

Bildungs- und Berufsberatung für den tertiären Aus- und Weiterbildungssektor und Arbeitsmarkt

Zielgruppen und Bedarfe der hochschulischen Bildungs- und Berufsberatung mit besonderem Fokus auf die Weiterentwicklung des Informationsangebotes des AMS – Ergebnisse einer aktuellen Studie im Auftrag des AMS Österreich

1 Hintergrund der Studie und Vorgehen

Der tertiäre Aus- und Weiterbildungssektor bzw. der Arbeitsmarkt für HochschulabsolventInnen lassen sich u.a. durch eine zunehmende Flexibilisierung, Diversifizierung und Ausdifferenzierung charakterisieren. Lineare Karriere- und Anstellungsverläufe sind in der Arbeitswelt, die an ein Hochschulstudium anschließt, kaum noch die Regel. Es kommt häufiger zu Umorientierungen, Weiterbildungen und Wechseln zwischen verschiedenen Arbeitgebern und Branchen. Gleichzeitig steigt die Zahl der MaturantInnen, Studieninteressierten und Studierenden stetig, was zu einer erhöhten Nachfrage nach einem umfassenden Angebot in der Bildungs- und Berufsberatung für den tertiären Aus- und Weiterbildungssektor führt. Den beratenden Institutionen stellt sich somit die Herausforderung, in einer sich stetig verändernden Situation adäquate Hilfsmittel und Formate zu entwickeln, um eine erfolgreiche Vorbereitung und Vermittlung, Beratung und Aufklärung von SchülerInnen, Studierenden und AbsolventInnen zu ermöglichen. Die Beratungs- und Informationseinrichtungen stellen damit die direkte Verbindung und Vermittlung zwischen dem sich schnell verändernden Aus- und Weiterbildungssektor und dem Arbeitsmarkt dar.

Für Beratungsinstitutionen erschwert sich die Aufgabe zusätzlich durch die verschiedenen Beratungsbedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen. Unterschiede bestehen zwischen studieninteressierten SchülerInnen und Erwachsenen, StudienanfängerInnen, Studierenden und JungabsolventInnen sowie AkademikerInnen mit Weiterbildungswünschen. Eine massive Herausforderung bilden zudem all jene, die aufgrund von Migration oder Flucht neu in den österreichischen Arbeitsmarkt bzw. in den Bildungssektor eintreten und allein deshalb einen erhöhten Beratungsbedarf aufweisen.

Die Studie »Bildungs- und Berufsberatung für den tertiären Aus- und Weiterbildungssektor und Arbeitsmarkt«,¹ die im Auf-

trag der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) des AMS Österreich vom sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitut abif mit Jahresbeginn 2018 abgeschlossen wurde, verfolgt die Zielsetzung, die veränderten Bedingungen in der komplexen Landschaft der Bildungs- und Berufsberatung für den hochschulischen Bereich zu eruieren. Die Studie erarbeitet Aussagen zur aktuellen Situation und zu Zukunftsszenarien in der Beratung von KlientInnen aus dem tertiären Bildungssektor, greift Trends in der Beratung auf und formuliert Handlungsempfehlungen.

Methodisch wurden qualitative und quantitative Ansätze zur Datenerhebung herangezogen. Neben einer ausführlichen Literaturrecherche und der Darstellung von Good-Practice-Beispielen wurden telefonisch 14 ExpertInneninterviews mit Personen aus Bildungs- und Berufsberatungsinstitutionen durchgeführt. Anschließend an die Interviews wurde ein Online-Survey mit den Erkenntnissen aus den qualitativen Erhebungen erstellt, an dem im Herbst 2017 insgesamt 671 Personen teilnahmen. Die dabei erhobenen Ergebnisse wurden gemeinsam interpretiert und schlugen sich in Empfehlungen an die Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) des AMS Österreich nieder.

2 Ergebnisse, Trends und Wünsche

Im Zuge sämtlicher Erhebungen und Recherchen im Rahmen dieser Studie wurde deutlich, dass der Beratungsbedarf für alle Zielgruppen im Bereich des tertiären Bildungssektors aktuell zunimmt und auch in den kommenden Jahren weiter zunehmen wird, da sowohl die Zahl der Studieninteressierten als auch jene der Studierenden stetig steigt und zeitgleich die Zahl der am Arbeitsmarkt aktiven AkademikerInnen wächst. Zudem kommt es in einigen relevanten Arbeitsfeldern zu einer vermehrten Ressourcenknappheit. Dies führt abermals zu einer Veränderung der Anforderungen an Beratungsinstitutionen. Neben der Ausdifferenzierung des Arbeitsmarktes und des Ausbildungs- und Bildungsangebotes ist zudem eine Heterogenisierung in den Bedürfnissen der KlientInnen zu erkennen. Die Empirie deutet daher darauf hin, dass es zu einer verstärkten Nachfrage nach individuell angepassten Beratungsangeboten kommt. Die Studie identifiziert die Beschaffenheit der veränderten Beratungssituation auf der Angebots- sowie

¹ Claudia Liebeswar/Monira Kerler/Sofia Kirilova (2018): AMS report 131/132: Bildungs- und Berufsberatung für den tertiären Aus- und Weiterbildungssektor und Arbeitsmarkt Zielgruppen- und Bedarfsanalyse mit besonderem Fokus auf die Weiterentwicklung des Informationsangebotes des AMS. Wien. Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library« oder direkt unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=12618.

Nachfrageseite und bildet mögliche Maßnahmen und Lösungsansätze ab.

Die qualitativen und quantitativen Auswertungen zeigen, dass vor allem die Erreichbarkeit der unterschiedlichen Zielgruppen eine neue Herausforderung für die Beratungsinstitutionen darstellt. Es kommt zu einer erhöhten Fluktuation von KlientInnen, die zudem unterschiedlichste Forderungen an die Beratungsleistung stellen. Die Erreichbarkeit wird dadurch erschwert, dass relevante Zielgruppen häufig die Lehrinstitutionen wechseln oder sich bereits am Ende ihrer Ausbildung befinden, wodurch sie nach einer Beratung kein spezifisches Wissen über Beratungsoptionen per Mundpropaganda in die Bildungseinrichtungen tragen können. Die Nutzung von Online-Portalen bietet dahingehend auch keine feste Größe. Aufgrund von ständig neuen Nutzungsentscheidungen seitens der KlientInnen kann der Einfluss eines Online-Tools nicht ausreichend kalkuliert werden. Um eine konsistentere und wohlimplementierte Bildungs- und Berufsberatung im tertiären Sektor zu erzielen, sollte möglichst früh eine Kontaktaufnahme mit den identifizierten Zielgruppen bezüglich der Berufswahlprozesse stattfinden. Dies bezieht sich sowohl auf Studieninteressierte als auch auf Menschen, die sich bereits im Anfangsstadium ihres Studiums befinden. Es zeigt sich, dass diese Zielgruppe bisher wenig empfänglich für einen »Realitäts-Check« im Sinne der beruflichen Verwertbarkeit der von ihnen angestrebten oder bereits gewählten Studiengänge ist. In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass auch die Bildungseinrichtungen für eine frühzeitige Auseinandersetzung bezüglich der Gestaltung des Überganges vom Studium ins Berufsleben sensibilisiert werden müssen.

Das frühzeitige Anstoßen des Berufswahlprozesses kann dazu beitragen, das Auftreten von Überforderung, Orientierungslosigkeit und Frustration bei potenziellen KlientInnen abzuschwächen. Die Orientierungslosigkeit entsteht oftmals durch einen Überfluss an zugänglichen Informationen, die mitunter falsche oder veraltete Ratschläge beinhalten. Dies birgt die Gefahr, dass Menschen, die an einer Beratung interessiert sind, keine realistischen Informationen zu den Arbeitsmarktchancen bestimmter Hochschulabschlüsse erhalten. Dieser Problematik sollte durch gezielte Quellenanalyse und Recherchehilfen seitens der BeraterInnen begegnet werden. Die Ergebnisse des Online-Surveys im Rahmen dieser Studie zeigen, dass eine der zentralen Forderungen die Flexibilität der Beratung betrifft. Für die KlientInnen ist dabei die diversity-sensible und individuell angepasste Beratung von besonderer Bedeutung.

Frustrationspotenziale hängen unweigerlich mit der allgemein zu beobachtenden Ausdifferenzierung und Heterogenisierung zusammen, haben jedoch häufig auch individuelle Gründe. Neben schweren biographischen Schlägen führen vor allem ein schlechter Gesundheitszustand sowie ein selbsterzeugter Druck aufgrund individuell empfundener »Ausweglosigkeit« zu Frustrationen bei potenziellen KlientInnen. Damit BeraterInnen auf diese spezielle Anforderung im Beratungsverlauf adäquat reagieren können, ist ein hohes Maß an sozialer Kompetenz notwendig. Hierzu gehört es – zusätzlich zum erreichten Abschluss der KlientInnen –, psychosoziale Fähigkeiten und Soft Skills zu erkennen und im Beratungsverlauf zu fördern.

Einer der Gründe für die Frustrationen und Orientierungslosigkeit ist das Fehlen von Vorbildern. Die stetige Veränderung der Aus- und Weiterbildungsangebote sowie des Arbeitsmarktes

bringt es mit sich, dass kaum noch eine hinreichende intergenerationale Weitergabe von Wissen möglich ist. Im Vergleich zu früheren Generationen gestaltet sich der Übergang von der Ausbildung im tertiären Sektor in den Beruf weitgehend völlig anders. Traditionelle und weithin bekannte frühere Ausgestaltungen des Überganges von der Ausbildung bzw. Bildung in den Beruf können nichtmehr als beispiel- oder gar vorbildhaft wahrgenommen werden. Augenscheinlich ist die Tendenz, dass beide Seiten des Beratungsverhältnisses die Notwendigkeit sehen, durch neue Strategien und Maßnahmen auf die aktuellen Herausforderungen zu reagieren. Die Ergebnisse der Studie unterstreichen den Handlungs- und Reformbedarf in der Beratung von AbsolventInnen und Studieninteressierten.

3 Strategien und Maßnahmen zum Umgang mit den neuen Herausforderungen

Die Studie sammelt umfassende Strategien und Maßnahmen zum Umgang mit den genannten Herausforderungen. Aus den Ergebnissen leiten sich Empfehlungen für die Beratungstätigkeit seitens des AMS und seiner Kooperationspartner ab.

Ein häufig genannter Punkt betrifft die Möglichkeiten, die sich Beratungsinstitutionen durch die Bereitstellung von Online-Informationen und Aktivitäten in den Sozialen Medien bieten. In Anbetracht des ständig wechselnden Nutzungsverhaltens und der Vielfalt an Online-Ressourcen ist es notwendig, gut aufbereitete, mehrsprachige und verständlich formulierte Materialien zur Verfügung zu stellen, um so KlientInnen zu binden und eine weitreichende UserInnenzahl zu generieren. Dadurch könnte eine realistische Vorabinformation Interessierter ermöglicht und die Gefahr verringert werden, fehlinformierte KlientInnen enttäuschen zu müssen. Das Angebot sowie auch die Inhalte des Online-Informationsangebotes sollten übersichtlich gestaltet und gut kommuniziert werden. Zudem sollten sie gleichermaßen den Bildungsmarkt und den Arbeitsmarkt betreffen.

Damit Beratungen zielgruppensensibel durchgeführt werden können, ist es notwendig, vor allem für KundInnen mit Migrations- oder Fluchthintergrund bzw. mit nicht-deutscher Muttersprache verschiedene Dolmetsch-Tools und non-verbale Diagnostik-Tools anzubieten. Diese sollten darauf ausgerichtet sein, im Ausland erworbene Kompetenzen und Abschlüsse zu überprüfen und einordnen zu können. Die Tools können dabei helfen, die Sprachbarriere, ein häufiges Hindernis beim Einstieg in den österreichischen Arbeitsmarkt, zu verringern. Bezüglich der Beratung von zukünftigen HochschulabsolventInnen empfiehlt es sich, möglichst frühzeitig über die Arbeitsmarktrelevanz und die Verwertbarkeit des angestrebten Abschlusses aufzuklären. Diese Empfehlung hängt stark mit einer frauenspezifischen Beratung zusammen, da weibliche im Vergleich zu männlichen Studieninteressierten häufiger Studiengänge wählen, deren Abschlüsse auf dem österreichischen Arbeitsmarkt nicht hinreichend genug nachgefragt werden. Neben den konkreten Beratungsempfehlungen deutet die Empirie zudem auf die Notwendigkeit eines »Imagewandels« hin. Im Online-Survey wurde deutlich ersichtlich, dass das AMS nicht als wichtiger Ansprechpartner für die Beratung von AkademikerInnen oder Studieninteressierten wahrgenommen wird. Vor allem die weiter oben genannten Strategien

und Maßnahmen können dabei helfen, eine breitere Verankerung der AMS-Beratungstätigkeit für den tertiären Bildungssektor zu erreichen. Nur wenn eine positiv veränderte Außenwahrnehmung erreicht werden kann, ist es möglich, dass weitere Maßnahmen wirksam eingesetzt werden können. Zusätzlich zum oben genannten sind vor allem eine ständige Aktualisierung und Kommunikation des eigenen Beratungsangebotes, die Entwicklung von flexiblen und personalisierten Beratungs-Tools sowie die Kooperation mit Institutionen der Aus- und Weiterbildung im tertiären Sektor und mit relevanten Arbeitgebern zu empfehlen.

Zusätzlich zu den angestrebten Anpassungen von Beratung und Information der Zielgruppen sollte auch eine strukturelle, gesellschaftliche und rechtliche Veränderung vorangetrieben werden. Die Erwerbstätigkeit und der Wunsch nach Weiterbildung oder einer zusätzlichen Ausbildung sollten sich nicht ausschließen, sondern den Interessierten die Möglichkeit geben, ohne ein Anwachsen von finanziellem Druck das Lifelong Learning als Chance wahrzunehmen. Berufsbegleitende Bildungsangebote sind für eine Großzahl der Arbeitsfelder, die an einen tertiären Aus- und Weiterbildungsweg anschließen, rar. Wenn vorhanden,

werden diese häufig von privaten Anbietern zu kaum mehr leistbaren Tarifen durchgeführt.

Ein weiteres Anliegen bezieht sich auf den Arbeits- und Ausbildungsmarkt im Allgemeinen. Einerseits sollten Anpassungen hinsichtlich der Freizügigkeit des Arbeitsmarktes durchgeführt werden, damit in Österreich ausgebildete Menschen aus Drittstaaten die Möglichkeit erhalten, ihre Ausbildung zur Gänze zu nutzen. Andererseits sollten Menschen, die in Österreich ihren höchsten Bildungsabschluss absolviert haben, Anreize zum Verbleib auf dem österreichischen Arbeitsmarkt gegeben werden. Diese Anpassungen sind hilfreich, um die negativen Auswirkungen von Brainwaste- und Braindrain-Phänomenen zu verhindern. Die ExpertInnen sprechen sich zudem dafür aus, dass die in der Studie behandelten Probleme und Herausforderungen in der Beratung von Menschen aus dem tertiären Aus- und Weiterbildungssektor als Inhalte in die Studienpläne von Psychologie und Bildungswissenschaften aufgenommen werden sollten, um zur Entwicklung und Schulung von profunden Beratungskompetenzen beizutragen.



Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report«
Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«

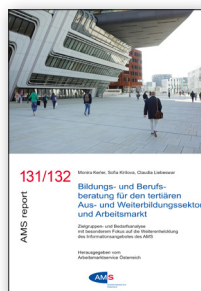


AMS report 130

Sabine Etl, Raoul Biltgen, Elli Scambor

Neue Wege in der arbeitsmarktorientierten Beratung und Betreuung von Männern
 Das Projekt »Männer BBE« des AMS Wien und der Männerberatung Wien

ISBN 978-3-85495-642-8



AMS report 131/132

Monira Kerler, Sofia Kirilova, Claudia Liebeswar

Bildungs- und Berufsberatung für den tertiären Aus- und Weiterbildungssektor und Arbeitsmarkt
 Zielgruppen- und Bedarfsanalyse mit besonderem Fokus auf die Weiterentwicklung des Informationsangebotes des AMS

ISBN 978-3-85495-643-6

www.ams-forschungsnetzwerk.at

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift der AutorInnen

abif – analyse. beratung. interdisziplinäre forschung.
 1140 Wien, Einwanggasse 12, Top 5
 Tel.: 01 5224873
 E-Mail: office@abif.at
 Internet: www.abif.at

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

Ausgewählte Themen aus der AMS-Forschung werden in der Reihe **AMS report** veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder bei der Communicatio bestellt werden. AMS report – Einzelbestellungen € 6,- (inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten).

Bestellungen (schriftlich) bitte an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Internet: www.communicatio.cc

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien
 September 2018 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

