



AMS report **48**

Karin Steiner, Andrea Egger-Subotitsch,  
Eva Leuprecht, Ingrid Bittendorfer, René Sturm

## AHS-MaturantInnen im Prozeß der beruflichen Orientierung

Eine Untersuchung unter angehenden  
Wiener AHS-MaturantInnen

Herausgegeben vom  
Arbeitsmarktservice Österreich

Karin Steiner, Andrea Egger-Subotitsch,  
Eva Leuprecht, Ingrid Bittendorfer, René Sturm

# AHS-MaturantInnen im Prozeß der beruflichen Orientierung

Eine Untersuchung unter angehenden  
Wiener AHS-MaturantInnen

Herausgegeben vom  
Arbeitsmarktservice Österreich



Medieninhaber und Herausgeber: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Maria Hofstätter, René Sturm, A-1200 Wien, Treustraße 35–43 • Verlegt bei Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Wien, Juni 2006 • Grafik und Titelfoto: Lanz, A-1150 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., A-3580 Horn

© Arbeitsmarktservice Österreich 2006

Verlegt bei Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, A-1190 Wien  
ISBN 3-85495-229-5

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Theoretischer Überblick</b> .....	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Empirische Untersuchung</b> .....	<b>13</b>
3.1	Methodische Vorgangsweise .....	13
3.2	Erhebungsschwerpunkt 1: Orientierungs- und Entscheidungsprozesse bei den AHS-MaturantInnen .....	14
3.3	Erhebungsschwerpunkt 2: »Erwartungshaltungen« der AHS-MaturantInnen gegenüber der Berufsberatung .....	14
<b>4</b>	<b>Empirische Ergebnisse</b> .....	<b>16</b>
4.1	Pläne und Berufsziele der AHS-MaturantInnen .....	16
4.2	Informationsstand der AHS-MaturantInnen hinsichtlich des AMS .....	21
4.2.1	BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS .....	22
4.2.2	Angebote, die sich die AHS-MaturantInnen vom AMS wünschen .....	24
4.3	Die Erwartungen der AHS-MaturantInnen an sich selbst und die Berufsberatung bzw. die BerufsberaterInnen .....	26
4.3.1	Persönlichkeitsmerkmale – Erwartungen an sich selbst .....	27
4.3.2	Erwartungen an die Verhaltensweisen und Einstellungen der BerufsberaterInnen .....	28
4.3.3	Erwartungen an die Charakteristika der BerufsberaterInnen .....	31
4.3.4	Erwartungen an die Charakteristika des Beratungsprozesses .....	32
4.3.5	Erwartungen an die Qualität der Beratungsergebnisse .....	34
<b>5</b>	<b>Ableitung von Handlungsempfehlungen für das AMS und dessen BerufsInfoZentren (BIZ)</b> .....	<b>35</b>
5.1	Nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit, hochwertige Markenentwicklung .....	35
5.2	Unterstützung der KundInnen bei ihrer Informationssuche durch IKT .....	36
5.3	Zielgruppenarbeit am Beispiel der Schule .....	36

<b>6</b>	<b>Überlegungen und Schlußfolgerungen zur Berufsberatung am Beispiel der AHS-MaturantInnen . . . .</b>	<b>38</b>
6.1	Frühzeitiger Beginn der Berufsberatung . . . . .	38
6.2	Ambivalenz der jugendlichen Ratsuchenden . . . . .	39
6.3	Vertrauen und Wertschätzung in der Berufsberatung . . . . .	39
6.4	Der Faktor »Zeit« in der Berufsberatung . . . . .	40
6.5	Stärkung der Handlungskompetenzen in der Beratung . . . . .	41
6.6	Selbstreflexion in der Berufsberatung . . . . .	41
6.7	Unterstützung der Berufsberatung durch »Informationen aus erster Hand« . . . . .	43
6.8	Wunsch nach Einzelberatungen und personenzentrierter Beratung . . . . .	43
6.9	Wunsch nach psychologischen Eignungs- und Fähigkeitstests . . . . .	44
6.10	Professionalisierungsniveau in der Berufsberatung . . . . .	44
6.11	Überzeugungsarbeit bei den Jugendlichen hinsichtlich der Inanspruchnahme von Berufsberatung . . . . .	45
6.12	Fazit . . . . .	45
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung . . . . .</b>	<b>47</b>
7.1	Hintergrund der vorliegenden Untersuchung . . . . .	47
7.2	Weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufspläne der AHS-MaturantInnen . . . . .	47
7.3	Näheres und weiteres Umfeld hinsichtlich der weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufswahl . . . . .	49
7.4	Erwartungshaltungen an die Berufsberatung . . . . .	50
<b>8</b>	<b>Literatur und weiterführende Quellen . . . . .</b>	<b>53</b>
<b>9</b>	<b>Anhang: Skalenschlüssel – Expectations About Career Counselling . . . . .</b>	<b>56</b>
9.1	Client characteristics . . . . .	56
9.2	Counsellor Attitudes and Behaviours . . . . .	56
9.3	Counsellor Characteristics . . . . .	58
9.4	Characteristics of Process . . . . .	58
9.5	Quality of Outcome . . . . .	59

# 1 Einleitung

Bereits in den Allgemeinbildenden Höheren und Berufsbildenden Höheren Schulen (AHS, BHS) stehen breitgefächerte Angebote an Fachrichtungen mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen zur Auswahl, die von den Jugendlichen innerhalb des Systems »Schule« entsprechende Bildungsentscheidungen verlangen. Mit der Beendigung ihrer Schulzeit eröffnen sich den MaturantInnen auf der »Angebotsseite« – scheinbar – unzählige Möglichkeiten: Zahlreiche universitäre Studienrichtungen, Fachhochschul-Studiengänge, Kurzlehrgänge bzw. Kollegs und eine große Palette unterschiedlichster Berufsfelder versprechen – so zumindest auf den ersten Blick – vielfältige individuelle Möglichkeiten und Chancen, die eigene weiterführende Bildungs- bzw. Erwerbsbiographie – nunmehr als junger/junge, mündiger/mündige Erwachsener/Erwachsene – aktiv in Angriff zu nehmen.

Dabei stellen diese Bildungs-/Berufsangebote aber allein schon aufgrund ihrer schiereren Vielfalt die jungen MaturantInnen vor das Problem, hinsichtlich der vorhandenen Alternativen die »richtige Wahl« zu treffen und damit einen gelingenden Einstieg in ihr Erwachsenenleben zu vollziehen.

Wie schwer sich Jugendliche mit ihrer Berufs- und/oder Weiterbildungsentscheidung tun, läßt eine Untersuchung, die die Industriellenvereinigung unter angehenden Vorarlberger MaturantInnen durchgeführt hat, erahnen:<sup>1</sup>

Zwei Drittel der SchülerInnen an Gymnasien (AHS) gaben dabei an, daß ihnen die Berufs- und Weiterbildungsentscheidung »eher schwer« oder »sehr schwer« fällt, während die Angaben über »eher schwer/sehr schwer« von der Hälfte der SchulkollegInnen in HTL und HAK zwar ebenfalls hoch, aber doch unter dem Wert der GymnasiastInnen liegt.

Es ist also von erheblicher Bedeutung, die Jugendlichen bei der Entscheidung über ihren künftigen beruflichen Lebensweg möglichst gut und umfangreich zu beraten. Eine effiziente, also auf die persönlichen Neigungen und Vorlieben zugeschnittene Berufsberatung/Berufsorientierung<sup>2</sup>, läßt sich aber nur umsetzen, wenn die BerufsberaterInnen möglichst genau über die Bedürfnisse und Wünsche ihrer KlientInnen Bescheid wissen. Das Ziel einer jeden Berufsberatung ist es, Jugendliche mit Orientierungsdefiziten bereits möglichst bald mit entsprechenden Mitteln (Informationsmaterial, Eignungstests etc.) zu unterstützen, um zu einer für die Person möglichst richtigen beruflichen Entscheidung zu gelangen. Eine effektive Berufsberatung läßt sich aber auch daran erkennen, daß nicht nur die persönlichen Wünsche und Neigungen der jeweiligen KlientInnen bei der Berufs- und Ausbildungswahl in die Betrachtung miteinfließen – sie berücksichtigt immer auch Aussagen und Erkenntnisse über den künftigen Arbeitsmarktbedarf, soweit dies seriöserweise möglich ist.

1 Vgl. Industriellenvereinigung Vorarlberg (Hg.): Vorarlberger MaturantInnenbefragung 2004.

2 Der Lesefreundlichkeit halber wird in weiterer Folge zumeist der Begriff »Berufsberatung« verwendet – und dies in einem weiten Sinne: Er umfaßt also die Berufsorientierung wie auch die Information über Aus- und Weiterbildungen im Hinblick auf die Erwerbsbiographien der KlientInnen.

Es ist jedoch notwendig, den Informationsstand und die Zufriedenheit der KlientInnen mit den angebotenen Produkten zu kennen, um dem Bestreben, den Anforderungen an eine kundInnenorientierte und effiziente Beratung gerecht zu werden und gegebenenfalls entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Aus diesem Grund hat das sozialwissenschaftliche Forschungsinstitut abif (Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung; [www.abif.at](http://www.abif.at)) im Auftrag des AMS Österreich (Abteilung für Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation) eine Fragebogenerhebung unter rund 350 angehenden Wiener AHS-MaturantInnen durchgeführt.<sup>3</sup> Dabei werden im Rahmen des vorliegenden AMS reports anhand der gewonnenen Erhebungsergebnisse die folgenden zentralen Fragestellungen diskutiert:

- Aus- und Weiterbildungspläne;
- Vorstellungen über den künftigen beruflichen Werdegang;
- Unterstützung und Information hinsichtlich der Entscheidungsfindung(sprozesse), z.B. durch BerufsInfoZentren des AMS;
- Erwartungen bzw. »Erwartungshaltungen« an die BerufsberaterInnen selbst sowie an den Prozeß der Berufsberatung;
- weiterführende Überlegungen und Schlußfolgerungen und Handlungsempfehlungen zu Fragen der Berufsberatung.

---

3 Diese Erhebung war Teil der Untersuchung »The Impact of Cultural Differences on Students' Expectations from Job Counsellors« (Der Einfluß kultureller Unterschiede auf die Erwartungen von Studierenden an die Studienberatung und Berufsorientierung), welches als Forschungsprojekt im Rahmen des EU-Förderungsprogrammes »Leonardo Da Vinci« von abif in Zusammenarbeit mit den Partnerländern Polen, Litauen, Zypern, Schweden und Großbritannien durchgeführt wurde. Die internationalen Ergebnisse sowie ein Diskussionsforum sind auf der Projekthomepage [www.impact-edu.org](http://www.impact-edu.org) zu finden und werden gesondert in Buchform publiziert. Eine Zusammenfassung dieses Projektes findet sich auch in: Andrea Egger-Subotitsch (2006): AMS info 78 – Students' Expectations. Die Erwartungen von Jugendlichen verschiedener europäischer Länder an die Berufsberatung, hg. vom AMS Österreich, Wien; Download unter [www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at) (Menüpunkt »AMS-Publikationen«).

## 2 Theoretischer Überblick

Die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts ist von einer Vielfalt bildungs- und beschäftigungspolitischer, wirtschaftlicher, sozialer und technischer Entwicklungen sowie von einer zunehmenden Internationalisierung geprägt. Ungenügender Informationsstand trotz der Fülle an Informationen, fehlende Einblicke in persönlich geeignete Berufswege, unklare und konflikthafte Zielvorstellungen erschweren die Orientierung in beruflichen und ausbildungsbezogenen Fragen sowie eine erfolgreiche Integration in den Arbeitsmarkt. Insofern nimmt die Berufsberatung in wirtschafts-, beschäftigungspolitischer, aber auch in sozialer Hinsicht eine zentrale Rolle in der Gesellschaft ein.<sup>4</sup> Hinsichtlich der effizienten Gestaltung einer Beratung,<sup>5</sup> ist es erforderlich, die unterschiedlichen Erwartungshaltungen der KlientInnen an die gewünschte Beratung in Erfahrung zu bringen. Eine Erwartung ist dabei im Sinne einer auf die Erfahrung gestützten Annahme, daß sich eine bestimmte Person in einer bestimmten Situation in einer vorhersehbaren Weise verhalten wird, zu verstehen.<sup>6</sup>

In der Praxis der Berufsberatung übertragen sich die Erwartungen der KlientInnen auf die BeraterInnen. Dabei ist der Einfluß der an die BeraterInnen gerichteten Erwartungen oftmals so groß, daß durch sie allein schon deren Verhalten beeinflußt werden kann. Erwartungen beeinflussen demnach zu einem wesentlichen Teil die Qualität der Beratung (interaktiver Prozeß).<sup>7</sup> Da sich Erwartungshaltungen je nach den Lebenswelten der Individuen unterscheiden,<sup>8</sup> ist es notwendig, die Erwartungshaltungen nach Zielgruppen gesondert zu erfragen.

Nur wenn die individuellen Erwartungen bekannt sind, ist es möglich, eine positive Beratungsatmosphäre herzustellen und eine zielgruppenadäquate Berufsberatung anbieten zu können.

AHS-MaturantInnen wurden lange Zeit kaum als Zielgruppe angesehen, was Fragen der Berufs- und Ausbildungswahl betraf. Die Entwicklungen der letzten zwei Jahrzehnte<sup>9</sup> haben aber gezeigt, daß Berufswahlvorbereitung für SchülerInnen wie AbsolventInnen höherer Schulen generell immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die Entscheidung darüber, ob die Ausbildung fortgesetzt werden soll – und wenn ja, in welcher Form – bzw. die Entscheidung darüber, welcher Beruf anvisiert werden soll, erfolgt unter zunehmender Unsicherheit.<sup>10</sup> Da sich die Zukunftspläne von AHS-MaturantInnen vorwiegend auf den Hochschul-Bildungsweg konzentrieren – rund 70% aller AHS-AbsolventInnen wechseln in Österreich an eine Hochschule (vgl.

4 Vgl. Härtel 1995, Seite 18ff.

5 Eine Beratung ist nach methodischen Gesichtspunkten ein Problemlösungsprozeß, der sich im Medium sozialer Interaktion vollzieht, vgl. Birkenbihl 2003, Seite 40ff.

6 Vgl. Lexikon zur Soziologie 1995.

7 Vgl. Tinsley/Schwendener Holt/Hinson/Tinsley 1991, Seite 101; Tinsley/Tokar/Helwig 1994, Seite 326.

8 Vgl. Lexikon zur Soziologie 1995.

9 Inkl. der mehr oder weniger geglückten Einbringung von »Berufsorientierungselementen« in den schulischen Unterricht.

10 Vgl. WISDOM 1995, Seite 38.

Tabelle 1)<sup>11</sup> –, fungiert die Berufsberatung von AHS-SchülerInnen wie AHS-AbsolventInnen in erster Linie als Studienberatung.

**Tabelle 1: Übertrittsraten der MaturantInnen, nach Schulformen, Verteilung in %, <sup>1</sup> Maturajahre 1990 und 2000 bis 2003**

Schulform		1990		2000		2001		2002		2003
		3 Se- mester	5 Se- mester	3 Se- mester						
Insgesamt <sup>2</sup>	Gesamt	57,4	60,5	48,9	51,7	47,0	50,5	47,9	51,0	48,8
	Frauen	52,0	55,1	50,1	52,0	48,1	50,2	49,0	50,8	50,3
	Männer	63,4	66,5	47,3	51,2	45,7	50,9	46,4	51,3	46,9
Allgemeinbildende höhere Schulen gesamt	Gesamt	75,2	78,1	69,4	72,3	67,9	71,5	68,2	71,8	70,5
	Frauen	70,1	73,5	70,3	72,2	68,5	70,6	69,5	71,3	71,6
	Männer	81,0	83,4	68,2	72,4	67,0	72,9	66,5	72,7	68,9
Allgemeinbildende höhere Schulen (Langform) <sup>3</sup>	Gesamt	80,0	82,8	76,1	79,0	73,9	77,3	73,9	77,6	75,8
	Frauen	74,6	77,9	77,5	79,5	75,1	77,0	75,1	77,0	77,0
	Männer	86,1	88,2	74,3	78,2	72,3	77,7	72,4	78,4	74,4
Oberstufenrealgymnasium	Gesamt	62,9	66,0	54,6	57,4	53,2	57,4	55,1	58,4	56,9
	Frauen	59,1	62,5	56,1	57,8	54,0	56,4	58,1	59,5	59,1
	Männer	67,9	70,9	51,6	56,6	51,7	59,4	49,6	56,1	52,9
Allgemeinbildende höhere Schulen (Sonderformen) <sup>4</sup>	Gesamt	66,3	71,3	37,4	39,5	48,2	50,3	47,9	52,8	60,9
	Frauen	68,8	75,0	38,9	39,7	50,7	52,7	51,3	54,7	68,3
	Männer	65,0	69,2	35,6	39,1	45,4	47,5	43,4	50,3	51,3
Berufsbildende höhere Schulen gesamt <sup>5</sup>	Gesamt	40,8	44,1	30,2	32,9	29,8	33,2	32,2	35,0	32,5
	Frauen	34,6	37,4	30,9	32,8	30,6	32,8	32,8	34,8	34,3
	Männer	46,8	50,5	29,4	33,1	28,9	33,6	31,5	35,3	30,5
Technische und gewerbliche höhere Schulen <sup>6</sup>	Gesamt	44,9	48,2	25,3	28,2	24,3	28,0	26,3	29,1	26,3
	Frauen	37,5	39,4	26,4	28,2	23,8	25,9	21,7	23,2	23,4
	Männer	46,4	50,0	25,0	28,2	24,4	28,5	27,7	30,9	27,2
Kaufmännische höhere Schulen	Gesamt	38,4	42,0	35,1	38,0	34,1	37,6	37,2	40,2	36,2
	Frauen	33,3	36,3	33,2	35,2	32,0	34,2	35,7	37,5	35,4
	Männer	47,5	51,8	38,2	42,5	37,3	42,9	39,8	44,6	37,4
Höhere Schulen für wirtschaftliche Berufe	Gesamt	36,6	39,4	32,8	35,1	34,6	37,5	37,8	40,6	40,7
	Frauen	36,3	39,2	30,8	32,8	32,6	35,1	36,4	38,8	39,6
	Männer	83,3	91,7	73,9	83,9	70,1	80,7	63,2	75,8	61,3
Land- und forstwirtschaftliche höhere Schulen	Gesamt	34,7	36,7	20,8	22,7	22,6	25,2	21,5	25,3	23,0
	Frauen	20,3	22,2	20,6	21,4	22,2	23,0	18,9	20,4	20,2
	Männer	41,1	43,1	21,0	23,5	22,9	26,8	23,4	29,1	24,9
Höhere Schulen der Lehrer- und Erzieherbildung <sup>7</sup>	Gesamt	32,6	36,7	22,6	24,0	20,9	23,0	23,5	25,1	24,5
	Frauen	31,4	35,4	22,2	23,7	20,3	22,1	23,3	24,8	24,2
	Männer	84,2	94,7	37,5	37,5	38,3	51,1	30,2	35,8	34,1

1 Anteil jener in- und ausländischen SchülerInnen in Abschlussklassen maturaführender Schulen, die innerhalb der drei folgenden Semester (3 Semester) bzw. der fünf folgenden Semester (5 Semester) an einer Universität erstzugelassen wurden (ausgenommen Universitäten der Künste)

2 Einschließlich ExternistInnenreifeprüfung

3 Gymnasien, Realgymnasien und Wirtschaftskundliche Realgymnasien

4 Aufbaugymnasien und Allgemeinbildende Höhere Schulen für Berufstätige

5 Jeweils inklusive aller Sonderformen (für Berufstätige, Aufbaulehrgänge)

6 Inklusive Höhere Schulen für Fremdenverkehrsberufe und Höhere Schulen für Bekleidungs- und Textilgewerbe

7 Bildungsanstalten für Kindergartenpädagogik und Bildungsanstalten für Sozialpädagogik

Quelle: BMBWK, Schulstatistik, Datenmeldungen der Universitäten (Gesamtevidenz der Studierenden); Tabelle entnommen dem Universitätsbericht 2005, Band 2 (Hg.: BMBWK), Seite 100

<sup>11</sup> Anmerkung: Dies entspricht auch in etwa den Daten der vorliegenden Studie, wonach 49% der Befragten angeben, in der Folge eine Universität besuchen zu wollen und 17% eine Fachhochschule (66% der Befragten geben also zum Zeitpunkt der Erhebung an, an eine Hochschule überwechseln zu wollen).

Angesichts dessen ist der bei den StudienanfängerInnen konstatierte schlechte Informationsstand hinsichtlich der Organisation, der Gestaltung und des Ablaufes ihres gewählten Studiums wie auch des generellen Zusammenhanges zwischen akademischen Ausbildungen und Arbeitsmarkt (Erwerbchancen) als problematisch einzustufen.<sup>12</sup>

In Österreich gibt beinahe die Hälfte der Studierenden (42%), die sich derzeit in der Beginnphase ihres Studiums befinden, an, vor der Aufnahme ihres Studiums schlecht über die gewählte Studienrichtung, die Studienbedingungen und die Folgen der Studienwahl informiert gewesen zu sein.<sup>13</sup>

In Deutschland gibt gut ein Drittel der StudienanfängerInnen an, über gar keine oder nur in geringem Ausmaß über entsprechende Informationen zu verfügen.<sup>14</sup> Dabei kommuniziert die Literatur übereinstimmend, daß ein besserer Informationsstand und eine qualitativ bessere Berufsberatung mit zu den Voraussetzungen für eine souveränere Studienwahl und für eine Herabsetzung der Studienabbruchsquoten<sup>15</sup> zählen dürften.<sup>16</sup> Auch die Dauer der Studienzzeit steht – einer älteren Befragung der HIS-Projektgruppe zufolge – mit dem Informationsstand in einem Zusammenhang.<sup>17</sup> Es wird denn auch die Forderung nach verstärkter Information am Studienbeginn konstatiert.<sup>18</sup> Der Wunsch – seitens der Studierenden – nach einer professionellen Beratung ist überdies da.<sup>19</sup>

Die Literatur warnt jedoch vor einer Überschätzung der Rolle von Information und Beratung als Entscheidungshilfe und meint, daß auch eine noch so gute Beratung oder Information die Entscheidung selbst nicht abnehmen kann.<sup>20</sup> Es wird darauf hingewiesen, daß Information und Beratung nur einen Einflußfaktor (unter vielen) auf die Berufs- und Studienwahl darstellen.

Dem wird aber hinzugefügt, daß mangelnde Kenntnisse über die spezifischen Merkmale von Berufsbildern und Studiengängen sowie über die berufliche Verwertbarkeit der Ausbildung eine anstehende Entscheidung erschweren, diese hinauszögern und oft zu Fehlentscheidungen führen.<sup>21</sup>

12 Vgl. Reckendorfer 1991, Heublein/Lewin/Schreiber/Sommer/Spangenberg 2001, Gary 2004.

13 Vgl. Gary 2004, Seite 3.

14 Am schlechtesten ist der Informationsstand hinsichtlich der Aspekte, die die konkrete Gestaltung, Organisation und den Verlauf des Studiums betreffen. Der Anteil der Gutinformierten liegt hier zwischen einem Drittel und zwei Fünftel. Am vergleichsweise häufigsten sind den StudienanfängerInnen noch die allgemeinen fachlichen Voraussetzungen für den Studiengang bekannt (Heublein/Lewin/Schreiber/Sommer/Spangenberg 2001, Seite 4, Heublein/Sommer 2002, Seite 1).

15 Die Gründe für Studienabbrüche liegen oft in der schlechten Informiertheit der Studierenden: Das Studium hält nicht das ein, was es verspricht (scheinbar versprochen hat), die Studienrealität hält damit den Erwartungen letztlich nicht Stand; vgl. Reckendorfer 1991, Seite 25.

16 Vgl. Heublein/Lewin/Schreiber/Sommer/Spangenberg 2001, Seite 5.

17 HIS stellte fest, daß StudentInnen mit überdurchschnittlich langen Studienzeiten tendenziell solche sind, die bei der Immatrikulation auf die Inanspruchnahme von Informationsquellen zur Gänze verzichtet haben (Griesbach/Lewin/Schacher 1977, Seite 64).

18 Vgl. Kellermann 1987, Schneeberger/Stagel 1983, Guggenberger 1991, Reckendorfer 1991, Heublein/Lewin/Schreiber/Sommer/Spangenberg 2001, Heublein/Sommer 2002 etc.

19 Vgl. Bargel/Ramm 1997, Seite 55.

20 Vgl. Ries 1969, Hackl 1976, Klingler 1989, Reckendorfer 1991 u.a.

21 Vgl. Reckendorfer 1991, Seite 28ff.

Über die theoretische Aufgabe von Beratungsangeboten (BeraterInnen und TrainerInnen) ist sich die wissenschaftliche Literatur nicht ganz einig.

Auffallend ist, daß ältere Ansätze überwiegend die Ansicht vertreten, daß Beratung im Hinblick auf die postsekundäre Ausbildungsentscheidung als Mittel der Weitergabe von Informationen über das Hochschulangebot, über Studien- und Berufsanforderungen, über Berufschancen für HochschulabsolventInnen der jeweiligen Studienrichtung etc. fungieren sollte, während die neueren Ansätze davon ausgehen, daß Berufsberatung nicht ausschließlich zur Wissensvermittlung da ist.<sup>22</sup> Letzteren geht es neben der Vermittlung von Wissen auch und vor allem um eine Vermittlung von handlungs- und entscheidungsrelevanten Fähigkeiten. Das Ziel ist – diesen gemäß – die Förderung individueller und gesellschaftlicher Fähigkeiten und Haltungen, die zur Erschließung eigener Lebensumstände und Lebenssituationen beitragen. Dies bedeutet einerseits eine Erweiterung hinsichtlich des Informationsstandes über mögliche Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten, andererseits Unterstützung dabei, sich seiner Fähigkeiten und Neigungen bewußt zu werden, an Selbstbewußtsein, Eigenverantwortlichkeit und Entscheidungsfähigkeit zu gewinnen und in der Folge einer entsprechenden Orientierung zu folgen.<sup>23</sup>

In Österreich ist eine Vielzahl an umfassenden Bildungs- und Berufsberatungsangeboten für AHS-MaturantInnen zu orten. Dabei ist zwischen solchen Angeboten zu unterscheiden, die an (öffentliche) Institutionen oder Körperschaften gebunden sind (z.B. AMS<sup>24</sup>, BMBWK<sup>25</sup>, AK<sup>26</sup>, WKÖ<sup>27</sup>, WIFI<sup>28</sup>, BIWI<sup>29</sup>, BIFO<sup>30</sup>) und bei denen zumeist vielfältige Interaktions- und Nutzungsmöglichkeiten bestehen (z.B.: persönliche Beratung, Nutzung von schriftlichen Unterlagen, Nutzung von Informationen der jeweiligen Institutionen im Internet etc.), und jenen, die quasi unabhängig von Institutionen bestehen (z.B. Online-Berufsfindungstests privater Anbieter).<sup>31</sup>

Die Nutzung der Informations- und Beratungsangebote fällt sehr unterschiedlich aus. Gary zeigt auf, daß die österreichischen StudienanfängerInnen am häufigsten Studieninformationsmessen (von 64 % der StudienanfängerInnen) und Beratungsangebote der Österreichischen HochschülerInnenschaft (54 %) nutzen sowie jene Informationen, die im Rahmen des Schulunterrichtes (51 %) oder von SchülerInnen- oder BildungsberaterInnen an Schulen (44 %) angeboten werden. Dabei ist der hohe Prozentanteil bei den schulischen Informations- und Beratungsmaßnahmen darauf zurückzuführen, daß die Teilnahme an Informationsveranstaltungen,

22 Vgl. Schneeberger/Stagel 1983, Seite 29.

23 Vgl. Härtel 1995, Seite 11; Ertelt/Schulz 2002; Gumpelmaier/Plattner/Reichel 1996, Seite 15; Beinke 1999, Seite 110.

24 Vgl. [www.ams.at/berufsinfo](http://www.ams.at/berufsinfo)

25 Vgl. [www.bmbwk.gv.at](http://www.bmbwk.gv.at)

26 Vgl. [www.akbildungsberatung.at](http://www.akbildungsberatung.at)

27 Vgl. [www.bic.at](http://www.bic.at)

28 Vgl. [www.wifi.at](http://www.wifi.at)

29 Vgl. [www.biwi.at](http://www.biwi.at)

30 Vgl. [www.bifo.at](http://www.bifo.at)

31 Vgl. Gary 2004, Seite 25.

die während der Unterrichtszeit stattfinden, verpflichtend ist.<sup>32</sup> Seltener werden Beratungsangebote an Hochschulen genutzt, so z.B. Studienberatungen an diversen Universitäten oder »Tage der offenen Tür« an verschiedenen Fachhochschulen (33%). Am wenigsten häufig werden Beratungsangebote von Einrichtungen, wie z.B. Mädchenberatungsstellen, Arbeitsmarktservice (AMS) bzw. BerufsInfoZentren, genutzt (15% der StudienanfängerInnen), gefolgt von den Psychologischen Beratungsstellen (9%) oder kostenpflichtigen Angeboten diverser weiterer Anbieter (7%, z.B.: Test- und Beratungsinstitute).<sup>33</sup>

**Tabelle 2: Angebote, die von den StudienanfängerInnen genutzt werden (in %)**

Angebote	Genutzt	Wiederholt genutzt
Studieninformationsmessen	64 %	24 %
Studienberatung der HochschülerInnenschaft	54 %	21 %
Informationen im Rahmen des Schulunterrichtes	51 %	26 %
SchülerInnen- und Bildungsberatung an der Schule	44 %	16 %
Studienberatung der Hochschulen	33 %	10 %
Studienbeihilfenbehörde	26 %	6 %
Berufs- / Ausbildungsberatung diverser anderer Einrichtungen (z. B. Mädchenberatungsstellen, AMS/BIZ)	15 %	4 %
Psychologische (Bildungs-)Beratungsstellen	9 %	1 %
Kostenpflichtige Angebote diverser Einrichtungen (z. B. Test- und Beratungsinstitute)	7 %	1 %
Sonstige Informations- und Beratungsangebote	5 %	3 %

Quelle: öibf-Studierendenbefragung 2004

Wie oben erläutert wurde, nutzt nur ein Bruchteil der österreichischen StudienanfängerInnen »Beratungsangebote diverser Einrichtungen«, worunter auch das BerufsInfoZentrum (BIZ) fällt. BerufsInfoZentren (BIZ) sind Einrichtungen des AMS, in denen sich InteressentInnen aus allen Bevölkerungsgruppen mit Fragen der Berufs- und Bildungswahl auseinandersetzen bzw. über (berufsbezogene) Trends am Arbeitsmarkt informieren können.<sup>34</sup> Österreichweit werden vom AMS BerufsInfoZentren (BIZ) an 60 verschiedenen Standorten angeboten, drei davon in Wien.

Die einzelnen Aufgabenschwerpunkte der BerufsInfoZentren umfassen die Unterstützung bei der Berufswahl und Laufbahnplanung, die Förderung der selbständigen Auseinandersetzung und der Eigenaktivität der KundInnen durch Angebote zur Selbstinformation sowie die Verbindung von Information und Beratung in Fragen der Berufswahl und Berufsinformation. In diesem Zusammenhang stellen die BerufsInfoZentren (BIZ) zahlreiche Medien in Print- wie digitaler Version zu verschiedensten Berufs- bzw. Ausbildungsbereichen zur Verfügung, so etwa Informationsmappen, Berufslexika, Broschüren, Videos, Bildmaterial und EDV-gestützte

<sup>32</sup> Vgl. Gary 2004, Seite 26.

<sup>33</sup> Vgl. Gary 2004, Seite 27.

<sup>34</sup> Laut Berufsinfo-Bericht 2004 des AMS Österreich haben im Jahr 2004 österreichweit insgesamt 517.989 Personen ein BerufsInfoZentrum (BIZ) besucht und von den dortigen Angeboten Gebrauch gemacht; vgl. AMS Österreich 2005, Seite 21ff.

Berufsinformationsprogramme, Internet-Tools. KundInnen der BerufsInfoZentren (BIZ) sind in erster Linie alle Personen, die vor einer Berufs- und Ausbildungswahl stehen (also z.B. Lehrstellensuchende, SchülerInnen, Studierende, BerufseinsteigerInnen), Beschäftigte, die sich über berufliche Alternativen und/oder Aus- und Fortbildungswege informieren wollen (BerufsumsteigerInnen), Arbeitslose bzw. Arbeitsuchende sowie andere Personengruppen, wie z.B. LehrerInnen, Eltern.

Zahlreiche Studien haben sich bereits mit den demographischen Charakteristika der KlientInnen von Berufsberatungen auseinandergesetzt. Die Erwartungen, die die Ratsuchenden gegenüber einer Berufsberatung hegen, wurden bislang in der Forschung nur unzureichend bearbeitet.<sup>35</sup> Im Rahmen dieser Erhebung wurde versucht, diese Forschungslücke zu reduzieren.

---

<sup>35</sup> Vgl. Paszkowska-Rogacz 2002, Seite 439.

## 3 Empirische Untersuchung

Eines der Anliegen der vorliegenden (Fragebogen-)Erhebung bestand darin, die weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufspläne der angehenden AHS-MaturantInnen<sup>36</sup> näher in den Blick zu nehmen. Im einzelnen galt es dabei auch, die Rolle des AMS und seiner Informations- und Beratungseinrichtungen, sprich BerufsInfoZentren (BIZ), bei der weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufswahl von AHS-MaturantInnen zu beleuchten und abzuklären, in welchem Ausmaß diese als hilfreich eingestuft werden. Weiters wurden die Entscheidungssicherheit und der Entscheidungszeitpunkt von AHS-MaturantInnen in der Berufs- und Ausbildungswahl identifiziert, die relevanten »unterstützenden« Personen bei der Entscheidungsfindung dokumentiert sowie das »Wahlverhalten« rekonstruiert. Darüber hinaus war es ein zentrales Erkenntnisinteresse, die Bedürfnisse und Erwartungen (Erwartungshaltungen) von AHS-MaturantInnen an eine (gelingende) Berufsberatung zu erfragen.

### 3.1 Methodische Vorgangsweise

Das wesentliche Kriterium für die Befragung, die in schriftlicher Form mit Fragebögen durchgeführt wurde, war, daß sich die Jugendlichen bereits in einer Maturaklasse einer AHS (= 4. Schulstufe der Sekundarstufe II an AHS) befinden. Die Wiener Gymnasien, an denen die Fragebögen verteilt wurden, sind in einem einstufigen Auswahlverfahren als einfache Zufallsstichprobe gezogen worden.<sup>37</sup> Im Zeitraum November bis Dezember 2004 wurden in sechs unterschiedlichen Gymnasien insgesamt 347 Fragebögen verteilt, wovon insgesamt 270 Fragebögen retourniert wurden. Dies entspricht einer überraschend hohen Rücklaufquote von 77,8%.

Die Stichprobe teilt sich auf rund 43% AHS-Maturanten und rund 57% AHS-Maturantinnen im Alter zwischen 16 und 20 Jahren auf, wobei 17 Jahre als häufigste Altersangabe genannt wird. Laut Angaben des Stadtschulrates für Wien besuchten im Schuljahr 2004/2005 ca. 4.250 SchülerInnen die Abschlußklassen von Wiener AHS:<sup>38</sup> Die Stichprobe erfaßt somit rund 6% der Jugendlichen in Wiener AHS-Maturaklassen.

36 Der Kürze (und Lesefreundlichkeit) halber werden in der Folge bei der Darstellung der Detailergebnisse die im Rahmen dieser Erhebung befragten angehenden AHS-MaturantInnen (= AHS-SchülerInnen im abschließenden Schuljahr der Sekundarstufe II) zumeist kurz als »AHS-MaturantInnen« bezeichnet.

37 Nähere Informationen über Auswahlverfahren von Stichproben und deren Vor-/Nachteile finden sich bei Schnell/Hill/Esser 1993.

38 Die Angaben über die MaturantInnenzahlen basieren auf einer Schätzung der Vorjahre; Zeitpunkt der Anfrage beim Wiener Stadtschulrat: Jänner 2005.

### **3.2 Erhebungsschwerpunkt 1: Orientierungs- und Entscheidungsprozesse bei den AHS-MaturantInnen**

Im Erhebungsschwerpunkt 1 wurden die Themen »Pläne nach der Matura«, »Grad der Unterstützung von diversen Personen bei der beruflichen Entscheidung« und »Perspektiven auf das AMS bzw. dessen BerufsInfoZentren (BIZ)« bei den Wiener AHS-MaturantInnen mittels dreier Frageblöcke erkundet.

Der Themenbereich »Pläne nach der Matura« fragt ab, ob die Jugendlichen bereits jetzt sicher wissen, ob sie nach der Reifeprüfung eine weiterführende Ausbildung anschließen – und falls ja, an welchen Institutionen des tertiären Bildungssektors – oder ob sie direkt ins Berufsleben einsteigen möchten.

Der nächste Themenbereich möchte von den AHS-MaturantInnen wissen, wer (Aufzählung) – und wenn ja, in welchem Ausmaß – sie bei ihrer Entscheidung, eine bestimmte Weiterbildung bzw. einen bestimmten Beruf zu ergreifen, unterstützt hat. Von besonderem Interesse ist hier natürlich die Einschätzung der Jugendlichen über eine allfällige Unterstützung durch AMS-BerufsberaterInnen.

Der dritte Themenbereich des Erhebungsschwerpunktes 1 erkundet den Wissensstand der AHS-MaturantInnen über das AMS sowie dessen BerufsInfoZentren (BIZ). Die Jugendlichen sollten zudem angeben, welche konkreten Beratungs- und Orientierungsangebote (Aufzählung) für sie wichtig sind bzw. welche sie gerne in Anspruch nehmen möchten.

Da es sich beim ersten Teil des Fragebogens (Erhebungsschwerpunkt 1) um nominale und ordinale Daten handelt, ist eine statistische Auswertung nur in reduziertem Ausmaß möglich und beschränkt sich deshalb auf Häufigkeitsauszählungen, Kreuztabellen und Chi-Quadrat-Tests.

### **3.3 Erhebungsschwerpunkt 2: »Erwartungshaltungen« der AHS-MaturantInnen gegenüber der Berufsberatung**

Im Erhebungsschwerpunkt 2 wurden die Erwartungen der Wiener AHS-MaturantInnen an die Berufs- und Bildungsberatung in vertiefender Weise erfragt. Mittels 68 Fragen und jeweils dazugehörigen fünf optionalen Antwortkategorien (Trifft gar nicht zu – Trifft sehr zu) wird den AHS-MaturantInnen die Möglichkeit geboten, ihre Erwartungshaltungen an die Berufsberatung zum Ausdruck zu bringen und – je nach persönlicher Präferenz – unterschiedlich zu gewichten.

Howard Tinsley<sup>39</sup> hat auf der Basis dieser 68 Items 18 verschiedene Skalen<sup>40</sup> entwickelt, die die Erwartungen an eine Berufsberatung abbilden bzw. messen: *Motivation, Offenheit,*

39 Vgl. Tinsley 1976, Tinsley 1978, Tinsley/Benton 1984.

40 Eine Skala besteht aus einer Reihe von Items, deren Rangfolge oder Abstände exakt bestimmt sind.

*Eigenverantwortlichkeit, Akzeptanz, Konfrontation, Direktive Beratung, Empathie, Authentizität, Hilfestellung und Unterstützung, Selbst-Enthüllung, Attraktivität, Expertise, Toleranz, Vertrauenswürdigkeit, Klarheit, Verwirklichung/Durchführung, Unmittelbarkeit, Ergebnis* (vgl. Kapitel 4.3).

Entlang dieser Skalen hat Howard Tinsley darüber hinaus fünf Bezugssysteme identifiziert, die die Eigenschaftsdimensionen des Sachverhaltes »Berufsberatung« entlang von »Erwartungen an ...« abbilden: Persönlichkeitsmerkmale der KlientInnen (vgl. 4.3.1), Verhaltensweisen und Einstellungen der BeraterInnen (vgl. 4.3.2), Charakteristika der BeraterInnen (vgl. 4.3.3), Charakteristika des Beratungsprozesses (4.3.4.) und Qualität der Ergebnisse (vgl. 4.3.5). Die Situation, in der ein Beratungsgespräch stattfindet, ist nach Howard Tinsley geprägt durch die drei Elemente »KlientIn«, »BeraterIn« und »Beratungsprozeß«.

Mittels quantitativer Auswertungsmethode konnte jene Abstraktionsebene erreicht werden, die es ermöglicht, diejenigen Konditionen (Skalen) freizulegen, die – aus der Sicht der befragten AHS-MaturantInnen – erfüllt sein müssen, um von einer effizienten Berufsberatung sprechen zu können. Diese Konditionen, im folgenden »Erwartungshaltungen« genannt, referieren den Soll-Zustand einer Beratungssituation.

## 4 Empirische Ergebnisse

### 4.1 Pläne und Berufsziele der AHS-MaturantInnen

Obwohl sich die Jugendlichen in der letzten Klasse vor dem Übertritt in eine entweder berufliche oder weiterführende schulische Ausbildung befinden, sind sich lediglich 43,9% der AHS-MaturantInnen gänzlich sicher, eine weitere Ausbildung im Sinn einer schulischen oder universitären Fortbildung anzuschließen. Nur 1,5% planen definitiv keine weitere Ausbildung mehr, und für den Großteil der Jugendlichen (54,6%) ist eine weitere Ausbildung nach der Matura zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht hundertprozentig entschieden.

Keine geschlechtsspezifischen Unterschiede lassen sich hinsichtlich der Absicht, nach der Matura noch eine weitere Ausbildung anzuschließen, erkennen.<sup>41</sup>

**Tabelle 3: Geplante weitere Ausbildung, nach Geschlecht (in %)**

Sicher über die Ausbildung nach Matura	Männlich	Weiblich
<b>Ja, bin sicher</b>	45,2%	43,4%
<b>Nein, nicht fix</b>	53,0%	55,3%
<b>Keine weitere Ausbildung</b>	1,7%	1,3%

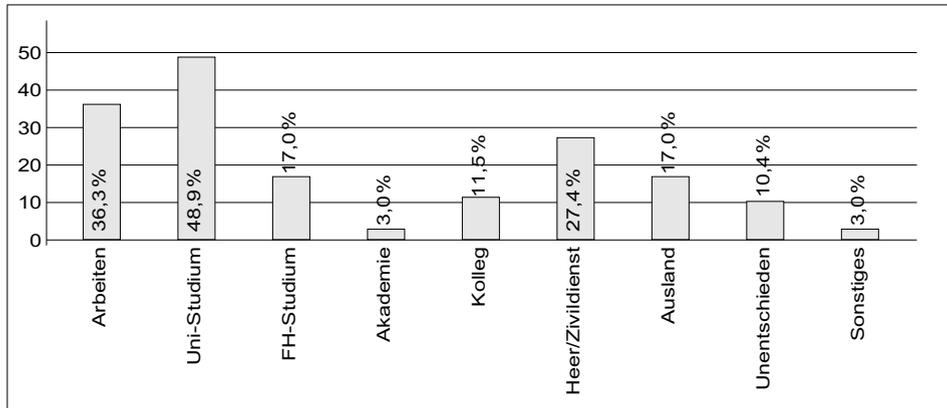
Wie bereits in der Einleitung anhand der Ergebnisse der Vorarlberger MaturantInnenbefragung<sup>42</sup> angedeutet wurde, ist der Weg nach der Matura für AbgängerInnen von AHS weniger eindeutig (und wird von diesen als »schwerer« erlebt) als bei AbgängerInnen von BHS, die aufgrund ihrer Doppelqualifikation viel mehr dazu neigen, nach Abschluß der Ausbildung direkt ins Berufsleben einzusteigen. Diese Tatsache wird auch im vorliegenden Befund bestätigt. Auf die Frage, welche Tätigkeiten im Jahr nach der AHS-Matura angestrebt werden, bestand die Möglichkeit zu Mehrfachantworten.

<sup>41</sup> Statistisch abgesichert wird dies durch  $c2(267,2)=0,186; p=0,911$ .

<sup>42</sup> Vgl. Industriellenvereinigung Vorarlberg (Hg.): Vorarlberger MaturantInnenbefragung 2004.

Die folgende Abbildung gibt dazu einen Überblick:

**Abbildung 1: Pläne nach der Matura: »Was machst Du nach der Matura?«\* (in %)**



\* Mehrfachantworten (die Prozentwerte einer Kategorie ergeben sich durch die jeweiligen Nennungen dieser Kategorie, bezogen auf alle N = 270 Fälle)

Es wird deutlich, daß ca. die Hälfte der AHS-MaturantInnen ein Studium an einer Universität (48,9%) plant. 17% geben an, einen Fachhochschul-Studiengang in Betracht zu ziehen, 11,5% planen einen Ausbildungsgang an einem Kolleg oder an einer Akademie (3%). Wenn sich die Jugendlichen zu einem Universitätsstudium entschließen, dann sind Medizin, Psychologie und Jus jene Studienrichtungen, die mit Abstand am häufigsten genannt werden, gefolgt von Publizistik und Betriebswirtschaftslehre. Wird ein Fachhochschulbesuch ins Auge gefaßt, sprechen Tourismusmanagement-Studiengänge, Journalismus-, Wirtschafts- sowie Marketing-Studiengänge die Jugendlichen am meisten an. Für einen Teil der Befragten stehen auch mögliche Lehrgänge an einer Akademie oder ein Kolleg zur Alternative. Betrachtet man alle weiterführenden Ausbildungen zusammen, so plant die überwiegende Mehrheit der befragten AHS-MaturantInnen über kurz oder lang eine weiterführende Ausbildung an einer Hochschule bzw. hochschulverwandten Bildungsinstitution.

Die Ergebnisse der Abbildung 1 weichen etwas von den oben genannten ab (dort geben nur 43,9% der AHS-MaturantInnen als sicher an, nach der Matura eine weitere Ausbildung anzuschließen), und es ist anzunehmen, daß diejenigen AHS-MaturantInnen, die sich noch nicht über eine weiterführende Ausbildung nach der Matura sicher sind, im Zweifelsfall doch ein Studium an einer Universität oder Fachhochschule optieren. Für diese Annahme sprechen auch die Zugangsdaten von AHS-MaturantInnen, die innerhalb der drei ihrer Reifeprüfung folgenden Semester an einer Universität zugelassen wurden.<sup>43</sup>

Etwas mehr als ein Drittel (36,3%) der AHS-MaturantInnen plant, nach der Matura ein Beschäftigungsverhältnis aufzunehmen. Falls der Einstieg ins Berufsleben direkt nach der Schule doch nicht sofort gelingen sollte, wird in vielen Fällen dann doch die »Ersatzlösung«, nämlich ein Studium aufzunehmen, ins Auge gefaßt. Diese Annahme wird durch rund ein Fünftel

43 Vgl. Tabelle 1, entnommen dem Universitätsbericht 2005, Band 2 (Hg. BMBWK), Seite 100.

der AHS-MaturantInnen (19,3%) belegt, die sowohl die Antwort »Arbeiten/Jobben« als auch die Antwortmöglichkeit »Universitätsstudium« im Fragebogen angekreuzt haben. Schon 1991 spricht Guggenberger davon, daß AbsolventInnen von AHS, »(...) praktisch ohne Berufsausbildung, ohne unmittelbar verwertbare Qualifikationen (...) tendenziell viel eher gezwungen sind, ihre Ausbildungslaufbahn fortzusetzen«. <sup>44</sup> Daran dürfte sich – trotz der Anpassung der Schulformen und Lehrinhalte an den Gymnasien – bis heute kaum etwas verändert haben.

Gut ein Viertel aller männlichen Befragten (27,4%) gibt an, nach der Reifeprüfung vorerst einmal den vorgeschriebenen Militär- oder Zivildienst abzuleisten. Auch für diese Gruppe kann angenommen werden, daß nach dem Präsenzdienst in vielen Fällen eine weiterführende Bildungsinstitution besucht wird. Einen Auslandsaufenthalt im Sinne von Auslandsstudien, Sprachkursen, Au pair etc. fassen 17% der Befragten ins Auge, 3% der Jugendlichen haben andere Pläne (Reisen, Erholung/Urlaub), und 10% sind noch unentschieden, welche Tätigkeiten sie im Jahr nach der Reifeprüfung machen werden (vgl. Abbildung 1).

Manche Menschen haben bereits im Kindesalter eine feste Vorstellung davon, welche berufliche Tätigkeit sie einmal ausüben werden, wenn sie älter sind. Viele Kinder und Jugendliche hingegen können auf die Frage, was sie später einmal machen möchten, nur eine vage oder gar keine Antwort geben.

Von den 270 AHS-MaturantInnen, die sich an dieser Erhebung aktiv beteiligten, hatten zum Zeitpunkt der Befragung 46,7% eine konkrete Vorstellung darüber, welchen Beruf sie in ihrem Leben einmal ausüben möchten, wobei diese Entscheidung bei einem Großteil erst in den letzten ein bis zwei Jahren gefallen ist bzw. sich erst in diesem Zeitraum konkretisiert hat. Von den 144 AHS-MaturantInnen, die zum Befragungszeitpunkt noch keine Berufsziele nennen können (gesamt: 53,3%; weiblich: 56,3%, männlich: 43,8%), trifft ein Viertel (25,9%) eine diesbezügliche Entscheidung noch im laufenden Schuljahr, etwas weniger als die Hälfte (41,7%) erst nach der Reifeprüfung. Rund 33% der AHS-MaturantInnen wissen allerdings überhaupt noch nicht, ob und wann sie sich in der nächsten Zeit für einen Beruf bzw. eine dafür erforderliche Ausbildung entscheiden. In diesem Fall ist anzunehmen, daß sich die Jugendlichen aufgrund der Optionen, die sich zufällig ergeben, entscheiden werden.

Eine zusätzliche Betrachtung des konkreten Berufswunsches nach der Schulform ergibt, daß die MaturantInnen in den Humanistischen Gymnasien und Neusprachlichen Gymnasien in größerem Ausmaß klare Berufsziele haben als ihre KollegInnen im Bildnerischen und im Musischen Oberstufenrealgymnasium.

Obwohl, wie gesagt, rund 53% noch nicht genau wissen, welchen Beruf sie später einmal ausüben möchten, scheinen sie sich dennoch häufig gedanklich mit diesem Thema zu beschäftigen.

Auf die Frage, wie oft sie über ihren Berufswunsch bzw. über eine weitere Ausbildung nachdenken, geben rund 43% an, dies einmal pro Woche zu tun. Etwas mehr als ein Drittel (35,3%) denkt sogar täglich über die eigene Zukunft nach, rund 12% der Jugendlichen denken weniger häufig (ungefähr einmal monatlich) an ihre weiteren Ausbildungs- oder Berufsaktivitäten. Ein

---

44 Zitiert nach Guggenberger 1991, Seite 42.

Zehntel der Befragten denkt laut eigener Angabe sogar nur eher selten über die künftige Ausbildung bzw. über den künftigen Beruf nach.

Die soeben beschriebenen Ergebnisse zeigen generell die Häufigkeiten, wie oft die AHS-MaturantInnen über ihren künftigen Berufs- bzw. Ausbildungsweg reflektieren. Zu Beginn der Auswertung der Untersuchungsergebnisse wurde zuerst von der Annahme ausgegangen, daß sich jene AHS-MaturantInnen, die bereits über konkrete Vorstellungen verfügen, auch häufiger über den geplanten Beruf bzw. über die geplante Ausbildung Gedanken machen.<sup>45</sup>

**Tabelle 4: Vorstellungen über den späteren Beruf (in %)**

		Wie oft machst Du Dir über Deinen künftigen Beruf/Ausbildungsweg Gedanken?			
		Mind. einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Selten, alle paar Monate	Gesamt
<b>Klare Vorstellungen über späteren Beruf?</b>	Ja	82,9 %	11,4 %	5,7 %	100,0 %
	Nein	74,4 %	11,6 %	14,0 %	100,0 %
	Gesamt	78,6 %	11,5 %	9,9 %	100,0 %

Wie aus Tabelle 4 hervorgeht, ist dies jedoch nicht der Fall (keine statistisch signifikanten Unterschiede<sup>46</sup>). Auffällig ist jedoch, daß in der Gruppe derjenigen, die noch keine klaren Berufsvorstellungen haben, 14 % selten darüber nachdenken.

Ob und wie die Auseinandersetzung mit der eigenen Zukunft und den damit verbundenen Berufs- und Ausbildungsplänen bei einem Menschen verläuft, ist von vielen Faktoren abhängig. Neben den eigenen Vorlieben, den persönlichen Neigungen und Fähigkeiten sind zu einem wesentlichen Teil auch die Familie, FreundInnen und Bekannte des näheren Umfeldes dafür verantwortlich, ob und wie sehr sich die von diesen Fragestellungen Betroffenen mit Plänen ihres weiteren beruflichen Werdeganges befassen.

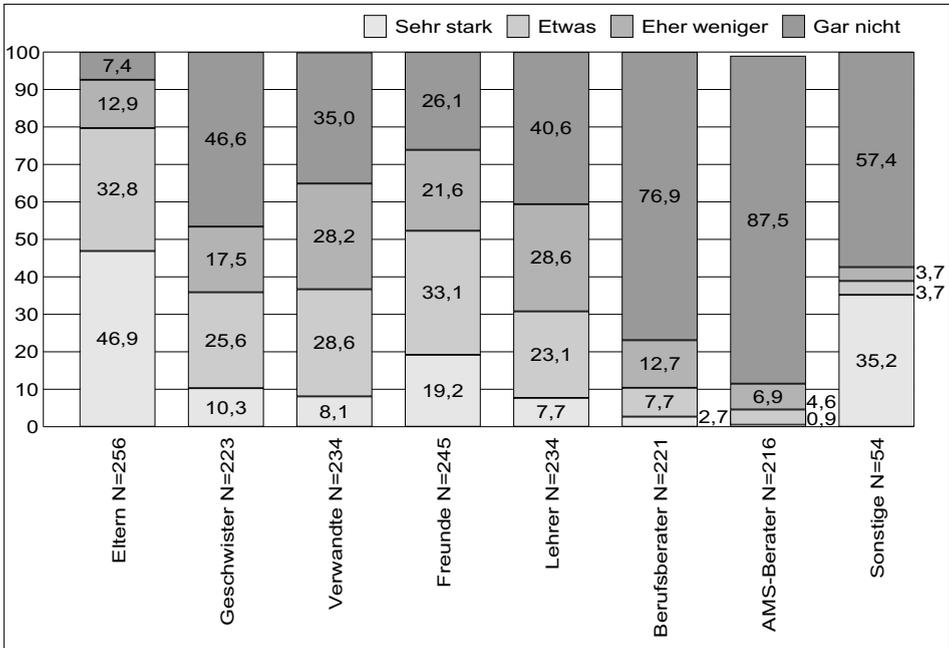
Dabei spielen die Bezugspersonen bzw. Bezugsgruppen eine unterschiedlich starke Rolle. Sie können entweder nur als zusätzliche Informationsquelle dienen, sie können eine Vorbildfunktion übernehmen, oder sie können die Entscheidung auch direkt beeinflussen. Allgemein wird von der Annahme ausgegangen, daß Bezugspersonen bzw. Bezugsgruppen des näheren Umfeldes einer Person einen wesentlich größeren Einfluß besitzen als jene, zu denen weniger intensive oder nur flüchtige Kontakte bestehen. Eine Frage im Fragebogen versucht herauszufinden, ob diese Annahme tatsächlich zutrifft und welche Personen in welchem Ausmaß an der Entscheidungsfindung der Jugendlichen beteiligt waren.<sup>47</sup> Die Antwortmöglichkeiten reichen von »sehr stark« bis »überhaupt nicht« (Zeilensumme = 100 %).

45 Um die Annahme statistisch zu überprüfen, wurden aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit die fünf Kategorien (»Täglich«, »Einmal pro Woche«, Einmal im Monat«, »Selten«, »Alle paar Monate«) in drei Kategorien zusammengefaßt (siehe Tabelle 4).

46  $r = .11$ ;  $p = .06$ ;  $n = 252$ .

47 Vertiefende Einblicke über die Motive und Hintergründe von Bildungswegentscheidungen gibt eine Studie von Schlögl/Lachmayr aus dem Jahr 2004.

**Abbildung 2: Unterstützung bei der Berufs-/Ausbildungsentscheidung\* (in %)**



\* Zeilensumme=100%

Nicht ganz die Hälfte (46,9%) der AHS-MaturantInnen gibt an, daß sie aus der eigenen Familie, hier konkret durch die Eltern, eine sehr starke Unterstützung bei der Berufs-/Ausbildungswahl erfährt bzw. erfahren hat, ein Drittel (32,8%) kann mit etwas Unterstützung rechnen, und nur ein kleiner Teil wird von den Eltern eher geringfügig (12,9%) oder gar nicht (7,4%) unterstützt. Die Unterstützung durch die eigenen Geschwister verhält sich genau entgegengesetzt: Fast die Hälfte (46,6%) erfährt aus dieser Richtung gar keine Unterstützung, dagegen nur 10,3% eine sehr starke. Wie die Grafik zeigt, nehmen die Verwandten ebenfalls einen eher untergeordneten Stellenwert ein. Von ihnen erhalten nur 8,1% der AHS-MaturantInnen einen sehr starken Beistand hinsichtlich des eigenen Berufs- bzw. Ausbildungswunsches.

Für die Hälfte spielen die FreundInnen ebenfalls eine starke Rolle. Knapp ein Fünftel (19,2%) kann mit sehr starker und ein Drittel (33,1%) mit einiger Unterstützung aus dem persönlichen Freundeskreis rechnen. 21,6% erhalten aus dem Freundeskreis eher weniger bis gar keine (26,1%) Hilfe in ihrer weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufsentscheidung.

Daß Personen aus dem weiter entfernten sozialen Umfeld einer Person lediglich eine sehr geringe Rolle bei der Entscheidungsfindung spielen, wird anhand der Daten über die BerufsberaterInnen deutlich.<sup>48</sup> In der Erhebung wurde zwischen BerufsberaterInnen, die nicht vom AMS bereitgestellt werden, und BerufsberaterInnen des AMS (BIZ) differenziert und eine Ab-

48 Ähnliche Ergebnisse finden sich in Gary 2004.

klärung dahingehend vorgenommen, in welchem Ausmaß die AHS-MaturantInnen bis zum Befragungszeitpunkt eine Unterstützung durch diese beiden BeraterInnengruppen erfahren haben.

Über die BerufsberaterInnen, die nicht zum AMS gehören, geben 2,7% der AHS-MaturantInnen an, sehr stark von diesen unterstützt worden zu sein, etwas Unterstützung erfuhren 7,7%, und eine eher geringe oder gar keine Unterstützung durch BerufsberaterInnen, die nicht zum AMS gehören, wurde von insgesamt 89,6% der Jugendlichen angegeben.

Einige oder eine sehr starke Unterstützung durch die AMS-BerufsberaterInnen erfuhren 5,5% der AHS-MaturantInnen, lediglich eine eher geringe Unterstützung nahmen 6,9% in Anspruch, gar keine Unterstützung durch die AMS-BeraterInnen beanspruchten 87,5%. Aufgrund der doch erheblichen Differenzen zwischen den Werten der »Nicht-AMS-BerufsberaterInnen« und der AMS-BerufsberaterInnen wird vermutet, daß den AHS-MaturantInnen nicht unbedingt ein Unterschied zwischen diesen beiden BeraterInnengruppen bewußt ist und hier deshalb eine Antwortverzerrung vorliegt. Aus diesem Grunde wurde der Durchschnitt der beiden Skalenmittelwerte »Stärke der Unterstützung von BerufsberaterInnen« und »Stärke der Unterstützung der AMS-BerufsberaterInnen« gebildet:  $\bar{x} = 3,73$ .

**Tabelle 5: Unterstützung durch die Umwelt**

Wie sehr unterstützen Dich ... ?	N	Skalenmittelwert
Deine Eltern	256	1,81
Deine Geschwister	223	3,00
Verwandte	234	2,90
FreundInnen	245	2,55
Schule/LehrerIn	234	3,02
BerufsberaterIn	221	3,64
AMS-BerufsberaterIn	216	3,81

Skala: 1 = Sehr stark, 2 = Etwas, 3 = Eher weniger, 4 = Überhaupt nicht

Für einige der AHS-MaturantInnen waren und sind im Zuge der Entscheidungsfindung neben den genannten Personen noch andere relevant. Von denjenigen, die auch das Feld »Sonstige« angekreuzt haben, werden am häufigsten der/die PartnerIn bzw. der/die FreundIn genannt. Einige der Jugendlichen geben an, daß nur sie selbst für eine Entscheidung über ihre berufliche Zukunft relevant waren und sind. Erwähnenswert ist weiters, daß – abgesehen von den Menschen im engeren Umfeld der Jugendlichen – auch die (Massen-)Medien einen starken Einfluß auf die Wahl der weiteren Ausbildung besitzen.

## 4.2 Informationsstand der AHS-MaturantInnen hinsichtlich des AMS

Um für sich selbst die richtige Entscheidung treffen zu können, ist es nötig, möglichst alle zur Verfügung stehenden Informationen zu beschaffen und danach die Alternativen anhand ihrer

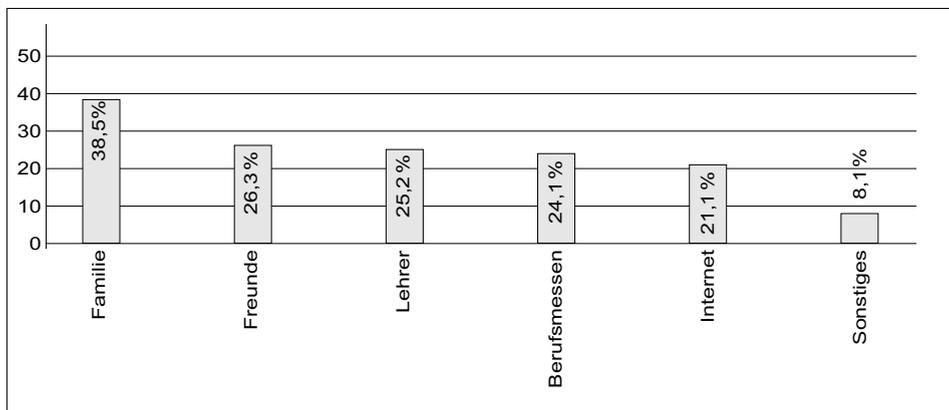
Vor- und Nachteile entsprechend gegeneinander abzuwägen. Dafür stehen heute die unterschiedlichsten Möglichkeiten der Informationsgewinnung und vielfältige Informationen bereit.

Eine der vielen Aufgaben des AMS ist es, Jugendlichen bei der Berufswahl die bestmögliche Unterstützung durch gezielte Informationen zu geben.

Die Frage »Weißt Du, daß Dich das AMS bei der Wahl Deines Berufes bzw. Deines Ausbildungsweges mit Informationen unterstützen kann?«, wird von der überwiegenden Mehrheit (81,1%) bejaht (Nein = 18,9%).

Die hauptsächliche Quelle (Mehrfachantworten möglich), über die die Information, daß das AMS hier unterstützend tätig ist, bezogen wird, ist ebenfalls – wie im Falle der Unterstützung bei der Berufsentscheidung – die Familie (in 38,5% der Fälle). Ungefähr jeweils ein Viertel der Fälle erhält erstmalig die einschlägigen Informationen über das AMS aus seinem Freundeskreis (26,3%), durch Hinweise von den KlassenlehrerInnen (25,2%) und von Berufsinformationsmessen (24,1%). Gut ein Fünftel (21,1%) der AHS-MaturantInnen weiß aus dem Internet über die Hilfestellung durch das AMS. Neben den zuvor angeführten Möglichkeiten kommt ein Teil der Befragten wiederum über die Print- und TV-Medien zu den entsprechenden Informationen über das AMS. Die nachfolgende Grafik spiegelt dazu die Ergebnisse wider.

**Abbildung 3: Informationsquelle AMS: »Von wem weißt Du über das AMS?«\* (in %)**



\* Mehrfachantworten; die Prozentwerte einer Kategorie ergeben sich durch die jeweiligen Nennungen dieser Kategorie, bezogen auf alle N (= 270 Fälle)

#### 4.2.1 BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS

Bei diesem Frageblock, in dem Informationen über den Bekanntheitsgrad der BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS erhoben wurden, wurde von der Hypothese ausgegangen, daß all jene Jugendlichen, die das AMS kennen und wissen, daß dieses sie mit Informationen über Arbeitsmarkt, Berufs- und Ausbildungswege unterstützen kann, auch konkret über die BerufsIn-

foZentren des AMS Bescheid wissen. Zusätzlich dazu sollten auch noch weitere Aspekte in Erfahrung gebracht werden, weshalb die Frage »Kennst du die BerufsInfoZentren (BIZ)?« als Filterfrage konzipiert wurde; jene, die mit »Ja« geantwortet haben, wurden außerdem noch danach gefragt, woher sie die BerufsInfoZentren (BIZ) kennen, wie oft sie die BerufsInfoZentren (BIZ) bereits besucht haben und wie hilfreich diese für sie gewesen sind.

Kennen noch viele der AHS-MaturantInnen (81,1 %) das AMS, so bejahen hingegen nur 29,8 % die Frage, ob sie die BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS kennen. Die Studie über Vorarlberger MaturantInnen kommt bei der Frage nach dem Bekanntheitsgrad der unterschiedlichen Beratungsstellen zu einem ähnlichen Ergebnis: 28 % der Vorarlberger MaturantInnen gaben an, das BIZ Bregenz zu kennen, 12 % kennen das BIZ Bludenz.<sup>49</sup> Mit einiger Wahrscheinlichkeit läßt sich jedoch der generell geringe Bekanntheitsgrad unter den Jugendlichen darauf zurückführen, daß die BerufsInfoZentren (BIZ) – im Gegensatz zur übergeordneten Instanz des AMS – in den gängigen (Massen-)Medien kaum bis gar nicht vertreten sind bzw. die BerufsInfoZentren (BIZ) unter dem »Einheitsdach« des AMS subsumiert werden, ohne einer besonderen Wahrnehmung hinsichtlich ihrer Existenz und ihres spezifischen Dienstleistungsangebotes zu unterliegen.

Der Bekanntheitsgrad der BerufsInfoZentren (BIZ) ist in beiden Gruppen gleich groß, also in jener Gruppe, die bereits klare Vorstellung darüber hat, welchen Beruf sie einmal ausüben möchte, und in jener Gruppe, die noch keine derartigen Vorstellungen hat.

Auf die Frage nach der hauptsächlichen Informationsquelle, aus der die AHS-MaturantInnen, die die BerufsInfoZentren (BIZ) kennen (29,8 %), ihre Information bezogen haben, zeigen die Ergebnisse, daß hier in erster Linie die KlassenlehrerInnen für das »BIZ-Marketing« verantwortlich sind: 38,4 % der jugendlichen BIZ-KennerInnen geben die KlassenlehrerInnen als ihre primäre Informationsquelle an, knapp gefolgt von den Mitgliedern der eigenen Familie (37 %). Ein Siebtel (15,1 %) der AHS-MaturantInnen hat durch Surfen im Internet Kenntnis von den BerufsInfoZentren (BIZ) gewonnen. Sehr gering ist mit einem Anteil von 8,2 % auch die Rolle, die FreundInnen bei der Verbreitung des BIZ-Bekanntheitsgrades spielen, und eine Person gibt an, durch »Hörensagen« etwas über die BerufsInfoZentren (BIZ) zu wissen (»Sonstiges«, 1,5 %).

Nicht nur, daß bei den befragten AHS-MaturantInnen der Bekanntheitsgrad der BerufsInfoZentren (BIZ) eher gering ausfällt, bleibt auch die BesucherInnenfrequenz auf einem niedrigen Niveau: Von den insgesamt 76 (29,8 %) AHS-MaturantInnen, die die BerufsInfoZentren (BIZ) kennen, haben 41 (53,6 %) diese persönlich besucht. Die Häufigkeiten liegen zwischen einem Besuch und fünf Besuchen, wobei allerdings ein einmaliger Besuch den Regelfall darstellt (einmalig: 80,5 %, zweimalig: 12,2 %, drei- bis fünfmalig: 9,4 %).

Hinsichtlich der Informationsgewinnung und der Hilfestellung bei der Entscheidung wird dieser Besuch von 14,8 % der MaturantInnen als hilfreich, von 1,9 % als sehr hilfreich eingestuft. Für knapp zwei Drittel (59,2 %) war der Besuch nur in beschränktem Ausmaß und für ein

49 Vgl. Industriellenvereinigung Vorarlberg (Hg.): Vorarlberger MaturantInnenbefragung 2004.

Viertel (24,1 %) überhaupt nicht hilfreich. Für die letztgenannte Gruppe ist zumindest teilweise zu vermuten, daß die Jugendlichen aus den AHS mit anderen, mit den falschen oder mit gar keinen Vorstellungen zu den BerufsInfoZentren (BIZ) gekommen sind und folglich aufgrund des ungenauen (ungeklärten) Informationswunsches und des daraus resultierenden (vermutlich ungesteuerten) Suchverhaltens den dortigen Besuch als unbefriedigend erlebt haben.

Wie bereits die Studie von Nowak aus den 1990er Jahren aufgezeigt hat, geben aufgrund der Informationsfülle die Jugendlichen mitunter an, nach dem Besuch erst recht nicht zu wissen, was sie jetzt machen sollen. Ein weiterer und nach wie vor zu diskutierender Kritikpunkt der seinerzeitigen Studie von Nowak ist, daß die Besuche in den BerufsInfoZentren (BIZ) oftmals klassenweise – also en bloc und ohne eingehende (d.h. bereits in den Schulen stattfindende) Vorbereitung – ablaufen, wodurch letztlich der Nutzen für die SchülerInnen geschmälert wird.<sup>50</sup> Solche Aktionen sind daher eher geeignet, im Sinne einer »Türöffnerfunktion« ausschließlich einen Erstkontakt zu den BerufsInfoZentren (BIZ) herzustellen, dem dann sukzessive Kleingruppen- oder Einzelberatungen folgen sollten.

#### **4.2.2 Angebote, die sich die AHS-MaturantInnen vom AMS wünschen**

Nachdem die AHS-MaturantInnen zu ihren Perspektiven auf AMS und BerufsInfoZentren (BIZ) befragt wurden, bestand mit der anschließenden Frage die Möglichkeit für sie, darüber Auskunft zu geben, welche der genannten Angebote sie gerne für sich in Anspruch nehmen würden (Mehrfachantworten).

An erster Stelle der Angebote, die sich die AHS-MaturantInnen hinsichtlich einer Berufsberatung wünschen, steht das individuelle Beratungsgespräch mit einem/einer geschulten BerufsberaterIn. Beinahe zwei Drittel (65,6%) der insgesamt 270 Fälle würden dieses Angebot gerne für sich in Anspruch nehmen. Ein wesentlich geringerer Teil (17,8%) der Jugendlichen hätte gerne das Pendant, nämlich ein Gruppenseminar, in Anspruch genommen.

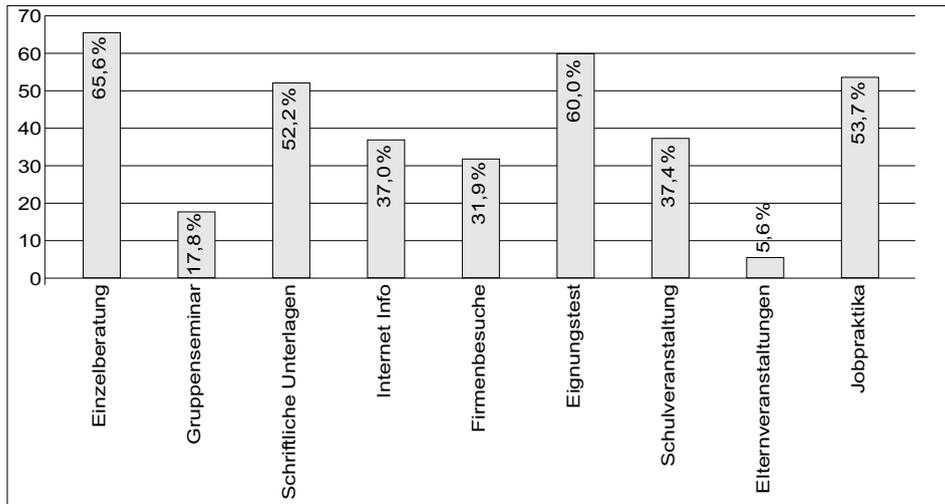
Unter den AHS-MaturantInnen würde sich ein ähnlich hoher Prozentsatz wie bei der persönlichen Einzelberatung für die Möglichkeit, einen Interessens- bzw. Eignungs- oder Persönlichkeitstest durchführen zu können, entscheiden (60,0%). Bei den AHS-MaturantInnen ebenfalls hoch im Kurs stehend und beinahe gleich wichtig sind zum einen die Chance, Jobpraktika in Firmen absolvieren zu können (53,7%), und zum anderen die Möglichkeit, schriftliche Unterlagen über Berufs- und weiterführende Bildungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt zu bekommen (52,2%). 37,4% würden sich Berufsinformationsveranstaltungen des AMS in ihrer Schule wünschen, knapp 32% möchten mit dem AMS unterschiedliche Firmen kennenlernen (z.B. durch die Möglichkeit einer Besichtigungen vor Ort). In 37,0% der Fälle besteht das Interesse bzw. der Wunsch nach einschlägigen Informationen im Internet.

---

<sup>50</sup> Vgl. Nowak 1996, Seite 10.

Obwohl 47% der AHS-MaturantInnen angeben, bei ihrer Berufsentscheidung sehr stark von ihren Eltern unterstützt zu werden, äußern lediglich 5,6% von ihnen den Wunsch nach speziell für die Eltern angebotenen Informationsveranstaltungen des AMS.

**Abbildung 4: Gewünschte Angebote vom AMS\* (in %)**



\* Mehrfachantworten; die Prozentwerte einer Kategorie ergeben sich durch die jeweiligen Nennungen dieser Kategorie, bezogen auf alle N (= 270 Fälle)

80% der AHS-MaturantInnen äußern auf die Frage, ob bzw. welche Angebote sie zu den oben genannten zusätzlich gerne hätten, keine weiteren Wünsche. Einige der Befragten meinen sogar, daß bereits ausreichend Informationsmaterial zur Verfügung stünde. Ein Teil der Jugendlichen hat aber auf diese Frage ganz konkrete Maßnahmen genannt, so vor allem:

- Möglichkeit des Informationsaustausches mit Berufstätigen aus unterschiedlichen Berufen und Branchen;
- Informationsaustausch mit Studierenden unterschiedlicher Studienrichtungen (Universität, Fachhochschule);
- Schnuppern in Betrieben, Möglichkeit von kurzen Jobpraktika;<sup>51</sup>
- bessere (Arbeitsmarkt- und Berufs-)Information durch die Lehrpersonen bzw. generell mehr Informationsbereitstellung an den Schulen;
- früher einsetzende Berufsorientierungsmaßnahmen;
- TV-Werbung für AMS bzw. gezielt für dessen BerufsInfoZentren (BIZ).

Einige Nennungen der AHS-MaturantInnen betreffen auch den Wunsch nach der Bereitstellung von (Detail-)Informationen, wie sie bereits in einer Vielzahl von Print- oder digitalisierten Me-

<sup>51</sup> Um den Berufseinstieg zu erleichtern, besteht für AbsolventInnen von schulischen oder akademischen Ausbildungen ohne einschlägige Berufspraxis seitens des AMS die Möglichkeit, in Form eines maximal dreimonatigen »Arbeitstrainings« Erfahrung und Praxis zu sammeln.

dien (Broschüren, CD-Rom, Internet-Datenbanken usw.) unterschiedlicher Akteure (AMS, BMBWK, AK, WK, Interessenvertretungen usw.) publiziert werden. Dabei werden z.B. folgende Bedarfe explizit genannt:

- Informationen über die Ausbildungsdauer und Ausbildungsanforderungen verschiedener Berufe;
- Informationen über Zukunftsperspektiven der Berufe;
- Informationen über Angebote an möglichen Studienrichtungen;
- Informationen über Zukunftsperspektiven nach dem Studium;
- Informationen über Berufsinformationsmessen;
- Studienberatung generell.

Anhand dieser Aufzählung wird deutlich, daß hier zumeist kein grundsätzlicher Mangel an Information besteht (»Informationsmangel an sich«), sondern primär Defizite in der Art und Weise, wie diese Informationen an die Jugendlichen distribuiert werden, zutage treten.

### **4.3 Die Erwartungen der AHS-MaturantInnen an sich selbst und die Berufsberatung bzw. die BerufsberaterInnen**

Bei der Darstellung der Ergebnisse des zweiten Erhebungsschwerpunktes wird darauf geachtet, daß die den Tinsley-Skalen zugrunde liegenden Items deskriptiv beschrieben werden, und zwar zum einen, um den Informationsgehalt der Analyse zu vergrößern, und zum anderen, um hinsichtlich der Berufsberatung einen differenzierten Einblick in einzelne Erwartungshaltungen der AHS-MaturantInnen zu gewinnen.<sup>52</sup>

Beispiel: Skala »Motivation« (vgl. 4.3.1.) setzt sich zusammen aus:

- Ich erwarte mir, in der Berufsberatung durchzuhalten, auch wenn ich zu Beginn unsicher bin, daß sie hilfreich ist. (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ..., Trifft gar nicht zu)<sup>53</sup>
- Ich erwarte mir, die/den BerufsberaterIn öfter als drei Einheiten zu sehen. (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ..., Trifft gar nicht zu)<sup>54</sup>
- Ich erwarte mir, in der Berufsberatung zu bleiben, auch wenn sie manchmal unangenehm ist. (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ..., Trifft gar nicht zu)<sup>55</sup>

<sup>52</sup> Interessierte LeserInnen finden im Anhang den Skalenschlüssel (Welche Items liegen welcher Skala zugrunde?).

<sup>53</sup> Die im Fragebogen angeführten fünf kategorialen Antworten (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ...) wurden in der hier vorliegenden Auswertung zu drei Kategorien zusammengefaßt (Trifft zu, Trifft teilweise zu, Trifft nicht zu).

<sup>54</sup> Die im Fragebogen angeführten fünf kategorialen Antworten (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ...) wurden in der hier vorliegenden Auswertung zu drei Kategorien zusammengefaßt (Trifft zu, Trifft teilweise zu, Trifft nicht zu).

<sup>55</sup> Die im Fragebogen angeführten fünf kategorialen Antworten (Trifft sehr zu, Trifft eher zu, ...) wurden in der hier vorliegenden Auswertung zu drei Kategorien zusammengefaßt (Trifft zu, Trifft teilweise zu, Trifft nicht zu).

Zusätzlich zu den deskriptiven Item-Beschreibungen pro Skala geben sogenannte »Stimmungsbilder« (vgl. Abbildungen 5, 6, 7, 8) über die Ausprägungstendenzen der einzelnen Skalen in Form einer Grafik Aufschluß. Dazu wurden die relativen Häufigkeiten aller Fragen einer Skala addiert. Somit erhält man ein gutes Stimmungsbild, das grafisch in den Abbildungen 5–8 aufbereitet wurde. Daraus kann man z.B. ablesen, wie sehr Jugendliche motiviert sind (vgl. Abbildung 5).

Nachfolgend wird ausgeführt, was eine Berufsberatung für AHS-MaturantInnen bedeutet und welche Erwartungshaltungen an eine Beratungssituation seitens der MaturantInnen herangetragen werden. Dabei erfolgt die Darlegung der Ausprägungen der Items in schriftlicher Form und die der Skalen in grafischer Form.

### **4.3.1 Persönlichkeitsmerkmale – Erwartungen an sich selbst**

#### **Motivation**

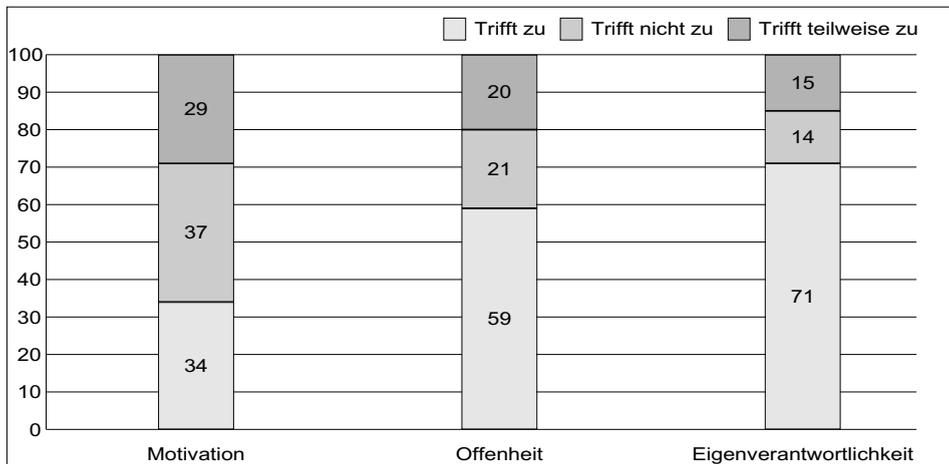
Die befragten AHS-MaturantInnen sind vorwiegend eher nicht oder nur teilweise motiviert, sich einer längerfristig andauernden Berufsberatung zu unterziehen. Insgesamt 45% wünschen sich keine Berufsberatung, die mehr als drei Sitzungen dauert. Allerdings geben auch 46% an, in der Beratungssituation zu verbleiben, auch wenn zu Beginn nicht sicher ist, ob die Beratung helfen wird. Die Mehrheit erwartet sich eine möglichst kurze, hilfreiche und effiziente Beratung. Beratungssituationen, die länger als drei Einheiten dauern, die als unangenehm oder als wenig hilfreich wahrgenommen werden, werden nicht oder nur ungern in Kauf genommen. Nur rund 2% sind auch bereit (»äußerst motiviert«), mehrere Beratungseinheiten zu konsumieren – und dies auch dann, wenn diese vorerst als nicht behilflich gewertet werden bzw. manchmal »unangenehm« sind.

#### **Offenheit**

Des weiteren deklarieren sich die AHS-MaturantInnen als gesprächsbereit und offen. Die grundsätzliche Bereitschaft bei den AHS-MaturantInnen, offen über sich selbst und persönliche Empfindungen zu reden – aber auch offen gegenüber den Inputs einer beratenden Person zu sein –, ist tendenziell hoch. Als Basis für diese Bereitschaft wird jedoch eine entspannte Atmosphäre vorausgesetzt, in der sich die Jugendlichen sicher genug fühlen (55% der AHS-MaturantInnen), dem/der BerufsberaterIn offen mitzuteilen, was und wie sie empfinden.

#### **Eigenverantwortlichkeit**

Auffallend ist, daß die AHS-MaturantInnen eine hohe Eigenverantwortlichkeit demonstrieren. Das Bedürfnis danach, sich eigenständig und eigenverantwortlich mit dem Thema der Berufs- und Bildungswahl auseinanderzusetzen, ist überaus groß. 72% geben an, die Verantwortung für die eigene Berufsentscheidung übernehmen zu wollen. 83% der Befragten ist es ein Anliegen, die eigenen Stärken und Schwächen hinsichtlich der persönlichen Zukunftspläne in der Beratung zu diskutieren. 44% sind gewillt, an ihren Anliegen auch außerhalb den Beratungseinheiten zu arbeiten, 33% sind nur teilweise dazu gewillt, der Rest gar nicht.

**Abbildung 5: Charakteristika (Erwartungen an sich selbst), aggregierte Daten in %**

Die Abbildung stellt ein »Stimmungsbild« auf Basis der aggregierten Daten zu den einzelnen Erwartungsskalen dar. Je ausgeprägter das hellste Segment (»Trifft zu«) ist, umso mehr stimmen die Befragten der jeweiligen Erwartungsskala zu. Die Prozentwerte beziehen sich daher auf die relative Anzahl von allen »Trifft-zu-«, »Trifft-nicht-zu-« und »Trifft-teilweise-zu«-Antworten in den Items der Skalen »Motivation«, »Offenheit« und »Eigenverantwortlichkeit«. Lesebeispiel: 71 % aller Fragen zur »Eigenverantwortlichkeit« werden so beantwortet, daß sie darauf schließen lassen, daß die Befragten »Eigenverantwortlichkeit« im Prozeß der Berufsberatung übernehmen (wollen). Die AHS-MaturantInnen erwarten also von sich selbst, daß sie eine vergleichsweise hohe Eigenverantwortlichkeit im Prozeß der Berufsberatung übernehmen, sie gehen dabei allerdings nur mit mäßiger Motivation in die Berufsberatung.

### 4.3.2 Erwartungen an die Verhaltensweisen und Einstellungen der BerufsberaterInnen

Grundsätzlich hängt die Qualität der Beratung von den Charakteren der KlientInnen und deren Motivation, sich einzubringen, sowie von den Verhaltensweisen und den persönlichen Einstellungen der BeraterInnen ab. Bei der Analyse der Fragebögen konnten insgesamt sieben »Haupterwartungen« (Skalen), die diesbezüglich seitens der AHS-MaturantInnen an einen/eine BerufsberaterIn herangetragen werden, identifiziert werden: *Akzeptanz, Konfrontation, Empathie, Direktive Beratung, Authentizität, Hilfestellung und Unterstützung, Selbst-Enthüllung* (vgl. Kapitel 3.3).

#### **Akzeptanz**

73 % der befragten AHS-MaturantInnen ist es äußerst wichtig, daß die BerufsberaterInnen freundlich und ihnen gegenüber herzlich eingestellt sind. Weniger wichtig ist es den Jugendlichen dagegen, von dem/der jeweiligen BerufsberaterIn ganz persönlich gemocht zu werden (41 %).

#### **Konfrontation**

Die Jugendlichen erwarten sich von den BerufsberaterInnen ausgeprägte analytische Denkfähigkeiten. Sie erhoffen sich, durch den/die BerufsberaterIn einen Spiegel vorgehalten zu be-

kommen, der sie mit ihrer eigenen Persönlichkeit konfrontiert. Dabei wird besonders auf die Gegenüberstellung des Fremd- und Selbstbildes Wert gelegt: 59% der Befragten wünschen sich von den BerufsberaterInnen, daß diese die Unterschiede zwischen dem, wie sich die Jugendlichen selbst sehen, und dem, wie sie von anderen Menschen gesehen werden, herausarbeiten und darauf ausdrücklich aufmerksam machen; 56% der AHS-MaturantInnen wünschen sich zudem, daß BerufsberaterInnen sie auf jene spezifischen Differenzen aufmerksam machen, die eventuell zwischen dem, was sie sagen (ankündigen), und dem, wie sie sich im Gegenzug dazu real verhalten, liegen.

### **Direktive Beratung**

Auffallend ist, daß der Wunsch nach direkter Beratung unter den AHS-MaturantInnen überdurchschnittlich hoch ist (Wunsch nach einem fertigen »Lösungspaket«), was letztlich einen Widerspruch zu dem ebenfalls geäußerten Wunsch nach hoher Eigenverantwortlichkeit beinhaltet. 64% wünschen sich von den BerufsberaterInnen, daß diese ihnen erklären, was hinsichtlich ihrer Berufspläne »falsch« sei. Auch der Anteil jener, die angeben, von den BerufsberaterInnen wissen zu wollen, was zu tun sei, ist mit 55% sehr hoch. Rededominant sollen BerufsberaterInnen jedoch nicht sein (rund ein Drittel). Tendenziell abgelehnt wird auch eine Berufsberatung, die auf reiner Wissensvermittlung und Informationsweitergabe basiert (42% lehnen dies zur Gänze ab; 24% teilweise).

### **Empathie**

Gemäß den Befragungsergebnissen sind den AHS-MaturantInnen Einfühlungsvermögen und ein Sich-Hineinversetzen-Können in die Situation anderer bei dem/ der BerufsberaterIn nur sekundär wichtig. 51% der Befragten erwarten sich von den BerufsberaterInnen nicht, daß diese wissen, wie sie fühlen, und zwar auch dann, wenn die Jugendlichen nicht in der Lage sind, ihre Gefühle adäquat beschreiben zu können. Nur 26% äußern die Erwartung, daß die BerufsberaterInnen wissen, was sie fühlen, ohne daß dies ausgesprochen wurde.

### **Authentizität**

Authentizität ist ein Merkmal, dem überaus große Bedeutung beigemessen wird. Drei Viertel (73%) der AHS-MaturantInnen erwarten sich von den BerufsberaterInnen, daß diese sich mit ihrer Tätigkeit als BeraterIn identifizieren und nicht nur jemand sind, der seine/ihre Arbeit einfach nur erledigt. Außerdem wird von 89% der AHS-MaturantInnen der Wunsch nach Ehrlichkeit bei den BerufsberaterInnen kommuniziert. Als fast ebenso wichtig wird der gegenseitige Respekt gewertet. 83% geben in diesem Zusammenhang an, sich von den BerufsberaterInnen zu erwarten, daß diese sie als (erwachsene, mündige) Menschen respektieren.

### **Hilfestellung und Unterstützung**

Den BerufsberaterInnen wird seitens der Befragten eine erzieherische und »väterliche« Rolle zugesprochen: 76% der AHS-MaturantInnen wünschen sich von den BerufsberaterInnen, daß

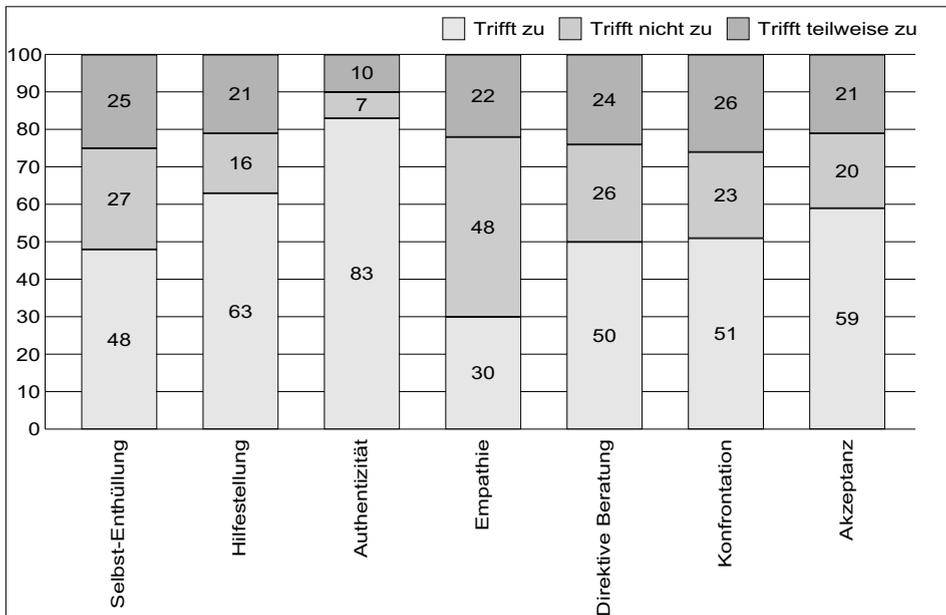
diese ihnen in Fragen der Berufsorientierung hilfeleistend und unterstützend zur Seite stehen. Darüber hinaus erwartet die Mehrheit der AHS-MaturantInnen (57%), von dem/der BerufsberaterIn ermutigt und beruhigt zu werden. 55% erwarten sich Lob, wenn persönliche Fortschritte zu verzeichnen sind.

**»Selbst-Enthüllung«**

Eine »Selbst-Enthüllung« des Berufsberaters bzw. der Berufsberaterin wird im Vergleich zu den oben erwähnten Punkten eher nachrangig und obendrein konträr gewertet. Die befragten AHS-MaturantInnen sind sich sehr uneinig darüber, ob BerufsberaterInnen auch offen von sich erzählen und persönliche Erfahrungen in die Beratung einbringen sollten oder nicht. 40% lehnen dies ab, und 40% stimmen dem zu.

Mehr Übereinstimmung ist bei den Antworten zu orten, wenn es um die Darlegung/Vertretung der (beruflichen) Standpunkte der BerufsberaterInnen geht. Hier geben 56% der AHS-MaturantInnen an, daß BerufsberaterInnen ihre Standpunkte erläutern und diese auf die Probleme der Ratsuchenden beziehen sollten.

**Abbildung 6: Erwartungen an die Verhaltensweisen und Einstellungen der BerufsberaterInnen, aggregierte Daten in %**



Die Abbildung stellt ein »Stimmungsbild« auf Basis der aggregierten Daten zu den einzelnen Erwartungsskalen dar. Je ausgeprägter das hellste Segment (»Trifft zu«) ist, umso mehr stimmen die Befragten der jeweiligen Erwartungsskala zu. Die Prozentwerte beziehen sich auf die relative Anzahl von allen »Trifft-zu«-, »Trifft-nicht-zu«- und »Trifft-teilweise-zu«-Antworten in den Items der Skalen »Selbst-Enthüllung«, »Hilfestellung«, »Authentizität«, »Empathie«, »Direktive Beratung«, »Konfrontation« und »Akzeptanz«.

### 4.3.3 Erwartungen an die Charakteristika der BerufsberaterInnen

Der Ablauf einer Beratung, die Art und Weise, wie diese erlebt wird und wie effizient sie erfolgt, ist zu einem wesentlichen Teil von den persönlichen Charakteren der beteiligten Personen abhängig. Da es sich bei einer Beratungssituation um einen seitens des Beraters bzw. seitens der Beraterin gestalteten Problemlösungsprozeß handelt, bei dem der/die BeraterIn eine lenkende und stimulierende Funktion einnimmt (»Hilfe zur Selbsthilfe«), sind die fachlichen und persönlichen Kompetenzen der BeraterInnen als wesentliche Einflußfaktoren auf die Beratungsqualität zu identifizieren. Es obliegt der Verantwortung des Beraters bzw. der Beraterin, durch seinen/ihren personalen Charakter eine entspannte, vertrauenserweckende und freundschaftliche Arbeitsatmosphäre herbeizuführen, die die Voraussetzung für einen fruchtbaren Beratungsprozeß darstellt. Die befragten AHS-MaturantInnen hegen dabei folgende Erwartungshaltungen an BerufsberaterInnen:

#### **Sympathie**

80% der befragten AHS-MaturantInnen ist es wichtig, mit den BerufsberaterInnen gut auszukommen. 44% der AHS-MaturantInnen geben ferner an, die Beratungsstunden mit dem/der BerufsberaterIn persönlich genießen zu wollen, und rund ein Drittel (36%) erhofft sich, generell mit dem/der BerufsberaterIn eine angenehme Zeit zu verbringen; für rund 30% sind die letzteren zwei Kriterien jedoch nicht von Belang.

#### **Expertise**

Ein großer Stellenwert wird seitens der AHS-MaturantInnen der Expertise der BerufsberaterInnen beigemessen. Rund 76% der befragten AHS-MaturantInnen erwarten sich von den BerufsberaterInnen, daß diese sie bei ihren Plänen für die Zukunft unterstützen und bei der Suche nach dem richtigen Beruf hilfeleistend zur Seite stehen. Ebenso wird es als wichtig empfunden (84%), daß die BerufsberaterInnen die Jugendlichen auf ihre jeweiligen Begaubungen, die das Erreichen der persönlichen (Ausbildungs- und Berufs-)Ziele unterstützen können, aktiv hinweisen.

75% erwarten sich denn auch, daß die BerufsberaterInnen das bereits vorhandene Wissen der jugendlichen KlientInnen anerkennen sowie ihnen Hilfsmittel und Methoden beibringen, mittels jener sie die Verantwortung für ihre eigene berufliche Karriere übernehmen können (Wunsch nach Eigenverantwortlichkeit).

#### **Toleranz**

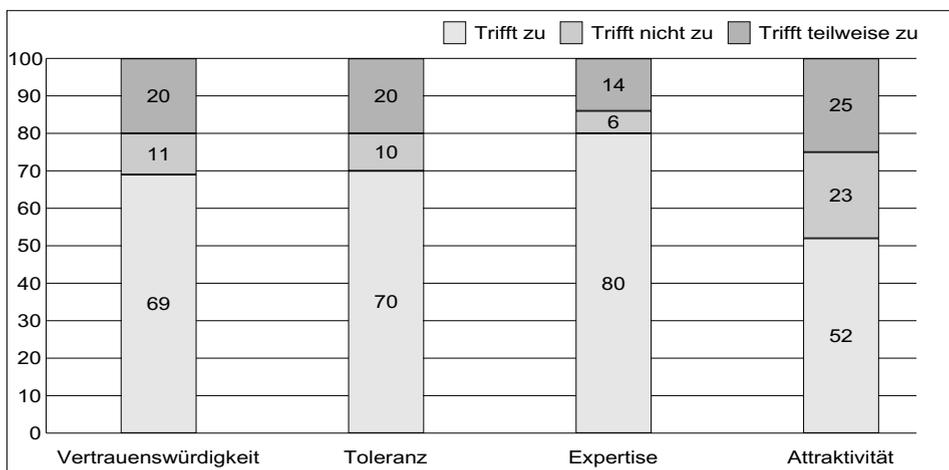
Toleranz ist ein weiteres Charakteristikum, das von den AHS-MaturantInnen als wichtiges persönliches Merkmal eines Berufsberaters bzw. einer Berufsberaterin ausgewiesen wird. 76% der befragten AHS-MaturantInnen erwarten sich von den BerufsberaterInnen hohe soziale Kompetenz. Auch der Wunsch, dass der/die BerufsberaterIn eine ruhige und umgängliche Person

sein sollte, wird von der Mehrheit der Befragten (62%) kommuniziert. 56% geben des weiteren die Hoffnung bzw. Erwartung an, daß die BerufsberaterInnen sich in der Welt der Jugendlichen, die sie beraten, quasi »auskennen und zurechtfinden«.

### Vertrauenswürdigkeit

Letztlich wird den BerufsberaterInnen ein hohes Maß an Vertrauenswürdigkeit abverlangt. Rund 62% der AHS-MaturantInnen ist es wichtig, daß sie den BerufsberaterInnen vertrauen können. 73% geben an, daß der/die BerufsberaterIn jemand sein sollte, auf den sie sich verlassen können.

**Abbildung 7: Charakteristika der BerufsberaterInnen, aggregierte Daten in %**



Die Abbildung stellt ein »Stimmungsbild« auf Basis der aggregierten Daten zu den einzelnen Erwartungsskalen dar. Je ausgeprägter das hellste Segment (»Trifft zu«) ist, umso mehr stimmen die Befragten der jeweiligen Erwartungsskala zu. Die Prozentwerte beziehen sich auf die relative Anzahl von allen »Trifft-zu-«, »Trifft-nicht-zu-« und »Trifft-teilweise-zu«-Antworten in den Items der Skalen »Vertrauenswürdigkeit«, »Toleranz«, »Expertise« und »Attraktivität«.

#### 4.3.4 Erwartungen an die Charakteristika des Beratungsprozesses

Neben den persönlichen Charakteristika, Verhaltensweisen und Einstellungen der BeraterInnen und neben den Charakteristika der KlientInnen hat die Art des Beratungsprozesses einen wesentlichen Einfluß darauf, wie effizient eine Beratung ausfällt bzw. erlebt wird.

#### Klarheit

Die AHS-MaturantInnen wünschen sich eine Beratung, die ihnen Klarheit verschafft. 66% erhoffen sich mit Hilfe der Berufsberatung, Situationen, mit denen sie Schwierigkeiten haben, besser erfassen und einordnen zu können. Außerdem erwartet sich die Mehrheit von der Berufsberatung, daß diese ihnen dabei hilft, jene konkreten Aspekte ihres Ver-

haltens zu identifizieren, die für ihre Situation (entscheidungs-)relevant sind. Das gewünschte Ziel eines Berufsberatungsprozesses ist mithin die Erlangung von Klarheit, Übersichtlichkeit und Transparenz hinsichtlich der eigenen ausbildungs- und berufsbezogenen Dispositionen.

### **Durchführung/Verwirklichung**

Die Berufsberatung selbst sollte möglichst so erfolgen, daß diese für die Ratsuchenden gänzlich nachvollziehbar ist. 77% der AHS-MaturantInnen kommunizieren in diesem Zusammenhang den Wunsch nach einem eingehenden Verständnis von Sinn und Zweck des Beratungsgesprächs. Des weiteren wird das Begehren nach einer professionellen Beratung geäußert. 84% der Befragten erwarten sich daher erfahrene BerufsberaterInnen mit entsprechender Beratungspraxis.

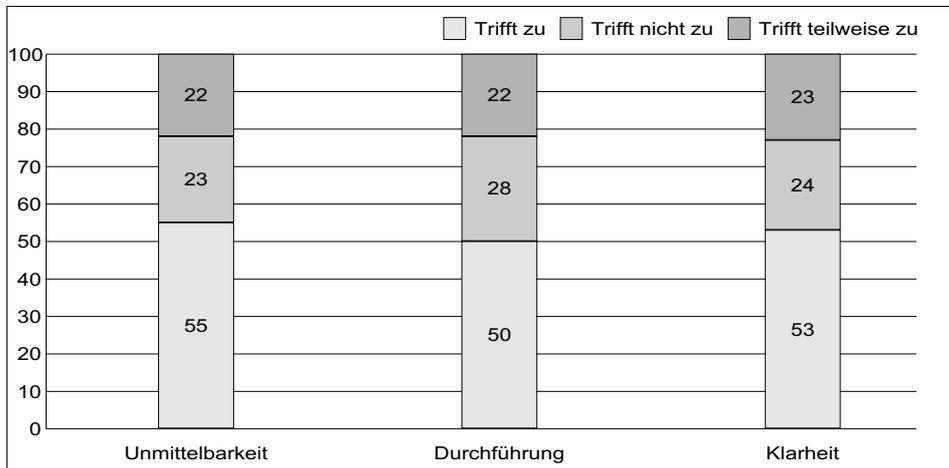
Gemäß den Befragungsergebnissen sind die AHS-MaturantInnen mehrheitlich nur dann gewillt, eine Berufsberatung in Anspruch zu nehmen, wenn ein »zu klärendes Problem« vorliegt. Wird eine Beratungseinheit konsumiert, so erwarten sich 41% der Befragten, daß »ihr Problem« gelöst wird und sie nie wieder (!) eine Berufsberatung beanspruchen müssen (25% erwarten sich dies teilweise). Nur 46% sind gewillt, mehr als eine Einheit zu konsumieren (27% sind nicht dazu bereit), allerdings sollte die Berufsberatung dann nicht mehr als drei Einheiten umfassen.

Gut kann sich die Mehrheit der Befragten eine Beratungsstunde während der Unterrichtszeit vorstellen (53% stimmen dem zu; 31% lehnen dies ab). Die Bereitschaft, Anweisungen auch außerhalb der Beratungssitzungen zu erledigen, fällt sehr unterschiedlich aus (34% dagegen; 38% dafür; der Rest stimmt teilweise zu). Interessant ist ferner, daß sich 47% der AHS-MaturantInnen erwarten, an psychologischen Tests teilzunehmen (27% stimmen nur teilweise zu; der Rest lehnt dies ab).

### **Unmittelbarkeit**

Die Mehrheit der AHS-MaturantInnen (54%) erwartet sich, mit Hilfe des Beratungsgesprächs die eigenen Probleme lösen zu können. Weitere 58% wünschen sich Unterstützung bei dem persönlichen Lernprozess, innerhalb der Beratung offen und ehrlich mit anderen Personen umzugehen (19% stimmen teilweise zu). Daß die Gestaltung des Beratungsprozesses sowohl dem/der BerufsberaterIn als auch dem/der Ratsuchenden dabei hilft, jene Probleme, an denen in der Beratung konkret gearbeitet werden soll, zu erkennen und adäquat zu formulieren, erwarten sich 55% der AHS-MaturantInnen in sehr hohem Ausmaß, 25% zumindest teilweise. 44% geben an, sich von der Beratung zu erhoffen, die Dinge anwenden zu können, die sie während der Beratung lernen. 29% hegen diese Hoffnung auf eine spezifische Anwendungsorientierung nicht, 27% nur teilweise.

**Abbildung 8: Gewünschte Charakteristika des Beratungsprozesses, aggregierte Daten in %**



Die Abbildung stellt ein »Stimmungsbild« auf Basis der aggregierten Daten zu den einzelnen Erwartungsskalen dar. Je ausgeprägter das hellste Segment (»Trifft zu«) ist, umso mehr stimmen die Befragten der jeweiligen Erwartungsskala zu. Die Prozentwerte beziehen sich auf die relative Anzahl von allen »Trifft-zu«-, »Trifft-nicht-zu«- und »Trifft-teilweise-zu«-Antworten in den Items der Skalen »Unmittelbarkeit«, »Durchführung« und »Klarheit«.

#### 4.3.5 Erwartungen an die Qualität der Beratungsergebnisse

68% der Befragten erwarten sich von der Berufsberatung eine Steigerung ihres persönlichen Vermögens zur zukünftigen Selbsthilfe in Fragen von Ausbildung und Beruf. Daß die Beratung grundsätzlich eine Verbesserung der Beziehung zu anderen herbeiführen soll, wird von der Mehrheit der AHS-MaturantInnen jedoch nicht erwartet. Besonders viele der AHS-MaturantInnen (79%) äußern die Erwartung, nach der Beratung über aktuelle und für sie relevante Fragestellungen (Arbeitsvoraussetzungen, Arbeitsanforderungen, Karriereaussichten u.ä.) informiert zu sein.

#### Resümee

Auffallend ist, daß sich die AHS-MaturantInnen einerseits ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit und Selbstbestimmtheit wünschen und die Beratung als interaktiven Prozeß zwischen KlientIn und BeraterIn betrachten. Andererseits erhoffen sich die AHS-MaturantInnen von dem/der BerufsberaterIn den Erhalt eines fertigen »Lösungspaketes« für ihre Situation. Dies kann darauf zurückgeführt werden, daß die Jugendlichen die Berufs- und Ausbildungswahl zwar als »ihre eigene Sache« ansehen, die sie bestrebt sind selbst zu bewältigen, gleichzeitig aber damit überfordert sind und sich eine fertige Lösung seitens des Beraters bzw. der Beraterin erhoffen.

## 5 Ableitung von Handlungsempfehlungen für das AMS und dessen BerufsInfoZentren (BIZ)

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung haben gezeigt, daß die Mehrheit der AHS-MaturantInnen Schwierigkeiten hinsichtlich der Berufs- und Ausbildungswahl hat; der Ausbau gezielter Maßnahmen, um die Berufsberatung für AHS-MaturantInnen zu optimieren, ist daher gefordert. Die folgenden Bereiche gehen mit speziellen Handlungsansätzen und Empfehlungen für das AMS einher.

### 5.1 Nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit, hochwertige Markenentwicklung

Wie die Befunde zeigen, erlangt das AMS als (Gesamt-)Institution unter den befragten AHS-MaturantInnen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad, der zum Teil auf die Präsenz des AMS in den diversen Print- und TV-Medien zurückgeführt werden kann. Daß daneben auch noch in spezialisierten Einrichtungen, die dem AMS zugehörig sind, nämlich den BerufsInfoZentren (BIZ), ein reichhaltiges Dienstleistungsangebot für die Informationssuche zu Arbeitsmarkt, Beruf sowie Aus- und Weiterbildung existiert, ist zumindest unter den befragten AHS-MaturantInnen weit weniger bekannt. Dies belegen die Daten über den Bekanntheitsgrad der BerufsInfoZentren (BIZ) unter den AHS-MaturantInnen. Eine Ursache dafür ist sicher, daß nach außen hin eine klare Trennung des AMS und seiner Einrichtungen hinsichtlich der gegebenen funktionalen Unterschiede für die breite Öffentlichkeit nur schwer erkennbar ist.<sup>56</sup> Die Informationen werden immer als »vom AMS ausgehend« verbreitet, was zwar generell für die (Gesamt-)Institution AMS viele Vorteile haben dürfte, für die Steigerung und Verfestigung des spezifischen Bekanntheitsgrades der BerufsInfoZentren (BIZ) und seiner Dienstleistungsangebote<sup>57</sup> im Sinne einer hochwertigen Markenentwicklung vermutlich auch seine hinderlichen Seiten hat.

#### Handlungsempfehlung

Eine deutlich verstärkte und eigenständige mediale Positionierung der BerufsInfoZentren (BIZ) im Sinne einer hochwertigen Markenentwicklung wäre anzudenken.

56 Letztlich ist also Insider-Wissen erforderlich, um die zahlreichen Funktionen und Aufgaben der einzelnen Organisationseinheiten des AMS nicht nur bloß zu kennen, sondern um diese auch voneinander abgrenzen und (damit verbunden) in ihrer jeweiligen Wertigkeit für die Öffentlichkeit erkennen und weiterentwickeln zu können.

57 Wie bereits Nowak für die 1990er Jahre nachgewiesen hat, kann durch entsprechende PR-Maßnahmen die KundInnenstreuung und KundInnenfrequenz der BerufsInfoZentren (BIZ) gesteigert werden; vgl. Nowak 1996.

## 5.2 Unterstützung der KundInnen bei ihrer Informationssuche durch IKT

Wie bereits die Studie von Nowak<sup>58</sup> für die 1990er Jahre herausgearbeitet hat, kommt ein bedeutender Anteil jugendlicher KundInnen im Rahmen von Schulklassenbesuchen in die BerufsInfoZentren (BIZ).<sup>59</sup> In der Bewertung durch das begleitende Lehrpersonal wurden die BerufsInfoZentren (BIZ) als eine wertvolle Informationseinrichtung gesehen. Allerdings wären eine eingehende Vorbereitung wie auch Nachbearbeitung des BIZ-Besuches in der Schule notwendig. Weiters wünschten die im Rahmen der Studie von Nowak befragten Begleitpersonen spezielle Unterlagen für das Lehrpersonal.

Hinsichtlich der Qualität der Informationsgewinnung verweist Nowak in seiner Studie darauf, daß jüngere KundInnen zumeist mit gänzlich anderen, sprich breiter gefächerten, Anforderungen in die BerufsInfoZentren (BIZ) kommen als ältere Personen (diese vor allem ab Maturaniveau), die aufgrund einiger Vorinformation bereits spezifische Anforderungen an die Informationsleistungen haben. Es ist anzunehmen, daß allgemeine wie spezifische Informationen in den Unterlagen/Medien der BerufsInfoZentren (BIZ) zwar in entsprechender Quantität und Qualität vorhanden sind, durch die Fülle an Informationsmaterial der Suchaufwand von den KundInnen aber des öfteren als zu hoch bzw. zu mühsam eingeschätzt wird.

### Handlungsempfehlung

Die Umsetzung einer computergestützten Suche nach Schlagworten vor Ort, also direkt in den BerufsInfoZentren (BIZ), bzw. die Etablierung einer virtuellen BIZ-Station im Internet (mit verschiedenen Leistungsangeboten, die u.a. der Vorbereitung auf den konkreten BIZ-Besuch dienen) wären hier vermutlich hilfreich.

## 5.3 Zielgruppenarbeit am Beispiel der Schule

In der Untersuchung von Nowak gaben die Befragten nach ihrem Besuch im BerufsInfoZentrum (BIZ) eine hervorragende Beurteilung ab: Zwei Drittel waren völlig zufrieden.<sup>60</sup> Die Bewertung der Wiener GymnasiastInnen fällt in geringerem Ausmaß positiv aus: Nur für knapp ein Fünftel der befragten AHS-MaturantInnen waren zum Befragungszeitpunkt die durch die BerufsInfoZentren (BIZ) generierten Informationen hilfreich, eine anschließende Entscheidung

---

58 Vgl. Nowak 1996.

59 Daran hat sich bis heute nicht allzuviel geändert: So waren laut Berufsinfo-Bericht 2004 des AMS Österreich von jenen insgesamt 113.805 Personen, die österreichweit in Form von insgesamt 5.865 Gruppen(-besuchen) das Dienstleistungsangebot der BIZ während des Jahres 2004 in Anspruch genommen haben, in etwa zwei Drittel Jugendliche (also größtenteils SchülerInnen im Rahmen von Schulklassenbesuchen); vgl. AMS Österreich 2005, Seite 24f. Die GesamtbesucherInnenzahl in den BIZ (also inkl. EinzelbesucherInnen) betrug 2004 österreichweit 517.989 Personen; vgl. ebenda, Seite 21.

60 Vgl. Nowak 1996.

zu treffen. Ob die Beurteilung aber positiv oder negativ ausfällt, dürfte in den meisten Fällen davon abhängig sein, ob ein persönliches Beratungsgespräch in Anspruch genommen wurde oder ausschließlich über die aufgelegten Broschüren und Mappen recherchiert wurde.

Wie Davidovits in »Matura, was jetzt?« treffend anführt, ist das AMS eine »Fundgrube für Informationen«. <sup>61</sup> Es sollten daher verstärkt Maßnahmen realisiert werden, die vor allem darauf abzielen, diese Fülle der vorhandenen Informationen über Aus- und Weiterbildung, Berufswahl sowie Arbeitsmarkt und Beschäftigung effizienter an die InteressentInnen in den Schulen heranzutragen, auch um den Jugendlichen und den Lehrpersonen hinsichtlich einer gut geplanten, koordinierten Vorbereitung auf BIZ-Besuche, seien dies nun Einzel- oder Gruppenbesuche, unterstützend zur Seite zu stehen.

### **Handlungsempfehlung**

Die Umsetzung bzw. Intensivierung folgender Aktivitäten, die mit einem vergleichsweise geringen finanziellen Aufwand verbunden sind, wären z.B. denkbar:

- Deutlichere Hinweise über die Existenz der BerufsInfoZentren (BIZ) direkt auf der AMS-Homepage (sowie auf den Homepages der AMS-Länderorganisationen).
- Möglichst flächendeckende Verlinkung der BerufsInfoZentren (BIZ) mit Homepages von Schulen.
- Plakate an den Schulen mit Hinweisen, wann der/die nächste BerufsberaterIn an der Schule Beratungsstunden abhält (Angabe einer Telefonnummer bzw. E-Mail-Adresse zur Terminvereinbarung einer darüber hinausgehenden Einzelberatung).
- Aufsteller in den Schulen (ein- bis maximal zweiseitig bedruckte Info-Flyer).
- Regelmäßiges Auflegen von Kurz-Informationen (z.B. die jährlichen Berufsinformationskataloge) zu Beginn des neuen Schuljahres, welche Angebote das AMS bzw. die BerufsInfoZentren (BIZ) für die Jugendlichen anbieten.
- Miteinbeziehung von »VertrauenslehrerInnen«, die z.B. im EDV-Unterricht auf die AMS-Homepage (und einschlägige AMS-Links) hinweisen.
- Bereitstellung von Unterlagen (Sammelmappen, Kurzhinweise) für KlassenlehrerInnen.
- Verteilung von Flyern durch Klassenvorstände bzw. »BerufsorientierungslehrerInnen« im Rahmen einer Unterrichtsstunde »Berufsorientierung«.
- Präsenz (Flyer, Plakate) an Elternsprechtagen oder Elternabenden.
- Intensivierung der Zielgruppenorientierung durch (häufigere) Berufsinformationstage an den Schulen.

---

61 Zitiert nach Davidovits 2004, Seite 52.

## 6 Überlegungen und Schlußfolgerungen zur Berufsberatung am Beispiel der AHS-MaturantInnen

### 6.1 Frühzeitiger Beginn der Berufsberatung

Es wurde mehrmals darauf hingewiesen, daß die Jugendlichen mit Schwierigkeiten im Berufsfindungsprozeß zu kämpfen haben. Wie Hillebrandt/Gulba<sup>62</sup> ausführen, sind eine allgemeine Selbstwirksamkeit<sup>63</sup> sowie eine proaktive Einstellung mitverantwortlich für einen erfolgreichen, lösungsorientierten Umgang mit Schwierigkeiten in Entscheidungsprozessen. In ihrer Untersuchung kommen sie zu dem Ergebnis, daß je geringer die wahrgenommene Selbstwirksamkeit oder die proaktive Einstellung<sup>64</sup> ausgeprägt sind, umso größere Schwierigkeiten bei Berufs- und Karriereentscheidungen in den Horizont der betroffenen Individuen rücken.

Gemäß vorliegender Studie treffen 47% der angehenden AHS-MaturantInnen ein bis zwei Jahre vor dem Maturajahr eine (vorläufige) Berufs- bzw. weiterführende Ausbildungsentcheidung. Die restlichen AHS-MaturantInnen geben an, sich im Laufe des Maturajahres bzw. überhaupt erst nach der Reifeprüfung für einen bestimmten Beruf bzw. für eine bestimmte weiterführende Ausbildung zu entscheiden. Auffallend ist, daß zwar knapp die Hälfte bereits ein bis zwei Jahre vor dem Maturajahr weiß (oder zu wissen meint), daß sie ein Studium aufnehmen will, die konkrete Studienfachwahl erfolgt aber eher spät bis sehr spät. Dies entspricht auch den Ergebnissen der Studie von Gary.<sup>65</sup> Dieser zeigt auf, daß die Majorität erst knapp vor Studienbeginn (28%) bzw. zwischen Reifeprüfung und Studienbeginn (27%) zu ihrer Fachrichtung findet, auch wenn die grundsätzliche Entscheidung, nämlich ein Hochschulstudium zu ergreifen, schon länger feststand.<sup>66</sup>

#### Schlußfolgerung

Der Berufsfindungsprozeß (samt der eventuell damit verbundenen weiterführenden Ausbildungspläne) sollte nicht auf ein punktuelles und daher oftmals unzureichend reflektiertes Ereignis am Ende der Schullaufbahn (oder gar erst danach) hin angelegt werden, sondern deut-

62 Vgl. Hillebrandt/Gulba: [www.moldzio.com/Pages/Artikel%20Selbstwirksamkeit.pdf](http://www.moldzio.com/Pages/Artikel%20Selbstwirksamkeit.pdf)

63 Diese mißt den Grad der subjektiven Überzeugung, neue oder schwierige Anforderungssituationen im Leben aus eigener Kraft erfolgreich und konstruktiv bewältigen zu können.

64 Im Gegensatz zu Personen, die reaktiv auf die Umwelt reagieren, besitzen proaktive Personen ein hohes Maß an Bereitschaft, persönliche Verantwortung zu zeigen und Eigeninitiative bei anstehenden Problemen zu ergreifen.

65 Vgl. Gary 2004.

66 Vgl. Gary 2004, Seite 5ff.

lich früher als erst im Maturajahr einsetzen, sich über eine längere Zeitspanne hin erstrecken und von einer kontinuierlich stattfindenden Berufsberatung begleitet werden.

## 6.2 Ambivalenz der jugendlichen Ratsuchenden

In den Untersuchungsergebnissen tritt deutlich die Ambivalenz der Erwartungen der angehenden AHS-MaturantInnen an die Berufsberatung zutage. Auf der einen Seite »ersehnen« sich die Jugendlichen von den BerufsberaterInnen den Erhalt eines fertigen »Lösungspakets« für ihre Situation, gleichzeitig streben sie auf der anderen Seite ein hohes Maß an Selbstbestimmtheit und Eigenverantwortlichkeit an. Wesentlich ist es daher, die Ratsuchenden darauf aufmerksam zu machen, daß der Berufsfindungsprozeß ein Entscheidungsprozeß ist, der von den Jugendlichen selbständig zu durchlaufen bzw. zu bewältigen ist. Der Berufsberatung kommt hierbei primär eine unterstützende und moderierende Rolle zu.

### Schlußfolgerung

Der/Die BerufsberaterIn sollte bereits zu Beginn (!) der Beratung deutlich darauf hinweisen (und dies gegebenenfalls auch erklären), daß die Berufsfindung von den KlientInnen selbständig zu bewältigen ist und der/die BerufsberaterIn diesen Prozeß zuerst einmal nur unterstützt und moderiert.

## 6.3 Vertrauen und Wertschätzung in der Beratung

Wenn Ratsuchende eine öffentliche Beratungsinstanz aufsuchen, werden sie dazu eingeladen bzw. aufgefordert, persönliche Fragestellungen oder gar (schwerwiegende) persönliche Probleme zu explizieren. Die ratsuchende Person kommt dabei in die Situation, Vorinformationen über die eigene Person preiszugeben. Insofern spielt die Offenheit, mit der KlientInnen und BeraterInnen einander gegenüber treten, eine entscheidende Rolle. Die Sicherheit, in einem Gespräch offen miteinander reden zu können, wird aber nur dann erzielt, wenn eine entspannte, freundliche und offene Atmosphäre vorherrscht. Diese muß in der Beratungssituation von dem/der BeraterIn erst geschaffen werden.<sup>67</sup> Damit konstruktive Problemlösungsprozesse eingeleitet werden können, in die sich die Beteiligten aktiv einbringen, ist es also notwendig, daß zwischen BeraterIn und KlientIn ein gleichrangiges Verhältnis besteht. Um in der Berufsberatung ein solches Verhältnis zu erwirken, sollte diese so gestaltet werden, daß der Ablauf sowie Sinn und Zweck der Berufsberatung für die Jugendlichen gänzlich nachvollziehbar sind.

---

67 Vgl. Kluck 1984, Seite 12.

## Schlußfolgerung

Zwischen BeraterInnen und KlientInnen sollte grundsätzlich ein wertschätzendes Verhältnis bestehen. Darüber hinaus sollte die Beratung selbst immer so erfolgen, daß sie für die Ratsuchenden zur Gänze nachvollziehbar ist. Essentielle Voraussetzungen dafür sind eine transparente, d.h. möglichst vollständige, Zielklärung am Beginn der Beratung sowie eine laufende Reflexion und Überprüfung dieser Ziele, wobei ganz besonders die analytischen Kompetenzen wie Konfliktlösungskompetenzen der BeraterInnen gefordert sind; ändern sich die Ziele im Laufe der Beratung, so ist diese Reformulierung von Zielen gleichermaßen so früh wie möglich zu klären.

## 6.4 Der Faktor »Zeit« in der Berufsberatung

Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, daß die Mehrheit der befragten angehenden AHS-MaturantInnen nur dann gewillt ist, alle Aspekte eines Problems offen vor einer fremden Person darzulegen, wenn sie der Beratungsperson vertrauen und dieser Authentizität zusprechen. Der Faktor »Zeit« als Voraussetzung der Vertrauensbildung ist mithin als wesentliche Einflußdeterminante auf die Qualität eines Beratungsgesprächs zu identifizieren. Da Beratungen in der Praxis zusehends dem Credo rein ökonomischer Prinzipien und Kennzahlen unterliegen<sup>68</sup> und damit u.a. nur (sehr) begrenzte Zeitspannen für Beratungseinheiten kalkuliert werden, dulden die BeraterInnen häufig kein »Abschweifen« seitens der Ratsuchenden.<sup>69</sup> In manchen Fällen werden die KlientInnen sogar dazu gedrängt, »möglichst schnell zum Problem« zu kommen.<sup>70</sup>

## Schlußfolgerung

Zielklärung und laufende Zielreflexion in der Beratung, wie sie zuvor empfohlen wurden, sind eng mit dem Aufbau einer tragfähigen Arbeitsbeziehung auf Vertrauensbasis verzahnt, was wiederum das Zeitbudget der Beratung stärker in Anspruch nimmt. Dies kann vor dem Hintergrund allzu rigider ökonomischer Vorgaben in der Beratungspraxis erhebliche Labilitäten hinsichtlich der Beratungsqualität evozieren, die letztlich als Scheinargument dafür dienen, die Ökonomisierung (Verbetriebswirtschaftlichung) voranzutreiben.

---

68 Bzw. dahingehend aufgrund verknappter Finanz- und Personalressourcen abgedrängt werden.

69 In der radikalsten Variante des ökonomischen Credos werden soziale Beratungsangebote in »techno-kommunikative One-Way-Tickets« umgewandelt und als reine Selbstbedienungstools via Internet angeboten, quasi nach dem Motto: »Computer sprich zu mir, denn niemand anderer kann und will es ...!«

70 Vgl. Maier 1996, Seite 30.

## 6.5 Stärkung der Handlungskompetenzen in der Berufsberatung

In der Berufsberatung ist es wesentlich, Jugendliche mit Kompetenzen auszustatten (bzw. solche Kompetenzen zu stärken), die sie befähigen, anstehende (und zukünftige) Entscheidungen selbständig treffen zu können. Da Entscheidungs- und Handlungskompetenzen nicht durch reine Wissensvermittlung erlernt werden können, sondern vorwiegend in einem unbewußten Internalisierungsprozeß angeeignet werden, wird dem/der BeraterIn als Person eine überaus bedeutende Rolle zugesprochen. Von Bezugspersonen, mit denen man sich identifiziert, übernimmt man Verhaltensmuster.<sup>71</sup> Insofern kommt dem/der BeraterIn gleichzeitig auch eine Vorbildfunktion zu. Die Entscheidungs- oder Problemlösungsprozesse, die in der Beratung unter »Anleitung« stattfinden, werden idealerweise von den Jugendlichen übernommen. Die Liste an erstrebenswerten Eigenschaften für solche Bezugspersonen mit Vorbildfunktion könnte sehr lang ausfallen. Im wesentlichen scheinen sich Jugendliche aber genau solche Eigenschaften von den BerufsberaterInnen zu erwarten, wie sie von PädagogInnen in der Jugendarbeit gefordert werden und der Professionalität von BeraterInnen entsprechen: analytisch-logisches Denken, natürliche Autorität, pädagogisches und psychologisches Wissen, fachliche Kompetenz und Professionalität, Kenntnis didaktischer Methoden, soziale Kompetenz etc.

### Schlußfolgerung

Zeitgemäß agierende BerufsberaterInnen sind also bei weitem mehr als bloße InformationslieferantInnen, was u.a. zu dem weiteren Schluß führt, daß eine solide praxisnahe Aus- und Weiterbildung unerläßlich ist, wenn Berufsberatung europäischen Standards entsprechen soll.

## 6.6 Selbstreflexion in der Berufsberatung

Junge AHS-MaturantInnen stehen in einer Entscheidungsphase. Sie sind dazu angehalten, Entscheidungen für ihr späteres Leben zu treffen. Um eine erfolgreiche Orientierung herbeiführen zu können, ist es jedoch erforderlich, daß die Jugendlichen wissen bzw. eingehend reflektieren, was sie können und was sie interessiert. Nur eine Minderheit der befragten AHS-MaturantInnen gibt an, über die eigenen Stärken, Schwächen und Fähigkeiten hinreichend Bescheid zu wissen.

Sich hinsichtlich der eigenen Fähigkeiten, Neigungen und Interessen bewußt zu werden, stellt aber eine der zentralen Zielsetzungen der Berufsberatung dar.<sup>72</sup> Zu diesem Zweck gilt es, einen Selbstreflexionsprozeß zu initiieren bzw. zu unterstützen.

Selbstreflexionsprozesse können auf vielfache Art und Weise stimuliert werden. Die Palette an Methoden, die dafür eingesetzt werden, ist sehr breit.<sup>73</sup> Wichtig ist, daß die KlientIn-

71 Vgl. Birkenbihl 2003, Seite 64, Seite 119.

72 Vgl. Rabenstein/Reichel/Thanhoffer 2001.

73 Vgl. Lassnigg 1995.

nen in der Berufsberatung lernen, ihr bisheriges Leben und sich selbst zu reflektieren. Schwierig in diesem Zusammenhang ist, daß sich die AHS-MaturantInnen noch so gut wie gar nicht in beruflichen Situationen selbst erfahren (erlebt/»gespürt«) haben und so die Selbstreflexion hauptsächlich auf den schulischen und den Freizeitkontext bezogen werden muß. Dennoch ist es notwendig, daß sie von dem/der BerufsberaterIn dazu motiviert werden, ihre eigenen beruflichen Wünsche und Vorstellungen zu definieren und darüber hinaus ihre Fähigkeiten und Interessen zu identifizieren. Durch das Kommunizieren der anvisierten Berufs- und Lebensziele wird aber nicht nur eine bewußte Auseinandersetzung mit sich selbst in Gang gesetzt, sondern auch und vor allem die Selbstbestimmung und Eigenverantwortlichkeit der Jugendlichen gefördert. Indem die KlientInnen die eigenen Wünsche und Ziele und damit die eigenen Stärken und Schwächen kommunizieren und indem die BeraterInnen die KlientInnen dabei unterstützen, ihr persönliches Selbst- und Fremdbild herauszuarbeiten und damit helfen, eine Perspektive »von außen« einzunehmen, wird den KlientInnen vor Augen geführt, daß selbständige Schritte notwendig sind, um eigenverantwortliche Entscheidungen herbeizuführen. Dieses abwechselnde Selbst- und Fremdbeobachten (wechselnde Perspektivenübernahme) stellt die Grundvoraussetzung dar, um bereits internalisierte Wertestrukturen und bestehende Präferenzen individuell aufzuweichen und für Neues zu öffnen: Fähigkeiten, mittels jener die KlientInnen die Verantwortung für die eigene berufliche Laufbahn übernehmen können, wird mithin »Platz gemacht«. <sup>74</sup>

Die Selbstreflexion zielt darauf ab, die KlientInnen von der Fremdbestimmung hin zur Selbstbestimmung (mehr Eigenverantwortlichkeit) zu lenken. Ziele sind die Aneignung bzw. der Ausbau von Handlungs- und Entscheidungskompetenzen. Wichtig ist, daß der/die BerufsberaterIn nicht direktiv in den Prozeß eingreift, sondern eine moderierende Rolle übernimmt. Ihre/Seine Aufgabe besteht primär darin, den Beratungsprozeß behutsam zu steuern (Ziel: Hilfe zur Selbsthilfe).

### **Schlußfolgerung**

Selbstreflexion stellt die zentrale Voraussetzung für eine fundierte Berufsentscheidung dar. BerufsberaterInnen sollten bei der Entwicklung und dem »Training« der Selbstreflexion durch die Jugendlichen möglichst nicht über die Rolle eines Moderators bzw. einer Moderatorin hinausgehen. Es ist nicht ihre Aufgabe, die Probleme der KlientInnen zu lösen (d.h. die Probleme *für* die KlientInnen zu lösen), sie dürfen ihnen auch nicht die Verantwortung für die relevanten Entscheidungen abnehmen. Dies stellt die besonders große Herausforderung für die Berufsberatung dar, die einerseits nicht direktiv im Sinne einer Entscheidungsabnahme sein darf, sehr wohl aber den Charakter einer Fachberatung im Sinne von Informationsweitergabe haben muß und gegebenenfalls eine durchaus direktive Komponente hinsichtlich einer Anleitung zur Problemlösung parat haben muß.

---

74 Vgl. Luhmann 1994.

## 6.7 Unterstützung der Berufsberatung durch »Informationen aus erster Hand«

Die vorliegende Untersuchung zeigt auf, daß die AHS-MaturantInnen von einer Berufsberatung nicht nur einen gemeinsamen Entwurf tragfähiger Handlungsstrategien, die Erarbeitung konkreter beruflicher Präferenzen sowie ein Vermitteln von Entscheidungskompetenzen erwarten (wie oben dargelegt), sondern auch einen Abbau von individuellen Informationsdefiziten anstreben. Vorbereitungen auf die Wahl eines Berufes oder einer Ausbildung sollten demnach auch darauf ausgerichtet sein, die Ratsuchenden eingehend über Bildungs- und Berufsmöglichkeiten sowie Arbeitsmarkttrends und Jobanforderungen zu informieren.

In diesem Zusammenhang wird insbesondere der Wunsch nach »Informationen aus erster Hand« kommuniziert. Die befragten AHS-MaturantInnen äußern den Wunsch, von beruflich aktiven Menschen direkt aus der Praxis beraten zu werden. Jugendliche, die eine konkrete Absicht hinsichtlich der Aufnahme eines Hochschulstudiums äußern, wünschen sich hier insbesondere eine Praxis-Beratung (Praxis-Info), die von Studierenden bzw. einschlägig beruflich aktiven AbsolventInnen der angestrebten Studienrichtung durchgeführt wird; angehende Berufstätige (bei direktem Berufseinstieg nach der AHS-Matura) wünschen sich vor allem eine Praxis-Beratung (Praxis-Info), die von einem/einer VertreterIn des Berufsstandes durchgeführt wird. Diese Art der Wissensvermittlung entspricht deutlich einer Fachberatung und ist als wertvolle Ergänzung zur eigentlichen Berufsberatung zu sehen. Die Rolle des AMS könnte in diesem Zusammenhang vor allem in der Vermittlung von BerufspraktikerInnen, die in den Prozess der Berufsberatung miteinbezogen werden, bestehen.

### Schlußfolgerung

Neben dem Training von Handlungskompetenzen und der Weitergabe von Bildungs- und Arbeitsmarktinformationen an die Jugendlichen sollten auch »Informationen aus erster Hand« im Zuge Prozesses der Berufsberatung vermittelt werden. Diese auf konkreten individuellen Berufserfahrungen aufbauende Wissensvermittlung sollte logischerweise von Menschen direkt aus der »Praxis« erfolgen. Hierbei wäre auch der Aufbau eines tragfähigen Kontaktpools zu BerufspraktikerInnen überlegenswert, eventuell in Kooperation mit diversen Interessenvertretungen oder direkt mit engagierten Betrieben.

## 6.8 Wunsch nach Einzelberatungen und personenzentrierter Beratung

Hinsichtlich der Durchführung von Beratungsgesprächen wird von den meisten der befragten AHS-MaturantInnen (60%) darüber hinaus der Wunsch nach Einzelberatungen geäußert. Beratungsgespräche, die zwischen BeraterIn und KlientIn stattfinden, genießen gegenüber Gruppenberatungen bei den AHS-MaturantInnen deutlich den Vorzug. Dies ist darauf zurückzu-

führen, daß sich die Jugendlichen ein individuelles Eingehen auf ihre spezifische Situation erhoffen. Ein Gespräch zu zweit wird als vertraulicher und effizienter eingestuft.

Gewünscht wird von den AHS-MaturantInnen des weiteren eine personenzentrierte Berufsberatung, und zwar insofern, als auf die individuellen Bedürfnisse der KlientInnen eingegangen und die Beratung als interaktiver Problemlösungsprozeß gestaltet werden sollte. Vor diesem Hintergrund ist die Forderung zu stellen, daß die in der Beratung angewandten Methoden nach Möglichkeit auf die jeweiligen KlientInnen und die jeweiligen Beratungssituationen ausgerichtet werden sollten.

### **Schlußfolgerung**

Die Berufsberatung sollte vorrangig in Form von Einzelberatungen stattfinden. Ebenso sollte die Berufsberatung in erste Linie personenzentriert ausgerichtet sein.

## **6.9 Wunsch nach psychologischen Eignungs- und Fähigkeitstests**

Die Ergebnisse der Studie zeigen, daß psychologischen Eignungs- und Fähigkeitstests eine verhältnismäßig hohe Akzeptanz seitens der AHS-MaturantInnen erfahren. Die Hälfte der AHS-MaturantInnen äußert den Wunsch nach einer Teilnahme an psychologischen Tests. Dies ist in erster Linie auf das Bedürfnis nach Eigenverantwortlichkeit zurückzuführen, wonach die AHS-MaturantInnen selbst herausfinden möchten, wofür sie beruflich geeignet sind.

### **Schlußfolgerung**

Neben den zuvor erwähnten Beratungsformen sollten darüber hinaus in der Berufsberatung in ausreichendem Maß moderne psychologische Eignungstests angewendet werden, vor allem wenn diese von den Jugendlichen gewünscht werden.<sup>75</sup>

## **6.10 Professionalisierungsniveau in der Berufsberatung**

Hinsichtlich der Durchführung der Beratung ist zu erwähnen, daß die AHS-MaturantInnen den Wunsch kommunizieren, von einem/einer erfahrenen BerufsberaterIn beraten zu werden. Durch die Zuteilung professioneller BerufsberaterInnen fühlen sie sich in ihren Anliegen ernst genommen und quasi als vollwertiges Gesellschaftsmitglied behandelt.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Anmerkung: In den BerufsInfoZentren (BIZ) werden kostenlose Eignungs-/Interessentests angeboten, die mit PC-Unterstützung individuell durchgeführt werden können. Des weiteren werden die Berufsberatungen in den BerufsInfoZentren (BIZ) in der Regel von erfahrenen BeraterInnen durchgeführt.

<sup>76</sup> Die Zuteilung eines Beratungsneulings vermittelt bei den Jugendlichen den Eindruck, daß Jugendliche gegenüber Erwachsenen nur von sekundärer Wichtigkeit sind.

**Schlußfolgerung**

Die Bildungs- und Berufsberatung sollte gerade bei Jugendlichen von erfahrenen BerufsberaterInnen durchgeführt werden.

**6.11 Überzeugungsarbeit bei den Jugendlichen hinsichtlich der Inanspruchnahme von Berufsberatung**

Die AHS-MaturantInnen sind nur wenig motiviert, viel Aufwand durch die Berufsberatung in Kauf zu nehmen. Die Bereitschaft, Anweisungen auch außerhalb der Sitzungen zu erledigen bzw. mehr als drei Sitzungen in Anspruch zu nehmen, fällt eher gering aus (nur ein Drittel der Befragten erklärt sich dazu bereit). Gern gesehen wäre (was wenig überrascht) von den AHS-MaturantInnen eine Berufsberatung während der Unterrichtszeit. Die Freizeit für Berufswahlfragen aufzuwenden wird von Jugendlichen nicht nur nicht gerne gemacht, sondern in der Praxis auch nur marginal betrieben.

**Schlußfolgerung**

Inwiefern individualisierte Berufsberatung realistischerweise (auch) während der Unterrichtszeit stattfinden kann, ist zu überlegen.<sup>77</sup> Durch Verlagerung der Berufsberatung in den verpflichtenden Unterricht würde den Jugendlichen zumindest subtil die Wichtigkeit einer sorgfältig überlegten Berufsorientierung vermittelt.

**6.12 Fazit**

Daß Berufswahlvorbereitung im Idealfall aus zwei Teilbereichen bestehen sollte, geht nicht nur aus vorliegender Erhebung hervor, sondern entspricht auch der gängigen Definition des Begriffes in der Bildungsforschung.<sup>78</sup> Diese sieht in der Vorbereitung auf die Berufs- und Ausbildungswahl einerseits den Aspekt der möglichst umfangreichen Informationsvermittlung, andererseits den der individuellen Unterstützung der Jugendlichen bei der eigenständigen, selbstreflektierenden Auseinandersetzung mit dem Thema, um dadurch Entscheidungsfähigkeit herbeizuführen bzw. zu stärken.

Ein Blick in die Berufsberatungspraxis zeigt jedoch, daß diese beiden »Schienen« der Berufswahlvorbereitung – Information und persönlichkeitsorientierte Vermittlung von Handlungskompetenzen – in den existierenden Angeboten oft nur unzureichend gemeinsam bearbeitet werden (können). Der Hauptaufgabenbereich öffentlicher Institutionen lag und liegt

<sup>77</sup> Anmerkung: Dies wird von den BerufsInfoZentren (BIZ) in Wien bereits angeboten. Vor allem 4. Klassen von Hauptschulen nehmen dieses Angebot in Anspruch.

<sup>78</sup> Vgl. Härtel 1995.

immer noch in der Bereitstellung von Information.<sup>79</sup> So lautet auch die seitens des AMS definierte Dienstleistung der BerufsInfoZentren (BIZ) zuerst einmal »Berufsinformation«, d.h. das Zur-Verfügung-Stellen von Informationsmaterialien.

Insgesamt wird sehr deutlich, daß dem persönlichen Beratungsgespräch viel Raum und ein hoher Stellenwert zugeordnet werden muß. Um den Erwartungen der Jugendlichen entgegenzukommen und gleichzeitig aber auch ein Setting zu definieren, in dem klar abgegrenzt wird, was Aufgaben und Leistungen der BerufsberaterInnen sind und wofür die Jugendlichen selbst verantwortlich sind, sind hochqualifizierte BeraterInnen nötig, die nicht nur über Fachinformationen verfügen, sondern auch entsprechende Beratungs- und Kommunikationskompetenzen in ihrem Repertoire haben. Um die Zufriedenheit der jugendlichen Ratsuchenden zu erhöhen, müssen in der Berufsberatung selbst Ziele für diese definiert werden. Nur so kann der stets drohende Negativ-Kreislauf zwischen diffusen oder überhöhten Erwartungen und anschließender Unzufriedenheit mit den Ergebnissen durchbrochen oder von vornherein ausgeschaltet werden. Erst wenn die Ziele klar formuliert worden sind, kann auch von den Jugendlichen beurteilt werden, wie hilfreich die Beratung war und ob die Ziele erreicht wurden.

*Das Ziel der Berufsberatung muß noch keine konkrete Berufsentscheidung sein, die Beratung sollte aber ein spürbares Stück weit dazu beitragen, den oft jahrelangen Prozeß systematisch und lösungsorientiert zu unterstützen.*

---

79 Vgl. WISDOM 1995, Seite 55ff.

## 7 Zusammenfassung

### 7.1 Hintergrund der vorliegenden Untersuchung

Im Rahmen des von der EU geförderten Leonardo-da-Vinci-Projektes »The Impact of Cultural Differences on Students' Expectations from Job Counsellors«, das das Forschungsinstitut abif (Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung; [www.abif.at](http://www.abif.at)) in einer internationalen Zusammenarbeit mit fünf weiteren Partnerinstituten im Zeitraum 2004/2005 durchgeführt und dabei die Erwartungen an die Berufsberatung von MaturantInnen aus verschiedenen europäischen Ländern untersucht hat,<sup>80</sup> wurde für das AMS Österreich eine Sondererhebung über die weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufspläne von angehenden AHS-MaturantInnen,<sup>81</sup> über deren allgemeine Kenntnisse der diesbezüglichen Informationseinrichtungen des AMS (BerufsInfoZentren, kurz BIZ) sowie deren Erwartungen an eine moderne Berufsberatung umgesetzt.

Die Befragung fand im Zeitraum November bis Dezember 2004 an insgesamt sechs Wiener Oberstufengymnasien in Form eines standardisierten Fragebogens statt. Von den insgesamt 347 ausgegebenen Fragebögen konnten letztlich 270 Fragebögen statistisch ausgewertet werden (Rücklaufquote = 78%). Die Stichprobe selbst teilt sich auf 57% weibliche und 43% männliche Jugendliche im Alter zwischen 16 und 20 Jahren auf.

### 7.2 Weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufspläne der AHS-MaturantInnen

Am Ende einer AHS-Ausbildung besteht für viele der jungen AHS-MaturantInnen die Notwendigkeit einer weiterführenden bzw. beruflichen Qualifizierung: sei es in Form einer Kurzausbildung (z.B. Kollegs, diverse Lehrgänge), in der nach wie vor sehr seltenen Form der Absolvierung einer Lehre (z.B. Buchhandel) oder durch die Aufnahme eines Studiums an einer Universität oder Fachhochschule. Welche der genannten Alternativen letztendlich gewählt wird, hängt in fast allen Fällen von der Quantität der im Vorfeld stattfindenden Informationsbeschaffung und der Qualität der erhaltenen Informationen ab.<sup>82</sup>

Von den 270 AHS-MaturantInnen, die sich an dieser Erhebung aktiv beteiligten, hatten zum Zeitpunkt der Befragung 46,7% eine konkrete Vorstellung darüber, welchen Beruf sie in ih-

80 Siehe auch [www.impact-edu.org](http://www.impact-edu.org) (Projekthomepage mit Download-Möglichkeit); eine Buchveröffentlichung erscheint 2006 (siehe auch [www.abif.at](http://www.abif.at)). Eine Zusammenfassung dieses Projektes findet sich auch in: Andrea Egger-Subotitsch (2006): AMS info 78 – Students' Expectations. Die Erwartungen von Jugendlichen verschiedener europäischer Länder an die Berufsberatung, hg. Vom AMS Österreich, Wien; Download unter [www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at) (Menüpunkt »AMS-Publikationen«).

81 = 4. Schulstufe der Sekundarstufe II an Allgemeinbildenden Höheren Schulen.

82 Vgl. exemplarisch und nach wie vor gültig WISDOM 1995.

rem Leben einmal ausüben möchten, wobei diese Entscheidung bei einem Großteil erst in den letzten ein bis zwei Jahren gefallen ist bzw. sich erst in diesem Zeitraum konkretisiert hat. Von den 144 AHS-MaturantInnen, die zum Befragungszeitpunkt noch keine Berufsziele nennen können (gesamt: 53,3%; weiblich: 56,3%, männlich: 43,8%), trifft ein Viertel (25,9%) eine diesbezügliche Entscheidung noch im laufenden Schuljahr, etwas weniger als die Hälfte (41,7%) erst nach der Reifeprüfung. Rund 33% dieser 144 AHS-MaturantInnen wissen allerdings überhaupt noch nicht, ob und wann sie sich in der nächsten Zeit für einen Beruf bzw. eine dafür erforderliche Ausbildung entscheiden. In diesem Fall ist anzunehmen, daß sich die Jugendlichen aufgrund der Optionen, die sich zufällig ergeben, entscheiden werden.

Diese Werte stimmen insofern bedenklich, als daß sich die Jugendlichen bereits im Abschlußjahr befinden und eine Entscheidung über die eigene Laufbahn in nächster Zukunft ansteht. Daß allerdings die AbgängerInnen von AHS im Gegensatz zu KollegInnen von Berufsbildenden Höheren Schulen aufgrund der unspezifischen fachlichen Ausbildung weit eher dazu neigen, ein akademisches Studium aufzunehmen, wird auch in den Angaben der befragten Jugendlichen sichtbar: Knapp die Hälfte der 270 Fälle (49%) gibt an, im Jahr nach der AHS-Matura ein Studium an einer Universität aufnehmen zu wollen, 17% würden sich für eine Fachhochschule entscheiden.

Die Vorstellung, an einer Akademie oder einem Kolleg zu studieren, ist unter den Jugendlichen eher gering vertreten. Etwas mehr als ein Drittel (36%) möchte gerne eine berufliche Tätigkeit aufnehmen. Falls dieser Ersteinstieg ins Berufsleben aber nicht in einem absehbaren Zeitraum gelingt, wird als Alternative ein Studium oder eine ähnliche Ausbildung gewählt. Dafür sprechen einerseits die Übertrittsraten an die Hochschulen und andererseits die rund 20% der angehenden AHS-MaturantInnen, die sowohl »Arbeiten« und »Universitätsstudium« nach der Matura im Fragebogen angekreuzt haben (Doppelnennung). Unter denjenigen, die nach ihrer Reifeprüfung eine akademische Ausbildung anstreben, sind die Studienrichtungen Medizin, Psychologie und Jus die »Favoriten«, gefolgt von Publizistik und BWL. Am Fachhochschulsektor sind dies die Studiengänge Tourismusmanagement, Journalismus, Marketing und Wirtschaftslehrgänge.

Ganz allgemein läßt sich feststellen, daß das Gros der AHS-MaturantInnen über keine konkreten bzw. eindeutigen Vorstellungen darüber verfügt, welcher Weg (weiterführende Ausbildung, Erwerbsbiographie) nach Abschluß der Reifeprüfung eingeschlagen werden soll.

Dies betrifft nicht nur die Pläne über eine weiterführende Ausbildung, die Unsicherheit zeigt sich auch bei den Angaben hinsichtlich konkreter Berufsziele: 53% aller AHS-MaturantInnen wissen nicht, welchen Beruf sie später einmal ausüben möchten, und 42% werden eine diesbezügliche Entscheidung auch erst nach der Reifeprüfung treffen, 26% allerdings noch in diesem Schuljahr. Unterschiede in den Berufszielen lassen sich jedoch anhand des AHS-Zweiges erkennen: Angehende AHS-MaturantInnen in Naturwissenschaftlichen, in Humanistischen und Neusprachlichen Gymnasien haben viel eher Vorstellungen über die berufliche Zukunft als ihre KollegInnen in Bildnerischen und Musischen Zweigen.

### 7.3 Näheres und weiteres Umfeld hinsichtlich der weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufswahl

Die Auseinandersetzung mit der eigenen Zukunft im allgemeinen und die Prozesse hinsichtlich des Vorhandenseins bzw. Nicht-Vorhandenseins von beruflichen Zielen im besonderen verlaufen bei jedem Menschen anders. Die Wahl einer bestimmten Ausbildung bzw. eines bestimmten Berufes ist ein länger andauernder Wechselwirkungsprozeß. Er wird von individuellen, kulturellen, politischen und sozioökonomischen Faktoren beeinflusst, bei jeder einzelnen Person wirken diese Faktoren in unterschiedlicher Intensität und Gewichtung zusammen und bestimmen Bildungs- wie Erwerbsbiographie und damit letztlich den Lebenszyklus.<sup>83</sup>

Bei den befragten AHS-MaturantInnen kommt die wesentlichste Unterstützung hinsichtlich der Überlegungen und Entscheidungen, die die weiterführende Ausbildungs- bzw. Berufswahl betreffen, von der Elternseite. Für fast die Hälfte der AHS-MaturantInnen spielen die Eltern dabei die bedeutendste Rolle und geben die meiste Unterstützung. Ebenfalls zum engen sozialen Umfeld gehörend nehmen auch die FreundInnen eine wichtige Rolle ein. Wenn sie sich für eine Ausbildung oder einen Beruf entscheiden, können 52% der befragten AHS-MaturantInnen damit rechnen, von ihren FreundInnen Unterstützung zu erhalten.

Nachdem Personen aus dem weiteren Umfeld eine nur geringe Relevanz im Entscheidungsfindungsprozeß spielen, wird ihnen dementsprechend eine geringere Bedeutung zugestanden. Obwohl der Einfluß durch die BerufsberaterInnen gering ausfällt, wissen rund 80% der befragten AHS-MaturantInnen, daß das AMS diverse Informationen über Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten anbietet (die Informationsweitergabe an die Jugendlichen hinsichtlich der AMS-Aktivitäten funktioniert hier in erster Linie über die Familie).

Dieser Bekanntheitsgrad ist an sich sehr erfreulich, läßt aber hinsichtlich der Bekanntheit von spezifischen Informationseinrichtungen des AMS, nämlich den BerufsInfoZentren (BIZ), die Vermutung aufkommen, daß das AMS von außen als ein »Einheitsdach« für Informationen bezüglich Aus- und Weiterbildung sowie Arbeitsmarkt und Beschäftigung gesehen wird. Die speziell für die Bereitstellung dieser Informationen 1988 erstmals eingerichteten BerufsInfoZentren (BIZ), die z.B. im Gegensatz zur übergeordneten Instanz des AMS in den gängigen (Massen-)Medien kaum bis gar nicht vertreten sind, laufen somit Gefahr, hinsichtlich ihrer Existenz und ihres spezifischen Dienstleistungsangebotes keiner besonderen Wahrnehmung seitens der Jugendlichen zu unterliegen.

Für diese Vermutung spricht, daß die BerufsInfoZentren (BIZ) den befragten AHS-MaturantInnen nur zu knapp 30% bekannt sind. Für deren Bekanntmachung unter den AHS-MaturantInnen sorgen in erster Linie die KlassenlehrerInnen (38%) und die Familie (37%). Rund 15% haben die BerufsInfoZentren (BIZ) über das Internet erstmals kennengelernt. Wird die Entscheidung getroffen, die BerufsInfoZentren (BIZ) zwecks Informationsgewinnung aufzusuchen, bleibt es in der überwiegenden Zahl der Fälle bei diesem einen Besuch, der dann von

---

83 ÖIR 2000.

rund 17% der BIZ-BesucherInnen als hilfreich bzw. sehr hilfreich beschrieben wird. Für knapp zwei Drittel (59,2%) war der Besuch nur in beschränktem Maße und für ein Viertel (24,1%) überhaupt nicht hilfreich.

Die Ergebnisse der Frage »Welche Angebote würdest Du gerne für Dich in Anspruch nehmen?« zeigen, daß die meisten der Jugendlichen über die eigenen Fähigkeiten und Vorlieben nicht hinreichend reflektieren und ihnen aus diesem Grunde eine Entscheidungsfindung äußerst schwer fällt. Die Maßnahmen mit den meisten Nennungen sind solche, von denen sich die Jugendlichen einen klareren Einblick in ihre persönlichen Interessen und Neigungen erhoffen, oder solche, die praxisnahes Anschauungsmaterial aus der Berufswelt vermitteln. Im besonderen werden genannt:

- Einzelberatungsgespräche mit einem/einer erfahrenen BerufsberaterIn (66%);
- Teilnahme an Eignungs- und Interessentests (60%) und
- Möglichkeiten für kurze Jobpraktika in Firmen (54%).

## 7.4 Erwartungshaltungen an die Berufsberatung

Der zweite Teil der Erhebung hat sich mit den Erwartungshaltungen der angehenden AHS-MaturantInnen an eine Berufsberatung auseinandergesetzt. Dabei wurden die Erwartungshaltungen an die Berufsberatung, an den/die BerufsberaterIn sowie an den Prozeß und die Ergebnisse der Beratung erfragt. Darüber hinaus wurde erhoben, mit welcher Motivation, Offenheit und mit welchem Verantwortungsbewußtsein die AHS-MaturantInnen in eine solche Beratung gehen würden.

Die Ergebnisse zeigen, daß auf einen eher geringen Motivationsstand der AHS-MaturantInnen hinsichtlich der Berufsberatung geschlossen werden kann. Die AHS-MaturantInnen (45%) sind eher nicht oder nur teilweise bereit, sich einer Berufsberatung zu unterziehen, die länger als drei Einheiten dauert oder als unangenehm oder als vorerst wenig behilflich eingestuft wird. Die Mehrheit erwartet sich eine möglichst kurze und effiziente Beratung. 41% der AHS-MaturantInnen erwarten sich von der Berufsberatung, daß »ihr Problem« quasi in der ersten Sitzung bereits gelöst wird.

Ein Anliegen der AHS-MaturantInnen ist es, eigenverantwortlich ihre Berufs- bzw. weiterführende Ausbildungswahl zu treffen. Der Wunsch nach einer selbstverantwortlichen und selbständigen Auseinandersetzung mit dem Thema der Berufs- und Bildungswahl ist bei den Interviewten sehr hoch (72%). Demgegenüber ist aber auch das Begehren nach direkter Beratung unter den AHS-MaturantInnen beträchtlich (64%), wobei dies darauf zurückgeführt werden kann, daß die Jugendlichen die Berufs- und Ausbildungswahl zwar als »ihre eigene Sache« ansehen, die sie selbst bewältigen möchten, andererseits aber damit überfordert sind und sich eine fertige Lösung seitens der BerufsberaterInnen »herbeiwünschen«.

Hinsichtlich der Erwartungshaltungen an die BerufsberaterInnen ist auffallend, daß die AHS-MaturantInnen genaue Vorstellungen darüber haben, wie ein/eine BerufsberaterIn sein

soll. So ist es den Jugendlichen besonders wichtig, daß die BerufsberaterInnen freundlich und ihnen gegenüber herzlich eingestellt sind (73%). Außerdem wird Wert darauf gelegt, daß die BerufsberaterInnen über ein hohes Maß an analytischer Denkfähigkeit verfügen. Den AHS-MaturantInnen ist es besonders wichtig, ihr eigenes Selbstbild zu reflektieren. Sie wünschen sich, daß sie in der Beratung aufmerksam gemacht werden, wenn ihre Aussagen nicht mit ihrem Verhalten übereinstimmen.

Authentizität des Beraters bzw. der Beraterin ist ein weiterer Aspekt, der von den AHS-MaturantInnen erwartet wird. 73% der AHS-MaturantInnen erwarten sich von den BerufsberaterInnen, daß diese sich mit ihrer Tätigkeit als BeraterIn identifizieren und nicht nur jemand sind, der seine/ihre Arbeit quasi nach dem Motto »Dienst nach Vorschrift« erledigt. In diesem Zusammenhang werden auch Ehrlichkeit, Offenheit und gegenseitiger Respekt erwartet.

Darüber hinaus wird der Hilfestellung und Unterstützung seitens der BerufsberaterInnen ein großer Stellenwert beigemessen. Eine erzieherische und elterliche Rolle der BerufsberaterInnen, die sich darin äußert, daß die Jugendlichen in ihren Berufsentscheidungen gelenkt, unterstützt, aber auch ermutigt und bei Fortschritten gelobt werden, ist den Befragten überraschenderweise ebenfalls wichtig, um für den ersten Schritt zu einer bewußten Berufsentscheidung motiviert zu sein.

Bei einer Berufs- und Bildungsberatung sind die fachlichen und persönlichen Kompetenzen der BeraterInnen als wesentliche Einflußfaktoren auf die Qualität der Beratung zu identifizieren. Nur wenn der/die BeraterIn mit fachlichen wie auch Schlüsselqualifikationen ausgestattet ist, sind die Jugendlichen auch dazu bereit, den/die BeraterIn an sich »heranzulassen« und sich an ihm/ihr zu orientieren. Zu den am meisten geforderten Kompetenzen zählen dabei:

- Expertise (84%);
- soziale Kompetenz (76%);
- eine ruhige und umgängliche Art (62%);
- Charisma und Einfühlungsvermögen (80%);
- Vertrauenswürdigkeit (62%) und
- Verlässlichkeit (73%).

Wie effizient eine Beratung erfolgt bzw. erlebt wird, hängt aber auch davon ab, auf welche Art und Weise der Beratungsprozeß durchgeführt wird. Die Mehrheit der befragten AHS-MaturantInnen erhofft sich, durch die Beratung Klarheit in den eigenen ausbildungsbezogenen und beruflichen Dispositionen zu erhalten. Mit Hilfe der Berufsberatung sollen Situationen, mit denen sie Schwierigkeiten haben, besser identifiziert werden (66%). Besonders erwarten sich die Jugendlichen auch, daß die Berufsberatung ihnen dabei hilft, sich über jene Fähigkeiten und Eignungen klar zu werden, die relevant für ihre Entscheidungssituation sind. Als besonders wichtig wird es des weiteren erachtet, daß die Berufsberatung von einem/einer erfahrenen BeraterIn durchgeführt wird (84%). Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, daß die Jugendlichen in ihren Belangen ernst genommen werden wollen. Die Zuteilung eines Beraterneulings vermittelt

bei den Jugendlichen den Eindruck, daß Jugendliche gegenüber Erwachsenen nur sekundär wichtig sind.

An das Ergebnis der Berufsberatung richtet ein Großteil der AHS-MaturantInnen (68%) die Erwartung, dabei gestärkt zu werden, offene Fragen und Probleme rund um die Berufswahl aus eigener Kraft besser zu bewältigen. Besonders viele erwarten sich darüber hinaus, nach der Beratung über aktuelle Arbeitsvoraussetzungen und Arbeitsanforderungen informiert zu sein (79%).

Über alle einzelnen Dimension betrachtet erwarten sich also die jungen AHS-MaturantInnen auf der einen Seite Beratungsqualitäten, erzieherisch-pädagogische Qualitäten und Wissensvermittlung. Gleichzeitig sind viele der befragten AHS-MaturantInnen – das muß nüchtern angemerkt werden – (vorab) nicht bereit, allzu viele Stunden in die Berufsberatung zu investieren.

## 8 Literatur und weiterführende Quellen

- Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) (2005): Berufsinfo-Bericht 2004, Wien.
- Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) (2006): Berufsinfo-Katalog 2006, Wien.
- Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) (2005): Geschäftsbericht des AMS Österreich für 2004, Wien.
- Beinke, L. (1999): Berufswahl – der Weg zur Berufstätigkeit, Verlag Bock, Bad Honnef.
- Birkenbihl, M. (2003): Train the Trainer – Arbeitshandbuch für Ausbilder und Dozenten, 18. Auflage, Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (BMBWK) (2002): Hochschulbericht 2002/Band 1 und Band 2, Wien.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (BMBWK) (2005): Statistisches Taschenbuch 2004.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (BMBWK) (2006): Statistisches Taschenbuch 2005.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (BMBWK): Universitätsbericht 2005, Band 1 und Band 2, Wien.
- Davidovits, D. (2004): Matura, was jetzt? Vom Schulabschluss bis zum ersten Job, Verlag Linde, Wien.
- Ertelt, B.-J./Schulz, W. (2002): Handbuch Beratungskompetenz. Mit Übungen zur Entwicklung von Beratungsfertigkeiten in Bildung und Beruf, Berater und Ratnehmer, Band 18, Rosenberger-Fachverlag, Leonberg.
- Gary, Ch. (2004): Studieninformation und Studienberatung – Repräsentative Befragung von StudienanfängerInnen an Universitäten und Fachhochschulen (Hg.: ÖIBF), Wien.
- Guggenberger, H. (1991): Hochschulzugang und Studienwahl, Klagenfurt.
- Gumplmaier, H./Plattner, M./Reichel, R. (1996): Arbeit macht das Leben. Berufsorientierung – ein Leben lang. Ein Wegweiser, Verlag Bohmann, Wien.
- Hackl, E. (1976): Zur Situation der Berufsberatung in Österreich, Österreichisches Institut für Bildung und Wirtschaft, Wien.
- Härtel, P. (1995): Berufswahl – Schicksal oder Berufung? Grundlegungen zu Theorien, Begriffen und Kategorien der Berufsorientierung an den Schnittstellen zwischen Schule und Wirtschaft, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hg.), Schriftenreihe Nr.101, Wien.
- Heublein, U./Lewin, K./Schreiber, J./Sommer, D./Spangenberg, H.: Studienanfänger im Wintersemester 2000/2001 (2001): Trotz Anfangsschwierigkeiten optimistisch in die Zukunft, Hochschulplanung Band 155, Hochschul-Informationen-System, Hannover.
- Heublein, U./Sommer, D. (2002): HIS-Kurzinformation A2/2002 – Studienanfänger 2001/2001: Fachinteresse und berufliche Möglichkeiten bestimmen die Studienfachwahl, Hochschul-Informationen-System, Hannover.

- Hillebrandt, D./Gulba, A. (2002): Die besondere Rolle von Selbstwirksamkeit und proaktiver Einstellung in der Berufs- und Karriereberatung: überarbeitete u. erweiterte Version eines Vortrages zum Thema »Psychologische Einflußfaktoren bei Karriereentscheidungen«; gehalten auf dem 43. Kongress (26.9.–28.9.2002) der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Berlin, [www.moldzio.com/Pages/Artikel%20Selbstwirksamkeit.pdf](http://www.moldzio.com/Pages/Artikel%20Selbstwirksamkeit.pdf)
- Hillmann, K.-H. (1994): Wörterbuch der Soziologie, Verlag Kröner, 4. überarbeitete Auflage, Stuttgart.
- Industriellenvereinigung Vorarlberg (Hg.) (2004): Vorarlberger MaturantInnenbefragung.
- Kellermann, P. (1987): Studienmotive und Arbeitsperspektiven von Erstimmatrikulierten, Forschungsendbericht im Auftrag des BMWF, Klagenfurt.
- Klingler, J. (1989): Studienwahl: Eine problematische Entscheidung, in: Schilling, M./Turrini, H. (Hg.): Studien- und Berufswahl, Band 1, Kärntner Druck- und Verlagsgesellschaft.
- Kluck, U.R. (1984): Spielarten des Beratens, zur Struktur von Beratungskommunikationen, Tübingen: Univ. Diss.
- Lassnigg, L. (1995): Einige Probleme im Bereich der Berufsorientierung im Lichte internationaler Erfahrungen, in: BMUK (Hg.): Dokumentation »Berufsorientierung«, Seminar, Wels 18.–20. Oktober, Wien.
- Loidl, R./Reiter, W./Willsberger, B. (2000): Evaluierung von Berufsinformationsbroschüren des Arbeitsmarktservice, Wien.
- Luhmann, N. (1994): Soziale Systeme, Grundriß einer allgemeinen Theorie, 5. Auflage, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Maier, H. (1996): Beratung in der Berufswahlentscheidung, eine empirische Untersuchung von AHS-Maturanten im Land Salzburg, Univ. Dipl. Arbeit, Salzburg.
- Metz, A. (1988): Beraterideal und Wirklichkeit – Die Persönlichkeit des Beraters und ihre Bedeutung für den Beratungsprozess, Peter Lang (Europäische Hochschulschriften: Reihe 6, Psychologie, 244), Frankfurt am Main/Wien.
- Nowak, G. (1996): Die österreichischen Berufsinformationszentren, AMS report 2 (Hg.: AMS Österreich), Wissenschaftsverlag, Wien.
- ÖIR (2000): Regionale Determinanten von Bildungs- und Berufsverläufen, Band 1: Analysen, Forschungsprojekt im Auftrag des AMS Österreich, Wien.
- Paszowska-Rogacz, A. (2002): The Relationship Between Psychological Type and Expectations About Career Counselling, in: Counsellor – Profession, Passion, Calling? Warsaw, Poland, Volume II, p. 438–450.
- Rabenstein, R./Reichel, R./Thanhoffer, M. (2001): Das Methodenset, 1. Anfangen, 11. Aufl., Ökotopia (Hg.: AGB Arbeitsgemeinschaft für Gruppen-Beratung). Münster.
- Reckendorfer, R. (1991): Studieninformation und -entscheidung als Bestimmungsgröße des Studienverlaufs an der Wirtschaftsuniversität Wien, Wien.
- Ries, H. (1969): Das soziale Prestige der Berufe, in: Berufsberatung und Berufsbildung, Nr. 54, Seite 139–157.

- Schlögl, P./Lachmayer, N. (2004): Motive und Hintergründe von Bildungswegentscheidungen in Österreich. Eine repräsentative Querschnittserhebung im Herbst 2003 (Hg.: ÖIBF), Studie im Auftrag der AK Wien, Wien.
- Schneeberger, A. (1991): Studienerfolg und Studienabbruch in wirtschaftsnahen Studienrichtungen, Wien.
- Schneeberger, A./Stagel, W. (1983): Beeinflussungsfaktoren der Studienwahl: Vorstudie. Endbericht, Institut für Angewandte Soziologie, Wien.
- Schnell, R./Hill, P./Esser, E. (1993): Methoden der empirischen Sozialforschung, 4. Auflage; Verlag Oldenburg, München/Wien.
- Tinsley, D.J./Schwendener Holt, M., Hinson, J., Tinsley, H. (1991): A Construct Validation Study of the Expectations About Counselling-Brief Form: Factorial Validity, in: Measurement and Evaluation in Counselling and Development, October 1991, Volume 24., p. 101–110.
- Tinsley, H.E.A./Benton, B.L. (1978): Expectations and Preferences in Counselling, in: Journal of College Student Personnel, Volume 19, p 537–543.
- Tinsley, H.E.A./Brown, M.T./De St. Aubin, T.M./Lucek, J. (1984): The Relationship between Expectations for a Helping Relationship and Tendency to Seek Help from a Campus Help Provider, in: Journal of Counselling Psychology, Volume 31, p. 149–160.
- Tinsley, H.E.A./Harris, D.J.: Client Expectations for Counselling, in: Journal of Counselling Psychology, 1976, Volume 23, p. 173–177.
- Tinsley, H.E.A./Tokar, D./Helwig, S.: Client Expectations about Counselling and Involvement during Career Counselling, in: The Career Development Quarterly, June 1994, Volume 42, p. 326–421.
- WISDOM – Wiener Institut für sozialwissenschaftliche Dokumentation und Methodik (1995): Berufswünsche und Arbeitsmarktrealität bei AHS-AbgängerInnen, Sonderheft, Jahrgang IX, Wien.

## 9 Anhang: Skalenschlüssel – Expectations About Career Counselling

### 9.1 Client characteristics

#### Motivation

Ich erwarte mir, in der Berufsberatung durchzuhalten, auch wenn ich zu Beginn unsicher bin, daß diese hilfreich ist.

Ich erwarte mir, den/die BerufsberaterIn öfter als drei Einheiten zu sehen.

Ich erwarte mir, in der Berufsberatung zu bleiben, auch wenn sie manchmal unangenehm ist.

#### Offenheit

Ich erwarte mir, meine Vorstellungen über meine Zukunft offen diskutieren zu können.

Ich erwarte mir, so viel wie möglich beizutragen, um meine Gefühle ausdrücken und diese diskutieren zu können.

Ich erwarte mir, daß ich mich sicher genug fühle, um dem/der BeraterIn mitteilen zu können, wie ich empfinde.

#### Eigenverantwortlichkeit

Ich erwarte mir, die Verantwortung für meine Berufsentscheidung zu übernehmen.

Ich erwarte mir, meine Stärken und Schwächen in Bezug auf meine Zukunftspläne zu diskutieren.

Ich erwarte mir, daß ich den/die BeraterIn fragen kann, sofern etwas unklar ist.

Ich erwarte mir, daß ich an meinem Anliegen auch außerhalb der Beratungseinheiten arbeite.

### 9.2 Counsellor Attitudes and Behaviours

#### Akzeptanz

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir gegenüber freundlich und herzlich ist.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich mag.

#### Konfrontation

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich auf Unterschiede aufmerksam macht zwischen dem, was ich sage, und dem, wie ich mich im Gegenzug dazu verhalte.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich auf Unterschiede aufmerksam macht zwischen dem, wie ich mich selbst sehe, und dem, wie ich von anderen Menschen gesehen werde.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir klarmacht, wie ich bin und wie ich sein möchte.

### **Direktive Beratung**

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir erklärt, was falsch ist.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir erklärt, was zu tun ist.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie häufig Ratschläge erteilt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie das Gespräch führt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir nur Informationen vermittelt.

### **Empathie**

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie weiß, wie ich fühle, auch wenn ich meine Gefühle nicht beschreiben kann.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir dabei behilflich ist, meine Gefühle in Worten auszudrücken.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie weiß, was ich fühle, ohne daß dies ausgesprochen wurde.

### **Authentizität**

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie ein sozialer Mensch ist und nicht nur jemand, der seine/ihre Arbeit erledigt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie ehrlich zu mir ist.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich als Mensch respektiert.

### **Hilfestellung und Unterstützung**

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich ermutigt und beruhigt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich unterstützt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich lobt, wenn ich Fortschritte mache.

### **Selbst-Enthüllung**

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie seinen/ihren Standpunkt erläutert und ihn auf meine Probleme bezieht.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie über seine/ihre Erfahrungen spricht und diese auf meine Probleme bezieht.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie offen von sich erzählt.

## 9.3 Counsellor Characteristics

### Attraktivität

Ich erwarte mir, mit dem/der BerufsberaterIn gut auszukommen.

Ich erwarte mir, meine Beratungsstunden mit dem/der BerufsberaterIn zu genießen.

Ich erwarte mir, die Zeit mit dem/der BerufsberaterIn zu genießen.

### Expertise

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich bei meinen Plänen für die Zukunft unterstützt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich auf meine Begabungen hinweist, die zur Erreichung meiner Ziele führen.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mein bereits vorhandenes Wissen und meine Erfahrung anerkennt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir Hilfsmittel und Methoden beibringt, sodaß ich die Verantwortung für meine eigene Karriere übernehmen kann.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich dabei unterstützt, den richtigen Beruf zu finden.

### Toleranz

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie keine Probleme damit hat, mit anderen Leuten auszukommen.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie eine ruhige und umgängliche Person ist.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie sich in seiner/ihrer Umwelt zurechtfindet.

### Vertrauenswürdigkeit

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie Vertrauen weckt.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie jemand ist, auf den/die man sich verlassen kann.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie jemand ist, dem/der ich wirklich vertrauen kann.

## 9.4 Characteristics of Process

### Klarheit

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mich unterstützt, meine Gefühle zu erkennen, damit ich sie besser verstehen kann.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir dabei hilft, die Situationen zu erkennen, mit denen ich Schwierigkeiten habe.

Ich erwarte mir von dem/der BerufsberaterIn, daß er/sie mir dabei hilft, jene konkreten Aspekte meines Verhaltens herauszufinden, die relevant für meine Situation sind.

### **Realitätsgerechtigkeit**

Ich erwarte mir, an psychologischen Tests teilzunehmen.

Ich erwarte mir eine Beratungsstunde während der Unterrichtszeit.

Ich erwarte mir, den Sinn und Zweck des Beratungsgesprächs zu verstehen.

Ich erwarte mir, Anweisungen auch außerhalb der Beratungssitzungen zu erledigen.

Ich erwarte mir, die Berufsberatung nie wieder beanspruchen zu müssen.

Ich erwarte mir, den/die BerufsberaterIn nur für eine Einheit aufzusuchen.

Ich erwarte mir, die Berufsberatung nur dann zu beanspruchen, wenn ich tatsächlich ein ernstes Problem habe.

Ich erwarte mir, daß meine Probleme aufgrund der Berufsberatung ein für allemal gelöst werden.

Ich erwarte mir einen/eine erfahrenen/erfahrene BerufsberaterIn.

Ich erwarte mir, daß es ausreichend ist, auf die Fragen des/der Beraters/Beraterin zu antworten.

Ich erwarte mir, daß in der Beratungseinheit nicht persönliche Angelegenheiten besprochen werden sollten.

### **Unmittelbarkeit**

Ich erwarte mir, mit Hilfe des Beratungsgesprächs Probleme lösen zu können.

Ich erwarte mir, daß ich lerne, offen und ehrlich mit anderen Personen innerhalb der Beratung umzugehen.

Ich erwarte mir, die Dinge zu üben, die ich während der Beratung lerne.

Ich erwarte mir, daß die Beratung sowohl dem/der BerufsberaterIn als auch mir hilft, die Probleme zu erkennen, an denen ich arbeiten muß.

## **9.5 Quality of Outcome**

### **Qualität des Ergebnisses**

Ich erwarte mir, daß ich lerne, mich und andere besser zu verstehen.

Ich erwarte mir, darin besser zu werden, mir in der Zukunft selbst helfen zu können.

Ich erwarte mir, die Beziehung zu anderen Personen zu verbessern.

Ich erwarte von dem/der BerufsberaterIn, mich über aktuelle Arbeitsvoraussetzungen und Arbeitsanforderungen zu informieren.

Im Rahmen des von der Europäische Union geförderten Leonardo-da-Vinci-Projektes »The Impact of Cultural Differences on Students' Expectations from Job Counsellors« (www.impact-edu.org), das das Forschungsinstitut abif (Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung; www.abif.at) in einer internationalen Zusammenarbeit im Zeitraum 2004/2005 durchgeführt und dabei die Erwartungen an die Berufsberatung von MaturantInnen aus verschiedenen europäischen Ländern untersucht hat, wurde für das AMS Österreich eine Sondererhebung über die weiterführenden Ausbildungs- bzw. Berufspläne von angehenden AHS-MaturantInnen, über deren allgemeine Kenntnisse der diesbezüglichen Informationseinrichtungen des AMS (BerufsInfo-Zentren, kurz BIZ) sowie über deren besonderen Erwartungen an eine moderne Berufsberatung umgesetzt.

Der vorliegende AMS report berichtet ausführlich über die Ergebnisse dieser Erhebung unter angehenden Wiener AHS-MaturantInnen.

**[www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at)**

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



P.b.b.  
Verlagspostamt 1200

ISBN 3-85495-229-5