommunikationsstruktur in diesem wichtigen Bereich werden.