



Arbeitsmarktsservice
Steiermark



**Die BIZ innerhalb der steirischen BBO-
Landschaft**

Dezember 2021

Andrea Egger-Subotitsch,
Felix Kranner, Gabriele Schmied

Auftraggeber_innen:

Mag. Marcos De Brito e Cunha,
Mag.^a Sabine Knaus, MA
Mag. Gerd Ofner
AMS Steiermark
Babenbergerstraße 33
8020 Graz

Kontakt abif:

Mag.^a Andrea Egger-Subotitsch
Tel. +43 699 1881666
aes@abif.at

abif – analyse, beratung, interdisziplinäre forschung

Einwanggasse 12 / top 5, 1140 Wien
Tel: 43 - 1 - 522 48 73 11
aes@abif.at
www.abif.at

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie hat im Auftrag des AMS Steiermark erhoben, welche Position die BerufsInfoZentren (BIZ) in der BBO-Landschaft der Steiermark einnehmen, welche Trends vor dem Hintergrund der aktuellen Arbeitsmarktlage in der Bildungs- und Berufsorientierung zu verzeichnen sind und gibt Anregungen für das AMS betreffs der kundenbezogenen Entwicklung eines USP („unique selling proposition“). Im Folgenden werden die Ergebnisse einer repräsentativen Erhebung in der steirischen Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter und einer qualitativen Befragung von Stakeholdern, Schulen und Vertreter_innen von Beschäftigten, sowie die Sicht von steirischen BIZ-Berater_innen kurz zusammengefasst.

BBO-Landschaft in der Steiermark: Reichhaltig aber zersplittert

In der Steiermark existiert ein vielfältiges und umfassendes Angebot zur Bildungs- und Berufsberatung; viele Anbieter teilen sich den Markt. Bildungs- und Berufsorientierung wird neben den BIZ des AMS z.B. von der AK, der WKO, der Steirischen Volkswirtschaftlichen Gesellschaft, Erwachsenenbildungseinrichtungen wie WIFI oder bit, der ÖSB Consulting GmbH und verschiedenen kleineren Trägern durchgeführt. Das Angebot richtet sich an viele Zielgruppen und Subzielgruppen, wie Jugendliche, Frauen, Migrant_innen, Arbeitssuchende, Menschen mit Behinderungen, „working poor“ etc.; 140 verschiedene Anbieter wurden für das Jahr 2018 ausgewiesen. Am besten ist der Raum Graz versorgt, aber auch in den anderen Regionen der Steiermark steht ein reichhaltiges BBO-Angebot zur Verfügung. Trotz klar definierter Zielgruppen der einzelnen Anbieter überschneiden sich Angebote bzw. richten sich mehrere Angebote an die gleichen (Sub-)zielgruppen, was die Vermutung nahelegt, dass diese Vielzahl an Angeboten für Nutzer_innen unübersichtlich werden könnte. Positiv zu bewerten ist, dass die Anbieter einschließlich BIZ gut miteinander vernetzt sind und die Zusammenarbeit in den Gremien aus der Sicht der in der Studie befragten Stakeholder als produktiv und erfolgreich bewertet wird, auch wenn die Corona-Krise die Kommunikation im letzten Jahr erheblich erschwert hat.

Erfahrungen der Steirer_innen mit Beratung zur Bildungs- und Berufsorientierung

Wie die telefonische Befragung der steirischen Wohnbevölkerung im Alter zwischen 16 und 62 Jahren (n= 608) ergab, hat etwa die Hälfte der erwerbsfähigen Steirer_innen schon einmal eine Berufs- oder Ausbildungsberatung erhalten, wobei arbeitslose Personen, Maturant_innen und Pflichtschulabsolvent_innen etwas häufiger Beratungserfahrungen berichteten. Rund ein Viertel¹ der Steirer_innen waren schon einmal durch Mitarbeiter_innen der BIZ beraten worden, wobei arbeitslose Personen und Pflichtschulabsolvent_innen häufiger, Hochschulabsolvent_innen hingegen weniger häufig von Beratungserfahrungen berichteten. In den BIZ waren jüngere Personen häufiger beraten worden als ältere; dies entspricht ungefähr der Situation in anderen Berufs- und Ausbildungsberatungsangeboten. Über die Hälfte dieser Beratungserfahrungen wurden während der Ausbildung gemacht. Besonders hervorzuheben ist, dass 16- bis 29-jährige deutlich häufiger Erfahrungen mit Berufs- oder Ausbildungsberatung gemacht hatten als 45- bis 62-Jährige; dies galt insbesondere für Beratungserfahrungen während der Ausbildung. Es könnte daher ein Kohorteneffekt² vorliegen.

¹ Von der Angabe von Prozentzahlen wurde in der Zusammenfassung Abstand genommen, um keine übermäßige Präzision der statistischen Schätzungen zu suggerieren. Genaue Zahlen inklusive Vertrauensintervalle finden sich weiter unten im Bericht.

² Generationeneffekt, der aufgrund verschiedener sozialer und Umweltbedingungen entsteht.

Am ehesten informierten sich die Steirer_innen über Anliegen zum Thema Beruf, Aus- und Weiterbildung via Internetsuchmaschinen, beim AMS oder bei Freund_innen und Bekannten. Die bekanntesten Beratungseinrichtungen waren AMS, WIFI, AK Berufsberatung und die BerufsInfoZentren, wobei diese Befunde Häufigkeiten aus freien Nennungen darstellen; eine Unterscheidung von AMS und BIZ wurde von den Befragten möglicherweise nicht in allen Fällen getroffen. Auf Nachfrage kannten über die Hälfte der Befragten die BIZ, wobei die BIZ bei Frauen bekannter waren als bei Männern.

Die überwiegende Mehrheit der BIZ-Beratungen fand im persönlichen Setting statt, wobei Einzelberatungen doppelt so häufig waren wie Gruppenberatungen. Rund ein Viertel der Personen, die eine BIZ-Beratung erhalten hatten, gaben an, telefonisch beraten worden zu sein; Onlineberatung war seltener. Die Realsituation der Beratungsmodi stimmte in etwa mit den Wünschen der Steirer_innen überein: Die überwiegende Mehrheit wünschte sich persönliche Beratung, allerdings bestand eine erhöhte Nachfrage für Onlineberatung, insbesondere bei Hochschulabsolvent_innen. Bei der Interpretation dieser Ergebnisse ist zu bedenken, dass die Befragung während der Covid-19-Pandemie stattfand.

Image und Stärken der BIZ

Die BIZ wurden in der repräsentativen Befragung in absteigender Reihenfolge des arithmetischen Mittels als ziemlich hilfreich, professionell, hochwertig, sympathisch, und in geringerem Ausmaß karrierefördernd bewertet. Im Vergleich zu anderen Beratungseinrichtungen schätzten die Befragten die BIZ als sympathischer, professioneller, hochwertiger, hilfreicher, und gleich karriereförderlich ein. Die Mehrheit der Steirer_innen würden anderen Personen raten in die BIZ - BerufsInfoZentren zu gehen, wenn sie Bildungs- und Berufsberatung bräuchten. Hochschulabsolvent_innen bewerteten die BIZ als durchschnittlich weniger professionell, sympathisch und hilfreich und wiesen eine geringere Weiterempfehlungstendenz auf. Personen, welche schon einmal durch eine_n Mitarbeiter_in der BIZ beraten worden waren, bewerteten die BIZ als professioneller, sympathischer, hochwertiger, und hilfreicher; zudem würden sie die BIZ eher weiterempfehlen als Personen, welche noch keine Beratungserfahrung in einem BIZ hatten. Fünf von sechs Steirer_innen waren der Meinung, die BIZ seien nicht nur für arbeitslose Personen relevant; etwa ein_e aus sechs Steirer_innen meinte, die BIZ dienten ausschließlich der Beratung von arbeitslosen Personen.

Die qualitative Befragung zeigt, dass die gute Kenntnis der als fachlich sehr kompetent eingeschätzten Berater_innen über den jeweiligen regionalen Arbeitsmarkt und der Wirtschaftsstruktur als große Stärke der steirischen BIZ gesehen wird.

Der regionale Bezug ist aus Sicht der befragten Expert_innen ein Kennzeichen der BIZ und von besonderer Bedeutung bei der Beratung von Schüler_innen im Alter von etwa 14 Jahren in der Berufsfindungsphase, die Lehrstellen bzw. Ausbildungsplätze in der Region benötigen oder eine weiterführende Schule besuchen möchten.

Die Unterlagen und Online-Tools (Karrierekompass, Berufslexikon, Berufsbroschüren etc.) des AMS wurden von den Expert_innen als hoch qualitativ eingeschätzt und werden auch von vielen anderen Anbietern genutzt. Als weiteres Qualitätsmerkmal der BIZ wurde genannt, dass die Vernetzung und Zusammenarbeit sowohl mit anderen Anbietern als auch mit den Schulen professionell organisiert, unkompliziert und flexibel gestaltet ist. Die Kontinuität der Angebote wurde als weiteres positives Merkmal hervorgehoben. Auf die Corona-Krise wurde rasch durch vermehrte Online-Angebote reagiert.

Aus der qualitativen Befragung lässt sich ableiten, dass das BIZ und das AMS kaum voneinander abgegrenzt wahrgenommen werden. Abgesehen von den Schulen werden daher die BIZ aus Sicht der Expert_innen vor allem als zuständig für arbeitssuchende Personen gesehen.

Die BIZ-Berater_innen, die am Workshop teilnahmen, schreiben sich fachliche Kompetenzen, insbesondere gute Kenntnisse über den jeweiligen regionalen Arbeitsmarkt zu. Außerdem hoben die BIZ-Berater_innen hervor, dass für die Kund_innen genügend Zeitressourcen zur Verfügung stehen und Kund_innenorientierung und Wertschätzung priorisiert werden. Die Berater_innen halten die in der Corona-Krise verstärkt eingesetzten Online-Formate in bestimmten Bereichen auch weiterhin für sinnvoll (z.B. Online-Beratungen, virtuelles BIZ). Die Teilnehmer_innen am Workshop mit den BIZ-Berater_innen sehen die Anbieterneutralität als ein hervorstechendes Merkmal der BIZ. Anbieterneutralität bringt für die Kund_innen den Vorteil, dass ihre Bedürfnisse im Vordergrund stehen und sie über alle realistischen Möglichkeiten individuell informiert werden. Die Regionalität der BIZ wird von den Berater_innen als Pluspunkt der BIZ gesehen. Aus Sicht der Berater_innen ist die Anbindung an das AMS (SfA, SfU) als Vorteil zu betrachten, da sie dadurch über aktuelle Informationen über Trends am Arbeitsmarkt verfügen und über mögliche Förderangebote des AMS informiert sind.

Entwicklungsmöglichkeiten für die BIZ

Im Einklang mit der derzeit gültigen Bundesrichtlinie Kernprozess Informieren und Beraten über Arbeitsmarkt, Beruf und Bildung (KP3-Richtlinie³) zeigen die Ergebnisse der Befragungen folgende Entwicklungsmöglichkeiten für die zukünftige Positionierung der BIZ in der steirischen BBO-Landschaft:

Angebote und Zielgruppen:

Trotz der ausgewiesenen Expertise der BIZ-Berater_innen hinsichtlich des regionalen Arbeitsmarktes legen die Ergebnisse aus der Befragung von Expert_innen nahe, dass zukünftig in der Beratung noch mehr auf die Veränderungen in der Berufswelt Rücksicht genommen werden sollte. Entwicklungen wie die fortschreitende Digitalisierung, das Entstehen neuer Berufe und das Zurückdrängen traditioneller Berufe, die zunehmend fragmentierten Erwerbsverläufe mit mehreren Arbeitgeber_innen und verschiedenen Tätigkeiten und der Notwendigkeit zur ständigen Fortbildung und evtl. auch der Bereitschaft zur Umorientierung stellen Herausforderungen für die Zukunft dar. Damit in Zusammenhang stehend bietet sich an, auch Berufstätige verstärkt als Zielgruppe der BIZ zu sehen, die gegenwärtig das BIZ noch weniger als Ansprechpartner in Berufsorientierungsfragen sehen. Dies steht im Einklang mit der steirischen Strategie für Bildungs- und Berufsorientierung und der Europäischen Strategie „Lifelong Guidance“ - als Teilstrategie des Lebensbegleitenden Lernens. In diesem Zusammenhang ist auch die Anregung der WKO zu sehen, dass in der Beratung auch unternehmerische Möglichkeiten aufgezeigt werden sollten. Generell sollte der Fokus auf Berufe mit Zukunftsaussichten unter Berücksichtigung einer langfristigen Perspektive gelegt werden. Wichtig ist dabei der Mehrwert der Inanspruchnahme einer Beratung gegenüber der eigenen Information im Internet, auch in Abstimmung mit Interessen und Potenzialen der Kund_innen. Die Beratung sollte eine realistische Abschätzung der eigenen Möglichkeiten ermöglichen.

Für bildungsferne Jugendliche und Erwachsene sowie für Migrant_innen könnte das Angebot noch niederschwelliger gestaltet werden. Dies umfasst noch größere Zeitressourcen in der Beratung, aber auch das Bevorzugen persönlicher Beratung vor Online-Beratung, da digitale Kenntnisse und Ausrüstung bei diesen Zielgruppen teilweise unzureichend vorhanden sind. Online-Tools wie das e-AMS-Konto sind für manche Zielgruppen zu hochschwierig, wodurch Alternativen notwendig sind.

Online-Formate und hybride Formate in der Beratung sind dennoch in bestimmten Bereichen erfolgversprechend und könnten sowohl aus der Sicht der Expert_innen als auch aus der Sicht der BIZ-Berater_innen auch über die Corona-Krise hinaus beibehalten werden. Online-Angebote bieten den Vorteil der örtlichen Ungebundenheit und des Wegfalls von im ländlichen Raum oft langen Anreisen

³ Mit dem KP3, der die beiden Teilprozesse „Informieren und Beraten über Beruf und Bildung“ sowie „Informieren über den Arbeitsmarkt“ umfasst, unterstreicht das AMS sein Anliegen, flächendeckend und anbieterneutral Arbeitsmarkt-, Berufs- und Bildungsinformationen zur Verfügung zu stellen.

zu einem BIZ. Jugendliche, die täglich Smartphones benutzen, können mit Angeboten, die mit dem Handy genutzt werden können, besonders gut erreicht werden. Es bietet sich auch an, Plattformen bzw. Apps zu nutzen, die die Jugendlichen ohnehin verwenden.

In der Schulklassenbetreuung wäre aus Sicht der Expert_innen die verstärkte Durchführung von Beratungsleistungen bzw. Veranstaltungen vor Ort in der Schule anzudenken, vor allem in Regionen, die einen weiten Anfahrtsweg zum nächsten BIZ haben. Aus der Expert_innenbefragung ist zudem abzuleiten, dass die Betreuung von AHS-Schüler_innen bzw. Maturant_innen ausbaufähig ist. Außerdem wurde von den Expert_innen geäußert, dass mehr praxisorientierte Maßnahmen, in denen Berufe ausprobiert werden können, für Jugendliche sinnvoll sein könnten. Für die Expert_innen ist die Elternarbeit ein wichtiger und noch ausbaufähiger Bereich.

Die BIZ-Mitarbeiter_innen, die am Workshop teilnahmen, sahen die Begleitung in allen Lebensphasen als Bereich an, dem in Zukunft verstärkt Aufmerksamkeit gewidmet werden sollte. In der Schulklassenbetreuung sollten aus der Sicht der BIZ-Mitarbeiter_innen Beratungsleistungen bzw. Veranstaltungen vor Ort in der Schule vor allem in Regionen, die einen weiten Anfahrtsweg zum nächsten BIZ haben, angeboten werden. Die BIZ-Mitarbeiter_innen sehen die Elternarbeit als einen wichtigen und noch ausbaufähigen Bereich an. Zudem schlugen die BIZ-Mitarbeiter_innen vor, praxisorientierte Angebote mit der Möglichkeit, Berufe auszuprobieren, auszubauen. Darüber hinaus regten die Workshopteilnehmer_innen ein individualisiertes Programm für Schulen an, das beispielsweise Stadt-Land-Unterschiede berücksichtigt.

Öffentlichkeitsarbeit:

Aus der Expert_innenbefragung ist abzuleiten, dass die BIZ stark mit dem AMS in Verbindung gebracht werden. Andererseits glauben nur etwa ein Sechstel der telefonisch befragten Steirer_innen, dass das BIZ nur für arbeitssuchende Personen zuständig ist. Die Expert_innen vermuteten, dass das AMS stark mit seinem Vermittlungsauftrag verbunden wird und dieser Eindruck sich auch auf die BIZ überträgt. Der Internetauftritt der BIZ als Subseite der AMS-Website bekräftigt die enge Verbindung mit dem AMS.

Der Internetauftritt der BIZ könnte attraktiver gestaltet werden, wie die Expert_innen anmerkten. Zudem wurde vorgeschlagen, auf der BIZ-Internetseite bereits Informationsmaterialien zur Verfügung zu stellen, etwa zur Erstellung von Bewerbungsunterlagen etc. Eine mehrsprachige Website würde die Nutzung für Migrant_innen erleichtern.

Obwohl die Zusammenarbeit der BIZ mit den Schulen durchwegs als positiv beschrieben wird, könnten die Dienstleistungen der BIZ bei den Schulen aus der Sicht der interviewten Expert_innen aus dem Schulbereich noch stärker beworben werden, indem die Direktionen aktiv angeschrieben werden.

Vor dem Hintergrund der aus der Sicht der Arbeitnehmervertreter_innen geringen Wahrnehmung der Zuständigkeit des BIZ für umorientierungs- und weiterbildungswillige Erwerbstätige wurde eine Zusammenarbeit der BIZ mit Unternehmen und/oder Arbeitnehmervertretungen vorgeschlagen, falls die Zielgruppe berufstätige Personen in Hinkunft verstärkt angesprochen werden soll.

Aus der Sicht der BIZ-Mitarbeiter_innen sollte die Medienarbeit auf allen Kanälen forciert werden (Print-Zeitungen, Internet, Social Media). Weitere Schulen anzusprechen wäre aus dem Blickwinkel der Berater_innen sinnvoll.

Organisation:

Die Öffnungszeiten der BIZ sind gegenwärtig coronabedingt auf den Vormittag beschränkt und könnten aus Expert_innensicht zumindest an einem Tag in der Woche auf nachmittags bzw. abends

erweitert werden, insbesondere dann, wenn auch Berufstätige angesprochen werden sollen, aber auch, um Jugendliche besser zu erreichen.

Die BIZ-Mitarbeiter_innen wünschten sich eine verstärkte Einbindung in Dienstbesprechungen in den Geschäftsstellen des AMS.

Vernetzung und Abstimmung mit anderen Anbietern:

Trotz der guten Vernetzung der Anbieter in der Steiermark untereinander und mit dem BIZ und AMS könnten die Angebote noch besser aufeinander abgestimmt werden, da sich diese teilweise überschneiden. Vernetzung ist auch eine Ressourcenfrage, dennoch wurde von Anbieterseite der Wunsch geäußert, eine flexible und kurzfristige Zusammenarbeit auszubauen.

Im Workshop wünschten sich die BIZ-Mitarbeiter_innen eine intensive Kooperation mit Stakeholdern und anderen Anbietern; aufgrund der Vielfalt der Anbieter wäre dies aus ihrer Sicht insbesondere im Schulbereich wichtig.

Inhalt

Zusammenfassung	3
Einleitung	9
1 Angewandte Methoden.....	11
1.1 Telefonische Befragung der Erwerbsbevölkerung	11
1.2 Qualitative Interviews mit Stakeholdern	11
1.3 Fokusgruppen mit Betriebsrät_innen.....	11
1.4 Qualitative Interviews und Fokusgruppe mit Berufsorientierungs-Lehrer_innen und der PH Steiermark	12
1.5 Workshop mit BIZ-Mitarbeiter_innen und dem Auftraggeber	12
1.6 Aufarbeitung bisheriger Studien	12
2 Position der BerufsInfoZentren in der BBO-Landschaft der Steiermark	13
2.1 Arbeitsmarktlage und Trends in der BBO-Entwicklung	13
2.2 Die BBO-Landschaft in der Steiermark	15
2.3 Beratungsbedarf und (mögliche) Zielgruppen der Angebote der BIZ	17
2.4 Nutzung des Beratungsangebotes zu Beruf, Ausbildung und Karriere	19
2.5 Bekanntheit des Beratungsangebotes zu Beruf, Ausbildung und Karriere.....	21
2.6 Beratungserfahrungen im BIZ	24
2.7 Image der BIZ in der Bevölkerung	24
2.8 Stärken der BIZ aus Sicht der Expert_innen.....	27
2.8.1 Regionalität und Kontinuität	27
2.8.2 Gute Angebote und Unterlagen	27
2.8.3 Kooperation mit anderen Anbietern und dem Schulbereich	28
2.9 Entwicklungsmöglichkeiten für die BIZ.....	28
2.9.1 Angebote	28
2.9.2 Öffentlichkeitsarbeit/Image	31
2.9.3 Anforderungen an die Beratung	31
2.9.4 Vernetzung mit anderen Anbietern.....	33
3 Die Innensicht der BIZ-Mitarbeiter_innen	34
3.1 Stärken der BIZ in der BBO-Landschaft der Steiermark.....	34
3.1.1 Know How	34
3.1.2 Angebote.....	34
3.1.3 Besonderer Nutzen für die Kund_innen	34
3.2 Wege zu einem USP der BIZ Steiermark – Zukunftsvisionen	35
4 Schlussfolgerungen.....	37
4.1 Angebote, Kundenorientierung und Zielgruppen:	37
4.2 Öffentlichkeitsarbeit:.....	38
4.3 Organisation.....	39
4.4 Vernetzung.....	39
5 Literatur.....	40

Einleitung

Die Dienstleistungen des Teilprozesses „Informieren und Beraten über Beruf und Bildung“ des Kernprozesses 3 „Personen, Institutionen und die Öffentlichkeit über die Entwicklung des Arbeitsmarktes und die Berufswelt informieren“ werden in und von den BerufsInfoZentren erbracht. Die BIZ wenden sich mit ihren Angeboten an unterschiedliche Zielgruppen: Schüler_innen ab der 7. Schulstufe und deren Eltern, Berufsumsteiger_innen, Wiedereinsteiger_innen, Lehrkräfte etc. In der reichhaltigen BBO-Landschaft der Steiermark nehmen die BIZ die Rolle des Marktführers bezüglich Unterstützungsmöglichkeiten bei der Laufbahnplanung und Berufswahlprozessen ein. In den Regionen sind sie eng mit den wichtigen Stakeholdern (Land Steiermark, Sozialpartner, andere Anbieter_innen) vernetzt.

In Österreich gibt es 72 BIZ-Standorte, allein in der Steiermark sind es neun (Bruck/Mur, Deutschlandsberg, Feldbach, Graz, Hartberg, Knittelfeld, Leibnitz, Leoben und Liezen). Das BIZ Angebot umfasst neben der grundsätzlichen Möglichkeit, vor Ort die vorhandene EDV-Ausstattung (Computer, Drucker, Kopierer) und umfangreichen (berufskundlichen) Unterlagen für die eigene Recherchetätigkeit und die Erstellung von Bewerbungsunterlagen zu nutzen, insbesondere auch das Abhalten von Schulworkshops und Veranstaltungen zu den Themen Beruf, Berufs- und Bildungswahl sowie Aus-, Um- und Weiterbildung. Darüber hinaus bieten die BIZ individuelle Berufs- und Bildungsberatungen sowie Workshops für Gruppen an. Je nach Bedarf werden die Interessen und Stärken von Kund_innen mittels unterschiedlicher methodischer Hilfsmittel und Tools, wie zum Beispiel Interessenstests, erhoben. Das gesamte Dienstleistungsangebot steht Kund_innen kostenlos zur Verfügung.

Die BIZ des AMS Steiermark möchten mit ihren anbieterneutralen und flächendeckenden Angeboten zur Arbeitsmarkt-, Berufs- und Bildungsinformation ihr USP schärfen und ihre Vorreiterrolle in allen Fragen rund um Ausbildung und Beruf nach innen und außen stärken.

Entwicklungen wie die fortschreitende Digitalisierung der Arbeitswelt, regionaler Strukturwandel und nicht zuletzt die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Arbeitsmarkt erfordern eine ständige Anpassung und Weiterentwicklung des BIZ-Dienstleistungsangebots. Um das Angebot bestmöglich auszubauen und auf die gegenwärtigen sowie die zukünftigen Bedürfnisse der Kund_innen abstimmen zu können und sich von den Mitbewerbern abzuheben, wird es als unerlässlich erachtet, die Erwartungen verschiedener Zielgruppen an die BIZ und den Stellenwert der BIZ-Dienstleistungen im Zusammenhang mit Berufs- und Ausbildungswahl zu kennen.

Das Ziel der vorliegenden Studie ist es, folgende Fragen zu beantworten:

- Welche Position nehmen die BerufsInfoZentren in der BBO-Angebotslandschaft der Steiermark sowie unter sich verändernden Anforderungen am Arbeitsmarkt ein?
- Welche Stärken zeichnen die BIZ aus?
- Welche Leistungen gelten als besonders bzw. herausragend? Welchen Nutzen ziehen die Kund_innen daraus?
- Welchen Stellenwert hat das BIZ-Dienstleistungsangebot bei Erwerbstätigen, Arbeitssuchenden, sowie Schüler_innen und in Ausbildung befindlichen Personen?
- Welchen Bedarf an Bildungs- und Berufsinformation/-beratung haben diese Bevölkerungsgruppen und welche Erwartungen haben sie bezüglich der Formate und Settings in der Bildungs- und Berufsberatung?
- Welche Anforderungen und Chancen ergeben sich durch die aktuelle Arbeitsmarktlage und die Entwicklungen in der BBO-Landschaft, um das USP der BIZ in den der BBO-Landschaft zu stärken?

Im nachfolgenden ersten Kapitel werden die empirischen Methoden der vorliegenden Untersuchung beschrieben. Kapitel 2 stellt die Ergebnisse zur Position der BIZ in der BBO-Landschaft der Steiermark dar. Das dritte Kapitel enthält Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen.

1 Angewandte Methoden

Um die Fragestellung möglichst umfassend abdecken zu können, wurde eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Methoden gewählt. Während die quantitative Befragung repräsentative Aussagen über die Grundgesamtheit (in der Steiermark wohnhafte Personen im erwerbsfähigen Alter) ermöglicht, haben qualitative Methoden den Vorteil, differenzierte Einblicke zu erlauben, da die Befragten in ihren eigenen Worten auf die Fragen antworten und somit neue Aspekte aufwerfen können. In Fokusgruppen haben darüber hinaus die Teilnehmer_innen die Möglichkeit, miteinander zu diskutieren. Da die Befragungen während der Corona-Pandemie stattfanden, wurde bei den qualitativen Erhebungen auf Online-Interviews bzw. -fokusgruppen zurückgegriffen.

1.1 Telefonische Befragung der Erwerbsbevölkerung

Um den Bekanntheitsgrad und das Image der BIZ in der Steiermark zu erheben, wurde im April 2021 eine telefonische Befragung bei der steirischen Wohnbevölkerung im Alter zwischen 16 und 62 Jahren durchgeführt. Es wurden 608 Personen befragt. Für die Datenerhebung wurde CATI (computergestütztes telefonisches Interview) eingesetzt.

In der quantitativen Telefonbefragung fanden in erster Linie Regressionsmodelle Verwendung, um den differenziellen Einfluss der demographischen Variablen (also Geschlecht, Alter, höchster Bildungsabschluss, Erwerbsstatus und Gemeindegröße) auf die Antwortfrequenzen zu evaluieren. Zeigten sich signifikante Einflüsse einer oder mehrerer demographischer Variablen auf die Antwortfrequenz, werden entsprechende Grafiken oder Kennzahlen angeführt. Alle Modelle, Prozentangaben und Abbildungen sind nach Einwohnerzahlen der Gemeinden gewichtet, um für die erwerbsfähige Bevölkerung der Steiermark repräsentative Statistiken zu gewährleisten. Fehlerbalken in Abbildungen stellen den 95%-Vertrauensbereich⁴ der Prozentzahlen dar und visualisieren die Präzision der Schätzungen bezüglich der Grundgesamtheit erwerbsfähiger Steirer_innen. Standardmäßig wurden auch Regressionsmodelle mit Interaktionseffekten untersucht. Die Interaktions-Modelle erklärten die Daten in *keinem* Fall besser als einfachere Modelle; das heißt, dass *nicht* von einem Zusammenspiel von Alter und Geschlecht bzw. Alter, Geschlecht und Bildung in Bezug auf die Antwortfrequenz ausgegangen werden kann.

1.2 Qualitative Interviews mit Stakeholdern

Relevante Ansprechpartner_innen (Land, Sozialpartner, Anbieter von BBO-Angeboten) wurden in leitfadengestützten Interviews zur BBO-Landschaft in der Steiermark und der Position der BIZ darin befragt. Es wurden Vertreter_innen der AK, der WKO, der Landeskoordination für Bildungs- und Berufsorientierung sowie von Anbietern von Angeboten für verschiedene Zielgruppen befragt. Insgesamt wurden neun qualitative Interviews geführt. Der Leitfaden und nähere Informationen über die Befragten finden sich im Anhang. Bei der Darstellung der Ergebnisse wurde aus Gründen der leichteren Lesbarkeit von der Zuordnung von Aussagen zu einzelnen Expert_innen großteils abgesehen. Die Befragungen fanden im Mai und Juni 2021 statt.

1.3 Fokusgruppen mit Betriebsrät_innen

Eine Zielgruppe, die bisher von den BIZ in nur geringem Ausmaß erreicht wurde, sind berufstätige Personen. Diese könnten jedoch bezüglich Umorientierung bzw. beruflicher Weiterentwicklung

⁴ 95%-Vertrauensbereiche wurden mittels Approximation der Normalverteilung $\pi' \pm z_{1-\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\frac{\pi'(1-\pi')}{n}}$ berechnet.

durchaus von einer Beratung in den BIZ profitieren. Um den Bekanntheitsgrad, die Einschätzung des Angebots sowie das Potenzial und den Bedarf an Beratungen durch die BIZ bei Erwerbstätigen zu erheben, wurden Betriebsrät_innen verschiedener Unternehmen aus unterschiedlichen Regionen in der Steiermark unter Verwendung eines qualitativen Leitfadens befragt. An der Fokusgruppe nahmen vier Betriebsrät_innen teil, aus terminlichen Gründen wurde mit einer weiteren Person ein Online-Einzelinterview geführt. Eine Liste der Befragten sowie der Leitfaden finden sich im Anhang. Bei der Darstellung der Ergebnisse wurde aus Gründen der leichteren Lesbarkeit von der Zuordnung von Aussagen zu einzelnen Expert_innen größtenteils abgesehen. Die Befragungen wurden im Februar 2021 durchgeführt.

1.4 Qualitative Interviews und Fokusgruppe mit Berufsorientierungs-Lehrer_innen und der PH Steiermark

Die Aufgabe von Berufsorientierungs (BO-)Lehrer_innen ist es, Schüler_innen bei der Berufswahl zu unterstützen. Sie helfen bei der Interessensfindung und der Identifikation der eigenen Talente und Stärken, zeigen Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten auf und übernehmen teilweise auch Einzelberatungen (in Ergänzung zu den Schülerberater_innen). In ihrer Eigenschaft als BO-Lehrer_innen informieren sie sich über Angebote und Veranstaltungen zur Berufsorientierung und wählen Geeignete für ihre Schüler_innen aus. Schulen und BO-Lehrer_innen bzw. ihre Schüler_innen sind eine wichtige Zielgruppe für die BIZ.

Ein qualitatives Interview wurde mit der Leiterin der Kompetenzstelle für SCHILF/SCHÜLF am Institut für Educational Governance und Hochschullehrungsleiterin für Berufsorientierungskoordination sowie Bildungs- und Berufsorientierung der Pädagogischen Hochschule Steiermark geführt. An der Fokusgruppe nahmen drei BO-Lehrer_innen teil. Mit einer weiteren BO-Lehrerin wurde aus terminlichen Gründen ein Interview geführt. Bei der Darstellung der Ergebnisse wurde aus Gründen der leichteren Lesbarkeit von der Zuordnung von Aussagen zu einzelnen Expert_innen größtenteils abgesehen. Die Befragungen fanden per Online-Meetings im Zeitraum März bis Juli 2021 statt.

1.5 Workshop mit BIZ-Mitarbeiter_innen und dem Auftraggeber

Am 9.9. 2021 fand im AMS Graz Ost ein dreistündiger Face-to-Face-Workshop statt, in dem die Studienergebnisse präsentiert wurden, sowie die Innensicht der BIZ-Mitarbeiter_innen auf die Position der BIZ in der BBO-Landschaft der Steiermark erhoben und Möglichkeiten für die Entwicklung eines einzigartigen USP für die steirischen BIZ diskutiert wurden. Am Workshop nahmen neben den Vertreter_innen von abif (Karin Steiner und Andrea Egger-Subotitsch) und dem AMS Steiermark (stv. AMS-Landesgeschäftsführerin Christina Lind, Leiterin des Büros der Landesgeschäftsführung Sabine Knaus, BIZ-Koordinator Gerd Ofner) acht Berater_innen der BIZ Steiermark aus unterschiedlichen Regionen teil. Weitere vier BIZ-Berater_innen sendeten schriftliche Statements.

1.6 Aufarbeitung bisheriger Studien

Darüber hinaus wurden bisherige Studien und Daten, welche abif zur Verfügung standen, gesichtet und für den Bericht und die Leitfäden aufgearbeitet. Diese Informationen finden sich in den jeweiligen Kapiteln wieder.

2 Position der BerufsInfoZentren in der BBO-Landschaft der Steiermark

2.1 Arbeitsmarktlage und Trends in der BBO-Entwicklung

Die Corona-Krise hat die Arbeitsmarktlage und somit die Situation in der BBO-Landschaft in Österreich stark beeinflusst. In der Steiermark ist die Arbeitslosigkeit im Jahr 2020 in allen Arbeitsmarktbezirken im Vergleich zu 2019 stark angestiegen. Die durchschnittliche Arbeitslosigkeit erhöhte sich in allen Wirtschaftsabschnitten, am stärksten in den Bereichen wirtschaftsnahe Dienstleistungen, Beherbergung und Gastronomie, Handel und Instandhaltung/Reparatur von Kraftfahrzeugen sowie im Baugewerbe. Besonders stark betroffen waren junge Menschen, Frauen und Migrant_innen. Die Arbeitslosigkeit in der Steiermark erfuhr eine Steigerung von 40,8 Prozent auf 47.911 Personen im Jahresdurchschnitt (vgl. AMS Steiermark 2021a, S. 5), mit regionalen Unterschieden: Die Steigerung der Arbeitslosigkeit 2019-2020 bewegte sich zwischen 31,1% in Judenburg und 63,8% in Gleisdorf. Obwohl häufig Kurzarbeit eingesetzt wurde (155.000 steirische Beschäftigte befanden sich 2020 in Kurzarbeit, über 700 Millionen Euro wurden an Kurzarbeitsbeihilfe ausbezahlt⁵) führte die Wirtschaftskrise in Folge der Corona-Pandemie dazu, dass das Ausmaß der unselbständigen Beschäftigung der Steirer_innen in allen Arbeitsmarktbezirken sank und insgesamt auf den Stand von vor 2018 zurückging (vgl. AMS Steiermark 2021a, S. 5, S. 10f). Die Anzahl der offenen Stellen, die dem AMS Steiermark gemeldet wurden, reduzierte sich im Jahr 2020 um 20%. (vgl. AMS Steiermark 2021a, S.19).

Wie die Arbeitsmarktkennndaten zeigen, trat 2021 eine Beruhigung am Arbeitsmarkt ein, so sank die Anzahl der vorgemerkten Arbeitslosen in der Steiermark im Juli 2021 im Vergleich zu 2020 wieder um 27,9%, allerdings stieg gleichzeitig die Anzahl der Langzeitbeschäftigungslosen um 13,3% und belief sich auf 12.813 Personen. Dem Bestand von 31.526 vorgemerkten arbeitslosen Personen standen 16.745 offene Stellen gegenüber (vgl. AMS Steiermark 2021b). Ende September 2021 lag die Arbeitslosigkeit in der Steiermark mit 29.777 betroffenen Personen nur noch 59 Personen über dem Niveau vor der Corona-Krise (2019) (vgl. AMS 2021).

Durch die Corona-Pandemie waren und sind bestimmte Gruppen in der Bevölkerung, wie Frauen, bildungsferne Jugendliche, Migrant_innen und Personen mit geringem Einkommen (working poor) etc. nach Aussage der für die vorliegende Studie interviewten BO-Expert_innen besonders belastet. Stark betroffen sind Personen, die aufgrund der Corona-Krise gekündigt wurden, von Kündigung bedroht sind oder sich in Kurzarbeit befinden. Die Angebote für diese Zielgruppen sollen aus der Perspektive der Stakeholder jedenfalls beibehalten und womöglich noch ausgebaut werden. Aber auch Jugendliche sind weiterhin eine äußerst wichtige Zielgruppe. Die schwierige Arbeitsmarktsituation hat nach Aussage der Expert_innen bei jungen Menschen zu Zukunftsängsten und teilweise zu Orientierungslosigkeit geführt. Die Entwicklungen dürften aus der Sicht der befragten Betriebsrät_innen auch zu einem Ansteigen des Bedarfs an Beratungen bei Erwerbstätigen führen. Personen, die ihre Arbeitsplätze verloren haben oder verlieren könnten, würden Bedarf an Umorientierung sowie am Nachholen von Bildungsabschlüssen bzw. an einer Höherqualifizierung haben.

Als ein wichtiger aktueller Trend in der BBO kann die verstärkte Nutzung von Online-Tools und -Plattformen verzeichnet werden. Die Corona-Krise hat dazu geführt, dass persönliche Betreuung und Beratung nicht, oder nur eingeschränkt durchgeführt werden konnte. Aufgrund der eingeschränkten

⁵ <https://www.ams.at/regionen/steiermark/news/2021/01/15000-steirische-betriebe-kurzarbeit-2020#steiermark>

Möglichkeiten mussten die Anbieter von BBO-Angeboten so weit als möglich telefonische Beratungen, Online-Workshops etc. einsetzen. Diese Notwendigkeit hat zu einem Digitalisierungsschub in der Bildungs- und Berufsorientierung geführt, der sich aus der Sicht der Befragten auch nach der Pandemie nicht völlig umkehren wird. Für viele junge Menschen seien digitale Methoden eher niederschwellig, da diese bereits oft über digitale Kompetenzen verfügen. Die Vertreter_innen der Anbieter wiesen jedoch darauf hin, dass der Umstieg auf digitale Methoden und Telefonberatung für bestimmte Zielgruppen, die weniger digital affin sind, nicht über die entsprechenden Geräte verfügen und/oder bei denen eine Sprachbarriere vorliegt, als hochschwellig anzusehen ist. Bei älteren und gleichzeitig bildungsfernen Personen wurde hier ein Defizit an digitalen Kompetenzen festgestellt, das kaum aufzuholen sei. Daher bleibt aus Sicht der Befragten ein Angebot an persönlicher Beratung für bestimmte Gruppen von Klient_innen wie Ältere, Migrant_innen und bildungsferne Jugendliche unerlässlich. Auch ist es nach Aussage der Vertreter_innen der Anbieter in einem persönlichen Gespräch einfacher, auf die individuelle Situation von Kund_innen einzugehen. Manche Angebote, wie das Ausprobieren von Ausbildungen und Berufen („Hineinschnuppern“), oder das Absolvieren von Praktika wurden in der Corona-Krise massiv erschwert, sind jedoch wichtige Möglichkeiten zur Berufsfindung und durch digitale Methoden kaum ersetzbar. Eine Mischung aus digitalen und persönlichen Formaten sowie von Einzel- und Gruppenberatung wurde in der qualitativen Befragung positiv bewertet und wird in der Zukunft vermutlich eine größere Rolle spielen. Derartige Angebote existieren auch bereits. Beispielsweise bietet die AK für Schulen ein hybrides Format an, bei dem inhaltlicher Input online zur Verfügung gestellt wird und die Beratung an den Schulen erfolgt.

Die Digitalisierung hat dazu geführt, dass Jobbörsen im Internet Stelleninserate in Zeitungen etc. zunehmend ablösen. Generell wird die Fähigkeit, sich aus dem Internet Informationen zu holen, auch z.B. zu Berufen (Karrierekompass⁶ etc.) immer bedeutender. Inhaltlich wird nach Aussage der Expert_innen immer mehr zum Thema wie Online-Bewerbungen zu erstellen sind oder wie etwa ein Lebenslauf hochgeladen wird. Digitale Angebote für Jugendliche sollten aus Sicht der Befragten auf dem Smartphone verfügbar sein, da die meisten Jugendlichen eines besitzen und es im Alltag häufig benutzen, was für PCs und Laptops nicht zutrifft. Gute Erfahrungen haben die Anbieter damit gemacht Social Media-Plattformen zu nutzen, welche Jugendliche ohnehin häufig verwenden, etwa Instagram. Werden in der Beratung Tools wie Zoom verwendet, seien Unterlagen bzw. Einschulungen notwendig, welche teilweise in Papierform zur Verfügung gestellt werden (z.B. von Zebra). Diese Anleitungen müssen Schritt für Schritt beschreiben, wie die Bedienung des jeweils eingesetzten Tools funktioniert. Die Umstellung auf Online-Formate aufgrund der Corona-Krise hat nach Aussage der BO-Lehrer_innen in den Schulen gut funktioniert, jedoch sei eine gewisse Übersättigung eingetreten und sie nahmen bei den Jugendlichen ein Bedürfnis nach persönlicher Beratung wahr. Als eine positive Erfahrung wurde eine Online-Veranstaltung erwähnt, die anstatt einer Info-Messe durchgeführt wurde und bei der den Jugendlichen Unternehmen vorgestellt wurden. Das Online-Format sei entspannter verlaufen, da bei der Live-Veranstaltung für die Jugendlichen ein gewisser Stress entstanden sei, als es um die Gespräche mit den Firmenvertreter_innen gegangen sei. Als positive Auswirkung wurde vermerkt, dass sich die digitalen Skills der Schüler_innen und ihre elektronische Ausrüstung in der Corona-Krise verbessert haben.

Es wurde in den Gesprächen mit den Vertreter_innen der Anbieter auch darauf hingewiesen, dass sich die Beratungseinrichtungen abgesehen von der Covid-19-Krise auch an die jeweiligen gesellschaftlichen Entwicklungen anpassen müssen, beispielsweise wenn aufgrund von Fluchtbewegungen bestimmte Zuwanderer_innengruppen (z.B. Syrer_innen) betreut und bei der Arbeitsmarktintegration unterstützt werden müssen.

⁶ Der Karrierekompass ist ein AMS-Onlineportal zu Ausbildung, Beruf und Karriere. Der AMS-Karrierekompass bietet Berufsinformationen, Angebote zu Aus- und Weiterbildungen sowie Informationen zu Einstiegsgehältern, Arbeitsmarkttrends und vieles mehr: www.karrierekompass.at.

2.2 Die BBO-Landschaft in der Steiermark

Die Steirische Strategie für Bildungs- und Berufsorientierung ist eingebettet in die Europäische Strategie „Lifelong Guidance“ und in die Lifelong-Guidance-(LLG)-Strategie für Österreich sowie in die nationale Strategie zu Lebensbegleitendem Lernen und die Nationale Lifelong-Guidance-Strategie (vgl. Bildungs- und Berufsorientierung – Landesgremium Steiermark (BBO-LG), 2017, S. 5ff). Die Vision der Steirischen Strategie ist folgendermaßen formuliert: „In der Steiermark arbeiten Menschen, die entlang ihrer Fähigkeiten und Potenziale motiviert und verantwortungsbewusst den Lebensraum Steiermark gestalten und weiterentwickeln“. Als erstes strategisches Ziel wird postuliert, dass „alle in der Steiermark lebenden Menschen (...) auf ein bedarfsgerechtes, zielgruppenspezifisch abgestimmtes Angebot zur Bildungs- und Berufsorientierung zugreifen“ können (S. 10).

Die Angebotslandschaft zur Bildungs- und Berufsorientierung in der Steiermark ist sehr vielfältig: Im Jahr 2018 waren 140 verschiedene Anbieter in diesem Bereich tätig (vgl. Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2019, S. 31). Ein umfangreiches Angebot ist grundsätzlich positiv zu bewerten. Die Abstimmung und Kooperation zwischen allen relevanten Stakeholdern ist dabei eine wichtige Voraussetzung, um einerseits zu starke Überschneidungen zwischen Angeboten verschiedener Träger zu vermeiden und andererseits ein möglichst breites und flächendeckendes Angebot für alle Zielgruppen mit Bedarf an BBO gewährleisten zu können. Die Steirische Strategie für Bildungs- und Berufsorientierung trägt in ihren Zielen dieser Ausgangslage Rechnung, indem eine stärkere „Verschränkung der Anbieter_innen [und] der unterschiedlichen Formen von Beratungsangeboten“ als Ziel formuliert wird (Bildungs- und Berufsorientierung – Landesgremium Steiermark (BBO-LG), 2017, S. 8).

Die Interviews mit Vertreter_innen der Koordination Bildungs- und Berufsorientierung des Landes Steiermark sowie der Sozialpartner (AK, WKO) bestätigen, dass die Steiermark über ein reichhaltiges Angebot im Bereich BBO verfügt, das auch alle Zielgruppen abdeckt. Auch Informationen im Internet und in Broschürenform werden umfangreich sowohl vom BIZ als auch von anderen Anbietern zur Verfügung gestellt. Obwohl das weitreichende Angebot grundsätzlich positiv bewertet wurde und die Koordination durch das Land Steiermark nach Aussage der Interviewten erfolgreich funktioniert, wurde die Koordination der verschiedenen Angebote zur Vermeidung von Doppelgleisigkeiten durchaus auch als verbesserungsbedürftig betrachtet. Mehrfache Angebote würden auch zur „Verwirrung“ bei den Klient_innen führen, da keine eindeutige Zuständigkeit eines Trägers für bestimmte Gruppen oder Anliegen besteht bzw. diese von Kund_innen nicht identifiziert werden kann. Andererseits wurde für den Schulbereich eingeräumt, dass eine breit gefächerte Auswahl sowohl an Angeboten als auch an Anbietern aus Gründen der Terminplanung auch angenehm sein kann.

Aus der Sicht der interviewten Vertreter_innen von Stakeholdern und Trägereinrichtungen sind wichtige Anbieter_innen im Bereich BBO neben dem BIZ/AMS das Talentcenter der WKO und die AK, das Jugendcoaching Sozialministerium-Service, die Steirische Volkswirtschaftliche Gesellschaft und die Übungsfirmen von den Handelsakademien und HTLs. Erwähnt wurden außerdem das bfi und das bit. Im Bereich der Berufsorientierung von Menschen mit Behinderungen wurde die Arbeitsassistentin genannt. Darüber hinaus wurden Träger erwähnt, die bestimmte Zielgruppen wie Migrant_innen (z.B. das OLC – Open Learning Center der Caritas) und Frauen (z.B. ZAM, akzente) ansprechen. Explizit wurde darauf hingewiesen, dass auch kleinere Vereine gute und wichtige Arbeit für ihre Kund_innen leisten.

Im Schulbereich steht nach Expert_innenaussage das BIZ als Anbieter im Vordergrund, andere Organisationen spielen eine untergeordnete Rolle. Dies wird dadurch unterstrichen, dass seit dem Rundschreiben 17/2012 des Bundesministeriums für Bildung und Frauen festgelegt ist, dass jede_r Schüler_in einmal in der 7. oder 8. Schulstufe ein BerufsInfoZentrum der Sozialpartner oder des Arbeitsmarktservice besuchen soll. Für Jugendliche bzw. Schüler_innen sind im Bereich

Berufsorientierung auch noch die AK und die WKO von einer gewissen Bedeutung, deren Angebot nach Aussage der Interviewten jedoch von jenem des BIZ abweicht und keine direkte Konkurrenz darstellt.

Als ein ausbaufähiger Bereich in der Bildungs- und Berufsorientierung wurden von den Stakeholdern niederschwellige Angebote, beispielsweise durch mehr aufsuchende Angebote für junge Menschen, genannt. Ein Bedarf an mehr Angeboten sei auch in der Elternarbeit (insbesondere für Familien mit Migrationshintergrund im Zentralraum Graz) gegeben. In den steirischen Regionen könnten aus der Sicht der Interviewten noch weitere Beratungsangebote zur Verfügung gestellt werden: während in Graz sehr viele Beratungsmöglichkeiten zur Auswahl stehen, ist dies im ländlichen Raum nicht immer der Fall. Als Beispiel wurden Deutschkurse für Migrant_innen bzw. Flüchtlinge genannt, obwohl es sich dabei nicht um ein BBO-Angebot handelt: Ausreichende Deutschkenntnisse sind für die migrantische Zielgruppe eine Voraussetzung, um Qualifizierung zu ermöglichen. Im Speziellen wurde für Migrant_innen, die bereits eine Qualifikation aus ihrem Herkunftsland besitzen (oft sogar in Mangelberufen), ein Bedarf an Angeboten identifiziert, die ein Erlernen der jeweiligen Fachsprache auf Deutsch ermöglichen. Diesbezügliche Angebote sind jedoch ebenfalls nicht der BBO zuzurechnen.

Aus den Stakeholder-Interviews wurde überdies deutlich, dass im Bereich BBO-Maßnahmen und -Projekte zu lange Wartezeiten auftreten, da die Kapazitäten und die finanziellen Ressourcen begrenzt sind. Verschärft wurde diese Problematik während der Corona-Krise durch die Beschränkungen bei Face-to-Face-Veranstaltungen. Genannt wurden Wartezeiten auf die Teilnahme an Projekten für Jugendliche, was dazu führen könne, dass die jungen Menschen aus der BBO ausscheiden. Auch zwischen der Teilnahme an Deutschkursen verschiedener Stufen für Flüchtlinge bzw. Migrant_innen bestehen laut Interviews zu lange Wartezeiten, es handelt sich dabei jedoch um kein BBO-Angebot.

Um Doppelgleisigkeiten zu vermeiden, ist eine möglichst gute Zusammenarbeit zwischen Berater_innen und Trainer_innen verschiedener Institutionen und dem AMS (Regionale Geschäftsstellen, BIZ) sowie eine gute Abstimmung der Beratungsaktivitäten erstrebenswert, sodass ein komplementäres Agieren ermöglicht wird (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 7). Die Zusammenarbeit in den Gremien wurde in den Interviews als produktiv und erfolgreich beschrieben. Die Vernetzung im Bildungsnetzwerk Steiermark hat jedoch nach Aussage der Expert_innen durch die Corona-Krise gelitten, da persönliche Treffen nur eingeschränkt möglich waren. Sie soll jedoch in Zukunft wieder verstärkt vorangetrieben werden.

Die Anbieter_innen nennen das AMS als wichtigen Kooperationspartner, da Klient_innen zum Teil vom AMS an die diversen Einrichtungen verwiesen werden. Aus den Befragungen ist abzuleiten, dass die verschiedenen Anbieter_innen auch überwiegend eng mit dem BIZ zusammenarbeiten. Der „Grazer Fonds für Aufstieg und Entwicklung“, der als Zielgruppe erwerbstätige Personen hat, kooperiert nicht mit dem BIZ. Von der Interviewpartnerin wurde betont, dass Personen mit AMS-Bezügen nicht in die förderbare Gruppe beim Grafo fallen. Dies weist darauf hin, dass der Grafo seine Leistung als komplementär zur Leistung des BIZ steht und keine Überschneidungen in der Zielgruppe wahrgenommen werden.

Als besonders wertvoll und verwendbar erachten die Befragten der kleineren Anbieter die Online-Informationen, die das AMS im Karrierekompass, in der Weiterbildungsdatenbank und im Berufslexikon zur Verfügung stellt. Aber auch Materialien (z.B. die Praxismappe „Das Programm zum Handeln“) sowie Videos des AMS bzw. BIZ bezeichneten die Vertreter_innen der Anbieter als wertvolle und hilfreiche Ergänzung ihrer eigenen Unterlagen/Materialien. Darüber hinaus kooperieren die Einrichtungen in bestimmten Projekten mit dem AMS, beispielsweise im „Integrationspfad“ (Zebra) und einem Frauenprojekt (#we_do). Nicht nur die Anbieter profitieren nach der Aussage der Befragten vom AMS und BIZ, sondern auch umgekehrt, da die kleineren Anbieter_innen in ihren Projekten nach eigener Angabe mehr Zeit haben, sich mit Jugendlichen und ihren Bedürfnissen zu beschäftigen und so wertvolle Informationen an das AMS weitergeben können. Als relevant bezeichneten die

Vertreter_innen der Anbieter_innen auch die Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen (bfi, WIFI). Die Anbieter_innen sind darüber hinaus intensiv mit anderen Anbieter_innen vernetzt, insbesondere mit solchen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (z.B. Frauen, Personen mit Migrationshintergrund, benachteiligte Jugendliche etc.). Es wurde in den Interviews auch erwähnt, dass gemeinsam mit dem AMS bzw. BIZ Veranstaltungen organisiert werden, etwa zur Erstorientierung für jüngere Jugendliche und zu niederschweligen Informationsangeboten. Angebote unterschiedlicher Anbieter_innen und des BIZ greifen auch ineinander: Beispielsweise besuchen nach Aussage der Interviewpartner_innen Jugendliche, die am Talentcheck der WKO (der im Talentcenter stattfindet und etwa viereinhalb Stunden dauert) teilnahmen, häufig danach das BIZ, um abzuklären, welche Berufe für sie aufgrund der Ergebnisse im Talentcenter in Frage kommen.

Die befragten steirischen BBO-Lehrer_innen bewerteten die Kooperation mit dem BIZ durchwegs als produktiv und positiv. Sie werden regelmäßig per Mail über aktuelle Angebote informiert und finden beim BIZ kompetente Ansprechpartner_innen. Die Corona-Krise hat die Zusammenarbeit allerdings verkompliziert, da persönliche Treffen, die ansonsten regelmäßig stattfanden, entfallen mussten, wie die Veranstaltungen "Beruf und Information im Zentrum - Treffpunkt für Pädagoginnen und Pädagogen" im BIZ, auf denen die Angebote präsentiert werden und wo die Möglichkeit zum Austausch geboten wird. Diese Seminare/Workshops werden in der Regel einmal pro Semester von den BIZ für Lehrkräfte angeboten (persönlich im BIZ, online, zum Teil in Kooperation mit anderen Trägern) und sind Teil des Fortbildungsangebotes der PH Steiermark.

BBO-Angebote in der Steiermark

Plus:

- Breites und umfangreiches Angebot
- Alle Zielgruppen werden abgedeckt
- Es stehen gute Informationen (Internet, Broschüren) zur Verfügung
- Die Anbieter sind gut miteinander sowie mit dem AMS und BIZ vernetzt

Minus:

- Das Angebot ist zersplittert: Überschneidungen der Angebote/Doppelgleisigkeiten
- Teilweise zu hochschwellige Angebote
- Wartezeiten auf die Teilnahme an Programmen/Projekten
- Teilweise unzureichendes Angebot in den Regionen
- Kleinere Lücken in den Angeboten, z.B. Fachsprache für Migrant_innen

2.3 Beratungsbedarf und (mögliche) Zielgruppen der Angebote der BIZ

Bereits seit einigen Jahren zeichnet sich aus der Sicht von Bildungsexpert_innen bzw. Berater_innen in der Bildungs- und Berufsberatung ab, dass in Österreich der Bedarf an Beratung zukünftig zumindest gleichbleiben bzw. zunehmen wird (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 33, S. 69). Literatur- und Erhebungsergebnisse zeigen, dass eine Verbreiterung des Zuganges sowie Angebote für neue Zielgruppen im Trend liegen (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 6).

Die ab 2021 gültige „Bundesrichtlinie Kernprozess Informieren und Beraten über Arbeitsmarkt, Beruf und Bildung“ (KP3-Richtlinie) (AMS 2018) definiert als Zielgruppen der BIZ „Einzelpersonen oder Personengruppen (unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion, Behinderung, sexueller Orientierung), die vor einer Berufs- und/oder Bildungsentscheidung stehen“. Dazu gehören Arbeits- und Lehrstellensuchende, Ausbildungsabbrecher_innen, Aus- und Weiterbildungsinteressierte, Berufswechsler_innen, Schüler_innen ab der 7. Schulstufe sowie Wiedereinsteiger_innen. Darüber

hinaus „Einzelpersonen oder Personengruppen, die Berufs- und Bildungsinformationen für die Berufs- und/oder Bildungsentscheidung von Dritten verwerten“, wozu Eltern, Großeltern und andere Erziehungsberechtigte, Lehrkräfte, Coaches und Betreuer_innen (externe Trainer_innen) von Personen oder Gruppen gezählt werden. Zusätzlich werden je nach personellen und zeitlichem Ressourcenaufwand und Relevanz der Anfrage auch Institutionen, wie Interessenvertretungen, Land, Bezirk und Gemeinden sowie Bildungs- und Weiterbildungsinstitutionen als Zielgruppe definiert (S. 9). Somit kann festgestellt werden, dass die Zielgruppen der BIZ bereits recht breit definiert sind.

Aus der Sicht von von abif in früheren Studien befragten Expert_innen wird der Beratungsbedarf in Zukunft insbesondere bei Migrant_innen, bestimmten Gruppen von jungen Erwachsenen (19 bis 30 Jahre) sowie bei älteren Arbeitssuchenden ansteigen (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 7). Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Problemen bei der Integration in den Arbeitsmarkt, mit psychischen Problemen und/oder sozialpädagogischem oder sozialarbeiterischem Interventionsbedarf ist aus der Sicht von Expert_innen ein erhöhter Bedarf an Beratung abzusehen. Darüber hinaus werden junge Menschen mit Migrationshintergrund als Zielgruppe weiterhin wichtig bleiben. Jugendliche und junge Erwachsene, die sich außerhalb von Strukturen und Systemen befinden und sich viel zu Hause aufhalten („NEETs“ - Not in Employment, Education or Training bzw. „Außerschulische Jugendliche und junge Erwachsene“) stellen eine weitere wichtige Subzielgruppe dar. Viele Befragte sind davon überzeugt, dass niederschwellige Wiedereingliederungsprojekte für außerschulische Jugendliche und Erwachsene geschaffen werden müssen (vgl. Taschwer, Steiner & Flotzinger, 2019, S. 10). Benachteiligte Jugendliche benötigen zielgruppengerechte Beratungsansätze, wie etwa aufsuchende Beratung (etwa im öffentlichen Raum), Begleitung (z.B. zu AMS-Terminen) und zeitliche Flexibilität bei den Beratungsterminen (vgl. Taschwer, Steiner & Flotzinger, 2019, S. 66).

Personen über 50 Jahren sind eine weitere wichtige Zielgruppe von Bildungs- und Berufsorientierung. Es handelt sich bei den älteren Personen um eine sehr heterogene Gruppe mit verschiedensten Erfahrungswerten und Bildungsabschlüssen. Daher liegt der Schwerpunkt bei Beratungen zumeist auf der Person als Individuum (vgl. Dürr, Steiner & Taschwer2020, S. 41). Bei der Beratung älterer Arbeitssuchender ist es vor allem wichtig, ihnen nahezubringen, welche Vorteile lebenslanges Lernen, Qualifikation und Beratung für sie haben können (vgl. Dürr, Steiner & Taschwer2020, S. 70).

Der Bedarf an Bildungs- und Berufsberatung für Migrant_innen wurde bereits in früheren Befragungen von Expert_innen als stark ansteigend eingeschätzt. Die Integration von Fluchtmigrant_innen und Asylberechtigten ist an eine ausreichende Verfügbarkeit von Deutschkursen geknüpft. Die Beratungssituation auf Deutsch stößt bei geringen Sprachkenntnissen auf erschwerte Bedingungen (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 6).

Als Hauptzielgruppen der BIZ sehen die in den qualitativen Erhebungen der aktuellen Studie Befragten (Stakeholder, Betriebsrät_innen, Anbieter_innen) Schüler_innen, sowie arbeitssuchende bzw. beim AMS gemeldete Personen. Bedarf bestünde an Zielgruppenarbeit mit Erwachsenen, Erwerbstätigen, Personen mit Migrationshintergrund und Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Ausbaufähig ist aus Stakeholdersicht auch die Berufsorientierung in den AHS bzw. bei Maturant_innen. Aus Sicht der BO-Lehrer_innen sollte ein verstärkter Fokus auf die Elternarbeit gelegt werden, insbesondere was neu entstandene Berufe betrifft, da Eltern über diese meistens nur wenige Informationen besitzen.

Die in der aktuellen Erhebung befragten Betriebsrät_innen sehen die Aufgaben des BIZ stärker im Bereich von Jugendlichen (Berufsorientierung) als bei Beschäftigten angesiedelt. Für Personen, die gekündigt werden oder selbst kündigen, sehen die befragten Betriebsrät_innen allerdings Beratungsbedarf. Diese würden Hilfe bei der Umorientierung, Höherqualifizierung und dabei, die eigenen Begabungen und Chancen einzuschätzen, benötigen. Es stehen jedoch auch häufig firmeninterne Beratungsangebote zur Verfügung; beispielsweise werden durch Placement-Beratungen Mitarbeiter_innen, die gekündigt werden sollen, unterstützt. Für akademisch gebildete

Mitarbeiter_innen wird das BIZ als weniger geeignet angesehen, da diese für Fortbildungen eher Universitätslehrgänge nutzen und diese auch selbst recherchieren. Eine von abif durchgeführte Studie zeigt jedoch, dass auch Akademiker_innen – insbesondere dann, wenn sie sich umorientieren wollen – Unterstützung und Informationen über den Arbeitsmarkt benötigen (vgl. Egger-Subotitsch et al., 2017, S. 47).

Im öffentlichen Dienst steht nach Aussagen aus der Fokusgruppe mit Betriebsrät_innen die Verwaltungsakademie für Fortbildungen zur Verfügung, daher werde das BIZ von Beamt_innen eher nicht genutzt, könnte aber für Vertragsbedienstete hilfreich sein. Beratungsbedarf wurde auch bei Absolvent_innen der Verwaltungsakademie (Verwaltungsassistenz), die nicht eingestellt wurden, identifiziert. Beschäftigte, die sich umorientieren möchten, suchen sich nach Aussage der Befragten oft selbst Beratungsmöglichkeiten; welche sei jedoch nicht bekannt. Es wurde eingeräumt, dass diese Personen durchaus auch das BIZ nutzen könnten. Als mögliche Zielgruppen der BIZ wurden eher ältere, hochspezialisierte sowie weniger qualifizierte Mitarbeiter_innen ausgemacht.

In der Beratung von Jugendlichen sollte aus Sicht der in der qualitativen Erhebung Befragten die Entscheidungsfindung, die Definition von Zielen im Einklang mit den realen Voraussetzungen am Arbeitsmarkt sowie der Abgleich der Vorstellungen der Jugendlichen mit deren Fähigkeiten im Vordergrund stehen. Die BBO-Lehrer_innen sehen sinnvolle Schwerpunkte in der Präsentation verschiedener beruflicher Interessensgebiete und damit zusammenhängender Berufe.

Gegenwärtig werden aus Sicht der interviewten Personen hauptsächlich junge Menschen in der Phase der Berufsorientierung (Jugendliche bzw. Schüler_innen) und Personen, die beim AMS gemeldet sind und sich umorientieren bzw. wieder einsteigen wollen, als Zielgruppen des BIZ betrachtet. Berufstätige werden von den Expert_innen als Zielgruppe des BIZ kaum wahrgenommen, obwohl die Angebote des BIZ auch von Erwerbstätigen genutzt werden und die Einschätzung der in der quantitativen Erhebung befragten steirischen Erwerbsbevölkerung von der Sichtweise der Expert_innen abweicht (siehe Kap. 2.4). Sowohl die befragten Vertreter_innen von Anbieter_innen als auch die Betriebsrät_innen erachteten jedoch auch Erwerbstätige als eine mögliche Zielgruppe für Beratungen beim BIZ. Für spezifische Zielgruppen wie Migrant_innen, Frauen etc. sehen sich die entsprechend spezialisierten Einrichtungen mit ihren maßgeschneiderten Beratungsangeboten als Expert_innen an, wobei je nach Bedarfslage mit den BIZ zusammengearbeitet wird.

2.4 Nutzung des Beratungsangebotes zu Beruf, Ausbildung und Karriere

In der Telefonbefragung zeigte sich folgendes Bild (Abbildung 1): Etwas weniger als die Hälfte der erwerbsfähigen Steirer_innen (45,6% [41,6 - 49,5%]⁷) wurden schon einmal zu Beruf, Ausbildung oder Karriere beraten. Statistische Modellierung⁸ zeigte, dass Alter, höchster Bildungsabschluss, Erwerbsstatus und Urbanisierungsgrad einen Einfluss auf das Vorliegen einer Beratungserfahrung hatten; es gab keine Geschlechtsunterschiede (jeweils nach statistischer Kontrolle der anderen demographischen Variablen). Besonders niedrig war die Beratungsquote bei Personen mit Lehrabschluss; jüngere Personen hatten eher eine Beratung erhalten als ältere; Zum Zeitpunkt der Befragung arbeitslose Personen waren eher beraten worden als zum Befragungszeitpunkt erwerbstätige; Personen zum Befragungszeitpunkt in Ausbildung unterschieden sich *nicht* von

⁷ In eckigen Klammern werden die Unter- und Obergrenze des 95%-Vertrauensbereichs der davorstehenden, gewichteten Prozentzahl berichtet.

⁸ Logistische Regression. $n = 608$. GVIF < 2 für alle Prädiktoren. Andere Modellvoraussetzungen ebenfalls erfüllt.

Erwerbstätigen (nach statistischer Kontrolle für die anderen demographischen Variablen ⁹) (Abbildung 1).

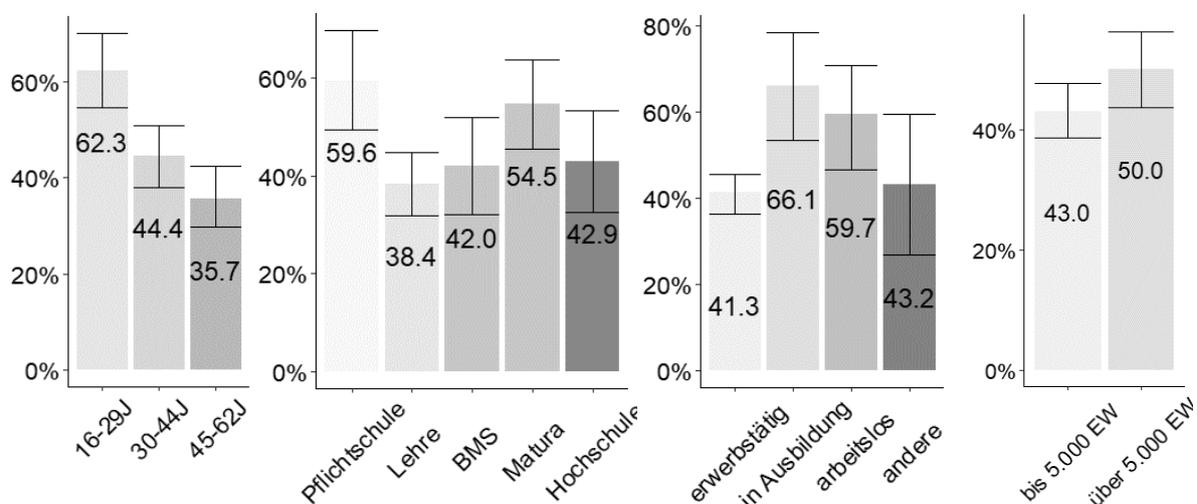


Abbildung 1. Gewichteter Bevölkerungsanteil jener Personen, die eine Berufs- oder Ausbildungsberatung erhalten hatten, differenziert nach Alter (links), höchstem Bildungsabschluss (mittig-links), Erwerbsstatus (mittig-rechts) und Gemeindegröße (rechts).

59,2% [55,3 - 63,1%] der befragten steirischen Erwerbsbevölkerung, die eine Berufsberatung erhalten hatten, erhielten diese noch während ihrer Ausbildung bzw. in der Schule; dabei wiesen 16- bis 29-Jährige deutlich häufiger eine Berufsberatung während der (Erst-)Ausbildung auf (86,5%) als 30- bis 44-Jährige (58,3%) oder 45- bis 62-Jährige (29,4%). Geschlecht, Bildung, Erwerbsstatus und Gemeindegröße hatten keinen differenziellen Einfluss auf den Erhalt einer Berufsberatung während der (Erst-)Ausbildung¹⁰.

22,9% [19,5 - 26,2%] der Steirer_innen hatten bereits einmal eine BIZ-Beratung erhalten. Statistische Modellierung ¹¹ ergab, dass Alter, höchster Bildungsabschluss und Erwerbstätigkeit einen differenziellen Einfluss auf die BIZ-Beratungsquote hatten. Insgesamt ergab sich ein ähnliches Bild wie bei der Reichweite der insgesamten Berufs- und Ausbildungsberatung: Jüngere Personen hatten eher Erfahrung mit BIZ-Beratung als ältere; verglichen mit Personen mit Matura wiesen Personen mit Pflichtschulabschluss eine höhere, Personen mit Hochschulabschluss eine niedrigere BIZ-Beratungsquote auf; Zum Befragungszeitpunkt arbeitslose Personen hatten ebenfalls häufiger Erfahrung mit einer BIZ-Beratung als aktuell erwerbstätige; es lagen keine Geschlechts- oder Stadt-Land-Unterschiede vor (Abbildung 2).

⁹ Geschlecht, Alter, höchster Bildungsabschluss, und Gemeindegröße

¹⁰ Statistische Modellierung: Logistische Regression. $n = 277$; GVIF < 2 für alle Prädiktoren. Andere Modellvoraussetzungen zeigen sich ebenfalls erfüllt.

¹¹ Logistische Regression. $n = 608$. GVIF < 2 für alle Prädiktoren. Andere Modellvoraussetzungen ebenfalls erfüllt.

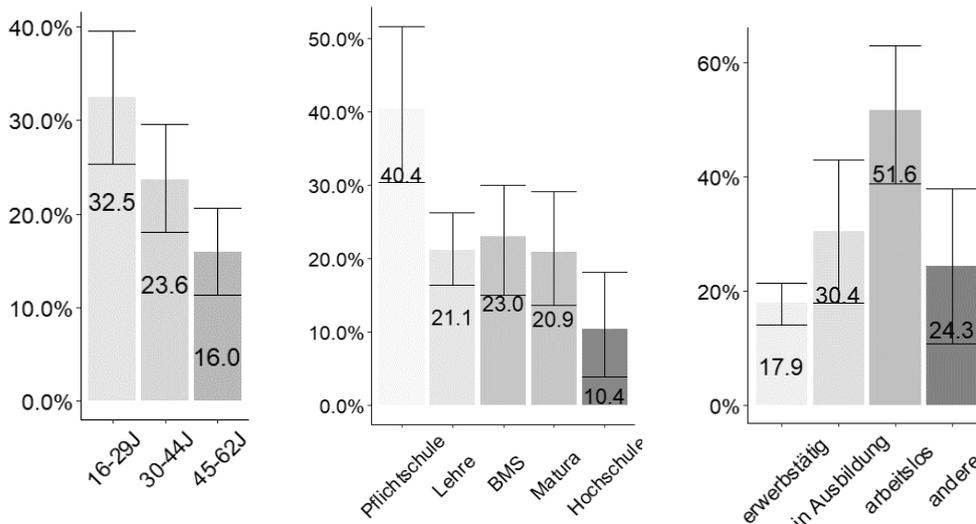


Abbildung 2. Gewichteter Bevölkerungsanteil jener Personen, die eine BIZ-Beratung erhalten hatten, differenziert nach Alter (links), höchstem Bildungsabschluss (mittig) und Erwerbsstatus (rechts) in Prozent.

Wäre die Wahrscheinlichkeit, eine Berufsberatung zu erhalten, bei jedem Lebensalter gleich, so sollte der Bevölkerungsanteil der Personen mit Berufsberatungs-Erfahrung mit dem Lebensalter steigen. Da in dieser Umfrage das gegenteilige Muster zu beobachten war – also dass jüngere Personen eher Erfahrung mit Berufsberatung hatten – scheint ein Kohorten-Effekt vorzuliegen. Das heißt, dass nicht das Alter, sondern die Generation den beobachteten Effekt erklären könnte, wobei dabei die Berufsberatung im Zuge der (Erst-)Ausbildung eine wichtige Rolle zu spielen scheint. Eine alternative Erklärung wäre, dass ältere Personen sich weniger häufig an eine Beratung erinnern könnten, vor allem, wenn diese weit zurückliegt.

Nach Aussage der qualitativ interviewten BO-Lehrer_innen stellt das BIZ für die Schulen den Hauptansprechpartner dar. In der 7. Schulstufe wird das BIZ das erste Mal mit den Schüler_innen besucht. Auch Infomessen des BIZ werden gerne in Anspruch genommen (diese fanden im Jahr 2020 virtuell statt). Die Schulen nutzen neben dem BIZ Angebote der AK, der WKO, der Steirischen Volkswirtschaftlichen Gesellschaft (STVG), des WIFI und der ÖSB. Konkret genannt wurden das Jugendcoaching, die Berufsfindungsbegleitung, das Talentcenter, Bewerbungstrainings und berufspraktische Tage. Dass es mehrere Anbieter gibt, wurde positiv gesehen, da dadurch eine Monopolstellung eines einzelnen Anbieters vermieden wird. Die Angebote werden im Team und je nach Zeitplan und Interesse der Lehrkräfte ausgewählt. Die Auswahl erfolge teilweise aufgrund zeitlicher Erwägungen, teilweise aufgrund der Expertise der verschiedenen Anbieter, die sich jedoch auch überschneiden. Als Beispiel wurde das Üben von Bewerbungsgesprächen für Schüler_innen genannt, welches bei verschiedenen Anbieter_innen gebucht werden kann. Für den Kontakt mit Unternehmen wurde insbesondere die STVG als wichtiger Ansprechpartner hervorgehoben, aber auch die AK und die WKO wurden genannt.

2.5 Bekanntheit des Beratungsangebotes zu Beruf, Ausbildung und Karriere

Auf die offene Frage: „Wenn Sie ein Anliegen zum Thema Beruf, Aus- und Weiterbildung oder Karriere haben, wo genau informieren Sie sich?“, wurden in der Befragung der steirischen Bevölkerung am häufigsten Internetsuchmaschinen, das AMS, Bekannte sowie das WIFI genannt, wobei Befragte bis zu fünf Informationsquellen nennen konnten (Abbildung 3).

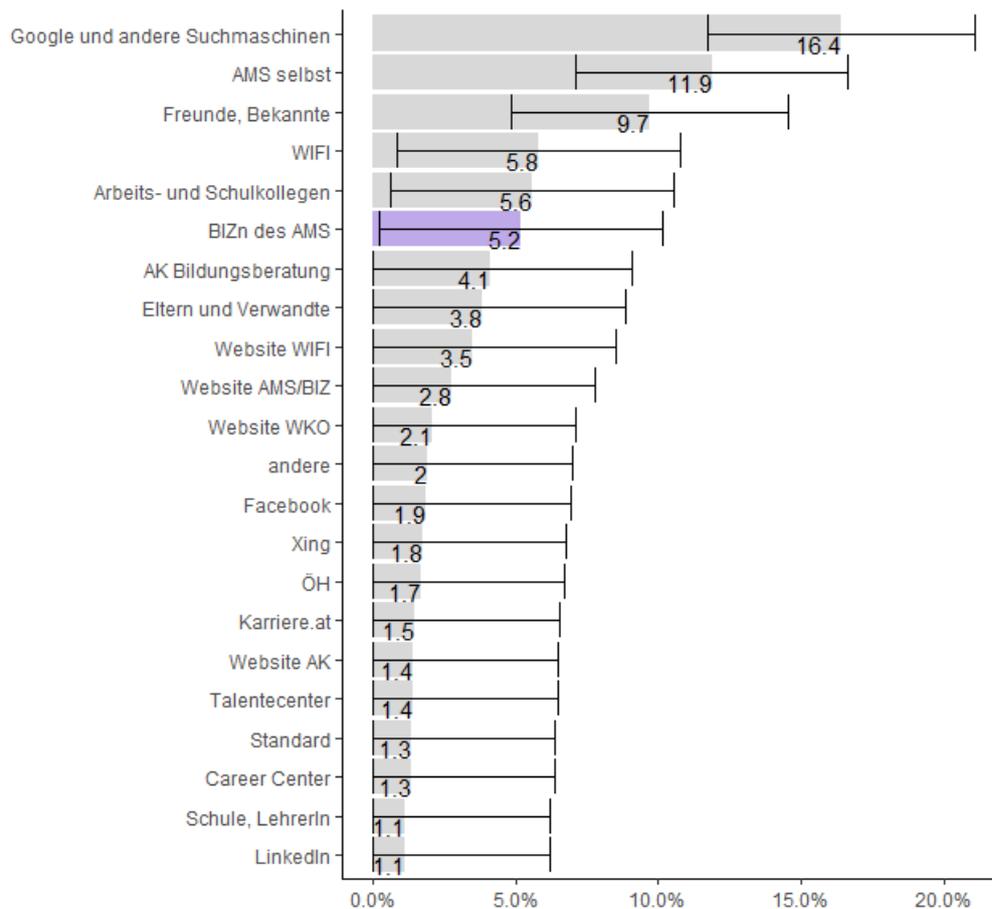


Abbildung 3. Relativer Prozentanteil der freien Nennung von Informationsquellen für Beruf, Aus- und Weiterbildung auf die Frage: „Wenn Sie ein Anliegen zum Thema Beruf, Aus- und Weiterbildung oder Karriere haben, wo genau informieren Sie sich?“. Befragte konnten bis zu fünf Informationsquellen nennen. Nennungen mit Häufigkeit <1% wurden ausgeblendet.

Auf die offen gestellte Frage „Welche Beratungseinrichtungen kennen Sie, die persönliche Beratung für Beruf, Ausbildung und Karriere anbieten?“, wurden AMS, WIFI, AK und BIZ am häufigsten genannt, wobei jede/r Befragte bis zu fünf Einrichtungen angeben konnte (Abbildung 4). Der Vorteil der am Anfang der Befragung gestellten offenen Frage ist, dass unbeeinflusste Informationen über die Bekanntheit der Beratungseinrichtungen gewonnen werden können. Auf Nachfrage kannten insgesamt 53,6% [49,7 - 57,6%] der Steirer_innen die BIZ des AMS. Statistische Modellierung¹² ergab, dass nach Kontrolle der jeweils anderen demographischen Variablen¹³ nur das Geschlecht einen Einfluss auf die Bekanntheit der BIZ hatte, wobei 58,3% der Frauen und 48,6% der Männer angaben, die BIZ zu kennen.

¹² Logistische Regression. $n = 608$. GVIF < 2 für alle Prädiktoren. Andere Modellvoraussetzungen ebenfalls erfüllt.

¹³ Alter, höchster Bildungsabschluss, Erwerbsstatus, und Gemeindegröße

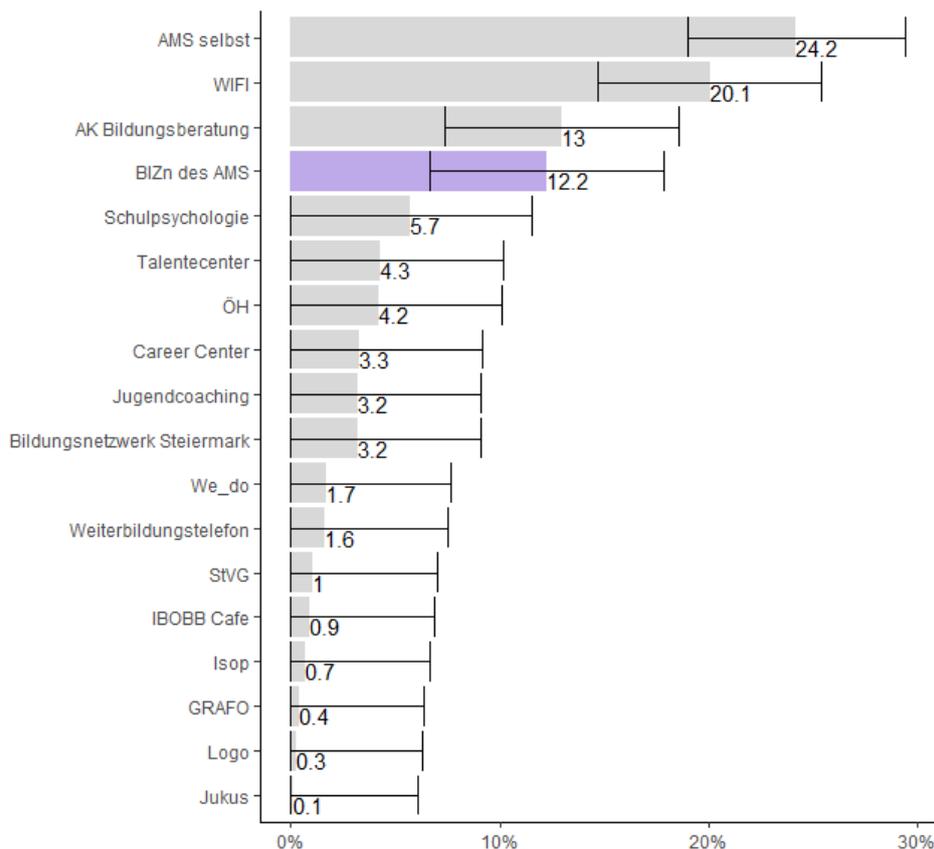


Abbildung 4. Relativer Prozentanteil der freien Nennung von Beratungseinrichtungen auf die Frage „Welche Beratungseinrichtungen kennen Sie, die persönliche Beratung für Beruf, Ausbildung und Karriere anbieten?“. Befragte konnten bis zu fünf Beratungseinrichtungen nennen.

Während die Berufsorientierungslehrkräfte nach Angabe der Vertreterin der PH Steiermark und der interviewten BO-Lehrer_innen sehr gut über das Angebot der BIZ informiert sind und auch ein regelmäßiger Austausch mit den BIZ stattfindet, ist der Bekanntheitsgrad bei anderen Lehrpersonen (noch) gering. Obwohl das Angebot der BIZ grundsätzlich allen Lehrkräften offensteht, liegt die Zuständigkeit nach Aussage der Interviewten in erster Linie bei den BO-Lehrer_innen und Schülerberater_innen. Außerdem hinge es von der Schulleitung ab, welcher Stellenwert der BBO in der jeweiligen Schule beigemessen wird. Es wurde angeregt auch Klassenvorstände stärker einzubinden, insbesondere dann, wenn die Berufsorientierung nicht als eigene Schulstunde, sondern integrativ erfolgt. Den Eltern sei das Angebot und die Leistungen überwiegend bekannt, nicht zuletzt, da sich BIZ-Mitarbeiter_innen bei Elternabenden vorstellen.

Die befragten Expert_innen halten das Angebot des BIZ bei Berufstätigen für nur sehr wenig bekannt. Die Betriebsrät_innen formulierten die Einschätzung, dass jüngere Personen das BIZ eher kennen als ältere. Als einen Grund für den geringen Bekanntheitsgrad bei älteren Personen wurde die Verbindung zum AMS genannt, es würde keine Ablehnung von Beratung generell vorliegen. Die Zuständigkeit des AMS werde weitgehend im Bereich von arbeitslosen Personen gesehen. Es bestünde daher eine gewisse Hemmschwelle, sich ans AMS zu wenden, solange jemand nicht von Kündigung betroffen bzw. bedroht ist. Außerdem wird nach Aussage der Befragten recht wenig Information über das BIZ und seine Angebote für Beschäftigte vermittelt. Beschäftigte würden als Ansprechpartner_innen oder

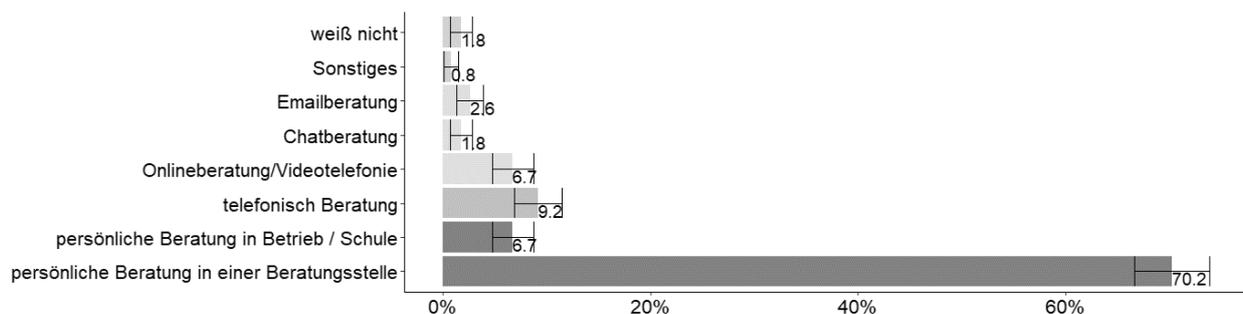
Beratungseinrichtungen bei einem Bedarf nach Weiterentwicklung oder Umorientierung eher die AK, den Betriebsrat und die Gewerkschaft nutzen.

2.6 Beratungserfahrungen im BIZ

Von den Befragten der Telefonbefragung, die eine BIZ-Beratung erhalten hatten, gaben 89,9% an vor Ort beraten worden zu sein, 22,3% waren telefonisch beraten worden sowie 5,8% via Videotelefonie bzw. online¹⁴. Etwa zwei Drittel der Vor-Ort-Beratungen fanden im Einzelsetting statt, ein Drittel im Gruppensetting. Es lag keine differenzielle Ausprägung des Beratungsmodus nach demographischen Variablen vor¹⁵.

Die Realsituation der Beratungsmodi stimmte ungefähr mit den Wünschen der Steirer_innen überein, wobei eine verstärkte Nachfrage nach Onlineberatung zu bestehen schien: 77,0% [73,6 – 80,3%] gaben an, persönliche Beratung in einer Beratungseinrichtung oder im Betrieb zu bevorzugen; 9,2% [6,9 – 11,5%] wünschten sich telefonische Beratung; 11,2% [8,7 – 13,7%] präferierten Online-, Email-, Chat- oder Videochatberatung (Abbildung 5). Diese Präferenzen unterschieden sich kaum zwischen den demographischen Gruppen, wobei Personen mit Hochschulabschluss persönliche Beratung etwas weniger stark bevorzugten (72,7%).¹⁶ Bei der Interpretation der Zahlen ist zu bedenken, dass die Befragung während der Covid-19-Pandemie stattfand.

Abbildung 2. Gewichteter Bevölkerungsanteil des gewünschten Beratungs-Modus in Prozent.



2.7 Image der BIZ in der Bevölkerung

Teilnehmer_innen an der telefonischen Befragung, denen die BIZ bekannt waren, wurden gebeten, diese nach Professionalität, Sympathie, Hochwertigkeit, Karriereförderlichkeit und Nützlichkeit zu bewerten. Dabei wurde eine Antwortskala von „sehr“ bis „gar nicht“ verwendet. Die BIZ wurden durchschnittlich, in absteigender Reihenfolge als ziemlich hilfreich, professionell, hochwertig, sympathisch und karrierefördernd bewertet (Abbildung 6). Statistische Modellierung¹⁷ ergab, dass es kaum Unterschiede in der Bewertung der BIZ zwischen den demographischen Gruppen gab, wobei

¹⁴ Diese Prozentsätze addieren sich zu mehr als 100%, da eine Person z.B. telefonisch *und* persönlich beraten worden sein kann.

¹⁵ Statistische Modellierung: Multinomiale Regression. $n = 139$. Modell mit Prädiktoren nur knapp signifikant besser als Nullmodell ($p = 0,03$). Für alle z-Tests der einzelnen Prädiktoren $p > 0,05$. Abhängige Variable wurde aus f5_1 bis f6 recodiert, wobei zwischen „Einzel“, „Gruppe“, „Telefon“, „Online“ und „Mehrfachnennung“ unterschieden wurde; alle anderen Fälle wurden auf fehlend gesetzt.

¹⁶ Statistische Modellierung: Multinomiale Regression. $n = 608$. z-Tests der Prädiktoren nur bei Bildung: Hochschule für „persönliche Beratung in Beratungsstelle“ ($p = 0,02$) und „Telefonberatung“ ($p = 0,01$) signifikant.

¹⁷ Lineare Regressionen jeweils für alle Eigenschaften. $n_{\text{professionell}} = 293$; $n_{\text{sympathisch}} = 277$; $n_{\text{hochwertig}} = 293$; $n_{\text{karriere}} = 280$, $n_{\text{hilfreich}} = 306$. $VIF < 2$ für alle Prädiktoren und Modelle. Abhängige Variable wurde reskaliert und alle unsicheren Antworten („weiß nicht“) wurden ausgeschlossen. Varianzerklärung lag zwischen 0% und 3%.

Hochschulabsolvent_innen die BIZ als geringfügig weniger professionell, sympathisch und hilfreich einstufen (im Vergleich zu Maturant_innen, nach Kontrolle der anderen demographischen Variablen¹⁸).

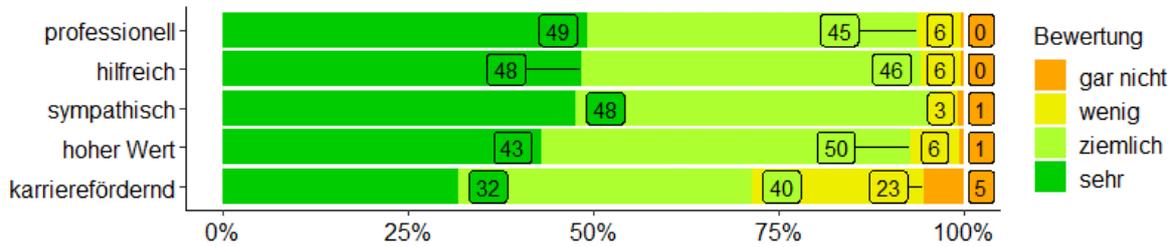


Abbildung 3. Image der BIZ bei Befragten, welchen die BIZ bekannt waren (n = 328)

Zusätzlich zu den demographischen Variablen wurde BIZ-Beratungserfahrung als unabhängige Variable untersucht; es zeigte sich, dass Personen, die schon einmal eine BIZ-Beratung erhalten hatten, die BIZ als geringfügig professioneller, sympathischer, hochwertiger, und hilfreicher einschätzten als Personen, welche noch keine Beratungserfahrung in einem BIZ hatten, nach Kontrolle für die jeweils anderen demographischen Variablen (Abbildung 7).

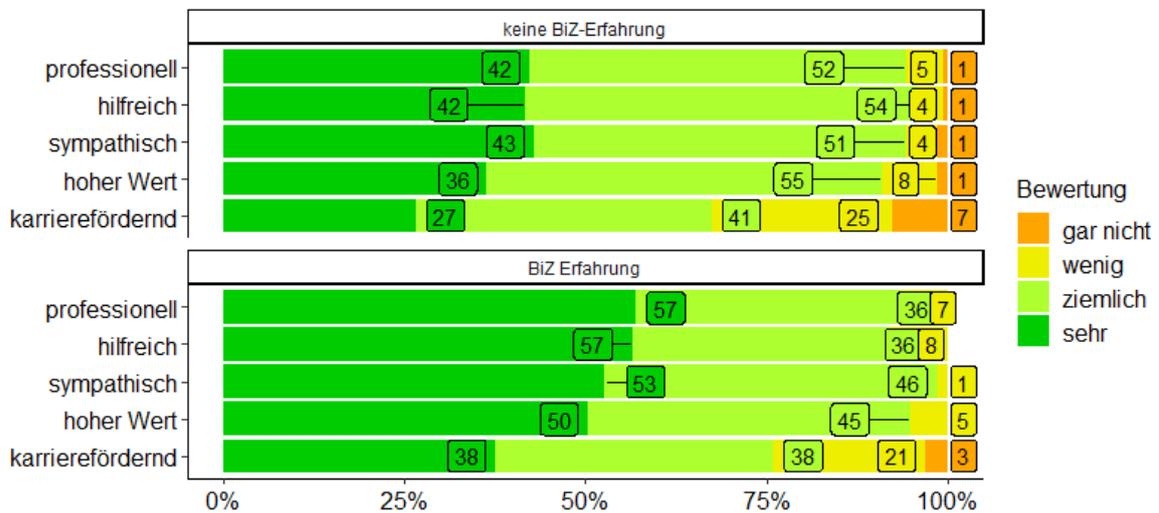


Abbildung 7. Image der BIZ bei Befragten, welchen die BIZ bekannt waren, mit (n = 139) und ohne (n = 187) BIZ-Beratungserfahrung in Prozent.

Für jede der Eigenschaften (Professionalität, Sympathie, Hochwertigkeit, Karriereförderlichkeit, Nützlichkeit) wurde erfragt, ob Teilnehmer_innen die jeweilige Eigenschaft eher den BIZ oder anderen Beratungsinstitutionen zuordnen würden. Dabei sollten die Teilnehmer_innen die BIZ mit jenen Beratungsinstitutionen vergleichen, welche sie zuvor als erstes auf die Frage „Welche Beratungseinrichtungen kennen Sie, die persönliche Beratung für Beruf, Ausbildung und Karriere anbieten?“ genannt hatten. Dabei wurden die BIZ als sympathischer, professioneller, hochwertiger, hilfreicher und gleich karriereförderlich im Vergleich zu anderen Beratungseinrichtungen bewertet; viele Teilnehmer_innen waren sich bei dieser Frage unsicher, daher sollten die Ergebnisse mit Vorsicht interpretiert werden (Abbildung 8).

¹⁸ Geschlecht, Alter, Erwerbsstatus und Gemeindegröße

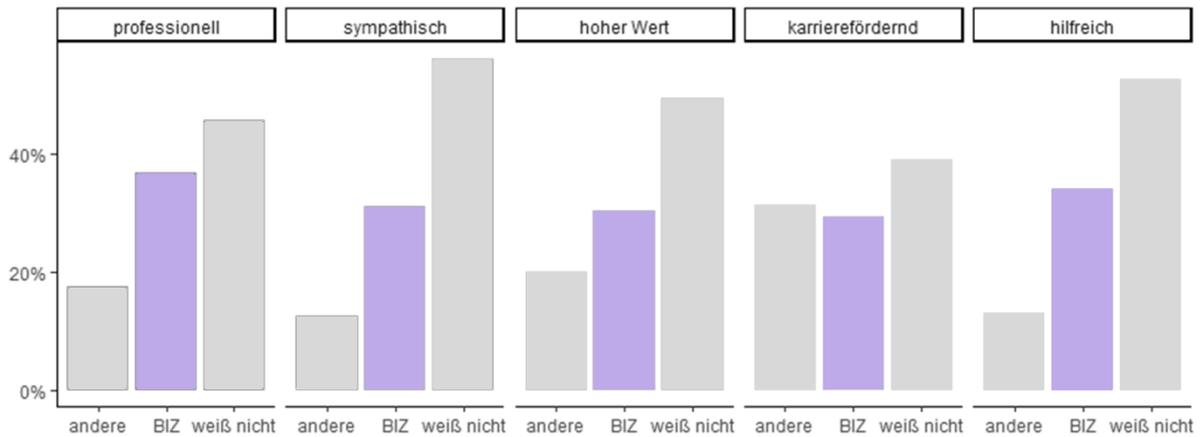


Abbildung 8. Gewichtete Zuschreibung der jeweiligen Eigenschaft zu den BIZ oder anderen Beratungseinrichtungen in Prozent.

Rund 14,8% [12,0 – 17,6%] der Steirer_innen waren der Auffassung, die BIZ seien nur für arbeitslose Menschen da, 5,3% waren sich unsicher. Es gab dies betreffend keine Unterschiede zwischen den demographischen Gruppen¹⁹. Dieses Ergebnis widerspricht den Aussagen der in der qualitativen Befragung interviewten Betriebsrät_innen, die die Zuständigkeit des BIZ überwiegend in der Beratung von arbeitslosen (oder von Kündigung bedrohten) Personen sehen.

Die überwiegende Mehrheit der Steirer_innen würden die BerufsInfoZentren Bekannten empfehlen. Statistische Modellierung²⁰ zeigte, dass Frauen die BIZ eher empfehlen würden als Männer und dass Lehrlinge, BHS-Abgänger_innen und Hochschulabsolvent_innen eine geringere Weiterempfehlungstendenz aufwiesen als Maturant_innen; Personen, welche bereits eine BIZ-Beratung erhalten hatten, würden die BIZ ebenfalls eher weiterempfehlen als Personen, welche noch keine BIZ-Beratung erhalten hatten (nach Kontrolle für die jeweils anderen Variablen²¹) (siehe Abbildung 9).

¹⁹ Statistische Modellierung: Multinomiale Regression. $n = 608$. Modell mit Prädiktoren *nicht* signifikant besser als Nullmodell ($p = 0,13$).

²⁰ Lineare Regression. VIF < 2 für alle Prädiktoren. $n = 608$. Andere Modellvoraussetzungen zeigen sich größtenteils erfüllt. Abhängige Variable wurde reskaliert und alle unsicheren Antworten („weiß nicht“) wurden ausgeschlossen.

²¹ Geschlecht, Alter, höchster Bildungsabschluss, Erwerbsstatus, Gemeindegröße, BIZ-Beratungserfahrung

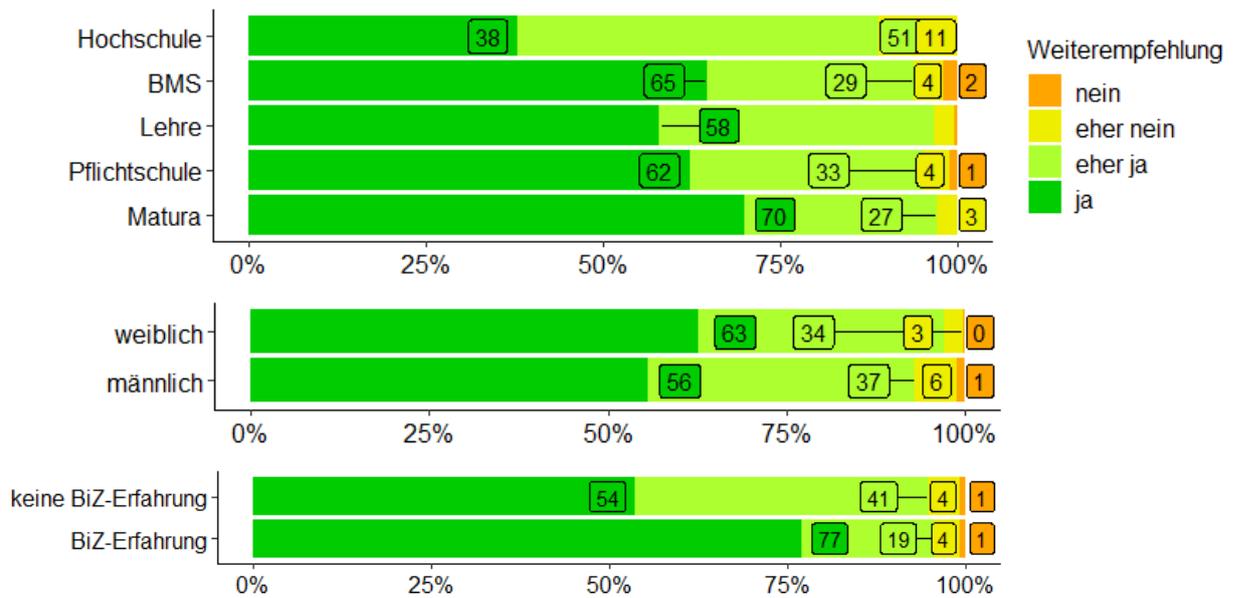


Abbildung 4. Weiterempfehlungstendenz der Steirer_innen betreffs BIZ differenziert nach höchstem Bildungsabschluss, Geschlecht und Beratungserfahrung in einem BIZ in Prozent.

2.8 Stärken der BIZ aus Sicht der Expert_innen

2.8.1 Regionalität und Kontinuität

Als Stärke der BIZ wurden von den Stakeholdern und den BO-Lehrer_innen die Struktur, die alle Bundesländer abdeckt, sowie das kontinuierliche Angebot hervorgehoben. Der regionale Bezug wurde als besonderes Plus gesehen: Die zumeist leichte Erreichbarkeit für die Kund_innen und eine gute Kenntnis des Arbeitsmarktes in den jeweiligen Regionen der Berater_innen seien Charakteristika der BIZ. Für die Altersgruppe der 13 – 15-Jährigen ist aus der Sicht der Stakeholder und der Vertreter_innen des Schulbereichs der regionale Arbeitsmarkt besonders bedeutsam - jüngere Jugendliche seien üblicherweise nicht so mobil wie ältere Personen. Als eine weitere Stärke wurden gute Kontakte zur Wirtschaft und zu Unternehmen, die Arbeitskräfte benötigen, genannt. Positiv wurde weiters bewertet, dass die BIZ in vielen Regionen der Steiermark Workshops/Austauschmöglichkeiten für Lehrpersonen anbieten.

Nach Einschätzung der Stakeholder ist auch die Langfristigkeit der Verfügbarkeit von Angeboten gegenüber von oft zeitlich befristeten (kleineren, regionalen) Projekten ein wichtiges Merkmal der BIZ.

2.8.2 Gute Angebote und Unterlagen

Die BO-Lehrer_innen beschrieben das BIZ-Angebot als umfangreich und für die Zielgruppe der Jugendlichen passend. Oft könnten gar nicht alle Angebote in Anspruch genommen werden und es müsse jeweils eine Auswahl getroffen werden. Sie bewerteten die vom BIZ bzw. AMS bereitgestellten Unterlagen als hoch qualitativ und einfach verfügbar – alles was man brauche und anfordere, werde auch rasch und unkompliziert zur Verfügung gestellt. Sehr gut können die Lehrpersonen die Informationen zur aktuellen Situation am Arbeitsmarkt und den Wandel in der Welt der Berufe verwenden.

Als positiven Aspekt hoben die BO-Lehrer_innen weiters hervor, dass Schüler_innen auch Einzelbetreuung erhalten können und dass die Möglichkeit, ohne Termin ein BIZ zu besuchen, Jugendlichen einen niederschweligen Zugang zu Beratung bietet. Begrüßt wurde, dass auch Informationen für die Eltern bereitgestellt werden. Die BO-Lehrer_innen lobten spezifisch die Angebote für Lehrlinge, wie etwa Angebote zu rechtlichen Fragen und zum Thema Berufsschule sowie Angebote, die über weiterführende Schulen informieren.

Eine weitere Stärke der BIZ sind aus der Sicht der Stakeholder und BO-Lehrer_innen die große Menge an Tools, die zur Verfügung gestellt werden, sowie ein sehr gutes Online-Angebot des AMS (Berufslexikon, Karrierekompass...). Lobende Erwähnung fanden auch die Berufsbroschüren des AMS. Als besonders wertvolle Methode für die Berufsorientierung wurden die Interessenstests hervorgehoben. Aus der qualitativen Befragung ist abzuleiten, dass für die BO-Lehrer_innen die Informationen, die das BIZ zur aktuellen Situation des Arbeitsmarktes sowie über Veränderungen in der Welt der Berufe und zur aktuellen Verfügbarkeit von Lehrstellen zur Verfügung stellt, von besonders hohem Nutzen sind.

Auf die Corona-Krise und die damit verbundenen Einschränkungen hat das BIZ nach Aussage der Expert_innen (Schule, Stakeholder) gut und flexibel reagiert, indem das Angebot verbreitert und mit einem digitalen Schwerpunkt umgestaltet wurde. So konnten über Lernplattformen die Angebote auch im Distance Learning durchgeführt werden.

Die Berater_innen sind aus Sicht der Stakeholder, der anderen Anbieter und der BBO-Lehrer_innen gut ausgebildet und die Beratung wird professionell durchgeführt. Die fachliche Expertise der Berater_innen beim BIZ wurde als sehr hoch eingeschätzt und stellt eine wichtige Informationsquelle zu Berufen und Ausbildungswegen für die anderen Beratungsstellen dar.

2.8.3 Kooperation mit anderen Anbietern und dem Schulbereich

Die Kooperation der BIZ mit anderen Anbietern/Stakeholdern auf Landesebene und regionaler Ebene wurde in der qualitativen Erhebung positiv hervorgehoben. Sie finde regelmäßig statt und wurde als produktiv und erfolgreich beschrieben.

Nach Expert_inneneinschätzung (PH Steiermark, AK, BO-Lehrer_innen) stellt das BIZ für den Schulbereich einen sehr relevanten Partner dar, auch wenn Schulen auch Angebote anderer Anbieter_innen in Anspruch nehmen. Es hat sich eine sehr gute Kooperation und Kommunikation zwischen den BIZ, der pädagogischen Hochschule und den Berufsorientierungslehrer_innen in den Regionen etabliert. Der Ablauf sei sehr gut und unkompliziert organisiert. Als Plus wurde außerdem genannt, dass die Lehrkräfte aktiv informiert werden sowie dass zuvor eine Absprache stattfindet, welche Themen für Lehrpersonen besonders relevant sind und im Programm darauf Rücksicht genommen wird.

2.9 Entwicklungsmöglichkeiten für die BIZ

2.9.1 Angebote

Die Vertreter_innen der Stakeholder strichen heraus, dass ein lebenslanger Ansatz wünschenswert ist, und dass sowohl Kinder als auch Jugendliche und Erwachsene angesprochen werden sollen. Dies sei insbesondere vor dem Hintergrund einer sich rasch wandelnden Arbeitswelt, die neue Qualifikationen erfordert, zu beachten. Lineare Arbeitsbiografien werden immer mehr zur Ausnahme. Somit treten auch ältere Personen als Zielgruppe in den Vordergrund, um diese im Berufsleben zu halten (Umschulungen, Weiterbildungen). Erwachsenenbildung und lebenslanges Lernen sind wichtige

Themen für die Zukunft. Eine Laufbahnberatung, die längerfristig angelegt ist, wird aber weniger in der Zuständigkeit bzw. Kompetenz des BIZ verortet als bei anderen Anbietern. Als Grund dafür wurde genannt, dass das BIZ aufgrund seiner Anbindung an das AMS vor allem an einer raschen Vermittlung interessiert sei, während bei anderen Anbieter_innen auch eine Ausbildung das Ziel sein kann und der Einstieg in den Arbeitsmarkt erst als längerfristiges Ziel betrachtet werde.

Für die Zielgruppe Jugendliche ist es aus Sicht der Stakeholder wichtig, ihnen Berufe nahezubringen, die in der Zukunft gefragt sind, z.B. Mint-Fächer und Berufe in der Pflege. Eine wichtige Aufgabe von Beratung sei auch, Mädchen für traditionell männlich konnotierte Berufe zu interessieren und Burschen für stereotypisch weibliche Tätigkeiten. Auch sollten kreative Aspekte bei technischen Berufen oder die technischen Kenntnisse, die für viele Berufe heute notwendig sind, hervorgehoben werden. Aus den Interviews mit den Expert_innen der Sozialpartner und des Landes Steiermark ist aber auch abzuleiten, dass die Berufsorientierung unbedingt auf die Interessen und Talente Rücksicht nehmen sollte, um Arbeit gerade Jugendlichen als etwas nahezubringen, das nicht nur dem Lebensunterhalt, sondern auch der Selbstverwirklichung dient.

Für die BO-Lehrer_innen ist die Berufsfindung der Jugendlichen das Ziel. Unrealistische Vorstellungen sollten verworfen und dafür sinnvolle Alternativen aufgezeigt werden. Wenn dies auf der Basis der Talente und Interessen der Schüler_innen geschieht, ist sichergestellt, dass die jungen Menschen den für sie richtigen Beruf ergreifen. Wichtig sei es auch, die vielfältigen Möglichkeiten aufzuzeigen, unter anderem traditionelle Frauenberufe für männliche Jugendliche und umgekehrt. Hier wurden der Boys' Day und der Girls' Day lobend erwähnt.

Aus Sicht der BO-Lehrer_innen sind die Besuche mit Schulklassen im BIZ nicht veränderungsbedürftig. Sie sehen es als nicht notwendig oder sinnvoll an, dass sich die Berater_innen direkt an die Jugendlichen wenden; die Organisation über die Lehrpersonen funktioniere gut. Auch eine Nachbetreuung durch die BIZ-Berater_innen sei überwiegend nicht notwendig, da diese durch die BO-Lehrer_innen erfolge. Bei manchen Angeboten, wie beim Talentcenter, sei es jedoch sinnvoll, die Ergebnisse gemeinsam mit Berater_innen aus dem BIZ noch einmal zu besprechen. Die Einbindung der Eltern wurde als äußerst wichtig angesehen. Einige Eltern hätten das Bedürfnis an einem Gespräch mit BIZ-Berater_innen, da sie bei den Veranstaltungen am Vormittag meistens nicht anwesend sein können. Die BO-Lehrer_innen äußerten den Wunsch nach einem Ausbau von Angeboten, die gemeinsam mit den Eltern durchgeführt werden. Diese Veranstaltungen sollten möglichst am Nachmittag stattfinden, damit keine Unterrichtsstunden ausfallen. Da Besuche mit den Schulklassen im BIZ besonders in entlegeneren Regionen aufwändig sind, wurde der Wunsch geäußert, dass BIZ-Berater_innen diese Schulen besuchen. In Regionen mit einem BIZ in der Nähe wurde die Anreise hingegen als unproblematisch erachtet.

Nach Aussage der BO-Lehrer_innen wurden einige Angebote eingestellt, die aus ihrer Sicht sehr sinnvoll waren. Genannt wurde die Potenzialanalyse, in der unter anderem räumliches Vorstellungsvermögen getestet wurde und deren Ergebnisse von einem/einer Mitarbeiter_in des BIZ mit den Jugendlichen und Eltern gemeinsam besprochen wurden. Dieses Angebot sei auch von den Eltern wiederholt nachgefragt worden. Ein weiteres Angebot, welches laut BO-Lehrer_innen eingestellt oder zumindest reduziert wurde, waren Nachmittagsveranstaltungen zu Berufen bestimmter Themenkreise (z.B. Auto, Schönheit etc.). Der themenbezogene Zugang war für die Jugendlichen gut geeignet, da sie so ihre Interessen abgedeckt sahen. Bei diesen Veranstaltungen waren ein Lehrherr, ein Lehrling sowie mehrere Unternehmer_innen aus dem jeweiligen Berufsfeld anwesend. Anschließend gab es persönliche Gespräche und Beratung. Angeregt wurde auch eine Veranstaltung des BIZ nach dem Vorbild des „Fähigkeitenparcours“ der Steirischen Volkswirtschaftlichen Gesellschaft. Dieses Angebot hat zum Ziel, die eigenen Fähigkeiten (geistig, sozial, handwerklich, körperlich und kreativ) kennenzulernen und ist nach Aussage einer BO-Lehrerin bereits für Schüler_innen der 2. Klasse (MS) geeignet.

Zu den Angeboten des AMS merkten die Anbieter an, dass gerade bei schwierigen Zielgruppen eine Erhöhung der Zeitressourcen der AMS-Berater_innen notwendig wäre ²². Ein Ausbau von praxisorientierten Maßnahmen, in denen Berufe ausprobiert werden können, wurde ebenfalls als wünschenswert erachtet. Dies würde dazu führen, dass Jugendliche erkennen, was sie interessiert und wofür sie geeignet sind sowie Abbrüche von Berufslaufbahnen und Ausbildungen verhindern. Noch größeres Augenmerk sollte auch auf Niederschwelligkeit, beispielsweise und insbesondere für bildungsferne Jugendliche gelegt werden. Als Beispiel wurde das e-AMS-Konto genannt, das für viele Jugendliche, nicht nur für solche mit Migrationshintergrund, zu hochschwellig sei. Der Verein Jukus müsse den jungen Menschen regelmäßig Nachrichten aus dem e-AMS-Konto und Vorschriften des AMS (wie sich innerhalb von acht Tagen zu melden) erklären.

Die befragten Betriebsrät_innen halten für Beschäftigte, die sich umorientieren wollen oder müssen, Informationen über die Zukunftsaussichten in bestimmten Berufen für besonders wichtig, nicht zuletzt, da sich diese aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung im Umbruch befinden. Die Beratung müsse einen Mehrwert gegenüber der eigenen Google-Suche bieten. Insbesondere sollte die Beratung auch Möglichkeiten eröffnen, welche die Personen, die Beratung suchen, noch nicht erwogen haben. Als sinnvoll wurde erachtet, Anregungen zu bieten, auch weiter entfernte Berufsfelder in Erwägung zu ziehen. Gleichzeitig wurde als sinnvoll erachtet, die Möglichkeiten einzugrenzen, da eine zu große Auswahl an Berufen oder Ausbildungswegen wiederum zu Entscheidungsschwierigkeiten führen könnte. Die Berater_innen sollten realistische Chancen aufzeigen, da Personen, die lange beschäftigt waren, oft falsche Erwartungen an einen neuen Arbeitsplatz hegen. Es wurde empfohlen, eine Begleitung anzubieten, die von einer Bedarfsanalyse über konkrete Hilfestellungen bis zur Unterstützung bei der Umsetzung der Berufswünsche von Kund_innen reicht. Die Beratung sollte sich an den Bedürfnissen der Kund_innen orientieren. Als wichtig erachteten die Befragten, deren Selbstbewusstsein zu stärken und zu vermitteln, sich von Ausschreibungen, die sehr anspruchsvoll formuliert sind, nicht abschrecken zu lassen. Als wichtige Beratungsinhalte wurden Unterstützung bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen sowie Bewerbungstraining eingefordert. Ältere Mitarbeiter_innen, die schon lange keinen Bewerbungsprozess mehr durchlaufen haben, würden Unterstützung benötigen, wie moderne Unterlagen und Anschreiben aussehen müssen und welche Kriterien Unternehmen an ihre zukünftigen Mitarbeiter_innen anlegen. Ältere Arbeitssuchende, die lange im gleichen Beruf bzw. Berufsumfeld tätig waren, berichteten in einer von abif durchgeführten Studie, über den Arbeitsmarkt weniger Bescheid zu wissen als früher; sie wünschten sich daher Informationen über (neue) Tätigkeitsfelder, die zu ihren Fähigkeiten und Motivationslagen passen sowie Unterstützung beim Bewerbungsprozess (vgl. Dürr et al., 2019, S. 185f).

Die Öffnungszeiten der BIZ, die aufgrund der Corona-Krise auf den Vormittag beschränkt waren, könnten, wie ein Vorschlag aus den Expert_inneninterviews nahelegt, teilweise auf den Nachmittag oder Abend ausgeweitet werden - gerade dann, wenn weitere Zielgruppen wie Personen, die in Beschäftigung stehen, angesprochen werden sollen.

Die Expert_innen schlugen weiters vor, die Angebote in den Regionen noch weiter auszubauen. Es sollte weiterhin und noch verstärkt auf Arbeitsmarkttrends, insbesondere in der Region, Bezug genommen werden. Die WKO regte an, in der Beratung nicht nur auf Anstellungen zu fokussieren, sondern auch unternehmerische Möglichkeiten, insbesondere für junge Menschen, in die Beratung zu integrieren. Es wurde der Wunsch geäußert, dass das AMS verstärkt zukünftige Arbeitsmarktentwicklungen berücksichtigen sollte.

²² Die BIZ-Beratungstermine dauern 60 Minuten und sind somit viel länger als die Termine im Service für Arbeitskräfte.

2.9.2 Öffentlichkeitsarbeit/Image

Die Betriebsrät_innen regten an, dass den Beschäftigten mehr Informationen über die Angebote des BIZ zugänglich gemacht werden sollten und diesbezüglich mehr Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden sollte. Sie halten es für wichtig, eine eventuelle Scheu gegenüber AMS-nahen Einrichtungen abzubauen bzw. sich als BIZ vom AMS abzugrenzen. Insbesondere die Website sollte überarbeitet werden, sodass auch Menschen angesprochen werden, die nicht arbeitslos sind. Die BIZ-Angebote finden sich aktuell unter der Kategorie „Arbeitssuchende“, was Beschäftigte nicht anspreche. Es wurde angeregt, auf der Website direkt Informationen zugänglich zu machen, wie beispielsweise zur Erstellung von Bewerbungsunterlagen. Es wurde auch als sinnvoll erachtet, besonders in kleineren Gemeinden, den Kontakt mit Lokalpolitiker_innen zu suchen, welche Informationen über das BIZ an die Bevölkerung weitergeben könnten. Eine BO-Lehrerin wies darauf hin, dass es wichtig sei, in der Öffentlichkeitsarbeit nicht nur die Abkürzung zu verwenden, sondern „Berufsinformationszentrum“ auszuschreiben, um gleich kenntlich zu machen, worum es sich handelt (die offizielle Bezeichnung lautet „BerufsInfoZentrum“).

Für den Bildungsbereich wurde der Vorschlag eingebracht, die Schulen verstärkt aktiv anzuschreiben und für die Schulen ein Plakat mit einer Übersicht des Angebots anzubieten, welches in den Schulen aufgehängt werden könnte. Darüber hinaus könnten die BIZ einen intensiveren Kontakt zu den Elternvereinen suchen. Die BO-Lehrer_innen schlugen vor, für (Nicht-BO-)Lehrkräfte beim BIZ einen Tag der offenen Tür einzuführen, da Lehrer_innen üblicherweise nur über wenig Kenntnisse über die Angebote der BIZ verfügen. Dies könnte über die Direktion oder die Berufsorientierungskoordinator_innen organisiert werden.

Jugendliche, die Beratung benötigen bzw. suchen, assoziieren das AMS aus Sicht der interviewten Stakeholder und BO-Lehrer_innen häufig mit dessen Vermittlungsauftrag und der Verpflichtung, sich zu bewerben und habe ein „behördenhaftes“ Image, was auch auf das BIZ abfärbe. Andere Anbieter würden daher von einigen Jugendlichen mit Beratungsbedarf vorgezogen, selbst wenn diese Anbieter im Auftrag des AMS arbeiten. Der Bekanntheitsgrad und das Image des BIZ bei Jugendlichen wurden unterschiedlich beurteilt: Vertreter_innen der Stakeholder äußerten, es wäre eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit wünschenswert, um jungen Menschen den Mehrwert, den ihnen eine Beratung beim BIZ verspricht, zu vermitteln. Die BO-Lehrer_innen hingegen hielten das BIZ für ausreichend bekannt bei Jugendlichen, da das BIZ bereits in der 3. Klasse/7. Schulstufe besucht werde. Mögliche Vorurteile der Schüler_innen könnten dadurch leicht abgebaut werden. Überdies werde das AMS in einer schwierigen Arbeitsmarktsituation von Jugendlichen als unterstützend erlebt und in bestimmten Regionen (z.B. Mürztal, Metallindustrie) als Vermittlungsinstanz zwischen Arbeitgebern und Lehrstellensuchenden bzw. Arbeitssuchenden betrachtet. Aus dem Blickwinkel der Unternehmer_innen besteht nach Aussage der befragten Betriebsrät_innen eine Hemmschwelle, vom AMS vermittelte Personen als Mitarbeiter_innen zu übernehmen, da es notwendig ist, die Anforderungen genau zu definieren. Daher wurde eine verstärkte Zusammenarbeit mit dem BIZ als erstrebenswert angesehen. Die befragten Betriebsrät_innen sprachen darüber hinaus die Anregung aus, dass Informationen über die Angebote des BIZ an Unternehmen kommuniziert werden könnten. Die Unternehmen könnten ihre Mitarbeiter_innen auch direkt über geeignete Veranstaltungen informieren. Das BIZ sei bei Unternehmen zu wenig bekannt, es würden überwiegend private Unternehmen beauftragt (Outplacement, Arbeitsstiftungen).

2.9.3 Anforderungen an die Beratung

Beratungen können innerhalb eines größeren Entscheidungsprozesses im Leben von Menschen einen wertvollen Beitrag leisten, indem sie diesen Prozess unterstützen. „In diesem Prozess geht es darum Orientierung zu finden, Alternativen abzuwägen, persönliche Entwicklungsprozesse in Bildung, Beruf

und Leben zu durchlaufen, persönliche Anlagen, Talente und Fähigkeiten zu entdecken und zu stärken. Ziel ist es letztlich, dass Menschen so selbstbestimmt und selbstverantwortlich wie möglich den persönlichen Lebensweg beschreiten können“ (Egger-Subotitsch, 2016, S. 58f)

Ein wichtiger Baustein für die Qualitätssicherung ist die laufende Professionalisierung von Berater_innen und Trainer_innen (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 69). Die Professionalisierung auf internationalem Niveau stellt auch eines der Ziele der steirischen Strategie für Bildungs- und Berufsorientierung dar (vgl. Bildungs- und Berufsorientierung – Landesgremium Steiermark (BBO-LG), 2017, S. 8).

Folgende Qualifikationen der Berater_innen wurden in der qualitativen Erhebung der aktuellen Studie (Stakeholder, BO-Lehrer_innen, Betriebsrät_innen) genannt:

- Didaktische Fähigkeiten, pädagogische Fähigkeiten (bei der Beratung von Jugendlichen)
- Eine gewisse Autorität (insbesondere bei der Beratung von Jugendlichen)
- Einfühlungsvermögen, Empathie, Freundlichkeit, Geduld
- Fähigkeit und Bereitschaft, auf individuelle Situationen einzugehen
- Fähigkeit, das Gegenüber einzuschätzen (z.B. nonverbale Kommunikation zu interpretieren)
- Fähigkeit, die Kund_innen zu motivieren
- Kulturelle Kompetenz (insbesondere bei der Beratung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund)
- Längerfristiges Denken (Lifelong Guidance)
- Sehr gute Kenntnisse des (regionalen) Arbeitsmarktes und der zu erwartenden Entwicklungen

Für gute Beratungsergebnisse ist es nötig, die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zu kennen und den Zugang sowie die Beratungsformate an diese möglichst anzupassen. Die von abif in einer früheren Studie befragten Expert_innen sahen die persönliche Einzelberatung für alle Zielgruppen als die wichtigste Form der Beratung an, aber auch Gruppenberatungen wurden genannt, welche vor allem der Informationsweitergabe dienen (vgl. Steiner & Kerler, 2017, S. 6). Auch in der aktuellen Befragung wird die persönliche Beratung als besonders erfolgversprechend hervorgehoben. Telefonische und insbesondere online verfügbare Beratungsformate, wie Videokonferenzen oder Chat werden jedoch immer bedeutsamer und sind durch die Corona-Krise noch rascher in den Vordergrund gerückt. Von den im abif-Survey 2016 befragten Berater_innen setzten 28% Beratung per E-Mail ein, 6% schriftliche Internet-Beratung wie Chat oder Online- Beratung (vgl. abif-Survey 2016, Mehrfachnennungen; Steiner & Kerler, 2017, S. 31). Dieser Anteil ist vermutlich durch die Herausforderungen der Corona-Krise stark gestiegen.

Für Jugendliche bzw. Schüler_innen wurden Online-Formate von den BO-Lehrer_innen als gut geeignet beurteilt, da diese auch den Vorteil bieten, niederschwellig zu sein. Da die Schüler_innen aufgrund der Corona-Krise vermehrt über die technischen Voraussetzungen verfügen, könnten Online-Beratungen, z.B. Videochats mit Schüler_innen, aus der Sicht der befragten Personen aus dem Schulbereich auch teilweise weiter fortgeführt werden. Alle Methoden, bei denen das eigene Smartphone verwendet werden kann, werden von den Jugendlichen nach Aussage der Befragten besonders gerne angenommen. Die aktuelle JIM-Studie befindet für Deutschland, dass 95% der Mädchen und 92% der Jungen (12 bis 19 Jahre) ein Smartphone besitzen. Über einen Computer oder Laptop verfügen 61% der Mädchen und 70% der Jungen (vgl. Feierabend, Rathgeb & Reutter, 2020, S. 8) - in Österreich ist von ähnlichen Zahlen auszugehen. Der Anteil an Jugendlichen mit Computer oder Laptop könnte sich durch den Online-Unterricht seit März 2020 erhöht haben, dennoch ist davon auszugehen, dass junge Menschen bevorzugt ihr Smartphone verwenden, wenn es um Online-Aktivitäten geht. Hier ist jedoch auch zu erwähnen, dass benachteiligte Jugendliche sowie Jugendliche mit Migrationshintergrund nach den Erfahrungen der auf diese Zielgruppe spezialisierten Anbieter weniger technikaffin sind als für diese Altersgruppe angenommen und Sprachbarrieren bei Online-Formaten stärker ins Gewicht fallen.

Für Jugendliche wurde als ein mögliches zusätzliches Online-Angebot vorgeschlagen, einen virtuellen Rundgang durch ein BIZ anzubieten²³, sowie online die Möglichkeiten, die die BIZ bieten, vorzustellen. Elektronische und telefonische Angebote könnten weiterhin persönliche Angebote ergänzen. Die BO-Lehrer_innen haben darüber hinaus wahrgenommen, dass die Online-Auftritte von Firmen sich durch die Corona-Krise verbessert haben und auch jugendgerechter gestaltet wurden.

Angesprochen wurde auch, dass gerade benachteiligte Jugendliche in der Beratung mehr zeitliche Ressourcen benötigen würden als zurzeit bei Einzelberatungen zur Verfügung steht. Kommunikationsschwierigkeiten und kulturelle Unterschiede würden die Beratung erschweren und daher teilweise dazu führen, dass Jugendliche in Kurse geschickt würden, die eigentlich nicht für sie geeignet seien. Hier dürften sich die Befragten auf Termine beim SfA (Service für Arbeitskräfte) bezogen haben, da die Zubuchung zu einer Kursteilnahme ausschließlich den SfA-Berater_innen obliegt und für Termine in den BIZ auch mehr Zeit zur Verfügung steht als beim SfA. Es sollte möglichst vermieden werden, dass junge Menschen eine Ausbildung oder eine Berufslaufbahn beginnen und dann wieder abbrechen, weil sich dieser Weg als doch nicht geeignet herausstellt. Dies müsse im Vorfeld abgefedert werden. Ob in der Beratung Teilziele definiert werden sollten, hängt aus der Sicht der BO-Lehrer_innen davon ab, wie gefestigt die Berufswahl bereits ist. Bei Schüler_innen mit vagen oder unrealistischen Vorstellungen könnten diese sinnvoll sein, bei Schüler_innen mit klaren Präferenzen sei dies nicht notwendig.

Für Beschäftigte mit Beratungsbedarf halten auch die befragten Betriebsrät_innen eine persönliche Beratung, am besten an einem BIZ-Standort, für am sinnvollsten, obwohl in ländlichen Gegenden lange Fahrzeiten anfallen können. Eine Face-to-Face-Beratung sei persönlicher, und der_die Berater_in könnte die Beratung suchende Person besser einschätzen. Es wurde auch die Einschätzung abgegeben, dass ältere Personen weniger gut mit Online-Formaten zurechtkommen könnten. Hier ist aber darauf hinzuweisen, dass ältere Beschäftigte, die diese Formate spätestens in der Corona-Krise genutzt haben, sich auch in einer Beratungssituation damit arrangieren können werden. Beratungen direkt in den Betrieben beurteilten die Befragten als weniger empfehlenswert, da aus ihrer Sicht die Mitarbeiter_innen vermeiden möchten, dass Kolleg_innen und Vorgesetzte von ihrem Beratungsbedarf erfahren. Am Ende einer Beratung von Beschäftigten, die sich umorientieren oder weiterentwickeln wollen, sollte nach Meinung der Betriebsrät_innen eine klare Orientierung der Kund_innen stehen, sodass sie ein Ziel definiert haben und auch wissen, wie sie dieses erreichen können.

2.9.4 Vernetzung mit anderen Anbietern

Mehrfach wurde von Stakeholderseite der Wunsch nach einem weiteren Ausbau der Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Anbietern einschließlich des BIZ ausgesprochen. Die Möglichkeiten hierzu sind jedoch auch durch Ressourcen begrenzt, da das Angebot sehr breit und zersplittert ist. Das AMS fungiert hier als zentrale Drehscheibe. Eine gute Zusammenarbeit mit dem AMS, etwa in der Form von regelmäßigen Vernetzungstreffen aller Träger in der Region, wurde von den Stakeholdern begrüßt. Eine flexible und kurzfristige Kooperation sei ebenso wünschenswert – hier wurde jedoch auch angemerkt, dass die Vernetzung mit einzelnen Trägern auch eine Zeitfrage darstellt. Die Kooperation habe sich durch die Corona-Krise erschwert, jedoch funktioniere der Online-Austausch mittlerweile gut und könnte zumindest teilweise auch weiter beibehalten werden.

²³ Das virtuelle BIZ existiert bereits und ist unter www.ams.at/biz-online abrufbar.

3 Die Innensicht der BIZ-Mitarbeiter_innen

3.1 Stärken der BIZ in der BBO-Landschaft der Steiermark

3.1.1 Know How

Aus dem Blickwinkel der BIZ-Mitarbeiter_innen ist die fachliche Kompetenz der Berater_innen eine wesentliche Stärke der BIZ. Diese wird durch eine gute Ausbildung garantiert. Hervorgehoben wurden insbesondere die Kenntnisse der Berater_innen über die aktuelle Arbeitsmarktlage (inklusive Statistiken) und offene Stellen, über zukünftige Trends am Arbeitsmarkt in den Regionen und Bezirken der Steiermark sowie über vorhandene und geeignete Schulungsangebote. Die Berater_innen verfügen außerdem über sehr gute Informationen darüber, was Kund_innen bei Bewerbungen beachten sollten.

Die aktuellen Informationen über Berufstrends werden nach Angabe der Teilnehmer_innen am Workshop durch die Vernetzung mit dem SfA (Service für Arbeitssuchende) und SfU (Service für Unternehmen) des AMS gewährleistet. Auch Änderungen, die die Lehrberufe betreffen, sind den Mitarbeiter_innen des BIZ sofort bekannt.

3.1.2 Angebote

Herausragende Angebote, die die BIZ von den Mitbewerbern unterscheiden, sind die Selbstbedienungs-Bereiche in den BIZ vor Ort und die leichte Erreichbarkeit durch viele Standorte. Dass die Angebote kostenlos in Anspruch genommen werden können, ist ein weiteres Plus.

Die Online-Angebote wurden aufgrund der Corona-Krise ausgeweitet und könnten auch beibehalten und weiterhin ausgebaut werden (virtuelles BIZ, Online-Beratungen). Die Online-Tools sind immer auf dem neuesten Stand. Daneben werden aber auch weiterhin Print-Unterlagen zur Verfügung gestellt, da nicht alle Kund_innen firm im Umgang mit Online-Angeboten sind. Eine weitere Stärke der BIZ ist, dass es im BIZ sowohl Einzel- als auch Gruppenangebote gibt sowie auf eine Vielzahl von Methoden zurückgegriffen werden kann.

Als zusätzliches hochwertiges Angebot wurden im Workshop die rasche und unkomplizierte Unterstützung bei der professionellen Gestaltung von Bewerbungsunterlagen und die Vorbereitung auf Bewerbungsgespräche in Form von Coachings genannt.

Der BerufsOrientierungstest (BIZ-BOT) für Schüler_innen in der 7. und 8. Schulstufe ist ein Online-Berufsorientierungstest, mit welchem Interessen und Persönlichkeitsmerkmale erhoben werden. Der BIZ-BOT wird derzeit exklusiv Schüler_innen angeboten, die im Schulklassenverband in ein BerufsInfoZentrum (BIZ) des AMS kommen und wird auf den BIZ-eigenen Tablets durchgeführt. Besonders in der Arbeit mit Schulen mit einem weiten Anfahrtsweg zu einem BIZ wäre aus Sicht der Workshopteilnehmer_innen anzudenken, die dafür benötigten Geräte so zu adaptieren, dass der Test auch außerhalb des AMS-Netzwerkes funktioniert und die Tablets so zu Besuchen an den Schulen mitgenommen werden können, um diese Tests dort durchführen zu können.

3.1.3 Besonderer Nutzen für die Kund_innen

Die Motivation der Kund_innen, sich an ein BIZ zu wenden, ist nach der Erfahrung der Berater_innen zumeist eine gewisse Orientierungslosigkeit; bei Personen die sich umorientieren wollen, steht auch die Angst vor Arbeitslosigkeit im Vordergrund sowie das Bedürfnis nach einer zufriedenstellenden Arbeit, die gleichzeitig am Arbeitsmarkt gefragt ist.

Das BIZ arbeitet anbieterneutral. Die BIZ bieten selbst keine Aus- oder Weiterbildung an und haben somit kein Interesse, allfällige eigene Angebote stärker anzupreisen als die von Mitbewerber_innen. Somit ist die Anbieterneutralität strukturell verankert. Das bedeutet, dass die Kund_innen Informationen über die gesamte Bandbreite der Möglichkeiten erhalten und ihre Bedürfnisse im Vordergrund stehen. Damit verbunden ist eine realistische Einschätzung des Arbeitsmarktes und der individuellen Möglichkeiten. Die Kund_innen profitieren vom niederschweligen Zugang (kostenlos, vor Ort) und der hohen Serviceorientierung der BIZ sowie dem Ansatz, Hilfe zur Selbsthilfe zu bieten. Die breite Aufstellung der Zielgruppen (Eltern, Jugendliche, Wiedereinsteiger_innen etc.) ist ein weiterer Pluspunkt. Die Kund_innen werden dort abgeholt, wo sie stehen und freundlich und wertschätzend behandelt. Termine können kurzfristig gebucht werden, Wiederholungstermine sind möglich. Im Umgang mit den Kund_innen wird individuell auf deren Situation und Wünsche eingegangen und keinerlei Zwang ausgeübt. Die Beratung erfolgt ohne Zeitdruck, wodurch genügend Zeit für Fragen der Kund_innen zur Verfügung steht, was sich positiv auf die Motivation der Kund_innen auswirkt. Die Ergebnisse durchgeführter Tests (z.B. Interessenstests, Berufseignungstests) werden nachbesprochen und interpretiert. In der Beratung wird abgeleitet, wie diese am regionalen Arbeitsmarkt umgesetzt werden können und eine realistische Einschätzung abgegeben.

Die Vernetzung mit dem SfA hat aus Sicht der Berater_innen für die Kund_innen den Vorteil, dass diese sich Wege ersparen, da die Berater_innen über Förderangebote vom AMS Bescheid wissen und die Kund_innen beispielsweise über Bildungskarenz und Bildungsteilzeit informieren können. Dies führt zu einer hohen Kund_innenzufriedenheit und zu einer Steigerung des Vertrauens in das AMS sowie dazu, dass das BIZ weiterempfohlen wird. Das Fachwissen der BIZ-Berater_innen wird an andere AMS-Mitarbeiter_innen weitergegeben und in Form von Berufsinformations-Trainings vermittelt, wodurch auch die Kund_innen im Job-Service profitieren.

Hervorgehoben wurde auch der Nutzen für die pädagogische Hochschule bei der arbeitsmarktbezogenen Schulung der BO-Lehrer_innen, insbesondere der Junglehrer_innen.

3.2 Wege zu einem USP der BIZ Steiermark – Zukunftsvisionen

Verstärktes Augenmerk sollte aus Sicht der Workshopteilnehmer_innen auf Kooperationen mit Stakeholdern (z.B. Jugendcoaching, Bildungsdirektion) gelegt werden, wobei auch persönliche Kontakte (wieder)hergestellt werden sollten, die evtl. durch die Corona-Krise gelitten haben. Aus der Sicht der Workshopteilnehmer_innen sollte auch die Vernetzung mit anderen Anbieter_innen im Auge behalten werden, etwa durch die Abhaltung von bzw. die Teilnahme an BO-Stammtischen. Besonders im Schulbereich wurde ein Ausbau der Kooperation bzw. Vernetzung mit anderen Anbietern als sinnvoll erachtet, da in diesem Feld viele unterschiedliche Organisationen tätig sind. Die Schulkontakte sollten noch intensiviert werden sowie weitere Schulen zur Zusammenarbeit gewonnen werden.

Ein aus der Sicht der Workshopteilnehmer_innen ausbaufähiger Bereich ist die Elternarbeit (z.B. Präsenz auf Elternabenden, Projekt Elternforum²⁴, Netzwerkarbeit in Facebook-Gruppen, wo Eltern von Jugendlichen vertreten sind). Außerdem wurde angeregt, die angebotenen Module in den Schulen individuell an die Schulen, jedenfalls aber an die regionalen Gegebenheiten anzupassen, so unterscheidet sich etwa eine Mittelschule in der Stadt von einer Mittelschule in einem ländlichen Gebiet. Um Jugendliche noch besser ansprechen zu können, wurde der Vorschlag eingebracht, den Aufbau der Module zu adaptieren und methodisch innovativer zu werden: Wie auch in den

²⁴ Beim Projekt „Elternforum“ handelt es sich um eine im Herbst 2021 gestartete Veranstaltungsreihe des BerufsInfoZentrums Graz speziell für (migrantische) Eltern. Das Elternforum wird gemeinsam mit weiteren BBO-Anbietern durchgeführt und möchte Eltern bestmöglich auf ihre wichtige Rolle beim Berufs- und Ausbildungsentscheidungsprozess ihrer Kinder vorbereiten bzw. sie bestmöglich dabei unterstützen.

Expert_inneninterviews zur Sprache kam, könnten zusätzliche Kommunikationskanäle mit Jugendlichen erschlossen werden und beispielsweise ein Dialogforum mit Role Models eingerichtet werden. Als sinnvoll wurde ein Outdoor-Programm für Siebtklässler angesehen, bei dem mit den Jugendlichen ein Spaziergang veranstaltet wird, auf dem verschiedene Berufsmöglichkeiten betrachtet werden können. Die Möglichkeit, Berufe auszuprobieren, verstärkt anzubieten wurde ebenfalls als zukunftssträchtig betrachtet.

Als ausbaufähig erachteten die Berater_innen auch die Unterstützung von Erwachsenen bei der Berufsorientierung, obwohl bereits Qualifikationsberatung angeboten wird. Die Begleitung bei Berufs- und Ausbildungsentscheidungen in jeder Lebensphase bzw. Lebenslanges Lernen wurde als zukunftssträchtiges Feld angesehen. Gleichzeitig wurde angesprochen, dass bei der Entscheidung für eine Ausbildung noch früher angesetzt werden sollte.

Die BIZ-Berater_innen können aus ihrer Sicht einen wertvollen Beitrag zu internen Dienstbesprechungen in den Geschäftsstellen des AMS leisten. Da nicht an allen Geschäftsstellen ein BIZ vorhanden ist, wäre es wünschenswert, auch dort BIZ-Berater_innen in die Dienstbesprechungen einzubinden und somit „internes Marketing“ zu betreiben, um auch an diesen Geschäftsstellen ein Bewusstsein für die Leistungen der BIZ zu schaffen. Als wichtig wurden auch die Berufsinfo-Trainings mit AMS-Mitarbeiter_innen (SfA) angesehen.

Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. Medienarbeit sollte aus der Sicht der Workshopteilnehmer_innen forciert werden und auch verstärkt über Social Media erfolgen. Gegenwärtig werden Inserate in wichtigen Zeitungen der Region geschaltet und Informationen an diese weitergeleitet, die Artikel zur Folge haben können, die beispielsweise Eltern von Jugendlichen lesen. Weiters wurde vorgeschlagen, die Presseartikel fortlaufend zu dokumentieren. Darüber hinaus sollte aber auch Öffentlichkeitsarbeit über Social Media und durch Veranstaltungen betrieben werden.

Eine weitere Anregung besagt, dass Kund_innen nach ihren Bedürfnissen nach Dienstleistungen und ihrer Zufriedenheit befragt werden sollten bzw. die Feedbacks nach Beratungen besser ausgewertet werden sollten, um beurteilen zu können, was die Zufriedenheit der Kund_innen fördert.

Die Teilnehmer_innen am Workshop wurden nach ihrem beruflichen Motto gefragt. Aus den Antworten lässt sich ableiten, dass ihnen vor allem folgende Themen wichtig sind: Teamarbeit, Innovation, Problemorientierung und Kund_innenorientierung. Die Statements zur Teamarbeit lauteten: „Alles ist möglich mit einem guten Team“, „Gemeinsam schaffen wir es“, und „BIZ alle gemeinsam als Team“. Zur Innovation wurde geäußert: „Nur auf Wegen, wo niemand gegangen ist, kann man Spuren hinterlassen“, „Neues ausprobieren“ und „Think outside the box“. Die Lösungsorientierung wurde mit den Statements „Probleme sind da, um gelöst zu werden“ und „Positiv in jeden neuen Tag starten“ angesprochen. Auf die Kund_innenorientierung beziehen sich die Statements „Der kürzeste Weg zwischen zwei Menschen ist ein Lächeln“ und „Lebenslanges Lernen begleitet das Berufsleben!“.

4 Schlussfolgerungen

Vor dem Hintergrund einer umfangreichen und vielfältigen BBO-Angebotslandschaft in der Steiermark war die Frage, inwieweit das BIZ seine USP schärfen und sich von den Mitbewerbern abheben kann. Die für die vorliegende Studie erhobenen qualitativen Daten zeigen, dass die Außensicht auf die BIZ (durch Expert_innen) und die Innensicht (der BIZ-Mitarbeiter_innen) sich weitgehend decken. Das BIZ verfügt bereits jetzt über ausgewiesene Stärken, die es beizubehalten und auszubauen gilt.

4.1 Angebote, Kundenorientierung und Zielgruppen:

Besondere Stärken der BIZ im Bereich der Bildungs- und Berufsorientierung im Vergleich zu anderen Anbietern sind die sehr guten Fachkenntnisse der Berater_innen und der regionale Bezug der BIZ durch mehrere Standorte in der Steiermark sowie die Kontinuität des Angebots. Die Voraussetzungen für diesen Vorsprung sind die gute Ausbildung der Berater_innen und die Fortführung und der Ausbau der regionalen Expertise. Gleiches gilt für den für das BIZ typische Service wie die Selbstbedienungsbereiche an den Standorten.

Die Zielgruppe der Jugendlichen bzw. Schüler_innen ist seitens des BIZ gut mit Angeboten versorgt, was auch auf die etablierte Zusammenarbeit mit den Schulen zurückzuführen ist. Auch die Schulung von BO-Lehrer_innen durch das BIZ ist ein wertvoller Beitrag für die Berufsorientierung der Jugendlichen. Verstärkt werden könnte lediglich das aktive Ansprechen von Schuldirektor_innen (Akquise neuer Schulen) und die Verfügbarkeit von aufsuchenden Angeboten, insbesondere für solche Schulen, die eine weite Anreise zum nächsten BIZ haben. Der BIZ-BOT könnte angepasst werden, sodass die Funktionen auch mobil angeboten werden können.

Die Angebote für Personen im Erwerbsalter könnten noch stärker auf Lebenslanges Lernen bzw. Begleitung in jeder Lebensphase ausgerichtet werden, dies insbesondere vor dem Hintergrund zunehmend fragmentierter Erwerbsverläufe und der Notwendigkeit der Anpassung der Individuen an neue Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt.

Die BIZ stehen für Methodenvielfalt, was sicherstellt, dass unterschiedliche Bedürfnisse abgedeckt werden können. Es wurde auch flexibel auf die Corona-Krise reagiert, indem Online-Formate verstärkt angeboten wurden. Diese Angebote könnten und sollten zielgruppen- und bedarfsspezifisch weitergeführt werden und Formate mit persönlichem Kontakt zwischen Berater_innen und Kund_innen sinnvoll ergänzen.

Die Kund_innenorientierung in der Beratung steht in den BIZ im Vordergrund und ist davon gekennzeichnet, dass individuell auf die Situation der Kund_innen eingegangen wird und dass ausreichend Zeitressourcen vorhanden sind, um ein umfassendes Eingehen auf Wünsche und Fragen der Kund_innen zu gewährleisten. Ausbaufähig ist die Intensität der Betreuung lediglich für vulnerable Gruppen wie Migrant_innen und bildungsferne Jugendliche. Hier stellt sich allerdings die Frage, ob spezialisierte Einrichtungen dieser Aufgabe besser gerecht werden und eher die unmittelbare und flexible Zusammenarbeit mit diesen Einrichtungen im Sinne eines Case Management intensiviert werden sollte.

4.2 Öffentlichkeitsarbeit:

Die Befragung der steirischen Erwerbsbevölkerung zeigt, dass die BIZ über einen recht hohen Bekanntheitsgrad verfügen und als Ansprechpartner in Fragen der Bildungs- und Berufsorientierung wahrgenommen werden. Dennoch zeigen die Ergebnisse der Studie, dass die Öffentlichkeitsarbeit der BIZ noch ausgeweitet bzw. modernisiert werden sollte und die Alleinstellungsmerkmale der BIZ stärker hervorgehoben werden sollten.

Die überwiegende Mehrheit jener Personen, die das BIZ kennen, beurteilen es als sehr bzw. eher hilfreich, professionell, hochwertig und sympathisch. „Karrierefördernd“ zu sein, wird der BIZ-Beratung hingegen etwas seltener zugeschrieben als die anderen Adjektive. Mit dem Wort „Karriere“ werden unterschiedliche Bedeutungen verbunden (Aufstieg bzw. Berufstätigkeit) und es ist nicht ausschließlich positiv besetzt. Insofern würden sich die anderen Begriffe bei der Bewerbung der BIZ eher eignen. Personen, die im BIZ beraten wurden, schätzen es hinsichtlich der abgefragten Eigenschaften sogar noch besser ein. Ihre Beurteilungen könnten erhoben, ausgewertet und für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden.

Historisch haben sich die BIZ als Teil des AMS mit ursprünglich externem Standort in das AMS integriert. Die Abgrenzung zwischen BIZ und AMS ist sowohl für Mitbewerber als auch für Kund_innen unscharf und Angebote werden miteinander assoziiert, v.a. wenn es um Kurse mit Berufsorientierungsanteil geht, um das e-AMS und Informationsmaterialien sowie Online-Datenbanken (Berufslexikon, Karrierekompass). Die Anbindung ans AMS kann sowohl als Vorteil als auch als Nachteil interpretiert werden. Aus der Innensicht sind die Kontakte zu SfA und SfU für die Kund_innen von Vorteil. Aus der Sicht der Kund_innen wird das AMS mit seinem Vermittlungsauftrag und der Zielgruppe der Arbeitssuchenden assoziiert und hat kein ausschließlich positives Image. Allerdings könnte das gute Image der BIZ auch zum Vorteil des AMS genutzt werden, indem die Erfolge als Teil des AMS herausgestrichen werden. Besonders die „lebenslange Begleitung“ als Vorteil und Option für die Kund_innen, die „kurzen Wege“ zu AMS-Leistungen, die Erarbeitung von realistischen Jobperspektiven in der Region und auch überregional, das Wissen um Förderungen, die unabhängige und objektive Beratung könnten noch viel stärker als Alleinstellungsmerkmal in der Öffentlichkeitsarbeit verwertet werden.

Die BIZ-Website ist derzeit als Subseite des AMS gestaltet. Sowohl Jugendliche in der Phase der Berufsorientierung als auch Personen, die sich umorientieren wollen, werden damit als Zielgruppe weniger assoziiert. Da eine Abkopplung von der Website des AMS nicht geplant ist, wäre eine Gestaltung des Weblayouts anzudenken, die ein ansprechendes und modernes Bild bietet und bei der eventuell auch Buchungsfunktionen vorhanden sind. Mit der Webseite www.ams.at/biz-buchung steht bereits ein Buchungssystem zur Verfügung, über das Lehrkräfte BIZ-Schulworkshops buchen können und Einzelkund_innen sich für Veranstaltungen anmelden können. Eine Buchung eines individuellen Berufs- und Bildungsberatungstermins im BIZ ist derzeit nicht möglich. Darüber hinaus sind Social-Media-Kanäle ein erfolgversprechender Weg, um Jugendliche anzusprechen. Zusätzliche Angebote auf der Website, wie etwa Bewerbungsvorlagen zum Herunterladen wären überlegenswert. Vom Bewerbungsportal des AMS ²⁵ können sich Kund_innen bereits jetzt Bewerbungsvorlagen herunterladen. Das Bewerbungsportal bietet eine umfangreiche Unterstützung bei der Arbeitssuche: Von der richtigen Suchstrategie über die Erstellung von Bewerbungsunterlagen bis zum Vorstellungsgespräch und dem Arbeitsvertrag – zu jedem Thema gibt es zahlreiche Tipps, Beispiele und Mustervorlagen.

²⁵ www.ams.at/bewerbungsportal

Ein Online-Angebot in mehreren Sprachen wäre ebenfalls überlegenswert. Im Berufsinfosystem www.ams.at/bis werden bereits Informationen zu Berufen in sieben Sprachen zur Verfügung gestellt.

Eine weitere Möglichkeit bietet sich im verstärkten direkten Marketing bei Unternehmen bzw. Beschäftigten, um Umorientierungs- und Weiterbildungswillige zu erreichen.

4.3 Organisation

Organisatorisch könnte eine Ausweitung der Öffnungszeiten die Niederschwelligkeit für Beratungssuchende weiter erhöhen, insbesondere für berufstätige Zielgruppen.

Die Erhebung und Dokumentation der Bedürfnisse der Kund_innen sowie deren Zufriedenheit könnte benutzt werden, um das Angebot noch kund_innenfreundlicher zu gestalten.

Die Einbindung der BIZ-Mitarbeiter_innen in die Dienstbesprechungen in allen Geschäftsstellen des AMS zu erwirken, würde im Sinne eines „internen Marketings“ wirken.

4.4 Vernetzung

Obwohl das BIZ bereits gut mit Stakeholdern und anderen Anbieter_innen vernetzt ist, zeigt sich in der Studie, dass Überschneidungen und Doppelgleisigkeiten von Angeboten existieren, was auf die zersplitterte BBO-Landschaft in der Steiermark zurückzuführen ist. Die Unübersichtlichkeit der steirischen BBO-Landschaft erschwert sowohl das Zurechtfinden der Nutzer_innen, als auch die Kenntnis des Marktes für BBO-Anbieter_innen. Eine bedarfsorientierte Qualitätsentwicklung gestaltet sich dadurch erschwert. Daher wäre eine Kategorisierung und Ordnung der Angebote nicht nur nach Zielgruppe, sondern auch nach Zielsetzung und Methode (auf der Seite des Landes Steiermark) wünschenswert, um ähnlich gelagerte Angebote bzw. Lücken identifizieren zu können.

5 Literatur

AMS (2018): Bundesrichtlinie Kernprozess Informieren und Beraten über Arbeitsmarkt, Beruf und Bildung (KP 3-Richtlinie). Gültig ab: 1. Juni 2021.

AMS (2021) Arbeitsmarktdaten und Medien in der Steiermark. Der steirische Arbeitsmarkt: September 2021. Veröffentlicht am 01.10.2021.

AMS Steiermark (2021a): Arbeitsmarkt-Information 2020 Steiermark. Jahresdurchschnittsdaten 2020 Zeitverläufe – 10 Jahre.

AMS Steiermark (2021b): Arbeitsmarktinformation Juli 2021.

Amt der Steiermärkischen Landesregierung (2019): Bildungs- und Berufsorientierung in der Steiermark: Tätigkeitsbericht 2018.

Bildungs- und Berufsorientierung – Landesgremium Steiermark (BBO-LG) (2017): Steirische Strategie für Bildungs- und Berufsorientierung. Neupositionierung der Bildungs- und Berufsorientierung in der Steiermark.

Bundesministerium für Bildung und Frauen (2012): Rundschreiben 17/2012.

Dürr, A., Egger-Subotitsch, A., Grabowski, L., Liebeswar, C., Schmied, G. (2019): Einflussfaktoren auf die Wiederbeschäftigung älterer Arbeitsuchender. AMS Österreich: Wien.

Dürr, A., Steiner, K. & Taschwer, M. (2020): AMS report 148/149. Zielgruppen- und Bedarfsanalyse für die Inanspruchnahme von Bildungs- und Berufsberatung durch Ältere. Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung des einschlägigen AMS-Info-Angebotes.

Egger-Subotitsch, A., Kerler, M., Stark, M., Schneeweiß, S., & Pintsuk, J. (2016): Die Wirkung und Qualität von BIZ-Beratungen in den Bundesländern Burgenland und Tirol: Ergebnisse einer aktuellen Studie im Auftrag von AMS Tirol und AMS Burgenland zur Bildungs- und Berufsberatung im AMS-Kontext (No. 340). AMS info.

Egger-Subotitsch, A., Schneeweiß, S., Liebeswar, C. (2017): Dequalifizierung durch Qualifizierung? Ausbildungen unter dem Ausbildungsniveau und Auswirkungen auf die Berufskarriere. AMS Steiermark: Graz/Wien.

Feierabend, S., Rathgeb, T. & Reutter, T. (2020): JIM-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Online: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf.

Steiner, K., & Kerler, M. (2017). AMS report 393/394. Bedarfe und Trends in der Bildungs- und Berufsberatung: Was sagt die Wissenschaft?

Taschwer, M., Steiner, K. & Flotzinger, M. (2019): AMS report 138/139: Bedarfe und Trends in der Bildungs- und Berufsberatung für Jugendliche und junge Erwachsene. Zielgruppen- und Bedarfsanalyse mit Fokus auf außerschulische Jugendliche (NEETs). Wien.