# Endbericht:

# Wirksamkeit von Bildungs- und Berufsberatung

Auftraggeber:
Martin Zeilinger, Dorian Waller
Arbeitsmarktservice Wien - Landesgeschäftsstelle

Projektteam abif:
Agnes Dürr, Andrea Egger, Claudia Liebeswar, David Strauss
abif – analyse, beratung, interdisziplinäre forschung

www.abif.at

Wien, Dezember 2022

# INHALT

**1. Zusammenfassung ..... 4**

**2. Einleitung und Forschungsinteresse ..... 8**

**3. Methodischer Rahmen ..... 9**

*3.1. Literaturanalyse ..... 9*

*3.2. Abstimmung mit BIZ-Mitarbeiter_innen ..... 9*

*3.3. Retrospektive Online-Erhebung der subjektiven Wirkung der BIZ-Beratung ..... 9*

*3.4. Retrospektive telefonische Erhebung der subjektiven Wirkung der BIZ-Beratung ..... 10*

*3.5. Prä-Post-Befragung jugendlicher Kund_innen ..... 10*

*3.6. Fremdeinschätzung durch die Berater_innen ..... 10*

**4. Zusammensetzung der Stichproben ..... 10**

*4.1. Online- bzw. telefonische Befragung: Jugendliche ..... 10*

*4.2. Online- bzw. telefonische Befragung: Erwachsene ..... 14*

*4.3. Prä-Post-Befragung: Jugendliche ..... 17*

**5. Unterstützung des Berufswahlprozesses von Jugendlichen ..... 21**

*5.1. Der Berufswahlprozess von Jugendlichen ..... 21*

5.1.1. Berufsorientierungsprozess – Theoretische Modelle ..... 21

5.1.2. Einflussfaktoren ..... 23

*5.2. Die Bedeutung der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten für den Prozess der Berufsorientierung 27*

5.2.1. Einfluss der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten auf interner und externer Ebene ..... 28

5.2.2. Indirekter und direkter Einfluss der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten ..... 28

*5.3. Die Bedeutung der Medien für den Prozess der Berufsorientierung ..... 29*

5.3.1. Der Einfluss von Fernsehformaten ..... 30

5.3.2. Der Einfluss von digitalen Spielen ..... 31

5.3.3. Der Einfluss von Social Media ..... 32

*5.4. Die Bedeutung der Peers für den Prozess der Berufsorientierung ..... 33*

*5.5. Die Bedeutung von Schule und Praktika für den Prozess der Berufsorientierung ..... 34*

5.5.1. Der Einfluss der Schule auf den Berufsorientierungsprozess ..... 34

5.5.2. Der Einfluss praktischer Erfahrungen auf den Berufsorientierungsprozess ..... 35

*5.6. Die Bedeutung des BIZ für den Prozess der Berufsorientierung ..... 36*

5.6.1. Erwartungen retrospektiv befragter Kund_innen an die BIZ-Beratung und deren Erfüllung ..... 36

5.6.2. Beratungsergebnisse und umgesetzte Vorhaben retrospektiv befragter BIZ-Kund_innen aufgrund der Beratung ....41

5.6.3. Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses im Längsschnitt....42

5.6.4. Allgemeine Einschätzung der BIZ-Beratung durch retrospektiv befragte Kund_innen .56

**6. Unterstützung des Berufswahlprozesses von Erwachsenen ....58**

*6.1. Erwartungen an die BIZ-Beratung und deren Erfüllung....58*

*6.2. Beratungsergebnisse und umgesetzte Vorhaben aufgrund der Beratung....64*

*6.3. Einflussfaktoren auf berufliche und bildungsbezogene Entscheidungen....70*

*6.4. Allgemeine Einschätzung der BIZ-Beratung durch die Kund_innen....74*

**7. Gestaltung künftiger Beratungsangebote (mit Fokus auf solchen für Jugendliche) ....76**

*7.1. Verbesserungsvorschläge vonseiten der Kund_innen....76*

*7.2. Handlungsempfehlungen und Praxisideen....83*

7.2.1. Der Einflussfaktor Eltern bzw. Erziehungsberechtigte in der Beratung ....84

7.2.2. Der Einflussfaktor Medien in der Beratung....87

7.2.3. Der Einflussfaktor Peers in der Beratung ....91

7.2.4. Der Einflussfaktor Schule und Praktika in der Beratung ....94

**8. Literaturverzeichnis ....96**

# 1. ZUSAMMENFASSUNG

## Auf einen Blick

**Forschungsinteresse:** Effekte und Verbesserungspotenziale der BIZ-Beratung in Hinblick auf die Berufsorientierung von Jugendlichen (und, ferner, Erwachsenen) vor dem Hintergrund wechselwirkender Entscheidungstreiber

**Methoden:** Literaturanalyse, retrospektive Kund_innenbefragung (n=374), longitudinale Kund_innenbefragung ($n_{prä}$=122, $n_{post}$=52), Berater_innenbefragung (n=109)

**Handlungsfelder:** Die Kund_innen fühlen sich durch die BIZ-Berater_innen informiert und motiviert, was sich auch in Fortschritten hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses niederschlägt. Jedoch würde die Beratung von einer zusätzlichen Steigerung der (subjektiven) Authentizität geteilter Erfahrungen und der niederschwelligen Zugänglichkeit profitieren. Zudem ist der Wunsch nach längerfristiger Begleitung groß.

**Folgende Handlungsfelder für die Beratung bzw. weitere Angebote werden abgeleitet:**

- ✓ Erhöhung der Niederschwelligkeit beim Erstkontakt z.B. durch Kooperationsprojekte und anonyme Angebote über soziale Medien
- ✓ Erhöhung der Authentizität, z.B. mittels Peerberatung bei Jugendlichen
- ✓ Kooperation mit Erziehungsberechtigten als erste Ansprechpersonen ihrer Kinder
- ✓ Berücksichtigung intermediärer Entscheidungstreiber in der Beratung, z.B. Exploration von Berufsinteressen anhand des Medien- und Spielekonsums
- ✓ Anstoßen der Förderung von praktischer (Arbeits-)Erfahrungen für Jugendliche über Kooperationspartner_innen, Multiplikator_innen und Eltern

Im Auftrag des Arbeitsmarktservice Wien eruierte das sozialwissenschaftliche Forschungsinstitut abif (www.abif.at) von 2020 bis 2022 Effekte einer einmaligen oder mehrmaligen Beratungsintervention seitens der BerufsInfoZentren im Zusammenspiel mit anderen Einflussfaktoren oder „positiven Verstärkern“ auf die Bildungs- und Berufswahl. 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 Kund_innenbefragung von Jugendlichen sowie Erwachsenen ($n_{jugendlich}$=104, $n_{erwachsen}$=270), einer longitudinalen Prä-Post-Kund_innenbefragung von Jugendlichen ($n_{prä}$=122, $n_{post}$=52) und einer die longitudinale Erhebung ergänzenden Berater_innenbefragung (n=109) wurde konkret folgenden Forschungsfragen nachgegangen:

### Welche Effekte werden mit der Beratung durch die Wiener BIZen erzielt?

Sowohl Jugendliche (76,1%) als auch Erwachsene (73,3%) 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 4 von 10 der Jugendlichen an, in der Beratung vollständig bekommen zu haben, was sie sich erhofft hatten.

Insbesondere finden die Beratungskund_innen, 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 verbessert. Die jugendlichen Beratungskund_innen 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 eher/großen Einfluss auf diese hatte.

### 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 Kund_innen 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 Berater_in hatten und sie sich von diesem_dieser nicht verstanden gefühlt hätten.

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 ein_e Befragte_r, eigenen Angaben nach, nicht von der Beratung profitieren, da er_sie ohnehin bereits wusste, was er_sie machen möchte. 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.

### Inwieweit können Entscheidungstreiber (z.B. Eltern, Freund_innen, 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 Berufsinformationszentren 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 Berater_innen 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 Webseiten, 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 Mentor_innen von *Freunde schaffen Erfolg* wiederum begleiten ihre jugendlichen Mentees engmaschig sogar über den Antritt eines Praktikas 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 BerufsInfoZentren innerhalb der Wiener BO-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.

### 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 Unterstützer_innen liegen. Letzteres umfasst beispielsweise die Aktualisierung des z.T. 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

Peerberater_innen 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 Freund_innen 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 Multiplikator_innen 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 Mitarbeiter_innen der BerufsInfoZentren als intermediäre Expert_innen für die Berufsorientierungslandschaft fungieren, die über bestehende Projekte sowie Beratungs- und Unterstützungsangebote informieren. Mehrere Kund_innen merken zudem an, dass die Angebote des BIZ stärker beworben werden sollten. Ein kund_innengerechter Webauftritt könnte hierbei etwa Erfahrungsberichte oder Fallbeispiele enthalten, um realistische Erwartungen an die Beratung zu gewährleisten.

# 2. EINLEITUNG UND FORSCHUNGSINTERESSE

In den Berufsinformationszentren des AMS Wien werden jährlich zwischen 4.000 und 6.000 Kund_innen beraten. Mehr als die Hälfte davon befindet sich im Haupterwerbsalter und hat Beratungsanliegen, die im Bereich der Umorientierung, der Höherqualifizierung oder des Nachholens eines Bildungsabschlusses befindlich sind. Die Teams der BIZen stehen aber auch Jugendlichen zur Verfügung, die beispielsweise vor einer Entscheidung in ihrem Bildungs- und Berufswahlprozess stehen (z.B. der Entscheidung über den Besuch einer höheren Schule oder das Suchen einer Lehrstelle).

Beide dieser Zielgruppen, die in der vorliegenden Arbeit sowohl getrennt als auch gemeinsam betrachtet werden, profitieren in den Berufsinformationszentren also von Information und/oder Beratung rund um Beruf, Bildung und Karriere, der Klärung von Interessen und Neigungen (z.B. mittels Interessenstests), vielfältigen Informationsmaterialien und/oder Unterstützung bei der Recherche zu Themen des Arbeitsmarktes bzw. der Aus- und Weiterbildung. Das Ziel ist in vielen Fällen das Treffen einer Berufs- und Bildungsentscheidung. Diese erfolgen fast nie monokausal und hängen von vielfältigen äußeren und inneren Faktoren ab, die zueinander in einer Wechselwirkung stehen. Dem Arbeitsmarktservice Wien stellte sich somit die Frage nach der tatsächlichen Bedeutung dieser Treiber und wie diese in der Beratung des AMS zu berücksichtigen sind bzw. als "positive Verstärker" genützt werden könnten.

Der Effekt einer einmaligen oder auch mehrmaligen Beratungsintervention seitens der BIZen ist einer dieser äußeren Faktoren, welcher vielfältige Wirkungen erzielen kann. Wie diese aussehen und in welchem Verhältnis sie zu anderen Einflussfaktoren auf die Bildungs- und Berufswahl stehen, ist Gegenstand der vorliegenden Studie. Handlungsleitende Fragen waren demnach vorrangig die folgenden:

- Welche Effekte werden mit der Beratung durch die Wiener BIZen erzielt?
- Wo liegen die Stärken und Defizite der BIZ-Beratungen?
- Wo können durch Weiterentwicklung der Vorgehensweisen noch bessere Effekte erreicht werden?
- Inwieweit können andere Entscheidungstreiber (Eltern, Freund_innen, Lehrkräfte, Medien, etc.) als „positive Verstärker“ genutzt werden?

Das Projektteam identifizierte mittels eines vielfältigen Methodenmix (siehe Kapitel 3) Einflussfaktoren auf die Berufswahl insbesondere jugendlicher Kund_innen und potenzielle direkte und indirekte Ansatzpunkte für die BIZen, diese Einflussfaktoren aktiv für einen Bildungs- und Berufswahlprozess zu nutzen. Detaillierte Erkenntnisse zur Wirkung der BIZ-Beratung (auch im Vergleich zu anderen Beratungsquellen) wurden sowohl betreffend jugendliche als auch betreffend erwachsene Kund_innen gesammelt. Diese wurden durch Prä-Post-Befragungen jugendlicher BIZ-Kund_innen vertieft, aus welchen sich – in Kombination mit der Einschätzung durch die jeweiligen BIZ-Berater_innen – die Veränderung der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses aufgrund der Beratung näherungsweise ableiten ließ. Im Zuge der Zusammenführung sämtlicher dieser Ergebnisse wurden zudem Beispiele guter Praxis sowie Praxisideen identifiziert, die als Vorschläge dahingehend dienen, wie die BIZen durch eine Weiterentwicklung der bisherigen Vorgehensweisen noch umfassendere Effekte erzielen können.

# 3. METHODISCHER RAHMEN

In den vorliegenden Endbericht fließen die Ergebnisse der Literaturanalyse, der Abstimmung mit den BIZ-Mitarbeiter_innen, der retrospektiven Online- bzw. telefonischen Befragung von Jugendlichen (n=104) und Erwachsenen (n=270), der Prä-Post-Befragung der Jugendlichen ($n_{prä}$=122; $n_{post}$=52) sowie der ergänzenden Befragung der Berater_innen zum Zeitpunkt der Prämessung (n=109) ein.

## 3.1. LITERATURANALYSE

Eine umfassende Literaturanalyse zu den Treibern bzw. Einflussfaktoren der Bildungs- und Berufswahlentscheidung von (insbesondere) Jugendlichen diente der systematischen Sammlung von Informationen, welche – in quellenkritischer Weise – abgewogen und zu einem kohärenten Modell zusammengeführt wurden. Zudem stellte die Zusammenschau der Einflussfaktoren aber auch eine wichtige Grundlage für die Erstellung eines validen und aussagekräftigen Fragebogens zur Online- und telefonischen Befragung von jugendlichen BIZ-Kund_innen dar.

## 3.2. ABSTIMMUNG MIT BIZ-MITARBEITER_INNEN

Einem datentriangulativen Ansatz folgend wurde sowohl die Perspektive der BIZ-Mitarbeiter_innen als auch jene der Kund_innen eingeholt. Die BIZ-Mitarbeiter_innen fungierten als Expert_innen für ihre eigene Arbeit, aber auch als Sprachrohr für die Kund_innen. Neben einem informelleren Erfahrungsaustausch war vor allem der etwa 2-stündige Startworkshop, welcher im Februar 2021 (online) stattfand, eine wichtige Quelle für die vorliegende Arbeit. Insbesondere in Vorbereitung der Wirkungsmessung, welche Bestandteil des nächsten Berichtes sein wird, wurde hierbei besprochen, welche Erwartungen bezüglich der Wirkung die BIZ-Berater_innen selbst haben. Darauf aufbauend wurden Indikatoren für eine Wirkungsmessung ausformuliert.

## 3.3. RETROSPEKTIVE ONLINE-ERHEBUNG DER SUBJEKTIVEN WIRKUNG DER BIZ-BERATUNG

Von September bis November 2021 wurden sämtliche der N=3090 Personen, die zwischen 1. September 2019 und 15. März 2020 eine BIZ-Beratung im AMS Wien erhalten haben, zu ihrer subjektiven Einschätzung dieser Beratung und der Beratungswirkung eingeladen. 472 Personen folgten dieser Aufforderung. Abzüglich jener Kund_innen, die sich nicht ausreichend an die BIZ-Beratung erinnern konnten, gingen letztlich n=374 Personen in das dem vorliegenden Bericht zugrundeliegende Sample ein.

Personen mit einem Geburtsjahr von zumindest 2001 (oder jüngere Personen) wurden der Stichprobe der Jugendlichen zugerechnet. Personen mit einem Geburtsjahr von 2000 (oder älteren Personen) gehörten der Stichprobe der Erwachsenen an. Die getrennte Befragung und Auswertung jener Gruppen ist vorrangig dem abweichenden Erkenntnisinteresse geschuldet, stehen betreffend die Jugendlichen doch insbesondere auch die Einflussfaktoren auf den (frühen) Bildungs- und Berufswahlprozess im Fokus.

### 3.4. RETROSPEKTIVE TELEFONISCHE ERHEBUNG DER SUBJEKTIVEN WIRKUNG DER BIZ-BERATUNG

Überwiegend erfolgte die Befragung online; auf Wunsch war jedoch auch eine telefonische Befragung möglich. In einer solchen füllten erfahrene Interviewleiter_innen ein Gespräch entlang des Online-Fragebogens; zusätzlich gab das telefonische Setting ihnen aber die Möglichkeit, auch tiefergehende, „weichere“ Fragen zu stellen als entlang eines schriftlichen, standardisierten Fragebogens möglich gewesen wäre.

### 3.5. PRÄ-POST-BEFRAGUNG JUGENDLICHER KUND_INNEN

Zwischen Mai und Oktober 2022 wurden BIZ-Kund_innen im Alter von 14 bis 19 Jahren[1] gebeten, vor ihrer Einzelberatung einen Fragebogen am eigenen Smartphone oder an den Computerplätzen vor Ort auszufüllen. Dieser fokussierte auf die Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses, welcher über am webbasierten, durch die Hochschule der deutschen Bundesagentur für Arbeit entwickelten Evaluationstool BET-U25 (www.meine-berufswahl.org) orientierten Items operationalisiert wurde.

Etwa vier[2] Wochen nach dem Beratungsgespräch wurden die $n_{Erst}$=122 Jugendlichen, die an der Erstbefragung teilgenommen hatten, per Mail zur Teilnahme an der Zweitbefragung aufgefordert, was dem Projektteam die Möglichkeit gab, Veränderungen hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses zu eruieren. Dem kamen $n_{Zweit}$=52 der Beratungskund_innen nach.

### 3.6. FREMDEINSCHÄTZUNG DURCH DIE BERATER_INNEN

Zum Zeitpunkt der dargestellten Prämessung wurden zudem die BIZ-Berater_innen gebeten, grob einzuschätzen, wie fortgeschritten die Jugendlichen in den Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses zum Zeitpunkt des Beratungsbeginns waren. Namentlich wurden „Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft“, „Berufliche Selbsteinschätzung“, „Beruflicher Informationsstand“, „Entscheidungsverhalten“ und „Realisierungsaktivitäten“ beurteilt. Hierdurch konnte die Selbsteinschätzung von $n_{BIZ}$=109 der befragten Jugendlichen durch eine Fremdeinschätzung ergänzt werden.

## 4. ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBEN

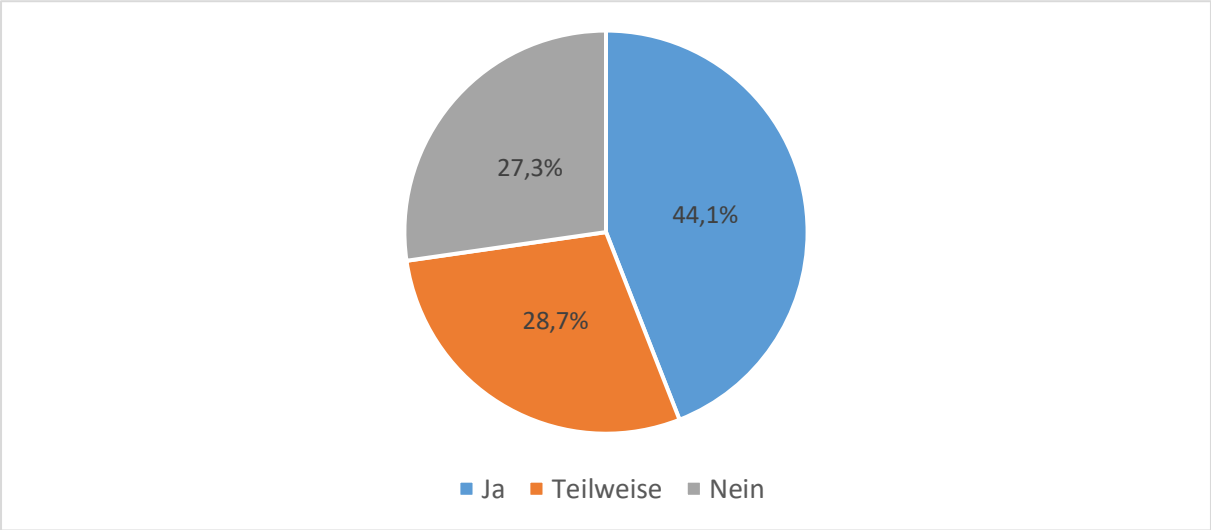
### 4.1. ONLINE- BZW. TELEFONISCHE BEFRAGUNG: JUGENDLICHE

Die Grundgesamtheit der jugendlichen Befragungsteilnehmer_innen, d.h. jener Personen, die 2001 oder später geboren wurden und zwischen 1. September 2019 und 15. März 2020 eine BIZ-Beratung in Wien in Anspruch genommen haben, beträgt N=1307 Personen. 143 dieser füllten, nach postalischer und/oder E-Mail-Aufforderung, die Online-Befragung aus bzw. erklärten sich zu einer telefonischen Befragung bereit. Die Rücklaufquote von demnach 10,90% liegt über dem Erwartungswert für die Sozialforschung.

[1] In Einzelfällen wurden auch jüngere Jugendliche bzw. ältere junge Erwachsene befragt.
[2] Aufgrund mehrmaliger Erinnerungen mit der Bitte, den Fragebogen zu komplettieren, liegen in manchen Fällen bis zu 8 Wochen zwischen Erst- und Zweitbefragung.

Die erreichten Personen setzen sich aus 117 Online-Befragten und 26 telefonisch Befragten zusammen. Da sich aber 39 der Jugendlichen nicht mehr in einem ausreichenden Maß an die BIZ-Beratung erinnern konnten, konnten schließlich n=104 der Heranwachsenden in die vorliegende Arbeit einbezogen werden (siehe Abbildung 1).

**Abbildung 1: "Sie waren im letzten Jahr zur Beratung in einem der BerufsInfoZentren (BIZ) in Wien. Erinnern Sie sich daran?"**

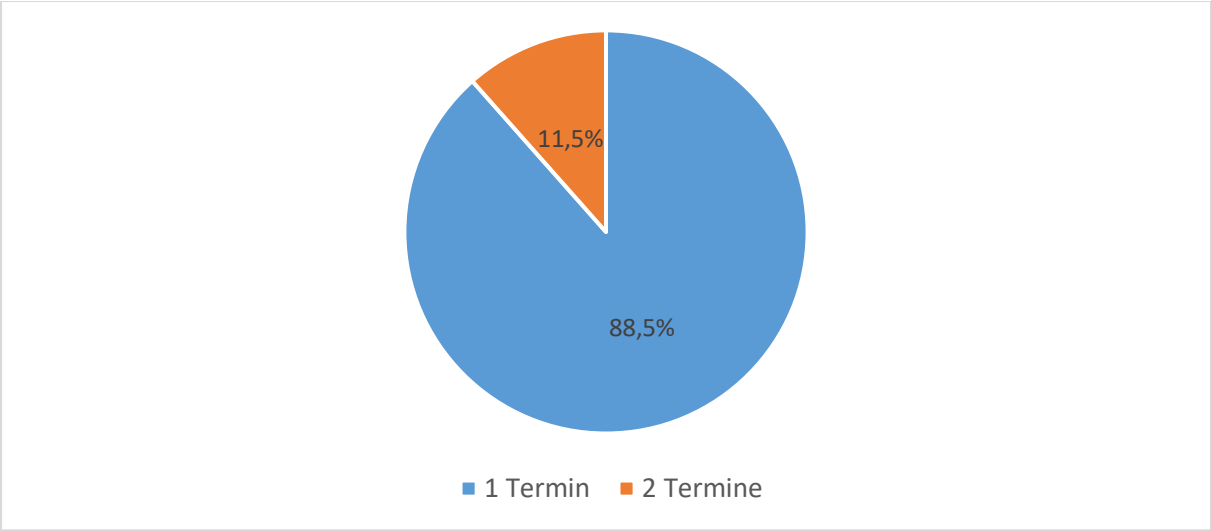



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und den Fragebogen ausfüllten bzw. sich telefonisch befragen ließen (n=143).*

Die meisten der jugendlichen Kund_innen nahmen, wie auch in Abbildung 2 ersichtlich, nur einen Beratungstermin im BIZ[3] wahr. Jede neunte Person erfuhr einen weiteren Beratungstermin. Bei der Analyse der Ergebnisse wurde ein besonderer Fokus darauf gelegt, ob sich diese aufgrund der Anzahl der wahrgenommenen Beratungstermine unterscheiden. Werden entsprechende Abweichungen festgestellt, wird explizit auf diese verwiesen.

[3] Die Beratungsdauer eines Einmaltermins beträgt typischerweise zwischen 50 Minuten und 1,5 Stunden.

**Abbildung 2: Anzahl der Beratungstermine von 2018 bis 2020**

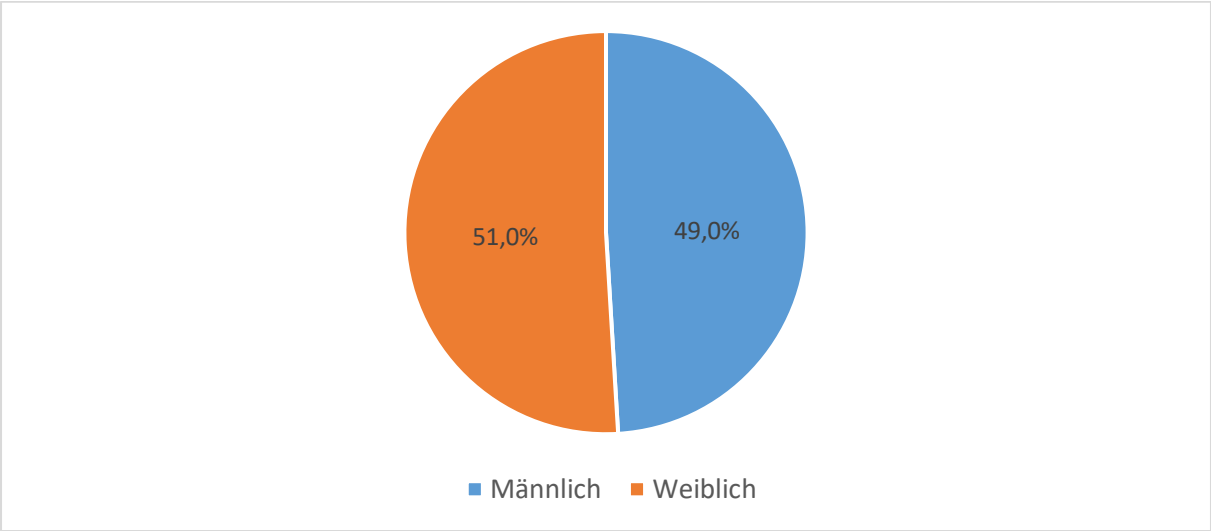



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=104).*

Die jugendlichen Befragten waren zum Zeitpunkt der Beratung im Durchschnitt[4] 16 Jahre alt, mit einem Minimum von 13 und einem Maximum von 19 Jahren.

Unter den adoleszenten Befragungsteilnehmer_innen befinden sich annähernd ebenso viele weibliche wie männliche Personen (siehe Abbildung 3). Geschlechtsunterschiede wurden auch im Folgenden überprüft: Insofern signifikante Unterschiede festgestellt wurden, wird dezidiert auf diese verwiesen.

**Abbildung 3: Geschlechterverhältnis der jugendlichen Befragungsteilnehmer_innen**

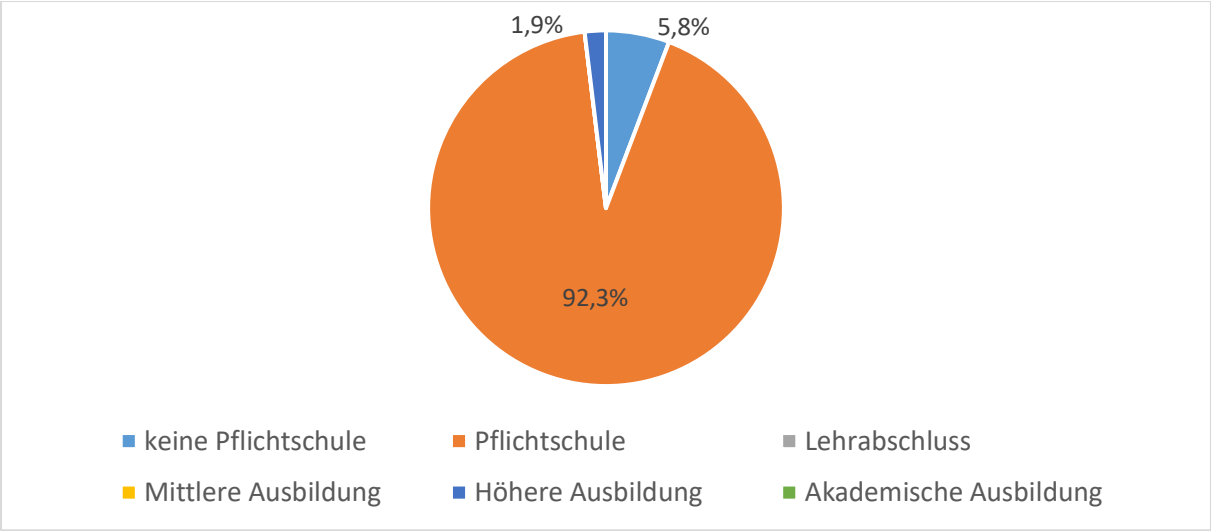



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=104).*

Mehr als 9 von 10 der heranwachsenden Befragten berichten, wie auch in Abbildung 4 zu sehen, von einem Pflichtschulabschluss als höchstem Bildungsabschluss, nur zwei der Personen haben einen höheren Schulabschluss (AHS).

[4] Berechnet wurde das arithmetische Mittel.

**Abbildung 4: Höchste abgeschlossene Ausbildung jugendlicher Befragungsteilnehmer_innen**

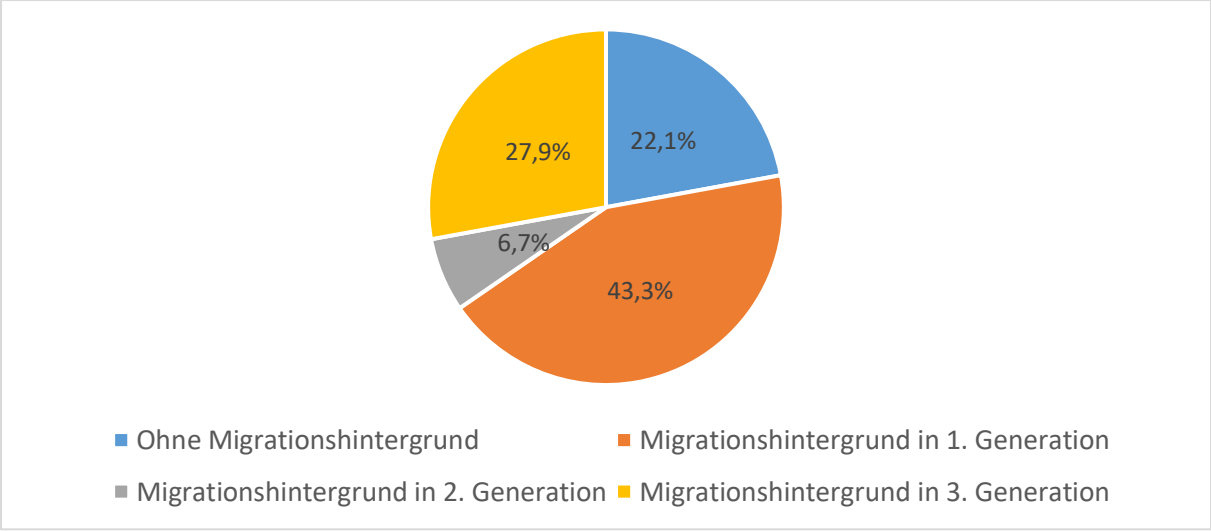



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=104). Eine „mittlere Ausbildung" inkludiert mittlere berufsbildende, technische und kaufmännische Schulen sowie sonstige mittlere Schulen. Eine „höhere Ausbildung" inkludiert allgemeinbildende ebenso wie berufsbildende, kaufmännische und technische höhere Schulen. Eine „akademische Ausbildung" inkludiert Universitäts-, ebenso wie Fachhochschul- und Akademieabschlüsse.*

In den bis zu etwa zwei Jahren zwischen dem Beratungs- und dem Befragungszeitpunkt verzeichnen die AMS-Daten bezüglich der Angaben zur höchsten abgeschlossenen Ausbildung keine Veränderungen.

Etwas mehr als 2 von 10 der jugendlichen Kund_innen weisen, wie auch in Abbildung 5 illustriert, keinen Migrationshintergrund auf. Befragungsteilnehmer_innen mit Migrationshintergrund verweisen überwiegend auf einen solchen in erster, seltener auf einen solchen in zweiter oder dritter Generation.

**Abbildung 5: Migrationshintergrund jugendlicher Befragungsteilnehmer_innen**



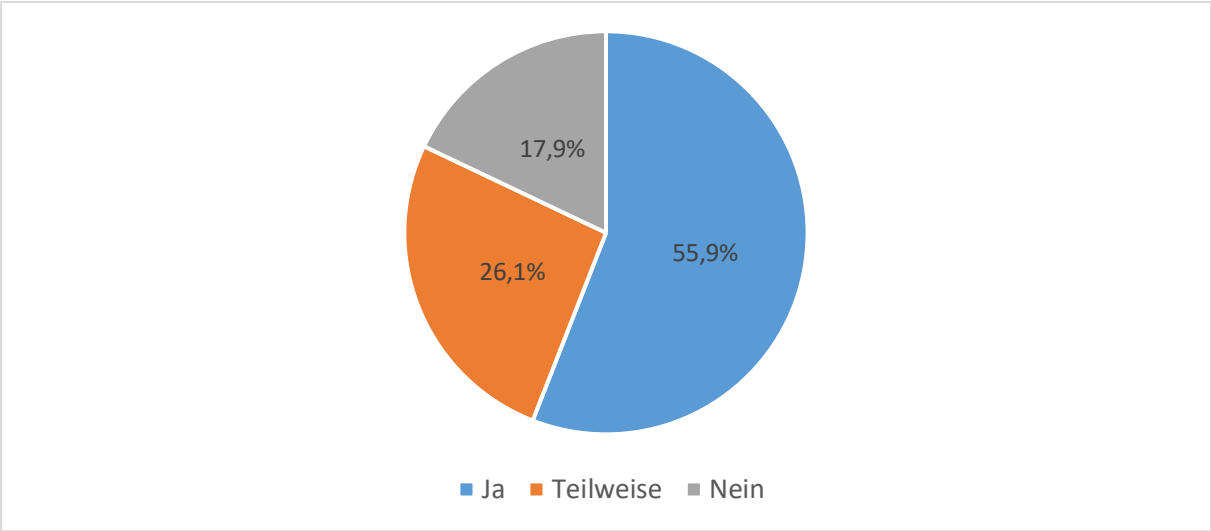

*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=104).*

## 4.2. ONLINE- BZW. TELEFONISCHE BEFRAGUNG: ERWACHSENE

Die Grundgesamtheit der erwachsenen Befragungsteilnehmer_innen, d.h. jener Personen, die 2000 oder früher geboren wurden und zwischen 1. September 2019 und 15. März 2020 eine BIZ-Beratung in Wien in Anspruch genommen haben, beträgt N=1783 Personen. 329 dieser füllten, nach postalischer und/oder E-Mail-Aufforderung, die Online-Befragung aus bzw. erklärten sich zu einer telefonischen Befragung bereit. Die Rücklaufquote von demnach 18,45% liegt klar über dem Erwartungswert für die Sozialforschung.

Die erreichten Personen setzen sich aus 275 Online-Befragten und 54 telefonisch Befragten zusammen. Da sich aber 59 der Erwachsenen nicht mehr in einem ausreichenden Maß an die BIZ-Beratung erinnern konnten, konnten schließlich n=270 der Personen in die vorliegende Arbeit einbezogen werden (siehe Abbildung 6).

**Abbildung 6: "Sie waren im letzten Jahr zur Beratung in einem der BerufsInfoZentren (BIZ) in Wien. Erinnern Sie sich daran?"**

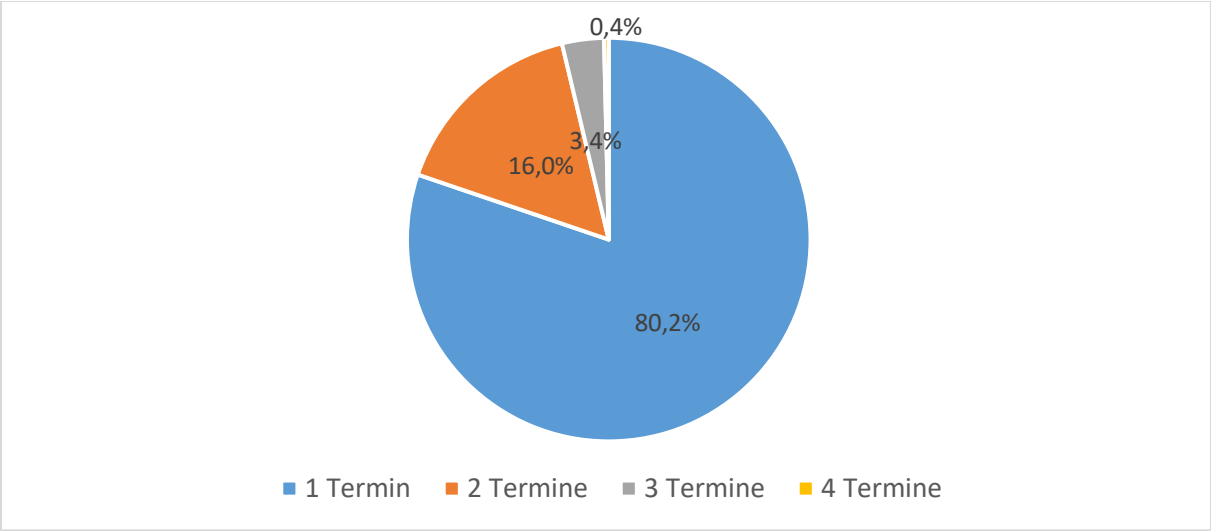



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und den Fragebogen ausfüllten bzw. sich telefonisch befragen ließen (n=329).*

Obwohl die erwachsenen häufiger als die jugendlichen Kund_innen zwei oder mehr konsekutive Beratungstermine im BIZ wahrnahmen, bedurften 8 von 10 der Erwachsenen nur eines Termins[5] (siehe Abbildung 7). Nur insgesamt zehn Personen erhielten drei oder vier Beratungsgespräche. Bei der Analyse der Ergebnisse wurde ein besonderer Fokus darauf gelegt, ob sich diese aufgrund der Anzahl der wahrgenommenen Beratungstermine unterscheiden. Werden entsprechende Abweichungen festgestellt, wird explizit auf diese verwiesen.

[5] Die Beratungsdauer eines Einmaltermins beträgt typischerweise zwischen 50 Minuten und 1,5 Stunden.

**Abbildung 7: Anzahl der Beratungstermine von 2018 bis 2020**

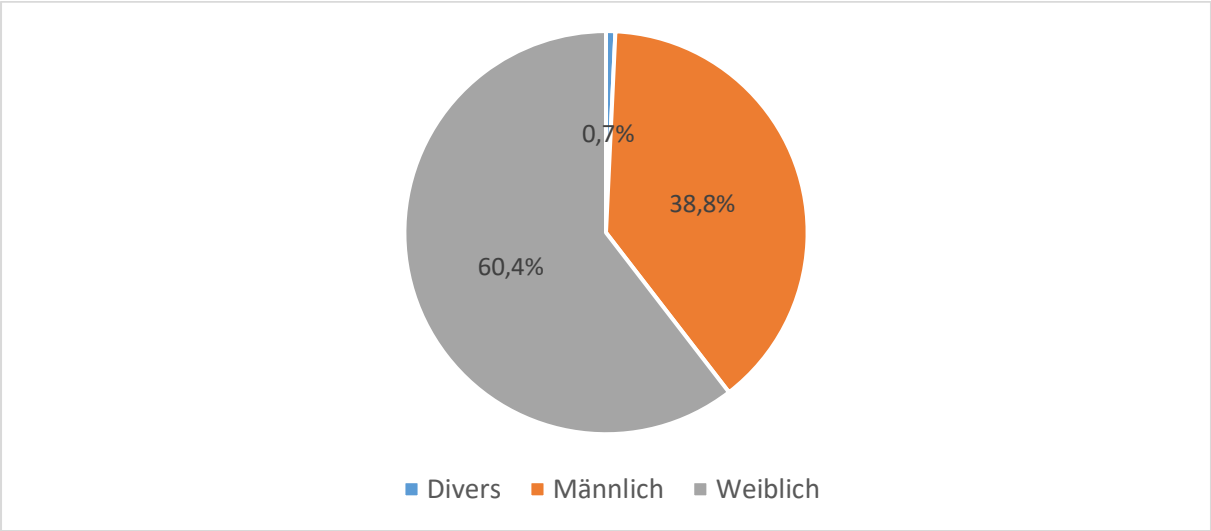



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=268).*

Die erwachsenen Befragten waren zum Zeitpunkt der Beratung im Durchschnitt[6] 35 Jahre alt, mit einem Minimum von 19 und einem Maximum von 60 Jahren.

Das Geschlechterverhältnis ist, wie auch in Abbildung 8 zu sehen, weniger repräsentativ als es in der Stichprobe der Jugendlichen der Fall war: 6 von 10 der Befragten sind weiblich, fast 4 von 10 männlich. Insgesamt zwei Personen identifizieren sich selbst als „divers".

**Abbildung 8: Geschlechterverhältnis der erwachsenen Befragungsteilnehmer_innen**



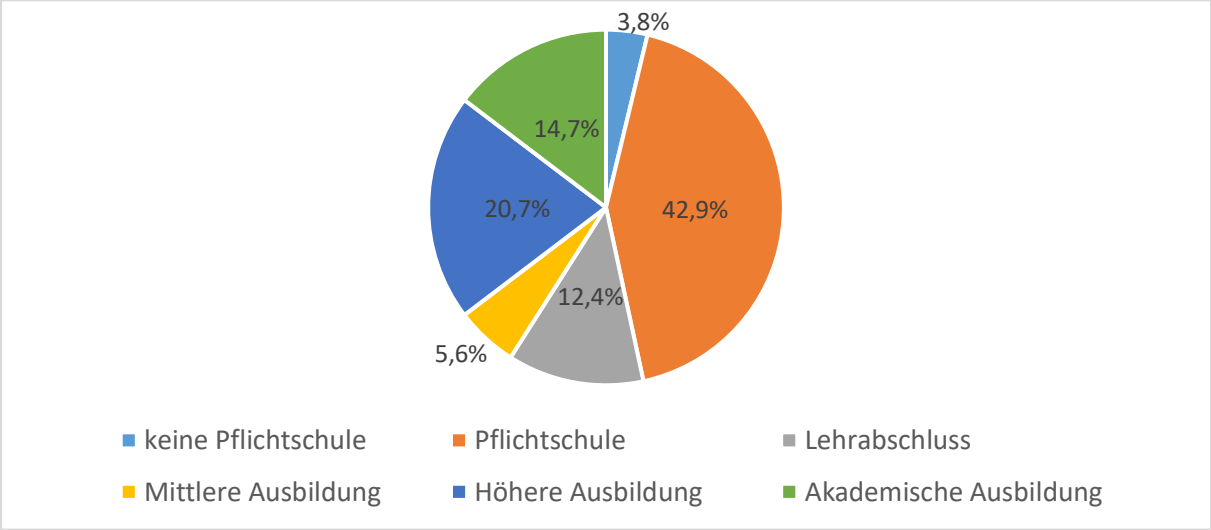

*Quelle: AMS-Daten und Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=268). Die AMS-Daten wurden mit den Selbstaussagen in der Online-Befragung abgeglichen: Die Angaben aus dem AMS-Datensatz wurden entsprechend adaptiert, wenn Personen sich selbst als „divers" identifizierten.*

Geschlechtsunterschiede wurden auch im Folgenden überprüft: Insofern signifikante Unterschiede festgestellt wurden, wird dezidiert auf diese verwiesen.

[6] Berechnet wurde das arithmetische Mittel.

Eine relative Mehrheit der erwachsenen Beratungskund_innen berichtet von einem Pflichtabschluss als höchstem abgeschlossenen formalen Bildungsgrad, gefolgt von Absolvent_innen einer höheren Schule, einer akademischen Einrichtung oder einer Lehre (siehe Abbildung 9).

**Abbildung 9: Höchste abgeschlossene Ausbildung erwachsener Befragungsteilnehmer_innen (zum Beratungszeitpunkt)**

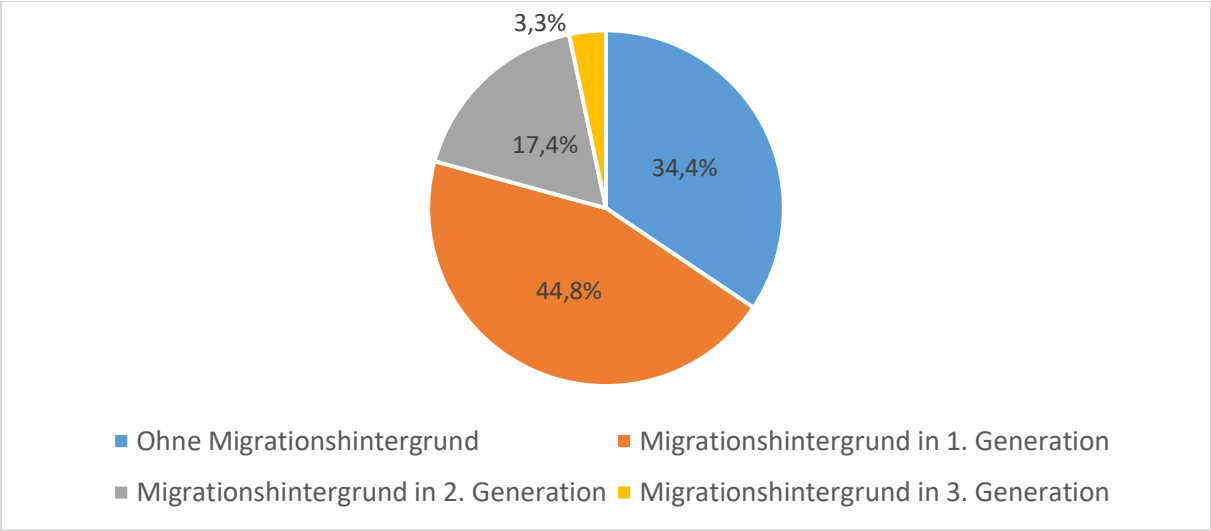



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=266). Eine „mittlere Ausbildung" inkludiert mittlere berufsbildende, technische und kaufmännische Schulen sowie sonstige mittlere Schulen. Eine „höhere Ausbildung" inkludiert allgemeinbildende ebenso wie berufsbildende, kaufmännische und technische höhere Schulen. Eine „akademische Ausbildung" inkludiert Universitäts-, ebenso wie Fachhochschul- und Akademieabschlüsse.*

Über den bis zu etwa 2-jährigen Beobachtungszeitraum hinweg verringerte sich die Anzahl jener Personen, die keinen oder maximal einen Pflichtschulabschluss aufweisen, sowie jener, die eine mittlere Ausbildung abgeschlossen haben. Dies geschah insbesondere zugunsten der Lehrabschlüsse. Nähere Informationen hierzu finden sich auch in Kapitel 6.

Mit einem Drittel der Befragungsteilnehmer_innen weisen die erwachsenen etwas häufiger als die jugendlichen Kund_innen keinen Migrationshintergrund bzw. maximal einen solchen in dritter Generation auf (siehe Abbildung 10).

**Abbildung 10: Migrationshintergrund erwachsener Befragungsteilnehmer_innen**




*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und für die die betreffenden Daten vorliegen (n=270).*

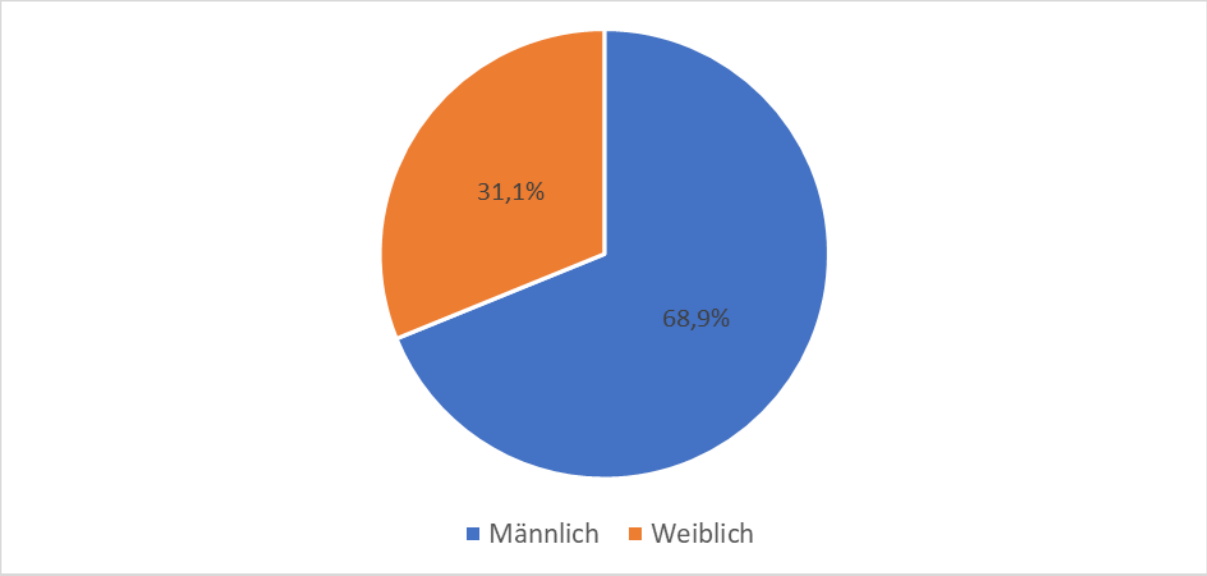
Der Großteil der erwachsenen Kund_innen mit Migrationshintergrund hat einen solchen in erster Generation, seltener in zweiter und kaum in dritter Generation.

## 4.3. PRÄ-POST-BEFRAGUNG: JUGENDLICHE

$N_{Erst}$=122 jugendliche Kund_innen einer Einzelberatung konnten zwischen Mai und Oktober 2022 zu einer Teilnahme an der Erstbefragung animiert werden. Zu $n_{BIZ}$=109 jener Personen besteht zudem eine Fremdeinschätzung durch die Berater_innen. Trotz mehrmaliger Erinnerungen nahmen mit $n_{Zweit}$=52 nur 42,6% der Heranwachsenden auch an der Zweitbefragung teil. Insgesamt konnten betreffend $n_{blend}$=41 der Personen sämtliche der Selbst- und Fremdeinschätzungen eindeutig zugeordnet und verschnitten werden.

Während das Geschlechterverhältnis in der Online- bzw. telefonischen Befragung jugendlicher BIZ-Kund_innen, wie in Kapitel 4.1 erwähnt, sehr ausgeglichen ist, nahmen an der Erstbefragung des Prä-Post-Designs mehr als doppelt so viele männliche wie weibliche Kund_innen teil (siehe Abbildung 11). Diese Schieflage bleibt auch im Zuge der Zweitbefragung bestehen, in welcher 16 weibliche und 36 männliche Teilnehmende erreicht werden konnten.

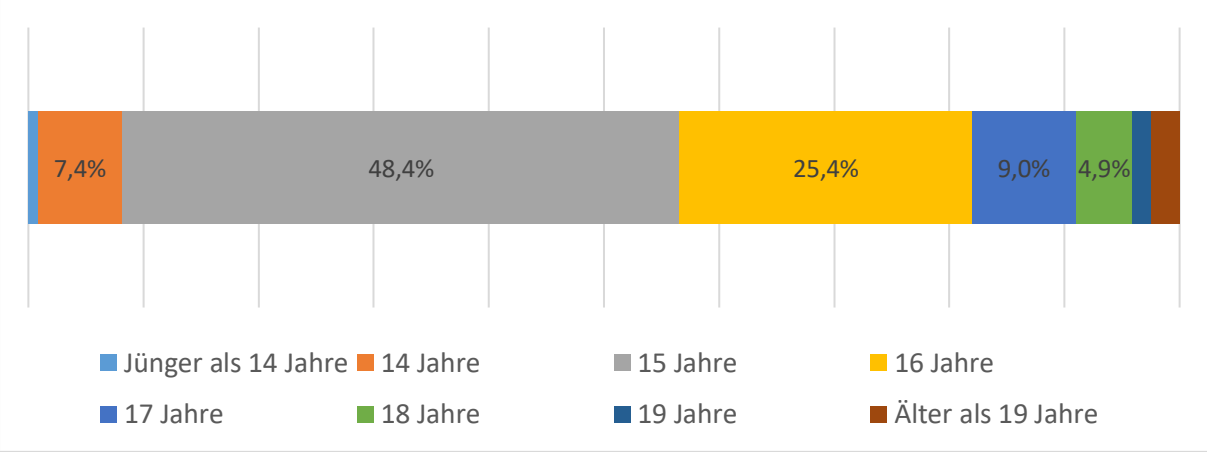
**Abbildung 11: Geschlechterverhältnis in der Prä-Post-Stichprobe (Erstbefragung)**




*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122).*

Im Fokus der Befragung standen Jugendliche bzw. junge Erwachsene zwischen 14 und 19 Jahren, wobei einzelne Teilnehmer_innen, wie in Abbildung 12 zu sehen, angeben jünger als 14 Jahre oder älter als 19 Jahre zu sein. Drei Viertel der Stichprobe konstituieren sich aus 15- und 16-Jährigen. Auch aufgrund des Alters sind keine Stichprobeneffekte zu erwarten, welche einen Vergleich zwischen Prä- und Postbefragung verzerren könnten: Die Altersverteilung zu den beiden Zeitpunkten weicht nicht voneinander ab. Unter den 52 Postbefragten befinden sich demnach 40 15- oder 16-Jährige.

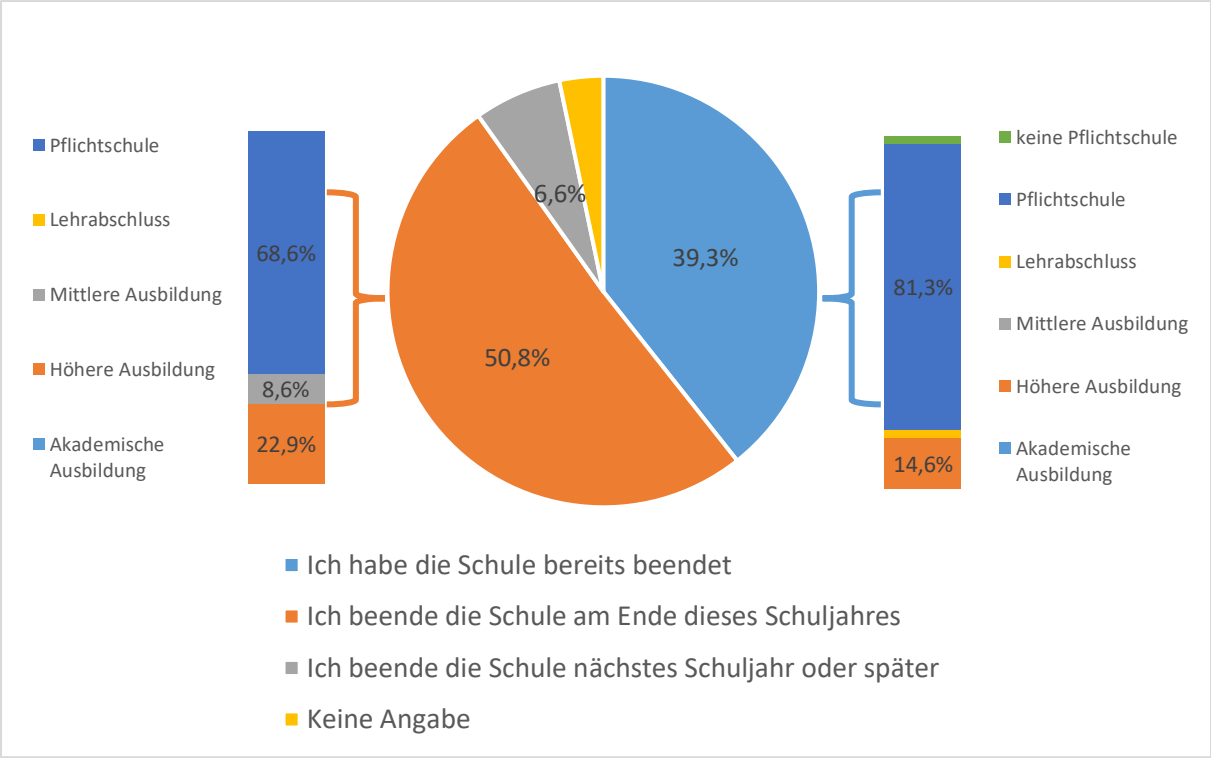
**Abbildung 12: Alter der Prä-Post-Stichprobe (Erstbefragung)**




*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Etwa 4 von 10 der Teilnehmenden geben zum Zeitpunkt der Erstbefragung an, die Schule bereits beendet zu haben (siehe Abbildung 13). In Einklang mit dem Altersmedian von x̃=15 Jahren stehend handelt es sich bei diesen abgeschlossenen Ausbildungen vorwiegend um Pflichtschul-, seltener um höhere Abschlüsse. Letztere umfassen in 6 Fällen AHS-, in einem Fall einen BHS-Abschluss. Ein_e Jugendliche_r berichtet von einem Lehrabschluss. Ein_e weitere_r präzisiert, die Pflichtschule ohne Abschluss abgebrochen zu haben.

**Abbildung 13: Abgeschlossene bzw. laufende Ausbildungen (Erstbefragung)**

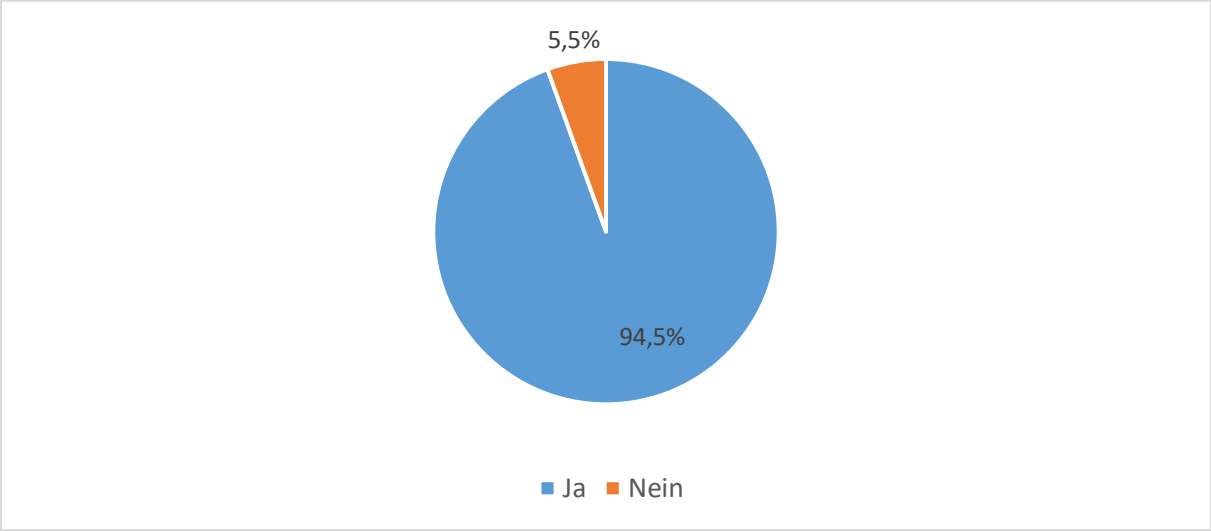



*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben im Kreisdiagramm in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122); Angaben in den Säulendiagrammen in Prozent der BIZ-Kund_innen, die angegeben haben, ihre Ausbildung am Ende des Schuljahres oder später zu beenden (n=70) bzw. diese bereits beendet zu haben (n=48). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Der Großteil der Teilnehmenden jedoch befindet sich noch in Ausbildung, wobei die betreffenden Jugendlichen überwiegend kurz vor ihrem Schulabschluss stehen. Über zwei Drittel der Heranwachsenden, welche die Schule entweder im entsprechenden Schuljahr oder später zu beenden anvisieren, geben hierbei an, in der Pflichtschule zu sein, etwa in einer (Neuen) Mittelschule, einer Polytechnischen Schule oder einem Sonderpädagogischen Zentrum. Annähernd jede_r vierte der betreffenden Befragten wird eine höhere Ausbildung abschließen, seltener sind die Jugendlichen im Begriff, eine Berufsbildende Mittlere Schule bzw. Fachschule zu beenden.

Mit Abschluss der Einzelberatung im BIZ besteht zudem, wie in Abbildung 14 zu sehen, für beinahe jede_n Teilnehmende_n eine Lehrstellenvormerkung. Dies umfasst Vormerkungen, die er_sie bereits vorgenommen hatte, bevor er_sie in das BerufsInfoZentrum kam, aber auch solche, die mithilfe der Beraterin oder des Beraters vorgenommen wurden.

**Abbildung 14: "Besteht mit Abschluss der Beratung für den Jugendlichen bzw. die Jugendliche eine Lehrstellenvormerkung?" (Berater_innenbefragung)**

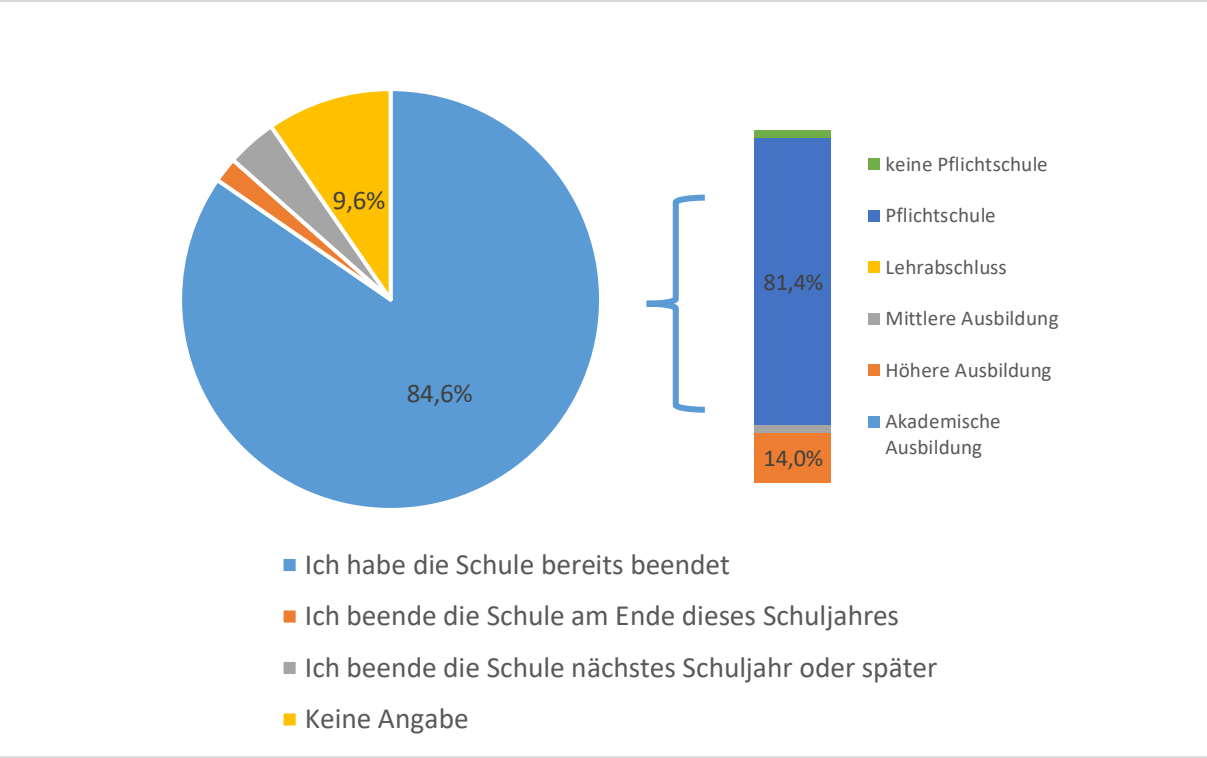



*Quelle: Berater_innenbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent jener Jugendlichen, zu denen die Berater_innen eine Angabe gemacht haben (n=109).*

21 der 52 Jugendlichen, die an der Postbefragung teilgenommen haben, waren zum Zeitpunkt der Präbefragung kurz vor ihrem Schulabschluss gestanden und hatten diesen nunmehr erreicht.[7] Insgesamt gilt dadurch für die Zweitbefragung, dass beinahe sämtliche der Jugendlichen, die eine Angabe hierzu machten, ihre Ausbildung bereits beendet haben (siehe Abbildung 15).

[7] Aufgrund mehrmaliger Erinnerungen mit der Bitte, den Fragebogen zu komplettieren, liegen in manchen Fällen bis zu 8 Wochen zwischen Erst- und Zweitbefragung.

**Abbildung 15: Abgeschlossene bzw. laufende Ausbildungen (Zweitbefragung)**




*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben im Kreisdiagramm in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52); Angaben im Säulendiagramm in Prozent der BIZ-Kund_innen, die angegeben haben, die Schule bereits beendet zu haben (n=43). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Als bislang höchste abgeschlossene Ausbildung geben die meisten der Befragten dabei die Pflichtschule an. Seltener berichten die Jugendlichen von einer absolvierten höheren Ausbildung oder dem Abschluss einer BMS bzw. Fachschule. Jene drei Teilnehmenden aus der Poststichprobe, welchen der Schulabschluss noch bevorsteht, besuchen eine Pflichtschule, eine Berufsbildende Mittlere Schule sowie eine Berufsbildende Höhere Schule.

# 5. UNTERSTÜTZUNG DES BERUFSWAHLPROZESSES VON JUGENDLICHEN

## 5.1. DER BERUFSWAHLPROZESS VON JUGENDLICHEN

### 5.1.1. BERUFSORIENTIERUNGSPROZESS – THEORETISCHE MODELLE

Es existieren viele theoretische Modelle, die den Berufsorientierungsprozess von (jungen) Menschen beschreiben. In der Literatur wird dieser oft in drei Phasen eingeteilt (Super, 1994). Die Rede ist von der Kristallisation, der Spezifizierung und der Umsetzung. Während in der Phase der Kristallisation erste Berufspräferenzen sichtbar werden, formt sich die berufliche Identität in der Phase der Spezifizierung weiter aus, um in der Phase der Umsetzung schließlich in eine Berufsentscheidung zu münden (Super, 1994; Rübner & Höft, 2017, S. 104f).

In diesen Phasen wirken (zum Teil jeweils unterschiedliche) Akteur_innen und Einflussfaktoren als Treiber des Prozesses. Auch hier können drei Bereiche differenziert werden (Pelka, 2010). In der ersten Phase spielt der lebensweltliche Privatbereich eine große Rolle. Hier wirken demnach Eltern bzw. Erziehungsberechtigte und Freund_innen. In der zweiten Phase rückt fachlich stärker

professionalisierte und praxisorientierte Unterstützung aus dem sozialen Nahbereich ins Zentrum. In der dritten Phase werden Angebote aus dem öffentlichen Raum mit hohem Praxis- und Realisierungsbezug bevorzugt (Pelka, 2010; Rübner & Höft, 2017, S. 105).

Die Einflussfaktoren können als Gatekeeper_innen beschrieben werden. Sie kontrollieren Statusübergänge und geben Ereignissen einen Interpretationsrahmen. Sie können zudem dabei helfen, Krisen vorübergehend zu überbrücken. Gatekeeper_innen können Türen öffnen oder schließen und spielen damit eine wichtige Rolle bei Selektionsentscheidungen. Sie vermögen es auch Kompetenzen, Einstellungen und Verhaltensweisen von Personen zu ändern. Neben dieser türöffnenden und -schließenden Funktion haben Gatekeeper_innen vor allem eine ratgebende und motivierende Aufgabe (Rübner & Höft, 2017, S. 105f).

Zusätzlich zu den drei Phasen des Berufsorientierungsprozesses und den diesen Phasen zugehörigen beeinflussenden Bereichen samt Akteur_innen, benennen Rübner und Höft (2017, S.108f) fünf Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses:

1. **Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft:** Den Jugendlichen ist bewusst, dass in der aktuellen Lebensphase Berufswahlaktivitäten anstehen. Sie sind bereit, sich diesen Fragen zu stellen und sich mit ihrer Berufswahl zu beschäftigen.
2. **Berufliche Selbsteinschätzung:** Die Jugendlichen haben ein Bild von ihren beruflichen Interessen, Werten, Fertigkeiten und Fähigkeiten. Dieses ist der Ausgangspunkt für die Beantwortung von Fragen wie „Was passt zu mir?“.
3. **Beruflicher Informationsstand:** Die Jugendlichen haben Informationen über existierende Berufe und deren Verankerung im Bildungs- und Berufssystem. Ein Mindestmaß an beruflicher Information ist Kernelement der beruflichen Entscheidungsfindung.
4. **Entscheidungsverhalten:** Um zu einer tragfähigen Entscheidung zu gelangen, müssen berufsrelevante Informationen, persönliche Ansprüche, soziale Erwartungen und mögliche Konsequenzen verarbeitet, sortiert und gewichtet werden.
5. **Realisierungsaktivitäten:** Zur Realisierung des Berufswunsches braucht es Wissen betreffend die Umsetzung der getroffenen Ausbildungs-, Studien- oder Laufbahnentscheidung.

Die bisher genannten Komponenten des beruflichen Orientierungsprozesses stellen Rübner und Höft (2017) in einem Pyramidenmodell für den beruflichen Orientierungsprozess dar, welches in Abbildung 16 zu sehen ist. In diesem wird eine zeitliche Abfolge ersichtlich. Es kann jedoch auch von rekursiven und korrektiven Phänomenen (siehe Doppelpfeile) ausgegangen werden. Diese werden ebenso wie der gesamte Berufswahlprozess von mehreren Faktoren beeinflusst.

**Abbildung 16: Pyramidenmodell des beruflichen Orientierungsprozesses**

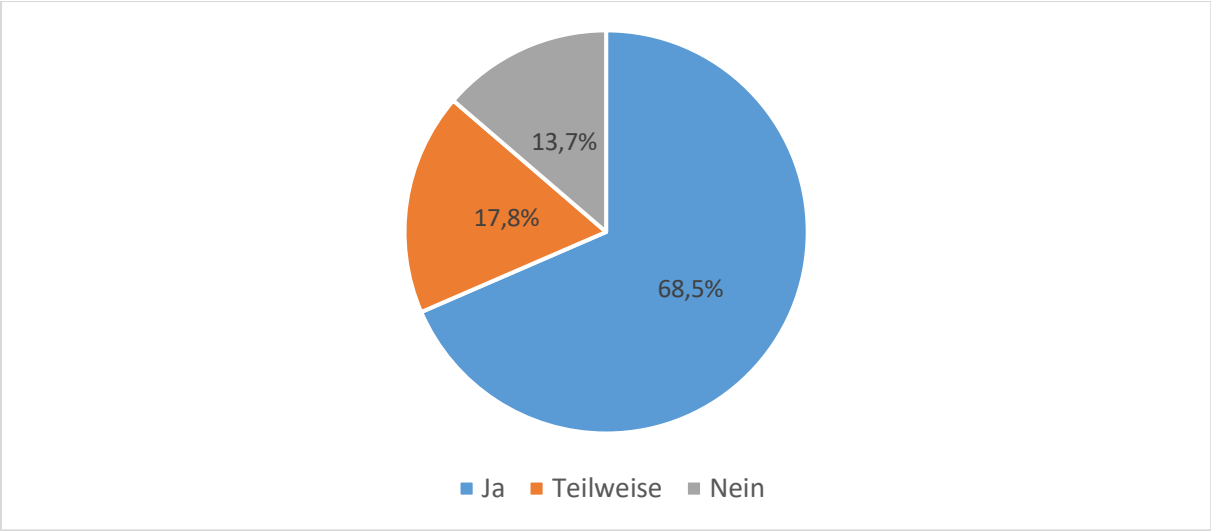
*Quelle: Rübner & Höft, 2017, S. 109*

Zusammengefasst: Jugendliche werden auf ihrem Weg der Bildungs- und Berufswahlentscheidung durch unterschiedliche Akteur_innen und Einflussfaktoren unterstützt, moduliert und geleitet. Diese Parameter wirken in den unterschiedlichen Phasen, Bereichen und Dimensionen des Bildungs- und Berufswahlprozesses. Durch Einflüsse verschiedenster Art können sich neue Gabelungen auftun und neue Wegrichtungen können interessant werden. Es können Türen geöffnet und neue Wege geebnet werden. Die letztliche (vorübergehende) Berufswahlentscheidung ist Ergebnis aus individuellen Interessen, Stärken und Fähigkeiten und den wechselwirkenden Einflussfaktoren.

### 5.1.2. EINFLUSSFAKTOREN

Die jugendlichen BIZ-Kund_innen, die zwischen 1. September 2019 und 15. März 2020 eine BIZ-Beratung im AMS Wien erhielten und im Jahr 2021 an einer Befragung hierzu teilnahmen, wissen zum Befragungszeitpunkt überwiegend, in welcher Ausbildung bzw. in welchem Beruf sie in einem Jahr sein möchten: Über zwei Drittel der Befragten können dies bejahen, nur etwas mehr als jede zehnte Person kennt die Antwort auf die Frage nicht einmal teilweise (siehe Abbildung 17).

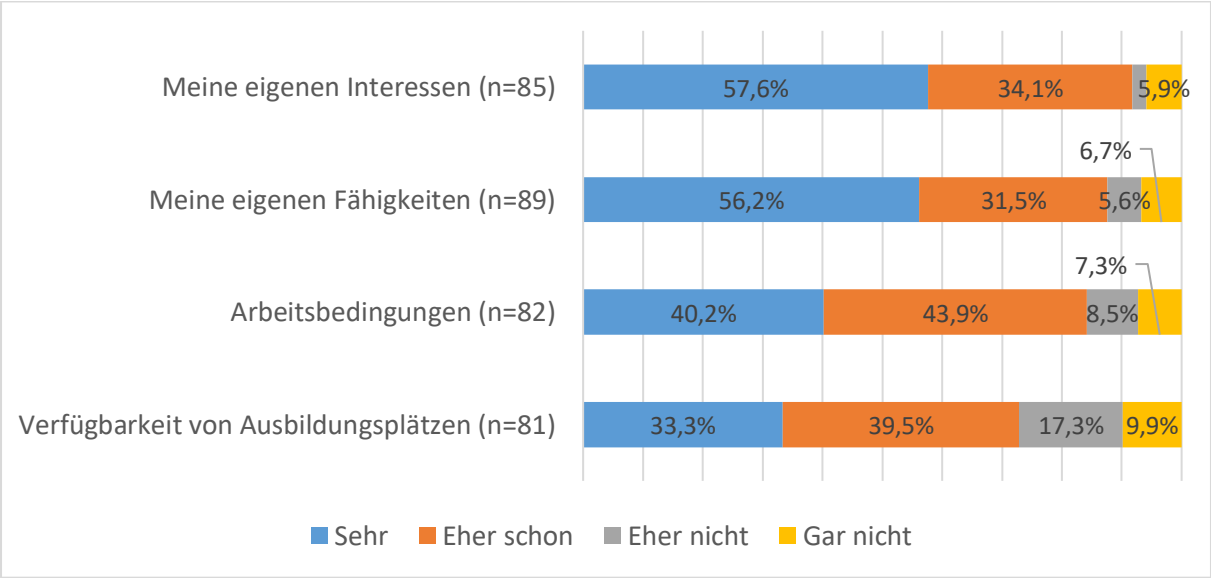
**Abbildung 17: "Wissen Sie, in welcher Ausbildung oder in welchem Beruf Sie in einem Jahr sein möchten?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die Frage beantworteten (n=63).*

Betreffend die Einflussfaktoren, die auf die vorangegangenen bildungs- und berufsbezogenen Entscheidungsprozesse einwirkten, gehen die Expert_innen aus Literatur und Forschung mit der Einschätzung der im Zuge der vorliegenden Studie befragten Jugendlichen d'accord. Am stärksten wird die Bildungs- und Berufswahl demnach von der Introspektion, d.h. der beruflichen Selbsteinschätzung, beeinflusst: Für die Mehrheit der Jugendlichen sind die eigenen Interessen und Fähigkeiten „sehr" relevant für bildungs- und berufsbezogene Entscheidungen, während nur einzelne der Befragten diesen Faktoren gar keinen Einfluss beimessen (siehe Abbildung 18).

**Abbildung 18: "Was beeinflusst Ihre Entscheidungen für Berufe bzw. Ausbildungen?"**

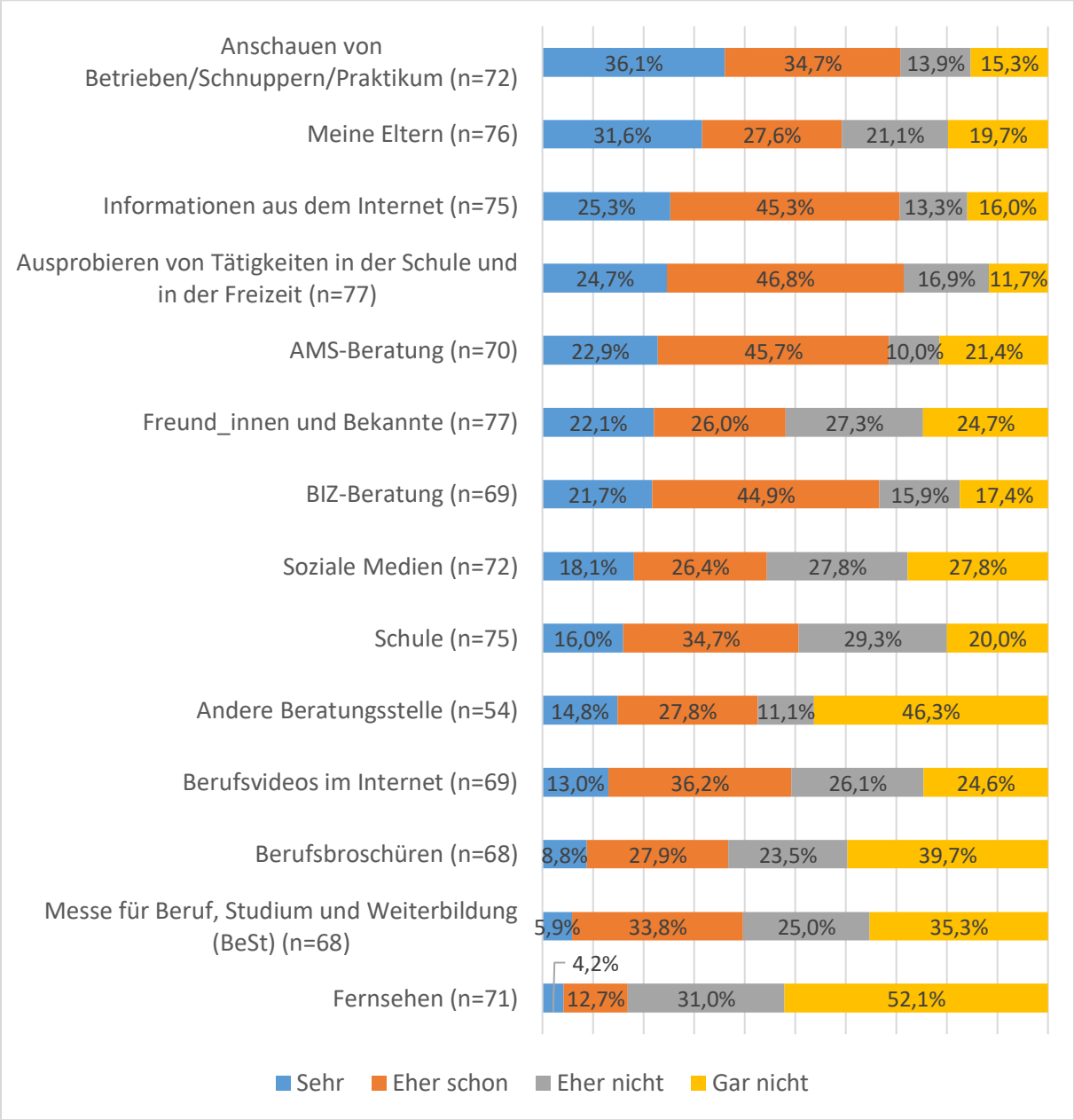



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die jeweilige Frage beantworteten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der „Sehr"-Angaben. Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Die Interessen und Fähigkeiten werden, im Zuge des Vergrößerns des beruflichen Informationsstandes, mit den externen Arbeitsbedingungen bzw. der Verfügbarkeit von

Ausbildungsplätzen in einem bestimmten Bereich abgeglichen, wobei Mädchen deutlich stärker auf jene externen Faktoren achten als Burschen[8]. Eine große Bedeutung hat dementsprechend auch das Explorieren von Tätigkeiten, z.B. in Freizeit oder Schule, aber auch im Zuge von Schnuppertagen oder Praktika (siehe Abbildung 19). So erzählt ein_e Jugendliche_r: „Ich habe jetzt ein Probemonat im Büro. Die Lehre als Bürokauffrau/-mann passt genau zu meinen Fähigkeiten und Interessen“, während ein_e weitere_r Befragungsteilnehmer_in berichtet: „Da viele aus meinem Freundeskreis den Beruf Zahnassistenz machen, habe ich es in meinen Schuljahren ausprobiert und wollte seitdem nichts anderes machen.“

**Abbildung 19: "Wie sehr haben folgende Personen oder Dinge Ihre Berufswünsche beeinflusst?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die jeweilige Frage beantworteten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der „Sehr“-Angaben.*

[8] Die Arbeitsbedingungen werden von 89% der Mädchen und 79% der Burschen als eher oder sehr einflussreich beschrieben, die Verfügbarkeit von Ausbildungsplätzen von 75% der Mädchen und 70% der Burschen.

Hierauf folgend lässt sich eine Vielzahl an Faktoren identifizieren, die einerseits direkten Einfluss ausüben (z.B. Vorbildwirkung, Empfehlungen), die andererseits aber auch als Unterstützung bei der Introspektion sowie als Informationsquelle betreffend bildungs- und berufsbezogene Fragen dienen können.

Ein wichtiger Einflussfaktor im Prozess der Berufsorientierung von Jugendlichen sind die **Eltern bzw. Erziehungsberechtigten**. Sie stellen Ressourcen und Wissen bzw. Erfahrung bereit. Außerdem sind sie oft eine zentrale Quelle emotionaler Unterstützung (Neuenschwander, 2020, S. 291 u. S. 295). Auch offen danach gefragt, was sie zu jener Ausbildung oder jenem Beruf brachte, in welcher oder welchem sie in einem Jahr sein möchten, erzählen viele der Jugendlichen, dass die Eltern den Anstoß hierzu gaben. Dies sei nicht zuletzt auch deswegen der Fall, weil die Erziehungsberechtigten eine Vorbildwirkung haben und ihren Kindern einen Einblick in ihre Jobs geben können: „[Die Idee kam] von meinem Vater. Mir wurde oft erzählt, was er alles gemacht hat, und das hörte sich interessant an."

In einer digitalisierten Welt sind auch **digitale Medien** eine allgegenwärtige Konstante im Leben von Jugendlichen. Daher haben sie auch im Prozess der Berufsorientierung eine große Bedeutung. In diesem Zusammenhang sind Fernsehformate (z.B. Esch, 2011), Videospiele (z.B. Voglhofer & Nemeth, 2016) und (digitale) soziale Netzwerke (Social Media) (z.B. Jahncke et al., 2020) zu nennen. Die Jugendlichen selbst empfinden „Informationen aus dem Internet" an sich als besonders bedeutsam, d.h. beispielsweise die Recherche über Suchmaschinen oder Unternehmenswebseiten. Doch auch Soziale Medien empfindet beinahe die Hälfte der Befragten als zumindest „eher" einflussreich auf den Bildungs- und Berufswahlprozess. Berufsvideos im Internet sowie das Fernsehen haben hingegen eine weniger große Relevanz. Ähnliches gilt auch für **nicht-digitale Informationsquellen**, wie z.B. Berufsbroschüren oder die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung (BeSt). Sowohl soziale als auch konventionelle Medien werden von weiblichen Jugendlichen als einflussreicher erlebt als von männlichen: 55% der Mädchen beschreiben Soziale Medien als eher oder sehr einflussreich (gegenüber 30% der Burschen), 44% die BeSt (gegenüber 31% der Burschen), 39% unterschiedliche Berufsbroschüren (gegenüber 33% der Burschen) und immerhin noch 18 % das Fernsehen (gegenüber 16% der Burschen).

Neben den Eltern sind die **Peers** von Heranwachsenden, etwa in Form von Freund_innen und Bekannten, als wichtige Referenzgröße im sozialen Umfeld zu sehen. Sie sind essenzieller Bestandteil des Sozialkapitals der Jugendlichen. Mit Peers können Erfahrungen ausgetauscht, elterliche Gespräche reflektiert und Informationen weitergegeben werden (Richter, 2014, S. 69f). Freund_innen und Bekannte werden von Burschen („eher schon" oder „sehr", 59%) als merkbar einflussreicher beschrieben als von Mädchen („eher schon" oder „sehr", 40%).

Ein weiterer Einflussfaktor auf den Berufswahlprozess und die letztliche Entscheidung ist die **Schule**. Sie ist eine Quelle des Wissenserwerbs und der Wissensvertiefung (hard skills). Sie bietet zudem einen Raum zum Erlernen und Erproben von soft skills. Die Schule ist auch ein bedeutsamer Ort für das Zusammenkommen mit den Peers. Außerdem werden im Kontext der Schule Praktika oder Schnuppertage angeregt oder ermöglicht (Lembke, 2020; Bergzog, 2011).

Was verschiedene **Beratungsangebote** angeht, muss zunächst bedacht werden, dass diese gegenüber manchen der anderen Einflussfaktoren nur eine limitierte Bedeutung haben können, da die wenigsten der Kund_innen völlig naiv in die Beratung gehen, ohne sich bereits - aufgrund der Auseinandersetzung mit den eigenen Interessen und Fähigkeiten sowie aufgrund von Gesprächen mit Eltern, Peers oder anderen Personen - Gedanken über die berufliche Zukunft gemacht zu haben. Wie in Kapitel 5.6 zu erläutern sein wird, wird beispielsweise die BIZ-Beratung insbesondere von solchen Personen als sehr

nützlich beschrieben, die bereits einen gewissen beruflichen Informationsstand haben, die aber noch zusätzliche Informationen für eine Entscheidung und/oder Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Pläne benötigen. Nichtdestotrotz beschreiben über zwei Drittel der Jugendlichen die AMS-Beratung, nur geringfügig weniger die BIZ-Beratung und immerhin noch rund 43% andere Beratungsstellen als zumindest „eher" bedeutsam für ihre Bildungs- und Berufswahl. Letzteres gilt deutlich häufiger für Burschen („eher schon" oder „sehr", 54%) als für Mädchen („eher schon" oder „sehr", 33%).

Speziell erwähnt wird hierbei zum einen die Informationsfunktion der Beratungsangebote, welche von den Jugendlichen auch genutzt werde, um die Auskünfte von z.B. Erziehungsberechtigten oder Peers zu überprüfen. Zum anderen werden die Beratungseinrichtungen auch als Schnittstelle zwischen Arbeitsuchenden, Beratungs-, Qualifizierungs- und arbeitsmarktpolitischen Angeboten sowie Arbeitgeber_innen gesehen: Die Kund_innen erleben hierbei sowohl Unterstützung bei der Suche nach einem Job, als auch eine Weitervermittlung zu Angeboten, die ihnen helfen im Bildungs- und Berufswahlprozess voranzukommen. So erzählt ein_e Befragungsteilnehmer_in: „Ich wurde ans BFI übermittelt vom AMS und dort habe ich eine überbetriebliche Lehre machen dürfen in der Apotheke, in der ich bis heute arbeite. Ich habe dort nach drei Monaten eine fixe Lehrstelle bekommen."

## 5.2. DIE BEDEUTUNG DER ELTERN BZW. ERZIEHUNGSBERECHTIGTEN FÜR DEN PROZESS DER BERUFSORIENTIERUNG

Familiäre Strukturen sind zentral für die primäre Sozialisation der Jugendlichen. Erwartungen von den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten an die Kinder, Werthaltungen, Erziehungsstil, generelles Elternverhalten – all das beeinflusst Fähigkeiten, Interessen, Einstellungen und Werthaltungen von Jugendlichen (Neuenschwander & Goltz, 2008, S. 4).

Eltern bzw. Erziehungsberechtigte sind die erste und wichtigste Anlaufstation in Bezug auf den Berufsorientierungsprozess ihrer Kinder (Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft, 2014, S. 4). Hinzu kommt, dass Jugendliche ihren Eltern bzw. Erziehungsberechtigten in Bezug auf berufsrelevante Wissensvermittlung eine hohe Sachkenntnis zusprechen (Petersen et al., 2015, S. 35f). Fragen zur beruflichen Zukunft gehören hierbei zu den wenigen Bereichen, in denen Jugendliche trotz Pubertät noch Rat bei den Eltern suchen (Boockman et al., 2017, S. 15; Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft, 2014, S. 7). Damit tragen Eltern bzw. Erziehungsberechtigte eine große Verantwortung. Das kann dazu führen, dass sie sich vor dem Hintergrund komplexer und sich verändernder Bildungs- und Berufslandschaften überfordert fühlen und Unterstützung durch Informationsmaterialien, aber vor allem durch professionelle Berater_innen suchen. In diesem Zusammenhang zeigte sich in einer aktuellen deutschen Studie von Calmbach und Schleer, dass sich 21% der befragten Eltern mit dem Thema Berufsorientierung ihres Kindes (eher) überfordert fühlen[9]. Die Menge an verfügbaren Unterstützungsangeboten zur Bildungs- und Berufsorientierung kann jedoch auch zu Überforderung auf Seiten der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten führen. Dies beschreiben rund 60% der 680 befragten Eltern einer Studie der Pädagogischen Hochschule Niederösterreich (Pädagogische Hochschule Niederösterreich, 2020).

[9] Die Stichprobe setzte sich dabei aus Eltern von Kindern zwischen 14 und 18 Jahren zusammen. Die befragten Eltern hatten zu 16% eine niedrige formale Bildung (kein Schulabschluss oder Hauptschulabschluss), zu 44% einen mittleren Abschluss (Mittlere Reife) und zu 40% einen hohen Abschluss (Fachhochschulreife, Abitur oder fachgebundene Hochschulreife, Fachhochschul- oder Hochschulabschluss) (Calmbach & Schleer, 2020, S. 4; S. 46).

### 5.2.1. EINFLUSS DER ELTERN BZW. ERZIEHUNGSBERECHTIGTEN AUF INTERNER UND EXTERNER EBENE

Der Einfluss der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten auf den Berufsorientierungsprozess zeigt sich auf einer internen und einer externen Ebene. Die Heranwachsenden werden bei der Herausbildung persönlicher Interessen unterstützt (interne Ebene). Hinzu kommt die Förderung berufsrelevanter Fähigkeiten (hard und soft skills), die insbesondere bei der Ermöglichung spezifischer Berufswünsche eine zentrale Rolle einnehmen (externe Ebene) (Weyer et al., 2016, S. 110; Richter, 2014, S. 71ff).

Neuenschwander (2020) isoliert vier konkrete elterliche Einflussfelder, die sowohl die interne als auch die externe Ebene prägen. Dabei sagt das Vorhandensein eines Einflussfeldes noch nichts über die tatsächliche Stärke des Einflusses aus:

Als Versorger_innen der Jugendlichen stellen Eltern bzw. Erziehungsberechtigte **finanzielle und materielle Ressourcen** bereit. Die zwischenmenschliche Beziehung stellt eine Form der **emotionalen Unterstützung** dar und wirkt gleichsam als externer **Motivationsfaktor**. Doch auch auf rational-kognitiver Ebene ist das Eltern-Kind-Verhältnis für den Berufsorientierungsprozess von Bedeutung: Einerseits geben Eltern bzw. Erziehungsberechtigte ihr vorhandenes berufsrelevantes **Wissen** inklusive beruflicher **Erfahrungen** weiter. Andererseits informieren sich Eltern bzw. Erziehungsberechtigte während des Prozesses der Berufsorientierung ihrer Kinder selbst über Möglichkeiten und Chancen. Diese erworbenen **Wissensbestände** kommen wiederum den Kindern zugute. Durch die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten haben Jugendliche außerdem Zugang zu den **sozialen Netzen** ebendieser. Der Rückgriff auf das Sozialkapital der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten ermöglicht u.a. unterschiedliche informelle Vorteile, die von Art und Umfang des sozialen Netzwerkes abhängen (Neuenschwander, 2020, S. 295f).

### 5.2.2. INDIREKTER UND DIREKTER EINFLUSS DER ELTERN BZW. ERZIEHUNGSBERECHTIGTEN

Zusätzlich zur externen und internen Ebene kann ein indirekter und ein direkter elterlicher Einfluss unterschieden werden.

Richter (2014) nennt zunächst einige **indirekte** Einflüsse, die auf die Jugendlichen wirken. Beispielsweise steigt mit der Anzahl der Akademiker_innen unter Eltern bzw. Erziehungsberechtigten das Leistungsniveau einer Klasse. Sind mehr Eltern bzw. Erziehungsberechtigte in den Arbeitsmarkt integriert, werden die schulischen Leistungen einer Klasse in Relation ebenfalls besser. Auch spricht Richter (2014) davon, dass der Bildungserfolg mit dem sozioökonomischen Hintergrund zusammenhängt: Stehen mehr Kapitalien zur Verfügung, steigt die Wahrscheinlichkeit des Bildungserfolges (Richter, 2014, S. 74 u. S. 78). Soziale Herkunft sowie elterliche Ressourcen haben damit einen Einfluss auf individuelle Handlungsstrategien beim Übergang Schule-Beruf. Sie erzeugen einen Rahmen, innerhalb dessen sich die Jugendlichen orientieren und positionieren. Elterliche Bildungsbiografien haben damit das Potenzial „vererbt“ zu werden (Boockmann et al., 2017, S. 16f; Oberwimmer et al., 2018, S. 38).

Eltern bzw. Erziehungsberechtigte haben auch eine berufliche Vorbildfunktion. Diese kann bewusst, aber vor allem unbewusst bemerkbar werden. Durch ihren eigenen beruflichen Erfolg und ihre beruflichen Werte und Einstellungen beeinflussen sie berufliche Vorstellungen und das berufliche Streben ihrer Kinder (Bomeier, 2009; Prager & Wieland, 2005, S. 9).

Der **direkte** elterliche Einfluss äußert sich vor allem in der Motivation und in der emotionalen Unterstützung der Kinder. Es sind vorrangig die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, die ihre Kinder dazu ermutigen, ihre beruflichen Ziele zu verfolgen bzw. sich mit dem Thema Berufswahl auseinanderzusetzen. Der direkte elterliche Einfluss schlägt sich aber auch in der Weitergabe von Wissen nieder. Durch die Förderung von Such- und Bewerbungskompetenzen können Jugendliche darüber hinaus notwendige Handlungsstrategien für das Agieren auf dem Ausbildungsmarkt herausbilden. Eine besonders große Rolle kommt zudem der Aktivierung elterlicher sozialer Netzwerke zu. Eltern bzw. Erziehungsberechtigte können oft wertvolle berufliche Kontakte herstellen und stellen so eine wichtige Ressource im Übergang Schule-Beruf bereit (Boockmann et al., 2017, S. 18). Bei Rückschlägen bieten Eltern bzw. Erziehungsberechtigte emotionale Unterstützung; über Lob motivieren sie ihre Kinder in allen Phasen des Berufsorientierungsprozesses (Steiner et al., 2016, S. 6; Richter, 2014, S. 24; Neuenschwander, 2020, S. 295f).

Vorstellungen und Erwartungen vonseiten der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten können **sowohl direkt als auch indirekt** auf die Berufswahlentscheidung Jugendlicher wirken. Eltern bzw. Erziehungsberechtigte haben oft ein Bild davon, wie ein Beruf für ihre Kinder auszusehen hat. Damit beeinflussen sie bewusst und unbewusst den Entscheidungsprozess ihrer Kinder und engen Handlungs- und Entscheidungsmöglichkeiten ein (Steiner et al., 2016, S. 6).

Dies kann in folgenden Bereichen der Fall sein:

- Wahrgenommene Fähigkeiten des Kindes und deren wahrgenommene Wertigkeit;
- Vorstellungen über „erfüllende“ und „erschöpfende“ Berufswünsche;
- Vorstellungen über „zukunftssichere“ (Sicherheit des Arbeitsplatzes) und „rentable“ Berufe (Einkommen und Karrierechancen);
- Abneigungen gegenüber spezifischen Berufsfeldern, die mit negativen Begriffen wie „schmutzig“, „unmoralisch“, „gefährlich“, „zeitintensiv“, „Schichtarbeit“ und/oder „Nachtarbeit“ behaftet sind;
- berufsbezogene (Geschlechter-)Rollenstereotype;
- Projektionen eigener Wünsche auf die Kinder;
- Erwartungen aufgrund der eigenen Karriereerfahrungen und der Zufriedenheit mit dem eigenen Beruf; sowie
- Überzeugung, am besten zu wissen, was gut für das eigene Kind ist (Steiner et al, 2016, S. 6).

## 5.3. DIE BEDEUTUNG DER MEDIEN FÜR DEN PROZESS DER BERUFSORIENTIERUNG

In einer digitalisierten Wissensgesellschaft ist die Realität von Jugendlichen mehr denn je von medialen Phänomenen geprägt. So zeigt eine Studie von Feierabend et al. (2020, S. 13ff) zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, dass diese Gruppe täglich unterschiedliche Medienformate nutzt. 72% der Personen schauen mehrmals pro Woche fern, 90% konsumieren mehrmals pro Woche Videos im Internet und knapp 90% nutzen täglich das Internet. Das aktuell wichtigste Endgerät ist das Smartphone: 94% der Jugendlichen besitzen ein solches. In der Mediennutzung Jugendlicher nehmen die ersten beiden Plätze das Internet und das Smartphone ein, gefolgt von Musikhören und dem Konsum von Videos im Internet. Das klassische Fernsehen erreicht den fünften Platz.

In einer Längsschnittstudie mit über 3500 deutschen Jugendlichen wurde der Zusammenhang von Berufswünschen und Medieneinflüssen analysiert (Weyer et al., 2016, S. 108 u. S. 117 u. S. 122). 27% der befragten Jugendlichen gaben als Grund für ihren Berufswunsch Medien an.

Der bildungs- und berufswahlspezifische Einfluss von Medien auf Jugendliche wird aber teilweise unterschätzt. Dies gilt für Medieninhalte im Allgemeinen und für bestimmte Formate, wie fiktionale Filme und Serien, im Besonderen. Da der Konsum meist unter- oder vorbewusst stattfindet, treten viele Effekte des Medienkonsums indirekt bzw. nicht intendiert auf (Weyer et al., 2016, S. 122f). Die parasozialen Interaktionen zwischen Medium und Konsument_in können dazu führen, dass fiktive Rollen zu personalisierten Berufs-Rollenvorbildern werden. Dadurch werden fiktionale Fernsehformate zu potenziellen Inspirationsquellen für die Berufswahl (Keuneke et al., 2010, S. 400f; Esch & Grosche, 2011, S. 28ff).

### 5.3.1. DER EINFLUSS VON FERNSEHFORMATEN[10]

Der Konsum von Medienprodukten über Fernsehen und Internet spielt eine zentrale Rolle im Berufsfindungsprozess (Gehrau, 2014; Esch, 2011). Die Bedeutung unterschiedlicher Formate für den Prozess der Berufsorientierung hängt entscheidend vom jeweiligen Genre ab, denn nicht immer steht der Beruf im Zentrum der Handlung. In fiktiven Fernsehformaten wird die berufliche Tätigkeit bei 70% der Hauptfiguren explizit oder implizit deutlich gemacht (63% der Nebenfiguren). Außerdem ist in 46% der Fälle die Ausübung des Berufes der Hauptcharaktere zentral für die Handlung. So gibt der Konsum von fiktiven Fernsehprogrammen indirekt Einblicke in die jeweilige Berufswelt. Dabei gibt es deutliche genrespezifische und durch das jeweilige Senderprofil hervorgerufene Unterschiede, ob und wie diese Einblicke (passiv) vermittelt werden (Esch, 2011, S. 9f).

Gehrau (2014) und Esch (2011) haben in ihrer Analyse des Fernsehprogramms festgestellt, dass bestimmte Berufsfelder (Gesundheit, Kriminalitätsbekämpfung und Justiz, Musik, Mode und Medien) im Vergleich zum tatsächlichen Auftreten in der Gesellschaft stark überrepräsentiert sind (Gehrau, 2014, S. 426ff; Esch, 2011, S. 15). Hingegen werden andere Berufe nur selten gezeigt und sind demnach im Vergleich zur realen Verteilung innerhalb der Gesellschaft stark unterrepräsentiert. Dies betrifft insbesondere auch MINT-Berufe. So fehlen Jugendlichen gerade zu dieser Berufsgruppe Rollenvorbilder und Einblicke in den Berufsalltag (Esch, 2011, S. 7). Dass auch MINT-Fächer in Medienprodukten in Bezug auf den Prozess der Berufsorientierung erfolgreich darstellbar sind, zeigt der CSI-Effekt[11]. Keuneke et al. (2010) weisen in ihrer Studie einen Zusammenhang zwischen der weiblichen Forensikerin (Hauptrolle) und der Zahl der Studienabschlüsse nach. Jahncke et al. (2020, S. 86) bestätigen außerdem, dass die Repräsentation von Berufsgruppen in Serien (Konsum via Fernsehen oder Internet) zu einer Stabilisierung einer geschlechterstereotypen Berufswahl beitragen kann, jedoch keine Stereotypen zu beruflichen Tätigkeiten reproduzieren muss. Ein bekanntes Beispiel für diese Bedeutung von Serien und Filmen stellt der „Kommissarinnen- und Polizistinnen-Boom“ (Esch & Grosche, 2011, S. 31) Anfang 2000 in Medienprodukten dar. Dieser hat nachweislich dazu beigetragen, dass die zugehörigen Berufsfelder für Frauen nicht nur akzeptierter, sondern auch attraktiver wurden (Keuneke et al., 2010, S. 402f; Esch & Grosche, 2011, S. 31).

Gerade fiktive Medienprodukte prägen also die Attraktivitätszuschreibungen von Schüler_innen. Esch und Grosche (2011, S. 27) sprechen davon, dass die Attraktivität des Berufes „Arzt_Ärztin“ unter anderem maßgeblich von der großen Anzahl an „Medizin-Serien“ beeinflusst werde. Medienprodukte

[10] Dabei ist der Konsum über das Internet miteingeschlossen.

[11] Unter dem „CSI-Effekt“ wird eine Reihe von Phänomenen zusammengefasst, die in einem direkten Zusammenhang mit Krimiserien wie „CSI – Den Tätern auf der Spur“ stehen. Der „CSI-Effekt“ bezeichnet damit den Einfluss von Krimiserien auf kriminologische Arbeit, aber auch auf das allgemeine Bild der dargestellten Berufe und das daraus abgeleitete Interesse an einer Ausbildung in diesem Feld. Als Konsequenz konnte ein Anstieg von insbesondere weiblichen Studierenden in forensischen Berufen festgestellt werden (Franken, 2019).

im Fernsehen und im Internet können aber auch als direkte Informationsquellen in Form von Dokumentation, Reportagen oder Nachrichtensendungen dienen. Diese Möglichkeit wird jedoch nur von einem kleinen Teil der Personen in Anspruch genommen. Benötigen junge Menschen Informationen, werden diese hauptsächlich über Google oder YouTube aktiv gesucht. 2020 entfällt hierbei 11% der Internetnutzung der 12- bis 19-Jährigen auf die Informationsbeschaffung (Feierabend et al., 2020, S. 49ff).

Alles in allem gilt daher: Das Fernsehprogramm und insbesondere das von Jugendlichen häufig konsumierte Serienformat kann die Berufswahl direkt und indirekt durch folgende Mechanismen beeinflussen:

- Weitergabe von Wissen über Berufsfelder, konkrete Tätigkeiten und den tatsächlichen Berufsalltag sowie von Informationen zu potenziellen Ausbildungswegen;
- Attraktivitätsvorstellungen sowie Vorstellungen bezüglich des eigenen Selbstbildes; sowie
- Vorgabe von Rollenvorbildern und potenzielle Durchbrechung von Geschlechterstereotypen (Esch & Grosche, 2011, S. 29ff).

### 5.3.2. DER EINFLUSS VON DIGITALEN SPIELEN

Einen nicht zu vernachlässigenden Teil der Medienlandschaft stellen digitale Spiele dar: 41% der 12- bis 19-Jährigen spielen täglich (Feierabend et al., S. 14 u. S. 53ff). Nur 8% der in der betreffenden Studie Befragten spielen keine digitalen Spiele. Digitale Spiele am Smartphone nehmen hierbei besonders viel Platz ein, gefolgt von Konsolenspielen und Computerspielen am PC. Die Nutzbarbarmachung von solchen Spielen u.a. im pädagogischen Kontext wird als Gamification bezeichnet (Sailer, 2016, S. 6ff).

Voglhofer und Nemeth (2016) sehen großes Potenzial in der Nutzung von Videospielen im Kontext des Prozesses der Berufsorientierung. Dies betrifft besonders Jugendliche, die noch nie beruflich tätig waren. Dabei verweisen sie vor allem auf den Bereich der Kompetenzanalyse und der Interessensfindung. Für die Beratungstätigkeit zur beruflichen Orientierung von Jugendlichen konstatieren sie, dass eine große Möglichkeit darin liegt, „Schwellen wie Aggression, Sprachlosigkeit und Misstrauen durch den Zugang über die Welt der Spiele abzubauen und eine Brücke zu Kooperationsbereitschaft und Wertschätzung aufzubauen“ (Voglhofer & Nemeth, 2016, S. 4).

Der Ruf von Videospielen ist oft negativ geprägt und es ist die Rede von Zusammenhängen zwischen Videospielen und Gewaltexzessen in der realen Welt (Hajok, 2020, S. 13f). Digitales Spielen fördert jedoch auch unterschiedlichste Kompetenzen und Fähigkeiten und kann vorhandenes Potenzial maximieren. Digitale Spielwelten erlauben es auszuprobieren und virtuelle Erfahrungen zu machen (Voglhofer & Nemeth, 2016, S. 1f).

Um in Videospielen erfolgreich zu sein, trainieren Jugendliche u.a. folgende Kompetenzen:

- Geduld;
- strategisches Denken;
- kaufmännisches Geschick;
- ein gutes Gedächtnis;
- Kooperationsfähigkeit;
- Kreativität und kreative Problemlösung;
- Führungs- und Managementqualitäten;
- Komplexitätsmanagement;
- Geschicklichkeit und schnelle Reaktionen; sowie

- Informationsbeschaffung (Voglhofer & Nemeth, 2016, S. 3).

Von besonders großer Bedeutung ist dabei die Informationskompetenz. Von ihr hängen viele der genannten Fähigkeiten zumindest teilweise ab. Im Kontext einer Wissensgesellschaft wird die Informationskompetenz zu einer Schlüsselkompetenz: „Wo finde ich die benötigte Information und wie kann ich mir diese Information bzw. Kompetenz aneignen?“ Durch die vielfältigen Herausforderungen, vor die Jugendliche in Videospielen gestellt werden, kommt es zu einem Schulungseffekt dieser wichtigen Kompetenz (Dölling, 2016, S. 1ff; Voglhofer & Nemeth, 2016, S. 3).

Der Transfer von realen Fähigkeiten in die virtuelle Welt stellt für die meisten Spieler_innen keine große Herausforderung dar, denn sie geschieht vollkommen automatisch als Folge des Spaßfaktors sowie der Belohnungs- und Fortschrittsmuster von Videospielen. Problematisch kann sich die Rückprojektion von in der virtuellen Welt benutzten und weiterentwickelten Fähigkeiten in die reale Welt gestalten (Voglhofer & Nemeth, 2016, S. 3). An dieser Stelle kommt Beratung ins Spiel. Sie ist in der Lage, den Jugendlichen grundlegend bei der Übersetzung ihrer digitalen Fähigkeiten in die reale Welt zu helfen.

### 5.3.3. DER EINFLUSS VON SOCIAL MEDIA

Die Aktivität im Internet spielt sich heute weitgehend in sozialen Netzwerken (Social Media) ab. Die drei wichtigsten Internetaktivitäten der 12- bis 19-Jährigen sind laut der JIM-Studie 2020 YouTube (57%), Instagram (35%) und WhatsApp (31%) (Feierabend et al., 2020, S. 36f u. S. 39ff).

Soziale Netzwerke bieten vielfältige Möglichkeiten des Vernetzens und Kommunizierens (Kreutzer & Hinz, 2010, S. 4ff). Es können persönliche Blogs und Inhalte erstellt werden, Inhalte können geteilt und weiterverbreitet werden und man kann Feedback zu Inhalten erhalten oder geben.

Jahncke et al. (2020, S. 68ff) betrachten beispielhaft die Rolle von Instagram und sprechen von unterschiedlichen berufsorientierungsrelevanten Inhalten, auf die Jugendliche hier stoßen können:

- Stellenausschreibungen: Von Unternehmen bezahlte Werbungen, die auf ausgeschriebene (Lehr-)Stellen aufmerksam machen.
- Berufsspezifische Nutzer_innenprofile: Einzelne Personen bespielen einen Account überwiegend mit Inhalten zu einem spezifischen Beruf.
- Unternehmensspezifische Nutzer_innenprofile: Ein Account wird von einem Unternehmen betrieben.
- Ausbildungsberichte: Accounts beschäftigen sich mit Themen rund um die Ausbildung innerhalb eines bestimmten Berufsfeldes.

In der Analyse des Zusammenhangs zwischen der Konfrontation mit Inhalten auf Instagram und dem Berufswunsch von Jugendlichen konnte gezeigt werden, dass in der Regel ein konkreter individueller Berufswunsch nicht über die Auseinandersetzung mit Instagram ausgelöst wird. Im Gegensatz zu Fernsehserien und -filmen beeinflusst Instagram damit meist nicht die Wahl des Berufs(wunsches) (Esch & Grosche, 2011, S. 28ff). Allerdings wird ein bereits vorhandener Berufswunsch über Instagram verstärkt. Dabei kann das Soziale Medium aufgrund der Filterwirkung des Algorithmus als sich selbst verstärkende Spirale bezeichnet werden. Das adaptierte Modell von Lent et al. (1994) erklärt dies wie folgt: Gewonnene berufliche Interessen steigern die Wahrscheinlichkeit, gezielt solche Inhalte auf Instagram zu suchen, die zu den jeweiligen Interessen passen. Sofern die auf dem Medium gewonnenen Erfahrungen positiv sind, führt dies zu einer Stärkung der Überzeugung, in dem jeweiligen Feld erfolgreich sein zu können (und zu wollen). Dies führt wiederum dazu, dass weitere

Anknüpfungspunkte zu diesem Bereich über Instagram wahrscheinlicher werden - einerseits, weil die Konsument_innen ähnliche Inhalte konsumieren und andererseits, weil der Algorithmus auch mehr entsprechende Inhalte im News Feed anzeigt (Jahncke et al., 2020, S. 77f u. S. 85).

Instagram kann demzufolge eine weitere Informationsquelle für Jugendliche im Prozess der Berufsorientierung darstellen. Alle oben genannten Accountarten bieten unmittelbare Einblicke in den Berufsalltag von Individuen, Unternehmen oder Arbeitsgruppen. Diese praxisnahen Sekundärerfahrungen helfen Jugendlichen bei der Evaluation eines bereits vorhandenen Berufswunsches (Jahncke et al., 2020, S. 58ff).

Soziale Netzwerke regen dabei zum direkten Kontakt mit anderen Accounts an. Dadurch können nicht nur tiefere Einblicke in den Berufsalltag gewonnen, sondern aufkommende Fragen umgehend artikuliert werden. So können Jugendliche schnell und unkompliziert zu praxisnahen Informationen kommen. Im Gegensatz zum Fernsehen nutzen Jugendliche soziale Netzwerke also auch aktiv, um Informationen zur Praxis von Berufen einzuholen. Im Gegensatz wiederum zu berufsbildenden Angeboten, die oft über Terminvereinbarungen außer Haus wahrgenommen werden, stellt die Nutzung solcher Medien keinen erhöhten Aufwand für die jungen Menschen dar (Jahncke et al., 2020, S. 75).

## 5.4. DIE BEDEUTUNG DER PEERS FÜR DEN PROZESS DER BERUFSORIENTIERUNG

Das soziale Umfeld jenseits der Eltern beeinflusst Jugendliche ebenfalls bei der Gestaltung und Reflexion berufsbezogener Interessen und Zielvorstellungen (Richter, 2014, S.22; Beinke, 2006, S. 249).

Als größte Gruppe des sozialen Umfelds sind die Gleichaltrigen, die sogenannten „Peers“, zu betrachten. Peers zeigen ihre Bedeutung weniger bei der Entwicklung konkreter individueller Berufsideen, sondern sind besonders im Moment des Berufsübergangs wichtig und beeinflussen die Intensität der Auseinandersetzung mit der Berufswahl (Richter, 2014, S. 22). Der Einfluss der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten wird laut Beinke (2006, S. 264) durch das Wirken der Freund_innengruppe nicht belastet, sondern ergänzt.

Peers befinden sich in Bezug auf den Berufswahlprozess in derselben Lebenssituation wie die Jugendlichen selbst. Aufgrund dieser geteilten Lebenslage können im Freund_innenkreis Erfahrungen ausgetauscht und verglichen werden. So können Jugendliche untereinander Erlebnisse und Erfahrungen besprechen, die sie bereits in Praktika machen konnten, und die eigenen Vorstellungen und Kompetenzen über einen Vergleichswert einem Realitätscheck unterziehen. Peers sind damit der zentrale Referenzrahmen von Jugendlichen, der eigene Ideen, Wünsche und Kompetenzen kontextualisiert (Richter, 2014, S. 90f). Freund_innen sind zudem hilfreiche Rückmelder_innen von persönlichen Fähigkeiten und Stärken. Diese Einschätzungen passieren oft unbewusst, können aber ein wichtiges Element in der Erforschung der eigenen Berufsinteressen sein (Beierle, 2013, S. 19). Peers bieten auch emotionale Unterstützung (z.B. Trost bei Absagen) und sind Ansprechpartner_innen und Ratgeber_innen sowohl bei spezifischen Problemen als auch betreffend den allgemeinen Umgang mit der Berufswahlsituation (Beierle, 2013, S. 12ff).

Außerdem haben Peers untereinander eine verstärkende Wirkung. So konnte Roth (2014) zeigen, dass die Bildungsambitionen bester Freund_innen miteinander zusammenhängen. Zimmermann (2018) bestätigt ebenfalls, dass die Bildungsaspirationen von Schüler_innen mit jenen der Freund_innen assoziiert sind. Peers können einander also Vorbilder sein und sich gegenseitig anspornen (Neuenschwander et al., 2012, S. 186).

Zusammengefasst zeichnet sich das Potenzial der Einflussnahme von Peers durch eine ähnliche Lage und einen ähnlichen soziohistorischen Kontext (Probst, 2010, S. 1), durch eine gemeinsame Sprache und durch Vertrautheit aus (Kunz, 2017). Besonders zu betonen ist zudem das Fehlen von hierarchischen Strukturen. Denn im Gegensatz zu fast allen anderen Informationsagent_innen der Berufswahl, existiert in der Freund_innengruppe kein Machtgefälle. Jugendliche können hierdurch auch individuelle, ausgefallene oder fehlerhafte Vorstellungen äußern, ohne Angst vor Beurteilung haben zu müssen. Darin liegt laut Beinke (2006) ein besonderer Anreiz, die eigene Peergroup auch im Zusammenhang mit Berufswahlfragen zu sehen. Diese freie, hierarchielose Diskussion in Gruppen, in der zum Teil ungenaues Wissen über die Berufswelt transportiert wird, ist ein wichtiger Stabilisator in einer Phase der Unsicherheit und Unklarheit über die berufliche Zukunft (Beinke, 2006, S. 264).

## 5.5. DIE BEDEUTUNG VON SCHULE UND PRAKTIKA FÜR DEN PROZESS DER BERUFSORIENTIERUNG

Schule und praktische Erfahrungen in der Berufswelt haben neben Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, Medien und Peers einen Einfluss auf den Berufswahlprozess Jugendlicher. In einer Befragung von deutschen[12] Berufsanfänger_innen und Schüler_innen zeigte sich, dass praktische Erfahrungen für die Berufswahlentscheidung eine hohe Relevanz haben, während die Befragten der Schule eine geringere Bedeutung beimessen (Degenhardt, 2020, S. 100).

### 5.5.1. DER EINFLUSS DER SCHULE AUF DEN BERUFSORIENTIERUNGSPROZESS

Die Schule ist ein Ort, an dem Berufsorientierung aktiv vorangetrieben werden kann. Hierbei beschreibt Lembke (2020) die Bedeutung der Berufs- und Studienorientierung in der Schule als systematische Gesamtaufgabe. Das bedeutet, dass die Berufs- und Studienorientierung fächerübergreifend anzulegen ist und nicht auf eine Lehrkraft reduziert werden sollte. Lehrpersonen können neben der Rolle als Vermittler_innen von Informationen und Lerninhalten auch eine pädagogisch-motivierende Rolle einnehmen und die Jugendlichen so in der Bewältigung der Entwicklungsaufgabe Berufsfindung unterstützen (Degenhardt, 2020, S. 100f; Lembke, 2020, S. 4). Verschiedene Schultypen unterscheiden sich in der Verankerung der Berufsorientierung (samt eventueller verpflichtender Praktika) im Lehrplan (Heinrichs et al., 2020, S. 14f).

In der bereits genannten Erhebung unter deutschen Schüler_innen und Berufseinsteiger_innen von Degenhardt (2020) wurde festgestellt, dass die Befragten die Schule eher als weniger bedeutsam im Bildungs- und Berufswahlprozess wahrnehmen (Degenhardt, 2020, S. 100). Dies entspricht auch den in Abbildung 18 festgehaltenen Befragungsergebnissen der vorliegenden Studie (siehe Kapitel 5.1.2). Das engere soziale Umfeld der Jugendlichen (v.a. Eltern bzw. Erziehungsberechtigte und Peers) spielt damit eine größere Rolle als schulische Unterstützungsangebote (Taschwer et al., 2019, S. 17f).

Daneben erfragte Degenhardt (2020, S. 100) die Zufriedenheit mit der schulischen Unterstützung im Bildungs- und Berufswahlprozess. Ein Großteil der befragten Schüler_innen fühlte sich hierbei nicht gut auf Praktika vorbereitet. Auch die beratende und unterstützende Funktion der Lehrkräfte wurde bemängelt.

Für Eltern bzw. Erziehungsberechtigte scheint die Schule jedoch eine größere Rolle zu spielen. In der bereits genannten deutschen Studie von Calmbach und Schleer (2020, S. 48f) zeigt sich, dass ein großer

[12] Bundesland Nordrhein-Westfalen

Teil der befragten Eltern (66%) Elternabende in der Schule als Informationsquelle nutzen oder bereits genutzt haben, um sich über die beruflichen Optionen ihrer Kinder zu informieren. 59% der befragten Eltern geben zudem an, Gespräche mit Lehrkräften als Informationsquelle zu nutzen oder genutzt zu haben. Eine aktuelle österreichische Studie mit Eltern aus Niederösterreich, deren Kinder zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 11 und 19 Jahren alt waren, befasst sich ebenso mit der Rolle der Schule im Berufsorientierungsprozess (Breit et al., 2020, S. 4 u. S. 7ff). Laut den Befragungsteilnehmer_innen sind die Lehrer_innen nach dem betreffenden Kind selbst und den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten die wichtigsten Akteur_innen im Bildungs- und Berufswahlprozess. Trotz dieser Bedeutsamkeit geben nur 16% der befragten Eltern an, mit den Lehrkräften der Schule zusammenzuarbeiten. Hier liegt laut den Studienautor_innen ungenutztes Potenzial, das systematischer genutzt werden könnte. Dies wird auch bei Betrachtung der Wünsche der Eltern deutlich: 43% äußern einen hohen Bedarf nach einer intensiven Zusammenarbeit mit der Schule. Dieser Umstand wird besonders bei Eltern von Pflichtschulkindern ersichtlich. Hier hat die Hälfte der befragten Eltern (49,8%) einen hohen Bedarf nach einer solchen Zusammenarbeit mit der Schule des Kindes.

### 5.5.2. DER EINFLUSS PRAKTISCHER ERFAHRUNGEN AUF DEN BERUFSORIENTIERUNGSPROZESS

Erfahrungen in Berufsfeldern zu machen, wird als zentraler Bestandteil des Prozesses der Berufsfindung betrachtet (Petersen et al., 2015, S. 37). In einer Studie von Bergzog (2011, S. 8) zeigen sich Praktika sogar als der einflussreichste Faktor auf die Berufswahl. Auch die Befragungsteilnehmer_innen aus der vorliegenden Studie empfinden das Anschauen von Betrieben, Schnupperpraktika und Arbeitserprobungen als zentrale Einflussfaktoren, wie in Abbildung 18 in Kapitel 5.1.2 illustriert.

Dabei sind nicht nur positive, sondern auch negative Praktikumserfahrungen gewinnbringend, denn die Jugendlichen bemerken so, was sie künftig beruflich *nicht* machen wollen (Degenhardt, 2020, S. 98f). „Ein wichtiges Instrument der Berufsorientierung sind Praktika. Praktika können Schüler[_innen] darin bestärken, ihren Wunschberuf zu ergreifen, oder, sollte der Wunschberuf anders als gedacht oder vorgestellt sein, Anlass für neue Orientierung geben“, pflichtet Boockmann (2017, S. 54) bei. Praktika können damit als Realitätscheck und als Eignungsbestätigung gesehen werden, anhand derer die Jugendlichen erste Berufswahlentscheidungen überprüfen und gegebenenfalls revidieren können (Beinke, 2011, S. 14; Knauf, 2009, S. 235). Vorstellungen über Berufsfelder, die unter anderem durch die Medien erzeugt worden sein können, können mit der Realität abgeglichen werden.

Im Rahmen von Praktika können Jugendliche nicht nur erste berufliche Erfahrungen sammeln und ihre Interessen und Neigungen erproben, bei einer positiven Erfahrung steigt ebenso die Motivation Wissen zu generieren und sich weiter mit der eigenen beruflichen Zukunft zu beschäftigen. Praktische Erfahrungen können damit die berufsbezogene Reflexion vorantreiben (Heinrichs et al., 2020, S. 2f).

Zudem profitieren Jugendliche von Praktika, indem sie „Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen in Hinblick auf die Erstellung von Bewerbungsunterlagen sowie das Auftreten und Verhalten bei Bewerbungsgesprächen und am Arbeitsplatz“ (Schopf et al., 2019, S. 404) entwickeln.

Durch Praktika können Jugendliche nicht zuletzt auch erste berufliche Kontakte knüpfen und ihr soziales Netzwerk erweitern. Der Zugang zu einer betrieblichen Berufsausbildung oder einer sonstigen Anstellung entwickelt sich oft über Praktika, da sich Betriebe und Jugendliche bereits kennenlernen konnten (Fischer & Reimann, 2018, S. 224).

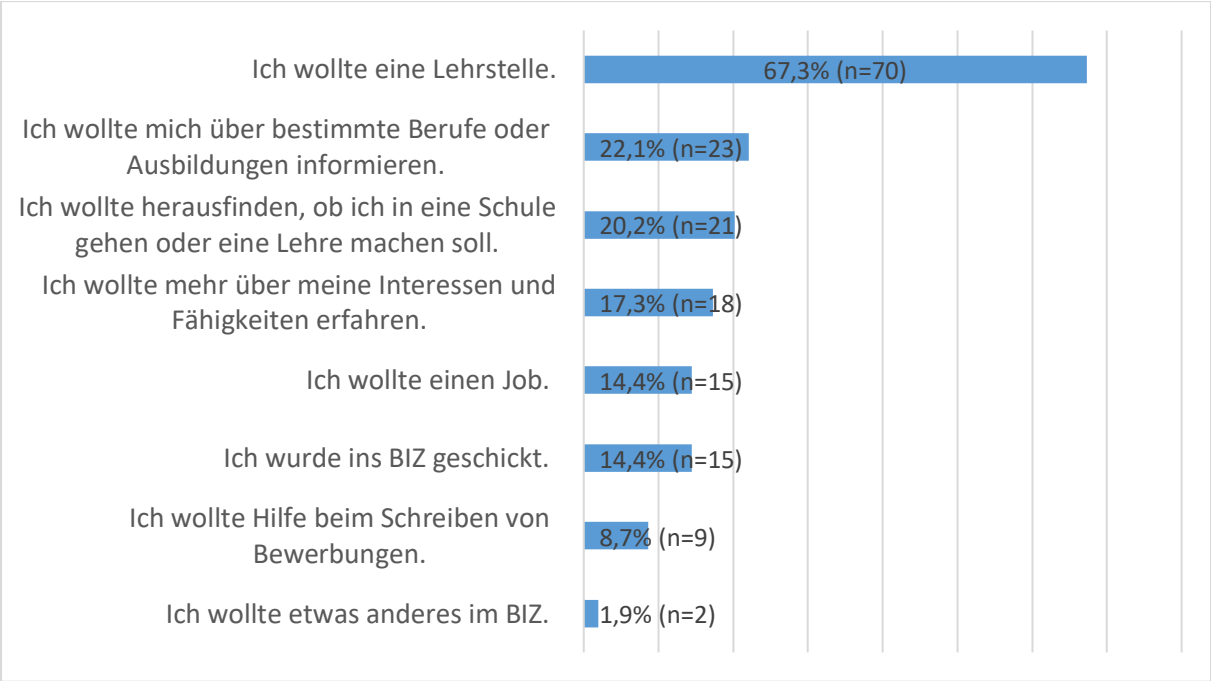
Die positiven Effekte eines Berufspraktikums können durch eine Vor- und Nachbereitung gesteigert werden (Bergzog, 2011, S. 1 u. S. 4; Weisser et al., 2019, S. 53). Die Reflexion der praktischen Erfahrungen ist dabei aus didaktischer Perspektive besonders ausschlaggebend (Fischer & Reimann, 2018, S. 224).

## 5.6. DIE BEDEUTUNG DES BIZ FÜR DEN PROZESS DER BERUFSORIENTIERUNG

### 5.6.1. ERWARTUNGEN RETROSPEKTIV BEFRAGTER KUND_INNEN AN DIE BIZ-BERATUNG UND DEREN ERFÜLLUNG

Unter Berücksichtigung des Pyramidenmodells des beruflichen Orientierungsprozesses, welches bereits in Kapitel 5.1 beschrieben wurde, scheinen die Jugendlichen selbst die Aufgabe des BIZ vorwiegend im Bereich der Unterstützung ihrer (beruflichen und ausbildungsbezogenen) Realisierungsaktivitäten zu sehen. So geben mehr als zwei Drittel der Befragten an, dass sie sich von der BIZ-Beratung die Vermittlung einer Lehrstelle bzw. die Unterstützung bei der Suche nach einer solchen erhofften (siehe Abbildung 20). In die gleiche Kerbe schlagen Personen, die meinen, sie wollten einen Job, sowie Personen, die sich Hilfe beim Schreiben von Bewerbungen erhofften.

**Abbildung 20: "Was haben Sie sich von der Beratung erhofft?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die Frage beantworteten (n=104), und in absoluten Zahlen. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der Erwartungen.*

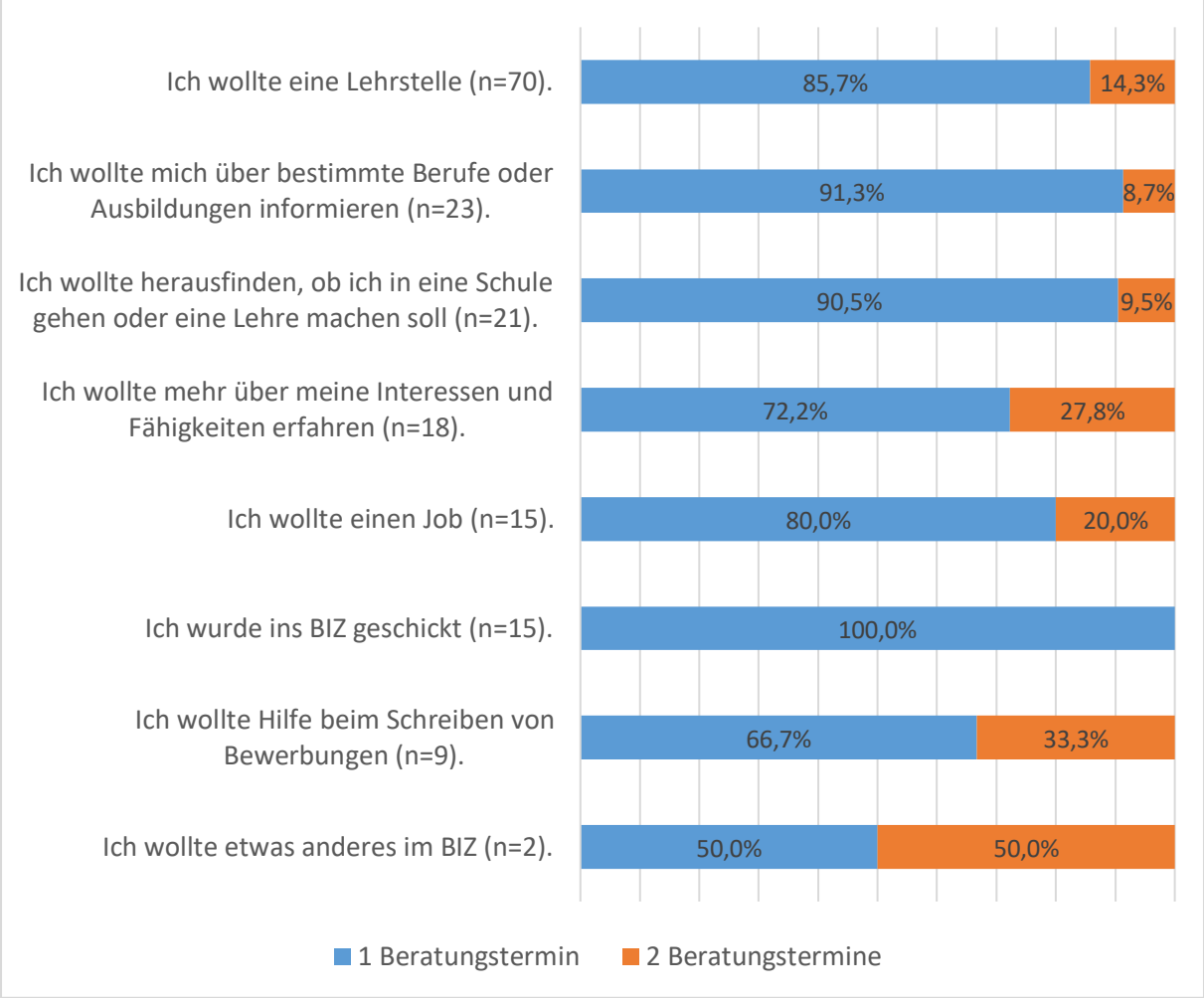
Diese Beobachtung gilt für Burschen noch stärker als für Mädchen: Während die weiblichen Jugendlichen häufiger als ihre männlichen Pendants nach Information suchten (z.B. „Ich wollte herausfinden, ob ich in eine Schule gehen oder eine Lehre machen soll.“ oder „Ich wollte mich über bestimmte Berufe oder Ausbildungen informieren.“), steckten Burschen häufiger bereits mitten in den Realisierungsaktivitäten (z.B. „Ich wollte eine Lehrstelle.“ oder „Ich wollte einen Job.“). Wie bereits in Kapitel 5.1 beschrieben, erfordert jener letzte Schritt der Umsetzung einer Entscheidung auch Wissen über bestimmte Berufe und Ausbildungen sowie die jeweiligen Anforderungen. Hiermit in Einklang

steht, dass mehr als jede_r fünfte Jugendliche angibt, er_sie wollte sich über bestimmte Berufe oder Ausbildungen informieren und/oder er_sie wollte herausfinden, ob er_sie in eine Schule gehen oder eine Lehre machen möchte. Nur geringfügig seltener hatten die Jugendlichen die Erwartung, durch die BIZ-Beratung mehr über ihre Interessen und Fähigkeiten zu erfahren.

„Andere“ Informationen, die sich die Heranwachsenden erhofften, umfassten solche über die Lernwerkstatt sowie einen vollständigen Überblick über die bildungs- und berufsbezogenen Wege, die ihnen offenstehen. Die Befragten weisen diesbezüglich an unterschiedlichen Stellen darauf hin, dass sie die österreichische Bildungs- und Berufslandschaft als überaus komplex empfinden, weshalb der Bildungs- und Berufswahlprozess mit Gefühlen der Überforderung verbunden ist. Ein_e betreffende_r Befragte_r wünscht sich daher: „Man sollte junge Menschen darüber informieren, was für Möglichkeiten es gibt – und zwar über alle!“

Die Intentionen, mit denen die Jugendlichen in die Beratung gingen, wirkten sich auch auf ihren Beratungsbedarf sowie auf das Vorgehen der Berater_innen aus. Wie in Abbildung 21 zu sehen, kamen Jugendliche, die herausfinden wollten, ob sie in eine Schule gehen oder eine Lehre machen sollen, sowie solche, die sich über bestimmte Berufe und Ausbildungen informieren wollten, besonders oft mit nur einem Beratungstermin aus, während Kund_innen, die mehr über ihre Fähigkeiten und Interessen erfahren wollten, und solche, die Hilfe beim Schreiben von Bewerbungen brauchten, häufiger einen zweiten Beratungstermin in Anspruch nahmen.

**Abbildung 21: Anzahl der Beratungstermine aufgrund unterschiedlicher Beratungsziele**

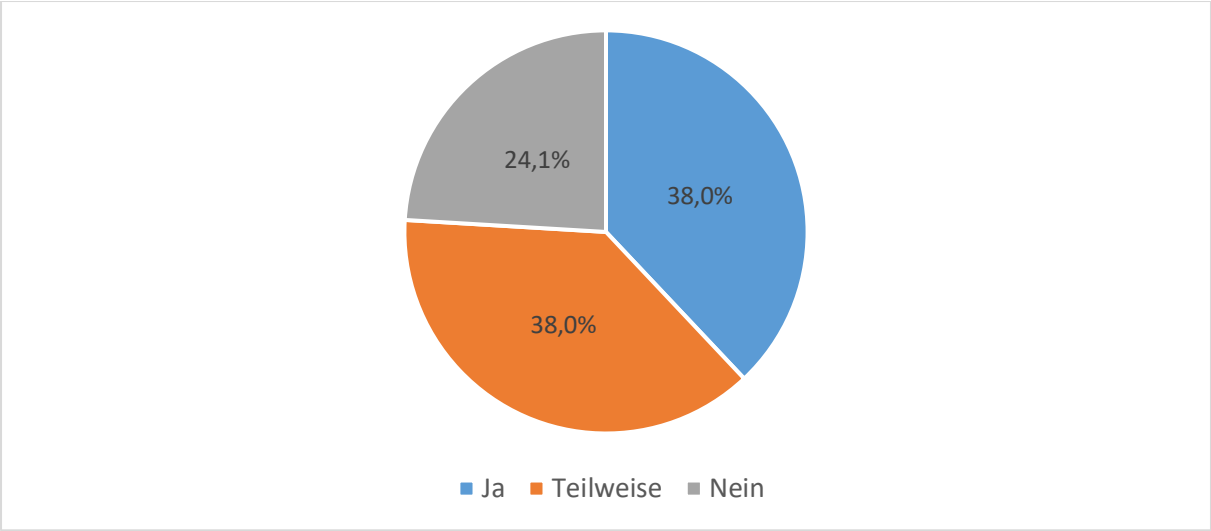



*Quelle: Online-Befragung und AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden, und die betreffende Erwartung angegeben hatten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der jeweiligen Erwartungen an die BIZ-Beratung ("Was haben Sie sich von der Beratung erhofft?").*

Gemäß den bereits beschriebenen Phasen des Berufsorientierungsprozesses weist dies darauf hin, dass sowohl die Phase der beruflichen Selbsteinschätzung als auch die Phase der Realisierung eine etwas längere Betreuung erfordert, während die in der Mitte befindliche Phase der beruflichen Entscheidung und Spezifizierung mit punktueller Unterstützung auskommt. Ersteres gilt auch für Befragungsteilnehmer_innen, die „andere“ Erwartungen an die BIZ-Beratung hatten: Diese verbalisieren in den Antworten auf die offenen Fragen Überforderung in Anbetracht der österreichischen Bildungs- und Berufslandschaft und sprechen auch unaufgefordert von einem größeren Beratungsbedarf.

Das BIZ scheint, wie auch in Abbildung 22 zu sehen, die Erwartungen der Jugendlichen häufig erfüllt zu haben: Etwa 3 von 4 jener Heranwachsenden, die im Beobachtungszeitraum eine BIZ-Beratung in Anspruch genommen haben, meinen, dass sie im BIZ bekommen haben, was sie wollten.

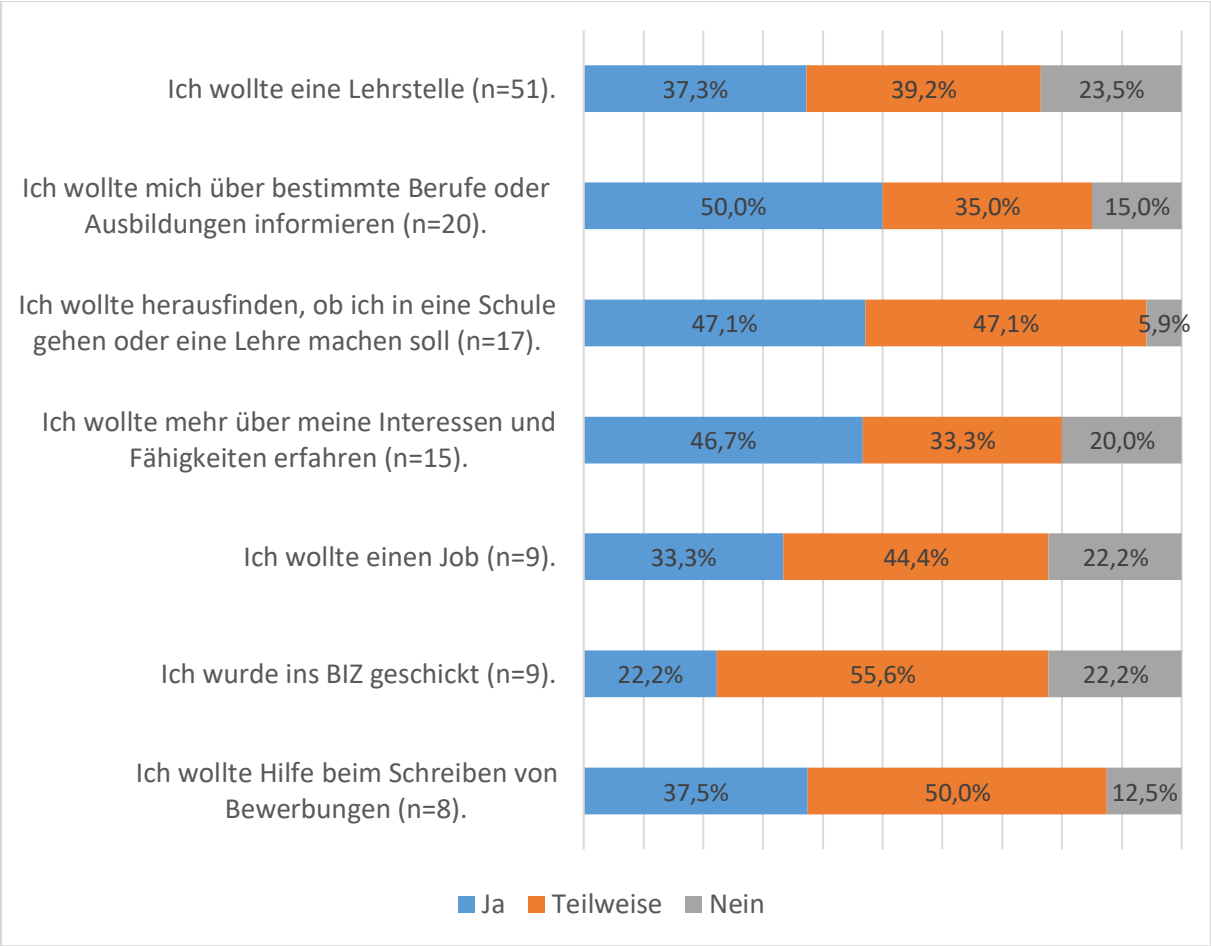
**Abbildung 22: "Haben Sie im BIZ bekommen, was Sie wollten?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die Frage beantworteten (n=79).*

Besonders häufig geben hierbei jene Personen an, dass sie teilweise oder zur Gänze bekommen haben, was sie wollten, die (auch) mit der Erwartung in das BIZ gekommen sind, dort herauszufinden, ob sie eine Schule oder eine Lehre machen sollen (siehe Abbildung 23). Beinahe die Hälfte der betreffenden Personen findet, dass dieses Bedürfnis vollständig erfüllt wurde; nur in Ausnahmefällen wurde die Erwartung nicht einmal teilweise erfüllt.

**Abbildung 23: "Haben Sie im BIZ bekommen, was Sie wollten?" (nach Erwartungen)**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden, die jeweilige Erwartung hatten und die Frage beantworteten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der jeweiligen Erwartungen an die BIZ-Beratung ("Was haben Sie sich von der Beratung erhofft?").*

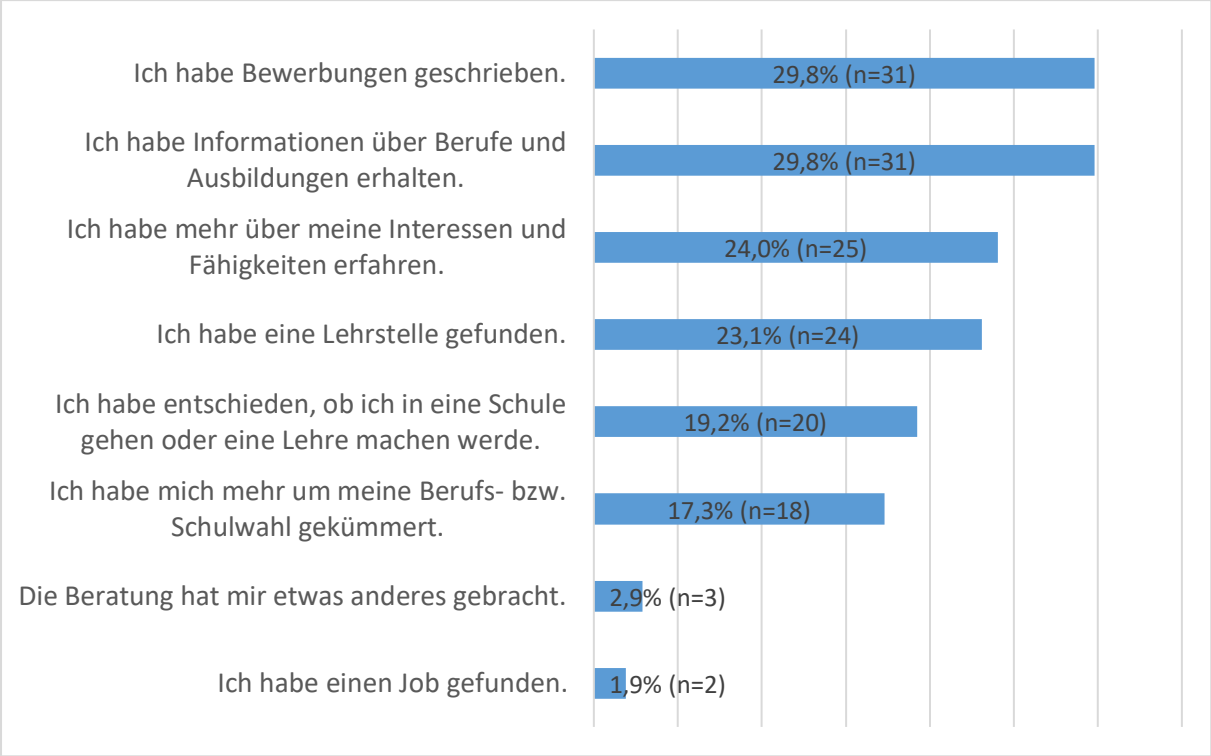
Obwohl die Berufsinformationszentren sämtliche der abgefragten Erwartungen der Kund_innen mehrheitlich zumindest teilweise erfüllen konnten, meint mindestens jede fünfte Person, die sich (unter anderem) erhoffte, eine Lehrstelle zu bekommen, mehr über die eigenen Interessen und Fähigkeiten zu erfahren oder einen Job zu erhalten, dass sie überhaupt nicht bekommen habe, was sie wollte. Dies gilt nicht zuletzt auch für Kund_innen, die erklären, dass sie (unter anderem) ins BIZ geschickt worden seien. Zu beachten ist hierbei – worauf auch die Befragungsteilnehmer_innen selbst in den offenen Antworten hinweisen -, dass der Beobachtungszeitraum für manche der Personen beinahe zur Gänze innerhalb der Covid-19-Pandemie lag, was gerade in bestimmten Branchen das Finden von Jobs sowie Lehr- und anderen Ausbildungsstellen deutlich erschwert hat. Tatsächlich geben Befragte, deren Beratung bereits 2019, d.h. mehrere Monate vor der Pandemie, stattfand, eher an, dass ihre Erwartungen erfüllt worden seien, als Befragte, deren Beratung erst 2020 stattfand.

Nichtsdestotrotz wurden auch jene Befragte, die nicht exakt das erhielten, das sie sich erhofft hatten, zum Teil positiv überrascht und zeigen sich daher insgesamt zufrieden mit dem BIZ-Angebot. So etwa beschreibt eine Person, die „andere Erwartungen“ hatte, dass diese nicht erfüllt worden seien, dass sie aber unerwarteterweise lernte, wie man eine Bewerbung schreibt, und dass sie zudem inspirierende Menschen traf.

### 5.6.2. BERATUNGSERGEBNISSE UND UMGESETZTE VORHABEN RETROSPEKTIV BEFRAGTER BIZ-KUND_INNEN AUFGRUND DER BERATUNG

Mit Ausnahme eines_einer einzigen Jugendlichen meinen demnach sämtliche der jungen Kund_innen, die die Frage beantworteten, dass ihnen die BIZ-Beratung irgendeines der in Abbildung 24 dargestellten Ergebnisse brachte. Besonders häufig schrieben sie aufgrund des BIZ Bewerbungen – wenn auch nur zwei der Personen meinen, dass sie unmittelbar durch die Beratung einen Job fanden - und/oder erhielten in der dortigen Beratung Informationen über Berufe und Ausbildungen.

**Abbildung 24: "Was hat Ihnen die Beratung gebracht?"**



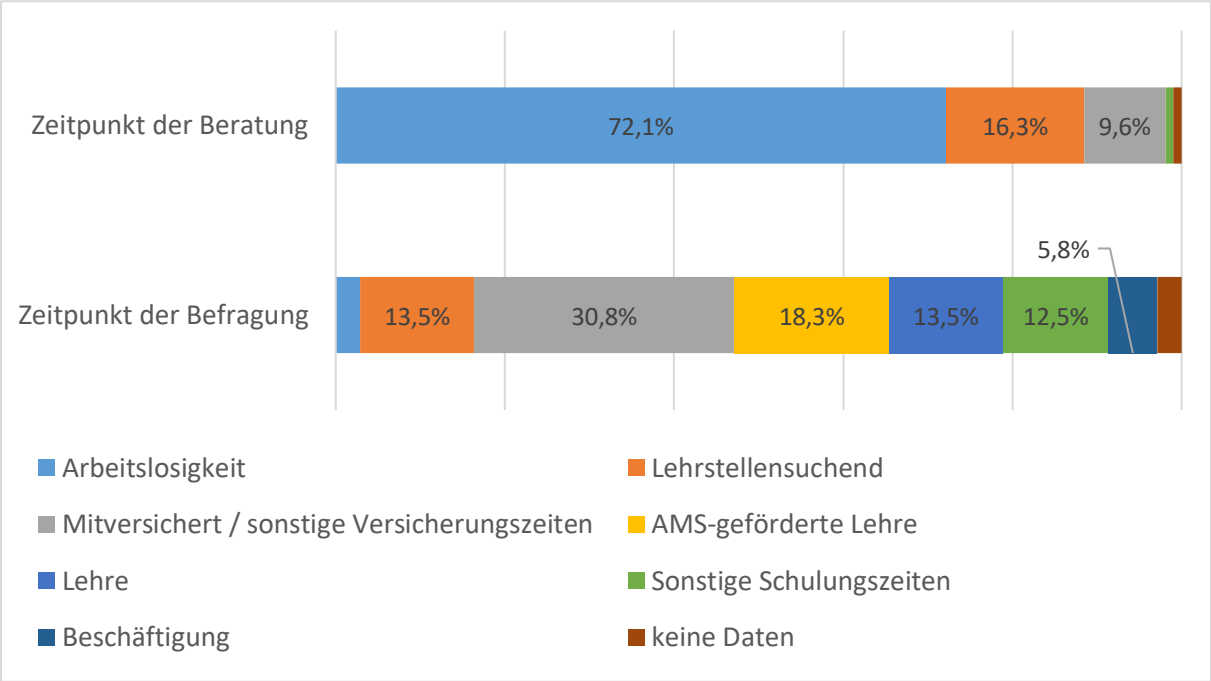

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die Frage beantworteten (n=104), und in absoluten Zahlen. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der Beratungsergebnisse. 14 weitere Personen geben an, „nicht zu wissen", was ihnen die Beratung gebracht hat.*

Jede_r fünfte bis jede_r vierte Jugendliche beschreibt aber auch, dass er_sie durch die BIZ-Beratung mehr über seine_ihre Interessen und Fähigkeiten erfuhr, eine Lehrstelle fand und/oder entschied, ob er_sie in eine Schule gehen oder eine Lehre machen würde. Nur etwas seltener erzählen die Befragten von einem motivationssteigernden Effekt der Beratung: Aufgrund von dieser haben sie sich generell mehr um ihre Berufs- bzw. Schulwahl gekümmert. „Andere" Beratungsergebnisse stellen das Netzwerken mit unterschiedlichen Menschen sowie die Analyse der Anforderungen, in eine Lernwerkstatt zu kommen, dar. Gemäß den BIZ-Berater_innen wurden zudem drei der Personen an die Qualifikationspass-Servicestelle[13] und zwei an das SAG-Team (Sozialhilfe) weitervermittelt.

[13] Die Stadt Wien erläutert hierzu: „Der Qualifikationspass Wien unterstützt und begleitet Wienerinnen und Wiener, die nur einen Pflichtschulabschluss haben, Schritt für Schritt bis zu einem Ausbildungsabschluss, etwa den Lehrabschluss. Wer eine im Ausland erworbene Qualifikation am österreichischen Arbeitsmarkt nicht verwerten kann, erhält ebenfalls Unterstützung." (www.wien.gv.at/arbeit/waff/qualifikationspass.html, abgerufen am 24.03.2022).

Nicht nur die Heranwachsenden selbst berichten von großen Veränderungen nach bzw. aufgrund der Beratung, auch die Statusveränderungen gemäß AMS-Daten zeigen dies an: Wie in Abbildung 25 zu sehen, ging der Anteil der arbeitslosen Jugendlichen zwischen der Beratung und der Befragung deutlich zurück.

**Abbildung 25: Beschäftigungsstatus jugendlicher Befragungsteilnehmer_innen zum Beratungs- und zum Befragungszeitpunkt**




*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden (n=104). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet. Im Falle niedriger Fallzahlen in einzelnen Status wurden diese zu Sammelkategorien zusammengefasst: „AMS-geförderte Lehre" inkludiert sowohl Ausbildungsplätze in IBA als auch solche in ÜBA; „Beschäftigung" meint vorwiegend nicht-geförderte, unselbstständige Beschäftigung als Arbeiter_in oder Angestellte_r, in einem Fall aber eine AMS-geförderte Beschäftigung (EB) und in einem Fall eine nicht-geförderte, geringfügige Beschäftigung.*

Dies geschah u.a. auch zugunsten der Mitversicherungen bei den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, durchaus aber auch zugunsten von Ausbildung oder Beschäftigung. So befinden sich mehr als 3 von 10 Heranwachsende zum Befragungszeitpunkt in einer (AMS-geförderten oder ungeförderten) Lehre, während jede_r achte Jugendliche sonstige Schulungszeiten absolviert und zumindest mehr als jede_r zwanzigste Jugendliche in Beschäftigung ist. Letzteres meint mehrheitlich eine nicht-geförderte, mehr als geringfügige, unselbstständige Beschäftigung.

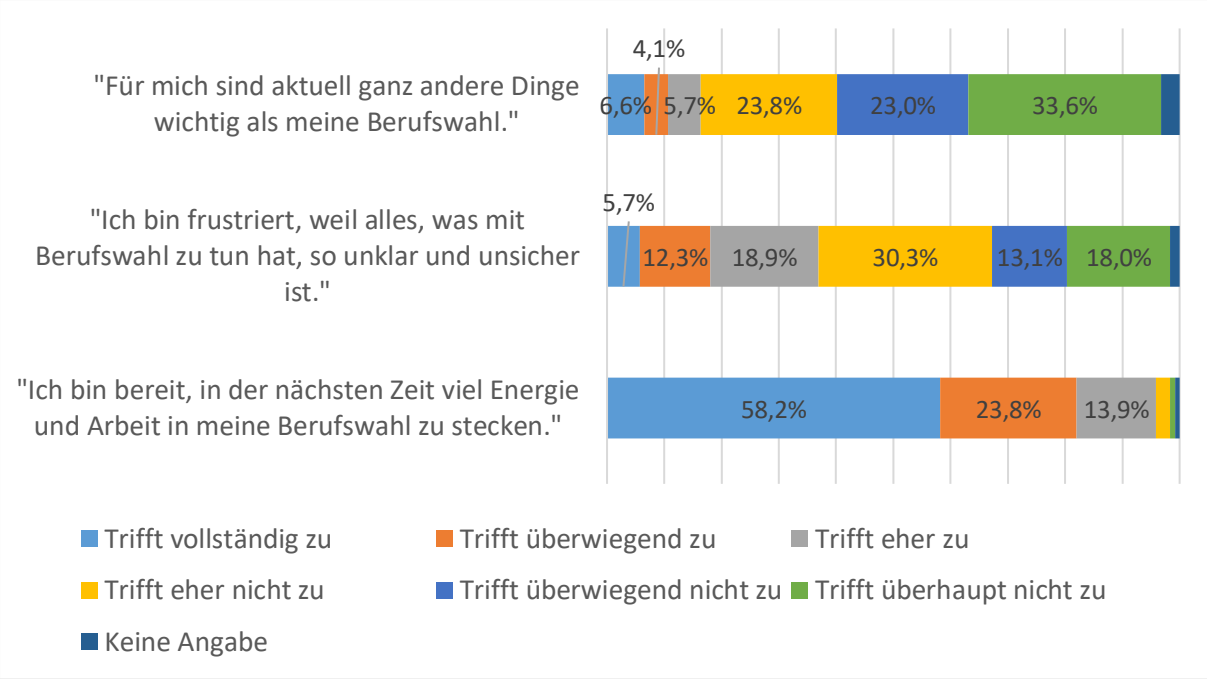
Keine Änderungen ergaben sich hingegen betreffend die höchste abgeschlossene Ausbildung, was z.B. im Falle von Lehr- oder Schulabschlüssen zwischen Beratung und Befragung der Fall gewesen wäre.

### 5.6.3. DIMENSIONEN DES BERUFLICHEN ORIENTIERUNGSPROZESSES IM LÄNGSSCHNITT

Aufbauend auf der retrospektiven Befragung, auf welche bereits in Kapitel 5.6.1 und Kapitel 5.6.2 eingegangen wurde, wurde ein Prä-Post-Design entworfen, welches Aufschluss über den Fortschritt geben sollte, den jugendliche Kund_innen in den Wochen nach ihrer Einzelberatung hinsichtlich des beruflichen Orientierungsprozesses realisieren können. So sollten auch die Erkenntnisse zu den Beratungsergebnissen, welche in Kapitel 5.6.2 dokumentiert wurden, mit höherer interner Validität

abgesichert werden. Die 14- bis 19-Jährigen[14] wurden hierfür unmittelbar vor ihren Beratungsterminen im BerufsInfoZentrum gebeten, die unterschiedlichen Dimensionen der eigenen beruflichen Orientierung, welche in Kapitel 5.1.1 dargestellt wurden, anhand ausgewählter Items zu beurteilen. Wie in Abbildung 26 zu sehen, beschreiben sie hierbei ihr Problembewusstsein betreffend den beruflichen Orientierungsprozess als grundsätzlich hoch: Lediglich 1 von 10 Befragten (10,7%) kann vollständig oder überwiegend zustimmen, dass aktuell ganz andere Dinge als die Berufswahl wichtig für ihn_sie sind.

**Abbildung 26: Selbsteinschätzung der Dimension "Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft" (Erstbefragung)**



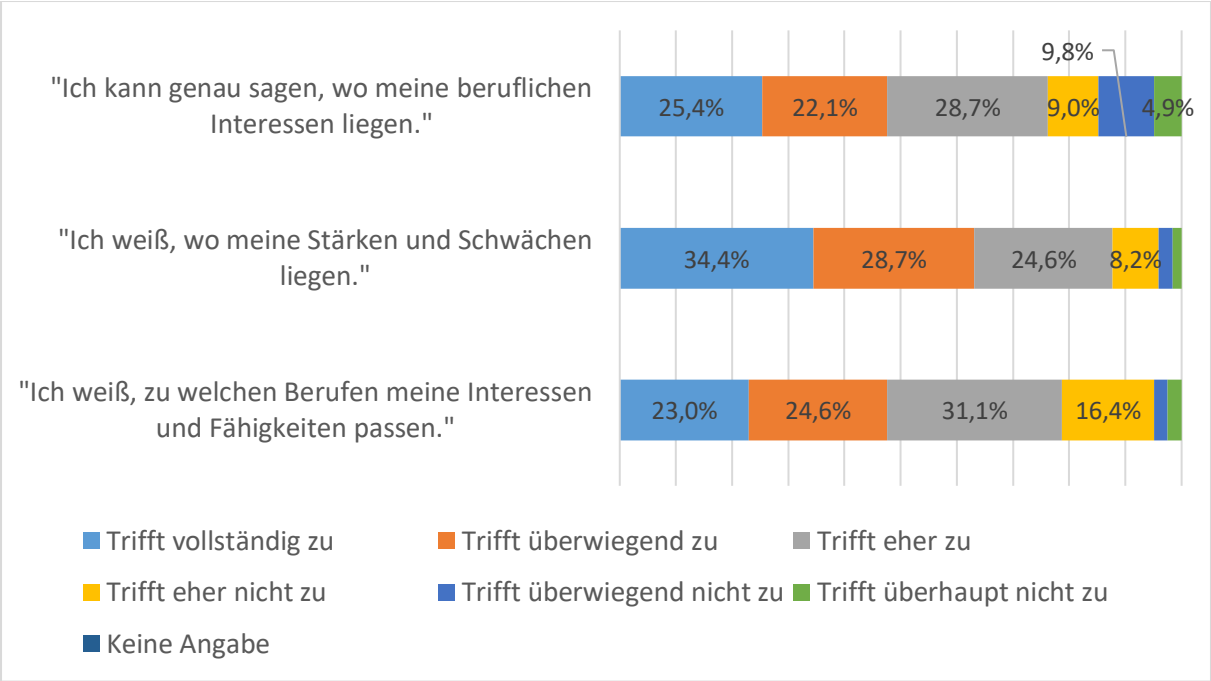

*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Etwa ein Drittel der Teilnehmenden räumt der Berufswahl sogar so hohe Priorität ein, dass sie das Statement als überhaupt nicht zutreffend beschreiben. Zudem sind mehr als 8 von 10 der jugendlichen BIZ-Kund_innen (82,0%) zumindest überwiegend bereit, in der nächsten Zeit viel Energie und Arbeit in ihre Berufswahl zu stecken. Diese hohe Einsatzbereitschaft wird aber zuweilen dadurch getrübt, dass die Adoleszenten den Berufswahlprozess als unklar und unsicher erleben. Aufgrund dessen fühlen sich 36,9% der Befragten zumindest eher frustriert.

Hinsichtlich der beruflichen Selbsteinschätzung, welche in Abbildung 27 illustriert wird, beschreiben sich die BIZ-Kund_innen tendenziell als fortgeschritten. Vor allem die eigenen Stärken und Schwächen können 9 von 10 der Befragten zumindest eher gut einschätzen. 63,1% der Teilnehmenden können sogar überwiegend oder vollständig zustimmen, jener Aufgabe gewachsen zu sein. Etwas schwieriger gestaltet sich die Identifikation der eigenen beruflichen Interessen: Etwa zwei Drittel der Jugendlichen können eher, weniger als die Hälfte zumindest überwiegend zustimmen, dass sie diese genau benennen können. Dies gilt umso mehr für den Abgleich der eigenen Interessen und Fähigkeiten mit verschiedenen Berufsbildern, welcher neben Selbstkenntnis auch Wissen über den Arbeitsmarkt und analytisches Denken erfordert.

[14] In Einzelfällen wurden auch jüngere Jugendliche bzw. ältere junge Erwachsene befragt.

**Abbildung 27: Selbsteinschätzung der Dimension "Berufliche Selbsteinschätzung" (Erstbefragung)**

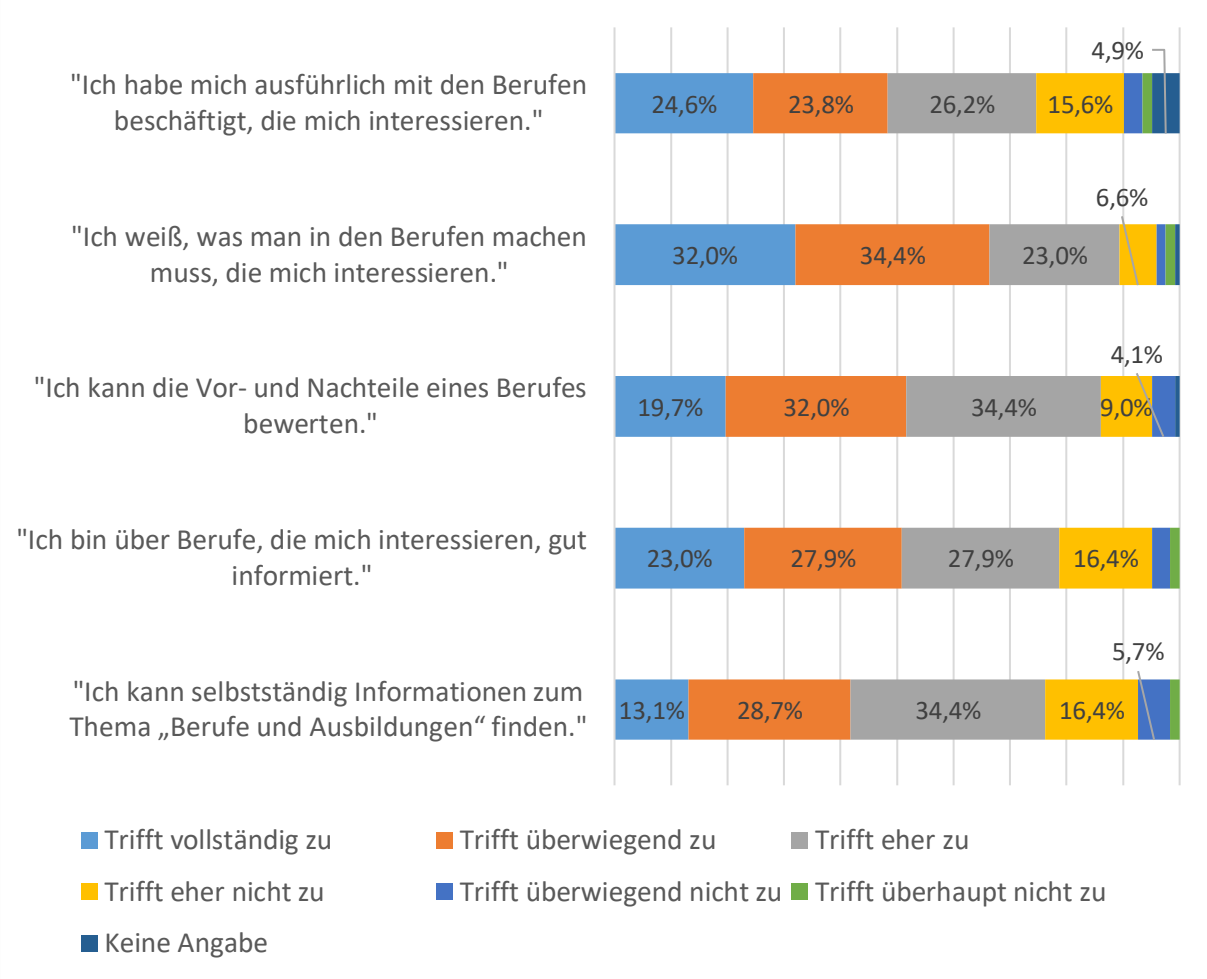



*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Im Wesentlichen fühlen sich die BIZ-Kund_innen aber gut über Arbeitsmarkt und Berufslandschaft informiert (siehe Abbildung 28). Die wenigen Jugendlichen, die (eher) nicht wissen, was man in den Berufen machen muss, die sie interessieren, haben mehrheitlich zuvor, d.h. betreffend ihre „Berufliche Selbsteinschätzung“, angegeben, die eigenen beruflichen Interessen auch eher bis überhaupt nicht zu kennen.[15] Dies gilt zu großen Teilen auch für jene Personen, die nicht einmal eher zustimmen können, dass sie sich ausführlich mit den sie interessierenden Berufen beschäftigt haben.

[15] 3 der 12 betreffenden Personen verneinten überwiegend, ihre beruflichen Interessen zu kennen; 5 der Jugendlichen konnten überhaupt nicht zustimmen, diese einschätzen zu können.

**Abbildung 28: Selbsteinschätzung der Dimension "Beruflicher Informationsstand" (Erstbefragung)**

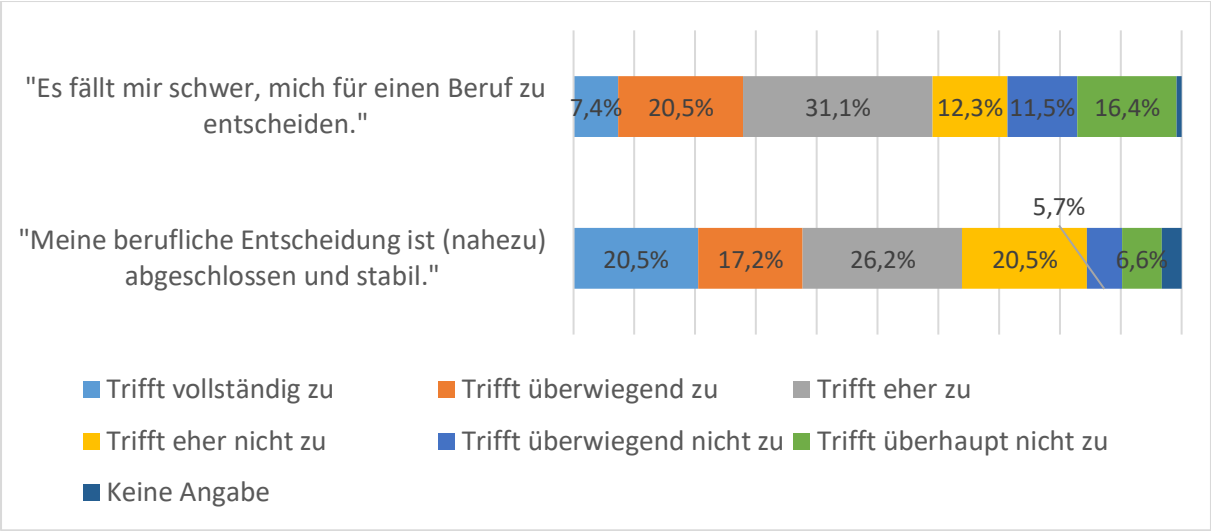



*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Etwas schwerer als die Darstellung der Tätigkeiten bzw. Herausforderungen in einem gegebenen Beruf fällt den Befragten, die Vor- und Nachteile eines solchen zu bewerten. Alles in allem aber fühlt sich die Hälfte (50,9%) der jugendlichen BIZ-Kund_innen mindestens überwiegend gut über die für sie interessanten Berufe informiert; mehr als 3 von 4 der Personen können dem zumindest eher zustimmen. Zuweilen stellt sich die Suche nach Informationen betreffend die Bildungs- und Berufslandschaft jedoch als herausfordernd dar: Beinahe jede_r vierte Jugendliche (23,7%) verneint zumindest eher, selbstständig Informationen zum Thema „Berufe und Ausbildungen“ finden zu können. Manche dieser Personen nutzten die Beantwortung der offenen Fragen, um die BIZ-Berater_innen dafür zu loben, ihnen bei ebenjener Herausforderung geholfen zu haben. Dies geht auch mit der retrospektiven Online- bzw. Telefonbefragung von n=104 jugendlichen BIZ-Kund_innen d’accord, welche den Erhalt von bildungs- und/oder berufsbezogenen Informationen als zweithäufigstes BIZ-Beratungsergebnis dokumentieren (siehe hierzu auch Kapitel 5.6.2).

37,7% der Teilnehmenden am Prä-Post-Design beschreiben sich als fortgeschritten, was den beruflichen Entscheidungsprozess betrifft: Sie können, wie auch in Abbildung 29 zu sehen, überwiegend oder vollständig beipflichten, dass ihre berufliche Entscheidung (nahezu) abgeschlossen und stabil ist. Über 3 von 10 der heranwachsenden BIZ-Kund_innen können dies jedoch nicht einmal eher bejahen.

**Abbildung 29: Selbsteinschätzung der Dimension "Entscheidungsverhalten" (Erstbefragung)**



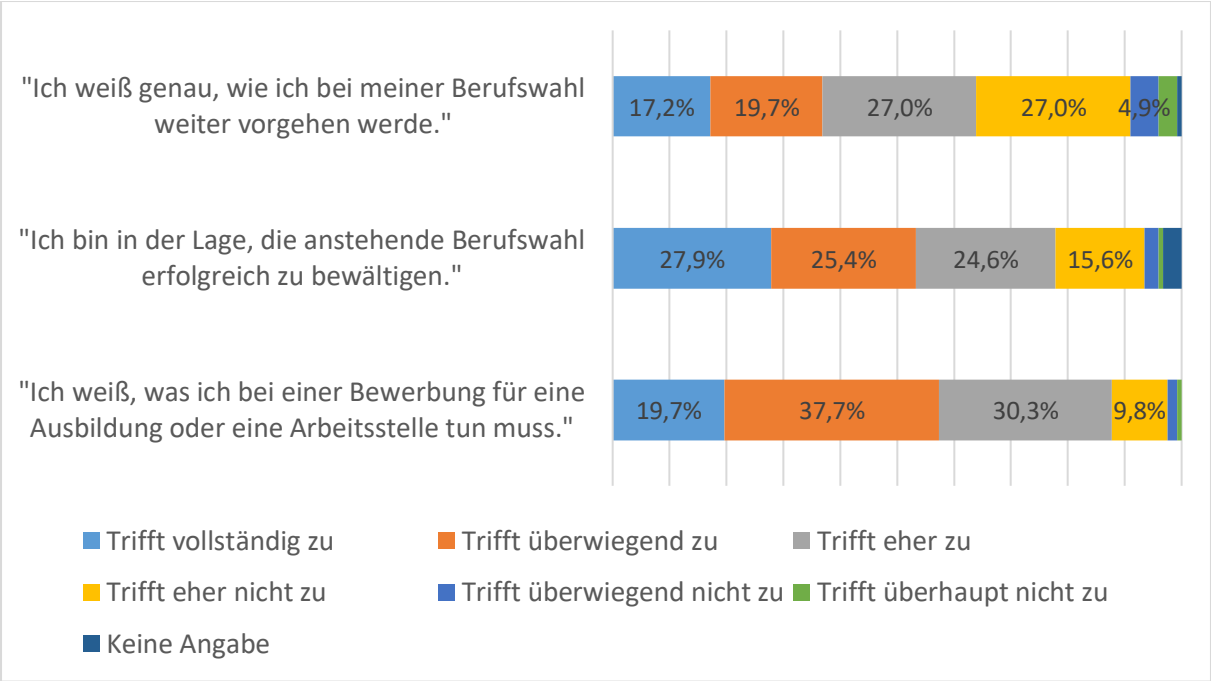

*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Jenen Jugendlichen, welchen es schwerfällt, sich für einen Beruf zu entscheiden („trifft überwiegend/vollständig zu“), mangelt es nicht zwangsläufig an berufskundlichem Wissen: Sie geben keinesfalls einen limitierteren beruflichen Informationsstand an, beschreiben aber deutlich häufiger Gefühle der Frustration, da alles, das mit Berufswahl zu tun hat, unklar und unsicher sei.[16]

Über 6 von 10 der Befragten wissen, wie in Abbildung 30 illustriert, vor der Einzelberatung zumindest eher, wie sie bei der Berufswahl weiter vorgehen werden; sogar 87,7% der Adoleszenten erklären, eher bis vollständig darüber im Bilde zu sein, was sie bei einer Bewerbung für einen Ausbildungsplatz oder eine Arbeitsstelle tun müssen.

[16] 67,6% jener 34 Personen, die überwiegend oder vollständig zustimmen, dass ihnen die Berufswahl schwerfalle, fühlen sich mindestens eher frustriert (gegenüber 36,9% in der Gesamtstichprobe); auf 44,1% trifft dies überwiegend oder vollständig zu (gegenüber 18,0% in der Gesamtstichprobe).

**Abbildung 30: Selbsteinschätzung der Dimension "Realisierungsaktivitäten" (Erstbefragung)**

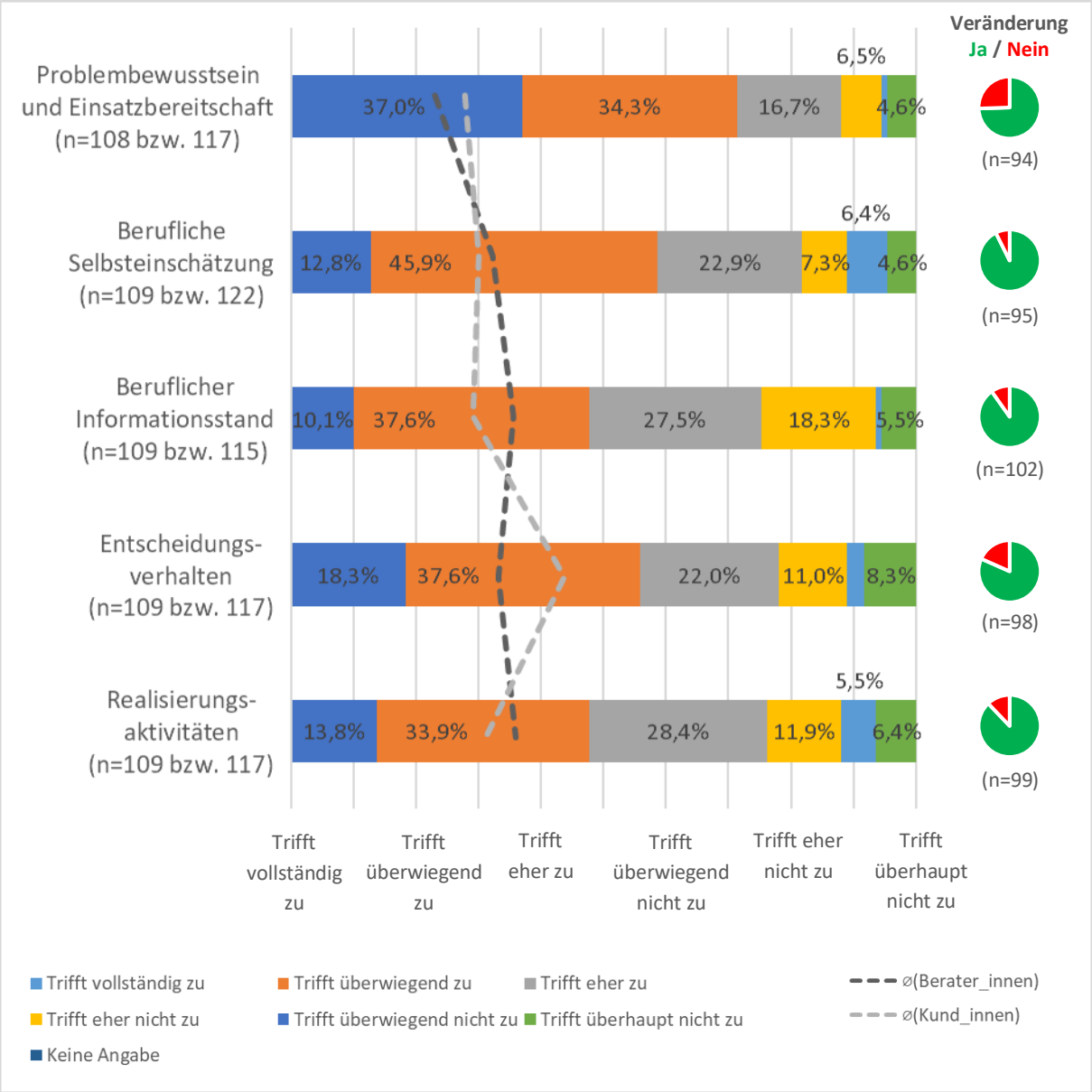



*Quelle: Erstbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Erstbefragung teilgenommen haben (n=122). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Nichtsdestotrotz gehen immerhin 18,9% der Jugendlichen mit dem Gefühl in die BIZ-Beratung, (eher) nicht in der Lage zu sein, ihre anstehende Berufswahl erfolgreich zu bewältigen. Die Gründe hierfür erscheinen mannigfaltig, lässt sich doch kein signifikanter und praktisch relevanter Zusammenhang mit einer oder mehreren der vorangehenden Entwicklungsaufgaben feststellen.

Neben den Heranwachsenden selbst wurden auch die BIZ-Berater_innen gebeten, die Kund_innen dahingehend einzuschätzen, wie fortgeschritten diese hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses bei Beginn des Einzelberatungsgespräches waren. Wie anhand des Liniendiagramms in Abbildung 31 zu sehen, schätzen sie hierbei das diesbezügliche Problembewusstsein und die Einsatzbereitschaft der Jugendlichen („Er_Sie weiß, dass gegen Ende der Schulzeit verstärkt Berufswahlaktivitäten anstehen und ist bereit, sich aktiv damit zu beschäftigen.“) sogar als ausgeprägter ein als die Kund_innen selbst. Nur für 1 von 10 der Heranwachsenden konstatieren sie, dass die entsprechende Entwicklungsaufgabe (eher) nicht bewältigt worden sei.

**Abbildung 31: Selbst- und Fremdeinschätzung der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses im Vergleich (Erstbefragung)**




*Quelle: Erstbefragung und Berater_innenbefragung, eigene Auswertung. Angaben im Balkendiagramm und in den Kreisdiagrammen in Prozent der BIZ-Kund_innen, hinsichtlich derer die Berater_innen eine Aussage trafen. Betreffend jene Person, zu deren „Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft" der_die Berater_in keine Angabe machte, wurde vermerkt, dass die entsprechende Dimension in diesem Fall „nicht relevant" sei. Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*
*Die Liniendiagramme folgen dem arithmetischen Mittel der Berater_innen- sowie Kund_inneneinschätzungen (n=Berater_inneneinschätzungen bzw. Kund_inneneinschätzungen) der jeweiligen Dimension (von 1 = „Trifft vollständig zu" bis 6 = „Trifft überhaupt nicht zu"). Um die Selbsteinschätzungen der Kund_innen mit den Fremdeinschätzungen der Berater_innen vergleichen zu können, wurden die jeweiligen Items zunächst auf Personenebene zu einem Index aggregiert, wobei Items, die einen mangelnden Fortschritt hinsichtlich der Dimension des beruflichen Orientierungsprozesses signalisieren, umgepolt wurden.*

74,5% der Berater_innen finden zudem, dass die Jugendlichen aufgrund des Beratungsgespräches eine (zusätzliche) Verbesserung hinsichtlich dieser Dimension realisieren konnten. Unter jenen, die eine solche nicht wahrnehmen können, befinden sich überdurchschnittlich viele Personen, die den Jugendlichen bereits bei Beginn der Einzelberatung ein hohes Problembewusstsein bzw. eine hohe Einsatzbereitschaft zusprechen.

Etwas kritischer als die Kund_innen selbst zeigen sich die Berater_innen hingegen, was die berufliche Selbsteinschätzung der Heranwachsenden betrifft („Er_Sie kennt seine_ihre Interessen, Stärken und Schwächen."). Nichtsdestotrotz können die Berater_innen dem zugehörigen Statement in 12,8% der Fälle vollständig, in 58,7% der Fälle mindestens überwiegend zustimmen. Die Dimension „Berufliche Selbsteinschätzung" ist zudem jene, bezüglich welcher die Berater_innen am häufigsten eine (zusätzliche) Verbesserung wahrnehmen, welche sich unmittelbar nach bzw. durch die Beratung im BIZ eingestellt hat. Dies bejahen sie betreffend 92,6% der Jugendlichen.

Was für die berufliche Selbsteinschätzung gilt, trifft noch stärker auf den beruflichen Informationsstand der Kund_innen („Er_Sie ist über Ausbildungen und Berufe, die ihn_sie interessieren, gut informiert und weiß, wie er_sie an weitere Informationen kommt.") bei Beginn des Beratungsgespräches zu. Auch diesen schätzen die Berater_innen geringer ein als die Jugendlichen selbst. Bezüglich 1 von 4 der Teilnehmenden sehen sie hinsichtlich dieser Dimension zumindest eher Probleme. Allerdings stimmen die Berater_innen mit den retrospektiv befragten Jugendlichen (siehe hierzu auch Kapitel 5.6.2) darin überein, dass BIZ-Beratungsgespräche besonders gut dazu geeignet sind, um Informationen betreffend Berufe und Ausbildungen zu erhalten. Denn bezüglich 90,2% der Kund_innen sehen sie eine (zusätzliche) Verbesserung zwischen Beginn und Beendigung der Einzelberatung.

Hinsichtlich des Entscheidungsverhaltens („Seine_Ihre berufliche Entscheidung ist nahezu abgeschlossen und stabil.") schätzen die Berater_innen die Heranwachsenden wiederum als fortgeschrittener ein, während die Jugendlichen häufiger zu erkennen geben, dass es ihnen schwerfällt, sich für eine berufliche Laufbahn zu entscheiden. In immerhin mehr als 8 von 10 Fällen (81,6%) können die Berater_innen hierbei eine (zusätzliche) Verbesserung erkennen, die sich aufgrund des BIZ-Besuches eingestellt hat.

Noch häufiger, nämlich bezüglich 87,9% der Kund_innen, sehen die Berater_innen eine (zusätzliche) Verbesserung hinsichtlich der Realisierungsaktivitäten („Er_Sie kennt die wichtigsten Schritte bei einer Bewerbung und weiß, wie er_sie seine_ihre beruflichen Pläne umsetzt."). Diesbezüglich hatten die Jugendlichen aber, den Berater_innen zufolge, bei Eintritt in die Einzelberatung auch vergleichsweise häufig Aufholbedarf: Mit Blick auf 23,8% der Jugendlichen können sie dem Statement, durch welches die Dimension operationalisiert wurde, eher bis überhaupt nicht zustimmen.

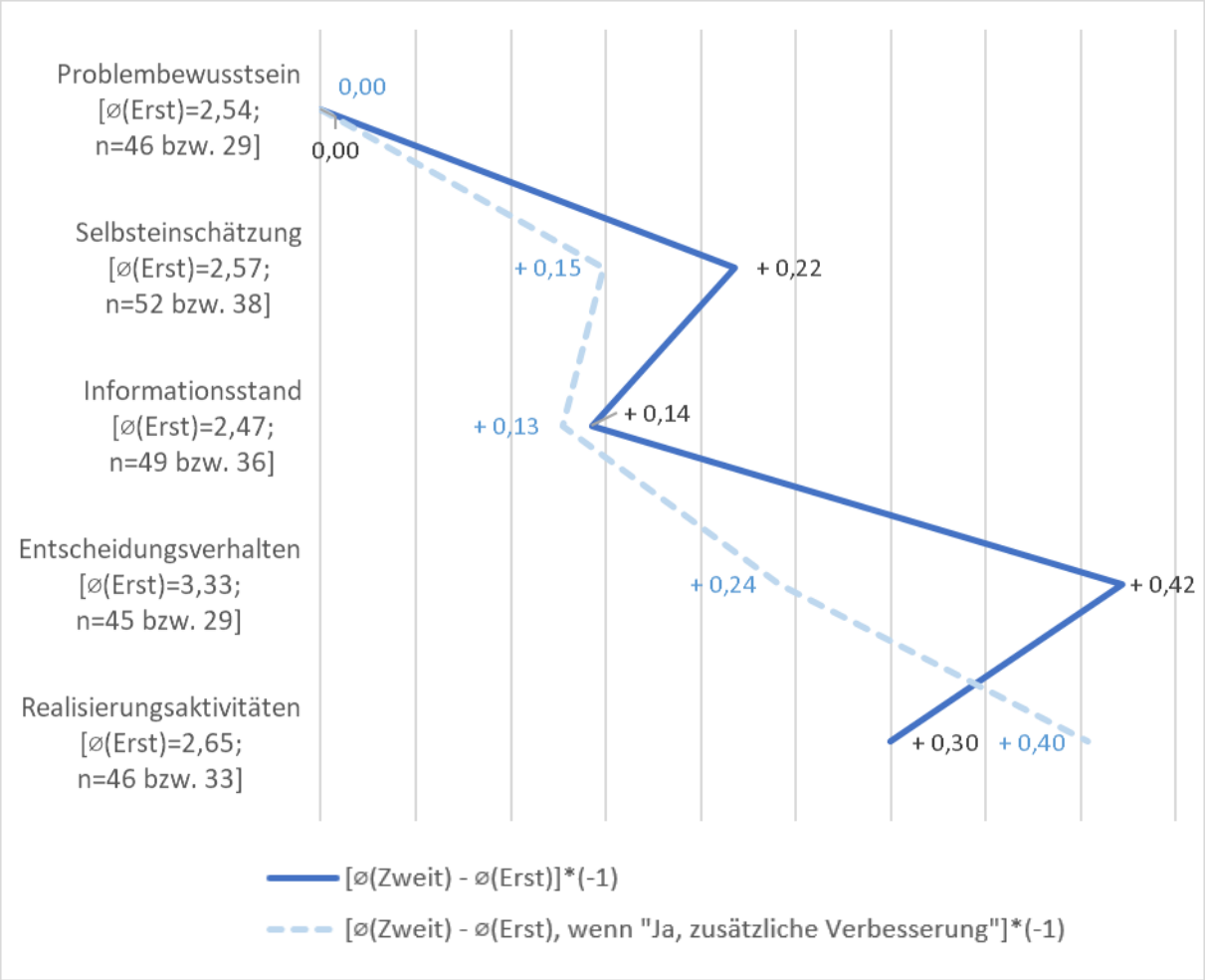
Bei keiner bzw. keinem einzigen der Beratungskund_innen sehen die Berater_innen überhaupt keine Verbesserung, was die verschiedenen Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses betrifft.[17] Nur selten konstatieren sie eine solche zudem hinsichtlich nur einer (n=1) oder zwei (n=5) der Entwicklungsaufgaben. Jeweils 12 der Jugendlichen steigerten sich, den Berater_innen zufolge, in 3 bzw. 4 Dimensionen, 53 gar hinsichtlich aller der Schritte des beruflichen Orientierungsprozesses.

Dass die jungen Beratungskund_innen die Inputs gut umsetzen konnten, lässt sich auch vorsichtig daraus ableiten, dass sich deren Selbsteinschätzung bezüglich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses in den Wochen zwischen Erst- und Zeitbefragung positiv entwickelte. Abbildung 32 gibt einen Überblick über die durchschnittliche [18] Verbesserung der Post-Selbsteinschätzung gegenüber der Erstbefragung (⌀(Erst)), welche als Baseline festgelegt wurde.

[17] Betrachtet wurden nur Entwicklungsaufgaben, zu denen dezidiert eine Aussage („Ja, zusätzliche Verbesserung" oder „Nein, keine Verbesserung") getroffen wurde. Exkludiert wurden demnach jene 37 Jugendlichen, hinsichtlich derer die Berater_innen keine Antwort auf die Fragen nach einer etwaigen Verbesserung hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses gaben.

[18] Berechnet wurde das arithmetische Mittel.

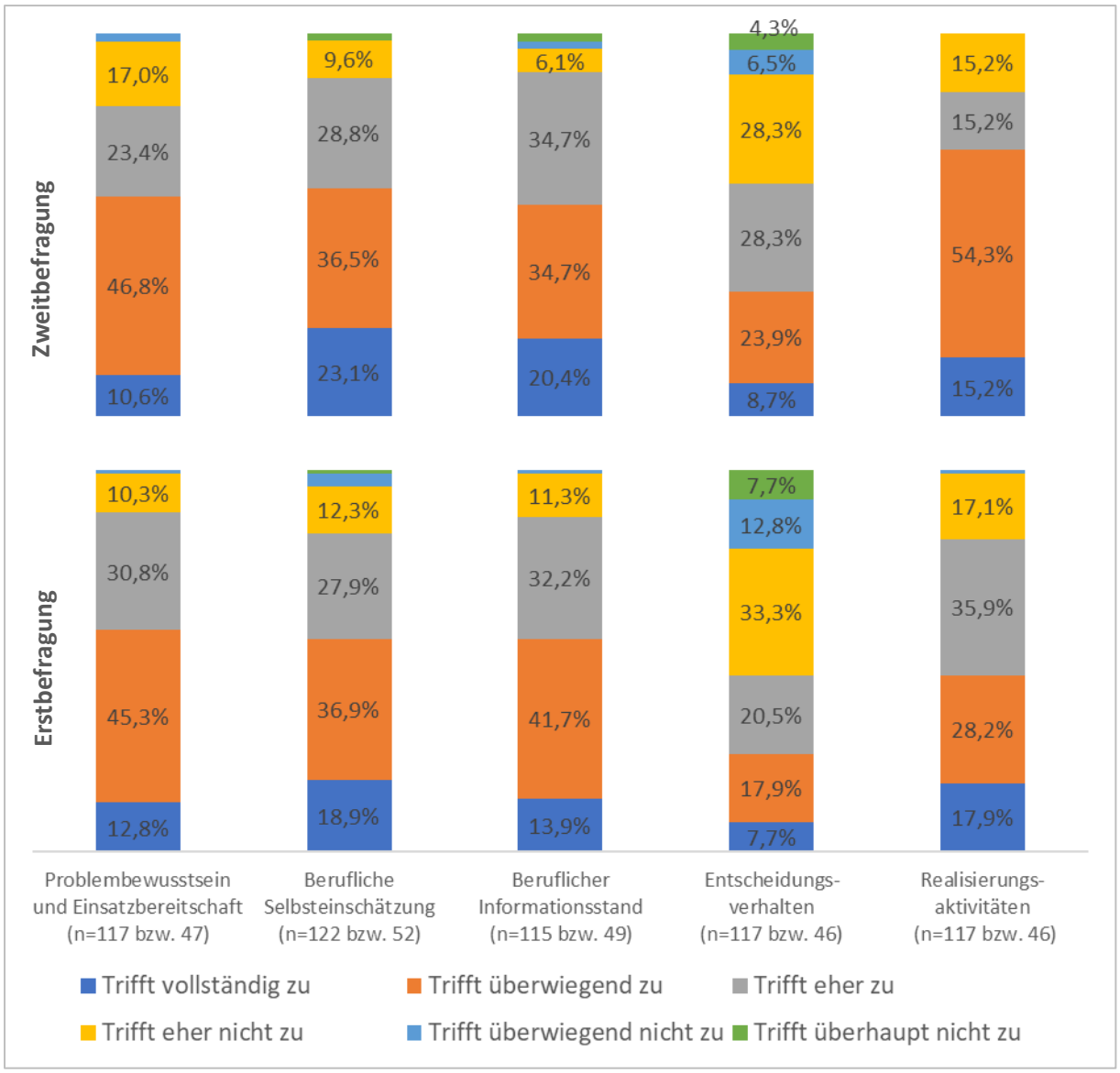
**Abbildung 32: Verbesserung der Selbsteinschätzung der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses zwischen Erst- und Zweitbefragung**




*Quelle: Erstbefragung, Zweitbefragung und Berater_innenbefragung, eigene Auswertung. Das Liniendiagramm folgt dem arithmetischen Mittel der Differenzen der Kund_inneneinschätzungen der jeweiligen Dimension (von 1 = „Trifft vollständig zu" bis 6 = „Trifft überhaupt nicht zu") zwischen Erst- und Zweitbefragung. Hierzu wurden die jeweiligen Statements zunächst auf Personenebene zu einem Index aggregiert, wobei Items, die einen mangelnden Fortschritt hinsichtlich der Dimension des beruflichen Orientierungsprozesses signalisieren, umgepolt wurden.*
*Da auch die Differenzen zunächst auf Personenebene berechnet wurden, flossen nur Kund_innen in die Darstellung ein, für welche zu beiden Zeitpunkten sämtliche erforderlichen Informationen vorlagen (n= ø(Zweit) - ø(Erst) bzw. ø(Zweit) - ø(Erst), wenn „Ja, zusätzliche Verbesserung"). Die helle, nicht-fortlaufende Linie bezieht sich dabei nur auf jene Personen, bezüglich derer die Berater_innen eine Veränderung aufgrund des Beratungsgespräches feststellten.*

Während jegliche Erhöhung der Indexwerte – ob des kurzen Zeitraumes von 3 bis, in einzelnen Fällen, 8 Wochen – als Erfolg zu werten ist, zeigt sich der Fortschritt der Jugendlichen am stärksten betreffend ihr Entscheidungsverhalten und ihre Realisierungsaktivitäten. Insbesondere letzteres bestätigt sich auch, wenn die Zustimmung zu den zu Indizes aggregierten Statements im Detail betrachtet wird: Der Anteil jener Personen, die sich den mit Realisierungsaktivitäten verbundenen Herausforderungen überwiegend oder vollständig gewachsen fühlen, ist in der Zweitbefragung (69,5%) gegenüber der Erstbefragung (46,1%) auf das 1,5-fache gestiegen (siehe Abbildung 33).

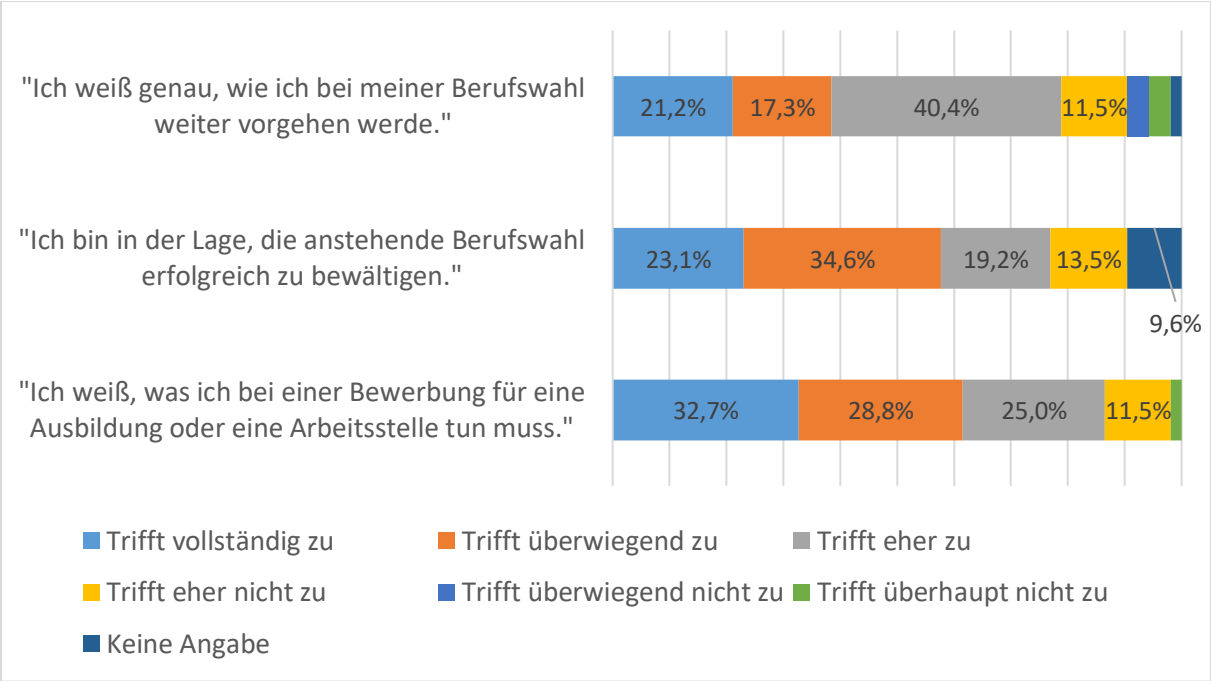
**Abbildung 33: Aggregierte Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses in Erst- und Zweitbefragung**




*Quelle: Erst- und Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die sämtliche der erforderlichen Items ausgefüllt haben (n=Erstbefragung bzw. Zweitbefragung). Hierzu wurden die jeweiligen Items zunächst auf Personenebene zu einem Index aggregiert, wobei Items, die einen mangelnden Fortschritt hinsichtlich der Dimension des beruflichen Orientierungsprozesses signalisieren, umgepolt wurden.*

Gegenüber der in Abbildung 30 bereits abgebildeten Selbsteinschätzung zum Zeitpunkt der Erstbefragung können die Jugendlichen im Zuge der in Abbildung 34 dargestellten Zweitbefragung sämtlichen Statements betreffend ihre Realisierungsaktivitäten häufiger überwiegend oder vollständig zustimmen. Insbesondere fühlen sich die Jugendlichen häufiger in der Lage, die anstehende Berufswahl erfolgreich zu bewältigen. Der Anteil der Personen, die dies überwiegend oder vollständig bejahen können, stieg in den Wochen nach der Einzelberatung von 53,3% auf 57,7%; kein_e einzige_r Jugendliche_r verneint dies zudem überwiegend oder vollständig.

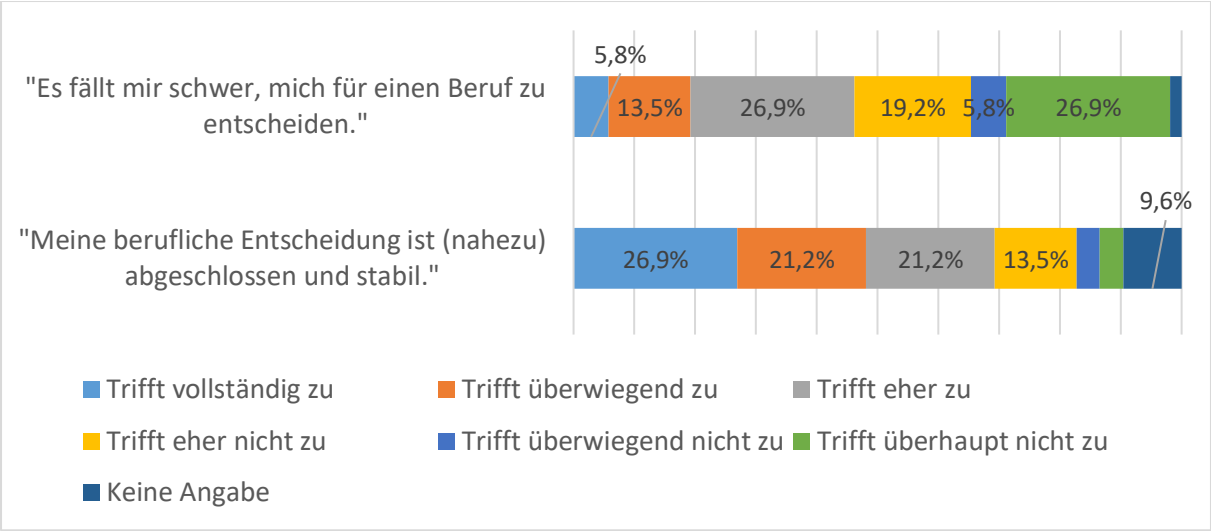
**Abbildung 34: Selbsteinschätzung der Dimension "Realisierungsaktivitäten" (Zweitbefragung)**




*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Das relative Wachstum der Zustimmungswerte („trifft vollständig/überwiegend zu“) bezüglich der Dimension „Entscheidungsverhalten“ beträgt rund 27% gegenüber dem Grundwert von 25,6% zum Zeitpunkt der Erstbefragung (Zweitbefragung: 32,6%). Dies mag sich in mehreren Fällen erst nach einer Reflexion der Beratungsergebnisse bzw. im weiteren Verlauf des Berufswahlprozesses eingestellt haben, bemerkten die Berater_innen doch für diese Dimension seltener als für andere bereits unmittelbar nach der Beratungsintervention eine Verbesserung. Die Fortschritte manifestieren sich, wie in Abbildung 35 zu sehen, nicht nur auf Index-, sondern auch auf Itemebene: So ist der Anteil der Personen, die ihre berufliche Entscheidung als abgeschlossen und stabil beschreiben, mit 48,1% unter den Postbefragten deutlich höher („trifft vollständig/überwiegend zu“, gegenüber 37,7% in der Erstbefragung), während gleichzeitig mehr Zweit- als Erstbefragte meinen, dass es ihnen nicht schwerfalle, sich für einen Beruf zu entscheiden („trifft überwiegend/überhaupt nicht zu“, 27,9% in Erst-, 32,7% in Zweitbefragung).

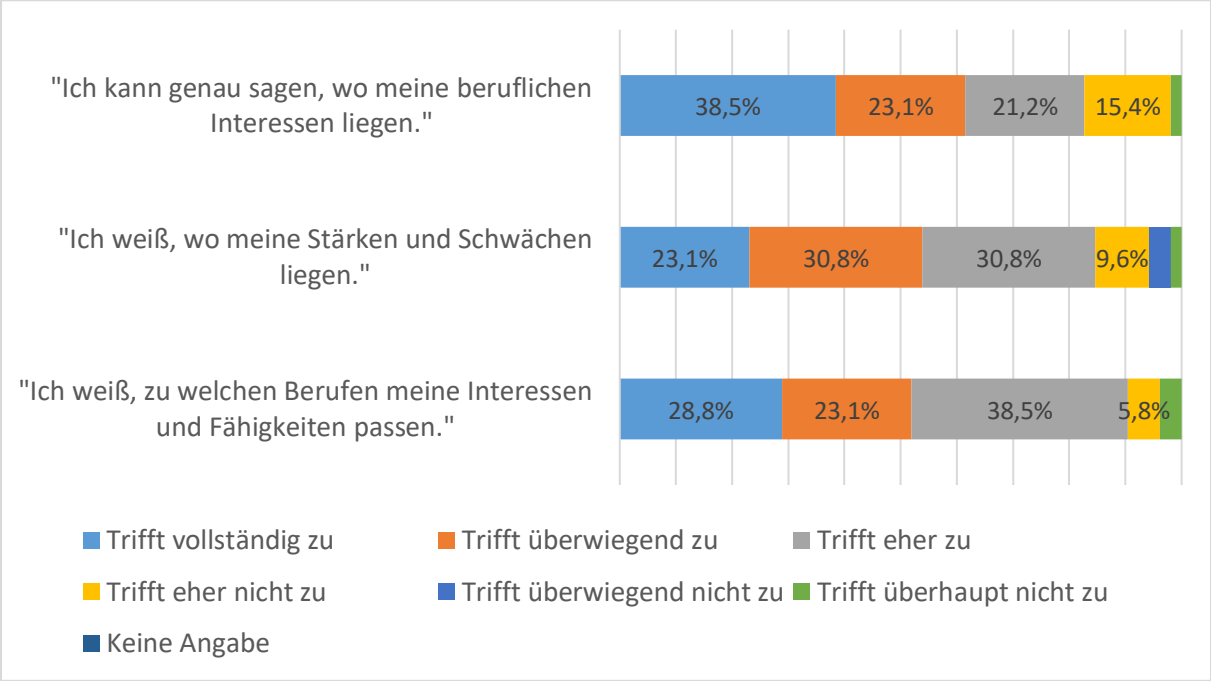
**Abbildung 35: Selbsteinschätzung der Dimension "Entscheidungsverhalten" (Zweitbefragung)**




*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Durchwachsener stellt sich die Situation hinsichtlich der beruflichen Selbsteinschätzung dar, für welche die Berater_innen besonders häufig eine Verbesserung notiert haben, welche sich unmittelbar nach bzw. durch die Beratung eingestellt hat. Die dennoch nur mittelstarke Veränderung zwischen Erst- und Zweitbefragung lässt sich auf divergierende Entwicklungen auf Itemebene zurückführen. So geben die Kund_innen im Zuge der Zweitbefragung ein ausgeprägteres Verständnis für ihre beruflichen Interessen an, stimmen aber seltener zu, ihre Stärken und Schwächen zu kennen (siehe Abbildung 36).

**Abbildung 36: Selbsteinschätzung der Dimension "Berufliche Selbsteinschätzung" (Zweitbefragung)**

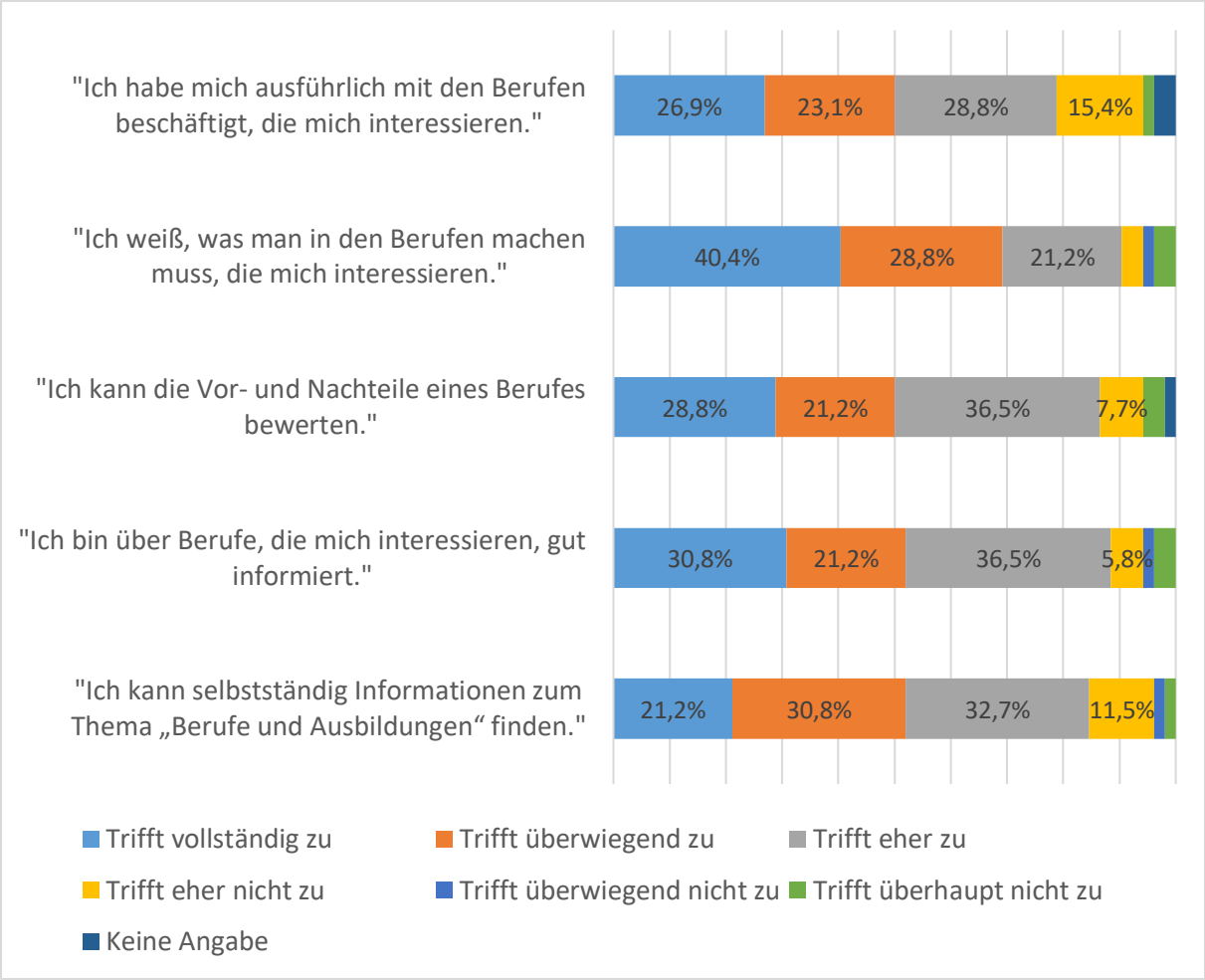



*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Relativ konstant zeigen sich auch – eher gering ausgeprägte - Fortschritte, wenn die Items zum Index „Beruflicher Informationsstand“ betrachtet werden (siehe Abbildung 37). Auch betreffend diese

Dimension hatten die Berater_innen auffällig häufig den Eindruck, dass ihre Kund_innen im Zuge ihres Einzelberatungstermins eine Verbesserung realisieren konnten. Ein wesentlicher Teil der diesbezüglichen Änderungen auf Skalenebene lässt sich darauf zurückführen, dass sich die Jugendlichen deutlich häufiger überwiegend oder vollständig dazu in der Lage sehen, selbstständig Informationen zum Thema „Berufe und Ausbildungen“ zu finden (41,8% in Erst-, 52,0% in Zweitbefragung).

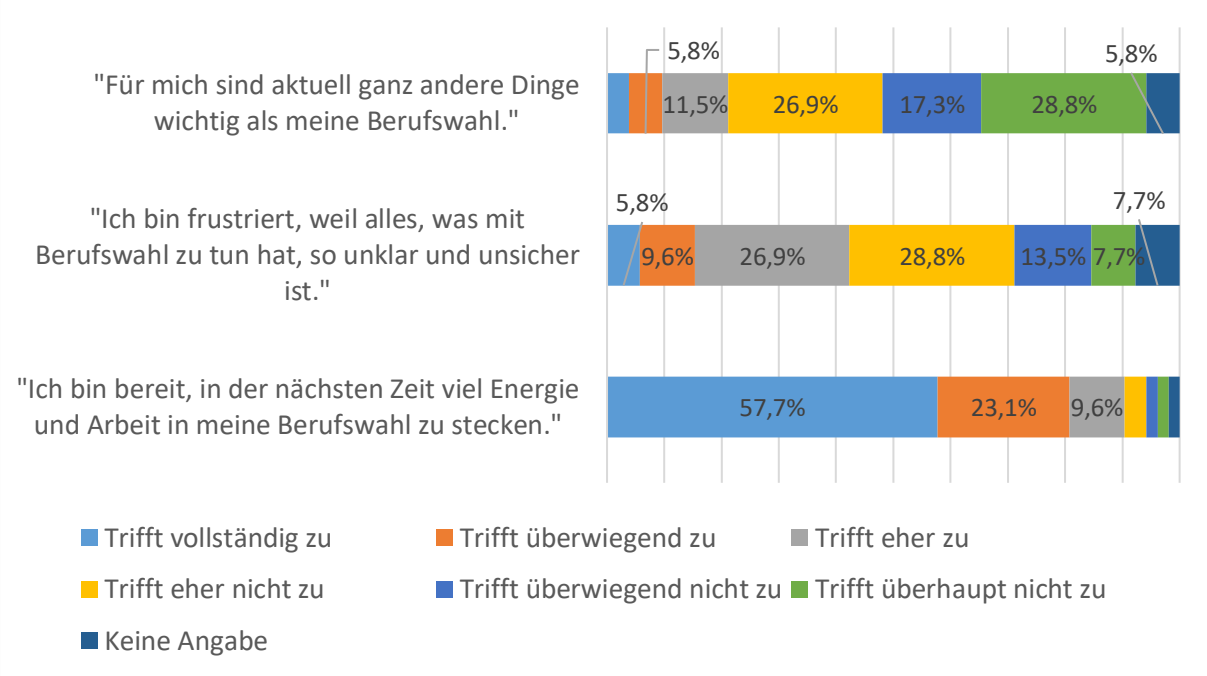
**Abbildung 37: Selbsteinschätzung der Dimension "Beruflicher Informationsstand" (Zweitbefragung)**




*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Von einem sehr fortgeschrittenen Niveau startend verbesserten sich die Heranwachsenden hinsichtlich der Entwicklungsaufgabe „Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft“ im Durchschnitt kaum. Dabei geschah, wie in Abbildung 38 festgehalten, eine Bewegung zur Mitte der Skala: Zwar pflichten weniger Jugendliche bei, dass ihnen (überwiegend oder vollständig) ganz andere Dinge als die Berufswahl wichtig sind, und dass sie frustriert sind, weil alles, was mit Berufswahl zu tun hat, so unklar und unsicher sei; gleichzeitig verneinen dies aber auch weniger der Teilnehmenden überwiegend oder vollständig.

**Abbildung 38: Selbsteinschätzung der Dimension "Problembewusstsein und Einsatzbereitschaft" (Zweitbefragung)**

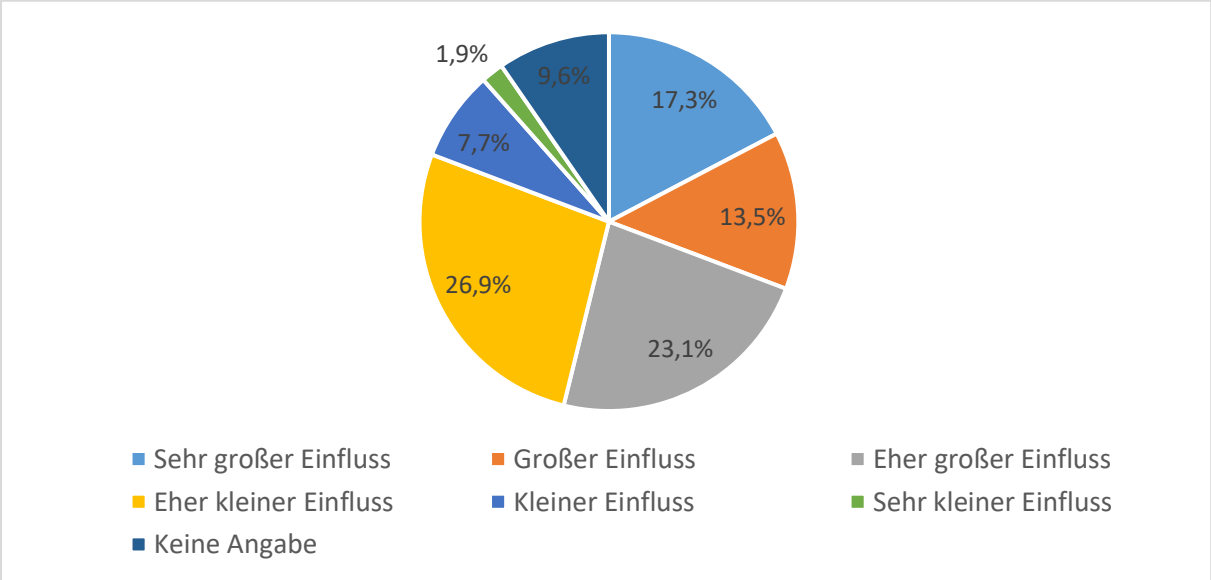



*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Nach wie vor beschreiben sich die Jugendlichen als bereit, in der nächsten Zeit viel Energie und Arbeit in die Berufswahl zu stecken. Jene beiden Personen, die dem überwiegend oder vollständig widersprechen, weisen abweichende (wenn nicht entgegengesetzte) Motivlagen hierfür auf: Während der_die eine Teilnehmende ein hohes Maß an berufskundlicher und Selbstkenntnis angibt und betont, bereits sehr genau zu wissen, was er_sie beruflich machen möchte, zeigt sich der_die andere überfordert von der Karriereplanung und bekennt sich zu großen Wissenslücken betreffend die Vor- und Nachteile verschiedener Tätigkeiten sowie die Passung zwischen seinen_ihren Interessen bzw. Fähigkeiten und möglichen Berufen.

Die Beratungskund_innen führen die dargestellten Veränderungen, die sich zwischen Erst- und Zweitbefragung hinsichtlich der Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses ergaben, zumindest teilweise auf die BIZ-Beratung zurück: Mehr als die Hälfte der Heranwachsenden findet, dass der Beratungstermin zumindest eher großen Einfluss auf diese hatte (siehe Abbildung 39). 30,8% der Befragten sehen einen mindestens großen, 17,3% einen sehr großen Einfluss.

**Abbildung 39: "Vor einigen Wochen hattest du einen Beratungstermin in einem BerufsInfoZentrum (BIZ). Vielleicht hat sich seither deine Zustimmung zu den Aussagen verändert. Wie groß war der Einfluss der BIZ-Beratung darauf?"**



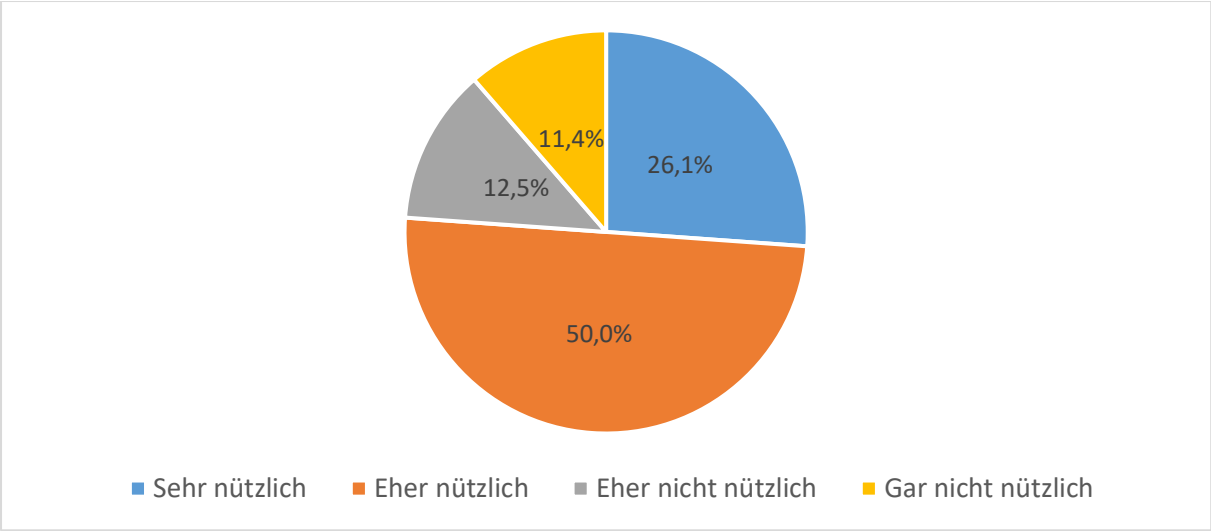

*Quelle: Zweitbefragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen, die an der Zweitbefragung teilgenommen haben (n=52). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet.*

Die Jugendlichen spezifizieren hierbei, dass sie viele entscheidungsrelevante Informationen und Kontakte (z.B. bezüglich Arbeitserprobungen) erhalten hätten. Manche der Befragten erzählen, dass sie nun tatsächlich einen der Berufe, der ihnen empfohlen wurde, erlernen würden. Eine Person jedoch bedauert, dass nicht näher auf ihre Berufswünsche eingegangen worden sei; eine andere erklärt, dass sie nicht wusste, wie sie das Ergebnis eines Interessenstests interpretieren solle.

### 5.6.4. ALLGEMEINE EINSCHÄTZUNG DER BIZ-BERATUNG DURCH RETROSPEKTIV BEFRAGTE KUND_INNEN

Inwiefern nun die Beratungskund_innen selbst das Angebot als zweckdienlich und nutzbringend erleben, hängt jedoch selbstredend von einem wechselwirkenden Mixtum compositum an Voraussetzungen, Erwartungen und Ergebnissen ab. All die Beobachtungen einbeziehend empfanden mehr als drei Viertel der retrospektiv befragten Jugendlichen die Beratung als mindestens eher nützlich; mehr als ein Viertel der Personen beschreibt sie sogar als sehr nützlich (siehe Abbildung 40). Diese Verteilung gilt sowohl für Kund_innen, für die nur ein Beratungstermin vermerkt ist, als auch für jene, die einen zweiten Termin wahrnahmen.

**Abbildung 40: "Alles in allem, wie nützlich war die Beratung im BIZ für Sie?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2001 oder später geboren wurden und die Frage beantworteten (n=88).*

Jene Personen, die die Beratung als eher nicht nützlich oder als gar nicht nützlich empfanden, waren häufig mit dem Bedürfnis nach einer Lehrstelle oder nach einem Job in die Beratung gekommen. Zuweilen erklären sie den (subjektiv) eingeschränkten Nutzen, den sie aus der Beratung 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 einhergeht. Andere der Adoleszenten aber meinen, dass sie in der BIZ-Beratung nicht die Information bekamen, die sie sich erhofft hatten, dass sie zu wenig Zeit mit dem Berater bzw. der Beraterin hatten und dass nicht in einem ausreichenden Maß auf ihre Bedürfnisse eingegangen worden sei.

Die Antworten auf die offenen Fragen weisen zudem darauf hin, dass die BIZ-Beratung insbesondere Jugendlichen hilfreich ist, die sich in den mittleren Phasen des beruflichen Entscheidungsprozesses befinden. So konnte manch ein_e Befragte_r, eigenen Angaben nach, nicht von der Beratung profitieren, da er_sie ohnehin bereits wusste, was er_sie machen möchte. Andere Jugendliche wiederum fühlten sich von den Möglichkeiten überfordert, da es ihnen noch an beruflicher Selbsteinschätzung und beruflicher Information mangelte. So beschreibt ein_e Befragungsteilnehmer_in: „[Die BIZ-Beratung war nicht nützlich,] weil Beratungen mir generell nicht helfen können. Ich habe momentan gar keine Ahnung, was ich lernen oder arbeiten möchte. Ich bin ein bisschen verzweifelt.“ Diesbezüglich ist anzumerken, dass die Berater_innen gerade hinsichtlich jener beiden Dimensionen des beruflichen Orientierungsprozesses – d.h. „Berufliche Selbsteinschätzung“ und „Beruflicher Informationsstand“ – besonders häufig eine Verbesserung notierten, welche die prä-post-befragten Jugendlichen im Zuge ihres Einzelberatungstermins realisieren konnten.

Tatsächlich zeigen sich auch jene Personen, die, eigenen Angaben nach, (eher) keinen Nutzen aus der Beratung ziehen konnten, zufrieden mit dem Verhalten und der Kompetenz der Berater_innen. Zwar wünschen sich einige wenige der Befragungsteilnehmer_innen künftig kürzere Wartezeiten auf die Beratung, ein noch einfühlsameres Eingehen (insbesondere, wenn die Jugendlichen sich schwer damit tun, eine Antwort auf eine bestimmte Frage zu formulieren) und ausführlichere Informationen darüber, mit welchen Arbeitsbedingungen und Arbeitsanforderungen bestimmte Jobs verbunden sind (siehe hierzu auch Kapitel 7.1). Die überwiegende Mehrheit der Heranwachsenden nutzt die

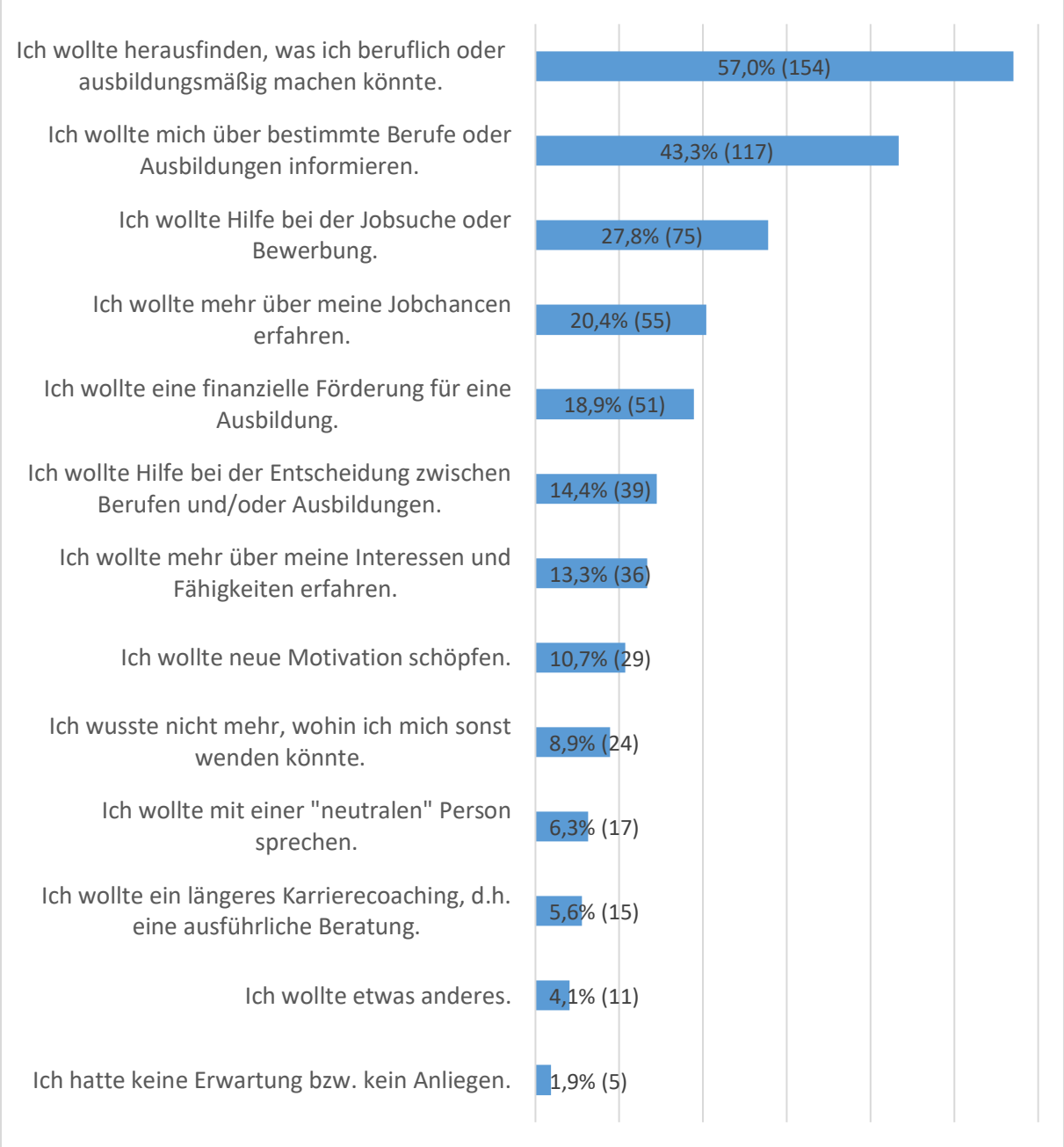
Gelegenheit der Frage nach etwaigen Verbesserungsvorschlägen aber, um zu betonen, dass „alles bestens“ funktioniert habe und die Berater_innen „freundlich und höflich“ gewesen seien und „alle Fragen beantwortet haben“. Ein_e Befragte_r fasst zusammen: „Die Berater und Beraterinnen haben meiner Meinung nach alles richtig gemacht!“

# 6. UNTERSTÜTZUNG DES BERUFSWAHLPROZESSES VON ERWACHSENEN

## 6.1. ERWARTUNGEN AN DIE BIZ-BERATUNG UND DEREN ERFÜLLUNG

Die erwachsenen Kund_innen gingen tendenziell mit einem breiter gestreuten Erwartungsmix in die Beratung als ihre jugendlichen Pendants. Wie in Abbildung 41 illustriert, meint jedoch eine absolute Mehrheit der befragten Personen, dass diese (unter anderem) herausfinden wollten, was sie beruflich oder ausbildungsmäßig machen könnten. Ähnlich zu Beginn ihres (neuerlichen) Bildungs- und Berufswahlprozesses sind die Befragungsteilnehmer_innen zu verorten, die mehr über ihre Interessen und Fähigkeiten erfahren wollten. Dies gibt mehr als jede zehnte Person an.

**Abbildung 41: "Mit welcher Erwartung bzw. mit welchem Anliegen gingen Sie damals in die BIZ-Beratung?"**



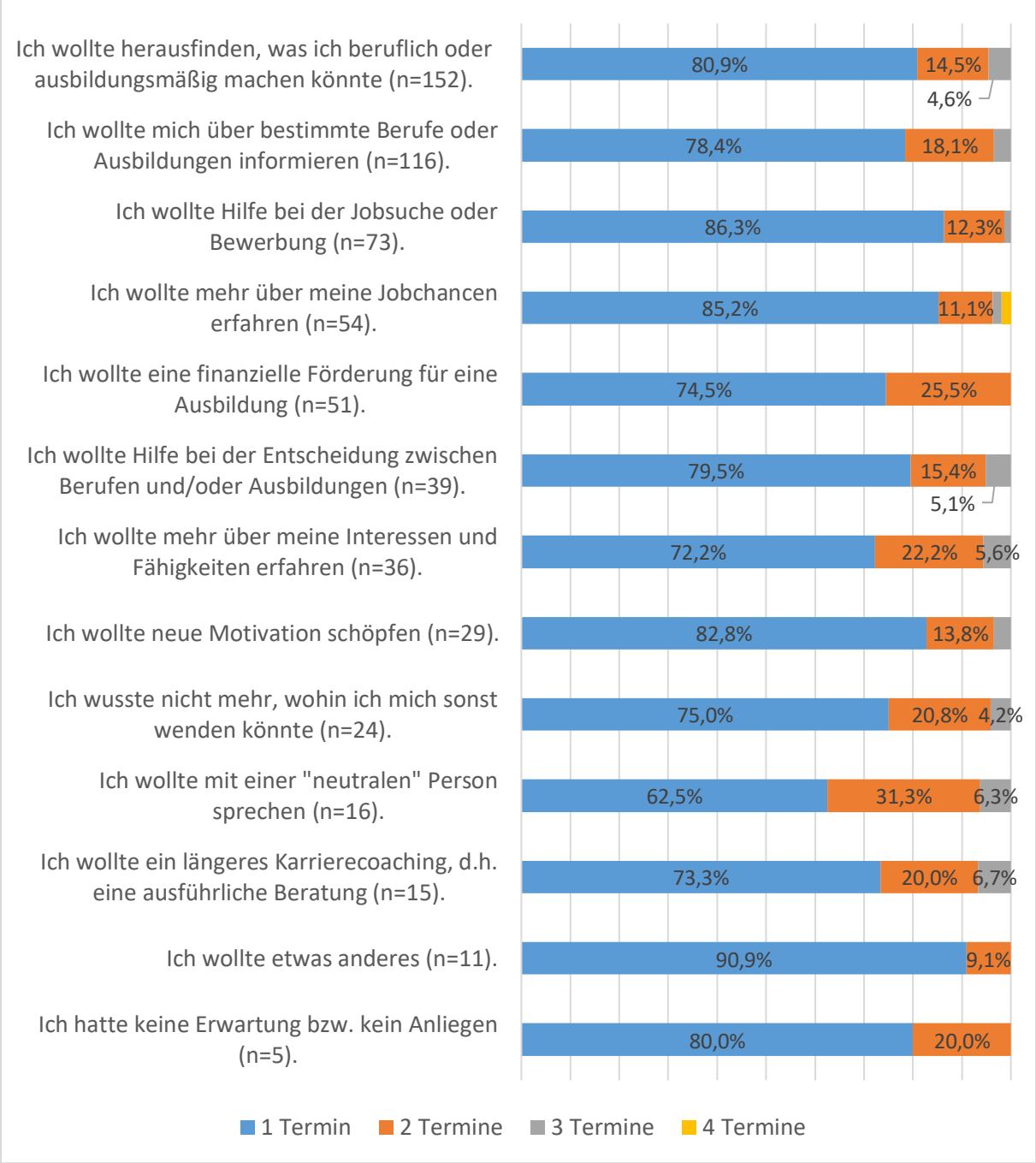

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die Frage beantworteten (n=270), und in absoluten Zahlen. Sechs der antwortenden Personen geben an, sich nicht mehr an ihre damaligen Erwartungen erinnern zu können. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der Erwartungen.*

4 von 10 der Erwachsenen hatten hingegen bereits bestimmte Berufe oder Ausbildungen im Sinn und wollten Informationen über diese einholen. In eine ähnliche Kerbe schlagen Kund_innen, die sich Unterstützung bei einer Entscheidung zwischen den in Betracht gezogenen Ausbildungen oder Berufen erwarteten. Ähnlich wie im Falle der Jugendlichen (siehe Kapitel 5.6) äußern Frauen diese beiden Erwartungen häufiger als Männer. Etwas seltener erhofften sich die Beratungskund_innen bereits Hilfe bei der Jobsuche oder Bewerbung, Auskunft über ihre Jobchancen oder eine finanzielle Förderung für eine Ausbildung, wobei letzteres eher von Männern als von Frauen genannt wurde. Immerhin jede zehnte Person kam mit dem Anliegen, durch die BIZ-Beratung neue Motivation schöpfen zu können,

oder wusste einfach nicht mehr, an wen sie sich wenden sollte. Nur ab und an führte der Wunsch nach einem Gespräch mit einer „neutralen“ Person oder nach einem längeren Karrierecoaching die Kund_innen in die BIZ-Beratung. „Andere“ Erwartungen umfassten die Beantwortung sehr konkreter Fragen (z.B. wie vorgegangen werden könne, wenn man ohne B-Führerschein-Besitz nach einem Job sucht), die Unterstützung bei der Aufnahme in bestimmte Kurse (z.B. Codersbay), aber auch die Hoffnung darauf, verstärkt über persönliche Probleme sprechen zu können als dies in der regulären AMS-Beratung möglich sei. Hierzu schreibt ein_e Befragte_r etwa, er_sie wollte „in einer schweren Situation einfach Hilfe bekommen von jemandem, der sich Zeit nimmt - und keine unfreundliche Massenabfertigung“.

Erwachsene, die Hilfe bei der Jobsuche und Bewerbung suchten, mehr über ihre Jobchancen zu erfahren hofften, neue Motivation schöpfen wollten oder herauszufinden planten, was sie beruflich oder ausbildungsmäßig machen möchten, kamen hierbei besonders oft mit nur einem Beratungstermin aus (siehe Abbildung 42). Dies gilt auch für Personen mit „anderen“ Erwartungen, die zu einem großen Teil sehr konkrete, potenziell leicht zu beantwortende Fragen an die BIZ-Mitarbeiter_innen hatten.

**Abbildung 42: Anzahl der Beratungstermine aufgrund unterschiedlicher Beratungsziele**



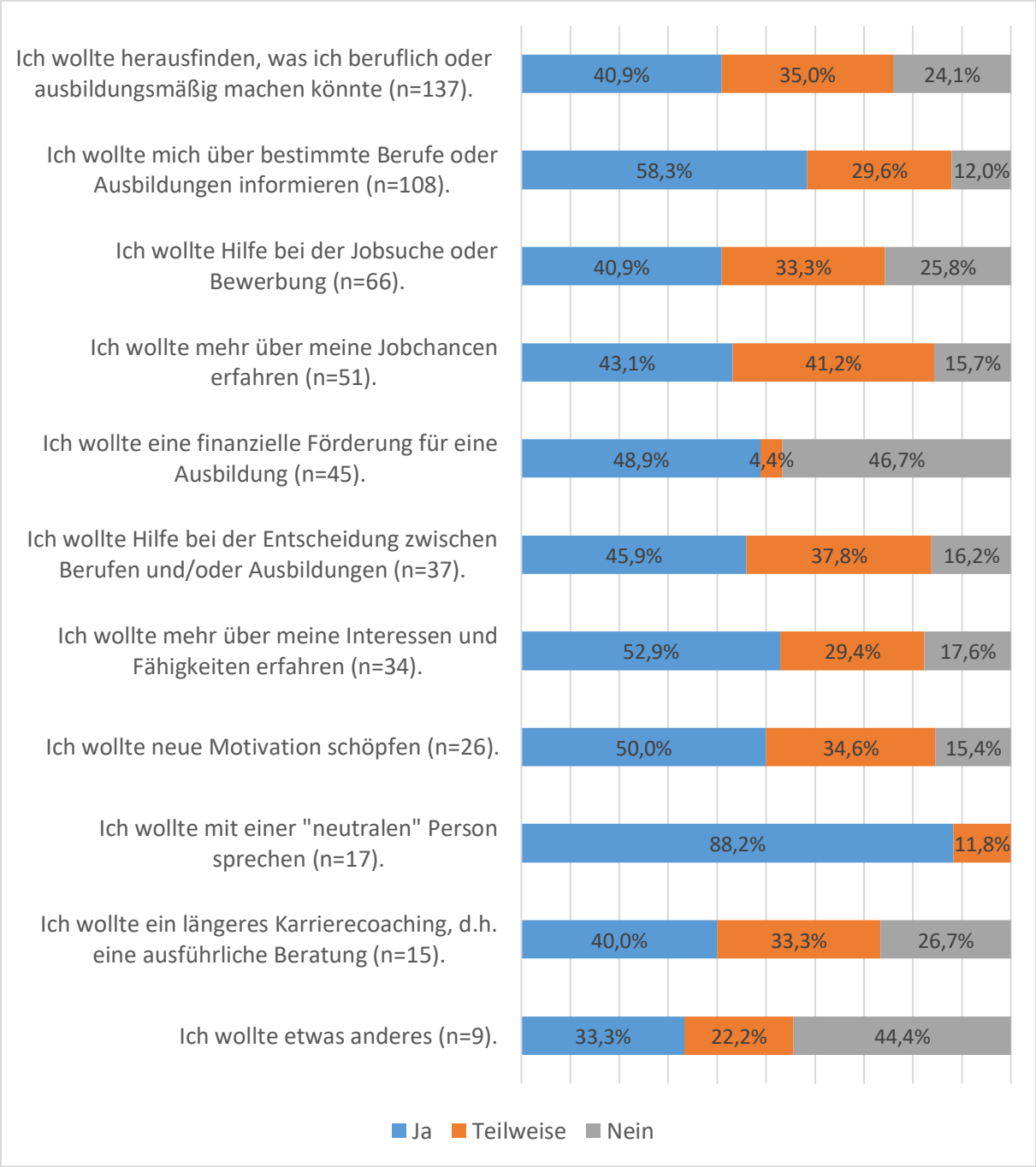

*Quelle: Online-Befragung und AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden, und die betreffende Erwartung angegeben hatten. Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der jeweiligen Erwartungen an die BIZ-Beratung („Mit welcher Erwartung bzw. mit welchem Anliegen gingen Sie damals in die BIZ-Beratung?").*

Auffällig großen Bedarf nach mehreren Beratungsterminen hatten Personen, die den Wunsch hatten, mit einer „neutralen" Person zu sprechen. Diese spezifizieren oftmals, dass sie sich in anderen Einrichtungen nicht ernstgenommen gefühlt hatten und im BIZ auf einen persönlichen Austausch hofften. Doch auch der Wunsch nach einer finanziellen Förderung für eine Ausbildung, nach der Auseinandersetzung mit den eigenen Interessen und Fähigkeiten sowie nach einem längeren Karrierecoaching ging häufig mit mehreren Beratungsterminen einher. Eingeschränkter gilt der offenbar erhöhte Beratungsbedarf auch für Personen, die nicht mehr wussten, an wen sie sich sonst

wenden sollten, die sich über bestimmte Berufe und Ausbildungen informieren wollten oder die auf Hilfe bei der Entscheidung zwischen solchen hofften.

Danach gefragt, inwiefern sich die jeweilige Erwartung (zumindest teilweise) erfüllt hat, zeigen sich insbesondere jene Befragte hochzufrieden, die (unter anderem) mit einer „neutralen“ Person sprechen wollten, die sich über bestimmte Berufe oder Ausbildungen informieren wollten, die neue Motivation schöpfen wollten, die mehr über ihre Jobchancen erfahren wollten oder die Hilfe bei der Entscheidung zwischen konkreten Berufen und/oder Ausbildungen benötigten (siehe Abbildung 43).

**Abbildung 43: "Wurde diese Erwartung erfüllt?"**



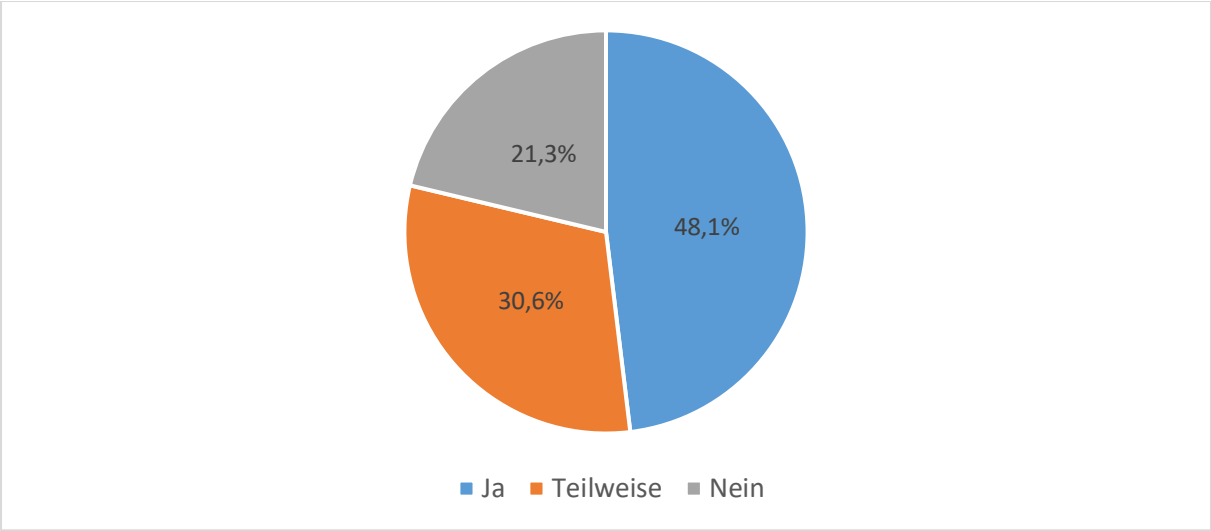

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden, zuvor angegeben hatten, die betreffende Erwartung zu haben, und die Frage nach ihrer Erfüllung beantworteten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der jeweiligen Erwartungen an die BIZ-Beratung („Mit welcher Erwartung bzw. mit welchem Anliegen gingen Sie damals in die BIZ-Beratung?").*

Etwas weniger erfüllte die BIZ-Beratung die Erwartungen der Kund_innen, wenn diese sich deutlich zu Beginn ihres (neuerlichen) Bildungs- und Berufswahlprozesses befanden, und demnach mehr über ihre Interessen und Fähigkeiten erfahren wollten sowie herauszufinden intendierten, was sie beruflich oder ausbildungsmäßig machen könnten, ohne dabei aber bereits konkrete Optionen im Sinn zu haben. Dies entspricht ebenso den Beobachtungen, die bereits betreffend jugendliche Kund_innen gemacht wurden (siehe auch Kapitel 5.6), wie die Tatsache, dass auch Personen, die sich bereits mitten in den Realisierungsaktivitäten wähnten, etwas häufiger von unerfüllten Erwartungen berichten: Dies betrifft etwa Beratungskund_innen, die auf Hilfe bei der Jobsuche und bei Bewerbungen oder auf eine finanzielle Förderung für eine Ausbildung hofften. Letzteres ist jedoch insofern zu relativieren, als eine „teilweise“ Erfüllung dieser Erwartung inhaltlich unplausibel wäre, wohingegen der Anteil jener Personen, die meinen, dass dieses Anliegen gänzlich erfüllt wurde, mit rund 49% durchaus im hohen Bereich liegt. Zudem ist auch hier wieder zu bedenken, dass der Beobachtungszeitraum mancher der Beratungskund_innen zur Gänze in der Covid-19-Pandemie lag: Wie auch bei den Jugendlichen geben auch die erwachsenen Kund_innen, deren Beratungstermin bereits 2019 stattgefunden hat, häufiger an, dass ihre Erwartung nach Unterstützung bei der Jobsuche und Bewerbung erfüllt worden sei, als Kund_innen, deren Beratungstermin im Jahr 2020 lag.

Manche der Befragten geben zudem an, dass sie ein längeres Karrierecoaching, d.h. eine ausführliche Beratung, erwartet hatten, und dieser Wunsch nicht erfüllt worden sei. Dies betrifft sowohl Personen, die einen, als auch solche, die mehrere Beratungstermine hatten. Eine Gemeinsamkeit der betreffenden Befragungsteilnehmer_innen zeigt sich jedoch dahingehend, dass sie sich eher zu Beginn des Bildungs- und Berufswahlprozesses befunden haben dürften, was sich u.a. in den anderen Erwartungen zeigt, die sie an die Beratung hatten („Ich wollte herausfinden, was ich beruflich oder ausbildungsmäßig machen könnte.“). Während sich die meisten der betreffenden Personen dennoch sehr zufrieden mit dem BIZ-Angebot zeigen, spezifizieren einige wenige von ihnen, weshalb ihnen die Beratung nicht genug in die Tiefe gegangen sei: „Ich sehe nicht, wie das BIZ jemandem, der ernsthaft an einem anspruchsvollen Job, an einer Weiterentwicklung interessiert ist, helfen könnte. Das ganze Konzept scheint, mir zumindest, zu unpersönlich und oberflächlich dafür zu sein.“ Ein_e andere_r Befragungsteilnehmer_in meint, es hätte zu wenig „Hands-on-Hilfe“ gegeben (siehe hierzu auch Kapitel 7.1).

Über sämtliche Erwartungen hinweg zeigt sich jedoch alles in allem ein sehr positives Bild, wurde doch jeder zweite Wunsch, den Angaben der Kund_innen zufolge, zur Gänze befriedigt (siehe Abbildung 44).

**Abbildung 44: Aufsummierte Erfüllung der Erwartungen erwachsener Befragungsteilnehmer_innen**



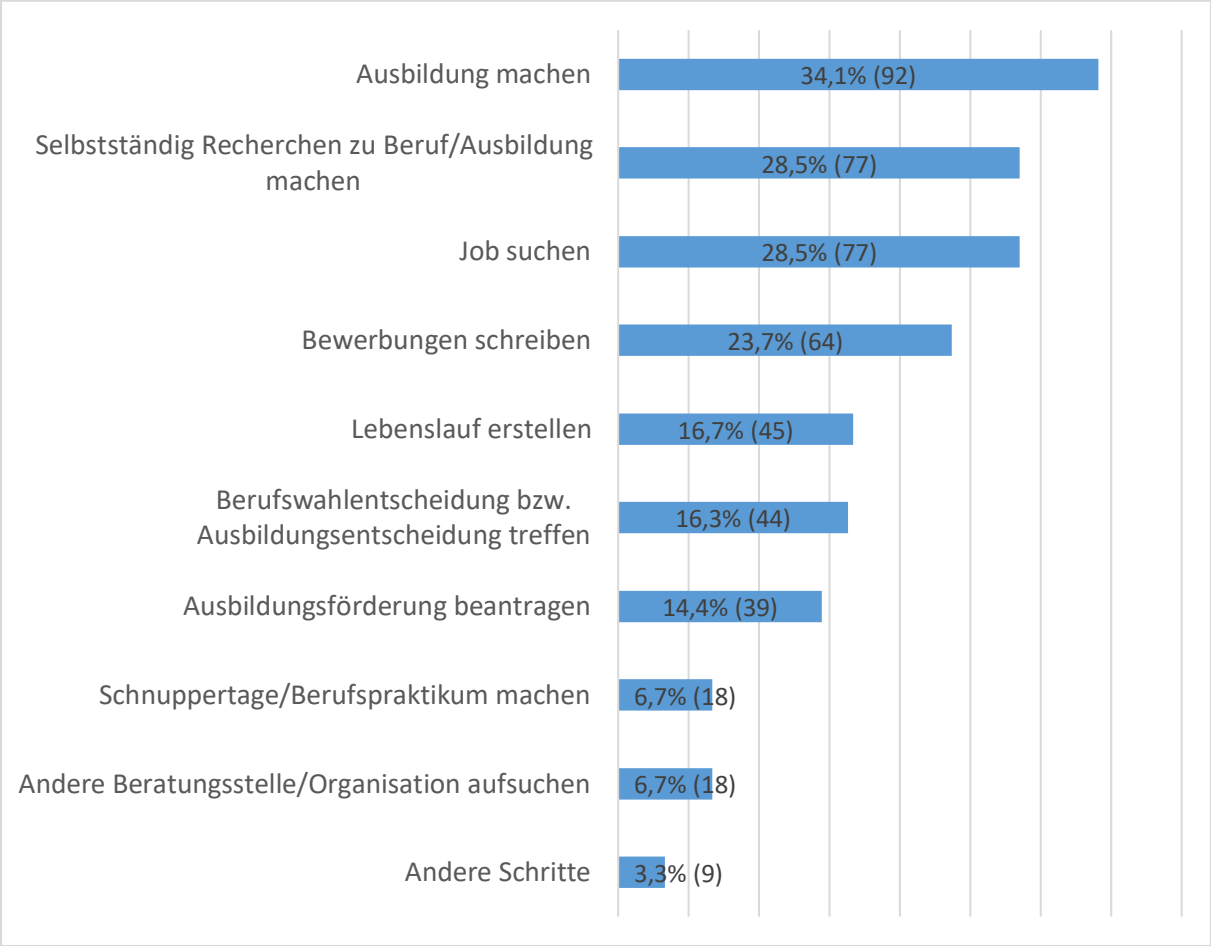

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent aller genannten, aufsummierten Erwartungen der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden (n=545).*

8 von 10 Erwartungen an die BIZ-Beratung konnten mindestens teilweise erfüllt werden.

## 6.2. BERATUNGSERGEBNISSE UND UMGESETZTE VORHABEN AUFGRUND DER BERATUNG

Abgesehen von der Erfüllung der Kund_innenerwartungen ist ein wesentliches Beratungsziel, welches auch in der Abstimmung mit den BIZ-Mitarbeiter_innen (siehe Kapitel 3.2) betont wurde, dass am Ende der Beratung feststeht, welche nächsten beruflichen bzw. ausbildungsbezogenen Schritte zu setzen sind. Nur 18 der 270 erwachsenen Beratungskund_innen meinen, dass am Ende ihres Termins keine nächsten Schritte feststanden; 26 weitere können sich nicht mehr daran erinnern, ob und welche nächsten Schritte sie ins Auge gefasst haben. Die große Mehrheit der Befragungsteilnehmer_innen jedoch hatte mindestens ein, meistens aber mehrere konkrete nächste Vorhaben im Sinn, als sie die Beratung verließen. Wie auch in Abbildung 45 illustriert, planten die Erwachsenen besonders oft, eine Ausbildung zu machen, selbstständig Informationen zu Berufen und/oder Ausbildungen zu recherchieren, einen Job zu suchen und Bewerbungen zu schreiben, sowie etwas seltener einen Lebenslauf zu erstellen, eine Berufs- bzw. Ausbildungswahl zu treffen oder eine Ausbildungsförderung zu beantragen.

**Abbildung 45: "Am Ende jeder Beratung sollten die nächsten beruflichen bzw. ausbildungsbezogenen Schritte feststehen. Was waren damals Ihre nächsten geplanten Schritte?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die Frage beantworteten (n=270), und in absoluten Zahlen. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der nächsten geplanten Schritte.*

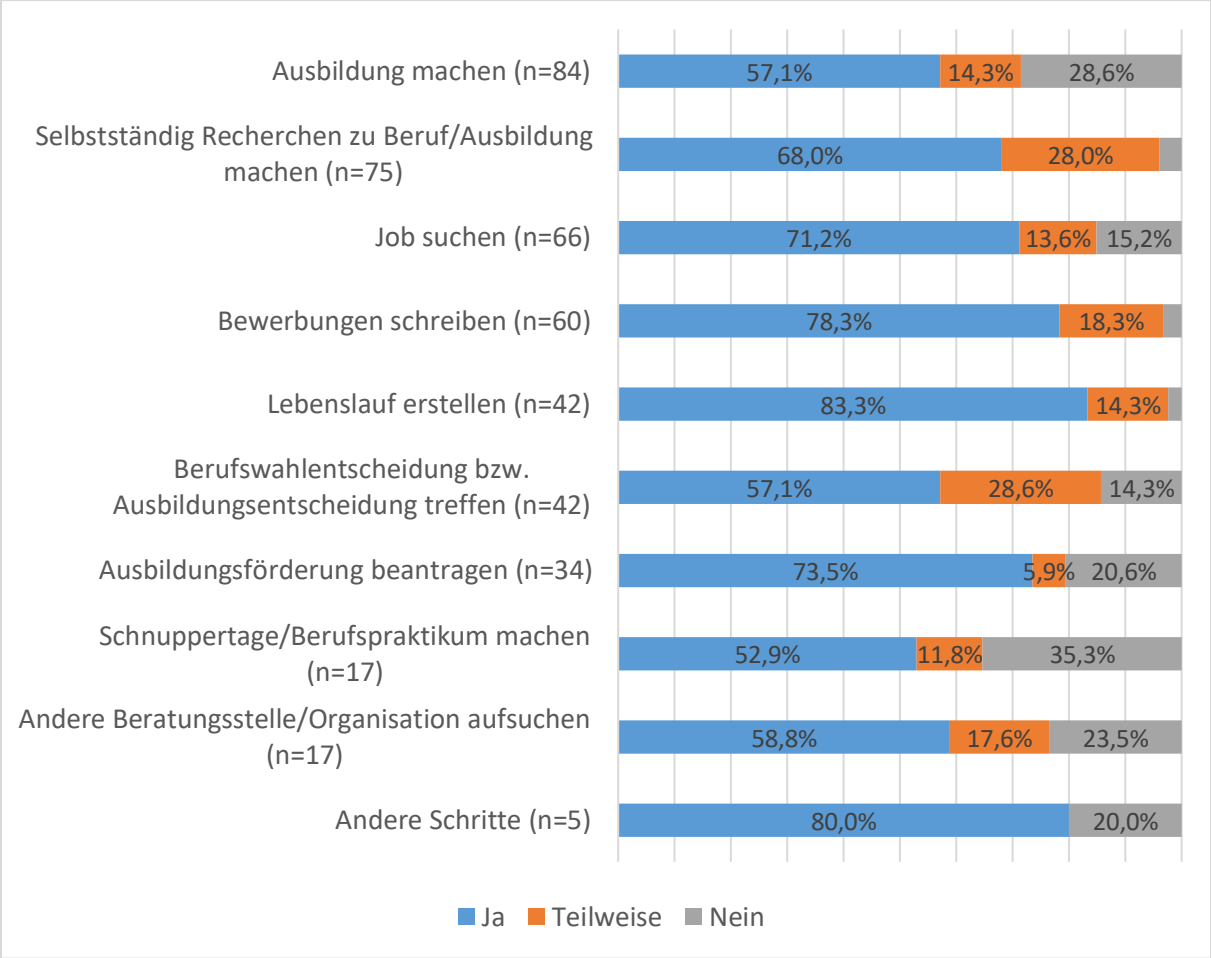
Nur ab und an werden Schnuppertage, Berufspraktika oder das Aufsuchen einer anderen Beratungsstelle oder unterstützenden Einrichtung als Vorhaben genannt, zu denen sich die Kund_innen aufgrund der Beratung entschlossen haben. Jene Personen, die dies vorhatten, verweisen in den Antworten zuweilen auf die hilfreichen Tipps der Berater_innen, an welche Stellen sie sich mit ihren Anliegen wenden können. Die BIZ-Berater_innen selbst vermerken diesbezüglich in 36 Fällen die Zuweisung an den Qualifikationspass Wien [19] (bzw. die Anlage des Qualifikationspass durch die Berater_innen selbst), in einem Fall eine solche in eine Berufsorientierungsmaßnahme.

Beinahe alle der Personen, die zumindest einen nächsten Schritt im Sinn gehabt hatten, konnten im Verlauf des Beobachtungszeitraumes auch zumindest einen dieser Schritte umsetzen. Umso eher gilt dies, wie auch in Abbildung 46 zu sehen, für Vorhaben, die auch während der Covid-19-Pandemie bzw. den mit dieser einhergehenden Einschränkungen des öffentlichen Lebens im Alleingang umgesetzt werden konnten: Erwachsene, die vorhatten, einen Lebenslauf zu erstellen, Bewerbungen zu

[19] Die Stadt Wien erläutert hierzu: „Der Qualifikationspass Wien unterstützt und begleitet Wienerinnen und Wiener, die nur einen Pflichtschulabschluss haben, Schritt für Schritt bis zu einem Ausbildungsabschluss, etwa den Lehrabschluss. Wer eine im Ausland erworbene Qualifikation am österreichischen Arbeitsmarkt nicht verwerten kann, erhält ebenfalls Unterstützung.“ (www.wien.gv.at/arbeit/waff/qualifikationspass.html, abgerufen am 24.03.2022).

schreiben und selbstständig Bildungs- und Berufsinformationen zu recherchieren, bestätigen fast durchgehend, dass sie dies zum Teil oder zur Gänze in die Tat umgesetzt haben.

**Abbildung 46: "Konnten Sie das umsetzen?"**

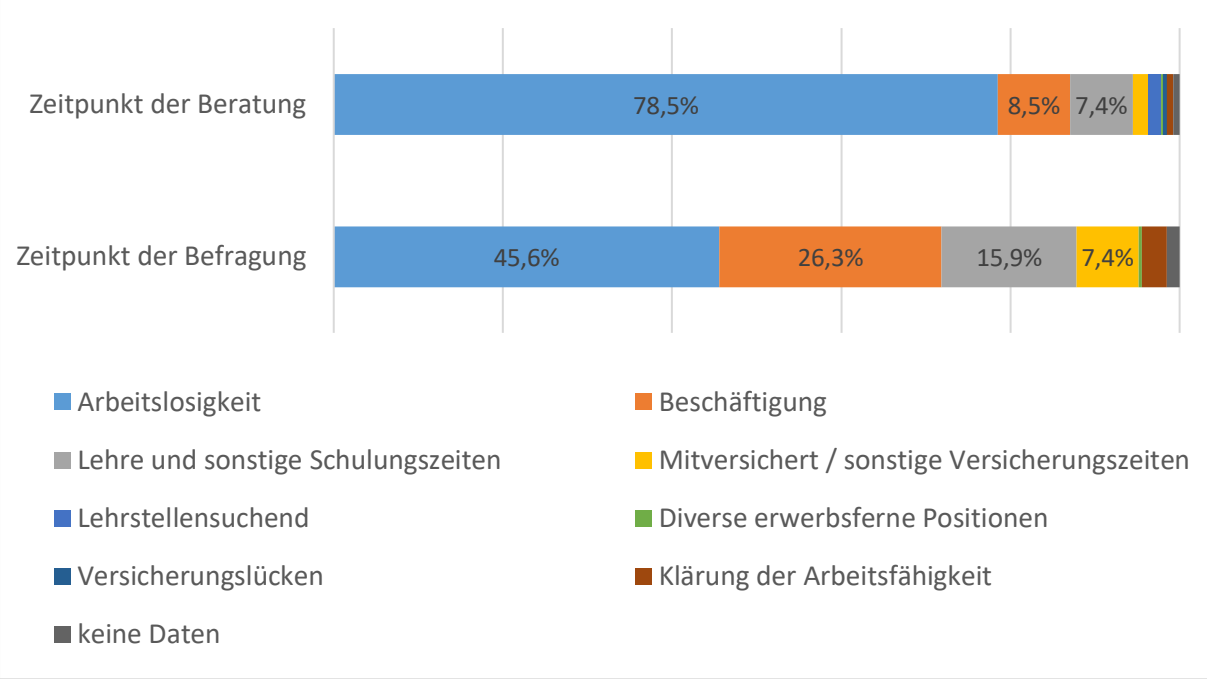



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden, zuvor angegeben hatten, den betreffenden Schritt geplant zu haben, und die Frage nach dessen Umsetzung beantworteten. Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der nächsten Schritte („Am Ende jeder Beratung sollten die nächsten beruflichen bzw. ausbildungsbezogenen Schritte feststehen. Was waren damals Ihre nächsten geplanten Schritte?").*

Etwas seltener erzählen die Befragungsteilnehmer_innen, dass sie eine Berufswahlentscheidung bzw. eine Ausbildungsentscheidung getroffen, einen Job gesucht bzw. gefunden oder eine Ausbildungsförderung beantragt haben. Noch offensichtlicher gelten die Einschränkungen bezüglich der erfolgreichen Umsetzung ihrer Pläne für Personen, die vorhatten, eine andere Beratungsstelle oder ähnliche Organisation aufzusuchen, eine Ausbildung zu absolvieren oder Schnuppertage/Berufspraktika anzutreten.

Dass aber auch die Realisierungsaktivitäten, die bereits in Kapitel 5.1 beschrieben wurden, immer wieder gelungen sind, bestätigt sich u.a. bei Betrachtung des Vergleiches der Beschäftigungsstatus erwachsener Befragungsteilnehmer_innen zum Beratungs- und zum Befragungszeitpunkt, der in Abbildung 47 dargestellt wird.

**Abbildung 47: Beschäftigungsstatus erwachsener Befragungsteilnehmer_innen zum Beratungs- und zum Befragungszeitpunkt**

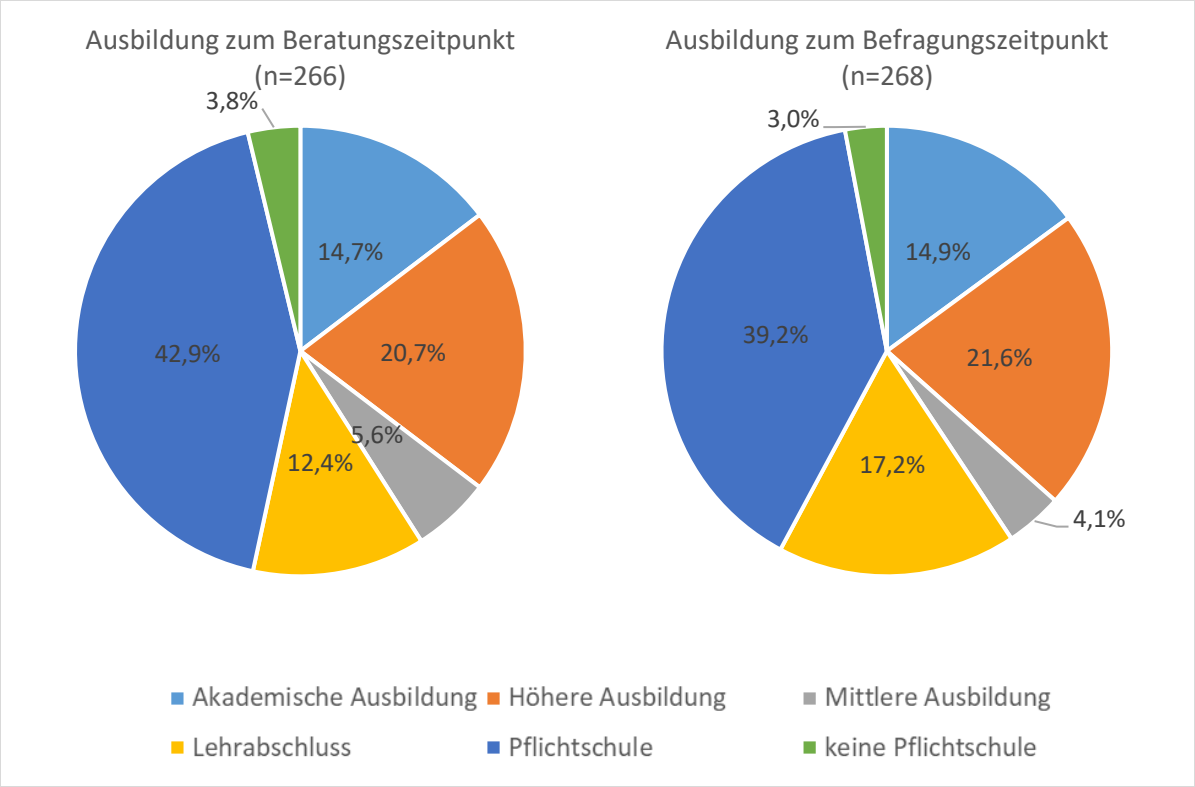



*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden (n=270). Werte ≤ 4% werden nicht abgebildet. Im Falle niedriger Fallzahlen in einzelnen Status wurden diese zu Sammelkategorien zusammengefasst: „Lehre und sonstige Schulungszeiten" inkludiert neben sonstigen Schulungszeiten auch eine Person in AMS-geförderter Lehre (ÜBA) zum Zeitpunkt der Befragung; „Beschäftigung" meint vorwiegend nicht-geförderte, unselbstständige Beschäftigung als Arbeiter_in oder Angestellte_r, seltener aber auch eine AMS-geförderte Beschäftigung (EB, Kombilohn, KUA, SÖB), nicht-geförderte, geringfügige Beschäftigungen sowie eine selbstständige Beschäftigung; die Kategorie „Diverse erwerbsferne Positionen" umfasst Bezieher_innen von Erwerbspension bzw. Rente, Wochengeld, Kinderbetreuungsgeld und Leistungen aufgrund ausländischer Versicherungszeiten sowie sonstige erwerbsferne Positionen.*

So nahm der Anteil der in Arbeitslosigkeit befindlichen Personen über den Beobachtungszeitraum hinweg deutlich ab. Dies geschah insbesondere aufgrund der Aufnahme von Beschäftigungen: Einerseits erhöhte sich die Anzahl der Kund_innen in unselbstständiger Beschäftigung als Arbeiter_in oder Angestellte_r von 15 auf 52, andererseits konnten auch 13 Personen in ein AMS-gefördertes Arbeitsverhältnis vermittelt werden. Hierbei handelte es sich um Eingliederungsbeihilfen-, Kombilohn- und Kurzarbeits-Modelle sowie um die Beschäftigung in Sozialökonomischen Betrieben (SÖB). Auch innerhalb der Gruppe der Beschäftigten kam es zu Änderungen, konnten einige wenige Personen doch ihre bisherige geringfügige zu einer regulären unselbstständigen Beschäftigung ausbauen.

Mehr als verdoppelt hat sich zudem der Anteil der Personen in Ausbildung, wobei es sich hierbei fast vollständig um „sonstige Schulungszeiten" handelt. Eine Person trat im Verlauf des Beobachtungszeitraumes eine AMS-geförderte, überbetriebliche Lehre (ÜBA) an. Hiermit in inhaltlichem Zusammenhang stehend nahm auch die Anzahl der Kund_innen mit Lehrabschluss, ferner auch jener mit einem höheren Schulabschluss (AHS, BHS) zu, während der Anteil jener Personen mit maximal Pflichtschulabschluss sowie jener Personen mit einem mittleren Schulabschluss (BMS) abnahm (siehe Abbildung 48).

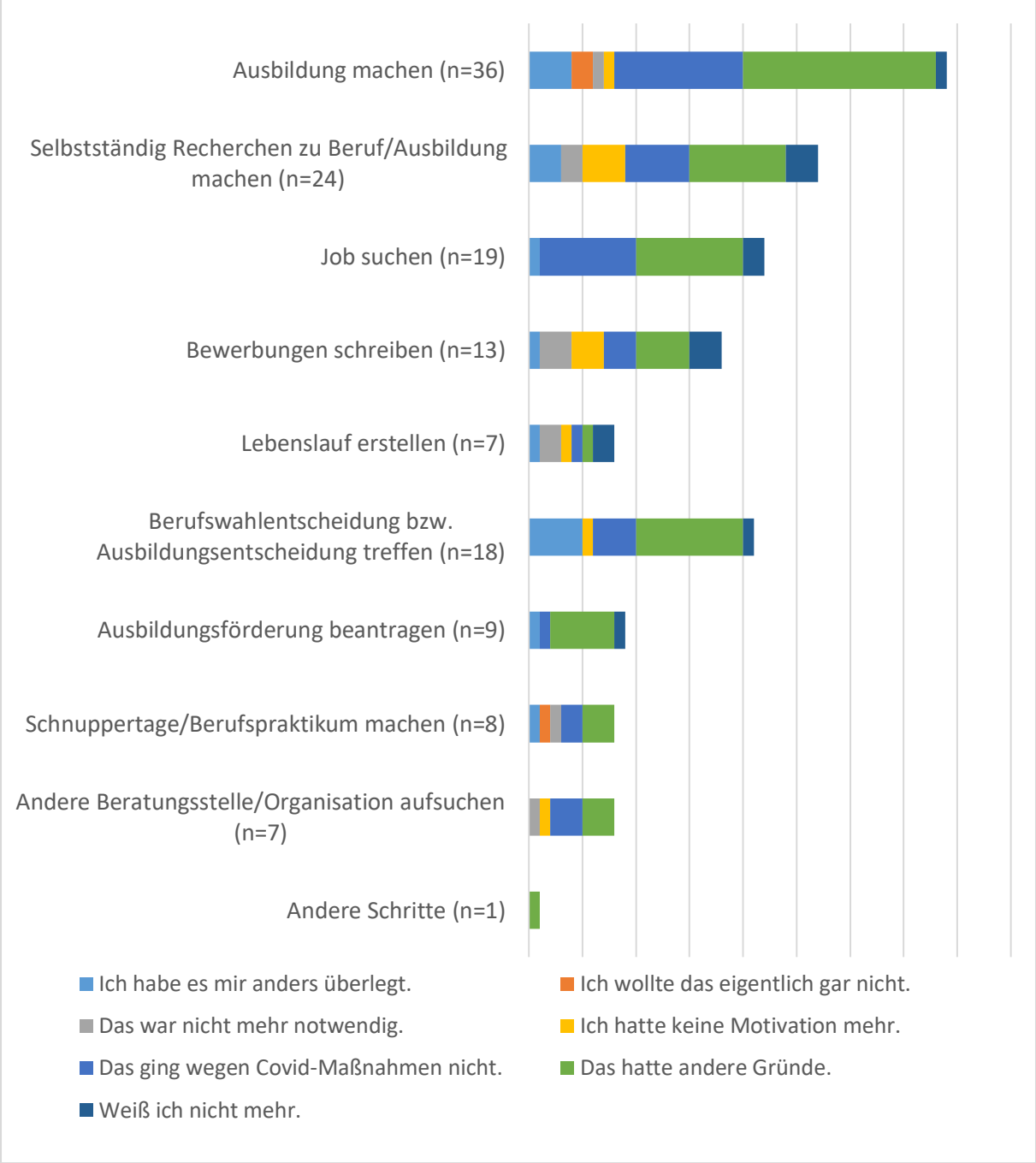
**Abbildung 48: Höchste abgeschlossene Ausbildung erwachsener Befragungsteilnehmer_innen zum Beratungs- und zum Befragungszeitpunkt**




*Quelle: AMS-Daten, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und für die Daten zum jeweiligen Zeitpunkt vorlagen.*

Dass einige Personen aber davon berichten, einen oder mehrere ihrer geplanten Schritte – und hier insbesondere solche im Bereich der Realisierungsaktivitäten – nicht umgesetzt zu haben, kann naheliegender Weise in mehreren Fällen auf die covid-19-bedingten Maßnahmen der Bundesregierung zurückgeführt werden: Die Befragten berichten etwa von (zeitweise) geschlossenen Beratungsstellen, gestrichenen oder in den digitalen Raum transferierten Ausbildungskursen und zusätzlichen Hindernissen beim Antreten von Schnupperpraktika, aber auch von erhöhten Schwierigkeiten, überhaupt zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen zu werden. Dies schlägt sich auch in den Erläuterungen der Kund_innen nieder, weshalb sie bestimmte Ziele nicht oder nur teilweise umgesetzt haben. Denn wie an den azurblauen Balkensegmenten in Abbildung 49 zu sehen, hielten die Covid-Maßnahmen besonders viele Befragungsteilnehmer_innen davon ab, einen Job zu suchen, eine Ausbildung zu machen, aber auch selbstständig zu Berufen und Ausbildungen zu recherchieren.

**Abbildung 49: "Warum haben Sie das Ziel nicht oder nur teilweise umgesetzt?"**



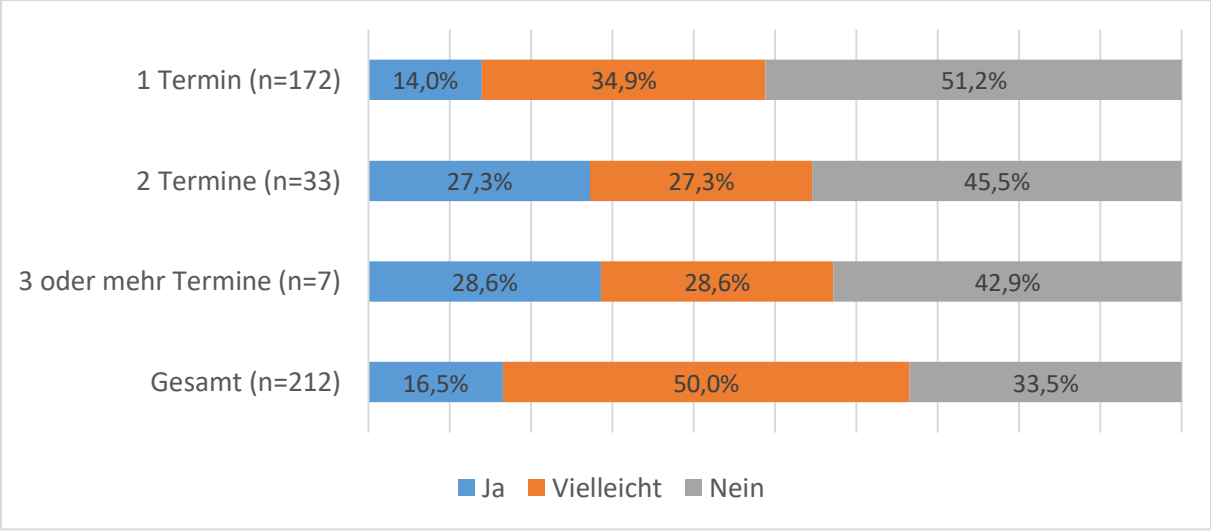

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Die Balkensegmente beziehen sich auf die Anzahl der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden, zuvor angegeben hatten, den betreffenden Schritt geplant zu haben, diesen Schritt nicht oder nur teilweise umgesetzt haben, und die Frage nach dem Grund dafür beantworteten. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen der nächsten Schritte („Am Ende jeder Beratung sollten die nächsten beruflichen bzw. ausbildungsbezogenen Schritte feststehen. Was waren damals Ihre nächsten geplanten Schritte?").*

Nicht vernachlässigt werden dürfen auch die „anderen Gründe" (grüne Balkensegmente), welche auffällig oft zwischen die Kund_innen und ihre Ziele kamen. Dies nämlich erklären – über alle der intendierten Schritte hinweg - zahlreiche der betreffenden Personen damit, dass sie durch weitere, mit der Pandemie einhergehende Faktoren (z.B. Angst vor Ansteckung, Quarantäne, eingeschränkte Öffnungszeiten) behindert wurden.

Nur sehr selten wollten die Befragungsteilnehmer_innen die betreffenden Schritte einfach nicht mehr umsetzen oder fanden nicht die notwendige Motivation hierfür. Dies passierte am ehesten, wenn es darum ging, selbstständig zu recherchieren oder Bewerbungen zu schreiben. Durchgehend jedoch handelt es sich dabei um Personen, die das Ziel letztlich zumindest „teilweise“ umgesetzt haben.

Immerhin jede_r sechste erwachsene Kund_in glaubt jedoch auch, dass er_sie die Pläne eher umsetzen hätte können, wenn es zu einem weiteren Termin beim BIZ gekommen wäre (siehe Abbildung 50). Dies gilt verstärkt für Personen, die zwei oder mehr Termine hatten. Anzumerken ist, dass die BIZ-Berater_innen für zumindest neun dieser Kund_innen einen Folgetermin als vorläufiges Beratungsziel notiert haben.

**Abbildung 50: "Hätte ein weiterer Termin beim BIZ dazu beigetragen, dass Sie Ihre Pläne vollständig umgesetzt hätten?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden, die betreffende Anzahl an Beratungsterminen hatten und die Frage beantworteten.*

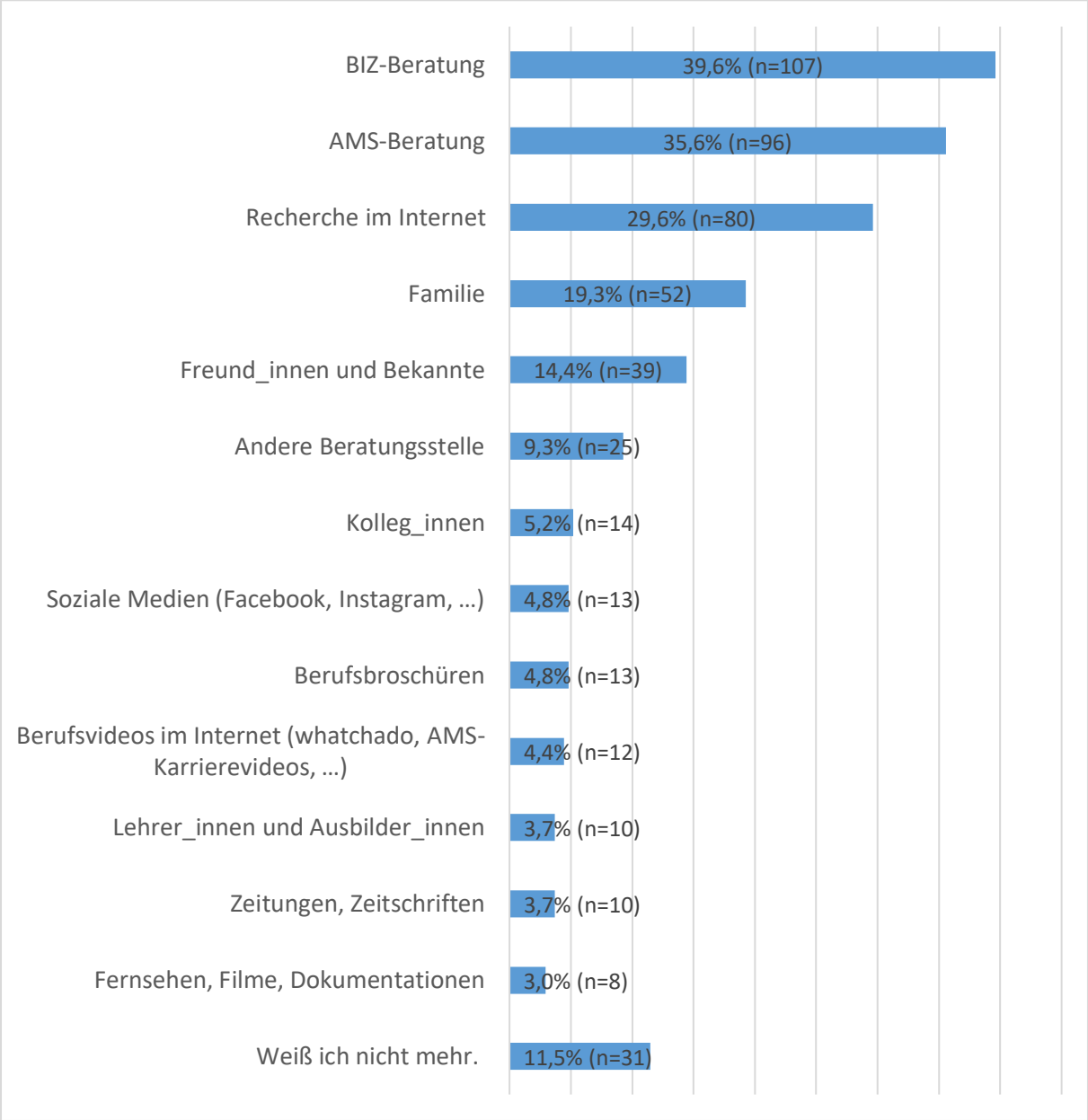
Dass gerade Befragungsteilnehmer_innen mit mehreren Terminen Bedarf nach einem noch intensiveren Kontakt mit dem BIZ anmelden, lässt sich dadurch erklären, dass Personen mit nur einem Beratungstermin häufig recht konkrete Fragen an die BIZ-Berater_innen hatten (z.B. zu ihren Jobchancen), während Kund_innen mit mehreren Beratungsterminen häufiger mit der Erwartung nach persönlicheren Gesprächen mit neutralen Personen, nach einem längeren Karrierecoaching oder nach einer eingehenden Auseinandersetzung mit den eigenen Fähigkeiten und Interessen in die Beratung gegangen sind (siehe hierzu auch Abbildung 42 in Kapitel 6.1). Hierzu sinniert ein_e Kund_in: „Der Ansatz ist besser als beim AMS. Der Berater muss aber in manchen Fällen die Berufung der Kunden entdecken. Manchmal braucht das mehrere Termine. Der Berater soll meiner Meinung nach wie ein Psychologe sein.“

## 6.3. EINFLUSSFAKTOREN AUF BERUFLICHE UND BILDUNGSBEZOGENE ENTSCHEIDUNGEN

Die Mehrheit der Befragungsteilnehmer_innen hatte, wie auch in Abbildung 41 in Kapitel 6.1 zu erkennen, zumindest ein Anliegen an die BIZ-Beratung, welches mit der Bildungs- oder Berufswahl im engeren Sinn in Zusammenhang steht (z.B. „Ich wollte herausfinden, was ich beruflich oder ausbildungsmäßig machen könnte.“, „Ich wollte mich über bestimmte Berufe oder Ausbildungen informieren.“ oder „Ich wollte Hilfe bei der Entscheidung zwischen Berufen und/oder Ausbildungen.“).

44 der erwachsenen Befragten erklären zudem dezidiert, dass das Treffen einer Berufswahl- bzw. Ausbildungsentscheidung ein zentraler Schritt war, welchen sie nach bzw. aufgrund der BIZ-Beratung umsetzen wollten (siehe hierzu auch Abbildung 45 in Kapitel 6.2). Dabei lässt sich Vielzahl an Faktoren identifizieren, die die Bildungs- und Berufswahlprozesse erwachsener Menschen beeinflussen. Denken die Kund_innen selbst an den Beobachtungszeitraum zurück, empfinden sie insbesondere die BIZ-Beratung, die AMS-Beratung sowie die eigene Recherche im Internet als zentrale Einflussfaktoren auf ihre damaligen beruflichen und bildungsbezogenen Entscheidungen (siehe Abbildung 51). Seltener als von der Beratung durch AMS und BIZ wurde von anderen Beratungsstellen profitiert.

**Abbildung 51: "Wer oder was hat Sie damals bei der Berufswahl unterstützt?"**



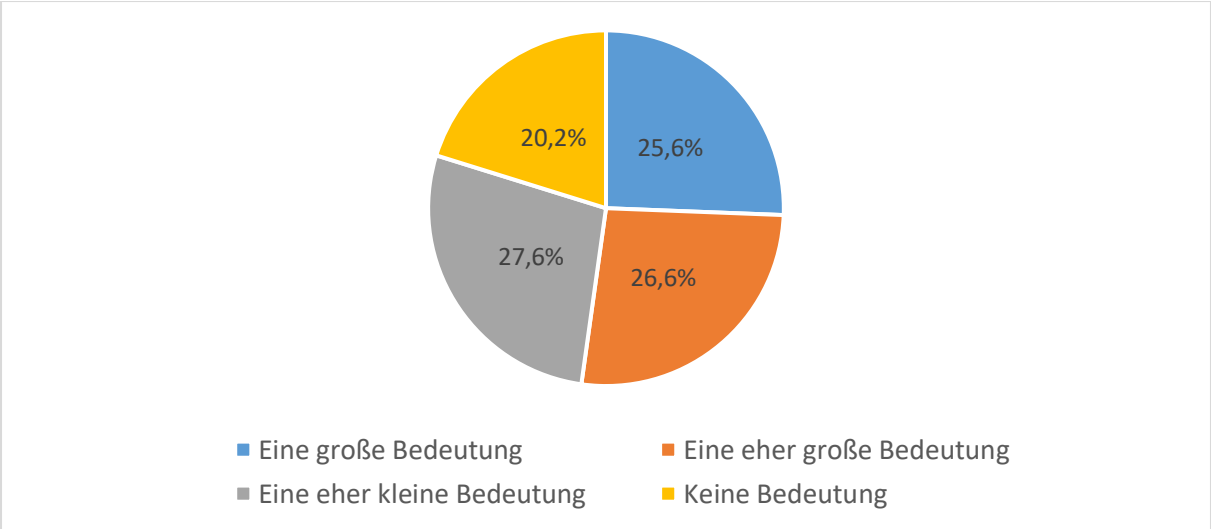

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die Frage beantworteten (n=270), und in absoluten Zahlen. Die Reihenfolge folgt der Häufigkeit der Nennungen.*

Gerade im Vergleich zu den Jugendlichen (siehe Kapitel 5.1.2) scheint demnach das soziale Umfeld - etwa die Familie, Freund_innen und Bekannte, Kolleg_innen, Lehrer_innen und Ausbilder_innen - eine

weniger große Rolle zu spielen. Nur sehr eingeschränkten Einfluss weisen zudem, den erwachsenen Kund_innen zufolge, Soziale Medien, Berufsbroschüren, Berufsvideos im Internet, Zeitungen bzw. Zeitschriften sowie Fernsehen bzw. Filme auf.

Dass die Kund_innen sich durch die BIZ-Beratung sehr unterstützt fühlen, bestätigen sie auch an unterschiedlichen anderen Stellen der Befragung. In Anbetracht dessen, dass ein Sechstel der erwachsenen Befragungsteilnehmer_innen, wie bereits in Abbildung 50 in Kapitel 6.2 festgehalten, weitere Beratungstermine als förderlich für die Umsetzung ihrer Ziele empfunden hätte, ist auch nicht verwunderlich, dass mehr als die Hälfte der erwachsenen Befragten der BIZ-Beratung eine eher oder sehr große Bedeutung für ihre darauffolgende berufliche Entwicklung zusprechen (siehe Abbildung 52).

**Abbildung 52: "Wenn Sie heute an die BIZ-Beratung denken: Welche Bedeutung hatte die BIZ-Beratung für Ihre weitere berufliche Entwicklung?"**

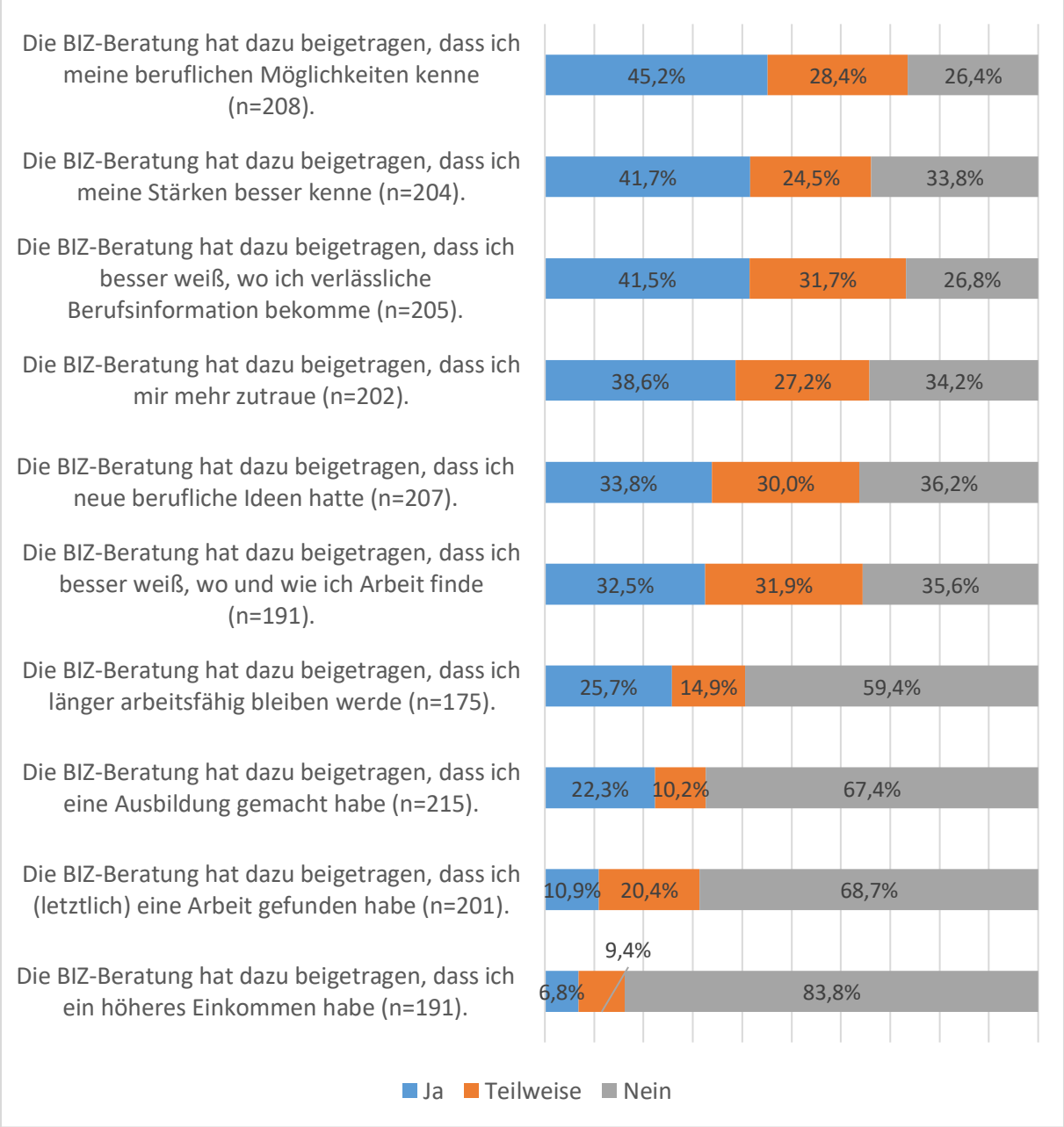



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die Frage beantworteten (n=203).*

Nur 2 von 10 Personen finden, dass die BIZ-Beratung überhaupt keine Bedeutung für ihre weitere berufliche Entwicklung hatte. Manche dieser Personen schränken jedoch ein, dass die BIZ-Mitarbeiter_innen taten, was ihnen möglich war, dass aber äußere Einflüsse (z.B. die gesundheitliche Situation der Kund_innen oder die Situation am österreichischen Arbeitsmarkt) Fortschritte in ihrem (neuerlichen) Bildungs- und Berufswahlprozess verhinderten. Andere führen ihre Einschätzung darauf zurück, dass die BIZ-Beratung tatsächlich limitierte Nützlichkeit habe. Auf jene Personen wird im nachfolgenden Kapitel 6.4 näher eingegangen.

Insbesondere finden die Beratungskund_innen, 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 (siehe Abbildung 53). Ferner brachte die BIZ-Beratung die Befragten auf neue berufliche bzw. ausbildungsbezogene Ideen und half, ihre Jobsuch- und Bewerbungsstrategien zu verbessern.

**Abbildung 53: Beratungsergebnisse aus Sicht der Kund_innen**



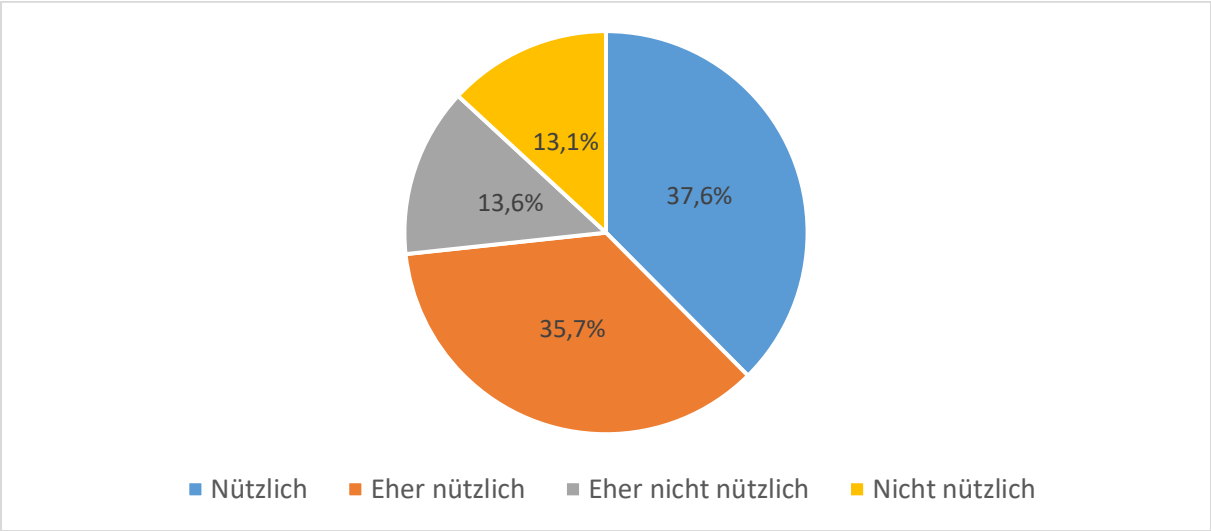

*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die jeweilige Frage beantworteten. Die Reihenfolge folgt dem Anteil der „Ja"-Antworten.*

Betreffend die in Kapitel 5.1 beschriebenen Realisierungsaktivitäten schreiben die befragten Kund_innen der BIZ-Beratung eine geringere Bedeutung zu. So etwa habe die BIZ-Beratung selten (direkt) dazu beigetragen, dass die Befragten nunmehr ein höheres Einkommen haben, letztlich eine Arbeit gefunden haben, länger arbeitsfähig bleiben werden oder eine Ausbildung gemacht haben. Nichtsdestotrotz berichten die Kund_innen auch diesbezüglich von Erfolgsgeschichten, welche sie auf das BIZ zurückführen: „Sie haben das möglich gemacht, was mir andere nicht geben wollten oder konnten. Ich bin derzeit in der FIA+ >Steuerassistent_in< und absolviere im Dezember meine Abschlussprüfung bei der WKO. Das wäre ohne Ihre Unterstützung nicht gelungen. Und jeden, der mich fragt, wie ich das geschafft habe, schicke ich mit guten Gewissen zu Ihnen. Vielen lieben Dank dafür!"

## 6.4. ALLGEMEINE EINSCHÄTZUNG DER BIZ-BERATUNG DURCH DIE KUND_INNEN

Drei Viertel der erwachsenen Kund_innen beschreiben die BIZ-Beratung, wie auch in Abbildung 54 zu sehen, als mindestens eher nützlich. Auch in den Antworten auf die offenen Fragen betonen die Kund_innen, dass „alles gut gemacht“ worden sei. „Meine Beraterin war sehr engagiert und freundlich - ich habe mich sehr gut beraten gefühlt“, erzählt eine Person, während eine andere berichtet: „Das Gespräch mit dem BIZ-Berater habe ich als ausgesprochen freundlich und informativ in Erinnerung. Die mitgenommenen Kataloge und Ausbildungsoptionen sind gut und übersichtlich.“

**Abbildung 54: "Alles in allem, wie nützlich war die Beratung im BIZ für Sie?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung. Angaben in Prozent der BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die 2000 oder früher geboren wurden und die Frage beantworteten (n=221).*

Immerhin jede sechste Person jedoch empfand die Beratung als nicht nützlich. Die 29 betreffenden Befragungsteilnehmer_innen schreiben der BIZ-Beratung zudem durchgehend eine höchstens „eher kleine Bedeutung“, in den meisten Fällen aber „keine Bedeutung“ für den Bildungs- und Berufswahlprozess zu (siehe hierzu auch Abbildung 52 im vorangegangenen Kapitel 6.3). Dies gilt auch für sämtliche der bereits in Abbildung 53 beschriebenen Bereiche, in denen das BIZ einen Beitrag leisten hätte können: Die Kund_innen, die die Beratung als nicht nützlich beschreiben, sehen auch nicht, dass sie aufgrund des BIZ beispielsweise ihre beruflichen Möglichkeiten oder Stärken besser kennen würden, besser wissen würden, wo sie Berufsinformation bekommen oder wie sie sich bewerben könnten, sich mehr zutrauen würden oder neue berufliche Ideen gehabt hätten.

Die betreffende Personengruppe inkludiert sowohl Kund_innen mit einem als auch solche mit mehreren Terminen und weist keine Besonderheiten hinsichtlich der Geschlechterverteilung oder des Gefüges von Migrations- und Ausbildungshintergründen auf. Hinsichtlich der Erwartungsstruktur jedoch lässt sich sagen, dass jene Personen, die das BIZ als nicht nützlich beschreiben, seltener „weiche“ Erwartungen (z.B. „Ich wollte neue Motivation schöpfen.“) und häufiger sehr konkrete Wünsche („Ich wollte eine finanzielle Förderung für eine Ausbildung.“) hatten. Keine einzige der Erwartungen, mit welcher die Personen in die Beratung gegangen waren, wurde jedoch – eigenen Angaben nach – zur Gänze erfüllt (siehe hierzu auch Abbildung 43). Betreffend Hoffnungen wie jene auf eine finanzielle Förderung wird nicht einmal von einer „teilweisen“ Erfüllung berichtet.

Ein zentrales Unterscheidungsmerkmal zwischen Kund_innen, die die Beratung als nützlich und solchen, die sie als nicht nützlich beschreiben, liegt zudem im subjektiv wahrgenommenen Unterstützungsnetzwerk: So geben letztere auffällig selten an, dass irgendeiner der abgefragten und bereits in Abbildung 51 dargestellten Einflussfaktoren relevant für ihren Bildungs- und Berufswahlprozess gewesen sei. Am ehesten nahmen die betreffenden Personen ihr engstes soziales Umfeld als einflussreich wahr, während sie weder externe Einrichtungen noch digitale oder analoge Informationsquellen für sich nutzen konnten. Dies führen manche der Befragten darauf zurück, dass man ihnen gar nicht helfen hätte können, da es sich um ein „Problem des Systems“ handle, da ihnen gesundheitliche Probleme oder die Covid-19-Pandemie dazwischengekommen seien oder da sie aufgrund ihres soziodemografischen Hintergrundes (angesprochen wird hier sowohl das Alter als auch der Migrationshintergrund) ohnehin nur geringe Chancen am österreichischen Arbeitsmarkt hätten.

Jedoch findet sich auch konkrete Kritik sowohl vonseiten jener Erwachsenen, die die BIZ-Beratung für nützlich befanden, als auch vonseiten jener, die das nicht taten (siehe hierzu auch die Ausführungen zu den Verbesserungsvorschlägen jugendlicher sowie erwachsener Kund_innen in Kapitel 7.1). Manche der Personen fanden, dass man sich zu wenig Zeit für sie genommen habe, die Aufklärungsgespräche zu kurz gewesen seien und die Beratung nicht genug in die Tiefe gegangen sei. „Die ganze Beratung - genau wie der ganze AMS-Service - ist formell und unpersönlich“, sagte ein_e Befragungsteilnehmer_in dazu. Dies resultierte, den Angaben der Kund_innen nach, auch darin, dass ihnen Ausbildungen oder Berufe vorgeschlagen worden seien, die nicht ihren Interessen, Fähigkeiten und Möglichkeiten am Arbeitsmarkt entsprechen.

Andere erwachsene Befragte sprechen an, dass sie gerne noch mehr „Hands-On“-Unterstützung erhalten hätten. So wird etwa vorgeschlagen: „Die Beraterin könnte mehr Infos geben, nicht nur Broschüren in die Hand drücken, auf die Art >Da hast, ruf an, kümmere dich selbst<, sondern einen weiteren Termin ausmachen, um zu schauen, was ich gemacht habe, von dem, was vereinbart wurde, wo ich Erfolg hatte und wo nicht.“

In seltenen Fällen zweifeln die Befragungsteilnehmer_innen das Fachwissen der Berater_innen (z.B. betreffend eine bestimmte Branche, bestimmte Berufe oder bestimmte Ausbildungen) an. Dies mag auch zu folgender Einschätzung geführt haben: „Meiner Meinung nach richtet sich das Angebot eher an Schüler/Jugendliche. Es würde sicher ein Bedarf für Umschulungen und Möglichkeiten zur beruflichen Umorientierung bestehen. Vielleicht könnten Sie diesbezüglich das Angebot erweitern.“ Ein Vorschlag vonseiten der Kund_innen ist daher, spezialisierte Berater_innen (z.B. für technische oder soziale Berufe) zu installieren.

Ebenfalls als Ausnahme und nicht als Regel ist die Beurteilung der Berater_innen als „unfreundlich“ zu sehen. Eine Person fühlte sich als „Bittsteller_in“ behandelt, eine andere erzählt, man habe ihr mit einer niedrigqualifizierten Tätigkeit „gedroht“. Ab und an fühlten sich Kund_innen zudem „unter Druck“ gesetzt.

Zahlreiche andere Befragte jedoch wurden, eigenen Angaben nach, „bestens unterstützt“. Die Berater_innen werden mehrheitlich als sozial und fachlich überaus kompetent beschrieben: „Die Beraterin war großartig! Freundlich, interessiert, kompetent. Mehr kann man sich von einem/r Berater/in nicht erwarten!“ In den Antworten auf die offenen Fragen finden sich zahlreiche Erfolgsgeschichten, in welchen die Befragungsteilnehmer_innen erzählen, wie die BIZ-Beratung – durch das Zurverfügungstellen von Informationen, durch die Förderung der Motivation und durch das Empfehlen von Kursen – positiv zu ihrem Bildungs- und Berufswahlprozess beitrug. „Der Berater hat alles getan, um mir zu helfen, meinen Lebenslauf erstellt und mich zu weiteren Ausbildungen beraten.

Ich bin sehr dankbar!“, erzählt etwa ein_e Befragte_r. Dem kann ein_e weitere_r Kund_in nur beipflichten: „Ihre BIZ-Beraterin hat meine Bewerbungen auf Rechtsschreibfehler und Ausdrucksfehler untersucht. Mit der Korrektur war ich höchst zufrieden!“, während eine Person beschreibt: „Die Beratung war ausgezeichnet und ich konnte aus ihr viel Motivation schöpfen.“ „Der Berater hat alles getan, was er konnte!“, fasst aber sogar eine Person zusammen, die darauf eingeht, dass sie ihre beruflichen Ziele aufgrund der Gegebenheiten am österreichischen Arbeitsmarkt bislang nicht erreichen konnte.

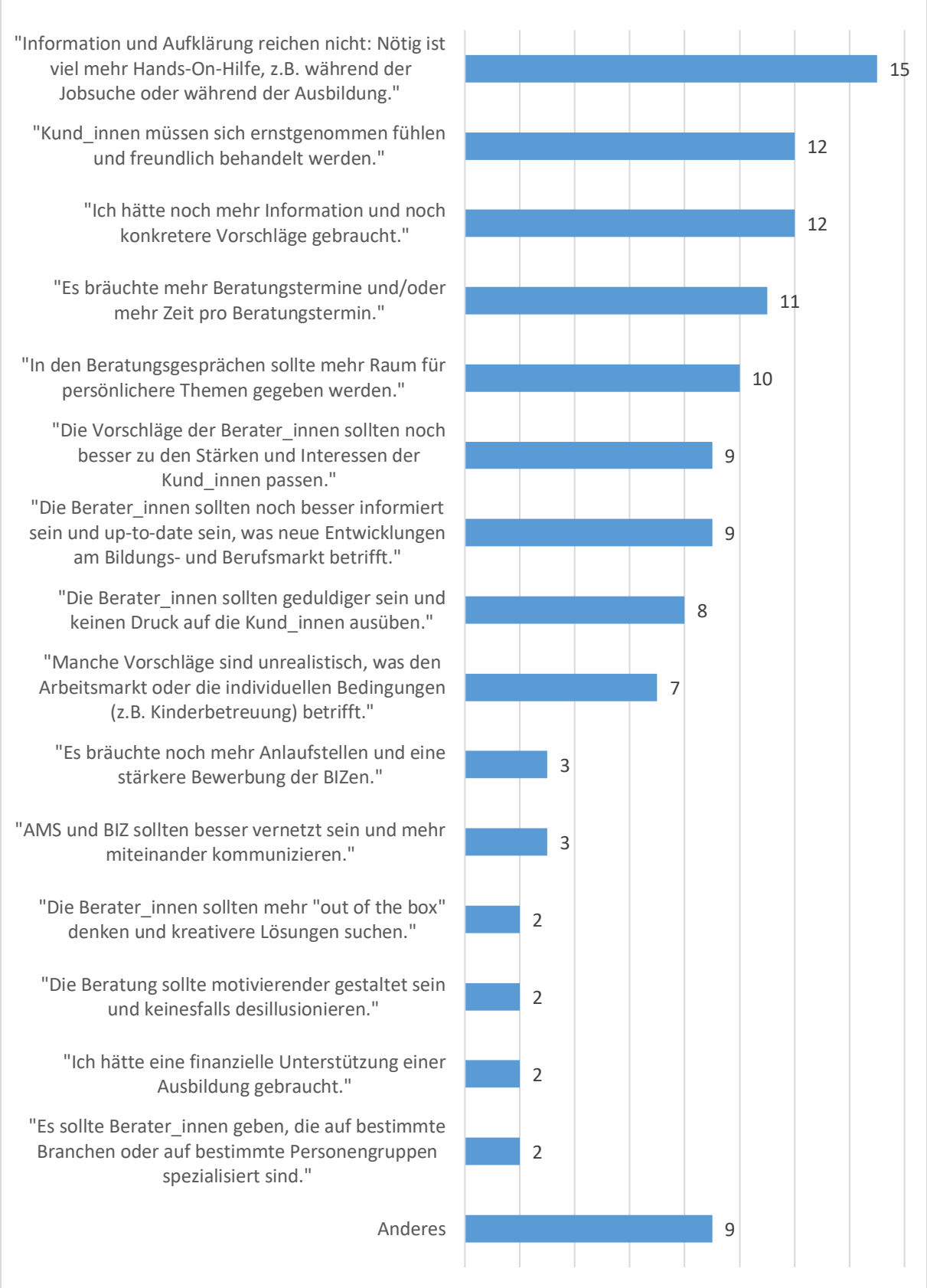
# 7. GESTALTUNG KÜNFTIGER BERATUNGSANGEBOTE (MIT FOKUS AUF SOLCHEN FÜR JUGENDLICHE)

## 7.1. VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE VONSEITEN DER KUND_INNEN

Insgesamt zeigen sich, wie in den vergangenen Kapiteln zu sehen, sowohl die adoleszenten als auch die erwachsenen BIZ-Kund_innen sehr zufrieden mit der Nützlichkeit des BIZ-Angebotes, der Übersichtlichkeit der BIZ-Räumlichkeiten und der sozialen und fachlichen Kompetenz der BIZ-Berater_innen. Selbst Personen, die ihre Ziele nicht erreichen konnten, geben nicht selten an, dass das BIZ-Personal alles tat, das in seiner Macht stand, dass aber externe Bedingungen das Umsetzen der Pläne verhinderten. Sowohl Jugendliche als auch Erwachsene profitierten am meisten von der BIZ-Beratung, wenn sie bereits eine ungefähre Vorstellung davon hatten, in welche Richtung sie sich beruflich bzw. ausbildungsmäßig (weiter-)entwickeln könnten, wenn sie aber noch nicht inmitten der Realisierungsaktivitäten befindlich waren.

Nichtsdestotrotz machen einige der Befragten konkrete Verbesserungsvorschläge, wie die BIZ-Berater_innen und/oder das BIZ als Organisation die Kund_innen noch effektiver unterstützen könnte (siehe Abbildung 55).

**Abbildung 55: Verbesserungsvorschläge vonseiten jugendlicher und erwachsener Kund_innen**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Kategorisierung der offenen Antworten („Was hätte der BIZ-Berater bzw. die BIZ-Beraterin besser machen können?“ und „Was müsste das BIZ tun, damit es Menschen noch besser unterstützt? Was hätten Sie gebraucht?“) sämtlicher BIZ-Kund_innen im Beobachtungszeitraum, die an der Befragung teilnahmen (n=374). Angaben in absoluten Zahlen. Die Sammelkategorie „Anderes“ umfasst Verbesserungsvorschläge, die nur einmal genannt wurden.*

Unter den spontanen Aussagen fand sich besonders oft, dass die BIZ-Beratung nicht nur informieren und aufklären, sondern auch **„Hands-On-Hilfe“** anbieten solle. Konkret wünschen sich die betreffenden Personen eine engmaschige Betreuung während der Jobsuche sowie auch während (schwieriger Phasen) der Ausbildung. BIZ-Berater_innen sollten, nach Ansicht jener Befragten, die Kund_innen in regelmäßigen Abständen kontaktieren, um danach zu fragen, welche Schritte umgesetzt wurden und aufgrund welcher Hindernisse manche der Vorhaben noch nicht realisiert wurden, sowie um die Kund_innen aufzubauen und zu motivieren. Zwei der Befragungsteilnehmer_innen nennen zudem **finanzielle Förderungen** dezidiert als eine solche Form der Hands-On-Hilfe, welche sie vermissten.

Zudem hätten, eigenen Darstellungen nach, manche der Kund_innen noch **mehr bzw. konkretere Informationen** gebraucht, beispielsweise zu bestimmten Jobs oder Ausbildungen. Eine Person erzählt, dass ihr eine Ausbildung auf eine Art und Weise beschrieben wurde, dass sie sie falsch einschätzte und letztlich aufgrund von Überforderung abbrechen musste. Ein_e andere_r Befragte_r findet, dass es kaum nutzbare Informationen für z.B. Wiedereinsteiger_innen oder für Personen gäbe, die sich im späteren Verlauf der Karriere noch umorientieren möchten/müssen. Umgekehrt sollte jedoch nicht unerwähnt bleiben, dass sich unter den „anderen“ Verbesserungsvorschlägen auch eine Person befindet, die sich von der Menge an Informationen erschlagen und überfordert fühlte. Diese hätte gerne kompaktere, individuell auf sie zugeschnittene Auskünfte erhalten. Ein_e Befragte_r fügt hinzu, dass die Räumlichkeiten unübersichtlich gestaltet seien, was es den Kund_innen schwer mache, die Information zu finden, die sie brauchen.

Unter den (im Vergleich) etwas häufigeren spontanen Aussagen betreffend das Verbesserungspotenzial des Angebotes finden sich zudem Befragte, die sich in der BIZ-Beratung unfreundlich behandelt gefühlt haben. Auch die „anderen“ Verbesserungsvorschlägen umfassen den Rat, die Kund_innen gleich beim Erscheinen in den BIZ-Räumlichkeiten freundlicher und offener mit den Worten „Wie kann ich Ihnen helfen?“ zu empfangen. Manche Befragungsteilnehmer_innen betonen, dass man sie **in ihren individuellen Anliegen ernster nehmen** hätte sollen. Auf die Frage, was BIZ-Berater_innen künftig besser machen könnten, meint eine Person etwa: „Mich ernst nehmen. Mir wurde lediglich geraten, in meinem Beruf zu bleiben, obwohl ich das nicht mehr kann und möchte“, während sich ein_e weitere_r Kund_in grundsätzlich zufrieden zeigt, im sozialen Umgang aber noch Luft nach oben sieht: „[Man sollte] mit mehr Respekt [vorgehen], sich ein bisschen mehr Mühe geben oder zeigen. Aber ich bin auf jeden Fall dankbar, dass ich damals Unterstützung haben durfte!“ Andere der Befragungsteilnehmer_innen beschreiben, dass sie sich **unter Druck gesetzt** fühlten: „Die Strategie muss sich ändern - weg von Verurteilen, hin zu Helfen, Bürokratie abschaffen, Hilfe statt Kontrollinstanz.“ Die Berater_innen sollten, ihnen zufolge, geduldiger sein und verstärkt berücksichtigen, wenn es bestimmte Hindernisse im Leben der Kund_innen gibt, die diese daran hindern, weitere Schritte im Prozess der Bildungs- bzw. Berufswahl zu setzen. Dies könne auch **motivierender und weniger desillusionierend** wirken.

Nicht nur die Kund_innen sollten keinen Druck verspüren, auch die Berater_innen selbst sollten, manchen der Befragten zufolge, **mehr Zeit** haben, um besser auf sie eingehen zu können. Dies könne über eine höhere Anzahl an Beratungsterminen und/oder über eine längere Dauer der einzelnen Beratungseinheiten[20] bewerkstelligt werden. Ein_e Kund_in beschreibt, dass er_sie sich während des Gespräches gestresst fühlte, da ihm_ihr nicht genug Zeit gegeben wurde, über seine_ihre Antworten nachzudenken. Dezidiert wird zuweilen darauf hingewiesen, dass schon das Erstgespräch ein

[20] Die Beratungsdauer eines Einmaltermins beträgt typischerweise zwischen 50 Minuten und 1,5 Stunden.

ausführlicheres sein sollte. Manche der Kund_innen hätten gar ein längerfristiges Karrierecoaching bzw. eine längerfristige Begleitung während der Jobsuche oder der Ausbildung gebraucht.

Dies ist nicht unabhängig davon zu sehen, dass zehn der Kund_innen spontan beschreiben, dass sie in der Beratung gerne mehr Zeit und Raum gehabt hätten, um auch **persönliche Themen** ansprechen zu können: „Die Beraterin im BIZ war sehr freundlich; jedoch hatte ich das Gefühl, dass sich mit mir als Person nicht wirklich beschäftigt wurde. Selbstverständlich liegt dies an der knapp bemessenen Zeit, die für so eine Beratung zur Verfügung steht.“ Die Kund_innen hätten sich, wie von den Befragten ausgeführt wird, ernster genommen gefühlt, wenn auch ihre persönlichen Eindrücke, Bedarfe und Befindlichkeiten in den Fokus genommen worden wären.

Durch ein Eingehen auf „weichere“ Themen könnten die Berater_innen, wie hie und da ausgeführt wird, auch noch zielgerichteter Vorschläge betreffend die Bildungs- und Berufswahl machen, die noch **stärker an die individuellen Stärken, Bedingungen und Interessen der Kund_innen angepasst** sind. Hierbei behilflich sei auch, wie unter den „anderen“ Verbesserungsvorschlägen zu finden, eine gründlichere Kompetenzerfassung. Dies würde den Berater_innen, den Befragungsteilnehmer_innen zufolge, auch ermöglichen, verstärkt **„out of the box“ zu denken und kreative Lösungen für komplexe Probleme zu finden**. Als Beispiel nennt eine Person, dass man den Kund_innen ehrenamtliche oder freiwillige Tätigkeiten empfehlen könne, um Kontakte zu knüpfen und (zurück) in gängige Arbeitsstrukturen zu finden. Ein_e andere_r Befragte_r erzählt, dass der_die Berater_in gar nicht an den Privatschulsektor als Möglichkeit gedacht habe, in welchem er_sie letztlich eine Anstellung fand.

Bislang seien manche der Empfehlungen, dem Eindruck der Befragungsteilnehmer_innen nach, zudem **unrealistisch**, was die Anforderungen des österreichischen Arbeitsmarktes in Relation zu den individuellen Voraussetzungen der Kund_innen (z.B. hinsichtlich deren gesundheitlicher Situation oder hinsichtlich deren Pflege- und Betreuungsverpflichtungen) betrifft. Wie unter den „anderen“ Verbesserungsvorschlägen beschrieben wird, wäre es hierbei für Berater_innen hilfreich, wenn diese umfassender betreffend den Themenbereich der psychischen Erkrankungen geschult würden, um die Situation betroffener Kund_innen besser einschätzen zu können. Mit diesem Themenkomplex in Verbindung stehend beschreiben neun Personen spontan, dass manche der Auskünfte veraltet gewesen seien und die Berater_innen noch stärker **up-to-date sein** sollten, was die Entwicklungen am österreichischen Arbeitsmarkt betrifft. Dies betreffe insbesondere Branchen, Berufe und Ausbildungen, die sehr schnelllebig sind, wie etwa die Software- und IT-Branche. Unter anderem, um hierauf zu reagieren, schlagen zwei der Befragungsteilnehmer_innen vor, dass es **Berater_innen geben sollte, die auf bestimmte Jobs, bestimmte Branchen oder bestimmte Personengruppen spezialisiert sind**. Diese hätten nicht nur ein ausgeprägtes Wissen z.B. zu den Anforderungen und der Arbeitsmarktsituation im entsprechenden Bereich, sondern täten sich auch leichter, ein Netzwerk in diesem aufzubauen, wodurch sie den Kund_innen nützliche Kontakte vermitteln könnten.

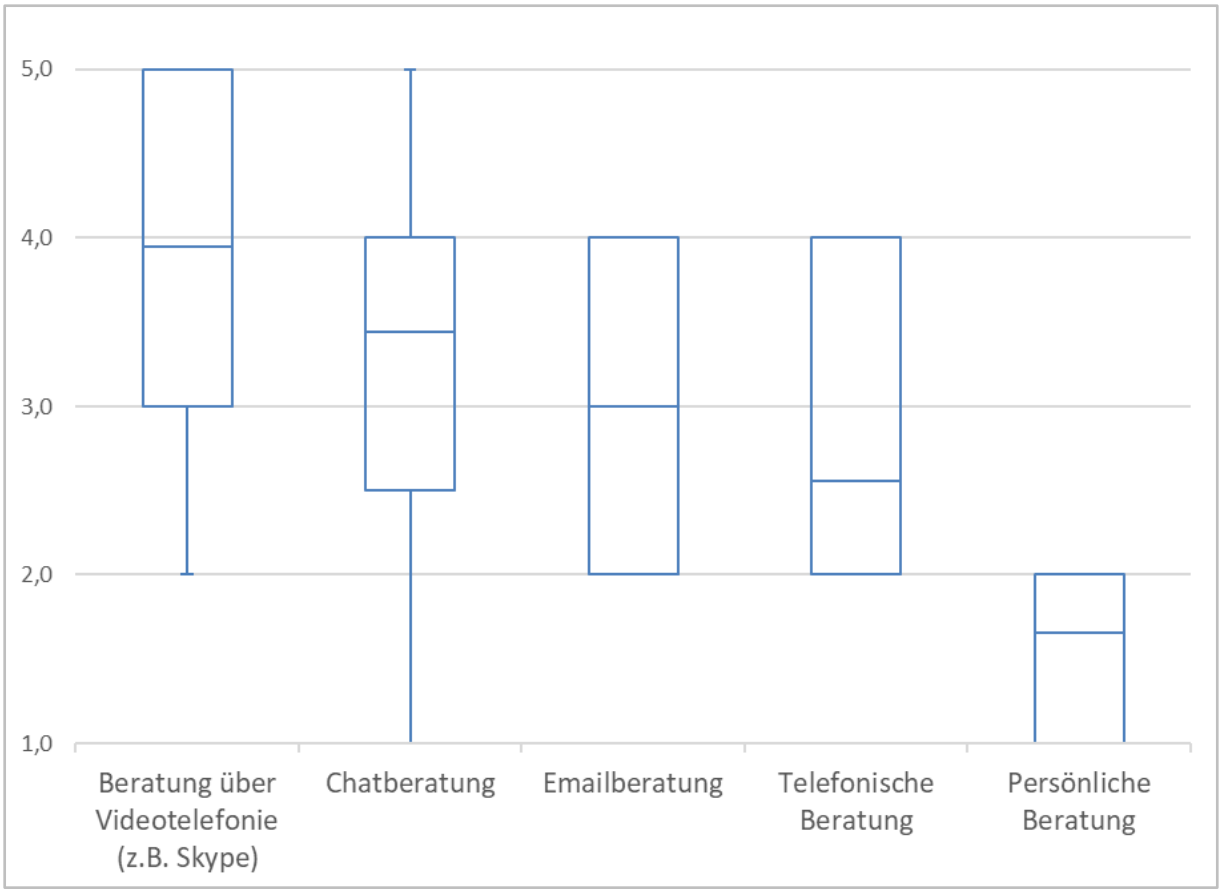
Schade finden manche der Befragten, dass man das BIZ in der (erwachsenen) Gesellschaft kaum kenne, weshalb angeraten wird, **verstärkt Werbung und Aufklärung** zu betreiben. Sie weisen darauf hin, dass ihr Umfeld zum Teil gar nicht über die Existenz des BIZ Bescheid gewusst hatte. Die Präsenz der BIZen könne überdies erhöht werden, indem **mehr Anlaufstellen** eingerichtet werden. Diese sollen zudem stärker als Beratungszentren ausgezeichnet werden, da die Beschriftung „Berufsinformationszentrum“ nicht unbedingt verstanden werde.

Auch solle das AMS in dessen Beratung verstärkt auf die Möglichkeit der Information und Beratung in den BIZen hinweisen. Generell wünschen sich manche der Kund_innen eine **intensivere Vernetzung und einen eingehenderen Austausch** zwischen AMS und BIZ. Verstärkt solle von der einen an die

andere Stelle verwiesen werden: Während sich das AMS auf die Vermittlung fokussieren solle, würde das BIZ Beratung und Information übernehmen. Eine Person erzählt diesbezüglich, dass ihr_e AMS-Berater_in sie falsch darüber informiert habe, was die BIZ-Beratung leisten könne; eine andere wünscht sich, dass die Eindrücke, die die BIZ-Berater_innen gewinnen (z.B. Nachfrage nach bestimmten Schulungen) verstärkt Einfluss auf die AMS-Entscheidungen haben. Umgekehrt jedoch plädiert ein_e Kund_in für eine größere Unabhängigkeit des BIZ vom AMS: „Die Problematik des BIZ sehe ich in erster Linie darin, dass es mit dem AMS verknüpft ist und das AMS auf mich meist den Eindruck gemacht hat, mich zu >überprüfen< und >möglichst schnell loszuwerden< und mich in völlig unpassende Berufsangebote >zu drängen<, anstatt mich in dem Finden eines wirklich geeigneten Berufs zu unterstützen."

Über die verschiedenen Verbesserungsvorschläge hinweg finden sich immer wieder Personen, die den (vorübergehenden) Transfer von Kursen und Beratungsangeboten in den digitalen Raum, welcher im Zuge der Covid-19-Pandemie stattgefunden hat, kritisieren. In Online-Gesprächen falle es ihnen schwerer, sich zu öffnen; auch gehen viele paraverbale (z.B. Tonlage) und nonverbale (z.B. Mimik oder Gestik) Kommunikationsmarker verloren, die gerade bei Gesprächen über persönlichere Themen relevant sind. Wenig verwunderlich ist daher, dass sich die befragten Jugendlichen, wie auch in Abbildung 56 illustriert, sehr einig darin sind, dass die persönliche Beratung vor Ort ihr bevorzugtes Beratungsformat darstellt. „Nur persönliche Beratungen sind super!", unterstreicht ein_e Befragungsteilnehmer_in auch in seiner_ihrer Antwort auf die offene Frage danach, welche weiteren Formate vorstellbar wären. Erst mit größerem Abstand würden die Heranwachsenden, wenn sie die freie Wahl hätten, telefonische Beratung, E-Mail-Beratung, Chatberatung oder Beratung über Videotelefonie (z.B. Skype) in Betracht ziehen.

**Abbildung 56: "Wenn Sie Beratung in Anspruch nehmen wollen: Welche Form bevorzugen Sie da?" (Rangreihung)**

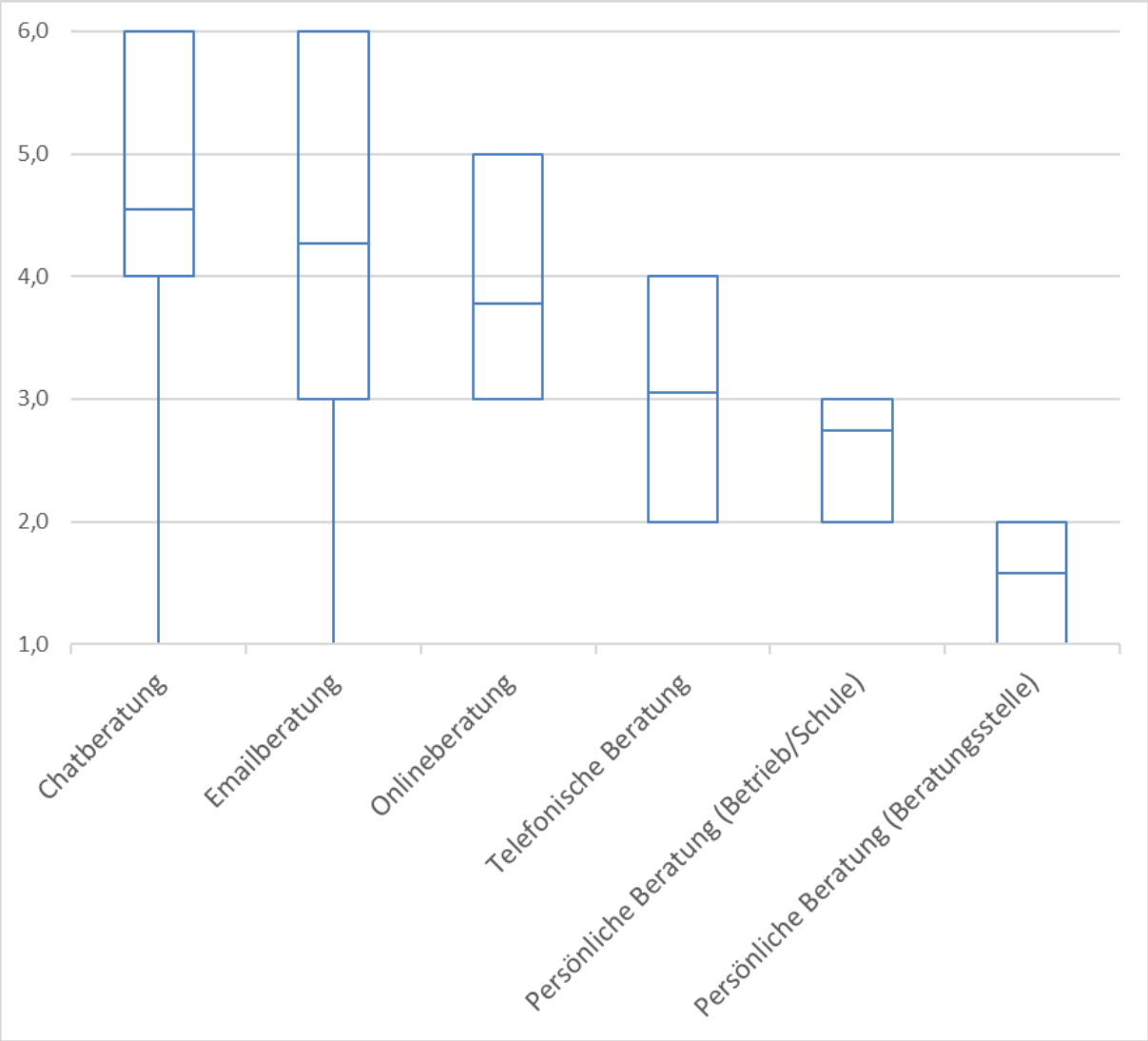



*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung (n=104). Darstellung als ranggereihtes Boxplot: Der Strich in einer Box stellt den Median dar, d.h. den mittleren Rang, der dem Format zugeordnet wurde. Je näher der Median an 1 ist, desto mehr Personen bezeichneten das Format als 1. Wahl; je näher der Median an 5 ist, desto mehr Personen bezeichneten das Format als letzte Wahl (unter den zur Verfügung stehenden Optionen).*
*Das untere und das obere Ende der Box stellen das untere und das obere Quartil, d.h. die 25. und die 75. Perzentile, dar. Die Länge dazwischen wird als Interquartilsabstand bezeichnet. Innerhalb der Box befinden sich demnach 50% aller Personen. Die Antennen stellen das (nicht-extreme) Minimum und das (nicht-extreme) Maximum dar.*

Hinsichtlich der Betreuung im BIZ sahen die Jugendlichen dabei ihre Wünsche erfüllt. „Es gab meine drei Favoriten als Beratung und das sollte weiterhin so bleiben“, meint ein_e Kund_in hierzu.

Erwachsene geben, wie in Abbildung 57 zu sehen, die gleiche Rangreihung an: Mit großem Abstand zu den nachfolgenden Rängen wird die persönliche Beratung in der Beratungsstelle als Format der Wahl beschrieben, während die E-Mail-Beratung sowie die Chatberatung sehr häufig als letzte Wahl empfunden werden.

**Abbildung 57: "Wenn Sie Beratung zu Ausbildung und Karriere (außerhalb der Pandemiezeit) in Anspruch nehmen wollen: Welche Form würden Sie da bevorzugen?"**




*Quelle: Online-Befragung, eigene Auswertung (n=270). Darstellung als ranggereihtes Boxplot: Der Strich in einer Box stellt den Median dar, d.h. den mittleren Rang, der dem Format zugeordnet wurde. Je näher der Median an 1 ist, desto mehr Personen bezeichneten das Format als 1. Wahl; je näher der Median an 5 ist, desto mehr Personen bezeichneten das Format als letzte Wahl (unter den zur Verfügung stehenden Optionen).*
*Das untere und das obere Ende der Box stellen das untere und das obere Quartil, d.h. die 25. und die 75. Perzentile, dar. Die Länge dazwischen wird als Interquartilsabstand bezeichnet. Innerhalb der Box befinden sich demnach 50% aller Personen. Die Antennen stellen das (nicht-extreme) Minimum und das (nicht-extreme) Maximum dar.*

Im Mittelfeld befinden sich die persönliche Beratung am Arbeits- oder Ausbildungsplatz, die telefonische Beratung sowie andere Formen der Online-Beratung als Email- und Chatberatung, z.B. die Beratung über Videotelefonie.

Evaluierungen von Online-Beratungsangeboten zeigen jedoch, dass E-Mail-Beratung, insbesondere aber Chat- und Videotelefonie-Beratung hohe Akzeptanz erfahren und gut angenommen werden können (z.B. Stieler, 2022; Weiss, Hildebrand, Braun-Scharm, Weckwerth, Held & Stemmler, 2020). Gerade die Videotelefonie bietet, wenn man vom limitierten Blickkontakt sowie der schlechteren Wahrnehmung paraverbaler Signale (z.B. Tonlage) absieht, sämtliche Möglichkeiten der persönlichen Beratung, bei gleichzeitig größerer örtlicher Flexibilität. Chatberatung wiederum mimt das persönliche Gespräch bei sehr hoher Anonymität, erlaubt aber keine Interpretation paraverbaler oder nonverbaler

Signale. E-Mail-Beratung animiert, durch das Schreiben längerer, in sich abgeschlossener Texte, zur Reflexion der eigenen Gedanken und Überlegungen, ist gerade deswegen aber eher nur dann das Mittel der Wahl, wenn die Beratungskund_innen ausreichend Kenntnis der Beratungssprache besitzen und sich wohl dabei fühlen, in dieser zu schreiben und zu lesen.

Jedoch können Männer durch Online-Beratung schlechter als Frauen erreicht werden[21]; zudem zeigen die Studien, dass insbesondere junge Erwachsene aus sogenannten „bildungsfernen" Familien bzw. solchen mit einem niedrigen sozioökonomischen Status die Angebote seltener wahrnehmen (Weiss, Hildebrand, Braun-Scharm, Weckwerth, Held & Stemmler, 2020). Dies könnte damit in Verbindung gebracht werden, dass es an einem ungestörten Raum, um z.B. ein Videotelefonie-Gespräch führen zu können, an geeigneten technischen Geräten oder, hiermit in Verbindung stehend, an digitaler Kompetenz fehlt. Bei Etablierung von Online-Beratungsangeboten ist demnach unbedingt darauf zu achten, solche Anwendungen zu wählen, die auch auf mobilen Endgeräten funktionieren, die einen niederschwelligen Einstieg erlauben (z.B. kein Erfordernis eines Downloads) und die zudem ein Gefühl von Anonymität vermitteln (z.B. kein Erfordernis einer Registrierung).

Zu beachten ist darüber hinaus, dass Online-Beratung – und hier insbesondere schriftliche Beratungsformate – zwar die Information und Aufklärung der Kund_innen ersetzen können, dass aber umso eher von einer geringeren Wirksamkeit auszugehen ist, je stärker psychosoziale Themen im Vordergrund stehen (Eichenberg, 2021).

Ein Überblick über die Vor- und Nachteile verschiedener Formate findet sich auch in Struwe (2010). Da die beobachtbaren Gesetzmäßigkeiten aber natürlich nicht zwangsläufig etwas über den Einzelfall aussagen, plädieren auch die Kund_innen selbst für eine größtmögliche Flexibilität bezüglich der Formate, Methoden und Inhalte: „Man sollte einfach auch auf den jeweiligen Wunsch eingehen, was man am liebsten hat und was am sinnvollsten ist."

## 7.2. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND PRAXISIDEEN

Nicht nur die Kund_innen selbst, sondern auch die umfassende Literaturrecherche brachte Handlungsempfehlungen in Form von Praxisideen und Beispielen guter Praxis zutage, welche auf die Beratung von Jugendlichen fokussieren, aber auch jene von Erwachsenen informieren können. Diese knüpfen unmittelbar an die in Kapitel 5 identifizierten Einflussfaktoren an: Eltern bzw. Erziehungsberechtigte, Medien, Peers sowie Ausbildungsstätten können demnach eine motivierende, informierende und/oder begleitende Funktion sowie auch eine Vorbildwirkung haben, was dem BIZ und vergleichbaren Anbieter_innen von Berufsorientierung unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten bietet.

Wie anhand der nachfolgenden Beispiele guter Praxis zu sehen sein wird, können die „positiven Verstärker" dabei zum einen direkt in den Prozess einbezogen und genutzt werden. Die Rolle der BerufsInfoZentren mag hierbei in der Initiation entsprechender Projekte sowie auch in der Vorbereitung der „Entscheidungstreiber", insbesondere der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten, Peers und Lehrkräften, auf ihre Rolle als Unterstützer_innen liegen. Letzteres umfasst beispielsweise die Aktualisierung des z.T. veralteten Wissens von Eltern bzw. Erziehungsberechtigten betreffend den Bildungs- und Arbeitsmarkt. Auch künftige Peerberater_innen profitieren von einem Training zur

[21] Dies lässt sich anhand der vorliegenden Daten nicht replizieren: Innerhalb der befragten Stichproben gilt die dargestellte Rangreihung der Formate für männliche ebenso wie weibliche Kund_innen.

Förderung der theoretischen und methodischen Kenntnisse ebenso wie der kommunikativen und Beratungskompetenz.

Zum anderen 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 Freund_innen 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 Multiplikator_innen zur Bewerbung und das Verfolgen eines aufsuchenden Beratungsansatzes (z.B. mittels Pop-Up-Beratungen an von der Zielgruppe frequentierten Orten) impliziert. Nur in Ausnahmefällen ist der Einsatz Leichter bzw. Einfacher Sprache möglich; stets aber sollte darauf geachtet werden, eine leicht verständliche, bildhafte und abwechslungsreiche Sprache zu wählen, die jedenfalls so einfach ist, wie dem Inhalt noch angemessen ist. Im Zuge der Verwendung von (sozialen) Medien sollte zudem auf die Kompatibilität mit mobilen Endgeräten geachtet werden, da es sich bei Smartphones – insbesondere in jüngeren Kohorten - um die am weitesten verbreiteten internetfähigen Geräte handelt. Nicht zuletzt ist in einem solchen Setting denkbar, interaktionsorientiertes Schreiben und Oraliteralität (z.B. mithilfe von Emojis) einzusetzen (Kühne & Hintenberger, 2020, S.38).

Ergänzend können die Mitarbeiter_innen der BerufsInfoZentren als intermediäre Expert_innen für die Berufsorientierungslandschaft fungieren, die über unterschiedliche Beratungs- und Unterstützungsangebote informieren. Mehrere Kund_innen merken zudem an, dass die Angebote des BIZ stärker beworben werden sollten. Ein kund_innengerechter Webauftritt könnte hierbei etwa Erfahrungsberichte oder Fallbeispiele enthalten, um realistische Erwartungen an die Beratung zu gewährleisten.

### 7.2.1. DER EINFLUSSFAKTOR ELTERN BZW. ERZIEHUNGSBERECHTIGTE IN DER BERATUNG

Eltern bzw. Erziehungsberechtigte sind die ersten und wichtigsten Ansprechpersonen und Partner_innen bei der Berufswahlentscheidung ihrer Kinder und nehmen eine beratende Funktion ein. Für diese Aufgabe bereit zu sein, kann nicht als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Innerhalb der Berufsberatung ist Elternarbeit, die Eltern bzw. Erziehungsberechtigte dazu befähigt, diese Aufgabe anzunehmen und auszuführen, demnach essentiell (Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft, 2014, S. 4; Steiner et al., 2016, S. 8 u. S. 15). „In jedem Fall ist es wichtig, Eltern [bzw. Erziehungsberechtigte] in ihrer beratenden Rolle zu unterstützen und ihnen selbst wiederum Informations- und Beratungsangebote zu machen“, betonen auch Krahe et al. (2011, S. 4).

Neben der informierenden nehmen Eltern bzw. Erziehungsberechtigte auch eine motivierende Funktion ein (Neuenschwander, 2020, S. 295f). Auch ihr Potenzial, die Jugendlichen dazu zu animieren, sich proaktiv mit Fragen der Berufsorientierung auseinanderzusetzen, kann durch Elternarbeit gesteigert werden (Görgen et al., 2013, S. 3).

Das bedeutet, dass der Einfluss der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten auf den Berufsorientierungsprozess Jugendlicher von der Berufsberatung über die Faktoren Information und Motivation genutzt werden kann. Zum erfolgreichen Einbezug der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten

gibt es einige Handbücher und Leitfäden, die einen theoretischen Hintergrund zur Elternarbeit sowie praxiserprobte Beispiele und Methoden liefern.[22]

Wie bereits in Kapitel 5.2 erwähnt, fühlen sich Eltern bzw. Erziehungsberechtigte als wichtigste Ansprechpersonen für Berufswahlentscheidungsfragen ihrer Kinder teilweise überfordert und streben nach Unterstützung durch Informationsmaterialien und professionelle Berater_innen. Es kann jedoch umgekehrt vorkommen, dass sie so davon überzeugt sind zu wissen, was am besten für ihr Kind ist, dass sie sich nicht beraten lassen möchten oder mit Vorbehalten in die Beratungssituation gehen. Steiner et al. (2016, S.15) nennen unter Rückgriff auf Sacher (2014) einige Tipps für eine erfolgreiche Elternarbeit. Diese Verhaltensweisen können den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten dabei helfen, sich trotz möglicher Vorbehalte auf die Beratungssituation einzulassen:

- Wertschätzung der Sorge und Anstrengungen von Eltern bzw. Erziehungsberechtigten äußern;
- Verständnis für die Sichtweise von Eltern bzw. Erziehungsberechtigten zeigen;
- Wünsche und Bedenken der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten respektieren und akzeptieren;
- Ausdauer haben (d.h. Berater_innen sollten sich bemühen, zuzuhören und sich Zeit für die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten zu nehmen);
- Anerkennung zeigen (z.B. dafür, dass auch die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten sich Zeit nehmen);
- informieren, z.B. über Berufswahlkompetenzen, den Arbeitsmarkt oder weitere Anlaufstellen;
- Wissen über den Berufsorientierungsprozess und seine Notwendigkeit weitergeben (d.h. Berater_innen sollten dieses Wissen nicht nur mit den Kindern bzw. Jugendlichen, sondern auch mit den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten teilen);
- Perspektiven wechseln (d.h. Berater_innen stellen ihre Sicht der Dinge oder ihr Bild von dem Kind bzw. dem_der Jugendlichen zur Verfügung); sowie
- konstruktives Feedback geben.

Eine oft betonte Notwendigkeit ist die Weitergabe von Wissen, um Eltern bzw. Erziehungsberechtigte mit aktuellen Informationen auszustatten, die sie in weiterer Folge an die Jugendlichen vermitteln können. Das ist insbesondere vor dem Hintergrund einer im Wandel begriffenen komplexen Bildungs- und Berufslandschaft relevant. Eltern bzw. Erziehungsberechtigte sehen sich heute mit Ausbildungsangeboten und Ausbildungsverhältnissen konfrontiert, von denen sie selbst noch nicht betroffen waren (Mulle, 2015, S. 10). Um diese Lücke zu schließen und Eltern bzw. Erziehungsberechtigte fit für die Fragen und Anliegen ihrer Kinder zu machen, gilt es bestehendes Wissen zu aktualisieren. Die Vermittlung von Informationen rund um Ausbildung und Beruf kann etwa durch klassische Informationsmaterialien (z.B. Flyer und Broschüren) und die direkte Ansprache der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten während Elterntagen erfolgen.

[22] Das Praxishandbuch *Eltern und Berufsberatung – Unterstützung bei der Berufsorientierung von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen* von Steiner, Voglhofer und Liebeswar (2016) beinhaltet praxisnahe und praxiserprobte Methoden und Übungen, die in der Arbeit mit Eltern bzw. Erziehungsberechtigten zum Einsatz kommen können, und unterstützt Berater_innen in der Elternarbeit.
Weiters bietet der Leitfaden *Eltern erwünscht!? Wie Zusammenarbeit in der Berufs- und Studienorientierung gelingen kann* der Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft und der Bundesagentur für Arbeit (2014), neben theoretischen Inputs zum Einflussfaktor Eltern bzw. Erziehungsberechtigte, eine Reihe von praxiserprobten Ideen zum Einbezug von Eltern in die Beratung und in das Berufswahlgeschehen.
*Eltern ins Boot holen – Checklisten & Praxisbeispiele für eine gelungene Elternarbeit in der Beruflichen Orientierung* der Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft und der Bundesagentur für Arbeit (2020) behandelt ebenso Theorie und Praxis einer gelungenen Elternarbeit.

### ELTERNTAGE IM BERUFSINFORMATIONSZENTRUM

Im Berufsinformationszentrum (BIZ) der Agentur für Arbeit in Deutschland werden Elterntage abgehalten. Berater_innen informieren einerseits über das Beratungsangebot und beantworten andererseits allgemeine Fragen zu Ausbildung und Beruf. Eltern bzw. Erziehungsberechtigte verlieren hierdurch eventuelle Berührungsängste mit Beratungsinstitutionen und können die erhaltenen Informationen zur Unterstützung des Berufswahlprozesses ihrer Kinder nutzen (Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft, 2014, S. 28). Außerdem können sich Eltern bzw. Erziehungsberechtigte im Rahmen eines solchen Elterntages untereinander austauschen und vernetzen.

### ELTERNTREFF BERUFSWAHL

Durch das niederschwellige Schweizer Elternbildungsangebot *Elterntreff Berufswahl* sollen Erziehungsberechtigte angesprochen werden, die eine größere Distanz zum formalen Bildungssystem der Schweiz aufweisen, insbesondere solche mit Migrationshintergrund. Die aktive und persönliche Kontaktaufnahme entsteht durch lokale Schlüsselpersonen.

Elterntreffs werden in kleinen Gruppen von 12 bis 15 Personen in Quartierszentren, Vereinslokalen oder ähnlichen Lokalitäten abgehalten, beinhalten auch einen geführten Besuch durch das Berufsinformationszentrum und sind in verschiedenen Sprachen möglich. Es wird ein partizipativer Ansatz verfolgt, bei dem sich die Teilnehmenden mitgestaltend einbringen.

Das Ziel ist es, Erziehungsberechtigte für ihre entscheidende Rolle in der Bildungs- und Berufsorientierung ihrer Kinder zu sensibilisieren und sie über verschiedene Berufsbilder und unterstützende Angebote in Kenntnis zu setzen.

### KARRIERE-SCHULE FÜR ELTERN

Die bulgarischen *Karriere-Schulen für Eltern* richten sich an Eltern bzw. Erziehungsberechtigte, deren Kinder sich im Prozess der Berufsorientierung befinden. Es sind informelle Gruppen, in denen sich Interessierte ein- bis zweimal im Monat treffen, um sich zu unterschiedlichen Themen rund um Schule und Beruf auszutauschen. Diese Gesprächsrunden werden von der Schule organisiert. Die Eltern können dabei ihre Fragen und möglichen Problemlagen mit ihren Peers diskutieren und bekommen Unterstützung von Berater_innen.

Das letztliche Ziel dessen ist es, Schüler_innen zu empowern und ihnen zu helfen, ihr Potenzial zu erkennen. Um dies zu erreichen, setzt man auf die Eltern, denn die Philosophie der *Karriere-Schulen für Eltern* ist „a good parent is a changing parent“ (Prometheus, 2014, S. 30).

### PARENTU APP

Wie auch die Elterntreffs aus der Schweiz stammt die *parentu App*, welche Eltern bzw. Erziehungsberechtigte zu Themen kindlicher Entwicklung, Bildung und Erziehung in 13 Sprachen über Push-Nachrichten auf das Smartphone informiert. Zudem werden aktuelle Veranstaltungen in der jeweiligen Region angekündigt. Die Informationsweitergabe erfolgt durch kurze Texte in einfacher Sprache.

Das *S & B Institut – Schule und Beratung* hat Tipps zum Thema Berufswahl beigesteuert, die über die Anwendung abgerufen werden können. Ziel ist es, Erziehungsberechtigte in einer sich stetig verändernden Bildungs- und Berufswelt in ihrer Rolle als motivierende Begleiter_innen im Prozess der Berufswahl ihrer Kinder zu stärken.

### TEMA – TÜRKISCHE ELTERN ALS MOTOR FÜR AUSBILDUNG

Zwecks einer besseren Erreichbarkeit der Eltern bzw. Erziehungsberechtigten und zur Sensibilisierung für Themen rund um den Berufswahlprozess können muttersprachliche Peer-Kulturvermittler_innen ausgebildet und eingesetzt werden. Ein solcher Ansatz wurde z.B. in der deutschen Bildungsregion Weinheim mit dem Projekt *„TEMA" – (Türkische) Eltern als Motor für Ausbildung* umgesetzt. In diesem sollen Eltern und Familien mit vorwiegend türkischen Wurzeln zu aktiven Mitstreiter_innen und Multiplikator_innen für Aus- und Weiterbildung in der Region werden. Konkret streben die Kulturvermittler_innen von *TEMA* an, über Chancen des dualen Ausbildungssystems zu informieren.

## 7.2.2. DER EINFLUSSFAKTOR MEDIEN IN DER BERATUNG

Durch das Aufgreifen von Fernsehserien und Filmen, digitalen Spielen und Sozialen Medien in der Beratung können Jugendliche in ihrer Lebensrealität abgeholt werden.

Wenn es beispielsweise um Film und Fernsehen geht, raten Dostal und Troll (2004, S. 68) aktuelle Vorbilder zu kennen, die „Berufe auf der Tagesordnung" zu verfolgen und über die Bewertung dieser Berufe Bescheid zu wissen. Denn das Bedürfnis Jugendlicher nach (beruflichen) Vorbildern wird unter anderem durch Medien befriedigt. Um hieran in der Praxis anknüpfen zu können, raten Dostal und Troll (2004, S. 68): „Nur wer die nachgeahmten Vorbilder kennt, die als Trendsetzer [und Trendsetzerinnen] besonders für die Vielseher [und Vielseherinnen] von TV-Reihen fungieren, kann Wünsche und Vorstellungen von Jugendlichen nachvollziehen. Eine gewisse Kenntnis der Logik, Funktionsweise, Struktur und Ästhetik von Soaps wird Berufsberatern [und Berufsberaterinnen] sicher nützen." Sie empfehlen außerdem, nicht nur diese Role-Models zu kennen, sondern auch deren permanenten Wechsel und deren Bewertung zu beobachten. Das private Verfolgen von Fernsehserien, aber auch das aktive Nachfragen bei Jugendlichen kann zu einem entsprechenden Hintergrundwissen beitragen.

Auch bestimmte Computerspiele (wie nachfolgend exemplarisch am Serious Game *like2be* zu zeigen sein wird) können aktiv in der Berufsberatung verwendet bzw. empfohlen werden. Zusätzlich bietet sich an, bereits gemachte Gaming-Erfahrungen aufzugreifen. Wie Voglhofer und Nemeth (2016) zeigen, können (Lieblings-)Videospiele etwa zur Exploration von Berufsinteressen und -wünschen herangezogen werden. Hilfreiche Fragen mögen hierbei z.B. folgende sein:

- Welche Spiele spielst du?
- Welche sind deine Lieblingsspiele?
- Kannst du mir etwas über deine Lieblingsspiele erzählen?
- Was muss man hauptsächlich tun?
- Wenn du in einem Spiel nicht mehr weiterweißt, wie gehst du damit um?
- Wie und wo besorgst du dir Informationen?
- Was muss man können, um in diesem Spiel gut zu sein?
- Jemand, der dieses Spiel sehr gut kann, könnte auch … ?
- Wo kann man diese Fähigkeiten noch brauchen, außer bei Computerspielen?
- Wenn du diese Fähigkeiten im echten Leben einsetzen könntest, welche berufliche Tätigkeit würdest du dir idealerweise aussuchen?
- Wenn du z.B. deine Spielfigur ins echte Leben verpflanzen würdest, welchen Beruf hätte sie dann? Wofür wäre sie bekannt?
- Was hat das mit dir zu tun?

Eine berufsorientierende Beratung kann zudem den Einfluss von (Sozialen) Medien auf Jugendliche entscheidend lenken bzw. moderieren. Hierfür sind die Medien in die Beratung zu integrieren, aber auch kritisch zu beleuchten. Nicht alle dargestellten Informationen sind valide Aussagen über die berufliche Realität bestimmter Berufsfelder. Daher ist die Unterstützung der Kund_innen beim Erwerb von Medienkompetenz von zentraler Bedeutung, denn dadurch können die negativen Wirkpotenziale des Medienkonsums abgefedert und die positiven Effekte gefördert werden (Hipeli & Süss, 2013, S. 202ff).

Aus den nachfolgenden Praxisbeispielen lassen sich drei Arten ableiten, wie (Soziale) Medien in der Berufsberatung genutzt werden können, namentlich zur direkten und niederschwelligen Kommunikation, zum Aufmerksam-Machen bzw. zur Erreichung auch solcher Jugendlicher, die der Berufsberatung eventuell skeptisch gegenüberstehen oder noch keinen Zugang zu ihr finden konnten, und zur Informationsweitergabe, z.B. über Berufsinfobeiträge, die realistische Einblicke in die Berufswelt geben. Diese Hauptfunktionen werden auch von Götz und Haydn (2020, S. 99f) genannt. Aber auch ohne aktiv Soziale Medien zu bespielen, kann das Thema in der Beratung Anwendung finden. Inhalte Sozialer Medien (z.B. bestimmte Accounts, einzelne Beiträge), die von Jugendlichen konsumiert werden, können in der Beratung vor dem Hintergrund der Berufsfindung erfragt, analysiert und reflektiert werden.

### #JOBS4YOU AUF INSTAGRAM

Auf Instagram sind Informationen rund um Arbeit und Beruf etwa im Rahmen der *4youCard* des Jugendservice Oberösterreich verfügbar.[23] Hierbei handelt es sich um den Account der kostenlosen Jugendkarte des Landes Oberösterreich. Auf diesem werden unter *#Jobs4you* Einblicke in die Arbeitswelt gegeben (Seyringer, 2020): „Von der Arbeit in der Medientechnik über die Vorteile einer Lehre in der Backstube bis hin zur Ausbildung in der Kosmetik warten spannende Einblicke, Do it yourself-Anleitungen und Insiderwissen rund um das Thema Bildung und Beruf."

Die Inhalte sind außerdem im Storyhighlight *Jobs4you* gespeichert und abrufbar. Im IGTV des *4youCard*-Accounts finden sich des Weiteren Infovideos, die beispielsweise Tipps für ein erfolgreiches Bewerbungsgespräch („So klappt's mit dem Bewerbungsgespräch!"), Lehrstellen in verschiedenen Bereichen („Lehre bei LANGEDER Garten Leben Wohnen", „Willkommen in der BSBeauty Lounge in Grein" oder „Starte deine Lehre beim Land OÖ") und die Arbeitssuche während der Covid-19-Pandemie („Arbeitssuche in Zeiten von Corona") behandeln.

### BERUFE-ENTDECKER

Der 2021 gelaunchte *Berufe-Entdecker* ist eine deutsche Website, die jungen Menschen dabei hilft, herauszufinden, welches Berufsfeld ihren Interessen entsprechen könnte. Die Anwendung zeichnet sich durch eine intuitive Bedienung und die hauptsächliche Verwendung von Bildern aus.

In einem ersten Schritt wird gefragt, ob der_die Nutzer_in schon eine Idee hat, was er_sie werden möchte. Im Anschluss erscheinen Bilder von verschiedenen Berufen bzw. Arbeitsbereichen, wobei innerhalb von drei Sekunden anzugeben ist, ob einem der Arbeitsbereich gefällt oder nicht. Im dritten Schritt werden alle Berufsfelder, die mit „Gefällt mir" markiert wurden, angezeigt. Durch einen Klick auf die Bilder kann der ausgewählte Arbeitsbereich erkundet werden. Dabei werden sechs typische Tätigkeiten pro Berufsbild gezeigt, für die wiederum angegeben werden kann, ob diese den_die

[23] Link zum Instagram-Account der 4youCard des Jugendservice OÖ: www.instagram.com/4youcard/?hl=de (Profilname: 4youcard)

Nutzer_in ansprechen oder nicht. Anschließend werden die gewählten Berufe aufgelistet und mit weiteren Informationen versehen (Jobbeschreibung, tägliche Aufgaben, Bilder, Filme). Im letzten Schritt kann die Ergebnisliste der für die Jugendlichen interessanten Berufe ausgedruckt werden, sodass diese in weiterer Folge mit Eltern, Freund_innen, Berater_innen, BO-Lehrkräften und anderen unterstützenden Personen besprochen werden kann.

### BERUFSWEG-APP / BERUFSWAHLAPP

Applikationen wie die *Berufsweg-App* und die im Rahmen des 2018 gestarteten Projekts *Berufswahlpass 4.0* entstandene *berufswahlapp*, welche beide in Deutschland entwickelt wurden, basieren auf den Ideen des portfoliobasierten Unterrichts und des mediengestützten Lernens. Die Angebote richten sich neben Schüler_innen auch an Lehrkräfte und Unternehmen und ermöglichen unter anderem niederschwellige Kommunikation und Austausch zwischen Jugendlichen und potenziellen Arbeitgeber_innen.

In den Apps können der Berufsorientierungsprozess und die Bewerbungsbemühungen der Schüler_innen dauerhaft festgehalten werden. Auch können die Kompetenzen der Jugendlichen erfasst und die Fragen >Wer bin ich? Was kann ich? Was will ich werden?< reflektiert werden. Die Anwendungen dienen damit als umfassende Begleiterinnen während der verschiedenen Etappen der Berufsorientierung.

### INSTAGRAM-ACCOUNT DER JUGENDBERUFSAGENTUR KAISERSLAUTERN

*„Für die Arbeit mit jungen Menschen bieten sich in Zeiten der Digitalisierung und der Sozialen Medien neue Chancen der Zusammenarbeit.“* (Jobcenter Kaiserslautern, 2020)

Diesen Satz hat sich die Jugendberufsagentur Kaiserslautern zu Herzen genommen und einen eigenen Instagram-Account [24] in die Welt gesetzt. Durch diesen pflegen Berater_innen Kontakte zu den Heranwachsenden. Der Account dient nicht nur der Kommunikation, sondern auch der Informationsweitergabe. Die Jugendlichen bekommen zudem einen Einblick in die Arbeit der Jugendberufsagentur, wodurch eventuelle Vorbehalte gegenüber deren Veranstaltungen und Beratungen abgebaut werden können (Jobcenter Kaiserslautern, 2020). Auch darüberhinausgehende Förderinstrumente und Beratungseinrichtungen werden vorgestellt.

Nicht zuletzt werden ergänzende Themen, die über die Berufswelt hinausgehen, behandelt. So finden sich zum Beispiel Tipps zur Gesundheitsförderung oder zur Stärkung der Persönlichkeit (Jobcenter Kaiserslautern, 2020).

Erklärtes Ziel ist, den Account jugendfreundlich, fesselnd und interaktiv zu gestalten und einen stetigen Zugewinn an sogenanntem „Engagement“ [25] zu erreichen. Dazu werden Instagram-Stories (z.B. Fragerunden), Story-Highlights und Live-Schaltungen eingesetzt (Jobcenter Kaiserslautern, 2020).

### SERIOUS GAME *LIKE2BE*

Computerspiele und Online-Gaming spielen eine große Rolle in der Freizeitgestaltung vieler Jugendlicher. Es sind Kanäle, die die Heranwachsenden gut kennen und über die sie effektiv erreicht werden können. Diesen Umstand machen sich sogenannte Serious Games zunutze. Hierunter versteht

[24] Link zum Instagram-Account der Jugendberufsagentur Kaiserslautern: www.instagram.com/jba_kl/ (Profilname: jba_kla)
[25] Unter dem Begriff Engagement werden Kommentare, Likes und Shares zusammengefasst. Die „Engagement Rate“ gibt demnach Auskunft über das Verhältnis von Nutzer_innen zu Interaktionen

man Spiele, hinter denen eine pädagogische Absicht steckt, die also Lernen und Spaß kombinieren (Makarova & Keller, 2019, S.15).

Serious Games sind auch im Prozess der Berufswahl einsetzbar. So wurde das Lernspiel *like2be*[26] nach curricularen Vorgaben für das Schulfach Berufliche Orientierung in der Schweiz entwickelt. Es ist kostenlos online nutzbar und kann in deutscher, französischer und italienischer Sprache gespielt werden. *like2be* soll Heranwachsenden, die sich im Berufswahlprozess befinden, helfen, ein reflektiertes Verständnis der eigenen Berufswünsche zu entwickeln (Makarova & Keller, 2019, S. 14).

In *like2be* übernehmen die Jugendlichen die Rolle von Stellenvermittelnden: Sie bekommen das Portfolio von Stellensuchenden und müssen aus einem Pool möglicher Arbeitsplätze die am besten geeignete Stelle ausfindig machen. Hierdurch erweitern junge Menschen nicht nur ihre Kenntnisse betreffend Berufe und Ausbildungen, sondern erkennen auch, wie divers (berufs-)biografische Entwicklungen sein können.

Es liegen zwei Studien vor, die die Wirksamkeit von *like2be* überprüft haben. Während sich eine dieser Arbeiten auf die Sicht der Lehrenden konzentrierte, nahm die andere die Wirksamkeit aus Sicht der Lernenden in den Fokus (Makarova & Keller, 2019, S. 14f). Über vier Wochen spielte eine Gruppe Jugendlicher das Spiel, während eine Kontrollgruppe nur dem Unterricht in Beruflicher Bildung folgte. Es zeigte sich, dass Schüler_innen, die *like2be* gespielt haben, im Vergleich zur nicht-spielenden Gruppe ihre Kenntnisse über einzelne Berufe sowie ihr Interesse am Thema der Berufsorientierung signifikant ausbauen konnten. Lehrende bewerteten das Spiel zudem als geeignet für den Einsatz im Unterricht.

### WHATSAPP-CHATBOT

Ein wesentliches Potenzial von (Sozialen) Medien in der Berufsberatung liegt in der Ansprache der Jugendlichen auf Kanälen, die sie von sich aus häufig nutzen. Zu diesen gehören u.a. Messenger-Dienste wie WhatsApp (Feierabend et al., 2020, S. 37). Um modernen Kommunikationsformen gerecht zu werden, hat die Bundesagentur für Arbeit (BA) daher einen WhatsApp-Chatbot mit spielerischen Elementen entwickelt, der Jugendliche bei der Berufsorientierung unterstützt. Er hilft ihnen außerdem herauszufinden, welcher Berufstyp sie sind (Mehner, 2020).

Der *WhatsMeBot* ist gemeinsam von Jugendlichen, Berufsberater_innen und Psycholog_innen entwickelt worden und berät junge Nutzer_innen in einem automatisierten Dialog in Sprache und Bild. Die Jugendlichen beantworten im Chat acht Fragen zu ihren Charaktereigenschaften. In Echtzeit schlägt der Chatbot einen passenden Berufstyp und eine entsprechende Ausbildung vor. Im Chat erhalten die Nutzer_innen einen Link, der sie auf die Seite der BA weiterleitet. Dort finden sie weitere Informationen zu dem betreffenden Berufsbereich und den Vorschlag, einen Termin für eine persönliche Berufsberatung zu vereinbaren (Mehner, 2020).

Nach den ersten sechs Wochen zählte die Anwendung bereits über 180 000 User_innen. Um sich näher zu informieren, nahmen 64 000 Jugendliche Kontakt mit der Bundesagentur für Arbeit auf. Der *WhatsMeBot* war zudem vielfach in (konventionellen) Medien zu sehen. Auch bekannte YouTuber_innen und Influencer_innen machten auf den Dienst aufmerksam (Bundesagentur für Arbeit, 2017).

Wenn der Einsatz von Messenger-Diensten in der Beratung überlegt wird, gilt es, sich über deren Sicherheit, Verbreitung und Datenverarbeitung zu informieren und eine Anwendung zu wählen, die keine datenschutzbezogenen Lücken hat. Hierzu hat die AK mehrere Messenger-Dienste unter die

[26] Link zum Spiel: like2be.ch/

Lupe genommen und Alternativen zum gängigen, aber in den Augen vieler Nutzer_innen datenschutzrechtlich bedenklichen Anbieter WhatsApp gesammelt.[27]

### 7.2.3. DER EINFLUSSFAKTOR PEERS IN DER BERATUNG

Der Einfluss der Peers [28] zeigt sich besonders im Austausch von Informationen und in ihrer impulsgebenden und motivierenden Funktion, sich mit Themen der Berufsorientierung zu befassen. Die soziale und emotionale Unterstützung der Peers steht im Vordergrund (Degenhardt, 2020, S. 101).

Die animierende Funktion von Peers und deren Authentizität bei der Behandlung des Themas Berufsorientierung kann auch in der Beratung genutzt werden. Der Peeransatz etwa versteht Peers als beratende Personen, die den zu beratenden Personen in bestimmten Eigenschaften ähnlich sind. Durch diese Nähe zur Zielgruppe vermitteln Peers nicht nur Informationen, sondern können auch eine Vorbildrolle einnehmen. Das Konzept positiver Peerkultur macht sich diese Umstände zunutze und will durch den Einsatz von Peer Education ein nachhaltiges, positives Miteinander und gegenseitige Wertschätzung etablieren (Probst, 2010, S. 3).

Die Freund_innengruppe der Jugendlichen kann aber nicht nur direkt, sondern auch indirekt in der Beratung genutzt werden. Denn „Rückmeldungen von Gleichaltrigen, insbesondere von Freund[_innen], [können] Jugendliche zu beruflichen Optionen führen, die sehr gut zu deren Persönlichkeit passen“ (Neuenschwander et al., 2012, S. 185). Dieses Potenzial kann wahrgenommen werden, indem die Jugendlichen etwa dazu befragt werden, welche Stärken und Fähigkeiten ihre Freund_innen in ihnen sehen, um diese Rückmeldungen anschließend vor dem Hintergrund beruflicher Möglichkeiten zu analysieren. Wissen die Jugendlichen nicht, wie ihre Freund_innen sie einschätzen, bietet sich an, das Einholen entsprechender Feedbacks anzuregen. In beiden Fällen können folgende Themen hilfreich sein:

- Adjektive (Eigenschaften), mit welchen Freund_innen die Jugendlichen beschreiben
- Stärken, die Freund_innen den Jugendlichen zuschreiben
- Berufe/Ausbildungen, die sich Freund_innen für die Jugendlichen vorstellen können[29]

#### BERUFSORIENTIERUNGSPEERS (JUNGE IMPULSE IN DER BERUFSORIENTIERUNG)

Im Projekt *Junge Impulse in der Berufsorientierung* der deutschen Kinder- und Jugendstiftung arbeiten Jugendliche und junge Erwachsene ehrenamtlich als sogenannte Berufsorientierungspeers. Die Berufsorientierungspeers besuchen in kleinen Gruppen unterschiedliche Ausbildungsstätten und kommen dort in Kontakt mit den etwa gleichaltrigen Schüler_innen, an deren (Informations-)Bedürfnissen das konkrete Vorgehen der Peers ausgerichtet wird (Probst, 2010, S. 5f).

Das Projekt *Junge Impulse in der Berufsorientierung* ist Teil des Programms *Wege finden – gestärkt erwachsen werden*.[30] Eine umfassende Evaluation dessen unterstrich die Bedeutung der Maßnahme: Sowohl für die Schüler_innen als auch für die Berufsorientierungspeers ist das Projekt von Nutzen (Probst, 2010, S. 7ff). Die Bedeutung für erstere kann wie folgt zusammengefasst werden:

[27] Siehe hierzu auch: www.arbeiterkammer.at/messenger [12.12.2022].
[28] Unter „Peers“ werden in diesem Zusammenhang sowohl Gleichaltrige und Freund_innen als auch Peers im Sinne der Peerberatung verstanden.
[29] Die Stichpunkte orientieren sich am Arbeitsblatt *Wer bin ich? Fremdeinschätzung* der Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf, auch zu finden unter www.beratungsdienste.ch/files/Dokumente/Berufswahl/ [12.12.2022].
[30] Nähere Informationen zum Projekt, welches 2015 ausgelaufen ist, finden sich unter www.dkjs.de/themen/alle-programme/wege-finden-gestaerkt-erwachsen-werden/ [12.12.2022].

„Schülerinnen und Schülern werden Identifikationsfiguren an die Seite gestellt, die durch ähnliche soziohistorische Hintergründe und zumindest zum Teil ähnliche Biografien einen besonderen Zugang zum Thema Berufsorientierung bieten“ (Probst, 2010, S. 11).

### GIRLSATEC

Das deutsche Projekt *girlsatec – Junge Frauen erobern technische Berufe* bietet berufliche Orientierung im gewerblich-technischen Bereich. Junge Auszubildende in entsprechenden Berufsfeldern werden als Ansprechpartnerinnen und Botschafterinnen geschult und vermitteln damit auf authentische Art Informationen rund um ihren Ausbildungsberuf. Die jungen Frauen sind bei Tagen der offenen Tür oder Berufs-Info-Messen anwesend und machen Schulbesuche, um von ihren Erfahrungen zu berichten.

### PEER-JUGENDCOACHES

Im Fokus des *Jugendcoaching-Projekts* in Flandern steht das Verhindern von Schulabbrüchen. Die jungen Coaches haben selbst Schulabbrucherfahrung und damit denselben Hintergrund wie die Heranwachsenden, die sie beraten. Zielgruppe sind Schüler_innen zwischen 11 und 18 Jahren in der Sekundarstufe, die das Risiko aufweisen, die Schule früh zu verlassen, oder die von sonstiger Benachteiligung betroffen sind. Das Projekt kommt nicht nur den gecoachten Schüler_innen, sondern auch den jungen Coaches zugute, denn es kann sie empowern und in ihrer eigenen Berufskarriere voranbringen (Tassinari, 2013).

### PEER-WORKSHOPS

Im Rahmen der *Wiener Wochen für Beruf und Weiterbildung 2020* wurde ein partizipativer Workshop von Jugendlichen für Jugendliche umgesetzt, denn „wer könnte bessere Informationen weitergeben, als ein_e gerade in Ausbildung, Weiterbildung oder in der Lehre befindliche_r Jugendliche_r?“ (Jugendarbeit.wien, 2020). Der Workshop, der auch online zugänglich gemacht wurde, intendierte die Weitergabe von Informationen und Tipps, zielte aber auch auf das Üben von Bewerbungssituationen und das Gestalten von Bewerbungsunterlagen ab.

„Die Jugendlichen als Peer-Gruppen zusammenzubringen war das Ziel des Workshops, denn mit Gleichaltrigen oder Gleichgesinnten ist der Austauschprozess auf Augenhöhe ein wichtiger Erfahrungsraum. Es war schön mitanzusehen, wie unsere Kids in ihrer Hilfsbereitschaft aufblühten und als Motivator_innen mitwirkten. Besonders die Jüngeren waren erleichtert, Hilfe von den Älteren zu bekommen, denn gerade für 14-Jährige ist die Übergangsphase in die nächste Stufe sehr schwer“, resümieren die Initiator_innen (Jugendarbeit.wien, 2020).[31]

Dieses Potenzial der Peers kann auch durch Berufsinformationszentren genutzt werden. An Peertagen im BIZ könnten Jugendliche und junge Erwachsene (z.B. ehemalige Beratungskund_innen) von ihrem eigenen Berufswahlprozess berichten sowie Ansprechpersonen und nützliche Adressen weitergeben, die ihnen selbst behilflich waren. Da sich der Austausch Jugendlicher mit ihren Peers vor allem durch Authentizität und das Fehlen von Hierarchien auszeichnet (z.B. Beinke, 2006, S. 264), wird im Rahmen eines solchen Zusammenkommens ein aufrichtiger Austausch auf Augenhöhe ermöglicht.

[31] Auch der waff machte auf die Veranstaltung aufmerksam: www.waff.at/e/thema-beruf-jugendliche-beraten-jugendliche/ [12.12.2022].

### *RENT-A-STIFT*

Ebenso wie im Projekt *Junge Impulse in der Berufsorientierung* besuchen im Rahmen des Schweizer Projekts *rent-a-stift* Jugendliche und junge Erwachsene Schüler_innen, um von ihren Erfahrungen mit Berufsorientierung und der Berufswelt zu erzählen: Auszubildende verschiedenster Lehrberufe berichten Schüler_innen im achten Schuljahr von ihrer Berufswahl, der Lehrstellensuche und ihrem Alltag im Lehrbetrieb und in der Berufsschule. Die Einsätze finden konsequent ohne Beteiligung Erwachsener statt, was auch von den Kund_innen geschätzt wird (Grimm & Stein, 2016, S. 22): „Das Prinzip von *rent-a-stift* hat sich im Laufe der Jahre bewährt: Der Kontakt mit praktisch Gleichaltrigen, die Authentizität der jungen Referentinnen und Referenten und deren adressatengerechte Sprache kommen gut an."

Die Auszubildenden werden von ihren Lehrbetrieben freigestellt, um die Schulen zu besuchen. Sie werden zunächst in einer ganztägigen Schulung auf ihre Einsätze vorbereitet und üben sich in Präsentationstechniken. Auch in den Schulen wird der Besuch der Peers vorbereitet, die schließlich in Zweierteams in die Klassen gehen. Die Lehrenden ziehen sich zurück und die jungen Referent_innen berichten mit Hilfe von Plakaten, Flipcharts und Anschauungsmaterial aus ihrem Lehralltag von ihren Erfahrungen (Grimm & Stein, 2016, S. 22).

Das Thema Berufswahl wird hierdurch konkret und begreifbar und Berührungsängste können abgebaut werden. Besonders gelobt wird die Veranschaulichung von Lehrberufen durch das Mitbringen von Anschauungsmaterial und Gegenständen aus dem Arbeitsalltag. Auch die Auszubildenden bewerten ihren Einsatz als persönlichen Erfolg. Durch die Beschäftigung mit ihrer Ausbildung kommt es zu einer Reflexion und Selbstvergewisserung über die eigene Berufswahl und zu einer Stärkung der beruflichen Identität. Nicht zuletzt kommt das Projekt auch bei den Lehrkräften gut an: Aus Sicht der beteiligten Schulen sollte es einen festen Platz in der Berufsorientierung haben. Die Authentizität, die durch die Peer-Beratung entsteht, wäre laut Aussagen der Lehrkräfte durch die Schule selbst unerreichbar (Grimm & Stein, 2016, S. 23).

### SINDBAD-MENTORING

Im Mentoring-Programm *Sindbad* werden Schüler_innen der 9. Schulstufe einer NMS, PTS oder Fachmittelschule für ein Jahr mit Studierenden und jungen Berufstätigen zusammengebracht, welche ihnen als Mentor_innen zur Seite stehen. Jede_r Schüler_in bekommt eine_n persönliche_n Mentor_in, um sich gemeinsam Gedanken über die Zukunft zu machen und konkrete Schritte in Richtung einer künftigen Ausbildung zu setzen. *Sindbad* gibt es seit 2021 an Standorten in sieben österreichischen Bundesländern.

Auch das deutsche Projekt *Freunde schaffen Erfolg* folgt der Mentoring-Idee. Hier begleiten Peers als Mentor_innen bis zu drei Schüler_innen auf ihrem Weg von der Schule in den Beruf. Sie helfen bei der Suche nach Praktika und Ausbildungsplätzen, motivieren zu einem erfolgreichen Schulabschluss und sollen allgemein soziale Kompetenzen der Schüler_innen fördern. Zusätzlich können die Peers auch die Rolle von Vorbildern und Freund_innen einnehmen (Huber & Krombacher, 2014, S. 125f). Um Ausbildungsabbrüche zu verhindern, begleiten die Peers ihre Mentees zudem über die Schulzeit hinaus.

Die Idee für *Freunde schaffen Erfolg* entstand aus einer Erkenntnis der *Mobilen Jugendarbeit Stuttgart*: Mangelnde Unterstützung im privaten Umfeld und Motivations- bzw. Hoffnungslosigkeit sind demnach viel häufiger Grund für nicht gelungene Übergänge von Schule in Berufsausbildung als ein Mangel an freien Ausbildungsstellen.

### TIME4FRIENDS

Im Projekt *Time4Friends* werden Jugendliche als Peers beratend aktiv. Der Kontakt findet über WhatsApp statt. Im Fokus stehen nicht explizit Themen der Berufswahl, sondern Anliegen aller Art, die den Heranwachsenden auf dem Herzen liegen. Das Team besteht aus Jugendlichen aus ganz Österreich.[32]

### YOUTH-TO-YOUTH-INTEGRATION

*Youth-to-Youth-Integration* war ein schwedisches Programm (2012-2014), das sich an junge Menschen richtete, die von komplexen Problemlagen betroffen waren. Zielgruppe waren konkret marginalisierte junge Menschen zwischen 16 und 24 in fünf schwedischen Städten; ein Fokus lag auf NEETs. Das Projekt zeichnete sich durch einen holistischen Ansatz und durch eine Vernetzung der Zielgruppe mit Gemeinden, der Arbeitsvermittlung und weiteren Unterstützungsinstitutionen aus. Eine Besonderheit waren die „young marketers". Es handelte sich dabei um ebenso junge Menschen, die den Kontakt zur marginalisierten Zielgruppe herstellten. Die young marketers bewarben das Projekt etwa auf Festivals oder Konzerten und folgten hierdurch dem Ansatz der aufsuchenden (Peer-)Jugendarbeit.

## 7.2.4. DER EINFLUSSFAKTOR SCHULE UND PRAKTIKA IN DER BERATUNG

Dass insbesondere praktische Erfahrungen einen hohen Stellenwert im Berufsfindungsprozess Jugendlicher einnehmen und eine wirklichkeitsnahe Entscheidungsgrundlage bieten, sollte sich auch in der Bildungs- und Berufsberatung niederschlagen. Realerfahrungen müssen nicht zwingend an Betriebe gebunden sein, sondern können ebenso direkt an den Schulen ermöglicht werden, wofür auch Ferienzeiten genutzt werden könnten. Realerfahrungen in der Schule können auch Schüler_innen helfen, die Schwierigkeiten haben, Praktikums-/Schnuppermöglichkeiten zu bekommen, bzw. die sich erst langsam an die Arbeitswelt herantasten wollen (z.B. Schüler_innen mit psychischen Belastungen oder mit Behinderungen).

Eine intensive Reflexion und Nachbereitung ist in diesem Zusammenhang besonders wichtig (Bergzog, 2011, S. 1; Fischer & Reimann, 2018, S. 224). In einer Befragung von Bergzog (2011, S.4) zeigte sich jedoch, dass der Nachbereitung von Praktika an Schulen häufig wenig Beachtung geschenkt wird: „Die Jugendlichen kommen zurück in die Schule, berichten ein wenig über das Erlebte und stellen eine für die Notengebung relevante Praktikumsmappe fertig." Aufgrund von Zeitmangel wenden sich Lehrkräfte oft schnell wieder einem anderen Thema zu. Das heißt, dass für eine individuelle Besprechung der Praxiserfahrung und deren Analyse keine Zeit bleibt. „Defizite in der Nachbereitung bedeuten die Gefahr, dass die Erfahrungen aus dem Praktikum nicht nachhaltig sind und im Sande verlaufen. Nicht selten steht auch heute noch das Praktikum als mehr oder weniger isolierte Maßnahme da", erklärt Bergzog (2011, S.4).

Die individuelle Reflexion von Praktika kann in der Berufsberatung nachgeholt oder vertieft werden. Aufgrund des Einflusses von Praktika auf die Berufsentscheidung erscheint es essenziell, diese Erfahrungen zu besprechen und weitere Schritte abzuleiten. Fragen, die sich hierfür anbieten, sind etwa bei Ostendorf et al. (2018, S. 96) zu finden:

- Was hat mich am meisten gefesselt?
- Was hat mich überrascht? Was war unerwartet?

[32] Nähere Informationen finden sich auch unter www.raiffeisen.at/club/de/vorteile/time4friends.html und unter www.get-social.at/time4friends [12.12.2022].

- Was war mein positivstes Erlebnis im Praktikum? Was war mein negativstes Erlebnis im Praktikum?

Praktika und erste praktische Erfahrungen in der Berufswelt können hierbei z.B. als Realitätscheck gesehen werden: Die Vorstellungen der Heranwachsenden treffen auf den realen Arbeitsalltag. Sowohl positive als auch negative Erfahrungen sind dabei wertvolle Anhaltspunkte im Bildungs- und Berufswahlprozess.

### INSPIRING THE FUTURE

Im Zuge des britischen Projektes *Inspiring The Future* werden Schulen mit der Arbeitswelt „gematcht", indem junge Menschen die Möglichkeit bekommen, bereits berufstätige Personen aus unterschiedlichsten Branchen zu treffen. Die berufstätigen Volunteers können von den Lehrkräften je nach Interesse der Klasse ausgewählt werden und berichten in den Schulen von ihrem Beruf und Ausbildungsweg. Mit Stand Mai 2021 waren 13 236 Lehrende und 55 282 Volunteers registriert.

*Inspiring The Future* wurde als *Primary Futures* und als *Inspiring Women* aufgezogen. Während sich *Primary Futures* an Schüler_innen in Volksschulen richtet, adressiert *Inspiring Women* junge Frauen, um zu deren Empowerment durch weibliche Role-Models beizutragen (European Training Foundation, 2020, S. 14f).

# 8. LITERATURVERZEICHNIS


Beierle, S. (2013). *Die Rolle von Peers, Neuen Medien und Online-Communitys bei der Berufsorientierung. Expertise Mai 2013*. Deutsches Jugendinstitut.

Beinke, L. (2006). Der Einfluss von Peer Groups auf das Berufswahlverhalten von Jugendlichen. Ergebnisse einer Studie aus dem Jahre 2004 einschl. Alleinerziehender und Lehrer. In N. Bley & M Rullmann (Hrsg.), *Übergang Schule und Beruf. Aus der Praxis für die Praxis – Region Emscher-Lippe. Wissenswertes für Lehrkräfte und Eltern* (S. 249-265). Recklinghausen.

Beinke, L. (2011). Ausbildungsabbruch und eine verfehlte Berufswahl. *bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik, Spezial 5*.

Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf. (o. J.). *Arbeitsblatt. Wer bin ich? Fremdeinschätzung*. www.beratungsdienste.ch/files/Dokumente/Berufswahl/Homeschooling/Wer_bin_ich_Jugendliche_Fremdeinschaetzung.pdf (Abgerufen am 24.02.2021).

Bergzog, T. (2011). Das Betriebspraktikum als Instrument schulischer Berufsorientierung. *bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik, Spezial 5.*

Bomeier, S. (2009). *In den Fußstapfen der Eltern*. www.zeit.de/karriere/2009-09/eltern-einfluss-berufswahl (Abgerufen am 22.02.2021).

Boockmann, B., Brändle, T., Klee, G., Kleinemeier, R., Puhe, H. & Scheu, T. (2017). *Das Aktivierungspotenzial von Eltern im Prozess der Berufsorientierung – Möglichkeiten und Grenzen.* Studie für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Auftrag des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB).

Breut, S., Pichler, M. & Szalai, E. (2020). *Eltern und Bildungs- und Berufswahl. Endbericht zum Forschungsprojekt.* Pädagogische Hochschule Niederösterreich im Auftrag der AK NÖ und VWG NÖ.

Bundesagentur für Arbeit (2017). 170224 ba whatsmebot case client version 93 5 sec 1800dh. www.youtube.com/watch?v=svf0xsRc40A&feature=emb_logo (Abgerufen am 22.02.2021).

Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft (2014). *Eltern erwünscht!? Wie Zusammenarbeit in der Berufs- und Studienorientierung gelingen kann. Leitfaden Elternarbeit*. München.

Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft (2020). *Eltern ins Boot holen. Checklisten & Praxisbeispiele für eine gelungene Elternarbeit in der Beruflichen Orientierung*.

Calmbach, M. & Schleer, C. (2020). *Berufsorientierung und „Future Readiness" Jugendlicher. Eine repräsentative SINUS-Studie zur Sicht der Eltern.* Wiesbaden: Springer VS.

Degenhardt, A. (2020). Wie wirken sich die Faktoren praktische Erfahrung, Elternhaus, Peer-Group, Schule und Medien auf die Berufsfindung junger Menschen aus? *RoSE - Research on Steiner Education, 11*(1), 96-107.

Dostal, W. & Troll, L. (2004). Die Berufswelt im Fernsehen. Folgen für das Berufsverständnis und den Berufswahlprozess? *Zeitschrift für berufskundliche Information und Dokumentation, ibv, 24*, 57-70.

Dölling, H. (2018). *Informationskompetenz an deutschen Hochschulen. Eine Analyse des Konzepts Informationskompetenz aus Sicht von Hochschullehrenden*. München: LMU München.

Eichenberg, C. (2021). Onlinepsychotherapie in Zeiten der Coronapandemie. *Psychotherapeut*, 66(3), 195-202.

Esch, M. (2011). MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten – Einführung und ausgewählte Ergebnisse einer Programmanalyse. In Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hrsg.), *MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten* (S. 6-15). Bonn & Berlin: W. Bertelsmann.

Esch, M. & Grosche, J. (2011). Fiktionale Fernsehprogramme im Berufsfindungsprozess – Ausgewählte Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Jugendlichen. In Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hrsg.), *MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten* (S. 16-31). Bonn & Berlin: W. Bertelsmann.

European Training Foundation (2020). International Trends and Innovation in Career Guidance. Volume II. Country case studies. www.etf.europa.eu/sites/default/files/2020-11/innovation_in_career_guidance_vol._2_0.pdf?utm_source=activetrail&utm_medium=email&utm_campaign=jmc@iccdpp.org (Abgerufen am 11.12.2022).

Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H. & Glöckle, S. (2020). *JIM-Studie 2020 - Jugend, Information, Medien; Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs).

Fischer, M. & Reimann, D. (2018). Didaktik der Berufsorientierung und Berufsvorbereitung. In T. Tramm, M. Casper & T. Schlömer (Hrsg.), *Didaktik der beruflichen Bildung – Selbstverständnis, Zukunftsperspektiven und Innovationsschwerpunkte* (S. 217-236). Bielefeld: W. Bertelsmann.

Franken, F. (2019). „Ich wäre gerne Forensikerin!“ – Der CSI-Effekt. gender2technik.de/ich-waere-gerne-forensikerin-der-csi-effekt/ (Abgerufen am 11.12.2022).

Gehrau, V. (2014). Kultivierung von Berufsvorstellungen durch Fernsehen bei Jugendlichen. *Medien und Kommunikationswissenschaft, 62*, 417-438.

Görgen, A., Diart, M., Fandrich, N., Münch, E., Baer, C. & Oberth, C. (2013). *Elternarbeit am Übergang Schule-Beruf*. Servicestelle Bildungsketten beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Bonn.

Götz, R. & Haydn, F. (2020). Social Media in der Bildungsberatung. Facebook und das Potenzial von Peer-Interventionen. In K. Benke (Hrsg.), *Digitale Beratung. online beraten* (S. 93-114). Norderstedt: BoD – Books on Demand.

Grimm, R. & Stein, W. (2016). Berufsorientierung auf Augenhöhe. Peer-Beratung im Schweizer Projekt rent-a-stift. *BWP Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 5*, 22-23.

Hajok, D. (2020). Alles anders? Wie sich Jungend in der digitalen Welt gewandelt hat. *Deutsche Jugend*, *68*(1), 11-18.

Heinrichs, K., Reinke, H. & Gruber, M. (2020). Betriebspraktika als Maßnahme der Berufsorientierung oder berufsfachlichen Kompetenzentwicklung? Eine Lehrplananalyse zu Zielen und Typen von Praktika im österreichischen Schulsystem. *bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik online, Spezial PH-AT1*, 1-20.

Hipeli, E. & Süss, D. (2013). Werther, Soap Stars und Ego-Shooter-Helden: Das Einflusspotenzial medialer Vorbilder. In W. Schweiger & A. Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 191-205). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Huber, M. & Krombacher, A. (2014). „Freunde schaffen Erfolg“ – Ein Mentorenprojekt zur beruflichen Integration junger Menschen mithilfe von Peers. In C. Kunter & A. Puhlmann (Hrsg.): Die praktische

Seite der Berufsorientierung. Modelle und Aspekte der Organisation von Praxiserfahrung im Rahmen der Berufsorientierung, 123-131.

Jahncke, H., Bering, F., Rebmann, K., Logemann S. & Albers, K. (2020). Die Rolle der Social-Media-Anwendung Instagram bei der Berufswahlentscheidung von Jugendlichen. *Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik, 116*(1), 57-90.

Jobcenter Kaiserslautern (2020). *Jugendberufsagentur Kaiserslautern mit eigenem Instagram-Account. Jetzt durchstarten in Schule, Studium und Beruf*. www.wochenblatt-reporter.de/kaiserslautern/c-ratgeber/jetzt-durchstarten-in-schule-studium-und-beruf_a211450 (Abgerufen am 16.02.2021).

Jugendarbeit.wien (2020). "Jugendliche beraten Jugendliche" – kann das wirklich funktionieren? www.jugendarbeit.wien/jugendliche-beraten-jugendliche-kann-das-wirklich-funktionieren/ (Abgerufen am 16.02.2020).

Keuneke, S., Graß, H. & Ritz-Timme, S. (2010). „CSI-Effekt" in der deutschen Rechtsmedizin. *Rechtsmedizin, 20*, 400-406.

Knauf, H. (2009). Schule und ihre Angebote zu Berufsorientierung und Lebensplanung - die Perspektive der Lehrer und der Schüler. In M. Oechsle, H. Knauf, C. Maschetzke & E. Rosowski (Hrsg.), *Abitur und was dann? Berufsorientierung und Lebensplanung junger Frauen und Männer und der Einfluss von Schule und Eltern* (S. 229-282). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Krahe, M., Langhorst, F., Riedel, K. & Köhne, B. (2011). Orientierung fürs Berufsleben. *Wege finden, Thema No. 2.*

Kreutzer, R. T. & Hinz, J. (2010). *Möglichkeiten und Grenzen des Social Media Marketing*. Berlin: IMB.

Kühne, S. & Hintenberger, G. (2020). Online-Beratung und-therapie in Zeiten der Krise. Ein Überblick. *e-beratungsjournal, 16*(1), 33-44.

Kunz, N. (2017). *Einflussfaktoren bei der Berufswahl von Jugendlichen.* Vortrag im Rahmen des 17. aprentas-Forum: Rein ins Arbeitsleben. Erwartungen Einflüsse und Unterstützung beim Berufseinstieg vom 30.11.2017.

Lembke, R. (2020). *Berufliche Orientierung in der Schule. Bedeutung und Anspruch für die Professionalisierung von Lehrpersonen in gymnasialen Schulformen.* Wiesbaden: Springer VS.

Lent, R. W., Brown, S. D. & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior, 45,* 79–122.

like2be – Welcher Job passt zu wem? like2be.ch/ (Abgerufen am 16.02.2021).

Makarova, E. & Keller, C. (2019). Berufswahl von Schülerinnen und Schülern mit Serious Games fördern. Das Spiel like2be und seine Wirksamkeit. *berufsbildung*, *180*, 14-16.

Mehner, M. (2020). *Wie die Bundesagentur für Arbeit per WhatsApp Bot Jugendlichen hilft, einen Ausbildungsplatz zu finden*. www.messengerpeople.com/de/bundesagentur-fuer-arbeit-berufsberatung-whatsapp-chatbot/ (Abgerufen am 15.02.2021).

Mulle, Maya. (2015). *Eltern begleiten die Berufswahl. Leitfaden zur Stärkung der Eltern in ihrer Rolle im Berufswahlprozess durch den Einbezug von Multiplikatoren und Multiplikatorinnen*. Zürich: Elternbildung CH.

Neuenschwander, M. P. (2020). Elternarbeit in der Berufsorientierungsphase. In T. Brüggemann & S. Rahn. *Berufsorientierung*. *Ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 291-302), Münster: Waxmann.

Neuenschwander, M. P., Gerber, M., Frank, N. & Rottermann, B. (2012). *Schule und Beruf. Wege in die Erwerbstätigkeit.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Neuenschwander, M. P. & Goltz, S. (2008). Familiäre Bedingungen von Schülerleistungen: Ein typologischer Ansatz. *Psychologie in Erziehung und Unterricht, 55,* 265-275.

Oberwimmer, K., Vogtenhuber, S., Lassnigg, L. & Schreiner, C. (2018). *Nationaler Bildungsbericht Österreich. Das Schulsystem im Spiegel von Daten und Indikatoren.* BMWF, BIFIE.

Ostendorf, A., Dimai, B., Ehrlich, C. & Hautz, H. (2018). *Den Lernraum Betriebspraktikum gemeinsam öffnen. Anspruch und Werkzeuge einer konnektivitätsorientierten Praktikumsdidaktik*. Innsbruck: Universität Innsbruck.

Pädagogische Hochschule Niederösterreich (2020). *Was Eltern für die Berufswahl ihrer Kinder wollen und brauchen.* www.ph-noe.ac.at/no_cache/de/news/news-detail/artikel/was-eltern-fuer-die-berufsauswahl-ih.html (Abgerufen am 22.02.2021).

Pelka, B. (2010). Welche Berufsorientierung suchen Jugendliche? Skizze eines Phasenplans zur nachfrageorientierten Gestaltung von Berufsorientierung. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 6*, 43-46.

Petersen, W., Fischer, M., Bröker, A., Barkholz, S., Schulz, R. & Görg, N. (2015). Berufsorientierung in der Realschule. Empirische Untersuchung zur Perspektive von Lernenden und Lehrenden in Baden-Württemberg. In H. Solga, & R. Weiß (Hrsg.), *Wirkung von Fördermaßnahmen im Übergangssystem - Forschungsstand, Kritik, Desiderata* (S. 25-42). Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.

Prager, J. U. & Wieland, C. (2005). *Jugend und Beruf. Repräsentativumfrage zur Selbstwahrnehmung der Jugend in Deutschland*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Probst, J. (2010). *Positive Peer Kultur in der Berufsorientierung*. Frankfurt am Main: Deutsches Institut für internationale pädagogische Forschung.

Prometheus (2014). 100+ Enlightenment Best Practices E-book. www.schooleducationgateway.eu/files/esl/uploads/b01eec3.pdf (Abgerufen am 05.12.2022).

Richter, M. (2014). *Berufsorientierung von HauptschülerInnen. Zur Bedeutung von Eltern, Peers und ethnischer Herkunft.* Wiesbaden: Springer VS.

Roth, T. (2014). *Die Rolle sozialer Netzwerke für den Erfolg von Einheimischen und Migranten im deutschen (Aus-)Bildungssystem*. Aachen: Shaker.

Rübner M. & Höft, S. (2017). Erwartungen, Interventionen, Wirkungen. Junge Menschen bei der Berufsberatung. Eine Prä-Post-Studie zum Beratungsangebot der Bundesagentur für Arbeit. *Zeitschrift für Sozialreform, 63*(1), 103-135.

Sailer, M. (2016). *Die Wirkung von Gamification auf Motivation und Leistung: Empirische Studien im Kontext manueller Arbeitsprozesse.* Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Schopf, C., Aflenzer, B. & Glas, M. (2019). Das neue Pflichtpraktikum an Handelsakademien – Was berichten Schüler/innen über Umsetzung und Kompetenzerwerb? *Zeitschrift für Bildungsforschung, 9,* 395-410.

Seyringer, K. (2020). *Berufsorientierung: Jugendservice bietet passende Online-Beratung*. www.tips.at/nachrichten/linz/wirtschaft-politik/520047-berufsorientierung-jugendservice-bietet-passende-online-beratung (Abgerufen am 16.02.2021).

Statistik Austria (2021). Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren 2019 nach Altersgruppen, Politischem Bezirk und Geschlecht. www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bildung/bildungsstand_der_bevoelkerung/index.html (Abgerufen am 23.03.2022).

Statistik Austria (2022). Bevölkerung mit Migrationshintergrund seit 2008. www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_migrationshintergrund/index.html (Abgerufen am 23.03.2022).

Steiner, K., Voglhofer, M. & Liebeswar, C. (2016). *Praxishandbuch: Eltern und Berufsberatung – Unterstützung bei der Berufsorientierung von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen*. Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. ABI und analyse beratung und interdisziplinäre Forschung (Hrsg.). Wien, AMS Österreich.

Stieler, M. (2022). Zugänge, Einflussfaktoren und Effekte der psychosozialen Onlineberatung von Jugendlichen-eine empirische Erhebung unter User_ innen der Plattform Jugendnotmail. *Zeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation*, 2022/1/1, 1-17.

Struwe, U. (2010). Berufsorientierung im Spannungsfeld von Information und Beratung: Eine interaktions- und kommunikationstheoretische Perspektive auf die Berufsorientierung technisch interessierter Jugendlicher. Leverkusen-Opladen: Budrich UniPress Ltd.

Super, D. E. (1994). Der Lebenszeit-, Lebensraumansatz der Laufbahnentwicklung. In D. Brown & L. Brooks (Hrsg.), *Karriere-Entwicklung* (S. 211-280). Stuttgart: Klett-Cotta.

Taschwer, M., Steiner, K. & Flotzinger, M. (2019). *Bedarfe und Trends in der Bildungs- und Berufsberatung für Jugendliche und junge Erwachsene. Zielgruppen- und Bedarfsanalyse mit Fokus auf außerschulische Jugendliche (NEETs).* Wien: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation.

Tassinari, G. (2013). Youthcoaching in Antwerp 2013. www.schooleducationgateway.eu/files/esl/downloads/81_Youth_coaches_PPT.pdf (Abgerufen am 01.12.2022).

Voglhofer, M. & Nemeth, M. (2016). Was spielst du? – Die Bedeutung von PC-Games für den Prozess der Bildungs- und Berufsberatung, AMS info, N. 248, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien.

Weiss, M., Hildebrand, A., Braun-Scharm, H., Weckwerth, K., Held, D., & Stemmler, M. (2020). Werden suizidgefährdete junge Menschen durch Online-Beratung erreicht?. *Zeitschrift für Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie.*

Weisser, M., Zelfel, A. & Fischer, M. (2019). Praktika besser nutzen: Wie Lernende im Übergangssystem betriebliche Lernaufgaben zur Berufsorientierung bearbeiten können. In F. Bünning, M. Frenz, K. Jenewein & L. Windelband (Hrsg.), *Übergänge aus der Perspektive der Berufsbildung: Akademisierung und Durchlässigkeit als Herausforderung für gewerblich-technische Wissenschaften* (S. 53-69). Bielefeld: wbv Publikationen.

Weyer, C., Gehrau, V. & Brüggemann, T. (2016). Der Einfluss von Medien auf die Entwicklung von Berufswünschen im Prozess der Berufsorientierung. *Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik, 112*(1), 108-126.

Zimmermann, T. (2018). Die Bedeutung signifikanter Anderer für eine Erklärung sozial differenzierter Bildungsaspirationen. *Zeitschrift Erziehungswissenschaften, 21*, 339-360.