

AMS report 119

Monira Kerler, Martin Stark

Beratung mit Wirkung

Die Effekte der Berufsberatung von BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS am Beispiel von Burgenland und Tirol

Herausgegeben vom
Arbeitsmarktservice Österreich

AMS
Arbeitsmarktservice Österreich

119

AMS report

Monira Kerler, Martin Stark

Beratung mit Wirkung

Die Effekte der Berufsberatung von BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS am Beispiel von Burgenland und Tirol

Herausgegeben vom
Arbeitsmarktservice Österreich

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Sabine Putz, René Sturm, A-1200 Wien, Treustraße 35–43 • November 2016 • Grafik: Lanz, Wien • Coverfoto: BerufsInfoZentrum (BIZ) Lienz • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., A-3580 Horn

© Arbeitsmarktservice Österreich 2016
ISBN 978-3-85495-595-2

Inhalt

1 Einleitung ... **4**

2 Theorie und Forschungsstand ... **6**

2.1 Reichweite und Typen von Wirkungen ... 7

2.2 Levels von Wirkungen ... 8

3 Methoden ... **11**

3.1 Panel-Befragung von BIZ-KundInnen in persönlichen und telefonischen Leitfadeninterviews ... 12

3.2 Befragung von BIZ-KundInnen mit standardisiertem Fragebogen ... 13

3.3 Analyse der Daten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring ... 13

4 Ergebnisse ... **15**

4.1 Erwartungen und unmittelbare Wirkung – Ergebnisse aus persönlichen Interviews und schriftlicher Befragung ... 15

4.2 Mittelfristige Wirkung: Ergebnisse aus telefonischer Nachbefragung ... 17

4.3 Langfristige Wirkung: Ergebnisse der Analyse der Erwerbsverläufe aus den AMS-Monitoringdaten ... 18

5 Diskussion ... **21**

5.1 Limitationen und künftige Forschung ... 23

5.2 Fazit ... 24

6 Literaturverzeichnis ... **25**

Anhang I ... **27**

Detailbetrachtung Befragungsergebnisse ... 27

Fragebogen ... 30

Anhang II ... **31**

AMS FokusInfo 97: Andrea Egger-Subotitsch: Wie wirkt Bildungs- und Berufsberatung, und wie können wir dies messen? Ein neues Praxishandbuch des AMS thematisiert Methoden und Indikatoren der Wirkungsmessung in der Bildungs- und Berufsberatung ... 32

AMS FokusInfo 105: Andrea Egger-Subotitsch, Monira Kerler, Martin Stark: Wirkung und Qualität der Beratungsleistungen von BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS in Tirol und im Burgenland ... 34

1 Einleitung

Der vorliegende de AMS report basiert auf einer Studie, die im Auftrag des AMS Tirol und des AMS Burgenland im Jahr 2015 vom sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitut abif realisiert wurde.[1] Diese Studie ist in den größeren Rahmen der Wirkungsforschung eingebettet, der in jüngerer Zeit auch im Bereich der Beratung und hier spezifisch im Bereich der Bildungs- und Berufsberatung eine wachsende Bedeutung beigemessen wird. Dabei geht es vor allem darum, Antworten auf die Frage zu finden, inwiefern Beratung die erstrebten unmittelbaren, mittel- und langfristigen Effekte auf individueller wie auf überindividueller Ebene erzielt. Zugleich ist dabei ein angeregter Diskurs über Methoden der Wirkungsmessung für diesen Untersuchungsgegenstand entfacht.

Während empirische Studien zur Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung im deutschsprachigen Raum im Vergleich zum angloamerikanischen Raum bislang eher rar waren, ist nunmehr die Notwendigkeit einer solchen Forschung auch hierzulande stärker ins Bewusstsein getreten. In Zeiten knapper öffentlicher Budgets wird es wichtiger, den Einsatz öffentlicher Mittel für die Bereitstellung von Angeboten der Bildungs- und Berufsberatung zu rechtfertigen, sodass wissenschaftliche Evidenzen an Bedeutung gewinnen.

Gegenstand der Untersuchung sind in der vorliegenden Studie die BerufsInfoZentren (BIZ)[2] des AMS Tirol und des AMS Burgenland. Deren Angebot kann von Personen vor der Berufs-/Ausbildungswahl, Personen in Beschäftigung, Arbeitssuchenden und Personen in Ausbildung kostenfrei genutzt werden, wobei die Leistung einen ca. 45-minütigen Termin und maximal einen Folgetermin umfasst. Ziel ist es, (…) »einen Beitrag zur Problemklärung und Entscheidungsfindung bei berufs- und bildungsrelevanten Fragen zu leisten«.[3] Die BIZ-Leistungen sind in Bezug auf Qualitätsstandards für anbieterneutrale Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf IBOBB[4]-zertifiziert, sodass mit der Erfüllung von bestimmten Qualitätsstandards eine wichtige Voraussetzung für eine gute Berufsberatung gegeben ist. Die Fragen danach, welche Wirkungen die BIZ-Beratung tatsächlich hat und ob die Zielsetzungen

1 Egger-Subotitsch, Andrea / Kerler, Monira / Stark, Martin / Schneeweiß, Sandra / Pintsuk, Julia (2015): Die Wirkung und Qualität von BIZ-Beratungen in den Bundesländern Burgenland und Tirol. Eisenstadt / Innsbruck / Wien. Die Langfassung dieser Studie kann unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt E-Library downgeloadet werden.

2 Insgesamt gibt es in Österreich 70 BerufsInfoZentren des AMS (Stand: 2016), nähere Infos unter: www.ams.at/biz.

3 Gemäß BIZ-Richtlinie, Abschnitt 6.5.1.3 (Stand: 21.7.2011).

4 IBOBB: Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf, nähere Infos unter www.bmb.gv.at/bo.

erreicht werden, wurde bislang nicht systematisch untersucht und stand daher im Mittelpunkt der vorliegenden empirischen Studie. Die Beantwortung dieser Forschungsfrage ist zudem relevant, da die BIZ-Beratung ein wichtiges Element zur Umsetzung der österreichischen Lifelong-Guidance-Strategie darstellt.[5] Neben diesen inhaltlichen Zielsetzungen, werden im Rahmen der Studie auch die methodischen Herangehensweisen der Wirkungsmessung kritisch auf ihre Eignung hin bewertet.

5 Vgl. dazu »Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf«, kurz IBOBB. Erhebung, Visualisierung und Vernetzung lokaler, regionaler und bundesweiter bestehender Kooperations- und Koordinationsmechanismen: »Kommunikation, Kooperation, Koordination«. Bericht der regionalen, bundesländerübergreifenden Informations- und Diskussionsveranstaltung 2009, Seite 18.

2 Theorie und Forschungsstand

Das Wissen um die Wirkung von Beratung besitzt große Bedeutung für die Beratungspraxis selbst, so z.B. im Sinne von Zielsetzungen, Beratungsprozessen und jeweiligem Zuschnitt auf Zielgruppen, aber auch in Bezug auf die Qualitätssicherung sowie im weiteren Kontext in Bezug auf die politische und gesellschaftliche Förderung, die ihr zukommt (vgl. Schober 2013). Der Nachweis von individueller wie auch überindividueller Wirksamkeit in Form von Erreichung der gesetzten Ziele von Bildungs- und Berufsberatung stellt das wichtigste Argument für die Etablierung und Unterstützung einer solchen Beratung dar und steht im Paradigma der so genannten »Evidence-Based Policy« (vgl. Watts / Sultana 2004; Käpplinger 2010). Dies gilt allemal für das Service der BIZ des AMS, das in der vorliegenden Studie untersucht wurde.

In der Wirkungsforschung werden in der Literatur verschiedene Ebenen und Dimensionen von Wirkung unterschieden. Die Ebenen umfassen die Betrachtung von A) der Reichweite individueller Beratung, B) der Typen von Wirkung und C) des Levels der Wirkung. Zugleich wird vielfach auf Input-Prozess-Outcome-Modelle zurückgegriffen, die es ermöglichen, sich dem komplexen Phänomen auf vereinfachte Weise anzunähern.[6] Ein vielbeachtetes Modell ist das von Tristram Hooley und der Canadian Research Working Group (2014), das die Wirkung von Guidance veranschaulicht und welches hier als Grundlage herangezogen wird. Auf der Seite des Inputs stehen dabei: Gelegenheiten – Fähigkeiten / Kompetenzen des Beraters bzw. der Beraterin der Beratungseinrichtung – Potenzial des Klienten bzw. der Klientin. Auf der Prozessseite stehen: Bedarfseinschätzung – Entwicklung eines Handlungsplanes – Effektivität des Beraters bzw. der Beraterin – Engagement des Klienten bzw. der Klientin. Auf Seiten des Outcomes sieht Hooley folgendes: Veränderungen im Wissen oder Skills – Änderungen der Lebensumstände – Änderungen im Erwerbs- oder Ausbildungsstatus – Passung von Beschäftigung oder Ausbildung mit den Skills und Zielen – Passung von Ausbildung mit Beschäftigungsmöglichkeiten.

6 Teilweise wird bei einem solchen Modell noch zwischen Output, also dem unmittelbaren Ergebnis der Beratung, und dem Outcome, also der langfristigen Wirkung, unterschieden.

2.1 Reichweite und Typen von Wirkungen

In diesem Modell deutet sich bereits an, dass Beratung unterschiedliche Reichweiten hat bzw. haben kann. Wirkung im Sinne von zielgerichteter Veränderung kann bzw. soll sich auf individueller, organisationaler, Community-, Landes- und gesamtgesellschaftlicher Ebene zeigen.[7] Die Unterscheidung zwischen individuellen und gesellschaftlichen Wirkungen lässt sich mit einer zeitlichen Dimension verbinden, die unmittelbare, mittelfristige und langfristige Wirkungen unterscheidet (vgl. Hughes / Gration 2009). Die Übersicht 1 zeigt diese Ebenen.

Übersicht 1: Überblick über die Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung

Individuelle Wirkung
1.) Unmittelbare Wirkung: • Wissen und Fertigkeiten: Größeres Wissen über Bildungs- und Berufsmöglichkeiten; Erstellen eines persönlichen Aktionsplans, verbesserte Entscheidungsfähigkeit. • Einstellungen und Motivation: Größere Zuversicht, weniger Zukunftssangst, positive Einstellung zu Arbeit und / oder Lernen.
2.) Mittelfristige Wirkung: • Verbesserung von Kompetenzen und Fähigkeiten in Bezug auf den Umgang mit Berufs- und Bildungsentscheidungen, Erwerb von Career Management Skills wie bessere Orientierungs- und Entscheidungsfähigkeit. • Verbesserte Recherchefähigkeit. • Gestaltung von Entscheidungsprozessen inklusive Umsetzung von Aktionsplänen, Bewerbungen, Umgang mit anfänglichen Enttäuschungen.
3.) Längerfristige Wirkung: • Aus- und Weiterbildung: Höherer Bildungsgrad, persönliche Chancen wurden wahrgenommen, Potenziale verwirklicht. • Beschäftigung: Bessere Beschäftigungssituation, gelungener (Wieder-)Einstieg in den Arbeitsmarkt, beruflicher Aufstieg, höheres Einkommen.
Gesellschaftliche Wirkung
Längerfristige Wirkung: • Arbeitgeber und Bildungsanbieter erreichen höhere Ziele, verbessern ihre Ergebnisse. • Verbesserte wirtschaftliche Entwicklung, höheres BIP-Wachstum, weniger Mangel an qualifizierten Arbeitskräften, weniger Arbeitslosigkeit.

Darstellung nach Schneeweiß / Liebeswar / Egger-Subotitsch 2016

7 Individuen treffen bessere Bildungs- und Berufsentscheidungen durch eine bessere Informationsbasis und Career Management Skills. Die Passung zwischen Interessen und Fähigkeiten mit den Anforderungen des Jobs wird verbessert. Bildungsanbieter und Arbeitgeber profitieren von der besseren Passung von individuellen Fähigkeiten und Interessen der KlientInnen mit Bildungsangeboten und Jobs. Für Arbeitsagenturen, die Weiterbildungen finanzieren, ergibt sich eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit. Reduzierung von Dropout aufgrund adäquater Informationen und entsprechender Bildungsentscheidungen. Mitglieder der Community finden leichter Jobs und passende Bildungsangebote, die regionale Wirtschaftslage kann sich verbessern. Auf Landesebene ergibt sich eine bessere Komplementarität zwischen Angebot und Nachfrage und verbesserte Übergänge zwischen Bildung und Beruf. Die Produktivität steigt, und die Arbeitslosenzahlen und Transferleistungen sinken. Die Dauer der Arbeitsuche wird reduziert. Im besten Fall profitiert die Gesellschaft durch zielgerichtete, produktive und lernmotivierte Individuen, die die Wettbewerbsfähigkeit des Landes erhöhen und die Gefahr sozialer Exklusion wird reduziert (vgl. Hughes et al. 2002; Vuorinen / Watts 2010).

Während die unmittelbaren und mittelfristigen Effekte von Bildungs- und Berufsberatung wissenschaftlich leichter zugänglich sind, stellt die Erforschung von langfristigen individuellen oder gesellschaftlichen Effekten ein große Herausforderung dar, da diese einerseits durch ihre vielfältige Bedingtheit schwer zu messen sind und der spezifische Beitrag der Beratung damit nur schwer isoliert werden kann (vgl. Krötzl 2011) und andererseits entsprechende Erhebungsversuche oft zeitliche und finanzielle Möglichkeiten übersteigen (vgl. Maguire / Killeen 2003). Eine präzise Untersuchung von unmittelbaren und mittelfristigen Effekten kann aber dazu genutzt werden, Einschätzungen zu längerfristigen Effekten, so z.B. hinsichtlich des sozialen und volkswirtschaftlichen Nutzens, zumindest auf eine stabilere Basis zu stellen.

2.2 Levels von Wirkungen

Politische Akteure haben naturgemäß makroökonomische Faktoren, wie Arbeitslosenquoten, Beschäftigungszahlen, Arbeitsmarktproduktivität oder die Position von benachteiligten Gruppen im Blick, während das Interesse der PraktikerInnen eher auf der Mikroebene anzusiedeln ist, bei der individuelle Lernerfolge, berufliche Entwicklung, berufliche Ziele, Arbeitszufriedenheit usw. im Mittelpunkt stehen (vgl. Hughes 2014; Herr 2001). Kirkpatrick (1994) und Hooley (2014) definieren folgende Levels von messbaren bzw. empirisch erfassbaren Veränderungen:

- **Reaktion**: Erfassen von Erfahrungen, die die KlientInnen mit der Beratung gemacht haben;
- **Lernerfahrung**: Analyse, inwiefern die KlientInnen in der Beratung Neues gelernt haben (z.B. Career Management Skills);
- **Einstellungen**: Erfassen emotionaler Veränderungen (z.B. wachsendes Selbstvertrauen, verringertes Angstgefühl);
- **Verhalten**: Analyse, ob sich das Verhalten der KlientInnen verändert hat (z.B. Kursteilnahme, aktive Jobsuche, Aufnahme einer Arbeit);
- **Ergebnis**: Beobachtbare Wirkungen für das System, Organisationen oder Individuen (z.B. steigende Bildungsbeteiligung, sinkende Arbeitslosenquote).

In vorliegenden Studien zur Messung von Beratungseffekten wird auf verschiedene sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Methoden zurückgegriffen, um den methodischen Problemen zu begegnen, die der Versuch der wissenschaftlichen Erfassung von Wirkung mit sich bringt (vgl. Perry / Dauwalder / Bonnett 2009). Die Schwierigkeit liegt darin, dass die Wirkung von Beratung vom Bildungshintergrund, der sozialen, persönlichen und beruflichen Geschichte der einzelnen Individuen abhängt (Input), die Zielsetzungen und Angebote der aufgesuchten Beratungseinrichtung und deren Qualität einen Einfluss auf Wirkungen haben (Prozess) und die langfristige Wirkung der Beratung schwer von der Wirkung anderer Art von Informationen und Anregungen, wie Rat von FreundInnen und Familie, dem Einfluss

von Medien, Zufall usw., isoliert beobachtet werden kann. Eine Studie, die sich mit den Effekten von Berufsberatung befasst hat, ist beispielsweise jene von Killeen / White (2000), die in einer quantitativen schriftlichen Befragung erwerbstätige BeratungsklientInnen mit einer Vergleichsgruppe von Erwerbstätigen, die keine Beratung aufsuchten, über zwei Jahre hinsichtlich Bildungsteilnahme, Qualifizierung, Arbeitszufriedenheit, Entlohnung und Karriere untersuchten. Eine andere wegweisende Studie führten Bimrose / Barnes / Hughes (2008) durch, die 45 BeratungsklientInnen über vier Jahre hinweg viermal interviewten. Diese und weitere Studien zeigen überwiegend positive Effekte der Berufsberatung (Career Guidance) auf (vgl. Robertson 2013; Hughes et al. 2002). Im deutschsprachigen Raum soll auf die Untersuchungen von Schanne / Weyh (2014) hingewiesen sein, die die Wirksamkeit der Bildungsberatung der »Dresdner Bildungsbahnen« in einer quantitativen Studie mit Kontrollgruppendesign evaluierten, sowie auch auf Albrecht / Geerdes / Sander (2012), die eine Vorstudie zur Kosten-Nutzen-Analyse von Bildungsberatung durchführten. Einen systematischen Überblick über verschiedene methodische Herangehensweisen für Wirkungsanalysen in der Bildungsberatung liefern Käpplinger et al. (2014).

Vor dem Hintergrund vielversprechender Forschungsergebnisse aus dem angloamerikanischem Raum einerseits und den noch recht dünn gestreuten empirischen Studien im deutschsprachigen Raum andererseits, trägt die vorliegende Studie dazu bei, mehr Erkenntnisse zu unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen von Berufsberatung zu gewinnen und längerfristige Effekte abzuschätzen. Zugleich wird mit dem konkreten Forschungsgegenstand, den BIZ-Beratungen in Österreich[8], ein relevanter Bestandteil bei der Umsetzung der Lifelong-Guidance-Strategie bzw. der IBOBB-Strategie Österreichs hinsichtlich Wirksamkeit und Reichweite untersucht.

Um die oben skizzierten Modelle stärker in den Kontext der Berufsberatung der BIZ einzubetten und Indikatoren für die unmittelbare, mittel- und längerfristige Zielerreichung zu entwickeln, wurden im Rahmen der Studie BIZ-KoordinatorInnen, BIZ-BeraterInnen sowie ExpertInnen[9] aus der Bildungs- und Berufsberatung hinzugezogen.[10] Aus den Ergebnissen der Konsultationen wurde eine Schema (siehe Übersicht 2) von Wirkungsdimensionen, Indikatoren (= Ziele) und des Wirkungszeitpunktes erstellt, welche als Grundlage für die Operationalisierung der Wirkung der BIZ-Beratung diente.

8 Vor dem Hintergrund, dass auch in Deutschland Berufsberatung für Jugendliche und junge Erwachsene und in der Schweiz Berufs- und Laufbahnberatung in den BIZ angeboten wird, ist anzunehmen, dass die Fragestellung bzw. der Forschungsgegenstand sowie die Ergebnisse auch für andere Länder von Relevanz sind.

9 Dr. Peter Härtel (Steirische Volkswirtschaftliche Gesellschaft), Dr. Peter Schlögl (ÖIBF), Walter Hotter (Bildungsberatung AK Tirol), Rolf Kuhn (Arbeits- und Organisationspsychologe), Margit Voglhofer (selbständige Bildungs- und Berufsberaterin).

10 Es wurde ein gemeinsamer Workshop mit BIZ-KoordinatorInnen und Forschungsbeauftragten aus Tirol und Burgenland zu Zielen und Indikatoren abgehalten, je ein Workshop mit BIZ-BeraterInnen in Tirol und im Burgendland zu Qualität und Herausforderungen der Beratung sowie Leitfadeninterviews mit ExpertInnen zum gleichen Thema.

Übersicht 2: Schema zu Dimensionen, Zielen/Indikatoren[11] und Wirkungszeitpunkt der BIZ-Beratung

Dimension	Indikatoren und Ziele der BIZ-Beratung	Wirkungszeitpunkt
Wissen	• Wissen/Informationsstand ist gewachsen (z.B. Berufs-/Ausbildungsangebot und diesbezügliche Anforderungen/Inhalte) • Abgleich von Wünschen und Realität • Weg(e) zum Ziel kennen • Standortbestimmung • Alternativen erfahren	unmittelbar
Skills/ Fähigkeiten	• Fähigkeit zur Selbsthilfe (z.B. Anwendung des Wissens über Informationssysteme, Informationsquellen) • Entscheidungsvorbereitung/Anwenden von Methoden zur Entscheidungsfindung	unmittelbar/ mittelfristig
Einstellungen	• Positive Einstellung zur Arbeit/Ausbildung/eigenen Zukunft • Stärkung der Bildungsbereitschaft • Gewinnen einer neuen Perspektive • Erweiterung der eigenen Perspektive • Positives Selbstbild • (Erhöhte) Selbstwirksamkeitsüberzeugung	unmittelbar/ **v.a. mittelfristig**
Emotionen	• Motivation (z.B. durch Anreize/Aufzeigen von Motivatoren, aufbauende Gefühle durch Unterstützung oder Bestärkung, Hoffnung) • Wahrnehmung des BIZ/AMS als kompetente (glaubwürdige/zuverlässige) Quelle/Instanz von Bildungs- und Berufsberatung	**v.a. unmittelbar**/ mittelfristig
Kognition	• Überlegen von Zukunftsplänen • Klarheit gewinnen (z.B. zu beruflichen Interessen) • Abbau von Zweifel/Gewinn von Klarheit bei Entscheidungen (z.B. zu Aus-/Weiterbildung, Berufsziel) • Selbstbewusstsein	unmittelbar
Handlungen	• Eigenaktivität, Initiative ergreifen • Sich aktiv mit der eigenen Berufsorientierung befassen • Entwickeln und/oder Umsetzen von neuen Wegen/Möglichkeiten/Ideen • Ausbildungs-/Arbeitsbeginn	mittelfristig
Beratungsergebnis	• »Konkretes« mitgenommen: z.B. ein realistischer Umsetzungsplan, Verweis auf andere Stellen, Geldgeber, »Plan B«	unmittelbar/ **v.a. mittelfristig**
Arbeitsmarkt	• Erfolgreicher Aus-/Weiterbildungsabschluss • Arbeitsaufnahme (nach Ausbildung) • Nachhaltige Integration in den Arbeitsmarkt/nachhaltige Erwerbstätigkeit	langfristig

11 Die Zuordnung der Indikatoren zu den Dimensionen der Wirkung ist nicht immer eindeutig. Einstellungen entstehen beispielsweise – verallgemeinert – aus wiederholten Gedankengängen, begleitet von Emotion. Einen Überblick über Konzepte und Theorien von Einstellung und Motivation gibt der AMS Report 100 (vgl. Egger-Subotitsch / Poschalko / Kerschbaumer 2014).

3 Methoden

Es galt, die Wirkungen der BIZ-Beratung zu erheben bzw. zu messen, und zwar inwiefern diese Wirkungen bei den Personen, die eine Beratung durchlaufen haben, auftreten. Die aufgezeigten theoretischen Ansätze implizieren unterschiedliche Möglichkeiten von methodischen Herangehensweisen zur Erfassung der Beratungswirkung. Für die vorliegende Studie wurde ein Untersuchungsdesign herangezogen, das qualitative und quantitativen Methoden in einem Methodenmix kombiniert. Dabei spielte neben der möglichst präzisen Erfassung der Wirkungen auch die praktische Gangbarkeit sowie die Verfügbarkeit von Daten bei der Wahl der Methoden eine Rolle.[12]

Die unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen standen im Fokus der Studie. Um eine Längsschnittanalyse zu ermöglichen, wurde hierfür eine Befragung von KundInnen[13] im Paneldesign zu drei Zeitpunkten durchgeführt. So konnten subjektiv durch die KundInnen festgestellte Veränderungen sowie deren Einschätzung der Beratung erhoben und Veränderungen über die Zeit sichtbar gemacht werden. Diese qualitative Befragung wurde mit einer quantitativen schriftlichen Befragung von KundInnen ergänzt. Um längerfristige Effekte abschätzen zu können, wurden zudem Daten des Erwerbskarrierenmonitorings des AMS hinsichtlich Statusveränderungen in der Zeit nach der Beratung ausgewertet.

Mittels der Indikatoren und der ausgewählten Methoden wurden demnach:

a) die Erwartungen der KundInnen an die BIZ-Beratung,
b) die unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen der Beratung aus Sicht der BIZ-KundInnen und
c) die mittel- und langfristigen Wirkungen der BIZ-Beratung auf die individuellen Erwerbskarrieren erhoben.

12 Weitere Methoden der Wirkungsmessung von Beratung, die sich aus der Theorie ableiten lassen, sind beispielsweise a) Aufzeichnung von Beratungsgesprächen, um den Prozess zu analysieren, b) Kompetenzmessung vor und nach der Beratung, um die Veränderung von Career Management Skills zu erfassen, c) Studien mit Kontrollgruppendesign, und zwar in dem Versuch, Wirkungen zu isolieren, d) Kosten-Nutzen-Analysen oder e) Meta-Analysen und systematische Reviews (vgl. dazu Schneeweiß / Liebeswar / Egger-Subotitsch 2016).

13 Im folgenden Text werden BeratungsklientInnen entsprechend des Sprachgebrauchs von BIZ und AMS als KundInnen bezeichnet.

3.1 Panel-Befragung von BIZ-KundInnen in persönlichen und telefonischen Leitfadeninterviews

Insgesamt wurden im Frühjahr 2015 in vier BIZ-Beratungsstellen im Burgenland sowie in zwei BIZ-Beratungsstellen in Tirol 18 persönliche Interviews geführt. Unter den befragten Personen waren elf Frauen und sieben Männer im Alter zwischen 17 und 36 Jahren, wobei die Mehrheit zwischen 19 und 23 Jahren alt war. Der Ausbildungshintergrund der BIZ-KundInnen reichte von Pflicht- oder Lehrabschlüssen über Abschlüsse an Berufsbildenden Mittleren Schulen (BMS) bis hin zu Abschlüssen an Allgemeinbildenden bzw. Berufsbildenden Höheren Schulen (AHS, BHS) und Hochschulen. Die Stichprobe setzte sich zufällig zusammen und bestand aus jenen KundInnen, die am Tag der Untersuchung einen Beratungstermin hatten.

Die KundInnen wurden persönlich direkt vor der Beratung (T1), direkt nach der Beratung (T2) und ca. vier Monate später (T3) telefonisch im Rahmen von Leitfadeninterviews befragt. Bei T1 wurde danach gefragt:

- ob die Person mit einem bestimmten Anliegen in die Beratung kommt;
- was das Anliegen ist;
- was die Person von der Beratung erwartet.

Bei T2 wurde entsprechend der im Schema festgelegten Dimensionen und Indikatoren Folgendes abgefragt:

- wie es der Person nach der Beratung geht;
- ob das Anliegen geklärt wurde;
- ob eine bestimmte Fragestellung in der Beratung erarbeitet bzw. worüber gesprochen wurde;
- worüber etwas Neues erfahren wurde;
- was aus Sicht des Kunden bzw. der Kundin das Ergebnis der Beratung ist;
- ob sich aufgrund des Gespräches etwas verändern wird.

Den BIZ-BeraterInnen wurde zudem ein Datenblatt gegeben, das sie im Anschluss an jede Beratung zu den Anliegen und dem Beratungsergebnis der beratenen Person ausfüllten. Die Datenblätter wurden später mit den Aussagen der KundInnen verglichen.

Um die mittelfristige Wirkung der BIZ-Beratung beurteilen zu können, wurden alle Personen, die im persönlichen Interview ihr Einverständnis gegeben hatten (n = 16), zu T3 telefonisch zu ihrer beruflichen Situation befragt. Von diesen Personen konnten 81 Prozent erreicht (n = 13) und mit selbigen ein Gespräch geführt werden. Im Mittelpunkt standen die folgenden Fragen:

- ob sich seit dem Termin im BIZ etwas bei der beruflichen Situation verändert hat und wenn ja, was;
- wie hilfreich die BIZ-Beratung im Nachhinein eingeschätzt wird;
- ob die Person noch einmal BIZ-Beratung in Anspruch genommen hat oder dies geplant ist.

Alle Interviews wurden aufgezeichnet und transkribiert. Die Auswertung der Interviews

erfolgte in zwei Schritten. Zunächst wurden die Interviewtranskripte offen kodiert (vgl. Strauss / Glaser 1998) und im zweiten Schritt qualitativ-inhaltsanalytisch nach Mayring (2003) unter Verwendung von MAXQDA analysiert.

3.2 Befragung von BIZ-KundInnen mit standardisiertem Fragebogen

Im Zeitraum von März bis Juni 2015 wurde in allen BIZ in Tirol und im Burgenland ein Fragebogen an die KundInnen ausgegeben, und zwar mit dem Ziel, die Ergebnisse der qualitativen Wirkungsanalyse auf eine breitere Basis zu stellen. Insgesamt wurden auf diese Weise 151 KundInnen erreicht, die im Anschluss an ihren Beratungstermin den einseitigen Fragebogen ausfüllten.[14]

Der / Die jüngste Kunde bzw. Kundin im Rahmen der Befragung war 13 und der / die älteste 54 Jahre alt, wobei das durchschnittliche Alter bei rund 26 Jahren lag (sd = 11,2). Sämtliche Ergebnisse[15] in den weiteren Darstellungen sind vor dem Hintergrund zu bewerten, dass der Fragebogen freiwillig auszufüllen war und daher möglicherweise eine »Vorselektion« an KundInnen stattfand, d.h., dass KundInnen, die den Fragebogen ausfüllten, sich in bestimmten Merkmalen systematisch von KundInnen unterscheiden, die den Fragebogen nicht ausfüllten. Die erhobenen soziodemographischen Daten zeigen aber im Vergleich mit jenen aus den Erwerbsverlaufsdaten 2014 eine große Ähnlichkeit in den proportionalen Anteilen, sodass in dieser Hinsicht von einer relativ geringen Verzerrung durch Selektion ausgegangen werden kann.

Der Fragebogen[16] deckte in standardisierter Form im Wesentlichen die gleichen Fragestellungen wie die Leitfadeninterviews (T2) ab. Die Daten wurden deskriptiv analysiert. Mittels nicht-parametrischer Tests wurden Gruppenunterschiede hinsichtlich soziodemographischer Merkmale der BefragungsteilnehmerInnen, wie Bundesland, Geschlecht, Alter und Bildungsniveau, auf deren statistische Signifikanz überprüft, wobei ein Signifikanzniveau von $\alpha = 0{,}05$ herangezogen wurde.

3.3 Analyse der Daten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring

Zusätzlich wurden Monitoringdaten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring des AMS[17] und der quartalsmäßigen KundInnen-Zufriedenheitsbefragung der BIZ analysiert. Die Aus-

14 Tirol n = 94, Burgendland n = 57.

15 Tabelle siehe Anhang.

16 Siehe Anhang.

17 Die Daten des Erwerbskarrierenmonitoring basieren u.a. auf Meldungen des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger zu Beschäftigtendaten.

wertung der Monitoringdaten ermöglicht eine Analyse der Erwerbskarrieren der KundInnen vor und nach der Beratung. Zusätzlich bieten die Monitoringdaten einen guten Überblick über soziodemographische Merkmale der KundInnen wie Geschlecht, Alter und Bildungsniveau.

2014 wurden nach AMS-interner BIZ-Statistik 1.238 KundInnen in Tirol (520) und im Burgenland (718) persönlich beraten. Für 1.044 Personen konnten Daten für das Erwerbskarrieremonitoring erhoben werden. Für die restlichen Personen wurden keine Daten verzeichnet. Es dürfte sich um SchülerInnen ohne Erwerb und Meldung beim AMS handeln. Die Daten wurden in Statusvolumina zusammengefasst und deskriptiv analysiert.

4 Ergebnisse

Die Ergebnisse der Untersuchung geben Aufschluss über die Erwartungen, Anliegen und Emotionen der KundInnen vor der Beratung. Es werden die unmittelbaren Wirkungen der Beratung – dies sind vor allem Emotionen nach der Beratung, Einstellungen bzw. Einstellungsveränderungen oder der Zuwachs von Wissen – aufgezeigt. In mittelfristiger Perspektive werden Handlungen der KundInnen und die mögliche Verbesserung von Skills betrachtet. Schließlich werden langfristige Wirkungen durch Veränderungen des Erwerbsstatus der KundInnen analysiert.

4.1 Erwartungen und unmittelbare Wirkung – Ergebnisse aus persönlichen Interviews und schriftlicher Befragung

Aus der schriftlichen Befragung der BeratungskundInnen 2015 geht hervor, dass zwei Drittel der befragten BeratungskundInnen mit einem konkreten Anliegen, Problem oder einer Frage in die Beratung kommen. Ein weiteres Viertel der Befragten gibt an, zumindest teilweise die Beratung mit einem konkreten Anliegen, Problem oder einer Frage aufgesucht zu haben. Haben sie kein konkretes Anliegen (acht Prozent), so wird dieses im Zuge des Beratungsgespräches erarbeitet (in sieben von acht Fällen).

Was sich die KundInnen von der Beratung erwarten, wurde in den persönlichen Interviews vor dem Beratungsgespräch thematisiert: Während einige Personen mit einer auf ein Anliegen bezogenen Erwartung kamen, gab es auch häufig Personen, die mehrere, miteinander verbundene Erwartungen hatten, z.B. Information und Beratung zu Ausbildungsmöglichkeiten und finanzieller Unterstützung oder Berufsorientierung und Abklärung von Ausbildungsvoraussetzungen.

Sowohl Personen, die bereits relativ ausgereifte Ideen hatten, als auch solche mit eher vagen Vorstellungen kamen explizit mit der Erwartung, dass ihnen die Informationen und / oder die Beratung eine Entscheidungshilfe bieten. Daneben waren häufige Erwartungen der KundInnen, Information und Beratung in Bezug auf ihre beruflichen Möglichkeiten bzw. Beratung hinsichtlich Möglichkeiten, Voraussetzungen und Anforderungen von Ausbildungen, Informationen zur Arbeitsmarktlage und Arbeitsmarktorientierung sowie das Klären von Finanzierungsmöglichkeiten für Aus- und Weiterbildungen.

In den Interviews wurden auch die Emotionen der KundInnen unmittelbar vor (T1) und nach der Beratung (T2) thematisiert. Die meisten KundInnen gingen mit einer erwartungs-

vollen, zuversichtlichen bis optimistischen Haltung in das Gespräch. Ein weiterer Teil war unsicher, manchmal besorgt. Nur sehr wenige Personen zeigten sich gleichgültig oder pessimistisch. Nach der Beratung äußerte ein großer Teil der Personen Zufriedenheit, Erleichterung und / oder Zuversicht, in manchen Fällen gar Überschwang. Viele Personen fühlten sich insgesamt bestärkt. Ein kleiner Teil der InterviewpartnerInnen empfand Ernüchterung oder gar Desillusionierung. Dies ging einher mit einem Gefühl der Frustration, Unsicherheit und / oder Unzufriedenheit.

Sowohl in der qualitativen als auch in der quantitativen Befragung kamen die allermeisten KundInnen mit konkreten oder teilweise konkreten Anliegen oder Fragestellungen in die Beratung. Es zeigte sich, dass jene Personen, die aus eigenem Antrieb und mit bestimmten Erwartungen bezüglich ihrer Anliegen kamen, in der Regel auch entsprechende Informationen und Beratung erhielten. So konnten die BIZ-KundInnen zu einem Großteil ihre Anliegen bearbeiten oder gänzlich klären (90 Prozent der schriftlich Befragten), und es lag am Ende ein Beratungsergebnis vor, das von den KundInnen in großer Mehrheit als zufriedenstellend und passend beurteilt wurde (82 Prozent der schriftlich Befragten).

Im Rückblick auf die vorab geäußerten Erwartungen sagten die allermeisten der interviewten Personen im Anschluss an das Beratungsgespräch, nützliche Informationen erhalten zu haben. Auf Basis der erhaltenen Beratung ergab sich für die meisten Klarheit über ihren nächsten Schritt hinsichtlich ihrer beruflichen Pläne, wobei viele auch betonten, erst einmal die neuen Informationen verarbeiten zu müssen. Einige Personen gaben an, ihre bisherigen Pläne überdenken zu wollen.

Das Ergebnis der Interviews wird weitgehend durch die Aussagen der KundInnen, die den Fragebogen beantworteten (n = 151), bestätigt. Sie nannten besonders häufig[18] das Erarbeiten eines Planes bezüglich nächster Schritte (38 Prozent), das Generieren von beruflichen Ideen (21 Prozent) sowie neues Wissen zu Beruf und Ausbildung (19 Prozent) als Beispiele für das Beratungsergebnis. Zusätzlich wurde gefragt, worüber die KundInnen in der Beratung Neues erfahren haben. Häufig genannt[19] wurden dabei Ausbildungen (60 Prozent), Karrierewege (50 Prozent), andere Informations- und Unterstützungsangebote (50 Prozent) sowie berufliche Optionen (44 Prozent).

80 Prozent der schriftlich Befragten gaben an, nach der Beratung anders über berufliche Angelegenheiten, Arbeit oder Ausbildung zu denken, und über 90 Prozent sagten, dass zumindest teilweise konkrete nächste Schritte bezüglich des (beruflichen) Anliegens vorliegen. Auch für den Großteil der interviewten KundInnen wurden durch die Beratung das berufliche Ziel konkretisiert und / oder eine Entscheidung ermöglicht oder die eigenen Berufsvorstellungen waren konkreter als zuvor. Fast alle interviewten Personen waren nach der Beratung »einen Schritt weiter« in ihrem Anliegen und fühlten sich bestärkt und / oder zufrieden und / oder erleichtert.

18 Mehrfachantworten waren möglich.

19 Mehrfachantworten waren möglich.

4.2 Mittelfristige Wirkung: Ergebnisse aus telefonischer Nachbefragung

Die meisten der interviewten Personen zu T3 hatten entweder ihren Plan verfolgt bzw. nächste Schritte unternommen, wobei sich bei fast allen eine Veränderung bezüglich Beruf oder Ausbildungsweg ergeben hatte.[20] Dies gilt auch für Personen, die die Beratung nicht als hilfreich beurteilten und / oder wo das Anliegen nicht in der Beratung vorangetrieben werden konnte.

In der Zeit seit der Beratung hatte ein Teil der Personen häufig das umgesetzt, was in der Beratung besprochen wurde, bzw. das, was von den KundInnen unmittelbar nach der Beratung als Ergebnis und nächster Schritt bezeichnet wurde. Nicht alle, aber ein größerer Teil hatte relativ klare Berufsvorstellungen und entsprechende Ziele. Zumindest mittelfristig war den meisten Personen klar, was sie machen möchten, weshalb sie in der Zwischenzeit dahingehend gehandelt hatten.

Entsprechend der unterschiedlichen Anliegen der KundInnen war eine der häufigsten Veränderungen, die eintrat, das erfolgreiche Bewerben an einer berufsbildenden Schule oder auf einen Ausbildungsplatz. Des Weiteren hatten sich einige der KundInnen erfolgreich einen Job gesucht, wobei diese teilweise rein dem Broterwerb dienten und nicht unbedingt das langfristige Ziel der KundInnen darstellten. Einige KundInnen hatten in der Zwischenzeit Praktika absolviert, um zu testen, inwiefern der Berufsbereich für sie geeignet ist.

Bei einem weiteren, kleineren Teil der KundInnen veränderten sich die Pläne in der Zwischenzeit, die sie dann ebenfalls in die Tat umsetzten. Nur in seltenen Fällen änderte sich nichts an der Situation (keine Arbeit und keine Ausbildung). Dies heißt aber nicht, dass diese KundInnen nichts unternommen hätten, um ihre Situation zu ändern, sondern vielmehr, dass diese Versuche aus unterschiedlichen Gründen nicht erfolgreich waren und daher im Ergebnis keine Veränderung eintrat (z.B. erfolgloses Bewerben um Stellen, Nichtzustandekommen eines Kurses etc.).

KundInnen, die die BIZ-Beratung unmittelbar nach dem Besuch als sehr oder teilweise hilfreich einschätzten, beurteilten diese auch im Nachhinein so. Umgekehrt waren Personen, die die Beratung im Interview direkt nach der Beratung als nicht hilfreich beurteilten, auch einige Monate später der Überzeugung, dass ihnen diese nichts gebracht hat. Dabei wird die Beratung aus unterschiedlichen Gründen als nicht hilfreich bewertet: Ein Teil kam mit relativ konkreten Vorstellungen in die Beratung, erhielt dort allerdings keine ergänzenden Informationen oder neue Einsichten und fand sie deshalb nicht hilfreich (weil die betroffenen Personen ohnehin an ihren Plänen festgehalten hätten). Die Beurteilung als »nicht hilfreich« war in diesem Fall nicht negativ konnotiert. Andere jedoch fanden die Beratung nicht hilfreich, weil sie sich nicht unterstützt fühlten. Manchmal sahen Personen subjektiv keinerlei Nutzen in der Beratung, wobei im Interview teilweise indirekt deutlich wurde, dass sie durchaus relevante Erkenntnisse gewonnen hatten, die ihre Einstellungen und Handlungen auch beeinflussten.

20 Von 17 Personen, die ihr Einverständnis für eine Nachbefragung gegeben hatten, wurde 13 erreicht.

Soweit dies aus den Gesprächen hervorging, vermittelten Personen, die direkt nach der BIZ-Beratung Motivation oder Erleichterung zeigten, auch vier bis fünf Monate später in der Nachbefragung diese Emotionen, wenn sie nach der BIZ-Beratung gefragt wurden. Bei Personen, die grundlegend positiv gestimmt, aber von den neuen Informationen und Kenntnisse direkt nach der Beratung noch »aufgewühlt« waren, war dieses Gefühl in der Zwischenzeit einem Gefühl von Klarheit gewichen. Die Personen hatten die Informationen verarbeitet und sich für einen bestimmten Weg / Handlung / Plan entschieden. Personen, die sich direkt nach der BIZ-Beratung eher verhalten, skeptisch oder pessimistisch äußerten, vermittelten zumeist auch im Nachgespräch eine skeptische und verhaltene Sichtweise.

4.3 Langfristige Wirkung: Ergebnisse der Analyse der Erwerbsverläufe aus den AMS-Monitoringdaten

Für die Abschätzung von langfristigen Wirkungen auf überindividueller Ebene, also insbesondere Aufnahme von Arbeit, Antreten einer Lehrstelle oder Inanspruchnahme eines Bildungsangebotes, wurden die Hauptzielgruppen des AMS, also Lehrstellensuchende (LS), Arbeitsuchende (AL & AB) und KundInnen in Qualifizierung (EQ), gesondert betrachtet. Hierfür wurden die Erwerbskarrieren in der Zeit von je zwölf Monaten vor und nach der Beratung analysiert. Im Burgenland umfasste die Stichprobe 252 KundInnen, in Tirol 171 KundInnen.

Im Burgenland (Abbildung 1) ist auffallend, dass der Anteil des Status »Mitversichert« zwölf Monate vor der Beratung sehr hoch ist und im Zeitverlauf bis zur Beratung von 54 Prozent auf 46 Prozent nur leicht abnimmt. Analog sinkt auch der Anteil an »Beschäftigt«[21] bzw. steigt der Anteil an Status-Tagen beim Status »Arbeitslos«.[22] Im Vergleich zum Zeitraum nach der Beratung sind die Statusveränderungen jedoch relativ gering.

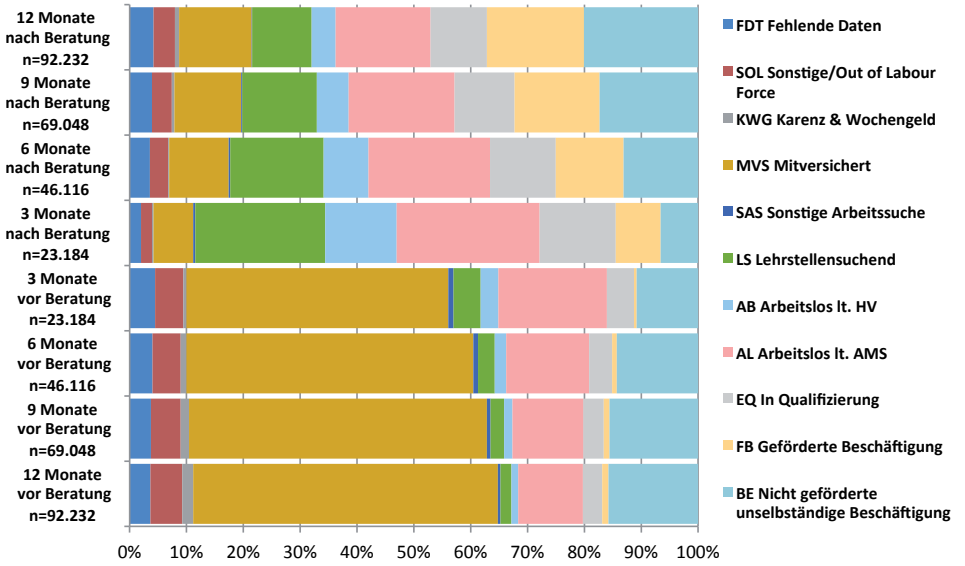
Nach dem Beratungszeitpunkt zeigt sich ein völlig anderes Bild: Einerseits unterscheidet sich die Verteilung der Status-Tage stark von jener vor der Beratung. Der Anteil des Status »Mitversichert« sinkt stark, die Anteile von »Lehrstellensuchend«, »In Qualifizierung«, »Arbeitslos« und »Beschäftigt« steigen dagegen stark an. Andererseits ist der Zeitraum nach der Beratung von größerer Volatilität gekennzeichnet und der relative Anteil der einzelnen Statuspositionen ändert sich – im Vergleich zu den zwölf Monaten vor der Beratung – stärker. Besonders deutlich ist dies bei den Stati »Beschäftigt«, »In Qualifizierung«, »Lehrstellensuchend« sowie »Mitversichert«. Dabei zeigt sich folgendes Muster: »Beschäftigt« (von 14 Prozent auf 37 Prozent) sowie »Mitversichert« (von sieben Prozent auf 13 Prozent) steigen deutlich an. »Lehrstellensuchend« und »In Qualifizierung« nehmen dagegen innerhalb eines Jahres deutlich ab.

Für Tirol (Abbildung 2) ergibt sich das folgende Bild: Im Zeitraum vor der Beratung ist im Vergleich zu den zwölf Monaten nach der Beratung der Anteil des Status »Mitversichert«

21 BE – »Nicht geförderte unselbständige Beschäftigung«; FB – »Geförderte Beschäftigung«.

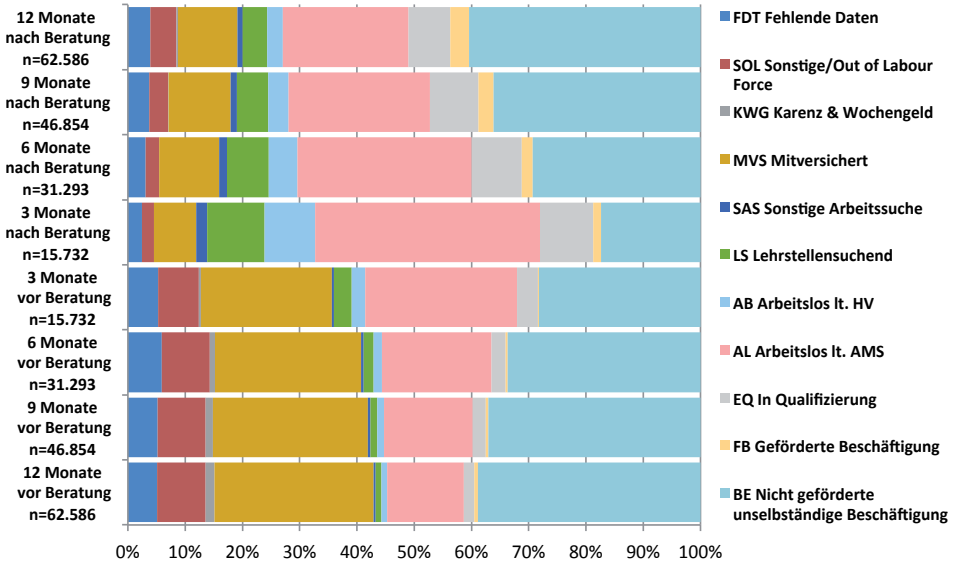
22 AL – »Arbeitslos« laut AMS; AB – »Arbeitslos« laut Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger.

Abbildung 1: Erwerbskarrieren der BIZ-Kundlnnen im Burgenland mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9 und 12 Monate vor bzw. nach der Beratung



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/2015. Relatives Statusvolumen von n-Tagen. Angaben nach Erwerbsstatus

Abbildung 2: Erwerbskarrieren der BIZ-Kundlnnen in Tirol mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9 und 12 Monate vor bzw. nach der Beratung



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/2015. Relatives Statusvolumen von n-Tagen. Angaben nach Erwerbsstatus

sehr hoch. Dieser schwankt vor der Beratung zwischen 28 Prozent und 23 Prozent. Nach der Beratung liegt der Anteil dieses Status nur mehr zwischen sieben und zehn Prozent. Umgekehrt verhält es sich beim Status »In Qualifizierung«. Dieser ist – mit absteigender Tendenz im Zeitverlauf – nach der Beratung deutlich höher als davor. Im Hinblick auf den Status »Beschäftigt« und den Status »Arbeitslos« zeigt sich vor der Beratung, dass die Anteile am Status »Beschäftigt« stetig sinken und die Anteile am Status »Arbeitslos« stetig steigen. In den ersten drei Monaten nach der Beratung setzt sich dieser Trend zunächst fort. Erst sechs Monate nach der Beratung steigt der Status »Beschäftigt« und sinkt der Status »Arbeitslos« wieder. Zwölf Monate nach der Beratung liegt der Anteil am Status »Beschäftigt« mit 43 Prozent leicht über dem Vergleichswert zwölf Monate vor der Beratung mit 40 Prozent.

5 Diskussion

In der Untersuchung der unmittelbaren, mittel- und langfristigen Wirkungen der BIZ-Beratung in Tirol und im Burgenland zeigten sich große Übereinstimmungen mit den definierten Zielen der BIZ-Beratungen in den unterschiedlichen Wirkungsdimensionen. Die Zuordnung der Dimensionen und Wirkungszeitpunkte konnte in weiten Teilen in der Realität bestätigt werden. Insbesondere die unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen konnten recht deutlich nachgewiesen werden, und es zeigten sich große Übereinstimmungen mit den definierten Zielen der BIZ-Beratungen auf den unterschiedlichen Ebenen. Es zeigte sich, dass BIZ-KundInnen zu einem Großteil ihre Anliegen bearbeiten bzw. klären konnten und ein aus ihrer Sicht zufriedenstellendes Beratungsergebnis vorlag. Die Beratung wurde häufig als hilfreich bezeichnet, was sich sowohl auf die Erwartungen bezieht als auch, in Retrospektive, auf die von der Beratung beeinflussten späteren Handlungen.

Die Ergebnisse der persönlichen Interviews zu T2 sowie der schriftlichen Befragung stimmten in den daraus gewonnenen Bildern weitgehend überein. Sie zeigten deutlich, dass Ziele der BIZ-Beratung hinsichtlich Dimensionen der unmittelbaren Wirkung wie Emotionen, Einstellungen oder Wissen wesentlich erreicht wurden, was sich u.a. in einem größeren Wissen über Berufe, Ausbildungen oder Finanzierungsmöglichkeiten, Annäherung an Entscheidungen, Wissen bzw. Klarheit über nächste Schritte oder einem Plan sowie einem Gefühl der Erleichterung, Motivation und Handlungsbereitschaft der Personen äußerte.

In der Nachbefragung zu T3 zeigte sich darüber hinaus, dass diese unmittelbaren Wirkungen der Beratung in die Dimensionen der mittelfristigen Wirkung wie Einstellungen, Handlungen und Skills übergegangen waren. Dies zeigte sich vor allem darin, dass die meisten der interviewten KundInnen entweder ihren Plan verfolgt bzw. nächste Schritte unternommen hatten und sich bei fast allen eine berufsbezogene Veränderung ergeben hatte. Dies gilt auch für Personen, die die Beratung nicht als hilfreich beurteilten und / oder wo das Anliegen nicht in der Beratung vorangetrieben werden konnte.

Betrachtet man die Ergebnisse der Nachbefragung und vergleicht sie mit den definierten mittel- und langfristigen Zielen der BIZ-Beratung (siehe Übersicht 2), so zeigt sich, dass diese in großen Teilen abgedeckt werden (variierend nach Art des Anliegens). So konnte z.B. in der Beratung die Eigeninitiative, das Entwickeln und / oder Umsetzen von neuen Wegen / Möglichkeiten / Ideen, das Überlegen von Zukunftsplänen, das Gewinnen einer neuen Perspektive und die Motivation gestärkt oder initiiert werden.

Die Ergebnisse der Analyse des Erwerbskarrierenmonitorings weisen darauf hin, dass sich negative Trends (steigende Arbeitslosigkeit) während der Monate vor der Beratung ab sechs Monaten nach dem Zeitpunkt der Beratung umkehren und die Arbeitslosigkeit wieder abnimmt. Zudem nimmt im selben Zeitraum der Anteil derer, die auf Lehrstellensuche sind, wie auch jener, die in Qualifizierung sind, zu. In Verbindung mit den Ergebnissen der Fragebogenerhebung und des qualitativen Panels legen die Ergebnisse der Analyse des Erwerbskarrierenmonitorings die Vermutung nahe, dass die BIZ-Beratung auch langfristige Wirkung entfalten kann und so zu konkreten Handlungen, wie z.B. der Aufnahme einer Qualifizierung, den Wechsel des Arbeitsplatzes, die Suche nach einem Arbeitsplatz oder einer Lehrstelle sowie letztlich zu einer Beschäftigungsaufnahme, beitragen kann.

Die Befunde aus den Untersuchungen zu unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen zeigen also zum einen, dass die Berufsberatung der BIZ klar eine Wirkung hat und Ziele wie Information zu Ausbildungen, Berufen und Wegen zu Berufen, Veränderung von Einstellungen zu Beruf und Arbeitswelt, Erleichterung der Entscheidungsfindung, Hilfe zur Selbsthilfe, die KundInnen »einen Schritt weiter« bringen, Motivierung und Unterstützung usw. erreicht werden. Nicht nur werden großteils Erwartungen der KundInnen erfüllt und Anliegen geklärt, die Effekte der Beratung für mittelfristige berufliche Entscheidungen und Wege der Beratenen sind deutlich anhand der späteren Handlungen verbunden mit veränderten Einstellungen und Denkprozessen der KundInnen belegbar. Das Ergebnis einer mehrheitlichen Zielerreichung und der Nachweis von Effekten der BIZ-Beratung sprechen zudem für die Beratungspraxis und Beratungskompetenz der BIZ, und zwar auch im Sinne von Qualität.

Einschränkend muss angemerkt werden, dass ein kleiner Teil der Beratenen nicht im gleichen Maße von der Beratung profitieren konnte wie andere, es gab also Personen, bei denen sich nicht dieselben Effekte zeigten.[23] Dabei spielte die individuelle Ausgangssituation offenbar eine wesentliche Rolle: In Fällen mit höherem »Schwierigkeitsgrad« bzw. im Sinne des Zusammenkommens mehrerer Faktoren wie …

- … fehlende Bildungsabschlüsse und höheres Alter;
- Wunsch nach Berufswechsel;
- sehr unklare berufliche Vorstellungen;
- schwierige Realisierbarkeit von konkreten Berufswünschen aufgrund von Anforderungen, Verfügbarkeit oder auch Mangel an finanzieller Unterstützung …

bewerteten die Personen die Beratung als nicht hilfreich und fühlten sich nicht motiviert.[24] Das heißt, umgekehrt war die Ausgangssituation für die Beratung bei den anderen Personen oft einfacher (klarere Ausbildungs- oder Berufsvorstellungen) oder zumindest keine multip-

23 Aus den Ergebnissen der qualitativen Befragung wird dies ersichtlich.

24 Unabhängig davon ist positiv anzumerken, dass auch bei dieser Gruppe berufsbezogene Veränderungen in der Zeit nach der Beratung eintraten.

len Problemlagen vorhanden (keine Förderschwierigkeiten, junges Alter, kein Berufswechsel, Offenheit für Vorschläge etc.).

Betrachtet man die Merkmale dieser KundInnen sowie die Konzeption in Art und Umfang der BIZ-Beratung, kann daraus geschlossen werden, dass diese für besagte KundInnen nicht in einer Weise beschaffen ist, dass sie mit denselben Effekten rechnen kann. Konkret bedeutet dies, dass für solche Personen vermutlich mehr als eine oder zwei Beratungseinheiten notwendig wären, um die gewünschten Wirkungen der Beratung erreichen zu können.

Ein weiterer Schluss ist, dass einige – wenn auch wenige – der Ziele der BIZ-Beratung und in der Folge damit verbundene Wirkungen insgesamt seltener erreicht werden als andere. Das sind:

- Erarbeitung eines »Plan B«;
- Stärkung der Bildungsbereitschaft;
- Erweiterung der eigenen Perspektive;
- Motivierung, z.B. durch Aufzeigen von Motivatoren, Unterstützung / Bestärkung, wenn initial keine Motivierung bei der beratenen Person vorhanden ist.

Diese Aspekte sind stark von der Initiative der BeraterInnen abhängig und in einigen Fällen möglicherweise mit Skepsis seitens der KundInnen verbunden. Dennoch sind dies, je nach Fall, wichtige Ziele, die nicht aus dem Blick geraten sollten. Aus der qualitativen Befragung geht hervor, dass es mehrere KundInnen gab, für die eine oder mehrere dieser beraterischen Handlung(en) relevant gewesen wäre.

5.1 Limitationen und künftige Forschung

Methodisch sollen an dieser Stelle einige Anmerkungen gemacht werden. Obwohl die soziodemographische Struktur der Teilnehmenden der freiwilligen schriftlichen Befragung denen der Gesamtheit der BIZ-KundInnen recht nahekommt und der Vergleich mit den Ergebnissen aus der qualitativen Befragung stimmig ist, lässt sich nicht ausschließen, dass ein Bias hinsichtlich anderer Merkmale in der Gruppe vorliegt. Des Weiteren ist die Interpretation von Daten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring nur beschränkt für die Einschätzung der längerfristigen Effekte der Berufsberatung geeignet. Ein Kontrollgruppendesign zur statistischen Absicherung war im Rahmen dieser Studie nicht möglich, da entsprechende Anforderungen nicht hätten erfüllt werden können. Parallel besteht weiter das Problem, den spezifischen langfristigen Einfluss von Beratung von anderen Einflussfaktoren zu isolieren.

Die Befunde aus der qualitativen Erhebung dieser Studie werden als sehr fruchtbar betrachtet, insbesondere das Panel-Design erwies sich als sehr gut geeignet, um die individuelle Wirkung der BIZ-Beratung im Einzelfall nachzuzeichnen und fallübergreifend Muster identifizieren zu können. Hier sollte beachtet werden, dass die Ergebnisse nicht quantifizierbar und damit nicht generalisierbar sind. Ein größeres Sample könnte hier in künftigen Studien

Abhilfe schaffen. Hinsichtlich des Beratungsprozesses selbst, der in der vorliegenden Studie nur indirekt betrachtet werde konnte, könnten Auswertungen von Gesprächsmitschnitten weitere wichtige Erkenntnisse für die Erforschung der Wirkungen von Berufsberatung bringen.

5.2 Fazit

Die Untersuchung der Wirkungen und Zielerreichung der Berufsberatung in den BerufsInfo-Zentren (BIZ) des AMS Tirol und des AMS Burgenland zeigte, dass unmittelbare und mittelfristige Wirkungen der Beratung im Sinne der angestrebten Ziele der BIZ-Beratung mehrheitlich vorzufinden sind und berufsbezogene Entscheidungen und Handlungen der KundInnen klar von der Beratung mitbeeinflusst werden. Einzelne Schwächen der BIZ-Beratung, die ein positives Outcome für die Beratenen reduzieren, wurden aufgezeigt. Langfristige Effekte ließen sich im Rahmen dieser Studie nur sehr vorsichtig, aber tendenziell positiv einschätzen.

Mit der Studie sollten ein Beitrag zur empirischen Wirkungsforschung im deutschsprachigen Raum geleistet als auch die Wirkung und Zielerreichung der BIZ-Beratung untersucht werden. Die vorliegenden Erkenntnisse der Studie können als bedeutsam für die Einschätzung der Relevanz und Wirksamkeit der BIZ-Beratung gewertet werden. Wenngleich die Erhebungen auf die Bundesländer Tirol und Burgenland beschränkt waren, darf – bei bundesweit annähernd gleichen Standards und Anforderungen für alle BIZ – die Annahme getroffen werden, dass die Resultate ansatzweise für BIZ-Beratungen in ganz Österreich Gültigkeit besitzen. Gewissheit darüber bzw. ergänzende Einsichten, und zwar insbesondere hinsichtlich der längerfristigen Wirkung der Beratung, müssen in weiteren Studien erbracht werden. In Bezug auf die Realisierung der Lifelong-Guidance-Strategie Österreichs sind die aufgezeigten Effekte der BIZ-Beratung, die Jugendliche und Erwachsene mit und ohne Arbeit anspricht, ein wichtiger Beleg für den positiven Beitrag, den diese Beratung dazu leistet.

6 Literaturverzeichnis

Albrecht, Martin / Geerdes, Sara-Izabella / Sander, Monika (2012): Kosten-Nutzen-Modellierung Bildungsberatung: Vorstudie zur Kosten-Nutzen-Analyse von Bildungsberatung. IGES Institut (Hg). Berlin.

Bimrose, Jenny / Barnes, Sally-Anne / Hughes, Deirdre (2008): Adult Career Progression and Advancement: A Five Year Study of the Effectiveness of Guidance, Institute for Employment Research, University of Warwick.

Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur – BMUKK (Hg.) (2009): Bericht der regionalen, bundesländerübergreifenden Informations- und Diskussionsveranstaltung 2009. Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf – IBOBB. Erhebung, Visualisierung und Vernetzung lokaler, regionaler und bundesweiter bestehender Kooperations- und Koordinationsmechanismen. »Kommunikation, Kooperation, Koordination«.

Egger-Subotitsch, Andrea / Poschalko, Andrea / Kerschbaumer, Sandra (2014): AMS report 100: Die Relevanz von Einstellungsveränderungen im Zuge von Arbeitslosigkeit und Rehabilitation vor dem Hintergrund der Reintegration in den Arbeitsmarkt. Wien. Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«.

Glaser, Barney G. / Strauss, Anselm L. (1998): Grounded Theory. Strategien qualitativer Sozialforschung. Verlag Huber. Bern.

Herr, Edwin L. (2001): The Cost / Benefits of Career Development Interventions: A Practitioner's Perspective. Canadian Symposium of Career Development. Lifelong Learning and Workforce Development. o.O.

Hughes, Deirdre / Bosley, Sara / Bowes, Lindsey / Bysshe, Simon (2002): The Economic Benefits of Guidance. Centre for Guidance Studies. Report. CeGS Center for Guidance Studies, University of Derby.

Hughes, Deirdre / Gration, Geoff (2009): Literature Review of Research on the Impact of Careers and Guidance-Related Interventions. CfBT.

Hughes, Deirdre (2014): Why evaluate guidance? Internet: http://iccdpp.org/wp-content/uploads/2014/02/Deirdre-Hughes-Why-evaluate-guidance-060106dmh1.pdf [29.4.2016].

Käpplinger, Bernd (2010): Nutzen von Bildungsberatung – Konzeptionelle Eckpunkte vor dem Hintergrund britischer Forschungsergebnisse. In: Die Zeitschrift für Erwachsenenbildung, 2/2010. Internet: www.diezeitschrift.de/22010/kaepplinger1001.pdf

Käpplinger, Bernd / Lichte, Nina / Rämer, Sabine (2014): »Ich sehe doch am Gesicht des Klienten, was wirkt und was nicht!« Eine Systematisierung von Wirkungsanalysen und Bildungsberatung. In: Melter, Ingeborg / Kanelutti-Chilas, Erika / Stifter, Wolfgang (Hg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III. Wirkung – Nutzen – Sinn. W. Bertelsmann Verlag. Bielefeld.

Killeen, John / White, Michael (2000): The Impact of Careers Guidance on Adult Employed People. Department for Education and Employment. Research Report 226.

Kirkpatrick, Donald L. (1994): Evaluating Training Programs: The four levels. Berrett-Koehler. San Francisco.

Krötzel, Gerhard (2011): Bildungs- und Berufsberatung – Wirksamkeit evident machen. In: Hammerer, Marika / Kanelutti, Erika / Melter, Ingeborg (Hg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung. Neue Entwicklungen aus Wissenschaft und Praxis. W. Bertelsmann Verlag. Bielefeld.

Maguire, Malcom / Killeen, John (2003): Outcomes from Career Information and Guidance Services. National Institute for Careers Education and Counselling (NICEC). OECD. Paris.

Mayring, Philipp (2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Verlag Beltz. Weinheim.

Perry, Justin C. / Dauwalder, Jean Pierre / Bonnett, Heather R. (2009): Verifying the Efficacy of Vocational Guidance Programs: Procedures, Problems, and Potential Directions. In: The Career Development Quarterly, 57, 4. Seite 348–357.

Robertson, Peter J. (2013): The well-being outcomes of career guidance, in: British Journal of Guidance & Counselling, 41: 3, Seite 254–266.

Schanne, Norbert / Weyh, Antje (2014): Wirksamkeitsbetrachtung der Bildungsberatung der »Dresdner Bildungsbahnen«. Eine quantitative Studie. IAB Projektbericht Nr. 1553. Nürnberg.

Schneeweiß, Sandra / Liebeswar, Claudia / Egger-Subotitsch, Andrea (2016): Praxishandbuch: Die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung professionell messen – Methoden und Indikatoren zur Messung, Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation / abif – Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung (Hg.) Wien.

Schober, Karen (2013): »Quality is a Journey, not a Destination«. Internationale Ansätze in Praxis, Politik und Wissenschaft zur Stärkung der Qualität und Professionalität in der Bildungs- und Berufsberatung. In: Hammerer, Marika / Kanelutti-Chilas, Erika / Melter, Ingeborg (Hg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung. W. Bertelsmann Verlag. Bielefeld. Seite 17–45.

Vuorinen, Raimo / Watts, Anthony G. (2010): Lifelong Guidance Policies: Work in Progress. A Report on the Work of the European Lifelong Guidance Policy Network 2008–2010. European Lifelong Guidance Policy Network.

Watts, Anthony. G. / Sultana, Ronald G. (2004): Career Guidance Policies in 37 Countries: Contrasts and Common Themes. In: International Journal for Educational and Vocational Guidance, Issue 2–3. Seite 105–122.

Anhang I

Detailbetrachtung Befragungsergebnisse

Tabelle 1: BefragungsteilnehmerInnen der quantitativen Erhebung (2015)

Merkmal	Ausprägung	Anzahl	Prozent in Kategorie
Geschlecht	Männer	71	47%
	Frauen	79	53%
Alter	Jugendliche*	92	61%
	Erwachsene	59	39%
Höchster Bildungsabschluss	Pflichtschule	57	38%
	Lehrabschluss	33	22%
	Mittlere Schule	26	17%
	Höhere Schule	23	15%
	Universität/FH/Akademie	10	7%

Quelle: AMS/abif: Schriftliche Befragung BIZ-KundInnen 2015; Geschlecht n=150; Alter n=151; höchster Bildungsabschluss n=149;
* als »Jugendliche« werden KundInnen zwischen 13 und 24 Jahren definiert

Tabelle 2: Unterschiede in den Rückmeldungen auf die Frage, zu welchen Themen die BeratungskundInnen Neues in der Beratung erfahren haben, im Vergleich von Alters- und Bildungsgruppen und Bundesländern

Thema	Bundesland	Prozent der Fälle
Über Wege zu einem Beruf/Karrierewege[1]	Burgenland	64,9%
	Tirol	40,9%
Wo man weitere Informationen/Hilfe bekommen kann[2]	Burgenland	70,2%
	Tirol	37,6%
Ich habe mich selber besser kennengelernt[3]	Burgenland	24,6%
	Tirol	11,8%
Thema	**Altersgruppe**	**Prozent der Fälle**
Über Berufe (Verdienst, Anforderungen)[4]	Jugendliche	46,7%
	Erwachsene	29,3%
Über Wege zu einem Beruf/Karrierewege[5]	Jugendliche	64,1%
	Erwachsene	27,6%
Thema	**Bildungsabschluss**	**Prozent der Fälle**
Über finanzielle Förderungen[6]	Pflichtschule	12,3%
	Lehrabschluss	33,3%
	Mittlere Schule	38,5%
	Höhere Schule	34,8%
	Universität/FH/Akademie	20,0%
Ich habe neue Perspektiven entdeckt[7]	Pflichtschule	21,1%
	Lehrabschluss	9,1%
	Mittlere Schule	46,2%
	Höhere Schule	26,1%
	Universität/FH/Akademie	0,0%

Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Mehrfachantworten möglich;
1) n=75, U-Test nach Mann und Whitney, p=.004, r=-0.329; 2) n=75, U-Test nach Mann und Whitney, p=.000, r=-0.445;
3) n=25, U-Test nach Mann und Whitney, p=.043, r=-0,405; 4) n=60, U-Test nach Mann und Whitney, p=.034, r=-0.273;
5) n=75, U-Test nach Mann und Whitney, p=.000, r=-0.502; 6) n=38, H-Test nach Kruskal und Wallis, p=.045, r=-0.299;
7) n=33, H-Test nach Kruskal und Wallis, p=.005, r=-0.432.

Tabelle 3: Angaben, zu welchen Themen die BeratungskundInnen Neues in der Beratung erfahren haben

Neues erfahren …	Antworten	Prozent der Antworten	Prozent der Fälle
Über Berufe (Verdienst, Anforderungen)	60	10,5%	40,3%
Über Wege zu einem Beruf/Karrierewege	75	13,1%	50,3%
Über Ausbildungen	89	15,6%	59,7%
Über finanzielle Förderungen	39	6,8%	26,2%
Über berufliche Alternativen	65	11,4%	43,6%
Wo man weitere Informationen/Hilfe bekommen kann	75	13,1%	50,3%
Wie man sich Ziele setzt	12	2,1%	8,1%
Wie man berufliche Ziele verfolgt	18	3,2%	12,1%
Wie man sich selbst motivieren kann	16	2,8%	10,7%
Ich habe neue Perspektiven entdeckt	33	5,8%	22,1%
Ich habe Entscheidungshilfe bekommen	56	9,8%	37,6%
Ich habe mich selbst besser kennengelernt (eigene Interessen, Fähigkeiten, Wünsche u.Ä.)	25	4,4%	16,8%

Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Mehrfachantworten möglich; Anzahl der Personen, die mindestens eine Antwort gewählt haben = 149, Gesamtanzahl der Nennungen = 571

Fragebogen

Unsere Beratung soll Ihr Erfolg werden!
Bitte geben Sie uns **anonym** Rückmeldung:

1 Sind Sie mit einem konkreten Anliegen, Problem oder Frage in die Beratung gegangen?

☐ ja ☐ teilweise

Wurde Ihr Anliegen, Problem oder Frage in der Beratung geklärt?
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

☐ nein

Wurden Ihnen in der Beratung Ihre Anliegen oder Ziele klar(er)?
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

2 Würden Sie sagen, es gibt ein Beratungsergebnis?

☐ ja ☐ teilweise

Passt das Ergebnis für Sie?
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

Was ist das für ein Ergebnis? Bitte hinschreiben (z.B. berufliche Idee, ein Plan, eine Entscheidung, Motivation, Anstoß für etwas....)

☐ nein

Passt das für Sie, dass es kein Ergebnis gab?
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

3 Bitte kreuzen Sie an, worüber Sie in der Beratung etwas NEUES erfahren haben (mehrere Antworten sind möglich):

- ☐ Über Berufe (Verdienst, Anforderungen)
- ☐ Über Wege zu einem Beruf / Karrierewege
- ☐ Über Ausbildungen
- ☐ Über finanzielle Förderungen
- ☐ Über berufliche Alternativen
- ☐ Wo man weitere Informationen/Hilfe bekommen kann
- ☐ Anderes Neues (bitte aufschreiben):
- ☐ Wie man sich Ziele setzt
- ☐ Wie man berufliche Ziele verfolgt
- ☐ Wie man sich selbst motivieren kann
- ☐ Ich habe neue Perspektiven entdeckt.
- ☐ Ich habe Entscheidungshilfe bekommen.
- ☐ Ich habe mich selbst besser kennen gelernt (eigene Interessen, Fähigkeiten, Wünsche...)

4 Hat sich durch die Beratung etwas daran geändert, wie Sie über berufliche Angelegenheiten, Arbeit oder Ausbildung denken?

☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

5 Gibt es konkrete nächste Schritte bezüglich Ihrer (beruflichen) Anliegen?

☐ ja ☐ teilweise ☐ nein

6 Wie war die Beratung für Sie? (Bitte kreuzen Sie einen Kreis pro Zeile an. Je mehr Sie einem der beiden Wörter zustimmen, umso näher am Wort. Der mittlere Kreis bedeutet „weder noch/neutral".)

gut	○	○	○	○	○	schlecht
nützlich	○	○	○	○	○	nicht nützlich
wie erwartet	○	○	○	○	○	überraschend anders
leicht verständlich	○	○	○	○	○	unverständlich

7 Was ist Ihre HÖCHSTE abgeschlossene Schulbildung?

☐ Pflichtschule ☐ Lehrabschluss ☐ Mittlere Schule ☐ Höherer Schule (Matura) ☐ UNI/FH/Akademie

8 Wie alt sind Sie? (Bitte hinschreiben)

Alter: ☐☐ Jahre

9 Bitte kreuzen Sie an:

Sind Sie ... ☐ weiblich ☐ männlich

Bitte werfen Sie den ausgefüllten Fragebogen gefaltet in die Box

Herzlichen Dank für Ihre Rückmeldung!
Wir nehmen diese sehr ernst und arbeiten an einer stetigen Verbesserung unserer Beratungsleistung.

Anhang II

AMS FokusInfo 97 (Wien, April 2016)

Andrea Egger-Subotitsch

Wie wirkt Bildungs- und Berufsberatung, und wie können wir dies messen? Ein neues Praxishandbuch des AMS thematisiert Methoden und Indikatoren der Wirkungsmessung in der Bildungs- und Berufsberatung

AMS FokusInfo 105 (Wien, Juli 2016)

Andrea Egger-Subotitsch, Monira Kerler, Martin Stark

Wirkung und Qualität der Beratungsleistungen von BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS in Tirol und im Burgenland

Tipp: Alle Publikationen der Reihe AMS info können unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library« downgeloadet werden.

AMS Arbeitsmarktservice Österreich

FokusInfo 97

April 2016
www.ams-forschungsnetzwerk.at

Andrea Egger-Subotitsch

Wie wirkt Bildungs- und Berufsberatung, und wie können wir dies messen? Ein neues Praxishandbuch des AMS thematisiert Methoden und Indikatoren der Wirkungsmessung in der Bildungs- und Berufsberatung

In der Reihe der seit vielen Jahren bewährten Praxishandbücher zur Berufs- und Arbeitsmarktorientierung der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich wurde mit Februar 2016 erstmals ein Handbuch publiziert, das sich mit der Messung der Wirkungen von Beratungsleistungen befasst. Damit entspricht es, bezogen auf die Bildungs- und Berufsberatung, der Intention nachzufragen: »Was wirkt, was nicht?« bzw. »Wirkt das denn überhaupt?«. Andrea Egger-Subotitsch, stv. Geschäftsführerin des Forschungs- und Beratungsinstitutes abif, welches das neue Handbuch im Auftrag des AMS erstellt hat, erläutert in diesem FokusInfo grundsätzliche Überlegungen und Lösungen zu diesen Fragestellungen.



Mag.ª Andrea Egger-Subotisch ist stv. Geschäftsführerin des sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitutes abif in Wien. Ihre Arbeitschwerpunkte: Arbeitswelt, Berufsbildung, Arbeitspsychologie und Gesundheit, Programm- und Projektevaluationen.

Die zentrale Intention des neuen Praxishandbuches

Die Intention des vorliegenden Handbuches ist es, die Leserin und den Leser einzuladen, Wirkungsmessung in der eigenen Beratungseinrichtung bzw. in der eigenen Beratungsarbeit zu implementieren bzw. an der Wirkungsmessung mitzuarbeiten, um damit eine wissensbasierte Diskussion zur Bildungs- und Berufsberatung zu fördern. Eine gemeinsame Sprache für Personen aus den unterschiedlichen Arbeitsbereichen der Bildungs- und Berufsberatung und den wissenschaftlichen Disziplinen und Beratungsschulen ist dafür die zentrale Basis. Diese gemeinsame Sprache soll mit dem neuen Handbuch ermöglicht werden. Es gibt einen Überblick über Ansätze und Methoden der Wirkungsmessung, über den »Fachjargon« und über praktische Anwendungsbeispiele. Das Handbuch gibt also Antworten auf die Frage: »Wie kann man / frau die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung messen?«. Dabei steht die Vielfältigkeit der Antworten im Vordergrund und nicht der »Goldene (= einzige) Weg« der Wirkungsmessung. Wie diese Frage lässt sich auch das neue Handbuch vom inhaltlichen Aufbau her gesehen in zwei Teile teilen: »Was wird gemessen, bzw. was soll gemessen werden?« und »Wie wird gemessen?«. Letzteres nimmt den größten Raum im Handbuch ein, um PraktikerInnen viele Hinweise für die methodische Umsetzung von Vorhaben zur Wirkungsmessung zu geben.

»Was wird gemessen?« / »Was soll gemessen werden?«

Schon bei dieser Fragestellung gibt es in der Fachliteratur keine Einigkeit. Für das Messen der Wirkung ist es jedoch wichtig, sich genau zu überlegen, was gemessen werden soll, mit welchen Indikatoren diese Messung möglich ist sowie zu welchem Zeitpunkt die Wirkung gemessen werden kann. Im Groben wird in der Fachdiskussion auf der individuellen Ebene zwischen einer unmittelbaren, einer mittelfristigen und der langfristigen Wirkung unterschieden. Auf der gesellschaftlichen Ebene wird meist nur eine langfristige Wirkung gemessen.

Fortsetzung →

Weiterführende Links & Downloads

- ☞ **AMS/ABI-Praxishandbuch: Die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung professionell messen – Methoden und Indikatoren zur Messung**
- ☞ **AMS-Studie: Die Wirkung und Qualität von BIZ-Beratungen in den Bundesländern Burgenland und Tirol**
- ☞ **abif – Analyse, Beratung und unterdisziplinäre Forschung**
- ☞ **Online-Archiv der Reihe FokusInfo**

Weitere interessante Volltext-Publikationen zum Thema finden Sie unter Verwendung selbstgewählter Stichworte in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes: Bibliographische Suche – Volltextuche

www.ams-forschungsnetzwerk.at
… ist die Internet Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Medieninhaber und Herausgeber: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, A-1200 Wien, Treustraße 35–43
Die in den FokusInfos geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Herausgebers übereinstimmen.

Meist – mit der Ausnahme von ökonomischen Kosten-/Nutzen-Analysen – wird bei der Messung die individuelle Wirkung untersucht. Die unmittelbare Wirkung, die meist direkt nach der Beratung gemessen wird, umfasst u.a. den Zuwachs an Wissen und Fertigkeiten sowie die Veränderung von Einstellung und Motivation. Die mittelfristige Wirkung wird einige Wochen oder Monate nach der Beratung gemessen und umfasst u.a. die Entwicklung von Kompetenzen und Fähigkeiten. Die langfristige Wirkung, deren Messzeitpunkt von einigen Wochen bis hin zu einigen Jahren nach der Beratung besonders variiert, umfasst u.a. die Aufnahme von Aus- und Weiterbildung oder der von Beschäftigung. Der folgende Überblick fasst dies nochmals zusammen:

Überblick über die Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung

Individuelle Wirkung
Unmittelbare Wirkung: • Neues Wissen und Fertigkeiten • Veränderung der Einstellungen und Motivation Mittelfristige Wirkung • Entwicklung von Kompetenzen und Fähigkeiten (Career Management Skills) Längerfristige Wirkung • Aufnahme von Aus- und Weiterbildung • Aufnahme / Wechsel von Beschäftigung
Gesellschaftliche bzw. gesamtökonomische Wirkung
Längerfristige Wirkungspolitik • Arbeitgeber, Bildungsanbieter, Bildungspolitik erreichen höhergesteckte Ziele • Verbesserte wirtschaftliche Entwicklung, z.B. höheres BIP-Wachstum, geringere Arbeitslosigkeit

Quelle: abif 2016, im Auftrag von AMS Österreich / ABI

Nachdem umrissen wurde, was gemessen werden soll, gilt es nunmehr, konkrete Indikatoren festzulegen, um dieses »Was« messbar zu machen. Dabei spielt nun auch schon die Frage des passenden methodischen Zuganges eine zentrale Rolle, was uns zu unserer nächsten wichtigen Frage führt: »Wie wird gemessen?«

»Wie wird gemessen?«

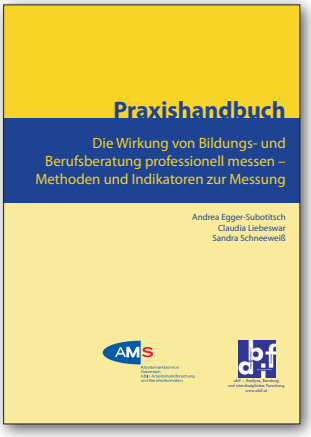
Bei dem »Wie wird gemessen?« stellt sich die Frage, welche Methode oder welcher Methodenmix für die Wirkungsmessung herangezogen werden soll. Dabei gibt es nicht den einen »Richtigen / Goldenen Weg«, sondern es bieten sich viele verschiedene Zugänge an, die alle Vorteile und Grenzen mit sich bringen. Bei der Wahl der Methode ist es nicht nur wichtig, genau zu überlegen, was gemessen werden soll und welche Möglichkeiten das Forschungsfeld dafür bietet, sondern auch, welche Ressourcen überhaupt zur Verfügung stehen. Gerade die zeitlichen und finanziellen Ressourcen setzen der Umsetzung in der Praxis oft mehr oder weniger enge Grenzen, so sind z.B. umfangreiche Kontrollgruppendesigns oder Längsschnittstudien oft trotz aller wissenschaftlichen Ambitionen nicht immer umsetzbar. In solchen Situationen gilt es, einen Fokus zu setzen und zu reflektieren, was machbar ist und mit welcher Methode mittels der vorhandenen Ressourcen das beste Ziel erreicht werden kann. Gerade dafür ist es essenziell, einen guten Überblick über die verschiedenen Methoden zu haben. Das neue Praxishandbuch hat sich in diesem Bereich das Ziel gesetzt, viele verschiedene methodische Zugänge der Wirkungsmessung vorzustellen und deren Stärken und Grenzen zu diskutieren. Dabei war es den Autorinnen wichtig, einen möglichst umfangreichen Mix an Methoden vorzustellen und neben einfachen Feedbackerhebungen, Längsschnittstudien und Studien mit Kontrollgruppendesign auch weniger verbreitete Methoden, wie z.B. die Analyse von Beratungsgesprächen oder komplexe Kompetenzmessungen mit psychologischen Verfahren, vorzustellen.

Konkret veranschaulicht werden diese Methoden mit einzelnen Studien aus der Praxis. Ein zentraler Punkt dabei ist, den methodischen Zugang nachvollziehbar darzustellen und die gemessenen Indikatoren herauszuarbeiten. Zusätzlich werden bei der Veranschaulichung der einzelnen Studien auch deren Ergebnisse dargestellt, um den LeserInnen einen tieferen Einblick in die Thematik zu liefern. Insgesamt werden folgende methodische Zugänge vorgestellt:

Überblick über die methodischen Zugänge

Methodische Ansätze der Wirkungsmessung
• Feedbackerhebungen als Teilstück der Wirkungsmessung • Monitoring und Vergleich mit anderen Statistiken • Analyse der Beratungsgespräche • Einmalige Nachbefragung • Längsschnittstudien im Paneldesign • Kompetenzmessung vor und nach der Beratung • Studien mit Kontrollgruppendesign • Ökonomische Kosten- / Nutzen-Analysen • Systematische Reviews und Meta-Analysen

Quelle: abif 2016, im Auftrag von AMS Österreich / ABI



Das neue Praxishandbuch »Die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung professionell messen – Methoden und Indikatoren zur Messung« als wertvolles Hilfsmittel zur Wirkungsmessung in der Bildungs- und Berufsberatung.

Fazit

Viele methodische Probleme der Wirkungsmessung im Feld sind nach wie vor nicht befriedigend gelöst. Das soll aber nicht abschrecken, sondern Ansporn zu kreativen Lösungen sein. Nicht nur unterschiedliche wissenschaftliche Diziplinen, sondern auch ein unterschiedliches Wissenschaftsverständnis führen zu einer größeren Methodenvielfalt, die ihrerseits auch immer wieder kritisch reflektiert werden muss. Die wissenschaftstheoretische Position des Kritischen Rationalismus mag dabei hilfreich sein, eine Haltung, »(…) die zugibt, dass ich mich irren kann, dass du recht haben kannst und dass wir zusammen vielleicht der Wahrheit auf die Spur kommen werden«.* ❖

* Popper, K. R. (1980): Die offene Gesellschaft und ihre Feinde. Band 1: Der Zauber Platons. 6. Auflage. München. Seite 276.

FokusInfo 105
Juli 2016
www.ams-forschungsnetzwerk.at

Andrea Egger-Subotitsch, Monira Kerler, Martin Stark

Wirkung und Qualität der Beratungsleistungen von BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS in Tirol und im Burgenland

Die Frage nach der Beratungswirkung wurde in den letzten Jahren auch vermehrt in Bezug auf die Bildungs- und Berufsberatung gestellt. Das AMS Tirol und das AMS Burgenland widmeten im Jahr 2015 genau diesem Thema eine Studie. Die BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS bieten nämlich neben Informationen zu den Themen »Beruf«, »Bildungs- und Berufswahl«, »Aus-, Um- und Weiterbildung« auch persönliche Einzelberatung durch BIZ-BeraterInnen an. Diese dauert ca. 45 Minuten und findet üblicherweise einmalig, manchmal auch mit einem Folgetermin statt. Die forschungsleitenden Fragestellungen dieser Studie, die vom sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitut abif realisiert wurde, sind: Wie kann Wirkung überhaupt gemessen werden? Was sind die Wirkungen der Bildungs- und Berufsberatung durch die BIZ-BeraterInnen? Was macht »gute« Beratung aus? Welche Empfehlungen für die Beratung und Wirkungsmessung lassen sich daraus ableiten?

Wie kann Wirkung gemessen werden?

Trotz vieler messtheoretischer Probleme, so u.a. bei der Isolierung von Beratungseffekten, haben sich in den vergangenen Jahren folgende Herangehensweisen etabliert: Nach der Erarbeitung einer theoriebasierten Wirkungskette werden Indikatoren formuliert oder auch erst in einem explorativen Herangehen identifiziert. Diese werden im Anschluss quantitativ gemessen oder qualitativ beschrieben. Das geschieht in unmittelbaren oder späteren Nachbefragungen, durch Analyse aufgezeichneter Beratungsgespräche, durch quantitative oder auch qualitative Längsschnittstudien im Paneldesign oder durch Kompetenzmessung vor und nach der Beratung. Selten werden Studien mit Kontrollgruppendesigns mit randomisierter Zuordnung umgesetzt. In Kosten-Nutzen-Analysen werden finanzielle Investitionen sowohl dem monetären als auch dem nicht-monetären Nutzen gegenübergestellt.*

Zur Feststellung der Wirkung der BIZ-Beratung in Tirol und im Burgenland wurde ein qualitatives Panel mit Befragungszeitpunkten unmittelbar vor der Beratung (Erwartungen, Anliegen, Wohlbefinden), nach der Beratung (Beratungsergebnisse, Wohlbefinden, Handlungsplanung) und vier Monate später (Umsetzung von Beratungsergebnissen) durchgeführt. Weiters wurden ein vollstandardisierter Fragebogen unmittelbar nach der Befragung vorgegeben (n = 151) und Monitoringdaten ausgewertet.

Folgende Beratungsergebnisse und Wirkungen wurden im Burgenland und in Tirol festgestellt

a) *Die Anliegen der KundInnen werden so gut wie immer geklärt*: Kommen KundInnen mit einem (mehr oder weniger) konkreten Anliegen, einem Problem oder einer Frage in die Beratung, so werden diese bei 78 Prozent eindeutig geklärt, bei 21 Prozent zumindest teilweise und lediglich bei einem Prozent nicht. Sofern aus KundInnensicht Beratungsergebnisse vorliegen (76 Prozent: ja, 19 Prozent: teilweise, fünf Prozent: nein) werden diese auch als passend empfunden.

Fortsetzung →

* Anmerkung: Wirkungszusammenhänge werden durch ein Monitoring per se nicht direkt erfasst. Monitoring-Daten sind jedoch die Basis dafür, die erreichte Zielgruppe zu beschreiben, was wiederum einen wichtigen Grundbaustein der Wirkungsanalyse darstellt. Zusätzlich können Monitoring-Daten in Kombination mit Daten aus anderen Statistiken oder Erhebungen (erste) Aufschlüsse über die Beratungswirkung geben.

Weiterführende Links & Downloads

- ☞ BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS
- ☞ AMS-Studie: Die Wirkung und Qualität von BIZ-Beratungen in den Bundesländern Burgenland und Tirol
- ☞ AMS-Praxishandbuch: Die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung professionell messen
- ☞ AMS info 255: Das AMS und seine BIZ als Akteure in der österreichischen Bildungs- und Berufsberatung
- ☞ FokusInfo 65: Neues Qualitätssiegel für die 67 BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS
- ☞ abif – analyse, beratung und interdisziplinäre forschung
- ☞ Online-Archiv der Reihe FokusInfo

Weitere interessante Volltext-Publikationen zum Thema finden Sie unter Verwendung selbstgewählter Stichworte in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes: Bibliographische Suche – Volltextuche

www.ams-forschungsnetzwerk.at
… ist die Internet Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Medieninhaber und Herausgeber: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, A-1200 Wien, Treustraße 35–43
Die in den FokusInfos geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Herausgebers übereinstimmen.

Die Ergebnisse decken sich mit jenen der quartalsmäßigen Telefonbefragung von BIZ-KundInnen. Von 2013 bis Mitte 2015 lag die Prozentzahl jener BIZ-BeratungskundInnen, die die Beratung als (teilweise) hilfreich empfanden, kontinuierlich über 86 Prozent. Diese Beratungsergebnisse bestehen häufig in einem beruflichen Plan, einer neuen Idee oder in neuen Erkenntnissen. Auch Motivation und Annäherung an Entscheidungen werden als Beratungsergebnisse genannt. Die Zielkonkretheit nimmt zu.

b) *Verbesserung der Wissensbasis für die berufliche Entwicklung*: Die KundInnen geben in erster Linie an, Neues über Ausbildungen (60 Prozent aller schriftlich Befragten), über Wege zu einem Beruf (65 Prozent im Burgenland, 41 Prozent in Tirol) und über weitere Informations- und Unterstützungsmöglichkeiten (70 Prozent im Burgenland, 38 Prozent in Tirol) erfahren zu haben.

c) *Perspektiven erweitern und bestärken*: Neue Perspektiven entdecken lediglich 22 Prozent der schriftlich befragten Personen. Die qualitativen Analysen zeigen aber auch den hohen Wert auf, den es für KundInnen hat, wenn ihre bestehenden Perspektiven in der Beratung bestätigt und sie in ihrem eingeschlagenen Weg bestärkt werden.

d) *Veränderung bei Einstellungen*: Die allgemeinen Veränderungsprozesse, die durch die Beratung ausgelöst werden, werden in einem veränderten Denken über Beruf, Arbeit und Ausbildung deutlich. Rund 80 Prozent der Befragten geben eine solche Veränderung unmittelbar nach der Beratung an.

e) *Handlungen*: Dass diese Veränderungen im Denken auch grundsätzlich handlungswirksam werden können, zeigen folgende Ergebnisse: 60 Prozent der Befragten wissen über konkrete nächste Schritte nach der Beratung, die sie einleiten können, Bescheid. Weitere 32 Prozent geben immerhin an, zum Teil solche nächsten Schritte zu kennen. Aus den Befragungsergebnissen des qualitativen Längsschnittpanels lässt sich das Resümee ziehen, dass Personen, die mit positiven Gefühlen, motiviert und mit konkreten Vorstellungen bezüglich ihrer nächsten Handlungsschritte aus der Beratung gehen, diese Schritte auch tatsächlich umsetzen und/oder aktiv werden.

f) *Veränderung der beruflichen Situation*: In dem qualitativen Längsschnittpanel ergab sich bei fast allen KundInnen eine Veränderung in den Monaten nach der Beratung: Dies bedeutet, dass die Personen eine Berufsausbildung aufgenommen haben oder unmittelbar davor stehen, eine Arbeit aufgenommen haben, einen berufsbildenden Abschluss nachgeholt haben oder einen solchen aktiv anstreben. Auswertungen des Erwerbskarrierenmonitoring deuten ebenfalls in die Richtung von Erwerbsaufnahme. Dies gilt in erster Linie für Tirol. Hier erreichen die beratenen Personen bereits im zweiten Quartal nach der Beratung ein Beschäftigungsvolumen von mehr als 50 Prozent. Das heißt, dass die Gesamtgruppe ab dann die Hälfte aller Tage in Erwerbstätigkeit verbringt. In Tirol suchen vor allem erwachsene Personen mit Berufserfahrung die Beratung auf. Im Burgenland mit den vermehrt jugendlichen KundInnen ergeben sich im einjährigen Beobachtungszeitraum naturgemäß weniger Beschäftigungsaufnahmen.

Beratungswirkung steht immer im Zusammenhang mit der Ausgangssituation von Personen. Im qualitativen Längsschnitt zeigt sich, dass jene Personen, die mit klaren Anliegen und Zuversicht in die Beratung gehen, mehr davon profitieren. Bei Personen mit sehr wenig Orientierung, Motivation oder komplexen Problemlagen sind Wirkungen der Beratung einerseits schwer festzustellen und auch schwer zu erreichen.

»Gute« Beratung

Wesentlich für eine qualitätsvolle Bildungs- und Berufsberatung sind:

- ein Beratungskonzept, das einerseits einheitliche Standards aber auch genau definierte Freiräume für die Beratung absteckt;
- Transparenz des Angebotes;
- umfassendes beraterisches Know-how und entsprechende Kompetenzen;
- eine Beratung, die individuell und ergebnisoffen ist;
- enge Vernetzung und Kooperation im regionalen Umfeld;
- adäquate Räumlichkeiten, Zeitressourcen, Ungestörtheit;
- internes Qualitätsmanagement.

Resümee und Handlungsempfehlungen

Von den externen ExpertInnen wird der Wert der BIZ im Wissen über Arbeitsmarkt, Berufe und Berufsausbildungen gesehen. Die Informationsvermittlung ist aus ihrer Sicht die Kernkompetenz der BIZ. In den detaillierteren Befragungsergebnissen zeichnet sich ab, dass die BIZ-Beratung von den KundInnen mit Anliegen bezüglich Wegen zu einem Beruf, Informationen zu Ausbildungen und beruflichen Alternativen aufgesucht wird. Die KundInnen erhalten dort auch die entsprechenden Informationsleistungen. Das heißt, dass die BIZ klar in ihrer Kernkompetenz und Kernaufgabe gefordert sind und diese erfüllen können. Im Hinblick auf die überwiegend junge KundInnenschaft der BIZ im Burgenland wird deutlich, dass deren Bedürfnisse aufgegriffen werden: Sie geben vermehrt an, sich durch die Beratung selbst besser kennengelernt und (neue) Karrierewege entdeckt zu haben. Zudem wird sichtbar, dass die BIZ-Beratung im Burgenland auch stark die Rolle einer Vermittlungsstelle zu anderen Informations- und Unterstützungsangeboten/-anbietern einnimmt. Im Jahr 2014 wurden 520 KundInnen in den acht Tiroler Beratungsstellen und 718 in den vier burgenländischen BIZ persönlich beraten.

Die BIZ-BeraterInnen brauchen für ihre Arbeit Rückhalt in der eignen Organisation, kurze Weiterbildungen und raschen Zugang zu beratungsrelevanten Informationen sowie interne und externe Netzwerke in der Region. Je besser BeratungskundInnen ihre Anliegen, Probleme und Fragen bereits im Vorfeld formulieren können und konkrete Erwartungen haben, umso mehr profitieren sie von der Beratung. Daher empfiehlt es sich, die Transparenz der Dienstleistung nach außen zu erhöhen. Die Entwicklung von Career Management Skills ist zentraler Bestandteil der Life-Long-Guidance-Strategie. Das Bewusstsein dafür, dass die BIZ-Beratung diese Skills fördert, könnte auf BeraterInnenseite noch gestärkt werden. Hinsichtlich künftiger Wirkungsmessung wird ein Wirkungsmonitoring basierend auf den in der Studie identifizierten Indikatoren empfohlen. ❖


AMS Arbeitsmarktservice Burgenland
AMS Arbeitsmarktservice Tirol

Die Wirkung und Qualität von BIZ-Beratungen in den Bundesländern Burgenland und Tirol

Endbericht

Arbeitsgruppe AMS Burgenland:
Peter Bencsics
Konrad Liedl

Arbeitsgruppe AMS Tirol:
Sabine Platzer-Werlberger
Johannes Schranz

Arbeitsgruppe abif:
Andrea Egger-Subottitsch
Monira Kerler
Martin Stark
Sandra Schneeweiß
Julia Pintsuk

abif www.abif.at

Wien, Dezember 2015

www.ams.at/karrierekompass
www.ams.at/berufsinfo

… sind die Internet-Adressen für Berufsinformationen

Unter den oben genannten Internet-Adressen stehen Ihnen aktuelle Berufsinformationen per Knopfdruck zur Verfügung. Hier finden Sie unter anderem:

- Informationen über die BerufsInfoZentren des AMS und deren Angebot.
- Eine Auflistung aller BerufsInfoBroschüren des AMS sowie Hinweise, welche Broschüren Sie downloaden können.
- Programme, die Sie bei Ihrer Berufs- und Bildungsentscheidung unterstützen.
- Datenbanken, mit denen Sie die Berufs- und Bildungswelt per Mausklick erobern.

EIN BESUCH IM NETZ LOHNT SICH ALLEMAL!!!

Beispiele der Online-Infos des AMS

Benötigen Sie eine Orientierungshilfe für Ihre Berufswahl, ist der *Berufskompass* die richtige Adresse.

Das *AMS-Qualifikationsbarometer* zeigt Ihnen, in welchen Berufsbereichen Arbeitskräfte nachgefragt werden und mit welchen Qualifikationen Sie punkten.

Im *AMS-Berufsinformationssystem* erfahren Sie, welche Qualifikationen in Ihrem Beruf derzeit gefragt sind, mit welchen Arbeitsbelastungen Sie rechnen müssen und welche Berufsalternativen Ihnen offenstehen.

Im *AMS-Berufslexikon* online können Sie detaillierte Beschreibungen einer Vielzahl von Einzelberufen aus allen Bildungsebenen aufrufen.

Die *AMS-Weiterbildungsdatenbank* bietet einen Überblick über Weiterbildungsmöglichkeiten, Ausbildungsträger und Kurse in ganz Österreich.

Aktuelle Publikationen der Reihe AMS report

Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«



AMS report 112

Regina Haberfellner

Zur Digitalisierung der Arbeitswelt

Globale Trends – europäische und österreichische Entwicklungen

ISBN 978-3-85495-588-X



AMS report 113

Sabine Putz, Hilde Stockhammer, René Sturm (Hg.)

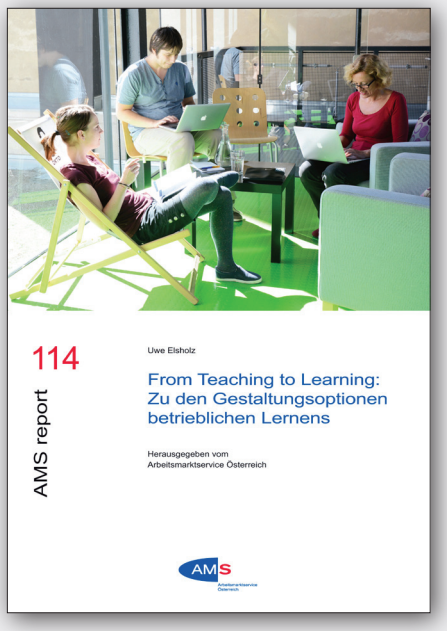
Geschlecht, Berufswahl und Arbeitsmarkt

Eine aktuelle Projektschau der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation und der Abt. Arbeitsmarktpolitik für Frauen des AMS Österreich

ISBN 978-3-85495-589-8

Aktuelle Publikationen der Reihe AMS report

Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«



AMS report 114

Uwe Elsholz

From Teaching to Learning: Zu den Gestaltungsoptionen betrieblichen Lernens

ISBN 978-3-85495-590-1



AMS report 115

Winfried Moser, Korinna Lindinger, Caterina Hannes

Früher Schulabgang in Österreich: Zur Rolle der Ausbildungsstruktur und des Migrationshintergrundes

ISBN 978-3-85495-591-X

Aktuelle Publikationen der Reihe AMS report

Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«



AMS report 116

Sandra Schneeweiß

Wenn die Norm ein Geschlecht hat

Zur Arbeitssituation von Frauen in technischen Berufen in Österreich

ISBN 978-3-85495-592-8



AMS report 117

Andrea Dorr, Christina Enichlmair, Eva Heckl, Petra Ziegler

IKT-Kompetenzen im Fokus der aktiven Arbeitsmarktpolitik

Initiativen und Good Practices für Niedrig- und Mittelqualifizierte vor dem Hintergrund von PIAAC: Österreich im internationalen Vergleich

ISBN 978-3-85495-593-6

Aktuelle Publikationen der Reihe AMS report

Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«



AMS report 118

Andrea Egger-Subotitsch, Claudia Liebeswar, Larissa Bartok (abif), Andreas Riesenfelder (L&R) & Monika Rauscher (move-ment)

Validität der Feststellung des Beschäftigungspotenzials anhand von AMS- und HV-Verbleibsdaten

ISBN 978-3-85495-594-4

Der vorliegende de AMS report basiert auf einer Studie, die im Auftrag des AMS Tirol und des AMS Burgenland im Jahr 2015 vom sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitut abif realisiert wurde. Diese Studie ist in den größeren Rahmen der Wirkungsforschung eingebettet, der in jüngerer Zeit auch im Bereich der Beratung und hier spezifisch im Bereich der Bildungs- und Berufsberatung eine wachsende Bedeutung beigemessen wird. Dabei geht es vor allem darum, Antworten auf die Frage zu finden, inwiefern Beratung die erstrebten unmittelbaren, mittel- und langfristigen Effekte auf individueller wie auf überindividueller Ebene erzielt. Zugleich ist dabei ein angeregter Diskurs über Methoden der Wirkungsmessung für diesen Untersuchungsgegenstand entfacht.

Während empirische Studien zur Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung im deutschsprachigen Raum im Vergleich zum angloamerikanischen Raum bislang eher rar waren, ist nunmehr die Notwendigkeit einer solchen Forschung auch hierzulande stärker ins Bewusstsein getreten. In Zeiten knapper öffentlicher Budgets wird es wichtiger, den Einsatz öffentlicher Mittel für die Bereitstellung von Angeboten der Bildungs- und Berufsberatung zu rechtfertigen, sodass wissenschaftliche Evidenzen an Bedeutung gewinnen.

Gegenstand der Untersuchung sind in der vorliegenden Studie die BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS Tirol und des AMS Burgenland. Deren Angebot kann von Personen vor der Berufs-/Ausbildungswahl, Personen in Beschäftigung, Arbeitssuchenden und Personen in Ausbildung kostenfrei genutzt werden, wobei die Leistung einen ca. 45-minütigen Termin und maximal einen Folgetermin umfasst. Ziel ist es, »einen Beitrag zur Problemklärung und Entscheidungsfindung bei berufs- und bildungsrelevanten Fragen zu leisten«. Die BIZ-Leistungen sind in Bezug auf Qualitätsstandards für anbieterneutrale Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf IBOBB-zertifiziert, sodass mit der Erfüllung von bestimmten Qualitätsstandards eine wichtige Voraussetzung für eine gute Berufsberatung gegeben ist. Die Frage danach, welche Wirkungen die BIZ-Beratung tatsächlich hat und ob die Zielsetzungen erreicht werden, wurde bislang nicht systematisch untersucht und stand daher im Mittelpunkt der vorliegenden empirischen Studie. Die Beantwortung dieser Forschungsfrage ist zudem relevant, da die BIZ-Beratung ein wichtiges Element zur Umsetzung der österreichischen Lifelong-Guidance-Strategie darstellt. Neben diesen inhaltlichen Zielsetzungen, werden im Rahmen der Studie auch die methodischen Herangehensweisen der Wirkungsmessung kritisch auf ihre Eignung hin bewertet.

www.ams-forschungsnetzwerk.at
… ist die Internet-Adresse des AMS Österreich
für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

AMS
Arbeitsmarktservice
Österreich

P.b.b.
Verlagspostamt 1200

ISBN 978-3-85495-595-2