



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-Subotitsch
Monira Kerler
Martin Stark
Sandra Schneeweiß
Julia Pintsuk



Wien, Dezember 2015

Impressum

Dieser Bericht wurde von abif – analyse, beratung und interdisziplinäre forschung im Auftrag des Arbeitsmarktservice Burgenland erstellt.

Medieninhaber und Herausgeber:

Arbeitsmarktservice Burgenland

Landesgeschäftsstelle

Eisenstadt, Permayerstraße 10

Tel: +43 2682 692

Arbeitsmarktservice Tirol

Landesgeschäftsstelle

Innsbruck, Amraser Straße 8

Tel: +43 0512 58 46 64

Zusammenfassung

Die Frage nach der Beratungswirkung wurde in den letzten Jahren auch vermehrt in Bezug auf die Berufs- und Bildungsberatung gestellt. Das AMS Tirol und AMS Burgenland widmen nun, 2015, genau diesem Thema eine Studie. Die Berufsinfozentren des AMS bieten nämlich neben Informationen zu den Themen Beruf, Berufs- und Bildungswahl, Aus-, Um- und Weiterbildung auch persönliche Einzelberatung durch BIZ-BeraterInnen an. Diese dauert ca. 45 Minuten und findet üblicherweise einmalig, manchmal mit einem Folgetermin statt. Die forschungsleitenden Fragestellungen sind:

- *Wie kann Wirkung überhaupt gemessen werden?*
- *Was sind die Wirkungen der Berufs- und Bildungsberatung 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?

In bisherigen Studien zur Wirkungsmessung von Beratungseffekten werden verschiedenste sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Methoden angewendet, um den methodischen Problemen zu begegnen, die der Versuch der wissenschaftlichen Erfassung von Wirkung mit sich bringt. Eine Problematik ist, dass die Wirkung von Beratung stark vom Bildungshintergrund bzw. der sozialen, persönlichen und beruflichen Geschichte der einzelnen Individuen abhängt (Input). Auch die Zielsetzungen bzw. Angebote der aufgesuchten Beratungseinrichtung und deren Qualität sind relevant für mögliche Wirkungen (Prozess). Das Hauptproblem ist, dass die mittel- und langfristige Beratungswirkung kaum isoliert werden kann, d.h. die Wirkung der Beratung kann nicht von der Wirkung durch andere Arten der Information und Anregungen, wie Rat von Freunden und Familie, dem Einfluss von Medien, Zufall etc. getrennt werden. Letztlich lassen sich Erkenntnisse aus der Wirkungsmessung von einzelnen Beratungsanbietern nicht verallgemeinern, da sich die KundInnenstruktur der einzelnen AnbieterInnen stark unterscheidet.

Übliche Methoden der Wirkungsmessung bei Beratung sind:

- Unmittelbare oder spätere Nachbefragung: Diese eignet sich zur Erfassung von subjektiv festgestellten Wirkungen bzw. subjektiver Beurteilung der Beratung durch die KundInnen.
- Monitoring und Vergleich mit anderen Statistiken: Dies alleine ist noch keine Wirkungsmessung.
- Aufgezeichnete Beratungsgespräche ermöglichen die Analyse der unmittelbaren Reaktion von KundInnen und der Interaktion im Beratungsgespräch.
- Qualitative oder quantitative Längsschnittstudien mit Paneldesign eignen sich, um Veränderungen zu erfassen.
- Kompetenzmessung vor und nach der Beratung: Diese ist geeignet zur Erfassung der Veränderung von Career-Management-Skills, wobei dafür im deutschen Sprachraum noch keine standardisierten und validen Instrumente zur Verfügung stehen.
- Studien mit Kontrollgruppendesign versuchen Wirkungen zu isolieren.
- In Kosten-Nutzen-Analysen werden finanzielle Investitionen sowohl dem monetären als auch dem nicht-monetären Nutzen gegenübergestellt.
- Mit Meta-Analysen und systematischen Reviews über mehrere Studien hinweg werden Beratungseffekte (statistisch) abgesichert.

Zur Feststellung von Wirkungen der BIZ-Beratung in Tirol und im Burgenland wurde ein Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden verwendet:

- Qualitatives Panel mit Erhebungszeitpunkten unmittelbar vor und nach der Beratung (n=18) und einer Nachbefragung vier Monate später (n=13) bei den BeratungskundInnen. Zusätzlich wurde ein schriftlicher Kurzfragebogen an die BeraterInnen unmittelbar nach der Beratung ausgegeben, um einen Vergleich der Aussagen der KundInnen mit den Wahrnehmungen der BeraterInnen zu ermöglichen.
- Quantitative Erhebung in Form eines vollstandardisierten, schriftlich vorgegebenen Fragebogens unmittelbar nach der Beratung (n=151).
- Auswertung von Monitoringdaten: Erwerbskarrierenmonitoring und quartalsmäßige KundInnen-Zufriedenheitsbefragung.

Zur Frage, was gute Beratung ist und zur Ableitung von Handlungsempfehlungen wurden jeweils ein Workshop mit den BIZ-BeraterInnen im Burgenland (n=6) und Tirol (n=9) abgehalten und fünf leitfadengestützte Interviews mit ExpertInnen außerhalb des AMS geführt.

In einem Workshop mit den Forschungsbeauftragten und LeiterInnen der BIZ-Beratung in Tirol und im Burgenland wurden zu Forschungsbeginn mögliche Wirkungen in einem Brainstorming gesammelt und in Wirkungsdimensionen kategorisiert. Die Wirkungskette wurde in einem einfachen Input-Prozess-Outcome-Modell abgebildet. Wirkungsdimensionen und Indikatoren wurden in der Folge mittels quantitativer und qualitativer Methoden gemessen bzw. beschrieben, wobei im Zuge des qualitativen Forschungsprozesses noch vereinzelt weitere Wirkungen identifiziert werden konnten. Ein wesentliches Ergebnis dieses Workshops war es, dass wirksame Beratung dazu führen muss, dass die KundInnen „einen Schritt weiter“ sind als vor der Beratung. Dies deckt sich mit der Vorstellung der befragten ExpertInnen außerhalb des AMS, die feststellen, dass „gute“ Bildungs- und Berufsberatung grundsätzlich ergebnisoffen sein muss.

Abbildung 1: Wirkungskette als Input-Prozess-Outcome-Modell

Input	Beratungsprozess	Unmittelbare Wirkung Ergebnisse	Mittelfristige Wirkung	Langfristige Wirkung
Potenzial der KundInnen, Erwartungen der KundInnen, Individuelle Voraussetzungen wie Alter, Bildung etc.; Beratungsangebot	Kommunikationsprozesse	Beratungsergebnis/Klärung von Anliegen Verbesserung des Wissens-/Informationsstandes Alternativen kennen lernen Veränderung Career-Management-Skills Einstellungsveränderung (Stärkung der Bildungsbereitschaft, positives Selbstbild, positive Einstellung zur Arbeit/Ausbildung/Zukunft etc.) Motivation/positive Emotionen Kognitionen (Überlegen von Zukunftsplänen, Klarheit gewinnen); Handlungen, Eigeninitiative		Erfolgreicher Aus- oder Weiterbildungsabschluss Arbeitsaufnahme

INPUT

KundInnenstruktur: Im Jahr 2014 wurden nach AMS interner BIZ-Statistik 1.238 KundInnen in Tirol (520) und im Burgenland (718) persönlich beraten. Im Burgenland gibt es vier Beratungsstellen, in Tirol acht. Die Beratungszahlen pro BIZ unterscheiden sich stark: So wurden in Lienz und Kufstein jeweils 10 persönliche Beratungen in dem Jahr gezählt, 182 in Schwaz und 243 in Neusiedl am See. Die Mehrheit der KundInnen ist, wie bei vielen Beratungsdienstleistungen in thematisch ähnlichen Bereichen, weiblich: 53% der BeratungskundInnen im Burgenland sind weiblich, in Tirol 61%. Während im Burgenland eher Jugendliche ohne Berufserfahrung in die Beratung kommen, sind dies in Tirol vermehrt Erwachsene mit Berufserfahrung und auch Personen, die (noch) in Beschäftigung, aber bereits in der Kündigungsphase sind. 40% der Tiroler BeratungskundInnen weisen im Erwerbskarrierenmonitoring am Beratungstag den Status „Beschäftigung ohne Förderung (BE)“ auf, im Burgenland sind dies nur 8,4%.

Erwartungen: Zwei Drittel der KundInnen kommen mit einem *konkreten* Anliegen, Problem oder einer Frage in die Beratung. Ein weiteres Viertel gibt an, „teilweise“ solche Anliegen beim BIZ-Besuch zu haben. Die persönlich befragten KundInnen gingen zumeist hoffnungsvoll und zuversichtlich in die Beratung. Nur wenige gaben hingegen Verunsicherung, Skepsis oder Besorgnis dahingehend an, dass sich ihre Situation durch die Beratung nicht ändern würde, was sie teilweise mit ihrer eigenen Unklarheit oder den eigenen vagen beruflichen Vorstellungen begründeten.

Im qualitativen Panel zeigt sich folgender **Zusammenhang zwischen Input und Outcome auf individueller Ebene:** Personen, die mit weniger komplexen Problemlagen, mit mehr Zuversicht und konkreten Anliegen in die Beratung gehen, profitieren von der einmaligen Beratung stärker. Die Daten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring deuten ebenfalls in diese Richtung: Personen, die zum Beratungstag formal noch im Erwerb standen, sind im Folgejahr ebenfalls vermehrt beschäftigt. Ein kausaler Rückschluss auf die Beratungswirkung ist jedoch nicht möglich.

BERATUNGSPROZESS

Auf den Beratungsprozess selbst wurde im Rahmen der Studie nur indirekt und grob durch Vergleiche zwischen den Rückmeldungen der KundInnen und der BeraterInnen geschlossen:

Da die Schilderungen der BeraterInnen zu den Anliegen der KundInnen und zu den Beratungsergebnissen weitgehend deckungsgleich mit jenen der KundInnen sind, wird davon ausgegangen, dass die Voraussetzungen für eine gelingende Kommunikation in der Beratungssituation gegeben sind. Da die Alters- und Bildungsgruppen offensichtlich Unterschiedliches in der Beratung lernen, wird daraus geschlossen, dass die Beratung, wie von den externen ExpertInnen gefordert, individualisiert abläuft.

Bei den persönlichen Interviews schilderten die KundInnen, dass sie die BeraterInnen als engagiert, freundlich, bestärkend, kompetent und verständnisvoll erlebten. Das taten auch jene KundInnen, die das erhoffte Beratungsergebnis nicht erreichten. Insofern differenzieren die KundInnen zwischen der Bewertung der Beratungsleistung und den unangenehmen Emotionen, die durch ernüchternde Erkenntnisse in der Beratung entstehen können. Eine typische KundInnenaussage lautet dann etwa: *„Ich habe schon ein paar Ideen bekommen, aber nicht ganz das, was ich mir vorstelle. Aber da kann er [der Berater] jetzt selber nichts dafür.“*

WIRKUNG

Es konnte eine Reihe von unmittelbaren Beratungswirkungen festgestellt werden. In der Beratung werden Veränderungsprozesse in Gang gesetzt, die fast immer einen Unterschied zur Situation vor der Beratung darstellen und eine Annäherung an die Erwerbsarbeit indizieren.

Beratungsergebnis: Die Anliegen der KundInnen werden fast immer geklärt.

Kommen KundInnen mit einem (mehr oder weniger) konkreten Anliegen, Problem oder einer Frage in die Beratung, so werden diese bei 78% eindeutig geklärt, bei 21% zumindest „teilweise“ und lediglich bei einem Prozent nicht. Sofern aus KundInnensicht Beratungsergebnisse vorliegen (76% ja, 19% teilweise, 5% nein) werden diese auch als passend empfunden (82%) bzw. zumindest teilweise passend (18%). 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%. Diese Ergebnisse bestehen häufig in einem beruflichen Plan oder einer Idee sowie in neuen Erkenntnissen. Aber auch Motivation und Annäherung an Entscheidungen werden als Beratungsergebnisse genannt.

Verbesserung der Wissensbasis

Die KundInnen geben in erster Linie an, Neues über Ausbildungen (60% aller schriftlich Befragten), über Wege zu einem Beruf (65% im Burgenland, 41% in Tirol) und weitere Informations- und Unterstützungsmöglichkeiten (70% Burgenland, 38% Tirol) erfahren zu haben.

Von den externen ExpertInnen wird der Wert der BIZ in dem 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 in der Tat von den KundInnen mit Anliegen bezüglich Wegen zu einem Beruf, Informationen zu Ausbildungen und berufliche Alternativen aufgesucht wird und die KundInnen dort auch die entsprechenden Informationen erhalten. Das heißt, die BIZ werden klar in ihrer Kernkompetenz und -aufgabe gefordert und können diese erfüllen. Auch in Hinblick auf die überwiegende junge Kundschaft der Berufsinfozentren im Burgenland und deren Bedürfnisse ist dieses Ergebnis konsistent. Diese geben vermehrt an, sich durch die Beratung selbst besser kennengelernt und 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.

Perspektiven erweitern

Neue Perspektiven entdecken lediglich 22% der schriftlich befragten Personen. Auf den ersten Blick können hier Personen aus dem mittleren Qualifikationssegment mehr profitieren. 46% der Absolventen mittlerer Schulen geben an, neue Perspektiven entdeckt zu haben. 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.

Emotion und Motivation

Die BeratungskundInnen gehen zum Teil sehr positiv, erleichtert und motiviert, manche fast euphorisch aus der Beratung hinaus. Im Einzelfall gibt es aber auch Personen, die resignativ wirken. Die Arbeit an der Motivation bzw. Wiedergewinnung an Motivation wird sowohl von den BIZ-BeraterInnen als auch den ExpertInnen als besonders wichtig eingeschätzt.

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% der Befragten geben zumindest teilweise eine solche Veränderung bereits unmittelbar nach Beratung an.

Handlungen

Dass diese Veränderungen im Denken auch grundsätzlich handlungswirksam werden können, zeigen folgende Ergebnisse: 60% der Befragten kennen konkrete nächste Schritte nach der Beratung, die sie einleiten können, weitere 32% 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 nächsten Schritten aus der Beratung gehen, diese auch tatsächlich umsetzen.

Veränderung der beruflichen Situation

In dem qualitativen Längsschnittpanel zeigte sich bei fast allen KundInnen eine Veränderung in den Monaten nach der Beratung: In den meisten Fällen bedeutet dies, dass die Person eine Berufsausbildung aufnahm oder noch 2015 aufnehmen wird, eine Arbeit aufnahm, einen berufsbildenden Abschluss nachholte oder einen solchen aktiv anstrebt. Auswertungen des Erwerbskarrierenmonitoring deuten ebenfalls in die Richtung von Erwerbساufnahme als Wirkung der Beratung. Dies gilt in erster Linie für Tirol. Hier erreichen die beratenen Personen bereits im Zeitraum 4-6 Monate nach der Beratung ein Beschäftigungsvolumen von rund 50%. Das heißt, die Gesamtgruppe verbringt ab dem fünften Folgemonat die Hälfte aller Tage in Erwerbstätigkeit. Das muss vor dem Hintergrund gesehen werden, dass in Tirol vermehrt erwachsene Personen mit Berufserfahrung die Beratung aufsuchen. Im Burgenland mit den vermehrt jugendlichen KundInnen, die erst eine Ausbildung absolvieren müssen, eignet sich das Erwerbskarrierenmonitoring nicht gut zur Erfassung weiterer Berufsverläufe im Zeitraum von einem Jahr, da in den Daten keine Schulausbildungen erfasst werden und Beschäftigungsaufnahmen (gefördert und nicht gefördert) in weitaus geringerem Ausmaß als in Tirol (4 – 6 Monate nach der Beratung 15,95%) erfolgen bzw. angestrebt werden. Insgesamt muss einschränkend erwähnt werden, dass im streng erkenntnistheoretischen Sinn keine kausalen Zusammenhänge zwischen Beratung und Wirkung hergestellt werden können, da ein Kontrollgruppendesign bei dieser Fragestellung nicht möglich ist.

WAS MACHT GUTE BILDUNGS- UND BERUFSBERATUNG AUS?

Wichtige Voraussetzungen für gute Berufs- und Bildungsberatung betreffen sowohl die Anbieter als auch das Umfeld und die Rahmenbedingungen von Berufs- und Bildungsberatung. Auf AnbieterInnenseite ist allem voran das **Vorhandensein eines Beratungskonzeptes** zu nennen, das einerseits einheitliche Standards aber auch genau definierte Freiräume für die Beratung absteckt. Weiters sind der Aufbau umfassenden beraterischen Know-hows und entsprechender Kompetenzen auf Basis einer akademischen Ausbildung, die Ausrichtung des Angebots auf spezifische Zielgruppen, enge Vernetzung und Kooperation im regionalen Umfeld, **Transparenz des Angebots**, adäquate Räumlichkeiten sowie ein internes Qualitätsmanagement wesentlich. Was gute Berufs- und Bildungsberatung ausmacht, lässt sich aus ExpertInnensicht auch sehr gut über die Wirkungen beschreiben, die Berufs- und Bildungsberatung – im Idealfall – erzielen kann. Als Beispiele sind hier der Erhalt relevanter Information, das Entdecken und Erweitern von Handlungsspielräumen, die Klärung nächster Schritte sowie Stärkung des Selbstbewusstseins und der Motivation der BeratungskundInnen zu nennen. Hinsichtlich der Wirkungsmessung warnen die ExpertInnen davor, die Wirkung von Beratung ausschließlich anhand von Arbeits- oder Ausbildungsaufnahme zu messen.

Die BIZ-BeraterInnen selbst sehen das individuelle Eingehen auf die KundInnen, das Abklären der Möglichkeiten und ggf. Aufzeigen von Alternativen, das Sichtbarmachen von relevanten Motivatoren, das Setzen von Zielen, die Klärung der einzelnen Schritte sowie eine Zusammenfassung des Ergebnisses der nächsten Schritte/Zielsetzungen am Ende des Gesprächs als essenziell für eine qualitätsvolle Beratung an. Nahezu einheitlich stimmen die BeraterInnen überein, dass zu den grundlegenden Rahmenbedingungen der Beratung ein abgeschlossener Raum und Ungestörtheit zählen. Hier wird aktuell mancherorts auch noch Verbesserungspotential gesehen. So wird in Tirol die Qualität der Beratungsräumlichkeiten kritisiert und im Burgenland die Störung durch Telefonate, die die BeraterInnen entgegennehmen müssen, als Problem

identifiziert. Weiter betonen die BeraterInnen, dass für qualitätsvolle Beratung ausreichend Zeit vorhanden sein muss. Darüber hinaus werden das Wissen über bzw. die Beratung zu Möglichkeiten der Finanzierung von Ausbildungen als Herausforderung bezeichnet. Im Beratungsprozess empfinden die BeraterInnen die persönliche Verantwortung, den Grad der Belastung, die Komplexität der Aufgabe, das geforderte Maß an Eigeninitiative und Organisationfähigkeit der BeraterInnen sowie eine teilweise niedrige Frustrationstoleranz bei den KundInnen als Herausforderungen.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Die Beratung entfaltet eine Reihe von Wirkungen, die positiv hinsichtlich der Erwerbskarriere der BeratungskundInnen zu bewerten sind. Insofern sollten die **BIZ-BeraterInnen in ihrer Tätigkeit bestärkt** werden. Die BeraterInnen fühlen sich bereits gut durch die Organisation AMS unterstützt. Um den Herausforderungen ihrer Arbeit begegnen zu können, braucht es weiterhin laufende Weiterbildung, Zugang zu neusten Informationen und Know-how, interne Netzwerke und Zusammenarbeit z.B. mit Reha-BeraterInnen, Rückhalt von Vorgesetzten, klar abgesteckte Handlungsspielräume und eine interne Wertschätzung der Arbeit.

Je besser BeratungskundInnen ihre Anliegen, Probleme und Fragen bereits im Vorfeld formulieren können, umso mehr profitieren sie von der Beratung. Wenn KundInnen wissen, wie eine Beratung abläuft und sich auf das Gespräch vorbereiten können, erhöht das letztlich die Wirkung. Es wird daher empfohlen, die **Transparenz der Dienstleistung nach außen zu erhöhen**, z.B. durch Darstellung auf der Homepage ev. mit Fallbeispielen oder Beispielen für Beratungsanliegen.

Die von den ExpertInnen angeregte weitere Spezialisierung innerhalb der BIZ-Beratung z.B. auf MigrantInnenberatung wird im ländlichen Raum schwer umsetzbar sein. Es wird daher **eine Zusammenarbeit mit Institutionen bzw. Netzwerken außerhalb des AMS** empfohlen, um den Bedarf zu decken.

KundInnen mit erhöhtem Beratungsbedarf, die z.B. sehr orientierungslos sind oder komplexe Problemlagen aufweisen, sollte entweder die Möglichkeit gegeben werden, die Beratung mehrmals aufzusuchen, oder der direkte Übergang zu anderen Beratungs- oder Unterstützungsangeboten aufgezeigt werden.

In der nationalen und europäischen Strategie zu Lifelong Guidance ist die Entwicklung von **Career-Management-Skills das zentrale Element**. Auf BeraterInnenseite sollte daher das Bewusstsein dafür, dass innerhalb von Beratung diese Skills bei KundInnen gefördert werden können, gestärkt werden. Das vorbildhafte strukturierte, lösungs- und zielorientierte Vorgehen bei der Beratung und die gemeinsame Reflexion des Fortschrittes mit den KundInnen ermöglichen diesen, selbst solche Fähigkeiten zu entwickeln.

Zur Förderung der Nachhaltigkeit sollten, wenn möglich und angezeigt, die **Beratungsergebnisse gemeinsam schriftlich festgehalten** und den KundInnen mitgegeben werden.

Hinsichtlich künftiger Wirkungsmessung wird ein **Wirkungsmonitoring** basierend auf den identifizierten Indikatoren empfohlen. Der bei der vorliegenden Studie eingesetzte schriftliche Fragebogen könnte nach geringfügiger Adaption zur standardisierten Befragung unmittelbar nach der Beratung eingesetzt werden. Auch eine Ergänzung der quartalsmäßigen telefonischen Befragung um Wirkungsfragen wäre einfach umsetzbar. Mit entsprechender Stichprobenplanung kann auf ständige Vollerhebungen verzichtet werden. Ein massiver Erkenntnisgewinn zu der Wirkungskette würde sich aus dem Matchen von Beratungsprotokollen mit Monitoringdaten ergeben. Unabhängig davon wird das gemeinsame Skalieren von Beratungsfortschritten mit den KundInnen im Zuge der Beratung empfohlen.

Inhalt

Einleitung	9
1 Theoretische Grundlagen der Wirkungsmessung	10
1.1 Ein Input-Outcome-Modell als Ausgangspunkt der Wirkungsmessung	10
1.2 Reichweite einer individuellen Beratung	11
1.3 Typen von Wirkungen	12
1.4 Level der Wirkung und methodische Überlegungen	13
1.5 Herausforderungen der Messung	14
1.6 Methodische Zugänge der Wirkungsanalysen	15
2 Angewandte Methoden	19
2.1 Qualitative Befragung (Panel): KundInnenbefragung vor Ort und telefonisch vier Monate später im Jahr 2015	21
2.2 Standardisierte schriftliche Befragung vor Ort im Jahr 2015	22
2.3 Monitoringdaten aus dem Erwerbskarrieremonitoring	22
2.4 Monitoringdaten aus der quartalsmäßigen KundInnen-Zufriedenheitsbefragung 2013 - 2015	23
2.5 ExpertInneninterviews: Was ist gute Beratung?	24
2.6 Workshop mit BIZ-BeraterInnen	24
3 Input: Die BIZ-KundInnen und ihre Erwartungen	25
3.1 KundInnenstruktur	25
3.2 Erwartungen an die Beratung	27
4 Beratungsprozess	30
4.1 Beraterische Handlungen	30
4.2 Beurteilung der Beratung	30
4.3 Vergleich der Wahrnehmung von KundInnen und BIZ-BeraterInnen	32
5 Outcome: Unmittelbare Wirkung der BIZ-Beratung	33
5.1 Ergebnis: Klärung der Anliegen und Fragen	33
5.2 Veränderungen bei der Zielkonkretheit	36
5.3 Entscheidungsfindung und Handlungsabsichten	37
5.4 Emotionen nach der Beratung	38
5.5 Fazit	39
6 Outcome: Mittelfristige Wirkung	40
6.1 Veränderungen der beruflichen Situation	41
6.2 Bewertung der Beratung im Nachhinein	42
6.3 Einschätzungen der BIZ-BeraterInnen und tatsächliche Handlungen der KundInnen nach der Beratung	44
6.4 Weitere Inanspruchnahme von Beratung	45
6.5 Fazit	46
7 Outcome: Erwerbsverläufe	49
7.1 Erwerbskarrierenmonitoring Tirol	49
7.2 Erwerbskarrierenmonitoring Burgenland	50
7.3 Betrachtung der BIZ-KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ am Beratungstag	52
8 Qualität und Herausforderungen von Beratung: Sicht der BIZ-BeraterInnen	55
8.1 Merkmale guter Beratung in Bezug auf Prozess und Ergebnis	55
8.2 Herausforderungen bei der Beratung	56
8.3 Instrumente, Rahmenbedingungen und Maßnahmen zur Begegnung von Herausforderungen	56
8.4 Möglichkeiten zur Verbesserung der Nachhaltigkeit der BIZ-Beratung	57
9 Voraussetzungen und Merkmale guter Berufs- und Bildungsberatung: Ergebnisse der ExpertInnen-Interviews	58
9.1 Haltungen und Werte	58
9.2 Ziele von Berufs- und Bildungsberatung	58
9.3 Voraussetzungen für gute Berufs- und Bildungsberatung	59
9.4 Das Beratungsgespräch	60
9.5 Wirkungen	62
9.6 Verbesserungsvorschläge für die BIZ-Beratung	64
10 Resümee und Ableitung von Empfehlungen	65
10.1 BIZ-Beratung	65
10.2 Künftige Wirkungsmessung	70
10.3 Zusammenfassung der Empfehlungen	73
Quellen	76
TABELLENVERZEICHNIS	78
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	79
Anhang: Fragebogen	80
Anhang: Tabellen Erwerbskarrierenmonitoring	81

Einleitung

Die 68 BerufsInfoZentren (BIZ)¹ des AMS bieten bundesweit Informationen, Beratungen, Gruppen- und Schulbesuche zu den Themen Beruf, Berufs- und Bildungswahl, Aus-, Um- und Weiterbildung an. Es gibt in den BIZ vor Ort Möglichkeiten zur „Selbstbedienung“: Unterlagen (insbesondere Berufsinfo-Broschüren und Mappen) und PCs können für Recherchezwecke von allen Interessierten genutzt werden. Und es gibt die Möglichkeit zur persönlichen Berufs- und Bildungsberatung durch BIZ-BeraterInnen.

Dieses Angebot kann sowohl von Personen in Beschäftigung als auch von Arbeitssuchenden und Personen in Ausbildung kostenfrei in Anspruch genommen werden. Das Ziel dieser Beratung ist „einen Beitrag zur Problemlösung und Entscheidungsfindung bei berufs- und bildungsrelevanten Fragen zu leisten“²

Die Leistungen der BIZ sind IBOBB-zertifiziert. Das bedeutet, die BIZ erreichen die Qualitätsstandards für „anbieterneutrale Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf“ (IBOBB). Berufs- und Bildungsberatung qualitativ bzw. nach bestimmten Qualitätsstandards umzusetzen ist Voraussetzung für eine erfolgreiche, gelungene und wirkungsvolle Berufs- und Bildungsberatung.

Doch was genau sind die Wirkungen der Berufs- und Bildungsberatung?

Diese Frage haben sich die Forschungsbeauftragten und BIZ-Verantwortlichen des AMS Tirol und des AMS Burgenland gestellt und gemeinsam mit dem sozialwissenschaftlichen Institut abif nach Antworten gesucht. Im Jahr 2015 wurde die vorliegende Studie mit folgenden Zielen umgesetzt:

- A) Darstellung eines Überblicks über Methoden zur Wirkungsmessung von Beratungsprozessen
- B) Erhebung von Erwartungen der KundInnen an die Bildungs- und Berufsberatung
- C) Erhebung von unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen der Bildungs- und Berufsberatung aus KundInnensicht
- D) Erhebung der mittelfristigen und langfristigen Wirkungen der Bildungs- und Berufsberatung auf die individuellen Erwerbskarrieren (Analyse der Erwerbskarrieren)
- E) Ableitung von Handlungsempfehlungen für die BIZ-Beratung sowie Empfehlungen für Methoden zur künftigen Wirkungsmessung

Das erste Berichtskapitel gibt einen Überblick über Methoden der Wirkungsmessung. Im Folgekapitel werden die empirischen Methoden für die vorliegende Untersuchung dargestellt. Danach werden die Ergebnisse sowie abschließend die Handlungsempfehlungen beschrieben.

¹ <http://www.ams.at/berufsinfo-weiterbildung/biz-berufsinfozentren> (Zugriff am 14.10.2015).

² Gemäß BIZ-Richtlinie, Abschnitt 6.5.1.3. Stand: 21.7.2011.

1 Theoretische Grundlagen der Wirkungsmessung

In diesem Abschnitt werden die Grundlagen der Wirkungsmessung dargestellt und diskutiert. Kernstück dieser Darstellung ist zum einen die Überlegung, welche Wirkungen Bildungs- und Berufsberatung haben können und wie diese Wirkungen genauer spezifiziert und greifbar gemacht werden können, und zum anderen geht es darum, zu überlegen, welchen methodischen Zugang es braucht, um die Wirkung bzw. die verschiedenen Typen der Wirkung zu messen.

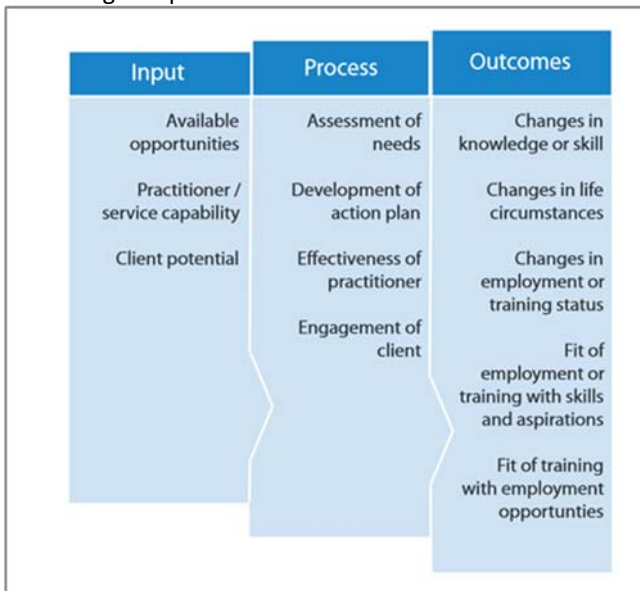
Diese Überlegungen werden gegenwärtig viel diskutiert und es besteht weder Einigkeit darüber, welche Wirkung gemessen werden soll, noch welche Methode der angemessene Zugang ist. Doch vor allem in Zeiten knapper Budgetmittel wird immer stärker nach Belegen der Wirksamkeit von öffentlichen Investitionen und nach entsprechenden Evidenzen gefragt.³ Dies führt dazu, dass sich zahlreiche Studien mit der Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung beschäftigen und in diesem Bereich vor allem im anglo-amerikanischen Raum eine längere Tradition als im deutschsprachigen Raum vorhanden ist. Verschiedenste dieser theoretischen Diskussionen und Studien werden im folgenden Abschnitt aufgegriffen, um einen Überblick über den Forschungsstand zu geben.

1.1 Ein Input-Outcome-Modell als Ausgangspunkt der Wirkungsmessung

Vielfach beginnen die ersten Überlegungen bei einer Wirkungsmessung mit einem Input-Prozess-Outcome-Modell, welches eine Möglichkeit bietet, sich auf eine simple Weise einem komplexen Phänomen anzunähern. Manchmal wird bei einem solchen Modell noch zwischen Output - dem unmittelbaren Ergebnis der Beratung - und dem Outcome - der langfristigen Wirkung – unterschieden.⁴

Als nützliches Modell wird das Input-Prozess-Outcome-Modell der Canadian group⁵ herangezogen, welches Abbildung 2 veranschaulicht. Dieses ist in vielen verschiedenen Kontexten anwendbar und skizziert, welche Elemente auf den verschiedenen Ebenen von Bedeutung sind. Zusätzlich soll dieses Modell auch zeigen, dass der jeweilige Input und Prozess für die gemessene Wirkung relevant sind.

Abbildung 2: Input-Prozess-Outcome-Modell



Quelle: Input-process-outcome framework, Hooley 2014, p. 15.

So enthält dem Modell zufolge der *Input* verschiedenste Ressourcen, wie die vorhandenen Möglichkeiten an Beratung, die BeraterInnen als Person und die Beratungsleistung selbst sowie die TeilnehmerInnen und ihre

³ Vgl. Krötzl (2011), S.187.

⁴ Vgl. ebd. S.186.

⁵ Vgl. Hooley (2014) S.14f.

Potenziale. Der *Prozess* enthält verschiedene Beratungsleistungen, wie eine Bedürfnisanalyse, die Entwicklung eines Aktionsplans, die Effektivität und das Engagement der TeilnehmerInnen. Das *Outcome* enthält dabei Elemente, wie die Veränderung in Wissen oder Fähigkeiten, veränderte Lebensumstände, einen anderen Arbeitsmarktstatus oder Veränderungen in der Arbeits- und Bildungsbereitschaft.⁶ Dies veranschaulicht, welche verschiedenen Elemente den Prozess der Beratung und deren Wirkung beeinflussen und daher auch bei der Wirkungsmessung mitgedacht werden müssen.

Häufig starten Studien, die die Wirkung von Beratungsangeboten messen möchten, auf der Input-Ebene und beleuchten bzw. analysieren die erreichten Zielgruppen. Dies ist hilfreich, um zu erfahren, welche Typen von TeilnehmerInnen welche Art von Angeboten nutzen bzw. welche Personengruppen die Angebote erreichen, und kann daher hilfreich bei der Einschätzung der Effizienz und Effektivität sein. Um tatsächlich die Wirkung eines Angebotes zu messen, greift eine solche Analyse jedoch zu kurz.⁷ Die Wirkung kann nur gemessen werden, wenn der Blick ausgeweitet wird auf die Ebene des Outcomes. Diese Ebene des Outcomes enthält die verschiedenen möglichen Wirkungen, die wiederum nach Ebenen, Typen und Level unterschieden werden können. In den nächsten Abschnitten soll diese Outcome-Ebene genauer beleuchtet werden.

1.2 Reichweite einer individuellen Beratung

Bei der Messung der Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung ist es wichtig mitzudenken, auf welchen Ebenen - individuell und gesellschaftlich - sich die Wirkung zeigen kann. Die Beratung selbst findet zwar auf individueller Ebene statt, kann jedoch viel weitreichendere Wirkungen haben. So kann eine Veränderung im individuellen Verhalten auch eine Wirkung auf der gesellschaftlichen Ebene der Organisation, der Community, des Landes oder der gesamten Gesellschaft haben.⁸ Die Effekte auf den verschiedenen Ebenen bzw. für die verschiedenen AkteurInnen lassen sich folgendermaßen verdeutlichen⁹:

- **Individuen:** Individuen treffen eine bessere Entscheidung bzgl. Bildungs- und Jobangeboten durch eine bessere Informationsbasis und bessere Career Management Skills. Zusätzlich lässt sich die Passung zwischen persönlichen Interessen und Fähigkeiten mit den Anforderungen des Jobs verbessern.
- **Organisation:** BildungsanbieterInnen und ArbeitgeberInnen profitieren von der besseren Passung zwischen den individuellen Fähigkeiten und Interessen der TeilnehmerInnen mit den Bildungsangeboten und Jobs und haben motivierte MitarbeiterInnen/TeilnehmerInnen. Für Arbeitsagenturen, die die Weiterbildungen finanzieren, kann sich eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit ergeben. Zusätzlich reduzieren sich die Drop-Outs aufgrund adäquater Informationen und entsprechender Bildungsentscheidungen.
- **Community:** Individuen in der Community finden leichter Jobs und passende Bildungsangebote, die regionale Wirtschaftlichslage kann sich verbessern.
- **Land:** Effizienteres Arbeitskräftepotenzial und bessere Komplementarität zwischen Angebot und Nachfrage. Verbesserte Übergänge zwischen Bildung und Beruf. Zusätzlich steigt die Produktivität und sinken die Arbeitslosenzahlen, Arbeitslosengeldzahlungen oder Arbeitsunfähigkeitszahlungen. Die Dauer der Arbeitssuche/Arbeitslosigkeit wird reduziert.
- **Gesamtgesellschaft:** Im besten Fall profitiert die Gesellschaft durch zielgerichtete, produktive und lernmotivierte Individuen, die die Wettbewerbsfähigkeit des Landes erhöhen. Reduktion der Gefahr der sozialen Exklusion.

Daraus wird ersichtlich, wie weitreichend die Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung sein kann. Dies ist eine wichtige Überlegung, wenn in einem weiteren Schritt darüber nachgedacht wird, welche unterschiedlichen Typen von Wirkungen Beratung haben kann.

⁶ Vgl. ebd. S.15.

⁷ Vgl. Hooley (2014) S.16.

⁸ Vgl. ebd. S.17.

⁹ Vgl. ebd. S.17.

1.3 Typen von Wirkungen

In der Theorie gibt es viele verschiedene Systematiken der unterschiedlichen Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung, was teils zu Unübersichtlichkeit führt. Hier wird die Unterscheidung von Hughes und Gratton herangezogen, da sie die Unterscheidung zwischen individuellen und gesellschaftlichen Wirkungen mit einer zeitlichen Dimension verbinden und dadurch einen guten Überblick schaffen. Bei der zeitlichen Dimension wird zwischen unmittelbaren, mittelfristigen und langfristigen Wirkungen unterschieden.¹⁰ Dies ist wiederum ein erster Hinweis darauf, welche unterschiedliche methodische Zugänge für die Messung der jeweiligen Wirkung benötigt werden. Im Konkreten veranschaulicht Tabelle 1: Überblick über die Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung Tabelle 1 die unterschiedlichen Wirkungen.

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

Individuelle Wirkung
<p>(1) Unmittelbare Wirkung:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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. <p>(2) Mittelfristige Wirkung</p> <ul style="list-style-type: none">• Verbesserung von Kompetenzen und Fähigkeiten in Bezug auf den Umgang mit Berufs- und Bildungsentscheidungen, Erwerb von „career management skills“¹¹ wie bessere Orientierungs- und Entscheidungsfähigkeit.• Verbesserte Recherchefähigkeit• Gestaltung von Entscheidungsprozessen inklusive Umsetzung von Aktionsplänen, Bewerbungen, Umgang mit anfänglichen Enttäuschungen. <p>(3) Längerfristige Wirkung</p> <ul style="list-style-type: none">• 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
<p>Längerfristige Wirkung</p> <ul style="list-style-type: none">• ArbeitgeberInnen und Bildungsanbieter erreichen höhere Ziele, verbessern ihre Ergebnisse.• Verbesserte wirtschaftliche Entwicklung, höheres BIP-Wachstum, weniger Mangel an qualifizierten Arbeitskräften, weniger Arbeitslosigkeit.

Durch seine zeitliche Dimension erleichtert das Modell bei der Konzeption der Wirkungsmessung methodische Überlegungen und den dabei einzuplanenden verschiedenen Messzeitpunkten. Je nach Ansatz der Wirkungsmessung,¹² können daher verschiedene Typen von Wirkungen gemessen werden.

Die zeitliche Dimension ist aber auch deshalb zentral, weil in der Fachdiskussion oft davon gesprochen wird, dass gerade die langfristige Wirkung die zentrale bzw. „richtige“ Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung ist. Dies wiederum stellt die Forschung vor die Problematik, dass die Erhebung der langfristigen Wirkung oft

¹⁰ Vgl. Hughes/ Gratton (2009), S.16.

¹¹ Vgl. Krötzel (2009).

¹² Nähere Erläuterung der methodischen Ansätze siehe Kapitel 1.6 Methodische Zugänge der Wirkungsanalysen.

außerhalb der zeitlichen und finanziellen Möglichkeiten steht.¹³ In der Fachdiskussion wird in diesem Zusammenhang betont, dass Ergebnisse zu Langzeiteffekten - und vor allem Studien zum Zusammenhang zwischen dem unmittelbarem Output, einer erhöhten Teilnahme an (Weiter-) Bildung und den langfristigen sozialen und ökonomischen Wirkungen - von zentraler Bedeutung sind.¹⁴

Die wissenschaftliche Beweisführung der hier angeführten Wirkungen, ist - auch wenn diese durchaus plausibel sind - nicht einfach. Wie bereits erwähnt, sind vor allem die längerfristigen Wirkungen, welche als gesellschaftlich besonders relevant gelten, oft schwer zu messen. Dies liegt vor allem daran, dass längerfristige Wirkungen vielfältig bedingt sind und der konkrete Beitrag der Bildungs- und Berufsberatung schwer zu belegen ist.¹⁵ Auf die konkreten Herausforderungen, die bei der Messung der Wirkung entstehen, wird in Kapitel 1.5 eingegangen. Vorab soll jedoch noch eine der möglichen Wirkungen und deren verschiedene Level beleuchtet werden, die eine hilfreiche Grundlage für methodische Überlegungen sind.

1.4 Level der Wirkung und methodische Überlegungen

Bei der Identifikation von möglichen Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung haben die AkteurInnen aus der Politik und aus der Praxis oft unterschiedliche Sichtweisen. So betont Herr (2001), dass AkteurInnen der Politik eher makroökonomische Faktoren, wie beispielsweise Arbeitslosenquoten, Beschäftigungszahlen, Arbeitsmarktproduktivität fokussieren oder die Position von benachteiligten Gruppen etc. Dahingegen liegt das Interesse der PraktikerInnen eher auf einem Mikro-Level der individuellen NutzerInnen und deren erreichten Lernerfolgen, beruflichen Zielen, Arbeitszufriedenheit etc.¹⁶

Um sich konkreter vor Augen zu führen, welche Art von Wirkung ein Beratungsangebot haben kann, macht es Sinn, die Levels der Wirkung von Kirkpatrick¹⁷ zu betrachten, der die möglichen Wirkungen auf vier strukturell verschiedenen Levels unterscheidet.¹⁸ Zusätzlich wird hier in Anlehnung auf Hooleys Anregung ein Level für die Einstellungsveränderungen ergänzt, um das Modell zu vervollständigen.¹⁹

- (1) **Reaktion:** Auf diesem Level wird beleuchtet, welche Erfahrungen die TeilnehmerInnen mit der Beratung gemacht haben.
- (2) **Lernerfahrung:** Hierbei wird analysiert, inwiefern die TeilnehmerInnen in der Beratung Neues gelernt haben (z.B. Career Management Skills).
- (3) **Einstellung:** Dabei geht es darum, emotionale Veränderungen zu erfassen, wie beispielsweise ein wachsendes Selbstvertrauen oder ein verringertes Angstgefühl.
- (4) **Verhalten:** Auf diesem Level geht es darum zu beleuchten, ob sich das Verhalten der TeilnehmerInnen verändert hat, wie es beispielsweise in einer Kursteilnahme, in der aktiven Suche nach einem neuen Job, die Aufnahme einer Arbeit etc. zum Ausdruck kommt.
- (5) **Ergebnis:** Hierbei geht es um beobachtbare Wirkungen für das System, Organisationen oder Individuen, wie beispielsweise eine steigende Bildungsbeteiligung, eine sinkende Arbeitslosenquote etc.

Dieses Modell verschafft einen guten Überblick über verschiedene mögliche Wirkungen und bringt einen bei der Überlegung, was bei einer Wirkungsmessung gemessen werden kann, einen Schritt näher. Zusätzlich ist die Auflistung der verschiedenen Levels hilfreich bei der Wahl einer Methode, mit deren Hilfe die Wirkung gemessen wird. So wird die Wirkung auf **Level 1 (Reaktion)** zumeist mit Feedbackfragebögen oder Zufriedenheitsbefragungen erhoben.²⁰ Dahingegen wird bei **Level 2 (Lernerfahrung)** die Entwicklung und/oder Verbesserung der Career Management Skills häufig durch verschiedene Tests, die eben diese Skills messen, vor und nach der Beratung gemessen. Manchmal wird auch mittels Vergleichsgruppen die Entwicklung der Skills bei Personen, die eine Beratung erhalten und solchen, die keine Beratung erhalten haben, verglichen. Das **Level 3 (Einstellung)** kann entweder durch spezifische Tests zur Einstellung vor und nach der Beratung erhoben werden, oder auch durch die subjektive Einschätzung der TeilnehmerInnen. Um das **Level 4 (Verhalten)** zu

¹³ Vgl. Maguire/Killeen (2003) S.4.

¹⁴ Vgl. Watts (1992), nach Maguire/Killeen (2003) S.18.

¹⁵ Vgl. Krötzel (2011) S.187.

¹⁶ Vgl. Herr (2001), nach Maguire/Killeen (2003) S.6.

¹⁷ Vgl. Kirkpatrick (1994).

¹⁸ Vgl. Kirkpatrick (1994), nach Hooley (2014) S.16.

¹⁹ Vgl. Hooley (2014) S.16.

²⁰ Vgl. ebd. S.29.

messen, ist es wichtig, dass dieses mit einem zeitlichen Abstand zur Beratung gemessen wird. Zusätzlich muss der Unterschied zwischen tatsächlichem Verhalten und berichtetem Verhalten bewusst sein und es macht durchaus Sinn, diese beiden Elemente auch gegenüber zu stellen. Auch hierbei werden oft psychologische Messinstrumente eingesetzt, um das Verhalten zu messen, da es oft schwierig ist, ein Verhalten, wie zum Beispiel die Berufswahlreife, zu messen.²¹ **Das Level 5 (die Resultate)** wird häufig durch ökonomische Berechnungen untersucht, bei denen beispielsweise das BIP, die öffentlichen Ausgaben für Bildung o.ä. berechnet werden.²² Daraus wird nun deutlich, wie unterschiedlich die methodischen Zugänge sein können und dass diese je unterschiedliche Wirkungen messen.

Eine weitere Herangehensweise der Wirkungsmessung, ist eine aus der Evaluationsforschung, die sich mit (sozialen) Veränderungen beschäftigt. Hier werden Wirkungen als Veränderungen definiert, die gewünscht (intendierte Wirkung) oder auch nicht gewünscht sind (nicht intendierte Wirkung). Diese können wiederum auf unterschiedliche Ebenen bezogen werden. Sie werden rückblickend schrittweise von einem bestimmten Zielzustand aus konstruiert.²³ Damit wird ein theoretisches Gerüst für das Erreichen einer Veränderung erstellt, bei dem die einzelnen Elemente zur Zielerreichung spezifiziert werden. Diese Elemente in eine zeitliche Abfolge zu bringen, führt zu einer Wirkungskette, auf die die Messungen abgestimmt werden können.

Konkret wird auf die verschiedenen methodischen Zugänge im Kapitel 1.6 eingegangen. Vorab soll jedoch nochmals kurz auf die Herausforderungen bei der Messung der Wirkung von Bildungs- und Berufsberatung eingegangen werden.

1.5 Herausforderungen der Messung

Eine Herausforderung bei der Messung der Wirkung von Bildungsberatung, ist, dass das Sample der NutzerInnen nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung ist.²⁴ Vielmehr sind die TeilnehmerInnen beispielsweise auf dem Bildungsniveau eine hochselektive Gruppe²⁵, was wiederum eine allgemeine Aussage über die Wirkung erschwert. In diesem Zusammenhang macht es durchaus Sinn, vorab zu betrachten, welche Zielgruppe ein Beratungsangebot erreicht, um die Wirkung genauer spezifizieren zu können.

Eine andere Problematik, die damit in Zusammenhang steht, ist, dass die Wirkung des Beratungsangebotes stark vom Bildungshintergrund bzw. der sozialen, persönlichen und beruflichen Geschichte der einzelnen Individuen abhängt und dadurch auch schwer verallgemeinert werden kann.²⁶

Zusätzlich muss bei der Messung der Wirkung von Beratungsangeboten immer mitgedacht werden, was das konkrete Ziel des Angebotes ist. So kann die Beratung nämlich viele verschiedene Wirkungen haben und in manchen Bereichen effektiv sein und in anderen wiederum nicht.²⁷

Eine weitere Problematik ist, dass der Effekt der Bildungsberatung nicht isoliert werden kann bzw. nur schwer von anderen Arten der Information und Anregungen, wie Rat von Freunden und Familie, dem Einfluss von Medien, Zufall etc., zu trennen ist.²⁸ Zusätzlich gibt es viele verschiedene Faktoren, die den Outcome von Bildungs- und Berufsberatung beeinflussen, die in Studien schwer bis gar nicht separiert werden können.²⁹ Die Zusammenhänge zwischen der Beratungsleistung und spezifischen Ergebnisfaktoren ist daher aufgrund anderer möglicher Einflüsse meist nicht zuverlässig ermittelbar.³⁰ Besonders problematisch ist dies vor dem Hintergrund, dass sich laut verschiedener Theorien der „wahre“ Beratungseffekt erst zeitverzögert zeigt und je mehr Zeit vergeht, desto mehr zusätzliche Faktoren können das Ergebnis beeinflusst haben.³¹ Die Wirkung, die tatsächlich auf die Beratung und nicht auf sonstige Entwicklungen des Individuums, der Gesellschaft oder des Arbeitsmarktes zurückzuführen ist, wird im Jargon der Evaluationsforschung „Netto-Wirkung“ genannt. Diese

²¹ Vgl. Hooley (2014) S.29.

²² Vgl. ebd. S.29.

²³ In der Literatur auch unter den Begriffen „Theory of Change“ oder „Logic Model“ diskutiert.

²⁴ Vgl. Maguire/Killeen (2003), nach Albrecht et al. (2012) S.6.

²⁵ Vgl. Kuwan (2012), nach Albrecht et al. (2012) S.6.

²⁶ Vgl. Hooley (2014) S.15.

²⁷ Vgl. ebd. S.15.

²⁸ Vgl. Herr (2001), nach Albrecht et al. (2012), S.6.

²⁹ Vgl. Hughes et al. (2002), S.19

³⁰ Vgl. Albrecht et al. (2012) S.6.

³¹ Vgl. Maguire/Killeen (2003), nach Albrecht et al. (2012) S.6.

kann „im Feld“, also in nicht-experimentellen Versuchsanordnungen, immer nur näherungsweise isoliert werden.

Zudem ist die Bildungs- und Berufsberatung häufig mit anderen Bildungs- oder Beratungsangeboten verschachtelt, was das separieren der Wirkung zusätzlich erschwert.³²

Erschwert wird die Messung des Beratungserfolges auch dadurch, dass kein Konsens über die zu messenden Ergebnisse besteht oder die dafür angemessene Methode.³³ So sprechen Maguire und Killeen davon, dass „greifbare bzw. harte“ Erfolge - wie die Aufnahme einer Lernaktivität oder den Eintritt in Beschäftigung – die zentralen zu messenden Indikatoren sind.³⁴ Watts betont wiederum, dass die am besten und einfachsten zu messenden Indikatoren die Lernerfolge sind.³⁵ Auch über die Breite des Spektrums der Effekte von Bildungs- und Berufsberatung wird rege diskutiert. Maguire und Killeen warnen davor, ein zu breites Spektrum an Nebeneffekten miteinzubeziehen, die nicht zum Fokus oder Aufgabengebiet der Beratung gehören. Dabei wird vor allem vor der fälschlichen Quantifizierung von qualitativen und subjektiven Faktoren gewarnt.³⁶ Auch Watts warnt davor, dass das Spektrum der Wirkung zu weit gefasst wird und sogenannte Nebeneffekte – wie z.B. die Bildungsmotivation oder andere Einstellungsveränderungen - zu messen und dadurch vom Fokus auf die Aufnahme von Lernangeboten oder Beschäftigung abzukommen.³⁷ Andere AutorInnen plädieren wiederum für die Einbeziehung sogenannter weiterer Erfolgsfaktoren, wie beispielsweise der Einstellung.³⁸ In der Literatur lassen sich unterschiedliche Studien finden, die zusätzlich zur Aufnahme von Arbeit oder der Teilnahme an Bildungsangeboten, auch die Einstellungsänderungen messen und dabei signifikante Zusammenhänge fanden.³⁹ Killeen et al. konnten sogar zeigen, dass Einstellungsveränderungen Vorgänger für ökonomische Wirkungen sind.⁴⁰

Eine Problematik die weniger die Wirkungsmessung selbst betrifft, sondern vielmehr den Umgang mit den Ergebnissen, bezieht sich darauf, dass der Vergleich der Ergebnisse verschiedener Studien problematisch ist, wenn die Beratungsangebote in Intensität, Zielgruppe etc. stark variieren.⁴¹ Ein systematischer Überblick oder Vergleich der verschiedenen Ergebnisse wird daher fast unmöglich.

All diese Herausforderungen gilt es nun durch einen passenden methodischen Zugang zu bewältigen. Die verschiedenen Zugänge werden dabei im folgenden Kapitel veranschaulicht.

1.6 Methodische Zugänge der Wirkungsanalysen

Nachdem nun verschiedene Überlegungen zu der möglichen Wirkung von Bildungsberatung gemacht und sowohl die verschiedenen Ebenen, Typen und Levels beleuchtet wurden, geht es in diesem Schritt nun darum, zu überlegen, wie die Wirkung gemessen werden kann. Dafür waren die vorab angestellten Überlegungen zu den Ebenen, Typen und Levels eine wichtige Grundlage. Hier gilt es zu überlegen, welche Wirkung wie gemessen werden kann. Die verschiedenen methodischen Zugänge werden in folgendem Abschnitt vorgestellt, wobei diese Systematik an Käßplinger (2014) angelehnt ist.⁴²

1.6.1 Unmittelbare Nachbefragung

Bei der unmittelbaren Nachbefragung kann naheliegenderweise nur die unmittelbare Wirkung gemessen werden. In diesem Zusammenhang werden meist Feedbackbögen an die TeilnehmerInnen ausgeteilt, die neben der Wirkung vor allem die KundInnenzufriedenheit messen sollen. Diese unmittelbaren Nachbefragungen können allerdings auch in qualitativer Form als Interview stattfinden, die meist mehr ins Detail gehen.

Wichtig ist dabei zwischen reiner Zufriedenheitsbefragung, bei der es „nur“ um die Zufriedenheit mit dem Service der Beratung geht, und einer Wirkungsmessung, bei der auch Einstellungsveränderungen, Informations- oder Kompetenzzuwachs, Bewältigungsressourcen, zukünftige Handlungen etc. erfragt werden,

³² Vgl. Hooley (2014), S.15; Hughes et al. (2002) S.19.

³³ Vgl. Hughes (2002), nach Albrecht et al. (2012) S.6.

³⁴ Vgl. Maguire/Killeen (2003), nach Albrecht et al. (2012) S.7.

³⁵ Vgl. Watts (1999), nach Albrecht et al. (2012) S.7.

³⁶ Vgl. Maguire/Killeen (2003), nach Albrecht et al. (2012) S.7.

³⁷ Vgl. Watts (1999), nach Maguire/Killeen (2003) S.5.

³⁸ Vgl. Käßplinger (2010), nach Albrecht et al. (2012) S.7.

³⁹ Vgl. Maguire/Killeen (2003) S.5.

⁴⁰ Vgl. Killeen et al. (1992) nach Maguire/Killeen (2003), S.5.

⁴¹ Vgl. Hughes et al. (2002) S.19.

⁴² Vgl. Käßplinger/ Lichte/ Rämer (2014).

zu unterscheiden. Die Methode der unmittelbaren Nachbefragung wurde in der vorliegenden Studie verwendet und durch eine Befragung davor und einige Monate nach der Beratung erweitert.

1.6.2 Monitoring und Vergleich mit anderen Statistiken

In der Bildungs- und Berufsberatung ist das Sammeln von Monitoring-Daten ein alltäglicher Vorgang. Bei einem Monitoring werden systematisch und kontinuierlich Daten zu bestimmten Vorgängen oder Prozessen gesammelt und analysiert. Zentral dabei ist der zeitliche Faktor der regelmäßigen Durchführung. Ziel dabei ist es, die Soll-Situation mit der Ist-Situation zu vergleichen, um bei Bedarf eingreifen zu können.⁴³

Wirkungszusammenhänge werden durch ein Monitoring im Allgemeinen nicht direkt erfasst.⁴⁴ Monitoring-Daten sind jedoch eine zentrale Grundlage, um die erreichte Zielgruppe zu beschreiben, was wiederum einen wichtigen Grundbaustein der Wirkungsanalyse darstellt. Zusätzlich können Monitoring-Daten in Kombination mit anderen Daten aus anderen Statistiken oder Erhebungen Aufschluss über die Wirkung der Beratung geben.

Welche Daten innerhalb des Monitoring gesammelt werden, hängt von dem jeweiligen Zugang ab. Meist ist es so, dass je niederschwelliger der Zugang ist, desto weniger Daten werden erhoben, je höherschwelliger der Zugang ist, desto mehr Daten werden erhoben. Aber auch bei sehr niederschwelligen Projekten, bei denen die KlientInnen oft anonym sind und es sich teils nur um kurze KlientInnenkontakte handelt, werden doch zum Monitoring grundlegende soziodemographische Daten - wenn auch oft durch Selbsteinschätzung der BeraterInnen - wie z.B. Alter, Geschlecht und Thema der Beratung, gesammelt. Allgemein werden meist folgende Daten gesammelt:

- Soziodemographische Daten (Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund)
- Daten zur Bildungs- und Erwerbsbiographie (höchster Bildungsabschluss, Erwerbsstatus)
- Daten zur Beratung (Anlass, Form der Beratung, Thema der Beratung, Ergebnis)

Die BIZ-Beratungen im AMS werden seit Jahren dokumentiert. Die Möglichkeit einer anonymen Beratung existiert nicht mehr. Individuelle Beratungen bei Aktionstagen außerhalb des AMS werden nicht im Monitoring erfasst. Beratungsleistungen für Schulgruppen werden als solche dokumentiert. Darüber hinaus finden quartalsmäßig telefonische Zufriedenheitsbefragungen statt. Die BeratungskundInnen können sich freiwillig nach der Beratung in eine Liste eintragen. Diese Liste wird dann für die Telefonbefragung durch ein externes Institut genutzt.

1.6.3 Analyse der Beratungsgespräche

Eine weitere Möglichkeit, die Wirkung von Beratung zu erheben, ist es, Beratungsgespräche zu analysieren. Der Fokus liegt dabei auf der Mikroebene, d.h. darauf, was im Beratungsgespräch passiert.⁴⁵ Es wird beleuchtet, was in der Beratung passiert und wozu dies führt. Es geht um eine sehr unmittelbare Wirkung und nicht um mittel- oder langfristige Wirkungen. Der Beratungsprozess selbst wird sehr genau beleuchtet, wodurch klar wird, welche einzelnen Interaktionen wie wirken, und welche Schritte und Abfolgen im Beratungsprozess wiederkehren.⁴⁶ Das konkrete Forschungsinteresse liegt bei so einer Methode im Erkenntnisgewinn zu den Interaktionsprozessen, Gesprächsführung und Entwicklung der Beratungsmethode. Auch kann damit gezeigt werden, wie sich Beratung in der Praxis realisiert.⁴⁷ In der Wirkungskette von Beratung ist das Gespräch das zentrale Element. Trotzdem ist das Gespräch selbst sehr selten Gegenstand der Analyse. Grundlage einer solchen Analyse sind Tonbandaufnahmen von Beratungsgesprächen, die mit verschiedenen qualitativen textanalytischen Methoden analysiert werden können.

1.6.4 Längsschnittstudien im Paneldesign

Längsschnittanalysen werden herangezogen, um Prozessaspekte zu beleuchten und auch mittel- und langfristige Wirkungen zu messen. Die Prozesse werden dabei durch den Vergleich von Momentaufnahmen erschlossen, wobei empirische „Beobachtungen“, die zu verschiedenen Zeitpunkten auf vergleichbare Weise bei der gleichen Personengruppe erhoben wurden, verglichen werden.⁴⁸ Längsschnittstudien sind dabei nicht

⁴³ Vgl. Käßplinger/ Lichte/ Rämer (2014) S. 219.

⁴⁴ Vgl. Stockmann (2004) S.9f.,nach Käßplinger (2014) S.220.

⁴⁵ Vgl. Käßplinger/ Lichte/ Rämer (2014) S.224.

⁴⁶ Vgl. Gieseke et al. (2014) S.81f.

⁴⁷ Vgl. ebd. S.81.

⁴⁸ Vgl. Strehmel (2000) S.98.

an spezifische Erhebungsmethoden geknüpft.⁴⁹ Es können beispielsweise sowohl quantitative Befragungen wie auch qualitative Interviews geführt werden. Die Erhebung kann mehrmals, muss jedoch mindestens zweimal stattfinden, wobei die Zeitintervalle bei allen Werten ident sein müssen.⁵⁰

Bei Längsschnittstudien gibt es verschiedene Designs, wobei das Paneldesign für die Wirkungsmessung das relevanteste ist. Bei Paneldesigns werden die gleichen Inhalte zu mehreren Zeitpunkten bei der gleichen Stichprobe erhoben. Das können z.B. bestimmte Kompetenzen, der Erwerbsstatus oder die Motivation sein. Ein Paneldesign ermöglicht es, Veränderungen auf individueller Ebene nachzuvollziehen.⁵¹ Problematisch bei Panelstudien ist allerdings das Wegfallen von Personen aus der Stichprobe, zum Beispiel durch Verweigerung, Nichterreichbarkeit usw. Diese sogenannte Panelmortabilität gilt es möglichst gering zu halten, beispielsweise durch gute Adressdatenpflege oder durch den Aufbau einer vertrauensvollen und wertschätzenden Beziehung bei den Interviews etc.⁵²

Durch Längsschnittstudien können hinsichtlich des Verbleibs in Bildung und Beschäftigung, sowie des Verlaufes von bildungs- und berufsbezogenen Veränderungen wichtige Ergebnisse gewonnen werden.⁵³ Zu bedenken ist dabei, dass langfristige Wirkungen immer von vielfältigen Faktoren abhängig sein können und der spezifische Beitrag der Bildungs- und Berufsberatung schwer zu belegen bzw. herauszufiltern ist.⁵⁴

Längsschnittstudien sind sehr zeitintensiv und dadurch auch sehr kostenaufwendig.⁵⁵

1.6.5 Kompetenzmessung vor und nach der Beratung

Bei dieser Methode werden Veränderungen bei den Kompetenzen oder der Einstellung vor und nach der Beratung untersucht. Bei den Kompetenzen werden meist die sogenannten Career-Management-Skills beleuchtet. Für die Messung der Kompetenzen oder der Einstellung werden meist vielfach erprobte psychologische Tests herangezogen, welche vor und nach der Beratung durchgeführt werden. Diese Methode wird häufig mit einem Kontrollgruppendesign kombiniert, so dass die Entwicklung und Veränderung der Kompetenzen sowohl bei der Untersuchungsgruppe, die die Beratung erhalten hat, wie auch bei der Kontrollgruppe, die keine Beratung erhalten hat, gemessen werden. Dadurch kann der Netto-Effekt der Beratung berechnet werden.

1.6.6 Studien mit Kontrollgruppendesign

Eine Kontrollgruppe wird meist gebildet, um die Gültigkeit (Validität) von Ergebnissen zu erhöhen, d.h. zu testen, ob die untersuchten Effekte oder Wirkungen nicht durch andere Faktoren als der Beratungsleistung beeinflusst sind. Dieser Methode liegt die Annahme zugrunde, dass die auf die Bildungsberatung bezogene Wirkung ohne Einsatz dieser Maßnahme ausbleibt. Dabei wird systematisch zu der Gruppe der TeilnehmerInnen an Bildungs- und Berufsberatung (Experimentalgruppe) eine Kontrollgruppe gebildet, die an dieser Maßnahme (Beratung) *nicht* teilgenommen hat.⁵⁶

Diese Kontrollgruppe zu bilden, ist jedoch an einige Herausforderungen geknüpft. Eine davon besteht darin, dass es bei vielen Themenbereichen ethisch problematisch ist, eine Gruppe von der Maßnahme auszuschließen.⁵⁷ Eine Möglichkeit der Zuordnung von Personen zur Experimentalgruppe oder Kontrollgruppe, ist die Randomisierung, bei der Personen durch Zufall zugeordnet werden.⁵⁸ In der Praxis kann diese Randomisierung oft nicht durchgeführt werden und es wird auf ein quasi-experimentelles Design zurückgegriffen, bei dem „natürliche Gruppen“ miteinander verglichen werden. Diese sind im Vergleich zum randomisierten Vorgehen weniger aussagekräftig. Der Kontrolle der personenbezogenen Störvariablen muss besonderes Augenmerk geschenkt werden.⁵⁹

Bei manchen Fragestellungen im AMS-Kontext ist es möglich, statistische „Zwillinge“ aus den Monitoring-Daten zu ziehen und somit im Nachhinein eine „künstliche“ Kontrollgruppe zu bilden. Bei der Frage nach der Wirkung

⁴⁹ Vgl. Diekmann (2002) S.272.

⁵⁰ Vgl. ebd. S.277.

⁵¹ Vgl. ebd. S.267.

⁵² Vgl. ebd. S.271.

⁵³ Vgl. Käßlinger/ Lichte/ Rämer (2014) S.228.

⁵⁴ Vgl. Krötzel (2011) S.189.

⁵⁵ Vgl. Bortz/ Döring (2005) S.565.

⁵⁶ Vgl. ebd. S.116.

⁵⁷ Vgl. ebd. S.116.

⁵⁸ Vgl. ebd. S.116.

⁵⁹ Vgl. ebd. S.117.

der BIZ-Beratung ist von diesem Vorgehen abzuraten, da sich die statistischen Zwillinge in ihrer Motiv- und Bedürfnislage vor der Beratung gleichen müssten. Durch Beratung wird (üblicherweise) immer ein Bedarf gedeckt, ein konkretes Anliegen zu bearbeiten. Diesen Bedarf kann man aus den AMS-Monitoring-Daten oder Hauptverbandsdaten nicht entnehmen. Und eine nachträgliche Befragung zu einem potentiellen Beratungsbedarf in der Kontrollgruppe, ist hinsichtlich des Aufwandes und der erwarteten Ergebnisse keine empfehlenswerte Vorgehensweise. Fallweise wird bei Studien tatsächlich vor einer Beratung aktiv randomisiert zu der Kontroll- und Versuchsgruppe zugeordnet. Im AMS-Kontext denkbar wäre ein Vergleich von verschiedenen Beratungsarten mit aktiver Zuordnung zu den Beratungstypen.

1.6.7 Kosten-Nutzen-Analysen

Bei einer Kosten-Nutzen-Analyse wird ein ökonomischer Zugang gewählt und die Kosten dem Nutzen der Beratung gegenübergestellt. Voraussetzung für eine solche Berechnung ist, dass die Kosten und der Nutzen monetär fassbar sind. Monetär nicht oder schwer fassbare Wirkungen, wie beispielsweise die persönliche Zufriedenheit, körperliche und physische Verbesserungen etc. können bei einer solchen Berechnung nicht miteinbezogen werden.⁶⁰ In einer Formel ausgedrückt, kann einer Kosten-Nutzenanalyse folgende Berechnung zugrunde liegen⁶¹:

$$\text{Differenz des Nutzens} = \text{Gesamtnutzen für alle Individuen} - \text{Gesamtkosten der BB}$$

Dabei erzielt die Bildungsberatung ein positives Ergebnis, wenn der Gesamtnutzen der Bildungsberatung für alle Individuen größer ist als die Gesamtkosten.⁶² Die Gesamtkosten der Bildungsberatung hängen dabei von der Anzahl der TeilnehmerInnen ab. Je mehr TeilnehmerInnen mit einem positiven individuellen Nutzen teilnehmen, desto höher ist der Gesamtnutzen. Zusätzlich hängt diese Berechnung von dem Zeitpunkt der Betrachtung ab. Bei kurzfristigen Betrachtungen fallen die Kosten für den Ausbau der Bildungsberatung relativ stark ins Gewicht, da sie nur für einen kurzen Zeitraum umgelegt werden können.⁶³

1.6.8 Meta-Analyse

Bei einer Meta-Analyse handelt es sich um eine Sekundäranalyse, bei der die Rohdaten nicht erneut ausgewertet werden, sondern die Ergebnisse mehrerer Untersuchungen zum gleichen Thema. Durch diese Zusammenschau der verschiedenen Ergebnisse ist es möglich, ein präzises Gesamtbild über den Forschungsstand zu erstellen.⁶⁴

Bei einer Meta-Analyse ist es möglich, zu beleuchten, inwieweit eine kausale Beziehung generalisierbar ist. Durch die Beleuchtung von Ergebnissen vergleichbarer Untersuchungen – die sich immer anhand der UntersuchungsteilnehmerInnen, dem Untersuchungszeitpunkt und auch in den Untersuchungsbedingungen unterscheiden – kann überprüft werden, wie stark der kausale Zusammenhang ist, bei welchen Subgruppen und Bedingungen er auftritt bzw. in welcher Weise die Generalisierung eingeschränkt ist.⁶⁵

⁶⁰ Vgl. Schanne/Weyh (2014) S.41.

⁶¹ Vgl. Albrecht et.al. (2012) S.28.

⁶² Vgl. ebd. S.28.

⁶³ Vgl. ebd. S.28.

⁶⁴ Vgl. Bortz/ Döring (2005) S.374.

⁶⁵ Vgl. ebd. S.523.

2 Angewandte Methoden

Als Herangehensweise an die Wirkungsmessung wurde, in Anlehnung an die Theory of Change, die Frage gestellt, was sich durch die BIZ-Beratung ändern kann und wie diese Änderung (Wirkung) zustande kommt. In einem Workshop mit den Forschungsbeauftragten und LeiterInnen der BIZ-Beratung wurden mögliche Wirkungen in einem Brainstorming gesammelt, kategorisiert und Indikatoren gebildet. Sie umfassen unmittelbare, mittelfristige und langfristige Wirkungen.

Tabelle 2: Dimensionen, Ziele und Indikatoren von Beratung in den BIZ

Dimension	Indikatoren und Ziele der BIZ-Beratung	Wirkungszeitpunkt
Wissen	<ul style="list-style-type: none"> Wissen/Informationsstand ist gewachsen (z.B. Berufs-/Ausbildungsangebot/-Anforderungen/-Inhalte) Abgleich von Wünschen und Realität Weg(e) zum Ziel kennen Standortbestimmung Alternativen erfahren 	unmittelbar
Skills/ Fähigkeiten	<ul style="list-style-type: none"> Fähigkeit zur Selbsthilfe (z.B. Anwendung des Wissens über Infosysteme, Infoquellen) Entscheidungsvorbereitung/Anwenden von Methoden zur Entscheidungsfindung 	unmittelbar / mittelfristig
Einstellungen	<ul style="list-style-type: none"> Positive Einstellung zur Arbeit/Ausbildung/eigenen Zukunft Stärkung der Bildungsbereitschaft Gewinnen einer neuen Perspektive Erweiterung der eigenen Perspektive Positives Selbstbild (erhöhte) Selbstwirksamkeitsüberzeugung 	unmittelbar / mittelfristig
Emotionen	<ul style="list-style-type: none"> 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 	unmittelbar / mittelfristig
Kognition	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Eigenaktivität, Initiative ergreifen Sich aktiv mit der eigenen Berufsorientierung befassen Entwickeln und/oder umsetzen von neuen Wegen/Möglichkeiten/Ideen Ausbildungs-/Arbeitsbeginn 	mittelfristig
Beratungs- ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> „Konkretes“ mitgenommen: z.B. ein realistischer Umsetzungsplan, Verweis auf andere Stellen, Geldgeber, Plan „B“ 	unmittelbar / mittelfristig
Arbeitsmarkt	<ul style="list-style-type: none"> Erfolgreicher Aus-/Weiterbildungsabschluss Arbeitsaufnahme (nach Ausbildung) Nachhaltige Integration in den Arbeitsmarkt / nachhaltige Erwerbstätigkeit 	langfristig

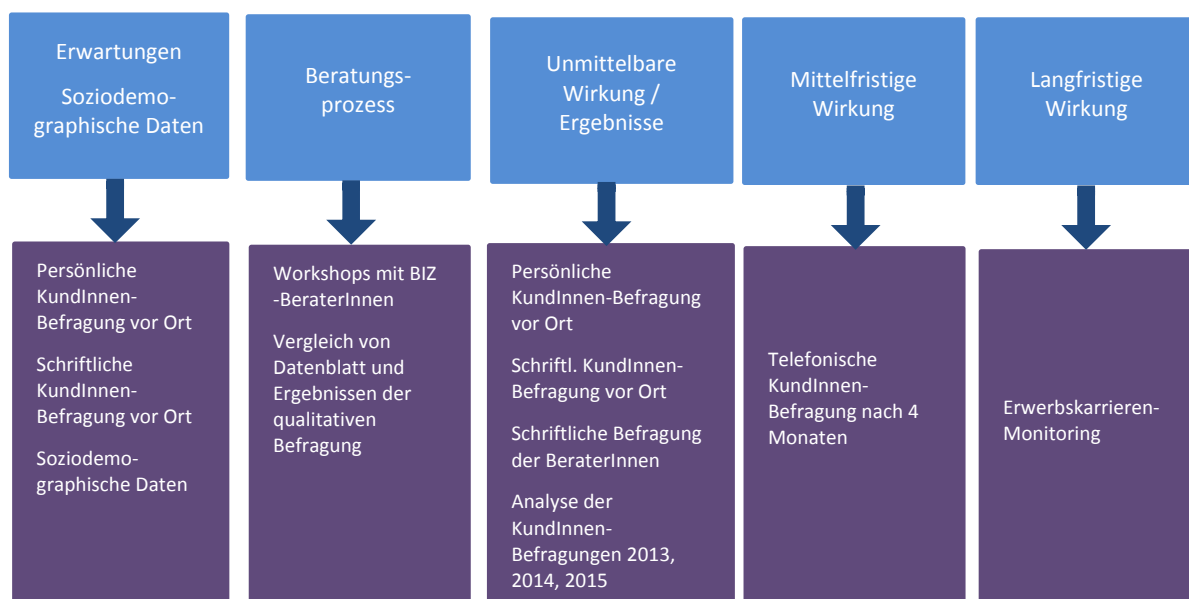
Die Zuordnung der Indikatoren zu den Dimensionen der Wirkung in Tabelle 2 ist nicht immer eindeutig. Einstellungen entstehen – grob formuliert – aus wiederholten Gedankengängen, begleitet von Emotion. Einen Überblick über Konzepte und Theorien von Einstellung und Motivation gibt der AMS Report 100.⁶⁶ Die „Dimensionen“ dienen in der Ergebnisdarstellung als Überschriften, die Indikatoren wurden in unterschiedlichen Erhebungsformen abgefragt.

Ebenso ist eine Trennung zwischen Ergebnis und Wirkung schwierig. Sie erfolgt hier insofern, als dass ‚Beratungsergebnis‘ als Klärung von Anliegen und konkreten weiteren Schritten definiert wird. Letzteres wurde im Rahmen des Workshops als Ziel der Beratung benannt: Niemand soll die Beratung „mit leeren Händen“ im übertragenen Sinn verlassen. Jede/r Beratungskunde/in soll sich über den nächsten Schritt im Klaren sein. Das Ergebnis umfasst also konkrete Handlungen oder deren Planung.

Die Indikatoren wurden in der Folge mittels quantitativer und qualitativer Methoden operationalisiert und erhoben/gemessen. Zusätzlich wurden vorhandene Daten aus dem Erwerbskarrieremonitoring ausgewertet und das quartalsmäßige Monitoring in Form telefonischer KundInnenbefragungen verwendet. Letzteres gibt Auskunft darüber, als wie hilfreich die Beratung empfunden wurde.

In Abbildung 3 sind die Erhebungsmethoden dem Input-Prozess-Outcome-Modell (vgl. Kapitel 1.1, Abbildung 3, Abbildung 2,) zugordnet. Als relevanter „Input“ wurde die Erwartung der KundInnen bereits vorab als Untersuchungsgegenstand ausgewählt. Im Rahmen der IBOBB-Zertifizierung wurde nämlich festgestellt, dass hier noch Wissensbedarf besteht. Die Erwartungen von KundInnen beeinflussen den Beratungsprozess und die Wirkung, so die Hypothese. Diese wurden in den qualitativen Interviews und in einem quantitativen Fragebogen erfasst. Darüber hinaus wurden im Rahmen der Auswertung, soweit die jeweiligen Daten dies zuließen, die Region/das Bundesland, das Alter, Geschlecht und die Ausbildung der BeratungskundInnen bei der Wirkungsanalyse berücksichtigt.

Abbildung 3: Input-Prozess-Outcome-Modell und verwendete Messmethoden



Qualität und Wirkung gehen Hand in Hand. Die Qualität von Beratung zeigt sich darin, wie der Beratungsprozess organisiert ist und abläuft. Rahmenbedingungen wie Kostengestaltung, Anbieterneutralität⁶⁷, Zielgruppenfokussierung, Arbeitsbedingungen und Handlungsspielräume von BeraterInnen, Zieldefinition/Vorgaben für die Beratung und Ausbildung der BeraterInnen sind relevant. Diese wurden in zwei Workshops mit BIZ-BeraterInnen in Tirol und Burgenland thematisiert und waren Gegenstand von fünf

⁶⁶ Egger-Subotitsch / Poschalko / Kerschbaumer (2014).

⁶⁷ Unter „Anbieterneutralität“ wird verstanden, dass die Empfehlungen in der Beratung ohne dahinterliegendes Eigeninteresse einer Organisation getätigt werden, keine Provisionen für Vermittlung in eine Ausbildung etc. vergeben werden.

ExpertInneninterviews zur Frage „Was ist gute Beratung?“. Daraus wurden Empfehlungen für die BIZ-Beratung abgeleitet.

Entscheidend für die Wirkung einer Beratung sind die Kommunikationsprozesse in der Beratung selbst, die im Rahmen der Studie nicht direkt beobachtet werden konnten. Rückschlüsse auf den Kommunikationsprozess sind jedoch möglich, indem sowohl die BeraterInnen als auch die BeratungskundInnen unmittelbar nach der Beratung nach deren Anliegen und dem Beratungsergebnis gefragt wurden. Erstere hielten dies am Datenblatt fest. Zweitere wurden von wissenschaftlichen MitarbeiterInnen von abif persönlich befragt. Gibt es Diskrepanzen, so kann darauf geschlossen werden, dass im Kommunikationsprozess etwas schiefgelaufen ist.

Die Indikatoren wurden durch Anwendung folgender Methoden gemessen (quantitativ) bzw. beschrieben (qualitativ).

2.1 Qualitative Befragung (Panel): KundInnenbefragung vor Ort und telefonisch vier Monate später im Jahr 2015

Im Rahmen der Studie wurden insgesamt 18 persönliche Interviews in vier BIZ-Beratungsstellen im Burgenland sowie in zwei BIZ-Beratungsstellen in Tirol geführt. Unter den befragten Personen waren 11 Frauen und 7 Männer im Alter zwischen 17 und 36 Jahren, wobei die Mehrheit zwischen 19 und 23 Jahren alt war (Durchschnitt: 23,6). Der Ausbildungshintergrund der BIZ-KundInnen reichte von Pflicht- oder Lehrabschluss über Handelsschule, allgemeine bzw. berufsbildende höhere Schule bis Universitätsstudium.

Ziel war es, die Erwartungen (vor der Beratung) und die unmittelbare Wirkung der Beratung sowie auch deren Qualität aus Sicht der KundInnen zu erheben. Die KundInnen wurden daher sowohl direkt vor als auch direkt nach ihrem Beratungstermin interviewt.

Die Fragen *vor* der Beratung beinhalteten:

- Gibt es ein bestimmtes Anliegen oder eine konkrete Frage?
- Was ist das Anliegen/die Frage?
- Was wird von der Beratung erwartet?

Die Fragen *nach* der Beratung beinhalteten:

- Wie geht es dem Kunden/der Kundin nach der Beratung?
- Wurde das Anliegen geklärt?
- Wurde eine bestimmte Fragestellung für die Beratung erarbeitet? Worüber wurde gesprochen?
- Worüber wurde Neues erfahren?
- Was ist aus Sicht des/der Kunden/in das Ergebnis der Beratung?
- Wird sich etwas aufgrund des Gesprächs verändern?

Die BIZ-BeraterInnen füllten im Anschluss an jede Beratung ein Datenblatt zu den Anliegen und Beratungsergebnis zu der beratenen Person aus. Diese wurden mit den Aussagen der KundInnen verglichen.

Um die mittelfristige Wirkung der BIZ-Beratung besser beurteilen zu können, wurden die interviewten KundInnen 4 bis 5 Monate später nochmals telefonisch zu ihrer beruflichen Situation befragt (Kap. 6). Im Rahmen dieser telefonischen Nachbefragung wurden alle Personen, die im persönlichen Interview ihr Einverständnis gegeben hatten, kontaktiert. Von diesen konnten 87% erreicht (n=13) und ein Gespräch geführt werden.

Der Fokus des Gesprächs lag dabei auf drei zentralen Leitfragen:

1. Hat sich seit dem Termin im BIZ im März/April etwas bei der beruflichen Situation verändert?
2. Wie hilfreich wird die BIZ-Beratung im Nachhinein eingeschätzt?
3. Gab es nochmal Kontakt oder Beratung seitdem oder ist geplant noch einmal in die BIZ-Beratung zu gehen?

2.2 Standardisierte schriftliche Befragung vor Ort im Jahr 2015

Neben den persönlichen Interviews wurde im Zeitraum von März bis Juni 2015 in den BIZ in Tirol und Burgenland ein Fragebogen an alle KundInnen ausgegeben, mit dem Ziel, die qualitativen Ergebnisse der Wirkungsanalyse auf eine breitere Basis zu stellen. Insgesamt wurden auf diese Weise 151 KundInnen erreicht, die im Anschluss an ihren Beratungstermin im BIZ den einseitigen Fragebogen ausfüllten (94 in Tirol, 57 im Burgenland). Der Fragebogen deckte im Wesentlichen die gleichen Fragestellungen wie die Leitfadenterviews ab, allerdings in einer standardisierten Form (s. Anhang Fragebogen):

- Kommen die KundInnen mit konkreten Anliegen, Problemen oder Fragen in die Beratung und konnten diese im Rahmen der Beratung geklärt werden?
- Gab es am Ende der Beratung ein Ergebnis und war dieses für die KundInnen zufriedenstellend?
- Worüber konnten die KundInnen in der Beratung Neues erfahren?
- Hat sich aufgrund der Beratung das Denken über berufliche Angelegenheiten, Arbeit oder Ausbildung geändert und gibt es konkrete Schritte bzgl. des persönlichen Anliegens?
- Wird die Beratung als gut, nützlich, leicht verständlich und den Erwartungen entsprechend eingeschätzt?

Grundsätzlich lassen sich etwas mehr Frauen als Männer in den BIZ beraten. Entsprechend nahmen auch häufiger Frauen als Männer an der Befragung teil. Die/der jüngste KundIn im Rahmen der Befragung war 13 Jahre alt und der/die älteste KundIn 54 Jahre alt, wobei das durchschnittliche Alter bei rund 26 Jahren liegt. Sämtliche Ergebnisse 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. KundInnen, die den Fragebogen ausfüllen, sich in bestimmten Merkmalen systematisch von KundInnen unterscheiden, die den Fragebogen nicht ausfüllen. Die erhobenen soziodemografischen Daten zeigen im Vergleich mit jenen aus den Erwerbsverlaufsdaten 2014 eine große Ähnlichkeit in den proportionalen Anteilen, so dass zumindest in dieser Hinsicht von einer relativ geringen Verzerrung durch Selektion ausgegangen werden kann.

Tabelle 3: 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; * Jugendliche sind KundInnen zwischen 13 und 24 Jahren.

2.3 Monitoringdaten aus dem Erwerbskarrieremonitoring

Im Jahr 2014 wurden nach AMS interner BIZ-Statistik 1.238 KundInnen in Tirol (520) und 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. In Oberwart, wo die größte Abweichung besteht, werden im Rahmen eines eigenen Projektes jährlich 90 bis 100 SchülerInnen beraten, für die keine AMS Daten vorliegen.⁶⁸

Tabelle 4: BIZ-Beratungszahlen 2014

Bundesland	AMS Geschäftsstelle	BIZ-Statistik	Daten-Monitoring
Burgenland	101-Eisenstadt	172	157
	103-Neusiedl am See	243	195
	105-Oberwart	150	52
	106-Stegersbach	153	153
	Burgenland gesamt	718	557
Tirol	701-Imst	94	89
	702-Innsbruck	88	87
	704-Kitzbühel	69	56
	705-Kufstein	10	10
	706-Landeck	41	41
	707-Lienz	10	10
	708-Reutte	26	26
	709-Schwaz	182	168
	Tirol gesamt	520	487
Summe	1.238	1.044	

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring 2014

Durch Auswertung der Monitoringdaten kann gut dargestellt werden, welche Personen zur BIZ-Beratung kommen (soziodemographische Daten, bisherige Erwerbskarriere und aktueller Erwerbsstatus). Die Aussagekraft hinsichtlich der Wirkung der BIZ-Beratung ist jedoch sehr beschränkt, wie die Darstellungen im Ergebniskapitel zeigen werden.

2.4 Monitoringdaten aus der quartalsmäßigen KundInnen-Zufriedenheitsbefragung 2013 - 2015

Alle BIZ-KundInnen, also auch jene, die lediglich die Selbstbedienungszone besuchen, sind eingeladen, freiwillig ihre Telefonnummer auf einer Liste zu hinterlassen, um an einer telefonischen Umfrage teilzunehmen. Zur Auswertung herangezogen wurden die Frage „Wie hilfreich war diese persönliche Beratung für Sie?“ und „Warum sind Sie ins Berufsinfozentrum gekommen?“. Die Daten dafür stammen aus den Jahren 2013, 2014 und den ersten beiden Quartalen 2015. Die telefonischen Erhebungen werden quartalsmäßig von ipr Umfrageforschung durchgeführt.

⁶⁸ AMS interne Bezeichnung „PST not found“.

2.5 ExpertInneninterviews: Was ist gute Beratung?

Im Rahmen der Studie wurden fünf leitfadengestützte ExpertInneninterviews teils telefonisch, teils persönlich durchgeführt, die die Rahmenbedingungen sowie Qualitätskriterien guter Berufs- und Bildungsberatung beleuchteten. Die Interviews wurden themenanalytisch ausgewertet. Leitende Fragestellungen waren:

- Was sind Voraussetzungen und Grundlagen für eine gute Berufs- und Bildungsberatung?
- Was zeichnet gute Berufs- und Bildungsberatung aus?

Als InterviewpartnerInnen stellten sich die folgenden ExpertInnen zur Verfügung:

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

2.6 Workshop mit BIZ-BeraterInnen

Im Rahmen von halbtägigen Workshops wurden unter Leitung von abif-MitarbeiterInnen jeweils in Tirol und im Burgenland mit BIZ-BeraterInnen die Beratungsprozesse reflektiert, wobei die Anforderungen an die BeraterInnen und Merkmale einer guten Beratung im Vordergrund standen. Ebenso wurden Herausforderungen im Beratungsprozess und die Nachhaltigkeit der Beratung thematisiert.

Hierzu wurde mit den TeilnehmerInnen des Workshops in einem zweiten Schritt erarbeitet und diskutiert, welche konkreten Einflussfaktoren eine qualitätsvolle, nachhaltige Beratung bedingen bzw. welche Veränderungen eine solche noch stärker fördern könnten.

In Tirol nahmen 9 BIZ-BeraterInnen am Workshop teil, im Burgenland 6.

Die Kapitel sind nach dem Input-Prozess-Outcome Modell gegliedert. Als „Input“ sind die Personenmerkmale und die Erwartungshaltung der KundInnen dargestellt.

3 Input: Die BIZ-KundInnen und ihre Erwartungen

Für den Prozess und die Beratungswirkung sind neben der Erwartungshaltung viele personenbezogene Inputvariablen relevant. Die Ausbildung, das Alter, der Informationsstand, die Selbsteinschätzung der KundInnen, Zielkonkretheit, das Denken über Sachverhalte, Stand der Entscheidungsfindung sowie der emotionale Zustand der KundInnen. Wer sind nun die KundInnen und mit welchen Voraussetzungen kommen sie in die Beratung?

3.1 KundInnenstruktur

Persönliche Beratungsdienstleistungen zur persönlichen Weiterentwicklung oder auch Gesundheit werden eher von Frauen in Anspruch genommen als von Männern. So kommen auch etwas mehr Frauen zur BIZ-Beratung, allerdings nicht überproportional viele. Im Burgenland waren 2014 rund 53% der BeratungskundInnen weiblich, in Tirol 61%.

Tabelle 5: Alter der BIZ-KundInnen in Tirol

Geschlecht	n	\bar{x}	sd	Minimum	Maximum
Männlich	191	24.11	9.61	13	64
Weiblich	296	25.51	10.80	12	58
Gesamt	487	24.96	10.37	12	64

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring 2014: \bar{x} ... Mittelwert; sd = Standardabweichung

Tabelle 6: Alter der BIZ-KundInnen im Burgenland

Geschlecht	n	\bar{x}	sd	Minimum	Maximum
Männlich	262	17.16	5.78	12	50
Weiblich	295	21.76	10.72	12	54
Gesamt	557	19.60	9.04	12	54

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring 2014: \bar{x} ... Mittelwert; sd = Standardabweichung

Im Burgenland kommen auch vermehrt Jugendliche, darunter viele SchülerInnen, zu einem Beratungsgespräch. In Tirol hingegen kommen auch häufig Erwachsene, die gerade dabei sind, ihren Job zu verlieren, also gekündigt wurden/haben, aber formal noch im Erwerb stehen (Tabelle 5 & Tabelle 6). Dementsprechend haben die KundInnen im Burgenland häufig (noch) keinen (18%) oder (erst) einen Pflichtschulabschluss (57%), während die KundInnen in Tirol zumeist einen Lehrabschluss (37%) oder einen Abschluss an einer Höheren Schule (14%) und nur zu 32% einen Pflichtschulabschluss haben. Über beide Bundesländer betrachtet haben 88% der KundInnen maximal einen Lehrabschluss oder einen Abschluss an einer Mittleren Schule. Dies spricht für das Erreichen einer Zielgruppe, die für andere Anbieter außerhalb des AMS durchaus schwer zu erreichen ist, von Bildungs- und Berufsberatung aber gut profitieren kann.

Tabelle 7: Erwerbsstatus zum Beratungszeitpunkt, Tirol

Geschlecht		Status											
		AB	AL	BE	EQ	FB	FDT	KWG	LS	MVS	SAS	SOL	Gesamt
Männlich	n	17	42	73	4	2	3	0	17	21	6	6	191
	Prozent	8.9	22.0	38.2	2.1	1.0	1.6	0.0	8.9	11.0	3.1	3.1	100
Weiblich	n	15	55	123	8	1	6	5	13	36	21	13	296
	Prozent	5.1	18.6	41.6	2.7	0.3	2.0	1.7	4.4	12.2	7.1	4.4	100
Gesamt	n	32	97	196	12	3	9	5	30	57	27	19	487
	Prozent	6.6	19.9	40.2	2.5	0.6	1.8	1.0	6.2	11.7	5.5	3.9	100

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring 2014: Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos laut AMS“ (AL), „Arbeitslos laut Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Tabelle 8: Erwerbsstatus zum Beratungszeitpunkt, Burgenland

Geschlecht		Status											
		AB	AL	BE	EQ	FB	FDT	KWG	LS	MVS	SAS	SOL	Gesamt
Männlich	n	35	27	13	2	1	10	0	58	45	67	4	262
	Prozent	13.4	10.3	5.0	0.8	0.4	3.8	0.0	22.1	17.2	25.6	1.5	100
Weiblich	n	16	53	34	22	1	2	4	39	58	61	5	295
	Prozent	5.4	18.0	11.5	7.5	0.3	0.7	1.4	13.2	19.7	20.7	1.7	100
Gesamt	n	51	80	47	24	2	12	4	97	103	128	9	557
	Prozent	9.2	14.4	8,4	4.3	0.4	2.2	0.7	17.4	18.5	23.0	1.6	100

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring 2014: Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos laut AMS“ (AL), „Arbeitslos laut Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Fast die Hälfte der burgenländischen (45%) und mehr als ein Drittel der Tiroler (35%) KundInnen sind zum Beratungszeitpunkt entweder beim AMS vorgemerkt (mit Status AL, LS oder EQ) oder sind „Arbeitslos laut Hauptverband“.

Bei 7% der Tiroler KundInnen und bei 27% der Burgenländischen KundInnen ist kein Beruf im Erwerbskarrierenmonitoring angegeben. Vor diesem Hintergrund sind mögliche Beratungswirkungen zu bewerten. So darf in Bezug auf das Burgenland erwartet werden, dass mehr Personen eine berufliche Ausbildung oder Schule beginnen, in Tirol hingegen eher eine Beschäftigung aufnehmen, eine Qualifizierung oder Umschulung besuchen. Bei der Analyse der weiteren Erwerbsverläufe wird daher auch speziell auf diese KundInnengruppen eingegangen (Kapitel 7).

3.2 Erwartungen an die Beratung

Die BIZ-KundInnen kommen zum Teil nach Terminvereinbarung, zum Teil aber auch spontan zur BIZ-Beratung. Für den Beratungsprozess spielt die Erwartungshaltung der KundInnen eine wichtige Rolle. In der quartalsmäßigen KundInnenbefragung ist erkennbar, dass bis zu einem Drittel der befragten KundInnen mit der Erwartungshaltung in ein BIZ kamen, dort persönliche Beratung zu erhalten. Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit der BIZ-BesucherInnen in den beiden Bundesländern sind vermutlich nicht zulässig, da die Stichproben unterschiedlich selektiert scheinen, wie man anhand der unterschiedlichen Fallzahlen erkennt.

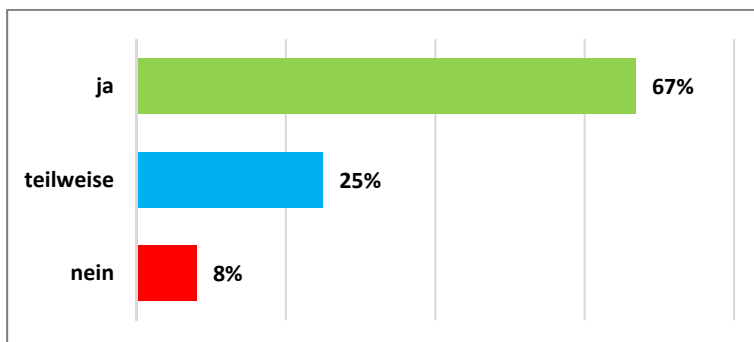
Tabelle 5: Erwartungen an den BIZ Besuch

Erwartungen an die BIZ-Beratung	Burgenland	Tirol
Informationen zu Berufen, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten	80%	72%
ein persönliches Beratungsgespräch über die beruflichen Möglichkeiten führen	33%	17%
Unterstützung bei der Stellensuche	21%	20%
Anderes	1%	3%

Quelle: IPR/AMS. Monitoring der KundInnenzufriedenheit. Eigene Auswertung. Summe aus den Quartalen 2014. Frage: „Warum sind Sie ins BerufsInfoZentrum gekommen? Wollten Sie...“ Mehrfachantwort möglich. Prozentzahl bezieht sich auf die Personen. Burgenland n=347, Tirol n=738.

Aus der schriftlichen Befragung der BeratungskundInnen 2015 geht hervor, dass Zweidrittel der befragten BeratungskundInnen mit einem konkreten Anliegen, Problem oder Frage in die Beratung kommen (Abbildung 4). Haben sie kein konkretes Anliegen (8%), so wird dieses im Zuge des Beratungsgesprächs erarbeitet (in 7 von 8 Fällen).

Abbildung 4: „Sind Sie mit einem konkreten Anliegen, Problem oder Fragen in die Beratung gegangen?“



Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Dreistufiges Frageformat, Antwortmöglichkeiten: „ja“, „teilweise“, „nein“; n=148.

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.

Eine häufige Erwartung der KundInnen waren **Information und Beratung** in Bezug auf ihre **beruflichen Möglichkeiten** bzw. Beratung hinsichtlich **Möglichkeiten, Voraussetzungen und Anforderungen von Ausbildungen**.

„Halt, dass ich mal weiß, in welche Richtung ich mich bewerben kann. Ich habe auch Bewerbungsunterlagen dabei, dass man da drüber schaut. Ja. Ich möchte einfach eine Lehrstelle. Das erwarte ich.“ (w, 33)

Eine weitere häufige Erwartung waren **Informationen zur Arbeitsmarktlage** sowie **Arbeitsmarktorientierung**.

Einige der Personen erwarteten passende **Informationen, um zum nächstmöglichen Termin mit der gewünschten Ausbildung beginnen zu können**. Einige KundInnen erwarteten **Informationen und Beratung** zu einem (möglichen) **Ausbildungs- oder Jobwechsel**.

„Ich wollt Informationen für eine Lehrstelle haben. Ich will eine Ausbildung zum Behindertenbetreuer machen. Ich müsste mich bis Ende März noch bewerben und im September fängt dann die Ausbildung an.“ (m, 23)

„Ich wollte mich einmal informieren, weil eigentlich habe ich Rechtswissenschaften studiert und in dem Studium komme ich nicht weiter und deswegen schaue ich mich nach einer Alternative um. Sozusagen nach einem zweiten Standbein, damit ich einmal in das Berufsleben einsteigen kann“ (m, 23)

Eine weitere häufig anzutreffende Erwartung von KundInnen war das **Klären von Finanzierungsmöglichkeiten**.

I: Also Sie wollen sich einmal allgemein erkundigen, was es da für Möglichkeiten für Sie gibt.

B: Ja, und wieviel da auch ungefähr finanziell rausschaut.

I: Okay, also auch von der Unterstützung her wollen Sie auch...

B: Mhm. Weil ohne geht es nicht! Ich kann das nicht ohne machen. (w, 36)

Einige Personen kamen, da sie **Informationen zur Studienberechtigungsprüfung** oder **Beratung zur Entscheidung Schule vs. Berufseinstieg** benötigten.

„Ich würde mich für dafür interessieren, eine Studienberechtigungsprüfung zu machen. Ich würde gerne wissen, was ich da machen muss, welche Möglichkeiten es da gibt und wie das dann genau abläuft.“ (w, 27)

„Ich habe eine Besprechung, weil ich bin in der Handelsschule und möchte mit der Schule aufhören und ja, einmal so informieren welche Lehrstellen frei sind und wo und wie.“ (w, 17)*

Eine Person erwartete sich **Informationen und Beratung zur Erstellung von Bewerbungsmappen**.

Generell wurden qualifizierte Informationen zu den Anliegen, Unterstützung bei Arbeitsmarktorientierung oder Entscheidungsfindung sowie Hilfe bei ersten Schritten durch die BeraterInnen erwartet. Diese wurden von den Befragten als ExpertInnen im Bereich Arbeitsmarkt und Ausbildung betrachtet. Dies lässt sich aus der Art und Weise, wie die interviewten Personen ihre Erwartungen, aber auch die Ergebnisse der Beratung schildern, schließen. Zusätzlich lässt es sich auch aus der Tatsache ableiten, dass umgekehrt keine einzige interviewte Person Skepsis gegenüber der Kompetenz der BeraterInnen äußerte.

Einige KundInnen schätzten sich selbst als bereits gut informiert ein, suchten aber dennoch die Beratung auf, um **vorhandene Informationen und berufliche Überlegungen abzusichern** und letzte berufliche Entscheidungen wohlüberlegt treffen zu können.

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.

I: Können Sie auch sagen, was Sie sich heute von der Beratung erwarten?

B: Ich wüsste zumindest gerne, in welche Richtung ich mich orientieren sollte.

I: Also, in welches Berufsfeld das besser passen würde?

B: Ja genau, weil momentan, weiß ich überhaupt nicht, wohin ich gehen sollte. (m,21)

Die allermeisten Personen kamen aus eigenem Antrieb ins BIZ. Vereinzelt wurden Personen zum BIZ-Besuch geschickt (n=3) und hatten daher im Prinzip kein (eigenes) Anliegen.

In dem einen Fall wurde die Person von den Eltern dazu bewegt und auch begleitet. Während sich der Sohn auf die Matura vorbereiten und sich erst dann mit Ausbildungsoptionen oder Lehrstellensuche beschäftigen wollte, drängten ihn seine Eltern, bereits sofort mit der Lehrstellensuche zu beginnen. Daher wollten sie, dass sich ihr Sohn im Rahmen einer BIZ-Beratung dazu informieren und beraten lässt. In dem anderen Fall wurde die Person von dem AMS-Kurs, den sie zu dem Zeitpunkt besuchte, zur BIZ-Beratung geschickt, mit der Begründung, es seien noch einige Fragen zu klären. Worum es genau gehen sollte, wusste die Person allerdings nicht. Ähnlich verhielt es sich bei der dritten Person, der ebenfalls geraten wurde in die BIZ-Beratung zu gehen und die kein konkretes Anliegen mitbrachte.

Die drei Personen waren auch die einzigen, die keinerlei Erwartungen an die Beratung hatten.

Zielkonkretheit

Nur sehr wenige Personen hatten keine Vorstellung darüber, in welchem Beruf sie arbeiten wollen bzw. welche Ausbildung infrage käme. **Die Mehrheit der Interviewten brachte entweder einige Ideen mit oder äußerte sogar klare Vorstellungen.**

„Jetzt habe ich mich auch da entschieden Richtung Steuerungs- Regelungstechnik. Mechatroniker, diese Richtung. Da könnte mir was angerechnet werden, weil ich ja doch in diesem Zweig war, in der HTL. Und das ist mein Anliegen jetzt, dass ich jetzt wissen will, wie weiter mal.“ (m, 18)

„[...] dass ich mehr Klarheit habe, dass ich mein Ziel genau mal spezialisieren kann und dadurch dass, ich mal ein Ziel vor Augen habe, auf das ich hinarbeiten kann. Welche Ausbildung ich für den eventuellen Beruf benötige dass ich das fixieren kann.“ (m, 23)

„Ich weiß schon, also ich würde gerne in die Buchhaltung oder ins Büro.“ (w, 22)

Ein Teil brachte zumindest vage Vorstellungen mit in die Beratung.

I: Und hast du schon Ideen, mit denen du herkommst, was für dich noch in Frage kommen würde?

B: Ja, da im Tourismus vielleicht oder im Bankwesen. Genaues habe ich mir da eigentlich noch nicht überlegt. (m, 23)

Emotionen vor der Beratung

Die Emotionen der KundInnen zeigten sich in der Kombination aus nonverbaler (Mimik, Gestik) und verbaler Kommunikation sowie ihrer Intonation. Die Haltung eines großen Teils der Interviewten ist als erwartungsvoll zu beschreiben, teilweise auch als hoffnungsvoll.

„Ich hoffe, dass ich im September starten kann. Dass es einfach klappt [...]“ (w, 33)

*„Ja, Motivation ist auf jeden Fall da! Ich bin jetzt seit sieben Jahre daheim, bei den Kindern und ich möchte einfach*was machen jetzt dann. Ich möchte einfach eine Ausbildung haben, damit ich nicht mein Leben lang dann nur Hilfsjobs [...] mache, das wäre schon wichtig.“ (w, 24)*

„Ich habe gehofft, dass man hier herausfinden kann, welche Berufe für mich geeignet sind, weil ich eben seit ich von der Schule weg bin, habe ich einen Beruf gemacht und aber bei dem finde ich jetzt nichts mehr und ich frage mich, ob das wirklich der Beruf ist, der zu mir passt“ (m, 21)

In Bezug auf die Klärung ihrer Situation bzw. auf die Bearbeitung ihres Anliegens zeigten diese Personen sich tendenziell sehr zuversichtlich.

I: Und was erwartest du dir da [...] von der Beratung?

B: Das ich zum Ziel komme, was ich will (LACHT), was zu mir passt! (w, 19)

„Da habe ich einen Termin für, ich wollte fragen, ob ich in meinem Alter auch noch eine Lehrstelle bekommen würde. Das würde mich halt interessieren, ob das nur für 18-jährige gilt, die eben frisch von der Schule kommen oder ob ich auch noch eine Chance habe eine Lehrstelle zu bekommen.“ (w, 36)

Einige Personen zeigten hingegen eher Verunsicherung, Skepsis oder Besorgnis, ob sich ihre Situation durch die Beratung ändern würde, was sie teilweise mit ihrer eigenen Unklarheit oder den eigenen vagen beruflichen Vorstellungen begründeten.

4 Beratungsprozess

Über das Vorher-nachher-Setting der Erhebungsmethode konnten vor allem Informationen zu den Wirkungsindikatoren, die die KundInnen selbst betreffen, gut identifiziert werden. Diese werden im Folgekapitel dargestellt. An das, was im Beratungsprozess ganz genau passiert, lässt sich durch diese Methode nur annähern und nur Rückschlüsse auf Basis der subjektiven Darstellung der KundInnen ziehen.⁶⁹ Vor diesem Hintergrund sind die im Folgenden beschriebenen beraterischen Handlungen als Ergebnis der selektiven Schilderungen der KundInnen zu betrachten. Bestandteile einer Beratung, wie z.B. das gezielte Fragenstellen seitens der BeraterInnen oder die Struktur/der Ablauf des Gesprächs, werden demnach nicht explizit erwähnt, da solche in der Regel von den KundInnen nicht als wesentlich wahrgenommen werden, sondern vermutlich als natürlicher Bestandteil des Gespräches. Rückschlüsse auf die Kommunikation zwischen KundInnen und BeraterInnen erlaubt auch der Vergleich der Aussagen der KundInnen mit den von den BeraterInnen ausgefüllten Datenblättern.

Die Beratungsgespräche (inklusive der Zeit, die ggf. für einen Interessenstest benötigt wurde) dauerten zwischen 15 und 50 Minuten.⁷⁰

4.1 Beraterische Handlungen

Entsprechend der vorab geschilderten Erwartungen der interviewten KundInnen bestand der Großteil der beraterischen Handlungen auch in der **Information und Beratung zu Berufs- und Ausbildungsmöglichkeiten und deren Voraussetzungen, sowie zu Finanzierungsmöglichkeiten**. Außerdem wurde vielfach über die derzeitige **Arbeitsmarktlage** informiert.

Die interviewten KundInnen berichteten zudem, Tipps für selbständige Recherchen zu Berufs-/Ausbildungsmöglichkeiten erhalten zu haben. Mit mehreren KundInnen wurde Interessenstest ein (AIST⁷¹, Tools des AMS, wie z.B. der Berufskompass) durchgeführt und darauf aufbauend Informationen ausgehändigt und/oder ein Beratungsgespräch geführt.

Folgende weitere beraterische Handlungen wurden von den Interviewten vereinzelt genannt:

- Beratung und Tipps zur Bewerbungsmappe
- Aushändigung von Kontakten für andere Anlaufstellen
- unmittelbare Kontaktierung anderer Anlaufstellen durch den/die BeraterIn
- Information zu potenziellen ArbeitgeberInnen
- Informationen zu Informationsveranstaltungen
- Information/zeigen von Quellen zur Selbstinformation
- Aushändigung von Anmeldeformularen, Bewerbungsunterlagen etc. zum Bewerben für eine Ausbildung
- Termin für psychologischen Eignungstest

Insgesamt berichten die meisten der Befragten, für sie nützliche (ergänzende) Informationen erhalten zu haben (im Dialog und in Form von Materialien).

4.2 Beurteilung der Beratung

Obwohl die Erwartungen der KundInnen hinsichtlich der Informationsweitergabe und Bearbeitung der Anliegen qualitativ erfüllt wurde, war für einen nicht unerheblichen Teil der schriftlich befragten KundInnen die Beratung doch überraschend. Gefragt danach, ob die Beratung „wie erwartet war“ (Wert 5) oder „überraschend anders“ (Wert 1) war, wählen immerhin 10,4 % den Wert 1, was einer großen Zustimmung zu „überraschend anders“ entspricht. Der Durchschnitt liegt bei 3,6, also näher bei „wie erwartet“. Die

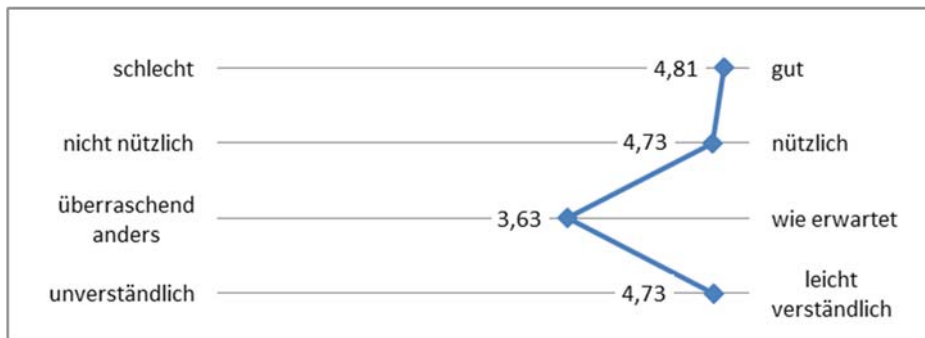
⁶⁹ Um eine verlässlichere und detailliertere Basis zu erhalten, müssten andere Methoden verwendet werden, wie z.B. Beobachtungen oder Gesprächsmitschnitte.

⁷⁰ Dazu zählen ausschließlich „echte“ Beratungen – d.h. Gespräche, die im Zimmer der BeraterInnen stattfanden - nicht die Kurzinfo, die sich manche KundInnen, von den BeraterInnen holten, z.B. zu den Infobroschüren, die ausliegen oder zur Benutzung der PCs.

⁷¹ Allgemeiner Interessen- und Strukturentest.

Eigenschaftsausprägungen „wie erwartet“ und „überraschend anders“ sind beide neutral konnotiert und demensprechend auch keine Wertung in Bezug auf die Qualität der Beratung. Das Ergebnis kann aber dahingehend interpretiert werden, dass ein Teil der KundInnen (mindestens 10%) keine genauen oder ganz andere Vorstellungen über diese Form von Dienstleistung hat. Der hohe Anteil an mittleren Bewertungen lässt auch die Interpretation zu, dass viele der KundInnen zwar mit konkreten Anliegen kamen, aber nicht mit bestimmten Erwartungshaltungen, wie die Beratung selbst ablaufen wird.

Abbildung 5: Einschätzung der BeratungskundInnen, ob die Beratung gut, nützlich, wie erwartet und leicht verständlich war



Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung der BeratungskundInnen 2015. Die KundInnen wurden gebeten, auf einer fünfstufigen Skala zwischen je zwei gegensätzlichen Adjektiven einzuschätzen, wie sie die Beratung empfunden haben. Die dargestellten Ergebnisse zeigen die jeweiligen Durchschnittswerte. Beratung gut, n=144; Beratung nützlich, n=135; Beratung wie erwartet, n=125; Beratung leicht verständlich, n=130.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten die Beratung im Rahmen des BIZ als sehr gut, nützlich und leicht verständlich betrachten. Die Qualität der Beratung - also die Einschätzung, ob die Beratung als gut oder schlecht empfunden wurde - wurde von KundInnen in Tirol mit einem durchschnittlichen Wert von 4,84 tendenziell besser eingeschätzt als im Burgenland mit 4,75.⁷² Beide Bundesländer liegen jedoch deutlich im positiven Bereich der Bewertungsskala.

Der Großteil der persönlich interviewten KundInnen bewertet die Beratung bzw. die BeraterInnen als **hilfreich**. Einige betonen, dass sie den/die BeraterIn **engagiert** empfand. Weiter bezeichneten KundInnen den/die BeraterIn als freundlich, bestärkend, kompetent und verständnisvoll:

„Also gerade jetzt hat das sehr viel gebracht in diesem Moment persönlich.“ (w, 22)

„Wenn ich es mit einem Wort beschreibe, würde ich sagen, erfolgreich.“ (m, 18)

„Er hat auch nach allen Kräften versucht mir zu helfen [...] das war auch eine extrem freundliche, soziale Beratung - ich war wirklich überrascht, dass mich der Herr so gut versteht und nett ist auch [...].“ (w, 24)

„Ja, ich bin schon sehr motiviert.“ (w, 21)

Zwei Personen - jene die auch desillusioniert waren – empfanden die Beratung als nicht hilfreich. Hierbei sagte die eine Person, dass sie Informationen bekommen habe, die sie ernüchterten und einige Anregungen, wobei diese aber nicht ihren Vorstellungen entsprächen.

„Ich habe schon ein paar Ideen bekommen, aber nicht ganz das was ich mir vorstelle. Aber da kann er [der Berater] jetzt selber nichts dafür.“ (w, 33)

Die andere Person fühlte sich genauso orientierungslos wie vorher („Einfach, dass ich selbst immer noch orientierungslos bin. Immer noch dasselbe Ergebnis.“ w, 34) und äußert den Wunsch nach einer generellen Auszeit, um für sich selbst zu klären, was sie will und die „Wand“, die sie sieht, zu überwinden. Auch sie betont, dass sich der Berater Mühe gegeben hat und nett war.

⁷² Quelle: Fragebogenbefragung BeratungskundInnen; Beratung gut n=144, U-Test nach Mann und Whitney, $p=.024$, $r=-0.1885$

4.3 Vergleich der Wahrnehmung von KundInnen und BIZ-BeraterInnen

Die in den KundInnen-Interviews erhaltenen Informationen zu Erwartungen, Gesprächsergebnissen und geplanten nächsten Schritten wurden mit den Angaben der BeraterInnen, die diese direkt nach den Beratungsgesprächen schriftlich festhielten, verglichen. Dabei zeigt sich, dass die Schilderungen der KundInnen mit dem Informationsstand und der Wahrnehmung der BeraterInnen in der Regel übereinstimmen. Damit ist die Grundvoraussetzung für die Beratung, eine gute Kommunikation zwischen KundInnen und BeraterInnen, erfüllt. Beide haben sich auf eine gemeinsame „Realität“ geeinigt und eine übereinstimmende Sicht auf die Dinge.

Nur in zwei Fällen, und hier auch nur in Bezug auf die Beratungsergebnisse, weichen die geschilderten Wahrnehmungen zwischen BeraterIn und KundIn voneinander ab. Im ersten Fall beschreibt die Beraterin das Gespräch als „sehr positiv“, während die KundIn sich nach dem Gespräch zwar etwas erleichtert fühlt, aber skeptisch ist, dass die Lösung funktionieren wird. In dem zweiten Fall beschreibt der Berater neutral bis positiv, dass er der Kundin „alle Wege für ihr Anliegen aufgezeigt hat (inkl. Ausbildungsadressen)“, also aus seiner Sicht alles geklärt ist. Die Kundin schildert im Anschluss zwar ebenfalls die Wege, gibt aber an, dass diese für sie nicht gangbar sind. Dies zeigt, wie wichtig es ist, bei den erarbeiteten Lösungen die KundInnen zu fragen, wie realistisch es ist, dass diese auch umgesetzt werden. Die Gefahr, dass ein/e Kunde/in aus Verlegenheit, Höflichkeit oder sonstigen Gründen vorschnell bejaht, ist natürlich gegeben. Eine gute KundInnen-BeraterInnen-Beziehung sollte aber offene und ehrliche Antworten möglich machen.

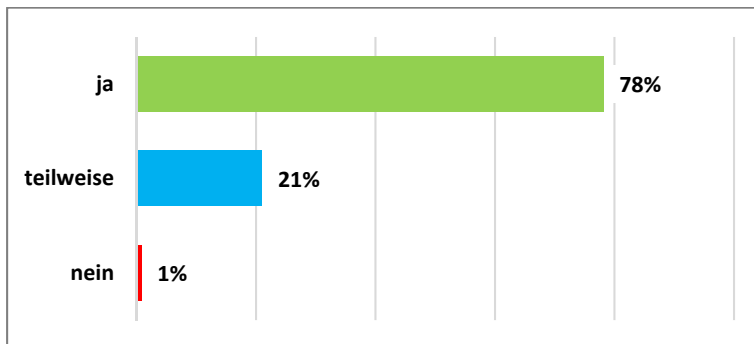
5 Outcome: Unmittelbare Wirkung der BIZ-Beratung

Ob bei der Anwendung des Input-Prozess-Outcome Wirkungsmodells im Beratungskontext die konkreten Ergebnisse in der Beratung noch zum Prozess oder schon zum Outcome gezählt werden, ist eine theoretische Frage, die diskutiert werden kann. Hier werden die Ergebnisse im Rahmen des Kapitels zur Beratungswirkung dargestellt, da sie zum Teil mit der Wirkung, die über Indikatoren definiert wurde, zusammenhängen. Mit den Befragungen direkt nach dem Beratungsgespräch wurden sowohl das Beratungsergebnis als auch die unmittelbare Wirkung der BIZ-Beratung auf die KundInnen erhoben. Hierbei standen Veränderungen in Bezug auf Informationsstand, Zielkonkretheit, Entscheidungsfindung, emotionale Lage ebenso wie Handlungsabsichten im Vordergrund.

5.1 Ergebnis: Klärung der Anliegen und Fragen

Die meisten KundInnen konnten in der Beratung ihre Anliegen gänzlich oder teilweise klären. Dies zeigt auch das Ergebnis der schriftlichen Befragung deutlich.

Abbildung 6: „Wurde Ihr Anliegen, Problem oder Frage in der Beratung geklärt?“

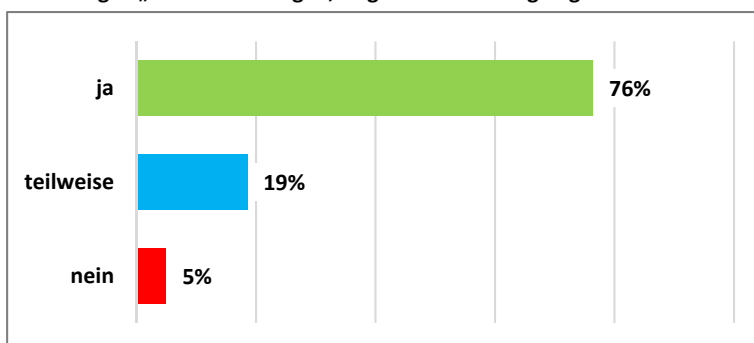


Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Dreistufiges Antwortformat, Antwortmöglichkeiten: „ja“, „teilweise“, „nein“; n=119.

Von jenen Befragten, die angaben, zumindest teilweise mit einem konkreten Anliegen in die Beratung gekommen zu sein, konnten mehr als drei Viertel im Rahmen der Beratung, das Anliegen klären (siehe Abbildung 6). Bei 6 von den 7 Personen, die ohne konkretes Anliegen in die Beratung gekommen waren, ist es im Zuge der Beratung gelungen, ihr Anliegen zu konkretisieren.

In der schriftlichen Befragung wurde zudem gefragt, ob aus Sicht der KundInnen ein Beratungsergebnis vorliegt und wenn ja, ob dieses für sie passt.

Abbildung 7: „Würden Sie sagen, es gibt ein Beratungsergebnis?“



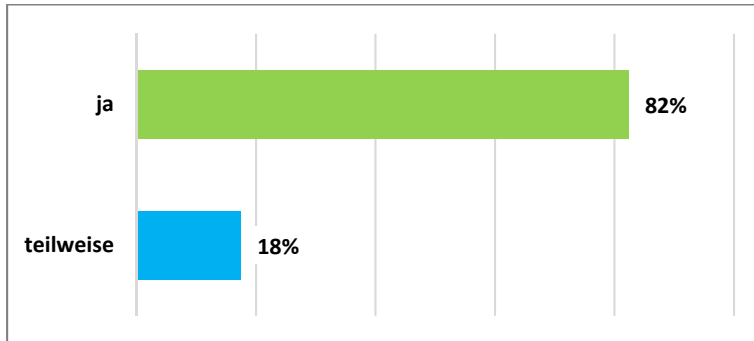
Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Dreistufiges Frageformat, Antwortmöglichkeiten: „ja“, „teilweise“, „nein“; n=140.

Für drei Viertel der FragebogenteilnehmerInnen liegt ein Ergebnis vor, für knapp jede/n Fünften ist zumindest teilweise ein Beratungsergebnis entstanden (siehe Abbildung 7). Nur 5% (n= 7) der KundInnen geben an, dass durch die Beratung kein konkretes Ergebnis generiert werden konnte. KundInnen, die angaben, dass kein

Ergebnis vorliegt, wurden auch gefragt, ob dieses für sie passt. Hier antwortete von den sieben Personen nur eine, dass dies – kein Beratungsergebnis - *nicht* für sie passt; die anderen sechs betrachteten es nicht als negativ, dass kein konkretes Ergebnis vorlag.

Bei den KundInnen, die angegeben hatten, dass es (teilweise) ein Beratungsergebnis gibt, war die große Mehrheit mit diesem Ergebnis zufrieden, der Rest war zumindest teilweise zufrieden (siehe Abbildung 8).

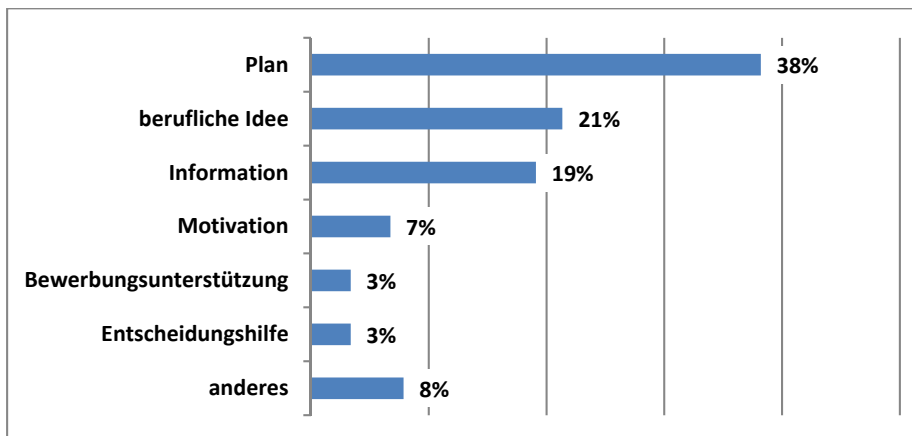
Abbildung 8: „Passt das Ergebnis für Sie?“



Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Dreistufiges Frageformat, Antwortmöglichkeiten: „ja“, „teilweise“, „nein“; n=131.

Die KundInnen wurden in einer offenen Frage gebeten, das jeweilige Beratungsergebnis zu beschreiben (siehe Abbildung 9). Die Antworten wurden im Zuge der Datenauswertung kategorisiert. Es zeigt sich, dass mehr als ein Drittel der Beratungsergebnisse einen Plan in Bezug auf nächste Schritte beinhalten. Jeweils rund ein Fünftel der Antworten bezieht sich auf berufliche Ideen (z.B. welcher Beruf infrage kommt oder passen würde) und erhaltene Informationen als Beratungsergebnis. Weitere genannte Ergebniskategorien sind gestärkte Motivation, Infos und Unterstützung für Bewerbung/Bewerbungsunterlagen sowie Entscheidungshilfe (z.B. welche von mehreren Ideen oder Alternativen realisiert werden soll).

Abbildung 9: Beschreibung des Beratungsergebnisses



Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. Offenes Frageformat, Mehrfachantworten möglich; n=82.

Die KundInnen konnten des Weiteren konkretisieren, in welcher Hinsicht sie Neues in der Beratung erfahren hatten. Auch hier waren – bei insgesamt zwölf Antwortoptionen - Mehrfachantworten möglich. Dabei wählten die KundInnen (n=150) im Durchschnitt 3,75 Antwortoptionen aus, wobei die meisten, nämlich 31%, drei Optionen auswählten. Insgesamt 23% wählten eine oder zwei Antwortoptionen, 15% vier Antwortoptionen, 25% fünf bis sieben Antworten und je 2% wählten gar acht bzw. neun der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, was Neues in der Beratung erfahren wurde.

Die häufigsten von den KundInnen ausgewählten Aspekte waren: Karrierewege, Ausbildungen, weitere Informationsquellen bzw. Unterstützungsangebote sowie berufliche Alternativen.

Tabelle 9: 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 kennen gelernt (eigene Interessen, Fähigkeiten, Wünsche ...)	25	4,4%	16,8%

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

Es zeichnet sich in diesen Ergebnissen ab, dass die BIZ-Beratung in der Tat von den KundInnen mit Anliegen bezüglich Wegen zu einem Beruf, Informationen zu Ausbildungen und berufliche Alternativen aufgesucht wird und die KundInnen auch die entsprechenden Leistungen dort erhalten. Das heißt, die BIZ werden klar in ihrer Kernkompetenz und –Aufgabe gefordert. Auch in Hinblick auf die überwiegende junge Kundschaft der Berufsinformationszentren und deren Bedürfnisse ist dieses Ergebnis konsistent. Zudem wird sichtbar, dass die BIZ-Beratung auch stark die Rolle einer Vermittlungsstelle zu anderen Informations- und Unterstützungsangeboten/-anbietern einnimmt.

Bei den Ergebnissen zu Angaben, zu welchen Themen in der Beratung etwas Neues gelernt wurde, zeigen sich bei manchen Themen teilweise große Unterschiede auf verschiedenen Ebenen:

- Nach Bundesländern

Die Optionen Neues über „Karrierewege“, „Wo man weitere Informationen/Hilfe bekommen kann“ und „Ich habe mich selber besser kennengelernt“ erfahren zu haben werden von KundInnen im Burgenland deutlich häufiger angekreuzt als in Tirol. Bei den Themenbereichen „Karrierewege“ und „Ich habe mich selber besser kennengelernt“ könnten Unterschiede in der Altersstruktur der KlientInnen zwischen Burgenland und Tirol eine mögliche Erklärung bieten. So ist im Burgenland der Anteil an Jugendlichen bei den Befragten mit 73,7% deutlich höher als in Tirol (53,2%). Das spricht dafür, dass den beiden Themenbereichen bei der Beratung von Jugendlichen eine besonders hohe Bedeutung zukommt

- Nach Altersgruppen

Die Themenbereiche „Informationen über Berufe“ und „Karrierewege“ wurden deutlich öfter von Jugendlichen als von Erwachsenen genannt, was erwartungsgemäß ist, wenn man die Phase des Berufslebens, in der sich junge Menschen und Jugendliche in der Regel befinden, berücksichtigt.

- Nach Bildungsabschluss

Sowohl die Aussage, Neues über „Finanzielle Förderungen“ erfahren zu haben als auch die Aussage, „neue Perspektiven“ gewonnen zu haben, werden besonders häufig von KundInnen in der Mitte des Qualifikationsspektrums genannt.

Tabelle 10: 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	<i>Pflichtschule</i>	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%
	<i>Lehrabschluss</i>	9,1%
	Mittlere Schule	46,2%
	Höhere Schule	26,1%
	<i>Universität/FH/Akademie</i>	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.

Die dargestellten Themen bzw. Ergebnisbeschreibungen, die sich aus der schriftlichen KundInnen-Befragung ergeben, decken sich größtenteils mit den von den persönlich interviewten KundInnen beschriebenen Themen in der Beratung sowie den daraus folgenden Beratungsergebnissen.

In den fortfolgenden Kapiteln werden hierzu tiefere Einblicke gegeben und prägnante Beispiele dargestellt.

5.2 Veränderungen bei der Zielkonkretheit

Bei einem großen Teil der interviewten KundInnen war das berufliche Ziel nach dem Beratungsgespräch konkretisiert bzw. hatten die Personen eine Entscheidung getroffen.

I: Okay, das heißt in Bezug auf dein Anliegen, was hat sich da jetzt verändert, was hat sich ergeben?

B: Äh ja. Ich will eine Ausbildung zum Behindertenbetreuer machen und habe jetzt eine Stelle gefunden, wo ich es machen kann und auch scheinbar eine finanzielle Unterstützung gefunden. (LACHT) ja super, ich bin froh darüber. (m, 23)

Ein weiterer Teil der KundInnen konnte durch das Beratungsgespräch seine beruflichen Ziele bzw. Ausbildungswege im Vergleich zu vorher konkreter machen.

„Ja, es ist jetzt vieles klarer geworden. Ausbildungsmäßig wie das (..) was ich machen kann. Und auch der Test hat mir jetzt weitergeholfen. Weil er wirklich gezeigt hat in die Richtung, dass das gut ist.“ (w, 22)

„Ich werde mir das alles durchschauen und wenn ich mich dann praktisch für ein, zwei Sachen entschieden habe, was mich interessieren täte, dann kann ich auf jeden Fall vorher noch da her kommen und das durchbesprechen [...]“ (w, 24)

Bei einer Person hat sich in der Beratung *keine* konkretere (und für die Person vorstellbare) berufliche Aussicht ergeben.

„Ja so die soziale Richtung würde mich interessieren, aber mhm ich weiß noch nicht genau was. [...] ich hoffe, dass das bald passiert, weil es ist nicht so angenehm, nicht zu wissen in welche Richtung man definitiv will.“ (w,33)

Sie konnte sich allerdings vorstellen, nochmals in die Beratung zu kommen, wenn sie sich selbst mehr im Klaren ist, was sie will.

5.3 Entscheidungsfindung und Handlungsabsichten

Allgemein betonten einige KundInnen, dass ihnen durch die Beratung **neue Perspektiven** eröffnet wurden **oder** sie **in ihren bisherigen Entscheidungen/Handlungen bestärkt** wurden. Einige erwähnten explizit, dass sie sich durch die Beratung insgesamt ermutigt fühlten oder sie Tipps für die Entscheidungsfindung erhalten hatten.

Ein großer Teil der interviewten Personen trägt **Klarheit über den nächsten Schritt**, den sie machen wollen/müssen, als Ergebnis aus der Beratung.

„Dass ich jetzt weiß, dass ich mir jetzt mal einen Betrieb suche, wo die mich aufnehmen würden als Lehrling.“ (w, 22)

„Ja, mich mal mit dem Jugendcoach in Verbindung setzen, währenddessen schon mal Bewerbungen wegschicken und mal schauen.“ (w, 17)

„[...] jetzt weiter die Schule machen und danach, in der Ferne, wenn ich die Matura habe, mich bewerben“ (m, 19)

„[...] und ich werd auch noch diesen zweistündigen [Eignungs-] Test machen, um es genauer zu wissen, wo dann räumliches Denken, sprachliches Wissen und dergleichen überprüft werden.“ (m, 21)

Einer Person, die ursprünglich den gelernten Beruf aufgeben wollte, weil sie dort keine Stelle findet, wurde eine neue Perspektive eröffnet, indem eine Spezialisierung innerhalb des bekannten Feldes vorgeschlagen wurde. Diese Perspektive ist für die Person vorstellbar und erstrebenswert, so dass sie vorerst von einem gänzlichen Berufswechsel absieht.

Einige betonen, die neu **erhaltenen Informationen erst einmal verarbeiten** zu müssen, um eine endgültige Entscheidung treffen zu können. Bei zwei Personen führte die Beratung zu der Absicht, ihre bisherigen Pläne zu überdenken. Eine davon berichtet:

„Ich habe mal mehrere Möglichkeiten jetzt in der Hand, weiß halt jetzt nicht sofort, was ich jetzt mache werde, aber ich habe mal ganz viel Material bekommen zum Ansehen und werde mir jetzt weiter mal überlegen.“ (w, 24)*

Einige Personen sagen, dass sich aufgrund des Gesprächs nichts für sie verändert, sei es hinsichtlich bestehender Pläne oder in Bezug auf die Tatsache, dass sie nach wie vor keine konkretere (oder realisierbare) berufliche Vorstellung haben.

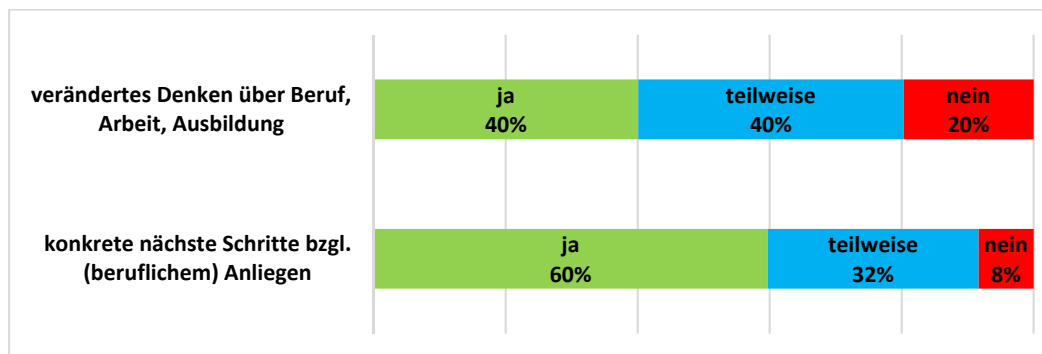
Veränderungen von Einstellung und Verhalten sind zwei zentrale Ebenen der möglichen Wirkung von Beratungsangeboten.⁷³ Im Zuge der schriftlichen Befragung von BeratungskundInnen wurden diese beiden Wirkungsebenen durch die Fragen „Hat sich durch die Beratung etwas daran geändert, wie Sie über berufliche Angelegenheiten, Arbeit oder Ausbildung denken?“ und „Gibt es konkrete nächste Schritte bezüglich Ihrer (beruflichen) Anliegen?“ operationalisiert.

Über 80% der KundInnen, die den Fragebogen beantworteten, geben an, nach der Beratung (teilweise) anders über berufliche Angelegenheiten, Arbeit oder Ausbildung zu denken (siehe Abbildung 10). Über 90% der Personen geben darüber hinaus an, zumindest teilweise konkrete nächste Schritte bezüglich des (beruflichen)

⁷³ Vgl. Hooley (2014), S.16.

Anliegens aus der Beratung mitzunehmen. Diese Ergebnisse sprechen wie auch die Ergebnisse aus den KundInnen-Interviews dafür, dass die BIZ-Beratung auf den Wirkungsebenen „Einstellung“ und „Verhalten“ als wirkungsvoll eingeschätzt werden kann.

Abbildung 10: Rückmeldungen der BeratungskundInnen auf die Fragen zu Veränderungen im Denken über Beruf, Arbeit, Ausbildung sowie zu konkreten nächsten Schritten bzgl. des (beruflichen) Anliegens



Quelle: AMS/abif. Schriftliche Befragung BeratungskundInnen 2015. dreistufiges Frageformat, Antwortmöglichkeiten: „ja“, „teilweise“, „nein“; Verändertes Denken über Beruf, Arbeit Ausbildung, n=143; konkrete nächste Schritte bzgl. (beruflichem) Anliegen, n=144.

5.4 Emotionen nach der Beratung

Die überwiegende Mehrheit der KundInnen zeigte/äußerte nach dem Gespräch Zufriedenheit, Zuversicht, Erleichterung und/oder fühlte sich bestärkt. Zwei Personen waren geradezu „strahlend“ gut gelaunt. Eine Person zeigte sich vor allem überrascht, da sie durch den Test einige ganz neue Anregungen dazu bekam, was beruflich besser passen würde als der erlernte Beruf.

I: Und wie fühlst du dich jetzt nach der Beratung?

B: Wunderbar (LACHT). Es geht mir sehr gut!

(m, 23)

„Also ich fühle mich auf jeden Fall sichtlich entspannter auf das Ganze“ (w, 22)

Zwei Personen waren nach dem Gespräch desillusioniert, teilweise frustriert und waren nach wie vor unsicher bzw. ohne richtige berufliche Orientierung.

„Ich muss ganz ehrlich sagen, ich habe halt nicht viele Alternativen. Entweder gehe ich ganz normal in das Berufsleben zurück, was ich absolut nicht möchte. Tja oder ich mache eine Ausbildung, wo ich halt nicht ganz glücklich bin. [...] Nicht alle Ausbildungen sind für mich gegeben. Weil der Heimhelfer wird bei mir nicht unterstützt und die Handelsschule kann ich machen, aber mein jetziger Betrieb behält mich ja nicht. Also ist das für mich schon wieder sehr kompliziert alles [...] Bin vollbepackt, aber nicht ganz zufrieden, aber wie gesagt, da kann er [der Berater] jetzt nichts dafür. Ich bin einfach zu alt für den normalen Lehrberuf. Eine Lehrstelle kann ich nicht machen, oder es wird halt schwierig. Ja also nicht alles so wie ich es gerne hätte.“ (w, 33)

„Und mich hätte ja auch der Seniorenanimateur interessiert. Automatisch sagen sie aber da beim AMS, das ist nicht gefragt, das braucht niemand (LACHT). Ich habe aber schon gehört, dass es in Mattersburg und Wien sehr wohl Seniorenanimateure gibt. Und das kotzt mich voll an. Weil da hätte es beim BFI einen Kurs gegeben, da hätte ich mich voll dafür interessiert, da haben sich aber zu wenige gemeldet. Ich nehme fast an, weil das AMS gesagt hat, es wird nicht gebraucht.“ (w, 36)

Dies betraf v.a. Personen, die sich bereits vor der Beratung eher skeptisch zeigten und bei denen ein verschränkte Problemlage festzustellen war (alter Beruf nicht mehr für sie akzeptabel, vage berufliche Vorstellungen, Finanzierung einer neuen Ausbildung schwierig, Bildungsabschluss für gewünschtes Berufsfeld nicht ausreichend etc.).

5.5 Fazit

Mit wenigen Ausnahmen kamen alle interviewten KundInnen mit bestimmten Erwartungen in die Beratung und nahmen das Beratungsangebot aus eigenem Antrieb heraus wahr. Insgesamt zeigt sich, dass jene Personen, die aus eigenem Antrieb und mit Erwartungen bezüglich ihrer Anliegen in die BIZ-Beratung gingen, in der Regel auch entsprechende Informationen und/oder Beratung erhielten. Auch im Rahmen der quantitativen KundInnenbefragung zeigt sich, dass der Großteil die BIZ-Beratung mit konkreten Anliegen, Problemen oder Fragen aufsucht und es in mehr als 90% der analysierten Beratungsfälle gelungen ist, diese Anliegen, Probleme oder Fragen zu klären. Entsprechend gibt es aus Sicht von mehr als 90% der Befragten ein konkretes Beratungsergebnis. Dabei werden die erzielten Ergebnisse von 82% der KundInnen als zufriedenstellend eingeschätzt.

Ein großer Teil der interviewten KundInnen brachte einige Ideen oder sogar klare Vorstellungen in Bezug auf berufliche Pläne mit. Der andere Teil hatte eher vage Vorstellungen und suchte nach besserer Orientierung und Konkretisierung. Die Tatsache, dass sowohl Personen mit vagen beruflichen Vorstellungen als auch Personen mit bereits sehr konkreten beruflichen Vorstellungen das Ergebnis des Gesprächs als hilfreich und nützlich bezeichneten, sowie ihre beruflichen Pläne entweder konkreter wurden oder sogar eine Entscheidung getroffen werden konnte, ist sehr positiv zu bewerten.

Die wichtigsten Erwartungen der vor Ort interviewten KundInnen waren *Information und Beratung über Möglichkeiten und/oder Anforderungen von Ausbildungen oder Berufen* und zwar entweder hinsichtlich einer ersten Ausbildung oder hinsichtlich eines Ausbildungs- oder Berufswechsels. Die meisten Personen erwarteten sich allgemein eine bessere Orientierung und insbesondere mehr Klarheit über ihre Ziele, die sie dann weiterverfolgen könnten. Ein Teil erhoffte sich von der Beratung – direkt oder indirekt - eine Entscheidungshilfe. Dabei spielten teilweise auch Informationen zum Arbeitsmarkt eine Rolle. Einige der KundInnen wollten sich auch explizit zu Möglichkeiten von finanzieller Unterstützung informieren lassen.

Die meisten KundInnen gingen mit einer erwartungsvollen, zuversichtlichen bis optimistischen Haltung in das Gespräch. Ein weiterer Teil war unsicher, teilweise besorgt. Nur 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 Euphorie. Viele Personen fühlten sich insgesamt bestärkt. Ein kleiner Teil der Befragten empfanden Ernüchterung bis Desillusionierung. Dies ging einher mit einem Gefühl der Frustration, Unsicherheit und/oder Unzufriedenheit.

In Bezug auf ihre Erwartungen sagten die allermeisten Personen im Anschluss an das Gespräch in der BIZ-Beratung, nützliche Informationen erhalten zu haben. Auf Basis der erhaltenen Informationen und/oder 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 KundInnen-Interviews wird weitgehend durch die Aussagen der KundInnen, die den Fragebogen beantworteten, bestätigt, welche besonders häufig das *Erarbeiten eines Planes bezüglich nächster Schritte*, das *Generieren von beruflichen Ideen* sowie *neues Wissen zu Beruf und Ausbildung* als Beispiele für das Beratungsergebnis nannten.

Aus den Interviews mit KundInnen der BIZ-Stellen in Tirol und im Burgenland zeichnet sich damit insgesamt ein deutlich positives Bild hinsichtlich der unmittelbaren Wirkung der BIZ-Beratung ab. Dies wird auch in der Beurteilung der KundInnen deutlich. Mit Abstand am häufigsten wurde die zuvor erfolgte Beratung als ‚hilfreich‘ beschrieben. Darüber hinaus werden die BeraterInnen von einigen KundInnen als engagiert, freundlich und bestärkend beschrieben. Vereinzelt werden auch explizit deren Kompetenz und Verständnis betont. In Bezug auf die Information und die Beratung an sich empfanden diese nur zwei der befragten Personen als nicht hilfreich. Die positive Einschätzung der Beratung insgesamt wird in den Ergebnissen der schriftlichen Befragung bestätigt: Die BIZ-Beratung wird von den KundInnen als gut, nützlich und leicht verständlich bewertet.

80% der Befragten geben an, nach der Beratung anders über berufliche Angelegenheit, Arbeit oder Ausbildung zu denken und über 90% geben darüber hinaus an, dass zumindest teilweise konkrete nächste Schritte bezüglich des (beruflichen) Anliegens vorliegen. Auch für den Großteil der interviewten KundInnen wurde durch die Beratung das *berufliche Ziel konkretisiert* und/oder *eine Entscheidung ermöglicht* oder die *eigenen Berufsvorstellungen konkreter* als zuvor. Fast alle interviewten KundInnen waren nach der Beratung „einen Schritt weiter“ in ihrem Anliegen und fühlten sich bestärkt und/oder zufrieden und/oder erleichtert. Diese Befunde zur unmittelbaren Wirkung der Beratung sind klare Hinweise darauf, dass primäre Ziele der BIZ-Beratung großenteils erreicht werden.

6 Outcome: Mittelfristige Wirkung

Ergebnisse der telefonischen Nacherhebung

Die erhobenen Informationen werden in Hinblick auf das Wirkungsmodell von Hooley (vgl. Kap. 1.1) sowie gemäß den im Rahmen dieser Studie definierten Dimensionen von Beratung analysiert und beschrieben.

Nach dem Wirkungsmodell sollte sich das Ergebnis von Beratung in einem oder mehreren der folgenden Veränderungen (Outcome-Ebene) zeigen:

- **Veränderungen im Beschäftigungs- oder Ausbildungsstatus;**
- Veränderungen in den Lebensumständen;
- Veränderungen beim Wissensstand oder Skills;
- Passung von Beschäftigung oder Ausbildung mit den Skills und Zielen;
- Passung der Ausbildung mit Beschäftigungsmöglichkeiten.

Hier ist vor allem der erste Punkt für die Analyse relevant. Veränderungen im Beschäftigungs- oder Ausbildungsstatus sind ein Kernziel der Beratung und können auch mittelfristig feststellbar sein. Aus diesem Grund lag hier auch das wesentliche Interesse bei der Nachbefragung.

In Bezug auf die Dimensionen, Indikatoren und Ziele von Beratung, die im Rahmen dieser Studie festgelegt wurden, stehen bei der Einschätzung der mittelfristigen Wirkung insbesondere die Dimension der **Handlungen** und der **Einstellungen** mit den dazugehörigen Indikatoren im Mittelpunkt. Dazu spielen auch die Dimensionen der **Beratungsergebnisse** und der **Emotionen** eine Rolle.

Tabelle 11: Relevante Dimensionen zur Einschätzung der mittelfristigen Wirkung

Dimension	Indikatoren und Ziele der BIZ-Beratung
Handlungen	<ul style="list-style-type: none">• Eigeninitiative• Sich aktiv mit der eigenen Berufsorientierung befassen• Entwickeln und/oder Umsetzen von neuen Wegen/Möglichkeiten/Ideen• Ausbildungs-/Arbeitsbeginn
Einstellungen	<ul style="list-style-type: none">• Positive Einstellung zur Arbeit/Ausbildung/eigenen Zukunft• (Stärkung der Bildungsbereitschaft)• Erweiterung der eigenen Perspektive• Positives Selbstbild• (erhöhte) Selbstwirksamkeitsüberzeugung
Emotionen	<ul style="list-style-type: none">• Motivation

6.1 Veränderungen der beruflichen Situation

Bei fast allen Personen, die an der Nachbefragung teilnahmen (n=13), hat sich die Situation verändert.⁷⁴ In den meisten Fällen bedeutet dies, dass die Personen eine Berufsausbildung aufgenommen haben bzw. im September 2015 aufnehmen werden, eine Arbeit aufgenommen haben, einen berufsbildenden Abschluss nachgeholt haben oder einen solchen anstreben.

Jene Personen, bei denen sich Veränderungen der beruflichen Situation ergeben hatten, waren häufig ihrem in der Beratung beschlossenen Vorhaben oder unmittelbar nach der Beratung gefassten Entschluss gefolgt und setzten diese nahezu eins zu eins um.

In manchen Fällen änderten Personen jedoch ihr Vorhaben. Von ihnen sagten viele, sie hätten sich das ganze nochmal überlegt und auf dieser Basis (neue Einstellungen, Prioritäten, Lebensumstände etc.) ihre Pläne geändert.

So entschied sich beispielsweise ein Studierender, der sein Studium abgebrochen hatte und in der BIZ-Beratung war, um sich hinsichtlich kaufmännischer Ausbildungen und Ausbildungen im Bankwesen beraten zu lassen, später doch dazu, das Jusstudium fortzusetzen.

In einem anderen Fall entschied sich eine Frau, die ursprünglich ihre Matura nachholen wollte bzw. eine Berufsausbildung machen wollte, diesen Plan vorerst auf Eis zu legen und sich aufgrund ihrer Situation als Alleinerzieherin auf Jobsuche zu machen, wobei sie bislang keinen gefunden hat.

In einigen wenigen Fällen bestehen ursprüngliche Pläne, die bereits in die Beratung mitgebracht wurden, weiterhin. Diese können aus Sicht der Personen weiterhin nicht unmittelbar verwirklicht werden, so dass sie zwischenzeitlich etwas anderes machen, ohne jedoch ihr eigentliches Ziel aufzugeben zu haben.

Eine Kundin, die ihr Studium abgebrochen hatte und sich in der BIZ-Beratung über Ausbildungen im Bürobereich mit Schwerpunkt Buchhaltung erkundigte, hatte sich nachdem auch der in der Beratung durchgeführte Test ihre Neigungen bestätigt hatte, auf die Suche nach einem Ausbildungsplatz in dem Bereich gemacht. Dies blieb allerdings erfolglos, da sie mit der Begründung abgelehnt wurde, sie habe zu wenige Vorkenntnisse (obwohl sie die Matura hat). Deshalb entschied sie sich dazu, vorerst einen AMS-Kurs zu Buchhaltung zu besuchen, um sich danach möglichst direkt für eine Stelle oder erfolgreicher für eine Ausbildung zu bewerben.

Grundsätzlich waren die allermeisten Personen - egal, ob sie ihre Pläne entsprechend umgesetzt hatten, ihre Pläne eigenständig geändert hatten oder ob bereits gewünschte Veränderungen eingetreten waren – mit ihren Entscheidungen zufrieden und motiviert, ihre Ziele zu verfolgen (unabhängig davon, ob diese dieselben waren, wie zum Zeitpunkt des Interviews unmittelbar nach der Beratung).

Diese Personen, die bereits erste Schritte in den vergangene vier bis fünf Monate unternommen haben, zeigten zumeist Klarheit, Zuversicht und Motivation für ihren weiteren beruflichen Weg. Dies ist selbst dann der Fall, wenn vorerst nur mittelfristige Ziele klar sind und sie sich, worüber sich die Personen bewusst sind, über langfristige Ziele noch klar werden müssen. Dabei sind sie überzeugt, dass sich Letzteres im Laufe der Ausbildung/des Praktikums/der Arbeitserfahrung herausstellen wird und sie dann wissen werden, was ihr ganz konkreter Berufswunsch ist oder welche Spezialisierung sie anstreben.

In einem Fall änderte eine junge Frau (19) allerdings ihren Entschluss, eine Ausbildung anzufangen und entschied sich dafür, als Kinderbetreuerin und -animateurin zu arbeiten, obwohl sie noch keine Berufsausbildung oder Lehre gemacht hat:

⁷⁴ Bei nur einer Person scheinen keinerlei Veränderungen aufgetreten zu sein, weder aus objektiver noch aus subjektiver Sicht.

I: Und es handelt sich um eine Ausbildung oder ein Praktikum?

B: Nein, gar nicht.

I: Aber in der Beratung ging es ja damals um eine Ausbildung im Bereich Kinderbetreuung, Soziales...

B: Jaaa, aber da ich ja jetzt was gefunden habe, glaube ich nicht, dass ich nochmal in die Schule gehe (w, 19).

Hier hatte die Beratung zwar die berufliche Richtung und Wünsche der Kundin bestärkt und Möglichkeiten aufgezeigt, dabei scheint allerdings die Bedeutung eines Berufsabschlusses nicht besprochen oder klar geworden zu sein.

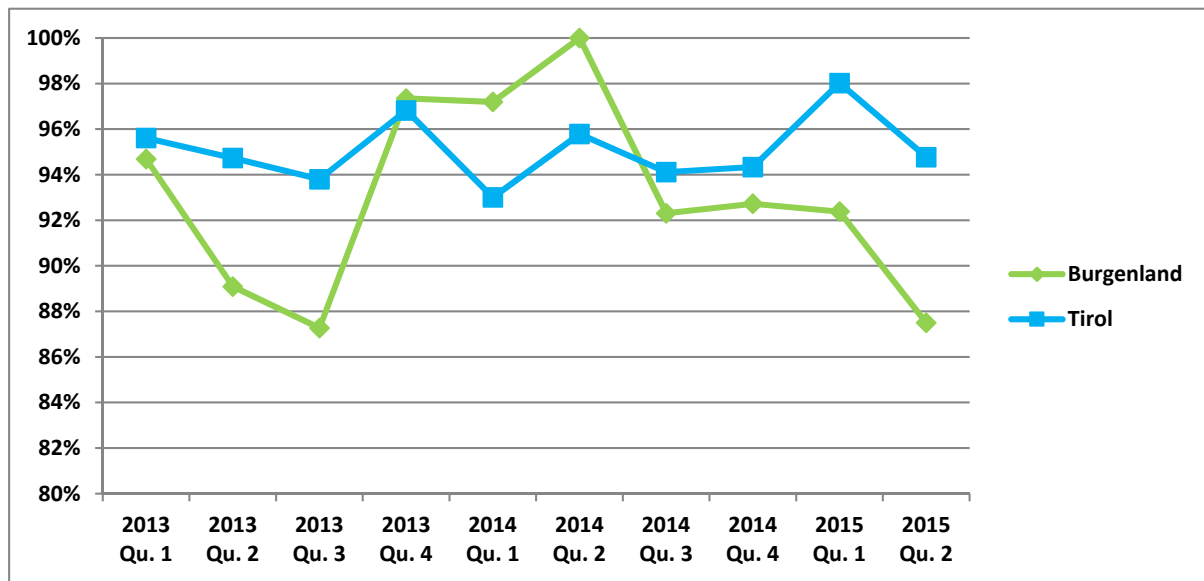
Hingegen gab es einige wenige Personen (n=2), bei denen sich die Situation verändert hatte, die aber damit nicht zufrieden schienen und denen langfristige Ziele eher fehlten oder – wenn existent – sehr fern schienen. Interessant ist, dass diese Personen das getan hatten, was ihnen in der Beratung empfohlen wurde bzw. durch das AMS nahegelegt wurde, obwohl dies nicht ihren Vorstellungen entsprach und sie auch nicht sonderlich motiviert waren.

So hat beispielsweise eine Kundin ihren Wunsch Seniorenanimateurin zu werden, nicht aufgegeben, worin sie die BIZ-Beratung bestärkt; da sie aber durch das AMS nicht in dieser Richtung unterstützt werden kann, hat sie sich auf dessen Anraten um Stellen im Verkauf beworben, wobei dies allerdings erfolglos war und die Person also derzeit weder beschäftigt noch in Aus- oder Weiterbildung ist.

6.2 Bewertung der Beratung im Nachhinein

Im Rahmen des quartalsmäßigen telefonischen Monitorings der KundInnenzufriedenheit wird die Frage gestellt, wie hilfreich die BIZ-Beratung war. Zumeist bewerten mehr als 90% der KundInnen die Beratung einige Wochen später als hilfreich (siehe Abbildung 11).

Abbildung 11: Quartalsmäßiger Verlauf hilfreich empfundener persönlicher Beratungsgespräche



Quelle: IPR/AMS, eigenen Berechnung. Telefonische Befragung BeratungskundInnen 2013-2014. Filterfrage entsprechend persönlicher Beratung im Rahmen des BIZ-Besuchs, sechsstufiges Frageformat, Antwortmöglichkeiten „sehr hilfreich“ (1) bis „gar nicht hilfreich“ (6), Angaben in Prozent der KundInnen, die die persönliche Beratung als hilfreich (Skala 1-3) empfanden; 2013 Quartal 1 Burgenland, n=113; 2013 Quartal 1 Tirol, n=114; 2013 Quartal 2 Burgenland, n=55; 2013 Quartal 2 Tirol, n=76; 2013 Quartal 3 Burgenland, n=55; 2013 Quartal 3 Tirol, n=113; 2013 Quartal 4 Burgenland, n=113; 2013 Quartal 4 Tirol, n=189; 2014 Quartal 1 Burgenland, n=107; 2014 Quartal 1 Tirol, n=143; 2014 Quartal 2 Burgenland, n=53; 2014 Quartal 2 Tirol, n=95; 2014 Quartal 3 Burgenland, n=65; 2014 Quartal 3 Tirol, n=68; 2014 Quartal 4 Burgenland, n=55; 2013 Quartal 4 Tirol, n=159; 2015 Quartal 1 Burgenland, n=105; 2015 Quartal 1 Tirol, n=152; 2015 Quartal 2 Burgenland, n=64; 2015 Quartal 2 Tirol, n=134.

Während sich der Anteil bei den TirolerInnen im Laufe der zehn betrachteten Quartale verhältnismäßig konstant zwischen 93% und 98% bewegte, zeigte sich die Bewertung der BurgenländerInnen – auf einem hohen Niveau - vergleichsweise deutlich durchwachsender. So ging der Anteil positiver Bewertungen während

des ersten und zweiten Quartals 2013 von 95% auf 89% zurück, in den darauffolgenden Monaten auf 87%. Darauf folgte ein Anstieg auf 97% im letzten Quartal des Jahres 2013, der sich in den ersten Monaten des Jahres 2014 konstant hielt. Der Höhepunkt zeigte sich im zweiten Quartal des Jahres, in dem die persönliche Beratung von allen befragten KundInnen als hilfreich bewertet wurde. In den darauffolgenden Monaten zeichnete sich jedoch ein erneuter Rückgang ab. So wurde die persönliche Beratung am Ende des zweiten Quartals 2015 nur von 88% der befragten KundInnen als hilfreich bewertet. Die TeilnehmerInnenzahl bei der Befragung im Burgenland ist deutlich geringer, was ein Grund für diese Schwankungen sein kann.

Trotz dieser Schwankungen, war die Bewertung der persönlichen BIZ-Beratung sowohl in Tirol als auch im Burgenland überwiegend positiv. Dieses Ergebnis spiegelt sich durchaus auch in den persönlichen Interviews und telefonischen Nacherhebungen mit BIZ-KundInnen während des Frühjahrs und Sommers 2015 wider.

Im Wesentlichen fanden jene persönlich interviewten Personen, die die Beratung unmittelbar nach dem Termin als hilfreich einschätzten, diese auch im Nachhinein hilfreich bzw. fanden umgekehrt die anderen Personen die Beratung weder unmittelbar danach noch im Nachhinein hilfreich.

Etwa zwei Drittel der interviewten KundInnen bewertet die BIZ-Beratung im Nachhinein als sehr hilfreich oder teilweise hilfreich. Dabei verstärkten die Gründe, die angeführt wurden, die Beurteilungen, die unmittelbar nach der Beratung erfolgt waren. Die wichtigsten Gründe, warum die Beratung als sehr oder teilweise hilfreich empfunden wurde, sind das Kennenlernen von Möglichkeiten sowie Voraussetzungen, um berufliche Vorstellungen umzusetzen, die Konkretisierung der ersten Schritte, Informationen zu den Berufen bzw. Ausbildungen, Information bzw. Kontakte zu Ausbildungseinrichtungen sowie Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten:

„Für mich persönlich [war die Beratung] wirklich sehr hilfreich, weil ich wirklich gar keine Ahnung hatte. [...] Ja, und wie gesagt, ich kannte die Möglichkeiten vorher nicht. [...] Ich dachte vorher einfach, ich muss mich jetzt für eine Ausbildung entscheiden und bin jetzt sehr froh, dass ich diese Möglichkeit gefunden habe, ja.“ (w, 22)

„Die [Beratung] war auf jeden Fall notwendig. Sonst hätte ich mich nicht ausgekannt.“ (m, 23)

B: Es [die Beratung] hat schon dazu geholfen, dass ich es schlussendlich gemacht habe.

I: Warum hat es geholfen?

B: Es gibt nochmal eine andere Sicht, wenn man Schwarz auf Weiß sieht, wo die Stärken von einem liegen und man nicht ein total hoffnungsloser Fall ist. (m, 21)

Darüber hinaus wurde das Beratungsergebnis (auch) im Nachhinein als motivierend, teilweise auch als erleichternd empfunden, wie auch die folgenden Zitate zeigen:

B: Ich bin danach eigentlich direkt losgestürmt, ich glaube, man hat mir das Ganze direkt angesehen.

I: Das hat Sie dann richtig motiviert, dass Sie dann die richtigen Informationen hatten?

B: Genau, ja! Auf jeden Fall! Ich habe mich dann noch genauer informiert und dachte mir dann, ja, das ist eine gute Auswegslösung! (w, 22)

Eine Kundin im Burgenland, die aus Notwendigkeit derzeit ihre Berufsfindungspläne auf Eis gelegt hat und stattdessen jobben geht, beurteilt die Beratung ebenfalls als hilfreich und begründet:

B: Sehr [hilfreich], weil es hilft, sich mit der eigenen Person auseinanderzusetzen und jemand da ist, der einem zuhört.

I: Sind Sie jetzt zufriedener mit Ihrer Situation?

B: Komischerweise schon, es hat sich zwar nicht wirklich was getan, aber vom Gefühl her geht's mir jetzt besser. (w, 27)

Ein Drittel der Befragten fanden die Beratung im Nachhinein nicht so hilfreich. Hier ist allerdings zu unterscheiden, dass einige der Personen bereits mit konkreten Vorstellungen oder Ideen in die Beratung gekommen waren. Diese hätte nichts Neues dazu ergeben. Aus Sicht dieser Personen hätten sie auch ohne Beratung das gleiche gemacht.

Unter den anderen Personen, die die BIZ-Beratung als nicht hilfreich empfanden, waren unterschiedliche Ursachen und Situationen zu finden.

In einem Fall sagt die Person einerseits, dass ihr die Beratung nichts gebracht hätte; betrachtet man jedoch, was sie dann weiter schildert, wird klar, dass die Beratung in Wirklichkeit doch etwas bewirkt hat, auch wenn

sich die Person dessen nicht richtig bewusst ist. Dies wird in den folgenden Sätzen veranschaulicht, die zu einem späteren Zeitpunkt - nachdem die Frage danach, ob die BIZ-Beratung hilfreich war, verneint worden war - gesagt wurden:

„[Er] hat mir dann aber eigentlich die Augen geöffnet und hat gesagt, dass ich eigentlich mit meiner Ausbildung – oder mit KEINER Ausbildung besser gesagt - dass es mir schwer fallen wird, überhaupt Fuß zu fassen. Deshalb bin ich in diesem Kurs geblieben und es hat dann gepasst, also ich habe mich wohlgefühlt. Aber an DIESEM Tag, in DIESEM Gespräch hat es mir // hat es mir schon die Augen geöffnet. Ja, sagen wir es so.“ (w, 34)

Eine andere Kundin (33) fand die Beratung demotivierend, da sie relativ klare Wünsche und Ziele gehabt hat, die allerdings für sie nicht leicht umzusetzen sind (fehlende Bildungsabschlüsse, fehlgeschlagene Bewerbungen). Der Berater habe deshalb Alternativen vorgeschlagen, während sich die Person aber Stärkung und Unterstützung gewünscht hätte, um ihre Ziele zu erreichen.

Das Ziel war eine Ausbildung an der Caritas-Schule. Dies war der einzige noch offene Weg, um die gewünschte Ausbildung anzutreten, da die andere erreichbare Ausbildungsstätte die Bewerbung negativ beantwortet hatte. Laut der Kundin wurde von dem Berater hinsichtlich der Bewerbung keine Unterstützung oder sonstige Informationen angeboten, sondern darauf hingewiesen, dass es *„dann nur weiter weg geht“* (Ausbildungsort) oder es *„sonst halt nichts damit wird“*, so die Kundin. Die Kundin hatte aber eine sehr starke Motivation und bewarb sich dennoch an der Schule: *„man will ja auch einen Beruf machen, wo man einfach sein Leben lang drin arbeiten möchte, nicht 10 Jahre und dann fällt einem ein ‚das war es doch nicht!‘ und dann fängt man wieder von vorne an.“* Die Kundin hatte, mit dem Ziel, diese Ausbildung machen zu können, in den vergangenen Monaten ihren Lehrabschluss nachgeholt. Sowohl dabei als auch bei der Formulierung des Motivationsschreibens für die Bewerbung an der Schule, die erfolgreich ausging, erhielt sie privat Unterstützung, da diese Person aus Sicht der Kundin gemerkt hätte, wie wichtig es ihr sei und wie sehr sie das wolle. Somit konnte die Kundin sehr wichtige und für sie schwierige Etappen nehmen.

In diesem letzteren beschriebenen Fall zeigt sich allerdings, dass Wahrnehmungen unterschiedlich sind bzw. Kommunikation offenbar nicht immer funktioniert. Es scheint, die Kundin hatte ein recht klares Ziel, bei dem sie (gerade weil es die einzige für sie realisierbare Option war) gerne Unterstützung und Motivation gehabt hätte. Der Berater hingegen, der als Anliegen der Beratung *„Infos über Pflege- und Büroausbildungen“* sowie die Notwendigkeit eines Lehrabschluss notiert, klärte die Kundin über *„alle Wege für ihr Anliegen“* auf. Er möchte also Alternativen aufzeigen, für den Fall, dass es mit der Caritas-Schule nicht funktioniert und der Kundin realistische Perspektiven aufzeigen. Genau dies scheint die Kundin jedoch als demotivierend zu empfinden. Ob die Kundin allerdings ihren Wunsch nach Unterstützung bzw. die Frage danach, wo sie Unterstützung bekommen könnte, artikuliert oder fähig war zu artikulieren, bleibt offen.

Bei einer Person wird in der Nachbefragung deutlich, dass sie in ihrer Wahrnehmung und Schilderung nicht genau zwischen BIZ-Beratung und AMS-Beratung unterscheidet und für die Interviewerin war es schwierig, Informationen und Eindrücke die ausschließlich das BIZ betreffen, zu erhalten. Die Kundin fühlte sich mit ihren Fragen vom AMS im Stich gelassen und unter Druck gesetzt. Bei dieser Person war es auch der Fall, dass die Empfehlungen der AMS-Beratung und der BIZ-Beratung in gegensätzliche Richtungen zielten: Hier steht der Versuch, andere Berufsfelder aufzumachen vs. der Bestärkung an dem Berufswunsch dran zu bleiben. Entsprechend positiver äußert sich die Kundin über die BIZ-Beratung - auch wenn klar ist, dass sie für diesen Weg beim AMS keine Unterstützung findet.

6.3 Einschätzungen der BIZ-BeraterInnen und tatsächliche Handlungen der KundInnen nach der Beratung

Für jene KundInnen, die in der Nachbefragung erreicht wurden, wurden nochmals die Fragebögen der BIZ-BeraterInnen zum Vergleich herangezogen. Dabei wurde ausschließlich betrachtet, welche Handlungen der/die Kunde/in tatsächlich in der Zeit nach der Beratung unternahm und inwiefern diese mit den Einschätzungen der BeraterInnen übereinstimmte.

Es zeigt sich, dass in den meisten Fällen die Einschätzungen der BeraterInnen recht zutreffend waren. Das bedeutet, dass zum Beispiel in Fällen, wo KundInnen einen bestimmten Weg anstrebten und in der Beratung

die notwendigen Schritte dazu besprochen wurden, diese Schritte gegangen wurden. In Fällen, wo zwei verschiedene infrage kommende Alternativen als Beratungsergebnis vorlagen und die KundInnen sich aus Sicht der BeraterInnen Gedanken machen und eine Entscheidung treffen mussten, geschah dies in der Regel und es wurde auch fast immer eine der beiden Alternativen gewählt (kein dritter Weg).

Einer Kundin, die vorhatte die HAK abzubrechen, wurde in der Beratung als Option einerseits die Beendigung der Schule mit Unterstützung des Jugendcoachings geraten, andererseits als Alternative eine überbetriebliche Ausbildung im Bereich Drogistin, die der Kundin zuvor nicht bekannt war und die ihr Interesse weckte. In der Nachbefragung zeigte sich, dass die Kundin sich nach einem Praktikum bei einer Drogeriekette, das ihr sehr gut gefallen hat, auf eine Lehrstelle in dem Bereich beworben hat und die Ausbildung demnächst beginnt.

In einigen wenigen Fällen handelten die Personen jedoch relativ stark abweichend von dem, was der/die BeraterIn für wahrscheinlich hielt. Dabei sind die Handlungen und ihre Beweggründe (soweit sie im Interview hervorgingen) sehr unterschiedlich.

Wie weiter oben bereits angesprochen, hat sich ein Kunde dafür entschieden, sein Jusstudium fortzusetzen, das er kurz zuvor abbrechen wollte. Weder im Interview, noch im Berater-Fragebogen scheint diese Option thematisiert worden zu sein; es wurden ausschließlich Wege der kaufmännischen Ausbildung oder die Möglichkeit eines Wirtschaftskollegs besprochen. Der Berater nahm an, dass die Entscheidung getroffen ist und dass sich der Kunde *„sofort für Lehrstellen (..) und auf [eine] Lehre am 2. Bildungsweg bewerben“* wird.

Im Falle einer jungen Frau, die im A.I.S.T. ihre Eignung für den sozialen Bereich bestätigt fand und die mit Kindern arbeiten wollte, befand der Berater, dass sie *„nachdenken“*, bei der Studienstelle wegen *„Beihilfen nachfragen“* und ein *„Praktikum organisieren“* werde. Der Anlass der Beratung war die Frage nach einer Umschulung in den sozialen Bereich. Der Berater nahm also an, dass die Kundin eine Ausbildung bzw. Umschulung in den Bereich machen wird und zuvor ein Praktikum absolviert. Die Kundin hingegen suchte sich einen Job im Bereich der Kinderbetreuung, in dem sie ungelernt arbeiten kann und schließt zum Zeitpunkt der Nachbefragung aus, wieder eine Schule zu besuchen, das heißt, eine passende berufliche Ausbildung zu absolvieren.

In beiden Fällen ist fraglich, ob im Rahmen der Beratung Motivatoren zu einem (höheren) Bildungsabschluss aufgegriffen wurden und die Bildungsbereitschaft gestärkt wurde.

6.4 Weitere Inanspruchnahme von Beratung

Die meisten Personen suchten nicht nochmal den Kontakt zur BIZ-Beratung. Gründe dafür sind vor allem darin festzumachen, dass sie einen Plan hatten, der ihre nächsten Schritte und Handlungen anleitete, so dass kein weiterer Bedarf an Beratung bestand. Eine Person hatte anschließend noch per Email Kontakt, wobei es dabei um die Zusendung von weiteren Infomaterialien seitens des Beraters ging.

Eine Person war in der Zwischenzeit nochmals in der Beratung, wobei es sich aber um einen bereits zum Zeitpunkt der ersten Beratung gesetzten Termin handelte, um einen umfangreicheren Interessenstest durchzuführen. In einem anderen Fall stand die Kundin noch in Kontakt, allerdings nicht im Rahmen eines persönlichen Gesprächs.

In einem Fall überlegt die Kundin, demnächst nochmals in die BIZ-Beratung zu gehen.

Unabhängig von der BIZ-Beratung berichten mehrere Befragte, dass sie nach der BIZ-Beratung noch bei einer AMS-Beratung waren, um dort beispielsweise Jobangebote einzuholen oder über Ausbildungsfinanzierung zu sprechen. Eine Befragte fand die AMS-Beratung, die sie im Zuge einer Kursanmeldung für das Nachholen des Lehrabschlusses aufsuchte, hilfreicher als die BIZ-Beratung und möchte daher nochmals zu dieser Beratung gehen, wenn sie den Lehrabschluss hat.

Des Weiteren berichtet eine Person explizit, dass sie sich privat von einem Bekannten Rat, Hilfe und Motivation geholt hat, was sie sehr unterstützt hätte, ihre Ziele zu verwirklichen. Eine andere Person erzählte, dass sie privat mit dem BIZ-Berater bekannt ist, so dass sie im Falle eines Anliegens auch eher privat darüber sprechen würden als offiziell das BIZ aufzusuchen.

6.5 Fazit

Ein wichtiges Ergebnis der Nachbefragung ist, dass sich für die allermeisten der interviewten KundInnen hinsichtlich ihrer beruflichen Situation etwas verändert hat. In den vier bis fünf Monaten, die seit dem letzten Gespräch vergangen waren, haben diese KundInnen häufig das umgesetzt, was in der Beratung besprochen wurde bzw. das, was von den KundInnen als Ergebnis und nächster Schritt unmittelbar nach der Beratung betrachtet wurde. Nicht alle, aber ein größerer Teil der KundInnen hat relativ klare Berufsvorstellungen und entsprechende Ziele. Zumindest mittelfristig ist den meisten klar, was sie machen möchten, und haben deshalb in der Zwischenzeit dahingehende Handlungen unternommen.

Entsprechend der unterschiedlichen Anliegen, die die KundInnen hatten, war eine der häufigsten Veränderungen, 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 dienen und nicht unbedingt das langfristige Ziel der KundInnen darstellen. Einige KundInnen haben in der Zwischenzeit Praktika absolviert, um so zu testen, inwiefern dieser Berufsbereich für sie geeignet ist.

Bei einigen KundInnen veränderten sich die Pläne in der Zwischenzeit, die sie 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.).

Jene 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 ersten Interview als nicht hilfreich beurteilten, auch einige Monate später der Überzeugung, dass ihnen diese nichts gebracht hat. Hierbei lässt sich feststellen, dass die Beratung aus unterschiedlichen Gründen als nicht hilfreich bewertet wird: Während einige mit relativ konkreten Vorstellungen in die Beratung kamen, dort keine ergänzenden Informationen oder neue Einsichten erlangten und sie deshalb nicht hilfreich fanden, weil sie so oder so an ihren Plänen festgehalten hätten, fanden andere die Beratung nicht hilfreich, weil sie sich nicht unterstützt fühlten. Manchmal lässt sich auch feststellen, dass Personen subjektiv keinerlei Nutzen in der Beratung sahen, aber im Gespräch trotzdem feststellbar war, dass sie durchaus relevante Erkenntnisse gewannen, die ihre Einstellungen und Handlungen auch beeinflussten.

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 meist auch im Nachgespräch eine skeptische und verhaltene Sichtweise.

Betrachtet man die Ergebnisse der Nachbefragung und vergleicht sie mit den Ansprüchen an und Zielen von der Beratung, wie sie im Rahmen dieser Studie definiert wurden, so zeigt sich, dass diese Ziele oft abgedeckt werden (variierend nach Art des Anliegens).

Das heißt, dass BeraterInnen zum Beispiel die Eigeninitiative, das Entwickeln und/oder Umsetzen von neuen Wegen/Möglichkeiten/Ideen, das Überlegen von Zukunftsplänen, das Gewinnen einer neuen Perspektive und die Motivation bei den KundInnen stärken oder initiieren können.

Dies ist insgesamt ein positives Ergebnis, das zeigt, dass die Beratung für sehr viele KundInnen hilfreich ist.

In mancher Hinsicht müssen die Ergebnisse aber auch kritisch betrachtet werden. Vergleicht man die Fälle (n=13) in Hinblick auf die individuelle Ausgangssituation der KundInnen, zeigt sich, dass genau bei jenen Fällen (n=3) mit höherem „Schwierigkeitsgrad“, im Sinne des Zusammenkommens mehrerer problematischer Faktoren, wie

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

die Personen die Beratung als nicht hilfreich einschätzten und sich auch nicht motiviert fühlten.

Das heißt, umgekehrt war bei den anderen zehn Personen die Ausgangssituation für die Beratung oft deutlich einfacher (relativ klare Ausbildungs- oder Berufsvorstellungen) oder zumindest keine multiplen Problemlagen vorhanden (keine Förderschwierigkeiten, junges Alter, kein Berufswechsel, Offenheit für Vorschläge etc.). Diese Personen sind auch genau jene, die die Beratung als sehr oder teilweise hilfreich beurteilen.

Es handelt sich bei den geführten Interviews selbstverständlich nicht um quantifizierbare Zahlen; dennoch geben die Befunde klare Hinweise darauf, dass womöglich Personen, deren Ausgangssituation komplex ist, nicht im gleichen Maße von der BIZ-Beratung profitieren wie Personen mit wenigen Hindernissen und/oder klareren Vorstellungen.

Diese Erkenntnis führt zu unterschiedlichen Überlegungen:

1. Sind die BeraterInnen für solche Fälle ausreichend ausgebildet?
2. Wenn ja, haben sie genug Zeit für solche Personen bzw. sind die Beratungskonzepte der BIZ-Beratung überhaupt darauf ausgelegt?
3. Brauchen vielleicht gerade solche Personen eine intensivere Beratung und Unterstützung?
4. Können diese Personen von einer einmaligen Beratung überhaupt profitieren?
5. Gibt es in der BIZ-Beratung oder in anderen Berufsberatungsstellen die Möglichkeit einer längerfristigen, beratenden Unterstützung, um die Personen auf dem möglicherweise schwierigeren und langwierigeren Weg zu begleiten?
6. Inwiefern schaffen es BeraterInnen, solchen Personen entweder bei einem schwierigeren Vorhaben zu unterstützen (z.B. mit Verweis an andere Hilfsangebote, wie Lerngruppen, Angebot von sinnvollen Kursen zur Vorbereitung, Beratungsstellen für Alleinerziehende, etc.) oder/und eine neue, für die Person nicht abwegige, Alternative zu entwickeln?
7. Die Schaffung von Offenheit und das Erarbeiten einer neuen Perspektive sind wahrscheinlich nicht immer in einem einzigen Termin möglich. Kommt es infrage, dass solche KundInnen geplant mehrfach wiederkommen (z.B. dreimal im Abstand von je einer Woche)?
8. Kommen die oben genannten Punkte für die BIZ-Beratung überhaupt infrage? Wenn nein, wohin können sich solche Personen wenden (kostenlose Beratungsangebote)?

Die Erhebungsmethode der Interviews und der schriftlichen Befragung verlässt sich auf die Aussagen der KundInnen sowie die kurzen schriftlichen Auskünfte der BIZ-BeraterInnen. Das heißt, es gab nicht die Möglichkeit, die Beratungen selbst zu beobachten. Im Wesentlichen besteht aber der Eindruck, dass die meisten Aussagen der KundInnen gut verwertbar sind, um das, was in der Beratung in etwa passiert ist, zu erfahren, und insbesondere die Haltung und die Emotionen der KundInnen zu erheben. Die beraterischen Handlungen, die die KundInnen schilderten, konnten zudem mit den schriftlichen Informationen der BeraterInnen abgeglichen werden. In Anbetracht dieser Analyseergebnisse zeigt sich, dass einige wenige, aber doch wichtige, definierte Ziele von Beratung womöglich teilweise zu kurz kommen, obwohl sie angebracht wären. Diese sind:

1. Erweiterung der eigenen Perspektive
2. Erarbeitung eines Plan B
3. Stärkung der Bildungsbereitschaft
4. Motivierung, z.B. durch Anreize/Aufzeigen von Motivatoren, aufbauende Gefühle wie Unterstützung oder Bestärkung

Insbesondere in jenen Fällen, die als eher schwierig (komplex) zu bewerten sind - aber sehr wohl auch in einigen der „einfacheren“ Beratungsfällen - hätte es durchaus Sinn gehabt, die Perspektive der KundInnen stärker zu erweitern, insbesondere um längerfristige Konsequenzen von Entscheidungen zu verdeutlichen. In manchen Fällen wurde trotz unsicherem „Plan A“ nicht oder nur vage ein „Plan B“ vorgeschlagen. Hierbei müsste vielleicht nicht mal der Plan B an sich vorgeschlagen werden, sondern dazu angeregt werden, sich Gedanken über eine Plan B zu machen und dann ggf. nochmals in der Beratung darüber zu sprechen.

Ein anderer Aspekt, der auffällt, ist, dass keine/r der KundInnen berichtet, zu einem (höheren) Bildungsabschluss motiviert worden zu sein. Sicher ist dies nicht bei allen erwartbar. Aber es gab einige Fälle, in denen Personen entweder über einen Bildungsabschluss verfügten, der zu einer höheren Berufsausbildung

führen könnte, oder die sich nach der Beratung (vorerst) gegen eine Berufsausbildung entschieden, um gleich Geld zu verdienen. Diesen Personen schien es nicht bewusst zu sein, welche Folgen die Entscheidungen längerfristig haben, noch schien dies Thema im Beratungsgespräch gewesen zu sein.

Des Weiteren scheint vorhandene Motivation bei KundInnen oft durch die BeraterInnen aufgenommen zu werden, hingegen Gefühle wie Mutlosigkeit, Orientierungslosigkeit, starke Unsicherheit oder negative Einstellungen eher weniger durch Motivation bzw. konkrete Motivatoren begegnet zu werden. Darauf weisen zumindest die vorliegenden Fallbeispiele hin.

Diese Kritikpunkte sollten sorgfältig bedacht werden. Sie stellen das positive Gesamtergebnis zur unmittelbaren und mittelfristigen Wirkung der BIZ-Beratung nicht infrage; sie sind aber wichtige Hinweise darauf, wie die BIZ-Beratung weiter optimiert werden könnte, so dass noch mehr KundInnen und vor allem gerade solchen, die einen höheren Beratungsbedarf haben, erfolgreich geholfen werden kann, ihren beruflichen Weg zu finden.

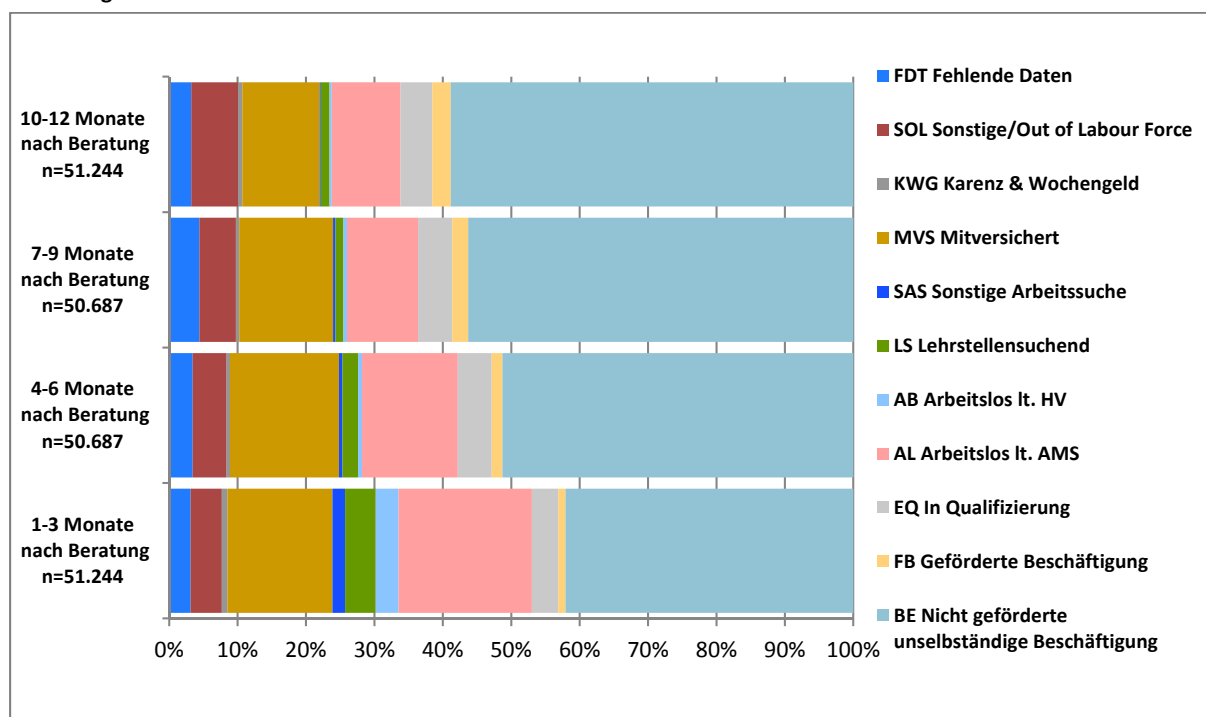
7 Outcome: Erwerbsverläufe

Als Ergänzung zur Wirkungsanalyse anhand von Befragungsdaten wurden vom AMS über die Firma Analytika die Erwerbskarrieren von BIZ-BeratungskundInnen anonymisiert aus dem Jahr 2014 zur Verfügung gestellt. Die Daten wurden dahingehend geprüft, ob sie sich zur Analyse langfristiger Wirkungen von BIZ-Beratungen eignen.

Die Verläufe für die Gesamtgruppe der KundInnen werden anhand von „Statusvolumen“ in Dreimonatsabschnitten dargestellt.⁷⁵ Alle Tage, die die KundInnen in einem bestimmten Status, wie z.B. in BE (Beschäftigung ohne Förderung), verbracht haben, wurden addiert. Die Summe der Statustage im Status BE, AB, AL usw. ergibt 100%.

7.1 Erwerbskarrierenmonitoring Tirol

Abbildung 12: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol in Dreimonatsabschnitten



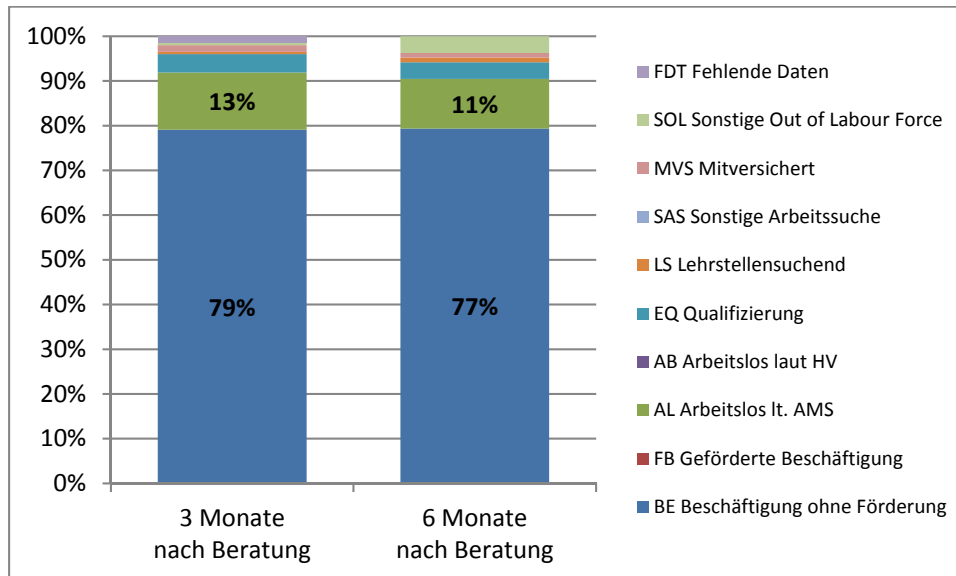
Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Tiroler KundInnen in Dreimonatsabschnitten nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

In Tirol waren zum Beratungszeitpunkt 40% der KundInnen (noch) in Beschäftigung, wobei sich nach Auskunft des AMS ein Großteil davon schon in der Kündigungsphase befand. Die KundInnen in Tirol erwirtschafteten in den Nachbeobachtungszeiträumen ein erhebliches Beschäftigungsvolumen von mehr als 50% ab dem Beobachtungszeitraum viertes bis sechstes Monat nach Beratung.

Da der Beratungsschwerpunkt eindeutig auf Erwachsenen (in der Kündigungsphase) liegt, stellt sich die Frage, ob diese Gruppe auch für das hohe Beschäftigungsvolumen verantwortlich ist. Dafür gibt es deutliche Hinweise aus der Analyse des Status' am Beratungstag: Von den 196 am Beratungstag in Beschäftigung befindlichen Personen befinden sich zum Stichtag drei Monate später noch/schon wieder 79% im Erwerb, am Stichtag nach 6 Monaten 77%.

⁷⁵ Genauer gesagt: In den zur Verfügung gestellten Daten waren die Statustage pro Person in den Zeiträumen erstes bis drittes Monat nach der Beratung, erstes bis sechstes Monat nach der Beratung, erstes bis neuntes Monat nach der Beratung und erstes bis zwölftes Monat nach der Beratung eingetragen. Durch Subtraktion wurden die drei Monatsabschnitte berechnet.

Abbildung 13: Status der am Beratungstag beschäftigten Tiroler KundInnen zum Stichtag nach 3 und 6 Monaten



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/15. Angaben nach Status der Tiroler BIZ-KundInnen, die am Beratungstag den Status BE innehatten (n=196), beziehend auf den Status 3 und 6 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

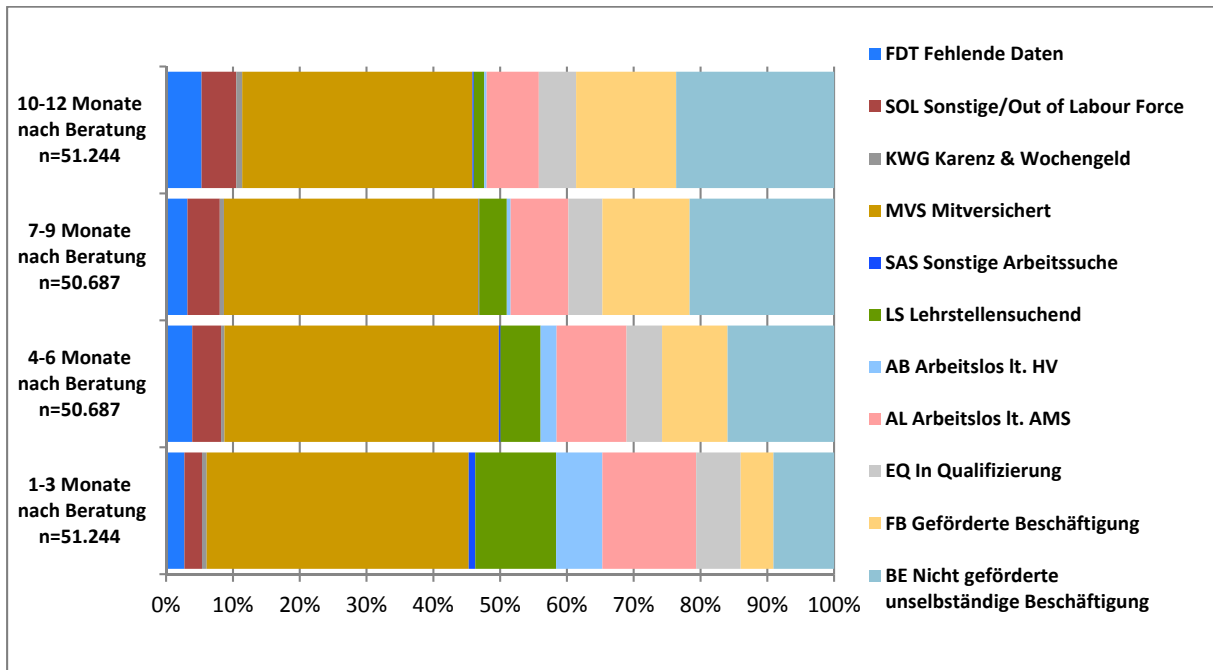
Hier ist zu vermuten, dass zumindest einige Personen die BIZ-Beratung mit der Motivation zum Jobwechsel in Anspruch nahmen und entweder bereits eine neue Arbeitsstelle gefunden hatten oder immer noch am selben Arbeitsplatz wie zum Beratungszeitpunkt arbeiteten. Trotz der hohen Beschäftigungszahlen waren 13% der am Stichtag noch erwerbstätigen KundInnen nach drei Monaten und 11% nach sechs Monaten (wieder) arbeitslos beim AMS gemeldet. Hier ist anzunehmen, dass diese die alte Arbeitsstelle verlassen, aber noch keine neue gefunden hatten.

7.2 Erwerbskarrierenmonitoring Burgenland

Im Burgenland weist das Statusvolumen in der Nachbeobachtungsphase ein komplett anderes Muster auf. Die HauptkundInnengruppe sind Jugendliche, darunter viele SchülerInnen. Entsprechend groß ist der Statusblock „Mitversichert“ auch nach der Beratung (39%). Dieser bleibt in den folgenden Beobachtungsmonaten konstant und nimmt erst im Zeitraum 10 – 12 Monate nach der Beratung etwas ab (34%).

Insgesamt gesehen verbessern sich im Jahr nach der Beratung die Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen deutlich: Während in den ersten 3 Monaten nach der Beratung 40% auf Zeiten der AMS-Vormerkung (Status AL, LS, EQ) bzw. „Arbeitslos laut Hauptverband“ und nur 14% auf (geförderte und nicht geförderte) Beschäftigung entfallen, sind es in den Monate 10 – 12 nach der Beratung 15% bzw. 39%.

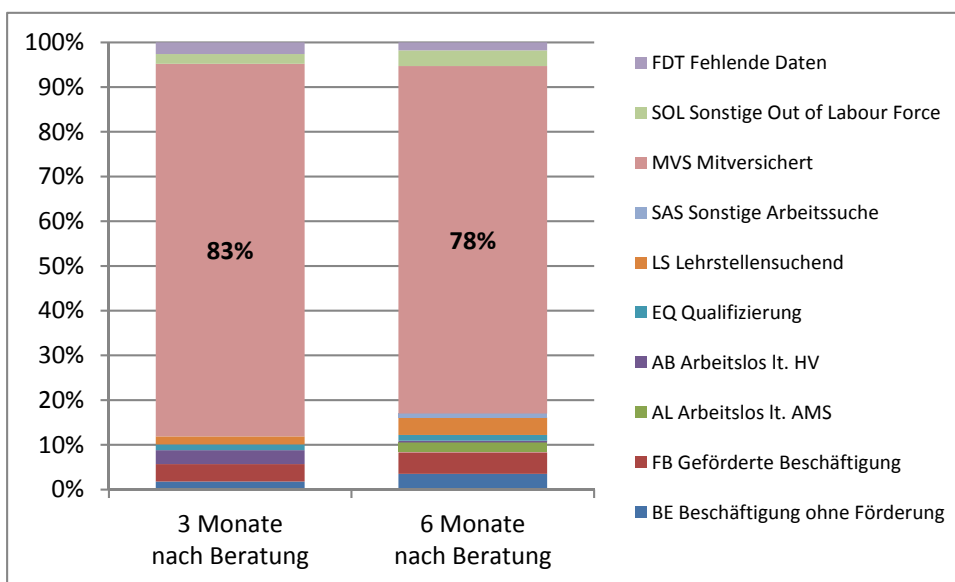
Abbildung 14: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland in Dreimonatsabschnitten



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Burgenländischer KundInnen in Dreimonatsabschnitten nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

Unter den jugendlichen KundInnen (KundInnen bis zu einem Alter von 24 Jahren) der Burgenländischen Berufsinformationszentren stellten Personen mit dem Status SAS (Sonstige Arbeitssuche, 27,7%) oder MVS (Mitversichert, 21,6%) zum Beratungszeitpunkt die größten Gruppen (n=228) dar.

Abbildung 15: Burgenländische Jugendliche mit Status MVS/SAS am Beratungstag: 3 Monate und 6 Monate später.



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/15. Angaben nach Status der jugendlichen Burgenländer BIZ-KundInnen, die am Beratungstag den Status FDT (Fehlende Daten) oder SOL (Sonstige Out of Labour Force) innehatten (n=228), beziehend auf 3 und 6 Monate nach der Beratung. Jugendliche sind KundInnen zwischen 13 und 24 Jahren. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

Von diesen 228 Personen waren am Beobachtungsstichtag nach drei Monaten 83% als „Mitversichert“ gemeldet, nach sechs Monaten 78%. Von den 103 Personen mit Status „Mitversichert“ am Beratungstag sind zum Beobachtungszeitpunkt nach drei Monaten 79% und nach sechs Monaten 70% immer noch mitversichert. Es finden eher geringe Statusveränderungen statt. Aufgrund der Erfahrungen der BIZ-BeraterInnen, kann

angenommen werden, dass der Großteil dieser KundInnen eine Schule begonnen und fortgesetzt hat und deshalb bei den Erziehungsberechtigten mitversichert ist.

Bei den Daten aus dem Burgenland wird erkennbar, dass sich das Erwerbskarrierenmonitoring schlecht zur Beobachtung oder Interpretation hinsichtlich der Wirkung von Beratung bei SchülerInnen eignet, weil schulische und universitäre Bildung nicht erfasst werden und der Nachbeobachtungszeitraum mit 12 Monaten zu kurz ist.

7.3 Betrachtung der BIZ-KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ am Beratungstag

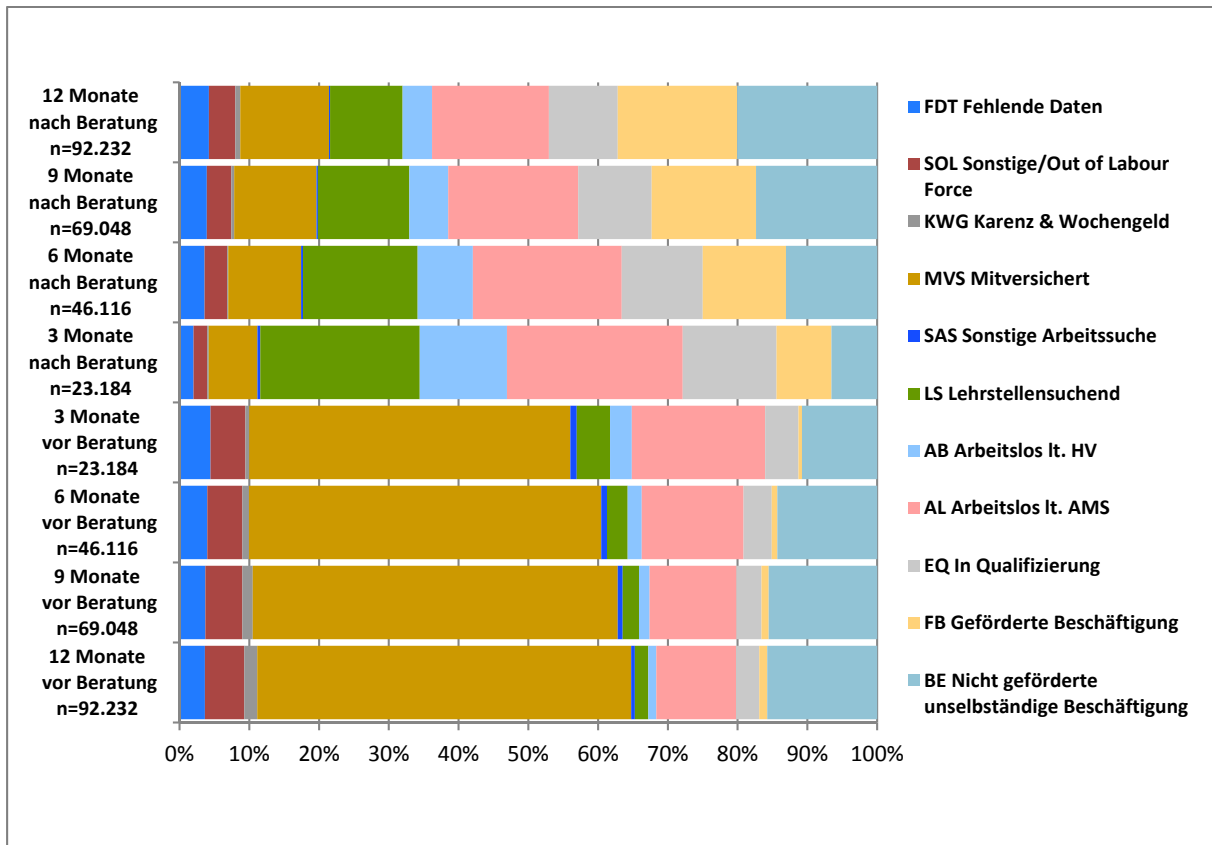
In einem weiteren Analyseschritt wurden die Hauptzielgruppen des AMS – Lehrstellensuchende (LS), Arbeitsuchende (AL & AB) und KundInnen in Qualifizierung (EQ) – zusammengefasst und deren Erwerbskarrieren 12 Monate vor und nach der Beratung betrachtet.

Für das Burgenland (n=252) ergibt sich dabei das folgende Bild (Abbildung 16): Auffallend ist zunächst, dass der Anteil des Status „Mitversichert“ sehr hoch ist und im Zeitverlauf bis zur Beratung von 54% auf 46% nur leicht abnimmt. Analog sinkt auch der Anteil an Beschäftigung bzw. steigt der Anteil an Statustagen beim Status „Arbeitslos“ (lt. AMS & lt. Hauptverband). 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 Statustage sehr stark von jener vor der Beratung. Der Anteil an „Mitversicherten“ sinkt sehr stark, die Anteile von „Lehrstellensuchend“, „In Qualifizierung“, „Arbeitslos“ (arbeitslos lt. AMS & lt. Hauptverband) und „Beschäftigung (gefördert und nicht gefördert)“ steigen dagegen sehr stark an.

Andererseits ist der Zeitraum nach der Beratung von größerer Volatilität gekennzeichnet, und der relative Anteil der einzelnen Status ändert sich – im Vergleich zu den 12 Monaten vor der Beratung – sehr stark. Besonders deutlich ist dies bei den Status „nicht geförderte unselbstständige Beschäftigung“, „geförderte Beschäftigung“, „In Qualifizierung“, „Lehrstellensuchend“ sowie „Mitversichert“. Dabei zeigt sich folgendes Muster: „Beschäftigung“ sowohl gefördert als auch nicht gefördert (in Summe von 14% auf 37%) sowie „Mitversichert“ (von 7% auf 13%) steigen deutlich an. „Lehrstellensuchend“ und „In Qualifizierung“ nehmen dagegen innerhalb eines Jahres deutlich ab; in Summe sinkt der Anteil der AMS-Vormerkung (Status AL, LS und EQ) plus „Arbeitslos lt. HV“ von 74% auf 41%.

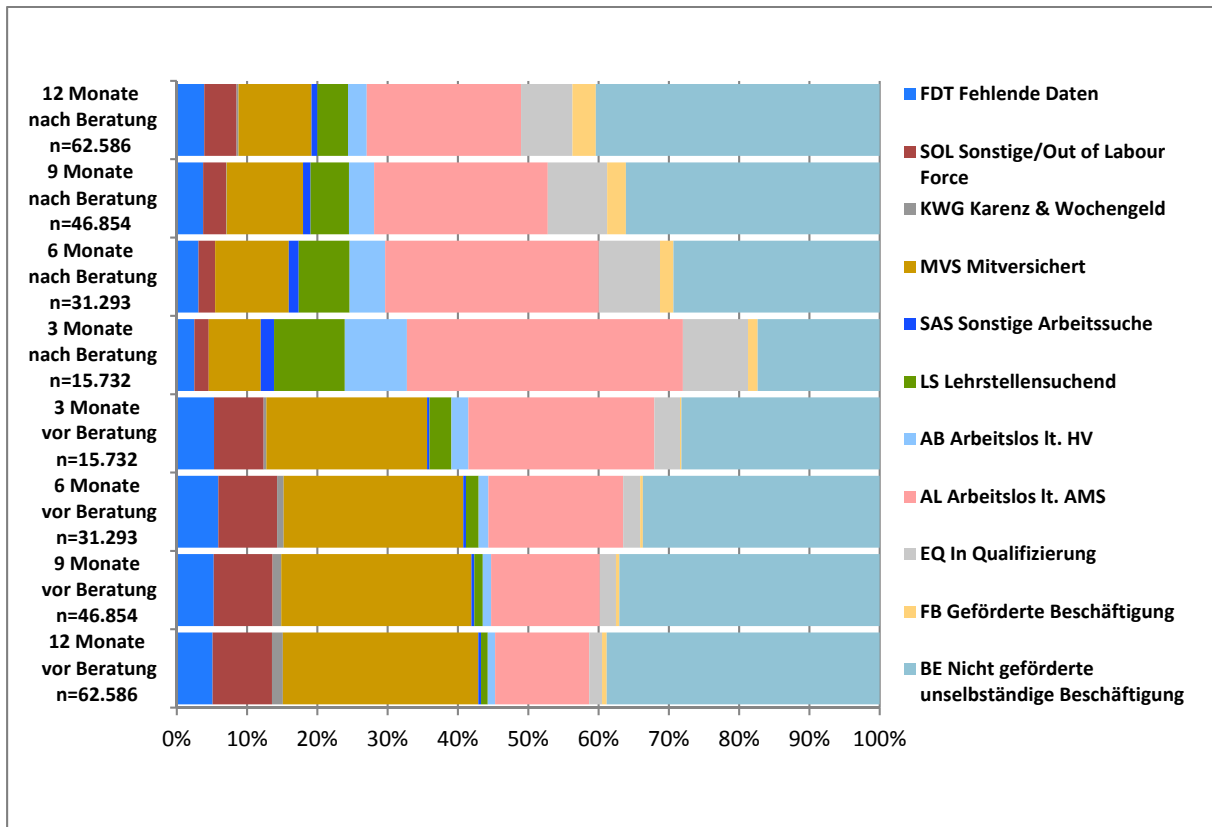
Abbildung 16: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung



Quelle: AMS Erwerbskarrierenmonitoring, eigene Berechnungen. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Burgenländischer KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

Für Tirol (n=171) ergibt sich das folgende Bild hinsichtlich der Erwerbskarrieren der BeratungskundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt (Abbildung 17): Im Zeitraum vor der Beratung ist im Vergleich zu den 12 Monaten nach der Beratung der Anteil des Status' „Mitversichert“ sehr hoch. Dieser schwankt vor der Beratung zwischen 28% und 23%. Nach der Beratung liegt der Anteil dieses Status' nur mehr zwischen 7% und 10%. 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 „Beschäftigung“ (gefördert & nicht gefördert) bzw. „Arbeitslos“ (lt. AMS & lt. Hauptverband) zeigt sich vor der Beratung, dass die Anteile an Beschäftigung stetig sinken und die Anteile von „Arbeitslos“ (lt. AMS & lt. Hauptverband) stetig steigen. In den ersten drei Monaten nach der Beratung setzt sich dieser Trend zunächst fort. Erst sechs Monate nach der Beratung steigt die „Beschäftigung“ und sinkt „Arbeitslos“ wieder. 12 Monate nach der Beratung liegt der Anteil an „Beschäftigung“ (gefördert & nicht gefördert) mit 43% sogar leicht über dem Vergleichswert 12 Monate vor der Beratung mit 40%.

Abbildung 17: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung



Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Tiroler KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus. Zugehörige Tabelle im Anhang.

8 Qualität und Herausforderungen von Beratung: Sicht der BIZ-BeraterInnen

In der Bundesrichtlinie betreffend Dienstleistungen des Kernprozess 3 in BerufsInfoZentren (BIZ-Richtlinie)⁷⁶ werden die generellen Bestandteile der Dienstleistung „Berufs- und Bildungsberatung“ definiert. Diese sind:

- Abklärung des Bedarfs
- Vereinbarung von Termin und Beratungsziel
- Erhebung und Dokumentation beraterrelevanter persönlicher Daten
- Entwicklung von Strategien und Lösungen gemeinsam mit KundInnen
- Nachprüfen, ob der/die Kunde/in befähigt ist, selbstverantwortlich und selbstständig weiterzuarbeiten
- Ggf. Folgetermine vereinbaren
- Dokumentation der Ergebnisse

Bezüglich der Qualitätsstandards wird in der Richtlinie festgelegt, dass die Beratung in einem Beratungszimmer und nur mit Beteiligten stattzufinden hat, wobei ein Termin nicht länger als 45 Minuten dauern kann (ggf. muss ein Folgetermin vereinbart werden). Bei einem Folgetermin sollen die vereinbarten Ziele abgearbeitet werden. In den BIZ soll durch eine Vertretungsregelung während des Gesprächs der laufende Betrieb sichergestellt werden. Zudem wird ein Beratungsprotokoll (mit Vorlage) angefertigt sowie im PST elektronisch abgelegt. Sind Jugendliche BeratungskundInnen da, sollen sie über Dienstleistungen des AMS hingewiesen werden und am Arbeitsmarkt benachteiligte Personen auf spezielle Beratungsstellen und Dienstleistungen/Förderungen des AMS.

8.1 Merkmale guter Beratung in Bezug auf Prozess und Ergebnis

Die BeraterInnen nannten eine Reihe von Kriterien, die sie als elementar für qualitätsvolle Beratung erachten.

Als wichtigste Punkte wurden in Tirol die **Abklärung von Möglichkeiten** (Anamnese) genannt, der **Verbleib von Entscheidungen bei dem/der KundIn** sowie das **Aufzeigen von Alternativen** (wenn Wünsche nicht realisierbar sind), das **Zuhören und Unterstützen** und eine **Zusammenfassung für den/die KundIn**, um diesen „etwas in die Hand zu geben“.

Sowohl in Tirol als auch im Burgenland waren sich die BeraterInnen einig, dass „das **Ergebnis für den/die KundIn passen muss**“ bzw. eine Zufriedenheit auf KundInnenseite da sein sollte.

Die BIZ-BeraterInnen fanden für den Beratungsprozess zudem wichtig, dass **Ziele gesetzt und die einzelnen Schritte geklärt** werden. Am Ende einer guten Beratung sollte ihrer Meinung nach der/die KundIn „**einen Schritt weiter sein**“ und **Beratungsergebnisse umgesetzt** werden. Weiter betonten sie, dass am Ende der Beratung irgendeine Form von weiterer **Unterstützung** erfolgen sollte, **auch wenn kein konkretes Beratungsergebnis** vorliegt.

Aus Sicht der BIZ-BeraterInnen können BeraterInnen die Qualität der Beratung vor allem durch folgendes *Verhalten* positiv beeinflussen:

- Wertschätzung zeigen
- Spontan/flexibel sein
- Aktives Zuhören
- Vorurteilsfrei sein
- Freundlichkeit
- Den KundInnen erklären, was gerade passiert
- Auf den/die (tatsächliche/n) KundIn eingehen (Bsp. Eltern-Kind-Situation)
- Motivatoren aufzeigen, die für die KundInnen wichtig/relevant sind
- Zugeben, wenn man etwas nicht weiß
- Geduld/Gelassenheit

Folgende *fachliche und methodische Kenntnisse* sollte ihrer Ansicht nach ein/e BeraterIn besitzen:

⁷⁶ Stand: 21.7.2011.

- Fachliche Qualifikation (z.B. Berufskunde, Regionalbereich, Schule etc.)
- Passende Techniken der Gesprächsführung und Moderation
- Beratungsmethoden und auch ausprobieren
- Netzwerke und Anlaufstellen kennen

Grundsätzlich ist wichtig, dass BIZ-BeraterInnen sozial kompetent und up-to-date sind und genug Zeit für die Beratung haben.

Auf KundInnen-Seite spielen folgende Punkte für den Verlauf der Beratung und dessen Ergebnis eine Rolle:

- Zeit nehmen
- Offenheit und Ehrlichkeit beim Erzählen
- Aufgeschlossenheit für Vorschläge
- Motivation
- Wertschätzung
- Freundlichkeit
- Vertrauen
- „Vorbereitung“: z.B. Gedanken machen, Vorstellungen etc.

Hierbei ist anzumerken, dass einige dieser Punkte mit dem Verhalten der BeraterInnen interagieren bzw. natürlich durch diese (gewollt oder ungewollt) beeinflusst werden können.

8.2 Herausforderungen bei der Beratung

Als Herausforderung betrachten die BeraterInnen in Tirol und Burgenland *im Beratungsprozess* insbesondere das **Eingehen auf unterschiedliche Persönlichkeiten**, das Einstellen bei „spontanen“ KundInnen und deren Background sowie **unbekannte private Einflussfaktoren auf die KundInnen**.

Bei den *Rahmenbedingungen* sehen einige **unzureichende Stellvertretungsregelungen** sowie das **TVS** (Terminvergabesystem) als Herausforderungen an. Außerdem betrachten die BeraterInnen **Fragen der Finanzierung der Ausbildung** als herausfordernd.

Allgemein sind für die BeraterInnen folgende Punkte in der täglichen Arbeit herausfordernd:

- Verantwortung
- Grad der Belastung
- Komplexität der Aufgabe
- das geforderte Maß an Eigeninitiative und Organisationstalent
- sinkende Frustrationstoleranz bei KundInnen

Fachlich stellen sich den BeraterInnen folgende Herausforderungen:

- Aktuelles Fachwissen (Ausbildungen, Schulen, Lehrberufe, Förderungen, RKI, Berufe, Bezeichnungen etc.)
- Laufende Weiterbildung, Wissen zu unterschiedlichsten Fragestellungen
- Teilweise sehr spezielle Fragestellungen zu Berufen/Ausbildungen
- Integration verschiedener Punkte: Beratung, Info, AIST (Allgemeiner Interessen- und Strukturentest)

8.3 Instrumente, Rahmenbedingungen und Maßnahmen zur Begegnung von Herausforderungen

Um diesen Herausforderungen auf den verschiedenen Ebenen gut begegnen zu können und damit eine qualitätsvolle Beratung leisten zu können, sind verschiedene Punkte relevant.

Auf der *Ebene der unmittelbaren Beratungssituation* nennen die BeraterInnen aus Tirol und dem Burgenland nahezu deckungsgleich folgende Punkte:

- das Vorhandensein eines **geschlossenen Raumes** für die Beratung
- **Ungestörtheit** (keine Telefonate)
- und **ausreichend Zeit** mit **klaren Vertretungsregelungen**

Eine ausreichende Personalausstattung sowie Arbeitsplatzausstattung, die Verfügbarkeit von guten und ausreichend Materialien sowie PCs sind weitere wichtige Punkt. Außerdem sollte nach Auffassung einiger BeraterInnen kein Druck zur Vermittlung bestehen.

Auf der *Ebene der Beratungskompetenz* brauchen die BIZ-BeraterInnen

- interne und externe Netzwerke
- Weiterbildung
- Unterstützung durch Unternehmen
- Zugang zu möglichst vielen Infos und Know-how

Auf *Ebene der persönlichen Kompetenzen* ist aus Sicht der BeraterInnen folgendes notwendig:

- hohe Eigeninitiative
- gute Menschenkenntnis
- Einfühlungsvermögen
- Anpassungsfähigkeit an die Situation/den Menschen
- Abgrenzung
- „Körper-Geist-Seele-Hilfen“ (Seminare)

Auf der *organisationsinternen Ebene* äußern die BeraterInnen die Notwendigkeit von

- Rückhalt durch den Vorgesetzten;
- interne Wertschätzung;
- Unterstützung durch die Organisation AMS (wobei diese bereits als positiv bewertet wird).

8.4 Möglichkeiten zur Verbesserung der Nachhaltigkeit der BIZ-Beratung

Mit den BIZ-BeraterInnen wurden auch Möglichkeiten zu einer stärkeren Nachhaltigkeit der Beratung erörtert.

In der Beratungssituation selbst halten die BeraterInnen die **Konzentration auf die wesentliche Information** für einen wichtigen Faktor, sowie auch die Möglichkeit eine **Beratung gemeinsam mit SpezialistInnen** abzuhalten (z.B. Reha, Jugend etc.) bzw. die Weitervermittlung an zuständige BeraterInnen.

Weitere Punkte betreffen die *Phase nach der Beratung*. Hier wird vorgeschlagen mit den KundInnen, den **Kontakt zu halten**, einen **Brief mit Erinnerung an die Vereinbarungen** zu senden (ohne Rückmeldung) oder die **Möglichkeit einer Nachbesprechung** oder eines Folgetermins.⁷⁷

Intern fördert aus Sicht der BeraterInnen ein **stärkerer Austausch an internen Schnittstellen**, sowie **laufende Weiterbildung** die Nachhaltigkeit.

⁷⁷ Dies ist laut der „Bundesrichtlinie betreffend Dienstleistungen des Kernprozess 3 in den BerufsInfoZentren“ (BIZ-Richtlinie) ohnehin möglich.

9 Voraussetzungen und Merkmale guter Berufs- und Bildungsberatung: Ergebnisse der ExpertInnen-Interviews

Im Rahmen des Projektes wurden fünf telefonische leitfadengestützte ExpertInneninterviews durchgeführt, welche die Rahmenbedingungen sowie Qualitätskriterien guter Berufs- und Bildungsberatung beleuchteten. Die Interviews wurden themenanalytisch ausgewertet.⁷⁸

Als InterviewpartnerInnen stellten sich die folgenden ExpertInnen zur Verfügung:

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

Die Ergebnisse lassen sich in sechs verschiedene Themenkomplexe gliedern:

- Haltungen und Werte
- Ziele von Berufs- und Bildungsberatung
- Voraussetzungen für gute Berufs- und Bildungsberatung
- Das Beratungsgespräch
- Wirkungen von Berufs- und Bildungsberatung
- Verbesserungsvorschläge für die BIZ-Beratung

9.1 Haltungen und Werte

Eine wichtige Voraussetzung für gute/qualitativ hochwertige Berufs- und Bildungsberatung sind die Haltungen und Werte, die hinter Beratungsangeboten stehen bzw. die die einzelnen BeraterInnen verinnerlicht haben. Sie stellen das Fundament dar, auf dessen Basis sowohl Beratungskonzepte entwickelt und Beratungsgespräche durchgeführt werden. Hinsichtlich der Haltungen und Werte gibt es definierte Standards (bspw. der IAEVG). Auf Basis der ExpertInneninterviews lassen sich folgende Haltungen und Werte als Grundlage für eine qualitätsvolle Berufs- und Bildungsberatung nennen:

- Unabhängigkeit im Beratungsprozess – bspw. Anbieterneutralität bei Wahl eines (Aus-)Bildungsanbieters
- KundInnen bzw. Zielgruppenorientierung
- Gleichstellungsorientierung
- Ziel- und Lösungsorientierung
- Ressourcen – und Kompetenzorientierung
- Prozessorientierung und Ergebnisoffenheit
- Humanistisches Menschenbild
- Konstruktivismus
- Systemischer Beratungsansatz
- Empowerment – „Hilfe zur Selbsthilfe“
- Neugierde
- KundInnen ernst nehmen und Wertschätzung signalisieren

9.2 Ziele von Berufs- und Bildungsberatung

Was kann und soll Berufs- und Bildungsberatung leisten, sprich, welche Ziele werden damit verfolgt? Um diese Frage zu beantworten ist zunächst zu bedenken, dass Beratungen immer nur punktuelle Ereignisse in einem größeren Entscheidungsprozess sind, der sich über die gesamte Lebensspanne von Menschen vollzieht. In diesem Prozess geht es darum Orientierung zu finden, Alternativen abzuwägen, persönliche

⁷⁸ Bei der Darstellung der Ergebnisse wurde aus Gründen der leichteren Lesbarkeit von der Zuordnung von Aussagen zu einzelnen ExpertInnen Großteils abgesehen.

Entwicklungsprozesse in Bildung, Beruf und Leben zu durchlaufen, persönliche Anlagen, Talente und Fähigkeiten zu entdecken und zu stärken. Ziel ist es letztlich, dass Menschen so selbstbestimmt und selbstverantwortlich wie möglich den persönlichen Lebensweg beschreiten können. Die Unterstützung und Begleitung in diesem Prozess bspw. in Form von persönlichen Beratungs- und Informationsgesprächen, Gruppenworkshops aber auch insgesamt im Bildungsbereich, wird mit Life Long Guidance bezeichnet.

Die Ziele auf der Ebene einzelner Beratungsgespräche bzw. Beratungsprozesse sind immer von einem bestimmten Individuum und dessen aktueller Situation, verbunden mit spezifischen Bedürfnissen und Erwartungen, abhängig. Demensprechend vielfältig sind die Beratungsanlässe bzw. Problemstellungen mit denen Berufs- und BildungsberaterInnen konfrontiert sind. Aus ExpertInnensicht werden dabei folgende Beispiele genannt:

- Es fehlt den BeratungskundInnen an entscheidungsrelevanten Informationen und/oder an der Fähigkeit diese zu bewerten.
- Es fehlt den BeratungskundInnen am nötigen Selbstvertrauen oder sie stehen vor unüberwindbar scheinenden Hindernissen.
- Die BeratungskundInnen kennen nicht ihre Interessen, Wünsche, Fähigkeiten.
- Die BeratungskundInnen haben allgemeine Entscheidungsschwierigkeiten.
- Die BeratungskundInnen haben innerpsychische Konflikte oder befinden sich in einer schwierigen Lebenssituation.

Was die konkreten Ziele einzelner Beratungsgespräche betrifft, ist anzumerken, dass diese auch immer in Beziehung zum institutionellen bzw. organisationalen Kontext der Beratung stehen. So hat bspw. das AMS als Organisation nicht nur die Interessen ihrer KundInnen zu berücksichtigen, sondern auch arbeitsmarktpolitische Zielsetzungen wie die Wiederaufnahme von Arbeit, eine gelungene berufliche Neuorientierung oder auch Interessen der Unternehmen. Das kann auch Einfluss auf die angebotene Beratung im Rahmen der BIZ haben, so die ExpertInnen.

Unabhängig vom Kontext, der hinter einem Beratungsangebot steht, ist es allgemeines Ziel von Beratungsangeboten, dass die KundInnen einen Mehrwert erhalten. Aus ExpertInnensicht lassen sich folgende Beispiele für spezifische Ziele von Beratungen bzw. Beratungsprozessen nennen:

- KundInnen sind informierter, orientierter und strukturierter.
- KundInnen werden motiviert bessere Schritte für sich selbst zu setzen.
- KundInnen haben mehr Handlungsoptionen als vorher.
- KundInnen werden in ihrer Handlungsfähigkeit gestärkt, was der Förderung von Career Management Skills entspricht.
- KundInnen sollen in ihrem Selbstwertgefühl bestärkt werden und können durch die Beratung mehr Selbstvertrauen gewinnen.

9.3 Voraussetzungen für gute Berufs- und Bildungsberatung

Um die Ziele von Berufsberatung zu erreichen und entsprechende Wirkungen auszulösen bedarf es bestimmter Voraussetzungen der Qualität des Beratungsangebots betreffend. Hier wurden von den ExpertInnen folgende Qualitätskriterien genannt:

- Entwicklung eines Beratungskonzepts, das einerseits für einheitliche Standards in einem Beratungsangebot (gemeinsame Ziele, Prozessgestaltung) sorgt und gleichzeitig ein individuelles Arbeiten mit den BeratungskundInnen erlaubt.
- Aufbauen eines umfassenden beraterischen Know-how und entsprechenden Kompetenzen, dazu zählen Beratungskompetenzen (Beratungstheorien, Haltungen), Fachkompetenz (Entwicklungen am Arbeitsmarkt, Berufsbilder, Förderwesen), soziale und persönliche Kompetenzen (bspw. Empathie).
- Ausrichtung auf die Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen bzw. Gestaltung von spezifischen Formaten und Angeboten.
- Vernetzung und Kooperation im regionalen Umfeld – Man muss die Angebote anderer relevanter AkteurInnen (Beratungseinrichtungen, Bildungsträger etc.) kennen und umgekehrt anderen AkteurInnen das eigene Angebot klar darstellen, damit KundInnen an das passende Angebot verwiesen werden können. Außerdem bietet sich so die Möglichkeit Lücken in der Angebotslandschaft zu identifizieren und zu schließen.
- Klarheit des Angebots in Verbindung mit einer transparenten Kommunikation nach außen.

- Kontinuität des Angebots damit es möglich ist entsprechende Beratungskonzepte zu entwickeln und weiterzuentwickeln bzw. beraterisches Know-how aufzubauen.
- Adäquate Räumlichkeiten, in denen sich die KundInnen wohlfühlen.
- Vorhandensein eines internen Qualitätsmanagementsystems / Feedbacksystems.

Neben Voraussetzungen, die die Anbieter von Berufs- und Bildungsberatung betreffen, sind für das Gelingen von Beratungsprozessen das Umfeld und die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, in denen Beratungen stattfinden, von großer Bedeutung. Damit Beratung Wirkung entfalten kann, muss es auch möglich sein, Beratungsergebnisse in der Realität umzusetzen. D.h. es müssen bspw. entsprechende Ausbildungsmöglichkeiten und Arbeitsplätze vorhanden sein, es muss Möglichkeiten zur Finanzierung von Ausbildungen geben oder auch die Möglichkeit gegeben sein, im Ausland erworbene Ausbildungen anerkennen zu lassen. Eine weitere wichtige Komponente, die das Umfeld von Berufs- und Bildungsberatung betrifft, ist das Vorhandensein akademischer Ausbildungsmöglichkeiten im Bereich der Berufs- und Bildungsberatung. Zwar ist es nicht notwendig, dass alle BeraterInnen über eine akademische Ausbildung verfügen, aber die Profession insgesamt und die Dienstleistung zu entwickeln, zu organisieren und zu verbreiten hat einen vielfältigen wissenschaftlichen Hintergrund und deshalb braucht es entsprechende Ausbildungsmöglichkeiten.

9.4 Das Beratungsgespräch

Beratungsgespräche sollten nie als isolierter Einzelbestandteil betrachtet werden, sondern immer als Teil eines Prozesses. Deshalb ist auch nicht nur das Beratungsgespräch selbst von großer Bedeutung, sondern auch das Vorher und Nachher des Gesprächs. Zentral sind demnach eine entsprechende Vorbereitung auf die Beratung und Möglichkeiten zur Reflexion im Nachhinein. Beratungsgespräche sollten daher in einen Gesamtprozess - durch entsprechende Vor- und Nachbereitung des Beratungsgesprächs - eingebettet sein, um nachhaltige Wirkungen entfalten zu können.

Bei der Qualität einzelner Beratungsgespräche können drei Ebenen unterschieden werden:

- Beziehungsebene – Interaktion zwischen BeraterIn und KlientIn. Dafür wichtig: Menschenbild, Haltungen, Fähigkeiten zur Gesprächsführung.
- Strukturelle Ebene – konzeptionelle Gestaltung des Gesprächs (Phasen/Module) und auch spezifische Techniken der Gesprächsführung/prozessfördernde Interventionen (Zusammenfassen, Paraphrasieren etc.).
- Inhaltliche Ebene – Informationsaspekt des Beratungsgesprächs, Einholen von Informationen, die für den Entscheidungsprozess notwendig sind und auch das Vermitteln von berufskundlichen und bildungsrelevanten Informationen.

Grundlage für eine erfolgreiche Beratung ist eine gute und produktive Beziehung zwischen BeraterIn und KundIn. Um diese herzustellen, sollten aus ExpertInnensicht folgende Leitlinien im Beratungsgespräch beachtet werden:

- Präsenz zeigen – Blickkontakt und andere nonverbale Signale, präzises Paraphrasieren
- Respekt gegenüber den KundInnen und Wertschätzung ausdrücken
- Schaffung eines geeigneten Gesprächsrahmens
- Empathie und Kongruenz
- Sprachliche Kompatibilität
- Den Beratungsprozess transparent gestalten und den KundInnen die Möglichkeit geben den Prozess mitzusteuern

Das Beratungsgespräch selbst kann in unterschiedliche Phasen bzw. Module untergliedert werden. Allerdings sollte – wie oben angemerkt – das Beratungsgespräch nicht isoliert betrachtet werden. Für einen erfolgreichen Verlauf ist insbesondere das Vorher der Beratung von entscheidender Bedeutung. Das bezieht sich einerseits auf das Beratungsangebot bspw. die Kommunikation des Angebots über eine Webseite oder Infomaterialien, aber auch direkt auf den Beratungsort, also bspw. den Empfangs- und Wartebereich, wo es wichtig ist, dass die KundInnen gut ankommen und eine angenehme Atmosphäre gegeben ist.

Dabei ist es wichtig, dass die KundInnen möglichst genau wissen, was sie von einem Beratungsangebot erwarten können und – eng damit verbunden – wie gut vorbereitet die KundInnen zum Beratungsgespräch kommen. Je besser die KundInnen sich auf das Gespräch vorbereiten bzw. vorbereitet werden, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass das Gespräch erfolgreich ist und entsprechend positive Wirkungen entfalten kann.

Das Beratungsgespräch selbst kann in unterschiedliche Phasen/Module unterteilt werden in denen jeweils unterschiedliche Ziele verfolgt, Gesprächsführungstechniken und Methoden angewendet und unterschiedliche Inhalte vermittelt werden. Folgende Phasen/Module wurden hier von den ExpertInnen genannt:

1. Anliegenklärung – Ausgangslage erfassen, genaue Auftragsklärung, Zielvereinbarung;
2. Lösungsperspektiven erarbeiten – Transfer zur Berufs- und Bildungswelt herstellen, Lösungen generieren, Informationen vermitteln;
3. Realisierungsschritte planen und festhalten – Umsetzung soll soweit als möglich durch die KundInnen erfolgen;
4. Beratung(sgespräch) evaluieren – Zwischenergebnisse bewerten und würdigen.

Eine genaue Anliegenklärung ist dabei eine ganz wichtige Voraussetzung für gelingende Beratungsgespräche. Hier treten die Bedürfnisse der KundInnen zu Tage. Um dem Anliegen gerecht zu werden, muss nicht immer eine umfangreiche Beratung erfolgen. So kann es sich bei der Anliegenklärung ergeben, dass die KundInnen lediglich ein Informationsgespräch wünschen oder eine längerfristige Begleitung in Form von kurzen Beratungsimpulsen. Um den individuellen Bedürfnissen und Anliegen bestmöglich gerecht werden zu können, sollte daher das Angebot idealerweise nach einem Baukastensystem aufgebaut sein, so dass - je nach Anliegen - unterschiedliche Formate angeboten werden können.

Bei der Anliegenklärung kann es vorkommen, dass die KlientInnen „Präsentationsprobleme“ haben. Damit ist gemeint, dass die KlientInnen eine bestimmte Problemstellung als Beratungsanlass nennen, das eigentliche Problem aber verschüttet bleibt bzw. den KlientInnen nicht bewusst ist. Hier gibt es unterschiedliche Sichtweisen von ExpertInnen, wie mit diesem Phänomen in Beratungsgesprächen umzugehen ist. So sieht es Walter Hotter sehr wohl als Aufgabe von BeraterInnen, diese verschütteten Probleme im Zuge des Beratungsprozesses zu Tage zu fördern und zu bearbeiten. Im Gegensatz dazu plädiert Peter Schlögl dafür BeratungskundInnen als mündige Menschen zu betrachten und das präsentierte Anliegen ernst zu nehmen und die Beratung daran auszurichten und lediglich zusätzliche Unterstützung bspw. in Form eines anderen Beratungsformates unverbindlich anzubieten.

Schließlich ist an dieser Stelle noch die Eigeninitiative der KundInnen zu thematisieren. Diese bezieht sich sowohl auf den Beratungsverlauf im Sinne eines möglichst aktiven Mitmachens im Beratungsprozess, als auch auf die Phase nach der Beratung, wo es darum gehen kann, dass die KundInnen auf Basis des Beratungsgesprächs Handlungen setzen.

Die Eigeninitiative im Verlauf der Beratung kann zunächst durch die Vorinformation im Vorfeld der Beratung, durch transparentes Darstellen des Angebotes gefördert werden. In der Beratung selbst kann die Eigeninitiative dadurch gefördert werden, dass man den/die KundIn den Beratungsprozess aktiv mitsteuern lässt. Außerdem kann man auch durch offenes und klares ansprechen dieses Punktes die Eigeninitiative einfordern. So können bspw. die KundInnen aufgefordert werden darüber zu reflektieren, was es für Konsequenzen hätte, wenn man als BeraterIn die Entscheidung für den/die KundIn treffen würde.

Zur Förderung der Eigeninitiative im Anschluss in der Beratung ist es wichtig, dass es gelingt, eine positive Grundeinstellung bei den KundInnen in Bezug auf anstehende Veränderungsprozesse herzustellen. Dies kann bspw. dadurch gelingen, dass gemeinsam mit dem/der Kunden/in Szenarien entwickelt werden, die eine mögliche, positive Zukunft zeigen.

In diesem Zusammenhang wurden von den ExpertInnen zwei Metaphern beschrieben, die einerseits abbilden sollen, warum es so wichtig ist, die Eigeninitiative der BeratungskundInnen zu fördern und andererseits ein Bild dazu liefern, wie die Eigeninitiative der BeratungskundInnen gefördert werden kann:

Die Libelle

Eine Libelle muss sich aus ihrem Kokon rauskämpfen. Dieser Prozess ist langwierig und mühsam. Das muss aber so sein, damit die Flügel mit Blut gefüllt werden und die Libelle fliegen kann. Unterstützt man den Prozess von außen und hilft der Libelle beim Verlassen des Kokons, sind die Flügel nicht richtig entwickelt und die Libelle wird nie fliegen können.

Die HolzfällerInnen

HolzfällerInnen sollen in einem reißenden Gebirgsfluss Baumstämme sortieren und zu Tal befördern. Es gelingt ihnen nicht. Der Fluss ist zu reißend. Die Baumstämme sind zu schwer und wuchtig. Die HolzfällerInnen wenden viel Kraft auf und sind bald erschöpft. Die Baumstämme treiben unkontrolliert und mit großer Gefahr für die Holzfäller im Fluss. Sie rufen eine/n „BeraterIn“. Dieser zeigt ihnen nicht als „Besserwisser“, wie sie die Baumstämme im Fluss zu transportieren haben. Stattdessen nimmt er sie zur Seite ans Ufer und lässt sie die Strömung beobachten, macht ihnen ihre Fähigkeiten bewusst und welche Werkzeuge sie zur Verfügung hätten. Sie fanden die Lösung selbst, ordneten die Baumstämme im Fluss und brachten diese zu Tal. Sie arbeiteten als Team mit einer guten Aufgabenteilung. Sie lösten das Problem selbst.

9.5 Wirkungen

Welche Wirkungen kann eine Beratung als ein punktuell, oft auch einmaliges Ereignis entfalten? Bevor diese Frage mit Beispielen von ExpertInnen beantwortet wird, werden an dieser Stelle einige Gedanken der ExpertInnen zum Wirkungsanspruch von Beratung dargestellt.

So plädiert Rolf Kuhn dafür, das Gelingen von Beratungsprozessen nicht nur auf das Handeln der BeraterInnen zu reduzieren, es sind Schlüsselpersonen, aber Beratung ist immer ein Wechselspiel von BeraterIn und KundIn und daher sind die Wirkungen genauso von den KundInnen wie auch von den BeraterInnen abhängig. Peter Schlögl weist außerdem darauf hin, dass Beratung auch immer ein organisational gerahmtes Geschehen ist. Die Umsetzung hängt vielfach davon ab, was eine Organisation bereit stellt oder unter welchen organisationalen Rahmenbedingungen man tätig werden kann. Schließlich ist Peter Härtel und Walter Hotter zufolge auch immer das gesellschaftliche Umfeld mitzudenken, indem sich Beratung vollzieht. Gibt es entsprechende Ausbildungsmöglichkeiten und Arbeitsplätze um Berufsziele umzusetzen, ist die Anerkennung im Ausland erworbener Qualifikationen möglich etc. Deshalb weist Margit Voglhofer darauf hin, dass sich BeraterInnen keinem Erfolgs- oder Ergebnisdruck unterwerfen sollten, da dies für die Beratung negativ sein kann.

Folgende Beispiele für mögliche Wirkungen wurden von den ExpertInnen genannt:

- Erhalt relevanter Informationen,
- Handlungsspielräume entdecken/erweitert,
- Lösung für Fragestellung finden,
- Zusammenhänge erkennen,
- Sich emotional verstanden fühlen,
- Erweiterung von Perspektiven,
- Anliegen der KundInnen geklärt,
- Nächster Schritt ist klar,
- Aha-Erlebnis, Wichtige Anregung,
- Bewegung entstanden – Variation der Situation,
- Stärkung des Selbstvertrauens und der Motivation.

Wie oben unter den Voraussetzungen für Beratung angeführt, ist Qualitätssicherung ein wichtiger Bestandteil guter Berufs- und Bildungsberatung. Dazu gehört auch die Auseinandersetzung mit der Frage, welche Wirkungen Angebote der Berufs- und Bildungsberatung auslösen. Hierzu sollen nun einige Inputs der ExpertInnen wiedergegeben werden.

Zunächst ist es wichtig, so Peter Schlögl, dass Beratung nicht durch die Verwendung inadäquater Indikatoren instrumentalisiert wird. Berufs- und Bildungsberatung kann zwar einen Beitrag dazu leisten, dass die Arbeitslosigkeit gesenkt wird oder sich die Weiterbildungsbeteiligung erhöht, die Wirkung sollte allerdings nicht daran gemessen werden, da dies die Offenheit von Beratungsprozessen einschränkt. Wenn BeraterInnen oder

AnbieterInnen wissen, dass Erfolg daran gemessen wird, wie viele KundInnen im Anschluss an die Beratung eine Weiterbildung beginnen, dann hat das negative Auswirkungen auf das Beratungsgeschehen.

Die ExpertInnen sind sich einig, dass Beratung auf der Haltung „Hilfe zur Selbsthilfe“ beruhen sollte. Rolf Kuhn und Peter Schlögl weisen darauf hin, dass dies für die Wirkungsmessung im Umkehrschluss bedeutet, dass Beratung als besonders gelungen zu betrachten ist, wenn die KlientInnen im Nachhinein etwaige Wirkungen stärker auf ihr eigenes Handeln zurückführen und weniger auf die Beratung selbst bzw. das Handeln der/des BeraterIn.

Der Zeitpunkt der Wirkungsmessung ist aus zwei Gründen von entscheidender Bedeutung. Einerseits zeigen sich Wirkungen eventuell erst einige Zeit nach der Beratung. Andererseits ist es nach einem längeren Zeitraum schwierig, wahrgenommene Wirkungen auf ein punktuell Beratungseignis in einem umfassenden Orientierungsprozess zurückzuführen.

Die Abfrage von Zufriedenheit mit einem Beratungsangebot ist aus ExpertInnensicht jedenfalls kein geeigneter Indikator für die Wirkung. In einer Beratung kommen die KundInnen als Laien in eine Experteninstitution. Hier ist es sehr wahrscheinlich, dass die KundInnen mit der Dienstleistung grundsätzlich zufrieden sind. Als passende Wirkungsindikatoren nennen die ExpertInnen folgende Beispiele:

- Ist der/die KundIn nach der Beratung informierter?
- Ist der/die KundIn nach der Beratung strukturierter?
- Ist der/die KundIn nach der Beratung orientierter?
- Ist der/die KundIn nach der Beratung motivierter?

9.6 Verbesserungsvorschläge für die BIZ-Beratung

Ein Ziel der ExpertInneninterviews war auch die Generierung von Verbesserungsvorschläge für die Beratung in den BIZ des AMS. Insgesamt sehen die ExpertInnen die BIZ-Beratung positiv. Als Stärke werden insbesondere das intern vorhandene Know-how bzgl. Arbeitsmarktentwicklungen und Berufsbildern sowie entsprechende Instrumente (Qualifikationsbarometer, berufskundliche Medien und Materialien) angesprochen.

Für eine weitere Verbesserung des Beratungsangebots der BIZ sind zunächst die allgemeinen, oben dargestellten Ausführungen der ExpertInnen zu guter bzw. qualitativvoller Berufs- und Bildungsberatung zu berücksichtigen. Darüber hinaus nennen die ExpertInnen folgende konkrete Vorschläge für die Weiterentwicklung der Beratung im Rahmen der BIZ:

- In größeren BIZ bzw. an Standorten mit mehreren BeraterInnen wird eine Spezialisierung der BeraterInnen für unterschiedliche Beratungsbedürfnisse bzw. KundInnengruppen vorgeschlagen (bspw. Lehrberufe, MaturantInnen, MigrantInnen).
- Eine bessere Vernetzung mit AMS-internen Förderinstrumenten.
- Verbessertes Wissensmanagement – das AMS leistet im Bereich der Arbeitsmarkt- und Berufsinformation wichtige Grundlagenarbeit, dieses Know-how sollte im Rahmen des Wissensmanagements gezielt an die BIZ-BeraterInnen weitergegeben werden.
- Angenehme Atmosphäre – Räumlichkeiten.
- Bessere Kommunikation des Angebots nach außen - schon im Vorfeld signalisieren, dass man nicht fertige Lösungen abholen kann, sondern vor allem Informationen geboten werden;
- Erfolgsdruck aus der Beratung herausnehmen – sonst besteht die Gefahr, nicht-nachhaltiger Lösungen.
- Völlige Abkopplung von der Betreuung von AMS-KlientInnen im Rahmen des SfA d.h. am besten keine Daten aufnehmen oder weiterleiten, das stört die Beziehung.⁷⁹
- Stärkere Auseinandersetzung mit der Lebenswelt von Jugendlichen – hier spielt sich mittlerweile viel in virtuellen Spielwelten ab. Das bietet Anknüpfungspunkte für die Beratung. Jugendlichen entwickeln in diesen Spielwelten auch ihre Interessen und Fähigkeiten, das kann man in der Beratung produktiv nutzen.
- Bessere Einbettung in ein Vorher und Nachher. Im Speziellen bei der Beratung von SchülerInnen. Vorbereitung in der Schule (BO-PädagogInnen, SchülerInnenberatung), Reflexion der Ergebnisse in der Schule.
- Regelmäßige Super- bzw. Intervention für die BeraterInnen.

⁷⁹ Auch wenn der Vorschlag aus Sicht der ExpertInnen sinnvoll ist, ist dies allerdings nicht im Einklang mit der BIZ-Richtlinie. Es sollten zwar Anliegen für das BIZ und Anliegen, die nicht in die Zuständigkeit des BIZ fallen (SfA), getrennt werden, aber eine Zusammenarbeit von SfA und BIZ muss gewährleistet sein.

10 Resümee und Ableitung von Empfehlungen

10.1 BIZ-Beratung

BEI BEWÄHRTEM BLEIBEN

Die persönliche Beratung zeigt eine Reihe von unmittelbaren und mittelfristigen Wirkungen, die größtenteils positiv, in Einzelfällen neutral, hinsichtlich nachhaltiger Erwerbsintegration zu bewerten sind. Das selbstgesteckte Ziel der BIZ-BeraterInnen, dass KundInnen **nach der Beratung einen Schritt weiter** sein sollen als vorher, wird von der derzeitigen Beratung in den allermeisten Fällen erreicht. Dieses Ziel stimmt auch mit den Ansprüchen der externen ExpertInnen an eine ergebnisoffene Beratung überein. Insofern ist die erste **Empfehlung: „Weiter so!“**. Viele KundInnen nennen „mehr Wissen“ als Wirkung der BIZ-Beratung. Die **Informationsvermittlung als eine Kernkompetenz** der BIZ-Beratung gelingt demnach gut.

ZIELGRUPPEN

Die Auswertung des Erwerbskarrierenmonitorings für die Tiroler BeratungskundInnen zeigt, dass viele der KundInnen, die noch in Beschäftigung sind, die Beratung aufsuchen. Sie weisen in der Folge keine/kaum Erwerbsunterbrechungen auf. Da davon ausgegangen wird, dass KundInnen nicht grundlos zu einer Beratung ins AMS kommen und laut BeraterInnen viele der KundInnen in der Kündigungsphase sind, lässt dies die Interpretation zu, dass die KundInnen gut hinsichtlich der Vermeidung von Arbeitslosigkeit unterstützt werden. **Daher die Empfehlung, die BIZ-Beratung weiterhin auch für (noch) Beschäftigte anzubieten.** Für die Hauptzielgruppe im Burgenland, die Jugendlichen, kann die Empfehlung zwar nicht aus den Monitoringdaten abgeleitet werden; dass es sinnvoll ist, neben IBOBB⁸⁰ in der Schule persönliche Einzelberatung beim AMS anzubieten, ist aber ohne Zweifel, zumal sonstige Angebote für **Jugendliche** häufig kostenpflichtig sind.

Die mögliche Frage, die sich daraus ergibt, ist, ob nicht auch im Burgenland mehr Beschäftigte und in Tirol mehr Jugendliche beraten werden sollten. Dies kann nur sinnvoll beantwortet werden, wenn man andere AnbieterInnen von Bildungs- und Berufsberatung in den Bundesländern mit ihren KundInnenstrukturen zum Vergleich heranzieht. Werden Jugendliche in Tirol von anderen Einrichtungen beraten oder deckt IBOBB hier ein breiteres Spektrum ab? Wohin wenden sich Personen in Beschäftigung im Burgenland? Eine **Autonomie der BIZ-Beratungsstellen** hinsichtlich schwerpunktmäßiger Beratung bestimmter KundInnengruppen ist durchaus zu empfehlen, sofern sie das regionale Beratungsangebot berücksichtigen.

Obwohl die externen ExpertInnen durchaus empfehlen, dass BeraterInnen sich auf bestimmte Zielgruppen, wie MigrantInnen, MaturantInnen, Lehrberufe etc. spezialisieren sollten, ist anzumerken, dass dies für die Bundesländer Burgenland und Tirol beim derzeitigen Personalstand nicht realistisch ist. Die BeraterInnen sind teilszeitig für BIZ-Beratung und sonstige BIZ-Leistungen zuständig. Eine weitere Aufteilung der KundInnengruppe scheint auch vor dem Hintergrund der KundInnenzahlen wenig realistisch. Für die Beratung von Lehrstellensuchenden besteht bereits ein eigenes Beratungsformat, zum Teil werden diese Beratungen von den gleichen Personen, die auch BIZ-Beratung durchführen, umgesetzt. Empfohlen wird daher **keine weitere Spezialisierung, sondern** eher eine kurze, **spezifische Weiterbildung** zu Diversity, im Speziellen zu Migration und Anerkennung im Ausland erworbener Qualifikationen auf einem Basisniveau, sodass gezielte Weitervermittlung durch die BIZ-BeraterInnen an externe Stellen erfolgen kann. Sind gesundheitliche Aspekte in der Beratung Thema, kann eine Beratung gemeinsam oder in Abstimmung mit dem/der Reha-BeraterIn erfolgen.

INTENSIVER BERATUNGSBEDARF ERFORDERT MEHR ALS EINEN TERMIN

Die Beratungsfälle, bei denen sich in der Wirkungsanalyse keine oder wenig Wirkung feststellen lässt, sind an spezifischen Problemkonstellationen festzumachen: Etwa besteht große Orientierungslosigkeit auf KundInnenseite, die Berufs-/Ausbildungs- oder Förderungswünsche sind nicht realisierbar oder die Wünsche und Interessen stimmen nicht mit dem Bedarf am Arbeitsmarkt überein. Manifestiert sich Letzteres als Zielkonflikt zwischen BeraterInnen und KundInnen, wird die Beratung als nicht erfolgreich wahrgenommen.

⁸⁰ IBOBB: Information, Beratung und Orientierung für Bildung und Beruf. <https://www.bmbf.gv.at/schulen/bo/index1.html>, abgerufen am 23.10.2015.

Dem kann mit entsprechender Gesprächsführung, wie sie in den AMS-internen Handbüchern angeregt wird, entgegengewirkt werden.⁸¹ Empfehlungen für solche Fälle müssen auch im Zusammenhang mit dem „Auftrag“ der BIZ-BeraterInnen gesehen werden: Je nachdem, wie sich die BIZ-Beratung entwickeln soll, können diese Schwierigkeiten gelöst werden, indem Personen öfter und längerfristig in Beratung kommen oder die BeraterInnen Personen mit besonderen Problemkonstellationen an ausgelagerte, intensivere Beratungsformate (extern) zuweisen. Hier stellt sich die Frage, wo Grenzen der Beratung gesetzt werden sollen. In den vergangenen Jahren entwickelten sich die BIZ laut der ExpertInnen phasenweise in Richtung mehr und intensiverer Beratung, zu anderen Zeit eher in Richtung Selbstbedienung und Informationsweitergabe. In der derzeitigen Konstellation bzw. beim derzeitigen Personalstand wird vermutlich eher der Verweis an andere Stellen sinnvoll sein. Spätestens, wenn auch im dritten Beratungsgespräch kein Fortschritt erkennbar ist und sich das Gespräch im Kreis dreht, wenn BeraterInnen den Eindruck gewinnen, dass es nicht um berufliche Weiterentwicklung geht oder wenn dieser Weiterentwicklung andere, massive Probleme im Wege stehen, sollte ein solcher Verweis an eine andere (Beratungs-)Stelle erfolgen. Dieser könnte auch mit dem Hinweis verbunden sein, zu einem späteren Zeitpunkt wiederzukommen, wenn die Problemlagen geklärt sind und die Person bereit dazu ist.

Die Empfehlung bei intensivem Beratungsbedarf lautet also, entweder eine **Ausweitung der Beratung oder Weitervermittlung** anzustreben:

a) Ausweitung der Beratung

Will man KundInnen mit größeren bzw. komplexeren Orientierungsproblemen innerhalb der Organisation begleiten, so müssen die Ressourcen, Termine, Ausbildungen der BeraterInnen, Zielformulierungen (soweit vorhanden) angepasst bzw. aufgestockt werden.

b) Weitervermittlung von KundInnen

Will man KundInnen zu spezialisierter Beratung (außer Haus) vermitteln, empfiehlt es sich für die BIZ-BeraterInnen, diese Beratungsorganisationen genau zu kennen, die Vermittlung abzustimmen, regelmäßig Rückmeldung von den KundInnen über diese (externe) Vermittlungsstelle einzuholen, etc. Die BIZ-BeraterInnen müssen genau wissen, was sie von der vermittelten Stelle erwarten können, um KundInnen passgenau weiter schicken zu können. Die Kontaktpflege im gesamten Netzwerk der Beratungsleistung sollte weiter gefördert werden.

MOTIVATION UND EIGENINITIATIVE

Bereits im Rahmen des ersten Workshops mit der AMS-Arbeitsgruppe wurde deutlich, dass die BIZ-Beratung idealerweise die Eigeninitiative fördert. Verschiedene ähnlich lautende Bezeichnungen wie „Selbstaktivität“ und „Motivation zur Eigenaktivität“ kamen im Rahmen der ExpertInneninterviews zur Sprache. Dass gerade der Wunsch nach dieser Art von Wirkung bei der BIZ-Beratung von AMS-VertreterInnen geäußert wird, ist insofern nicht verwunderlich, als die BIZ zahlreiche Möglichkeiten zur Selbstbedienung bieten, viele Materialien zur Verfügung stehen und das AMS umfassende Informationen online bereitstellt, die auch genutzt werden sollten. Reine Anleitung bei Menschen ohne Motivation und Orientierung greift hier zu kurz. Wie die qualitativen Auswertungen zeigen, profitieren Personen mit wenig Motivation auch wenig von der Beratung - im Gegensatz zu motivierten Personen, die in der Beratung ebenso mitarbeiten wie an der Weiterentwicklung ihrer Karriere. Motivation ist also ein wesentlicher Hebel, um Beratungswirkung und Eigeninitiative zu fördern. Jeglicher Wirkungsindikator, der nicht nur auf Wissen abzielt, bezieht sich auch ein Stück weit auf die Motivation zur Handlung.

Motivation auf KundInnenseite ist also zentral. Gleichzeitig ist diese am schwierigsten herzustellen, wenn sie nicht von vornherein gegeben ist. Hinsichtlich der Handlungsmöglichkeiten in der Beratung gibt das AMS-Handbuch „6-Phasen-Modell der kundInnenorientierten Gesprächsführung“⁸² Hinweise. Ebenso sind im Beratungshandbuch „Professionelle Berufs- und Bildungsberatung in den BerufsInfoZentren des AMS“, das im September 2015 erschienen ist, Hinweise dazu enthalten (z.B. wird auf Seite 6 die Frage gestellt, was BIZ-BeraterInnen tun können, um aus BesucherInnen letztendlich KundInnen zu machen. Entsprechende

⁸¹ Vgl. Voglhofer (2015) und Rainer (2015).

⁸² Vgl. Rainer (2015).

Empfehlungen umfassen, an den Ressourcen und Fähigkeiten der KundInnen anzuschließen, nach den Erfolgen zu fragen etc.).⁸³

Die Ergebnisse der qualitativen Studienteile lassen die Interpretation zu, dass es bei der BIZ-Beratung auch darauf ankommt, Motivation nicht zu gänzlich zu demolieren, wenn der Ausbildungswunsch nicht gefördert wird oder der Wunschberuf am Arbeitsmarkt nicht nachgefragt wird. Wie die Fallergebnisse zeigen, gelingt das den BeraterInnen durchaus. Einen „Plan B“ zu haben, wenn „Plan A“ nicht funktioniert, mag zwar sinnvoll sein, kann aber die Motivation dämpfen. Hier scheint es darauf anzukommen, dass Plan B nicht zu früh ins Gespräch gebracht wird und er auch mit den Vorstellungen der KundInnen vereinbar ist und somit realistische Umsetzungschancen hat. Genaueres hierzu kann nicht aus der Wirkungsanalyse abgelesen werden, könnte aber Gegenstand einer BIZ-internen Diskussion sein. Wenn die BIZ-Beratung öfter als einmal pro KundIn stattfindet, müsste Plan B nicht schon von Beginn an mitgedacht werden.

Die erfolgreiche Arbeit an der Motivation der KundInnen und die Entwicklung von Eigeninitiative erfordert vor allem bei **unmotivierten und passiven KundInnen intensive Arbeit**. Dass sie bei der Beratung überhaupt erscheinen, ist immerhin ein erster Schritt. Ein Beratungs- und Lernprozess, bei dem auch Widerstände abgebaut werden, wird vermutlich länger als eine Beratungseinheit von 45 bis 50 Minuten umfassen und vieler kleiner Schritte bedürfen, die langsam in Richtung vermehrter Eigeninitiative, Verantwortungsübernahme und Motivation gehen, wobei die Eigeninitiative aus einer Mischung aus Motivation und Wissen über das „Wie?“ gesehen werden kann. Der Erfolg eigener Initiativen fördert die Motivation. Erfolge der KundInnen im Verlauf eines Prozesses (auch im Beratungsgespräch selbst) zu ermöglichen und auch zu würdigen, fördert die Motivation und letztlich die Eigeninitiative. Beides kann die BIZ-Beratung leisten und bewirken. Das Niveau, das erreicht werden kann, hängt von der Ausgangslage der KundInnen und den Ressourcen ab, die hier investiert werden können.

In den Fällen, in denen sich die persönlichen Ziele einer Person nicht mit dem Bedarf am Arbeitsmarkt decken, wie z.B. hinsichtlich des Wunsches nach einer geförderten Seniorenanimationsausbildung oder Ähnlichem, stellt sich die Frage, wie BeraterInnen vorgehen sollen. Im konkreten Fall führte die Ablehnung der Finanzierung und in Folge auch das Nichtzustandekommen eines Kurses zu Demotivation und zum Abbruch weiterer Überlegungen oder Handlungsschritte auf KundInnenseite. Eine Strategie in solchen Fällen ist, dass KundInnen selbst recherchieren, wie viele offene Stellen es wo gibt, wie viel sie verdienen können etc., bevor sie anschließend wieder in die Beratung kommen. Mit einem Praktikum in dem Bereich kann nochmals sichergestellt werden, dass dies die Tätigkeit ist, die wirklich angestrebt wird.

Die laut BeraterInnen abnehmende Frustrationstoleranz der KundInnen ist eine Herausforderung. Der Umgang damit könnte Thema von Fallbesprechung und Supervision sein, um Resignation auf BeraterInnenseite entgegen zu wirken.⁸⁴

ERWARTUNGEN DER KUNDINNEN

Aus den ExpertInneninterviews geht hervor, dass die Vorbereitung der BeratungskundInnen für den Erfolg des Gespräches relevant ist. Die empirischen Ergebnisse bestätigen dies: Personen mit klareren Vorstellungen, Anliegen und Zielen können mehr Nutzen aus der Beratung ziehen. Wie können sich KundInnen auf diese Beratung vorbereiten und was kann das AMS dazu beitragen?

- Kurze **Beschreibung der Beratungsleistung auf der AMS Homepage**. Derzeit findet sich lediglich folgender Hinweis auf den länderspezifischen AMS-Seiten: „Info-Gespräche mit BIZ-MitarbeiterInnen: Das BIZ funktioniert zwar nach dem System der Selbstbedienung, aber trotzdem gibt es Fragen und Anliegen, die sich am besten in einem Gespräch klären lassen. BIZ-MitarbeiterInnen stehen dafür gerne zur Verfügung.“⁸⁵ Hier sollten Hinweise zu Dauer und Ablauf des Gespräches und eine Aufforderung zur Terminvereinbarung vermerkt werden. Dafür spricht auch, dass ein erwähnenswerter Teil der befragten BIZ-KundInnen ihre Beratung als „überraschend anders“ bezeichnet, d.h. ihnen eher nicht klar war, wie genau die Beratung ablaufen wird. Wenn sie aber über dieses Wissen verfügen, kann davon ausgegangen

⁸³ Vgl. Voglhofer (2015).

⁸⁴ Im Burgenland gab es bereits 2015 eine Schulung zu dem Thema.

⁸⁵ <http://www.ams.at/bgld/berufsinfo-weiterbildung/biz-berufsinfozentren/jugendliche/info-gespraech>, <http://www.ams.at/tirol/berufsinfo-weiterbildung/biz-berufsinfozentren/erwachsene/info-gespraech>; abgerufen am 19.10.2015.

werden, dass ein größerer Teil von ihnen, sich gezielter auf das Gespräch vorbereiten wird und somit der Beratungsnutzen gesteigert wird.

Auf einer Unterebene kann anhand von Fallbeispielen dargestellt werden, mit welchen Anliegen Personen in die Beratung kommen, was dort geschieht und „womit“ sie nach Hause gehen. KundInnen nehmen möglicherweise zum ersten Mal in ihrem Leben Beratung (in dieser Form) in Anspruch. Anhand von Beispielen könnten sie schon einmal eine Vorstellung davon entwickeln, was sie erwartet. Alternativ dazu könnten typische Fragestellungen sowie Ziele, Grundsätze, Methoden (Fragen stellen, gemeinsam Recherchieren, Fragebogen zu Berufsinteressen ausfüllen etc.) und beispielhafte Beratungsergebnisse dargestellt werden. Die Homepage der Beratungsdienstleistung fit2work etwa liefert dementsprechende Informationen über die Beratung. In weiterer Folge ist - je nachdem, in welche Tiefe die Beratungsleistung in Zukunft gehen soll - der Begriff „Info-Gespräch“ zu überdenken.

- Auf Seite 6 des gegen Ende dieser Studie erschienenen Handbuches zur BIZ-Beratung⁸⁶ ist der Kernprozess 3 mit dem Teilprozess „Informieren und Beraten über Beruf und Bildung“ dargestellt. Hier fällt auf, dass unter Phase 3 („Erbringung der Dienstleistung“) der Punkt 3.1.b „Informationsgespräche führen“ lautet, während der Punkt 3.1.c „Bildungs- und Berufsberatung durchführen“ umfasst. Möglicherweise ist auf der AMS-Homepage nur Prozess 3.1.b beschrieben und 3.1.c fehlt. Eventuell müssten auch die Akquiseprozesse umformuliert werden.
- Abklärung der Erwartungen an die Beratung. Der Anlass der vorliegenden Studie war, die Erwartungen der KundInnen in den Blickpunkt zu rücken, da der IBOBB-Zertifizierungsprozess zutage brachte, dass das AMS zu wenig über die Erwartungen der KundInnen weiß. Dies kann so für die BIZ-BeraterInnen nicht bestätigt werden. Im Rahmen dieser Studie zeigte sich, dass die KundInnen eine Leistung bekommen, die sie sich in Bezug auf ihr Anliegen gewünscht haben bzw. dass sie in der Beratung positiv überrascht waren. Dies zeigt, dass es den BeraterInnen in den meisten Fällen gelingt, die Erwartungen der KundInnen richtig einzuschätzen bzw. dem Anliegen entsprechend zu handeln.
- Die Interviews ergeben, dass die KundInnen nicht unbedingt zwischen AMS-BIZ-Beratung und anderen Gesprächsterminen beim AMS unterscheiden. Wenn eine Unterscheidung vonseiten der KundInnen gewünscht ist, sollte eine stärkere Abgrenzung der BIZ- zur „normalen“ Beratung geschehen, indem die Aufgaben der BIZ-Beratung klarer dargestellt werden. Die Empfehlung lautet hier also (wieder), mehr Kontur und Sichtbarkeit der Dienstleistung nach außen sicherzustellen, damit die BIZ-Beratung als eigene Marke bzw. eigenes Produkt sichtbar wird.

Mehr Kontur nach außen sollte dabei mit einer Stärkung nach innen einhergehen.

STÄRKUNG DER BERATERINNEN: KLARE AUFGABEN, HANDLUNGSRÄUME UND RÜCKHALT

Die Ansprüche der ExpertInnen an qualitätsvolle Beratung und die Schilderung der Beratung im neuesten Handbuch zeigen enorme Anforderungen an die Beratungsleistung auf. Von den BeraterInnen werden umfassende beraterische Kompetenzen gefordert. Aus Sicht der „FeldforscherInnen“, die in den BIZ vor Ort waren und mit den KundInnen und auch BIZ-MitarbeiterInnen Gespräche geführt haben, ist das eine gewaltige Anforderung an ein Beratungsformat, das üblicherweise nicht mehr als einmalig 45 Minuten umfasst. Dass nicht alle Phasen einer beruflichen Orientierung bis zu einer Berufs-/Ausbildungswahl im Rahmen dieser 45 Minuten absolviert werden können, liegt auf der Hand. Insofern ist die häufig angetroffene, pragmatische Zielsetzung der BIZ-Beratung, „einen Schritt weiterzukommen“.

Diese Zielsetzung erfordert Handlungsspielräume für kompetente BeraterInnen bei gleichzeitigem Rückhalt in der eigenen Organisation, damit diese Handlungsspielräume auch genutzt werden können und dürfen. Einen Schritt weiter gekommen zu sein ist schlechter sichtbar und erkennbar, wenn es sich um arbeitsmarkterne oder sehr orientierungslose Personen mit wenig Selbsthilfepotenzial gehandelt hat, bedeutet aber genauso einen Erfolg wie ein vermeintlich großer, deutlich sichtbarer Schritt hinsichtlich Personen, die bereits strukturiert von selbst an die Problemlösung herangehen. Rückhalt für die BeraterInnen bedeutet ein Commitment der Organisation auch zu diesen wenig sichtbaren Schritten und Erfolgen. Viel Handlungsspielraum, auch im Sinne von Autonomie, erfordert im Gegenzug vom Beratungspersonal viel Kompetenz. Gezielte Personalauswahl und Weiterbildung sind wesentlich. Handlungsspielräume brauchen auch klare Grenzen, innerhalb derer die Aufgaben definiert sind.

⁸⁶ Vgl. Voglhofer (2015).

Der kurze Einblick, den die ForscherInnen gewinnen konnten, lässt vermuten, dass die Kompetenzen, das Beratungsverständnis und auch die Wahrnehmung bezüglich der Aufgaben durchaus unterschiedlich sind. Sollte dies nicht gewünscht sein, könnte die Umsetzung der folgenden Empfehlung der externen ExpertInnen Abhilfe schaffen.

BERATUNGSKONZEPT

Laut externen ExpertInnen braucht eine Beratungsleistung ein Beratungskonzept, das einheitliche Standards (gemeinsame Ziele, Prozessgestaltung) umfasst und gleichzeitig individuelles Arbeiten mit BeratungskundInnen erlaubt. Wesentliche Elemente hiervon ist die Ergebnisoffenheit.

ERGEBNISOFFENHEIT DER BERATUNG

Laut externen ExpertInnen muss Beratung immer ergebnisoffen sein. Die BIZ-BeraterInnen formulieren ähnliche Ansprüche an qualitätsvolle Beratung. BeraterInnen im Burgenland führen auch an, dass bei Jugendlichen eine Orientierung an den Stärken, Interessen etc. Vorrang haben muss und nicht aktuelle Gegebenheiten am Arbeitsmarkt. Im Handbuch heißt es an verschiedenen Stellen, dass Entscheidungen stets bei den KundInnen zu liegen haben. Das heißt aber letztendlich auch, dass sich KundInnen wider besseren Wissens der BeraterInnen mit Arbeitsmarktexpertise entscheiden dürfen.

BERATUNGSKOMPETENZ

Die externen ExpertInnen empfehlen darüber hinaus die Förderung der Beratungskompetenzen (Beratungstheorien, Haltungen), Fachkompetenzen (Wissen über Entwicklungen am Arbeitsmarkt, Berufsbilder, Förderwesen) und sozialen und persönlichen Kompetenzen (bspw. Empathie). Das neue Handbuch zur Beratung greift diese Empfehlungen der externen BeraterInnen bereits auf. Eventuell wären zusätzliche Übungseinheiten hilfreich, damit die Inhalte auch lebhaft vermittelt werden können. Supervision und Fallbesprechungen tragen zur Kompetenzentwicklung bei.

RAHMENBEDINGUNGEN

Die BIZ-BeraterInnen schildern eine Reihe von Herausforderungen, vor die sie bei ihrer Arbeit gestellt werden: Hohe Verantwortung, große Komplexität der Aufgabe, hohes Maß an Eigeninitiative und Organisationstalent, hoher Grad der Belastung. Dem kann mit „Rückhalt in der eigenen Organisation“ begegnet werden. Das bedeutet, es braucht klar kommunizierte Aufgabenbereiche, die auch für die KollegInnen, die nicht BIZ-Beratung machen, transparent sind. Den Anforderungen an das fachliche Wissen kann mit Weiterbildung – hier zeigen sich die BeraterInnen z.T. durchaus zufrieden – und gutem Wissensmanagement begegnet werden. Wichtig ist für sie, dass die Datenbanken und Infos innerhalb des AMS aktuell gehalten werden (z.B. Lehrberufe, Förderungen...). Auch die externen ExpertInnen empfinden (neben der Konstanz des Angebotes) gerade dieses umfassende Wissen, das im AMS vorhanden ist, als besonders wertvoll und als ein Alleinstellungsmerkmal der BIZ. Dass dieses den BeraterInnen zugänglich ist, ist entscheidend. Daher wird ein stärkerer Austausch an internen Schnittstellen von den BIZ-BeraterInnen gewünscht.

Die BIZ-BeraterInnen benötigen für eine ungestörte Beratungstätigkeit geschlossene Räume und klare Vertretungsregelungen - auch am Telefon - für die Zeit der Beratung. Hier gibt es vereinzelt noch Handlungsbedarf. Freundlich gestaltete Beratungsräumlichkeiten sind ebenfalls wünschenswert.

ERGEBNISSICHERUNG

Die Dokumentation der Ergebnisse wird mithilfe einer standardisierten Vorlage durch alle BIZ-BeraterInnen durchgeführt, was der Vorschrift entspricht. Manche BeraterInnen geben den KundInnen diese Dokumentation in Kopie mit, manche nicht. Das Beratungsergebnis oder eine eventuelle Vereinbarung, die getroffen wurde, schriftlich mit den KundInnen zu formulieren und festzuhalten, könnte darüber hinaus der Nachhaltigkeit dienen. BIZ-BeraterInnen hatten zudem die Idee, die KundInnen einige Wochen nach dem Beratungsgespräch noch einmal postalisch freundlich und ohne Aufforderung zur Rückmeldung auf die Beratungsergebnisse und vereinbarten Schritte aufmerksam zu machen und die Möglichkeit einer Nachbesprechung anzubieten. Eine solche, durch eine Vorlage erleichterte Maßnahme könnte wirkungsvoll sein: einerseits hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit, dass KundInnen Vorhaben tatsächlich umsetzen bzw. das Thema präsent bleibt,

andererseits hinsichtlich eines In-Erwägung-ziehens, nochmals die Beratung aufzusuchen, sollte die Person selbst nicht weiterkommen in ihrem Anliegen.

Um die Beratungsergebnisse für beide Seiten klar sichtbar zu machen, empfiehlt sich das knappe schriftliche Festhalten dieser sowie der nächsten Schritte und eventuell der langfristigen und mittelfristigen Ziele, sofern diese besprochen wurden.

CAREER MANAGEMENT SKILLS: EIN BERATUNGSPROZESS ALS LERNPROZESS

Personen mit Beratungserfahrung können mehr Nutzen aus einer Beratung ziehen, weil sie den Ablauf kennen und wissen, was sie erwartet. Sie können bereits im Vorfeld ihre Anliegen formulieren. Um auch Personen, die noch nie in einer professionellen Beratung waren, an sämtlichen Möglichkeiten einer Beratung teilhaben zu lassen, ist die völlige Transparenz des Prozesses und Vorinformation wichtig.

Aber die Erfahrung, durch einen entsprechenden Prozess gegangen zu sein, lehrt vermutlich am meisten. Sie hilft den KundInnen künftig mehr mitzuarbeiten, Fragen und Anliegen zu formulieren und strukturierter an die Situation heranzugehen. Wird KundInnen die Möglichkeit gegeben, mehrmalig Beratung zu erfahren, können sie auch viel von der Art zu fragen und von der strukturierten Vorgehensweise für ihr Leben mitnehmen. Genau das meint auch die Förderung von „Career Management Skills“. Durch gut begleitete Bildungs- und Berufsentscheidungsprozesse erwerben Menschen Kompetenzen, die sich auch für spätere Entscheidungssituationen nutzen lassen⁸⁷. Das erfordert Zeit und Geduld vonseiten der BeraterInnen.

10.2 Künftige Wirkungsmessung

Die folgenden Empfehlungen für eine Wirkungsmessung bei der BIZ-Beratung basieren auf dem Theorieteil der Studie, den „lessons learned“ im Zuge der Studienumsetzung und den Diskussionsbeiträgen der BIZ-BeraterInnen und externen ExpertInnen. Letztere warnen klar davor, den Beratungserfolg durch die Verwendung bestimmter Indikatoren wie Arbeitsaufnahme zu operationalisieren.

Eine Orientierung an absoluten Werten als Kriterien ist bei der BIZ-Beratung schwierig: Unabhängig davon, wie weit eine Person noch von der Erwerbsarbeit entfernt ist, können fast immer Fortschritte gemacht werden, wenn auch Personen mit klaren Anliegen und guten Voraussetzungen „mehr“ von der Beratung profitieren bzw. Wirkung einfacher sichtbar/messbar gemacht werden kann. Insofern **empfehlen sich zur Messung eher die relativen Fortschritte** unter Berücksichtigung der Ausgangslage.

Die Wirkung der Beratung auf Einstellungen, Emotionen und Perspektiven konnte quantitativ und qualitativ mit den verwendeten Fragebögen und Leitfäden gut erhoben werden. Das Input-Prozess-Outcome-Modell hat sich dabei bewährt.

ZEITPUNKT DER WIRKUNGSMESSUNG

Auf Basis der unmittelbaren Rückmeldungen der KundInnen nach dem Beratungsgespräch lässt sich relativ gut vorhersagen, ob sie Handlungen setzen werden und wie erfolgreich diese sein können. Gehen KundInnen genauso unmotiviert aus der Beratung wie sie gekommen sind, oder geben sie an, nicht weiter gekommen zu sein, geschieht in den nächsten Monaten auch relativ wenig. Daher ist eine unmittelbare Wirkungsmessung durchaus sinnvoll und möglich, ebenso wie eine, die einige Monate später erfolgt.

ZUVERLÄSSIGKEIT DER MESSUNG

Die Befürchtung, dass KundInnen enttäuscht oder verwirrt aus der Beratung gehen würden und sich dies negativ auf die Wirkungsmessung oder Bewertung der Beratung auswirken könnte, konnte nicht bestätigt werden. KundInnen differenzierten in den persönlichen Interviews sehr genau zwischen der Enttäuschung über z.B. eine nichtgenehmigte Förderung oder den Arbeitsmarkt und dem Wert der Beratung bzw. den geplanten Handlungen auf Basis der (neuen) Informationen.

⁸⁷ Dieses Lernen kann nach der Lerntheorie von Gregory Bateson als Lernen 1 typisiert werden: Es ist eine Form des Lernens, in der eine bestimmte Reaktion auf einen bestimmten „Kontext“ erlernt wird.

METHODEN

Aus ökonomischen Überlegungen heraus stellt sich die Frage, welche bereits vorhandenen bzw. laufend gesammelten Daten – etwa Daten aus der KundInnenzufriedenheitsumfrage, dem Erwerbskarrierenmonitoring und eventuellen Dokumentationen - zur Wirkungsmessung geeignet sind.

Aus der bestehenden **quartalsmäßigen KundInnenbefragung** kann lediglich die Frage, wie hilfreich die Beratung war, im weitesten Sinne zur Wirkungsmessung herangezogen werden. Die KundInnenbefragung wird von den burgenländischen BIZ-BeraterInnen eher kritisch gesehen, da immer weniger KundInnen ihre Telefonnummern dafür zur Verfügung stellen und die Beurteilung der Beratung nach einigen Monaten für sie zweifelhaft erscheint. Bei der telefonischen Befragung im Rahmen der vorliegenden Studie konnte jedoch festgestellt werden, dass sich die Beurteilung der Beratung und ihrer Nützlichkeit über den mehrmonatigen Zeitraum nicht geändert hat.

Das **Erwerbskarrierenmonitoring** hat sich als ungeeignet zur Messung der mittel-/langfristigen Wirkung bei Jugendlichen herausgestellt, da Bildungsverläufe nicht abgebildet werden können. Eine Verschneidung der Daten aus dem Erwerbskarrierenmonitoring mit Bildungsdaten der Statistik Austria könnte Abhilfe schaffen. Die Kosten-Nutzenrelation solcher Berechnungen wäre zu beleuchten. Betreffend die (beschäftigten) Erwachsenen lassen sich aus dem Erwerbskarrierenmonitoring zwar, insofern keine Erwerbslücken bestehen, grobe Rückschlüsse auf die Beratungswirkung ableiten, jedoch kann kein Nettoeffekt berechnet werden. Generell kann keine sinnvolle Kontrollgruppe zu den BIZ-BeratungskundInnen gebildet werden, um einen solchen Nettoeffekt zu berechnen. Solange jede Person, die einen Beratungsbedarf hat, auch Beratung bekommt bzw. andere Beratungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen, kann die Wirkung nicht über Kontrollgruppenstudien erhoben werden.

EMPFEHLUNG: WIRKUNGSMONITORING

Ein Wirkungsmonitoring (ohne Kontrollgruppendesign) scheint durchaus realisierbar. Die folgende Sammlung von Indikatoren könnte dazu herangezogen werden.

Tabelle 12: Dimensionen, Ziele und Indikatoren von Beratung in den BIZ

Dimension	Indikatoren	Wirkungszeitpunkt
Wissen	<ul style="list-style-type: none"> • Berufs-/Ausbildungsangebot/-Anforderungen/-Inhalte (Plan A und B) • Arbeitsmarktbedarf • Abgleich von Wünschen und Realität • Weg(e) zum Ziel kennen inkl. ev. weitere Beratungsstellen • Standortbestimmung im eigenen Berufsorientierungsprozess • Kennen der eigenen Fähigkeiten, Interessen, Werte und Motive 	Unmittelbar
Skills/Fähigkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Selbsthilfe • Anwendung des Wissens über Infosysteme, Infoquellen, sich selbst, Berufe etc. • Anwenden von Methoden zur Entscheidungsfindung 	Mittelfristig
Einstellungen	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Einstellung zur Arbeit/Ausbildung/eigenen Zukunft • Stärkung der Bildungsbereitschaft • Gewinnen einer neuen Perspektive • Erweiterung der eigenen Perspektive • Positives Selbstbild • (erhöhte) Selbstwirksamkeitsüberzeugung • Positive Einstellung zur BIZ-Beratung • Zukunftsorientierung 	Unmittelbar / mittelfristig
Emotionen	<ul style="list-style-type: none"> • Motivation (z.B. durch Anreize/Aufzeigen von Motivatoren, aufbauende Gefühle durch Unterstützung oder Bestärkung, Hoffnung, Zuversicht, Erfolgserlebnisse) • Gestärktes Selbstwertgefühl 	Unmittelbar / mittelfristig
Kognition	<ul style="list-style-type: none"> • Überlegen von Zukunftsplänen • Perspektiven sehen 	Unmittelbar

	<ul style="list-style-type: none"> • Klarheit gewinnen (z.B. zu beruflichen Interessen) • Abbau von Zweifeln/Gewinn von Klarheit bei Entscheidungen (z.B. zu Aus-/Weiterbildung, Berufsziel) • Selbstbewusstsein 	
Handlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Eigeninitiative • Sich aktiv mit der eigenen Berufsorientierung befassen • Strukturiertes Vorgehen • Entwickeln und/oder Umsetzen von neuen Wegen/Möglichkeiten/Ideen • Karriereentscheidung • Arbeitssuche/Ausbildungssuche • Ausbildungs-/Arbeitsbeginn 	Mittelfristig
Beratungsergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Anliegen geklärt • „Konkretes“ mitgenommen, z.B. ein realistischer Umsetzungsplan, Verweis auf andere Stellen, Geldgeber, Plan „A“ und ev. Plan „B“ • Einen Schritt weiter sein 	Unmittelbar
Arbeitsmarkt / Arbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreicher Aus-/Weiterbildungsabschluss • Arbeitsaufnahme (nach Ausbildung) • Nachhaltige Integration in den Arbeitsmarkt bzw. nachhaltige Erwerbstätigkeit • Qualität der neuen Arbeit 	Langfristig

Als Erhebungsmethoden können unmittelbare standardisierte Befragungen (schriftlich, Fragebogen im Anhang), Ergebnisdokumentationen, spätere telefonische Befragungen oder eventuell auch Befragungen via Webseiten (Info über E-Mail oder SMS) dienen. Unabhängig davon, welche und wie viele Erhebungsmethoden gewählt werden, muss nicht immer zu jedem Zeitpunkt in allen Bundesländern durchgehend erhoben werden, sondern lediglich schwerpunktmäßig mit entsprechender Stichprobenplanung.

Die von den BIZ-BeraterInnen ohnehin angefertigten Beratungsprotokolle eignen sich gut, um ein Matching mit den Erwerbsverläufen durchzuführen. Auf diese Weise können nützliche Informationen darüber gewonnen werden, welche Art von Ausgangssituation und beraterischen Handlungen mit welcher Art von Entwicklung zusammenfallen. Das Wissen darüber kann sowohl als Grundlage für die Weiterentwicklung der BIZ-Beratung als auch in der Aus- und Weiterbildung der BIZ-BeraterInnen genutzt werden.

Denkbar ist zudem (z.B. im Rahmen einer Evaluierung) ein Matching der (Selbst-)Einschätzungen und Bewertungen der KundInnen einerseits und der Einschätzungen der BIZ-BeraterInnen andererseits durchzuführen. Dies erlaubt Aufschluss darüber, inwiefern (relative) Fortschritte wahrgenommen werden, ob Ziele der Beratung in Bezug auf die Art des Anliegens erreicht werden konnten und inwiefern (systematische) Abweichungen oder Defizite bestehen.

Empfohlen wird auch, die Wirkungsmessung stark mit der Entwicklung von Career Management Skills zu verbinden. Das geht einerseits mit dem (impliziten) Ziel „Hilfe zur Selbsthilfe“ der BIZ-Beratung einher und gliedert sich andererseits schlüssig in die österreichische und europäische Strategie der Life Long Guidance ein. Die (einmalige) BIZ-Beratung als punktuell Ereignis im Leben der KundInnen kann dazu beitragen, dass Beratung positiv besetzt wird und somit die Wahrscheinlichkeit besteht, auch später im Leben Beratung gegenüber aufgeschlossen zu sein. Bereits dies wäre eine wünschenswerte Beratungswirkung. Zur Operationalisierung von Career Management Skills oder verwandten Konzepten gibt es Beispiele aus der Literatur.

Ein Ansatz zur Messung von Wirkung im Sinne von Fortschritt in der Beratung selbst wird im neuen Handbuch angesprochen: KundInnen skalieren ihren Grad an Informiertheit, Orientiertheit, Strukturiertheit und Motivation zu Beginn und am Ende der Beratung. Sofern diese abstrakten Begriffe für alle KundInnen gleich

erklärt werden und somit ein einheitliches Verständnis hergestellt wird⁸⁸, kann die Auswertung der Daten für eine Evaluierung verwendet werden.

Abschließend sei angemerkt, dass es bereits zahlreiche Studien gibt, die Hinweise darauf geben, ob und wann Beratung Wirkung erzielen kann. Somit kann, wenn bestimmte Beratungsqualitäten erreicht werden, davon ausgegangen werden, dass in der Literatur beschriebene Wirkungen auch einsetzen. Dies muss also prinzipiell nicht immer neu gemessen werden. Eine Metaanalyse oder ein systematischer Review vorhandener Studien könnte Aufschluss darüber geben, was wirkt.

10.3 Zusammenfassung der Empfehlungen

Die Empfehlungen, die im Kapitel Resümee und Ableitungen sowie künftige Wirkungsmessung ausführlich hergeleitet und begründet wurden, werden in der folgenden Tabelle überblicksmäßig zusammengefasst.

Empfehlungen für die BIZ-Beratung	
➤	„Stärken stärken“: Die Kernkompetenz der BIZ ist das Wissen über Arbeitsmarkt und Ausbildung
❖	Stellung der BIZ-BeraterInnen als ExpertInnen bei der Information über Ausbildung und Berufe stärken
❖	Interne Schnittstellen und Informationsflüsse unterstützen, um up-to-date-Wissen der BIZ-BeraterInnen zu gewährleisten
➤	Weiterhin (Noch-)Beschäftigte beraten, da der Erfolg gegeben ist.
➤	Weiterhin Jugendlichenberatung als kostenfreie Ergänzung zur IBOBB Strategie in der Schule anzubieten ist grundsätzlich sinnvoll , da Berufsorientierung in den Schulen nicht in derselben Qualität flächendeckend angeboten wird, insbesondere nicht in den AHS. Sofern hier Einschränkungen angedacht sind, wären diese am ehesten im Bereich der Potenzialanalyse anzusiedeln, keinesfalls jedoch bei der Informationsdienstleistung und den Informationsgesprächen.
➤	Personen mit erhöhtem Beratungsbedarf: Längere Begleitung (bei Mangel an echten Alternativen)
❖	Entscheiden, wie auf diese KundInnen reagiert wird: Wird die BIZ-Beratung für eine Folge von Terminen / Begleitung von solchen Personen geöffnet oder soll daran festgehalten werden, dass nicht mehr als zwei Termine (à max. 45 min) verwendet werden?
❖	Eruieren, inwiefern andere Institutionen in den Regionen ein solches Angebot (kostenlos!) anbieten bzw. andere AMS-Angebote zur Verfügung stehen, um dorthin weiterzuvermitteln.
❖	Bestehen <i>keine</i> Alternativen, wird empfohlen, aufgrund der vorhandenen und etablierten Expertise der BIZ nach Bedarf und Prüfung auch eine intensivere Begleitung und Beratung anzubieten.
➤	Autonomie der BIZ-Beratung hinsichtlich schwerpunktmäßiger Betreuung von bestimmten KundInnen-Gruppen gegenüber anderen, regional vorhandenen Beratungsstellen beibehalten
➤	Eigenständige Beschreibung der BIZ-Beratungsleistung auf der AMS-Homepage
❖	Infos zu Ablauf und Dauer
❖	Ergänzung durch kurze exemplarische Fallbeispiele
❖	Checkliste „Vorbereitung“ (Fragen, die sich KundInnen vorher stellen sollten oder Unterlagen, die ggf. mitzubringen nützlich sind)

⁸⁸ Die Erstellung eines einfachen Fragenkatalogs wird empfohlen, so dass abstrakte Begriffe nicht verwendet werden müssen.

- **Beratungstechniken zur Motivationsförderung stärken**
Grundlagen: AMS-Handbuch „6-Phasen-Modell der kundInnenorientierten Gesprächsführung“ sowie „Professionelle Berufs- und Bildungsberatung in den BerufsInfozentren des AMS“
- **Plan A und B jeweils mit KundInnen erarbeiten und dabei Eigeninitiative der KundInnen fördern**
- **BIZ-Beratung als Gelegenheit zur Stärkung der Career Management Skills bei den KundInnen verstehen**
 - ❖ Strukturiertes Vorgehen in der Beratung als „gutes Beispiel“ für KundInnen sichtbar machen
 - ❖ Gezielte Fragen (an sich selbst)
 - ❖ Zielsetzungen (kurz-, mittel-, langfristig)
 - ❖ Informationskompetenz auf KundInnenseite fördern
- **Stärkung der Nachhaltigkeit**
 - ❖ Beratungsergebnisse / mögliche Zielsetzungen mit KundInnen schriftlich festhalten und mitgeben
 - ❖ Nach einigen Wochen per Mail nachfragen und weitere Beratung anbieten (standardisiert)
- **Erstellung eines Beratungskonzepts, das einheitliche Standards (gemeinsame Ziele, Prozessgestaltung) umfasst und gleichzeitig individuelles Arbeiten mit BeratungskundInnen erlaubt**
- **Sorgfältige Personalauswahl** in Hinblick auf die sozialen Kompetenzen und Persönlichkeitsanforderungen, die eine Beratungstätigkeit erfordert
- **Gezielte, kürzere Weiterbildungen der BIZ-BeraterInnen** zu aktuellen, relevanten Themen, wie z.B. Diversity, Migration und Anerkennung und Beratungstechniken
- **Beratungskompetenz durch zusätzliche Übungseinheiten, Supervision, Fallbesprechungen oder kollegiale Beratung stärken**
- **Geeignete Rahmenbedingungen sichern**
 - ❖ Erfassen, ob Stellvertretungsregelungen greifen bzw. was im Einzelnen Probleme sind
 - ❖ Ungestörtheit bei der Beratung gewährleisten (abgetrennter Raum)

Empfehlungen zur Wirkungsmessung

- **Befragung der KundInnen (Erwartungen, Anliegen, Resultat, Zufriedenheit) unmittelbar nach der Beratung**
 - ❖ Bewertungen der Beratung sowie des eigenen Fortkommens bzgl. des Anliegens unmittelbar im Anschluss an die Beratung sind ein guter Prädiktor für die Einschätzung auch der mittelfristigen Wirkung
 - ❖ Befragung schriftlich möglich
 - ❖ Stichprobenplanung notwendig für Effizienz
 - ❖ Eine regelmäßige Auswertung und interne Berichtlegung zu den Ergebnissen ist empfehlenswert für die Qualitätssicherung und –entwicklung
 - ❖ Alternativkonzept dazu: Selbstskalierung

- **Selbstskalierung der KundInnen zu Beginn und am Ende der Beratung zu: Informationsstand hinsichtlich des Anliegens – Entscheidungsfindungsprozess - Klarheit über nächste Schritte – Emotion/Motivation**
 - ❖ Macht Fortschritte sichtbarer, Dokumentation, Selbstreflexion, unmittelbare Rückmeldung
 - ❖ Ein Instrument/Kurzfragebogen mit Skala muss hierfür erstellt werden
 - ❖ Das Vorher-Nachher-Ergebnis bekommt der/die Kunde/in im Original, der/die BeraterIn in Kopie
 - ❖ Ein Vergleich der Selbstskalierung der KundInnen mit den Protokollen der BeraterInnen wäre möglich und könnte als Basis für die Schulung und Sensibilisierung der BIZ-BeraterInnen genutzt werden bzw. gibt dem/der BeraterIn sofort Rückmeldung

- **Nacherhebungen (telefonisch oder online) zur mittelfristigen Wirkung** sollten darüber hinaus von Zeit zu Zeit durchgeführt werden, um den Zusammenhang zwischen kurz- und mittelfristigen Wirkungen abzusichern.
 - ❖ Stichprobenplanung notwendig für Effizienz
 - ❖ Eine regelmäßige Auswertung und interne Berichtlegung zu den Ergebnissen ist empfehlenswert für die Qualitätssicherung und -entwicklung

- **Matching von Beratungsprotokollen mit Erwerbsverläufen der einzelnen KundInnen zur Gewinnung von Informationen zur Wirkung**
 - ❖ Auf Grundlage einer Auswertung könnte eine Typenbildung (entlang *Ausgangssituation - Problemlage – Beratung - Handlung – mittel- und langfristiger Erfolg*) erstellt werden (langfristig)
 - ❖ Die Ergebnisse können (A) für die Weiterentwicklung der BIZ-Beratung in Hinblick auf Beratungsformat und -inhalte sowie (B) für die BIZ-BeraterInnen in Bezug auf die Einschätzung der KundInnen / Beratungsmethoden / Beratungsthemen genutzt werden.

- **Meta-Analyse / systematischer Review zu Voraussetzungen von angestrebten Wirkungen von Beratung**
 - ❖ Wirkung muss nicht immer neu gemessen werden. Wenn es bereits Studienergebnisse zur Wirkung bestimmter Interventionen gibt, kann angenommen werden, dass diese unter gleichen Umständen/Voraussetzungen erneut auftreten.

Quellen

- Albrecht, Martin/ Geerdes, Sara-Izabella/ Sander, Monika (2012): Kosten-Nutzen-Modellierung Bildungsberatung: Vorstudie zur Kosten-Nutzen-Analyse von Bildungsberatung. Berlin.
- Bortz, Jürgen/ Döring, Nicola (2005): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 3. Auflage. Springer Medizin Verlag, Heidelberg.
- Diekmann, Andreas (2002): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.
- Egger-Subotitsch, Andrea/ Poschalko, Andrea /Kerschbaumer, Sandra (2014): Die Relevanz von Einstellungsveränderungen im Zuge von Arbeitslosigkeit und Rehabilitation vor dem Hintergrund der Reintegration in den Arbeitsmarkt. AMS report 100. Communicatio, Wien.
- Gieseke, Wiltrud/ Stimm, Maria/ Putensen, Maren (2014): Dialogmusteranalyse am Beispiel der Studienberatung. In: Schlüter/ Anne: Beratungsfälle – Fallanalyse für Lern- und Bildungsberatung. Verlag Barbara Budrich, Opladen, Berlin & Toronto. S.79-102.
- Hammerer, Marika/ Kanelutti, Erika/ Melter, Ingeborg (2011): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung. Neue Entwicklungen aus Wissenschaft und Praxis. W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld.
- 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.
- Hooley, Tristram (2014): The Evidence Base on Lifelong Guidance. A Guide to Key Findings for effective Policy and Practice. ELGPN Tool No. 3.
- Huber, Bettina/ Ostermann, Karin (2015): 6-Phasen-Modell der kundInnenorientierten Gesprächsführung. AMS.
- Hughes, Deirdre/ Bosley, Sara/ Bowes, Lindsey/ Bysshe, Simon (2002): The Economic Benefits of Guidance. Centre for Guidance Studies, University Derby.
- Hughes, Deirdre/ Gration, Geoff (2009): Literature review of research on the impact of careers and guidance-related interventions. CfBT.
- Käpplinger, Bernd (2010): Nutzen von Bildungsberatung –Konzeptionelle Eckpunkte vor dem Hintergrund britischer Forschungsergebnisse. Die Zeitschrift für Erwachsenenbildung, 2, S. 5-32.
- 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-Chilias, Erika/ Stifter, Wolfgang: Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III., W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld.
- Killeen, John/ White, Michael/ Watts, Anthony Gordon (1992): The Economic Value of Career Guidance. Policy Studies Institute, London.
- 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: Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung. Neue Entwicklungen aus Wissenschaft und Praxis. W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld.
- Kuwan, Helmut (2012): Weiterbildungstransparenz und Weiterbildungsberatung. Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis. 1. S.6-9
- Maguire, Malcom/ Killeen, John (2003): Outcomes from career information and guidance services. National Institute for careers Education and Counselling (NICEC), OECD.
- Melter, Ingeborg/ Kanelutti-Chilias, Erika/ Stifter, Wolfgang (2014): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III – Wirkung – Nutzen – Sinn, W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld.
- Rainer, Barbara (2015): 6-Phasen-Modell der kundInnenorientierten Gesprächsführung. Neuauflage. AMS. Wien.

- Schanne, Norbert/ Weyh, Antje (2014): Wirksamkeitsbetrachtung der Bildungsberatung der „Dresdner Bildungsbahnen“. Eine quantitative Studie. IAB Projektbericht.
<http://doku.iab.de/externe/2014/k140604j02.pdf> [13.04.2015]
- Stockmann, R. (2004): Was ist eine gute Evaluation? Einführung zu Funktionen und Methoden von Evaluationsverfahren. CEval Arbeitspapier Nr.9 Centrum für Evaluation. Saarbrücken.
- Strehmel, Petra (2000): Workshop Methoden: Qualitative Längsschnittanalysen. In: Aus der Profession - Periodical issue – Helf 1, ZSE: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung, S.98-100.
- Voglhofer, Margit (2015): Professionelle Berufs- und Bildungsberatung in den BerufsInfoZentren des AMS. Ein Handbuch für BIZ-BeraterInnen. AMS.
- Watts, Anthony Gordon (1999): The Economic and Social benefit of Guidance. Educational and Vocational Guidance. Bulletin, 63.

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Überblick über die Wirkungen von Bildungs- und Berufsberatung.....	12
Tabelle 2: Dimensionen, Ziele und Indikatoren von Beratung in den BIZ.....	19
Tabelle 3: BefragungsteilnehmerInnen der quantitativen Erhebung 2015	22
Tabelle 4: BIZ-Beratungszahlen 2014.....	23
Tabelle 5: Alter der BIZ-KundInnen in Tirol.....	25
Tabelle 6: Alter der BIZ-KundInnen im Burgenland	25
Tabelle 7: Erwerbsstatus zum Beratungszeitpunkt, Tirol.....	26
Tabelle 8: Erwerbsstatus zum Beratungszeitpunkt, Burgenland	26
Tabelle 9: Angaben, zu welchen Themen die BeratungskundInnen Neues in der Beratung erfahren haben.	35
Tabelle 10: 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. ...	36
Tabelle 11: Relevante Dimensionen zur Einschätzung der mittelfristigen Wirkung	40
Tabelle 12: Dimensionen, Ziele und Indikatoren von Beratung in den BIZ.....	71
Tabelle 13: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Dreimonatsabschnitten.....	81
Tabelle 14: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Dreimonatsabschnitten	82
Tabelle 15: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol in Dreimonatsabschnitten	83
Tabelle 16: Status der zum Beratungszeitpunkt beschäftigten KundInnen zu den Stichtagen 3, 6, 9 und 12 Monate nach Beratung in Tirol	83
Tabelle 17: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland in Dreimonatsabschnitten.....	84
Tabelle 18: Status jugendlicher KundInnen im Burgenland mit Status FDT/SOL am Beratungstag zum Stichtag nach 3, 6, 9 und 12 Monaten	84

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Wirkungskette als Input-Prozess-Outcome-Modell.....	4
Abbildung 2: Input-Prozess-Outcome-Modell	10
Abbildung 3: Input-Prozess-Outcome-Modell und verwendete Messmethoden.....	20
Abbildung 4: „Sind Sie mit einem konkreten Anliegen, Problem oder Fragen in die Beratung gegangen?“	27
Abbildung 5: Einschätzung der BeratungskundInnen, ob die Beratung gut, nützlich, wie erwartet und leicht verständlich war.....	31
Abbildung 6: „Wurde Ihr Anliegen, Problem oder Frage in der Beratung geklärt?“	33
Abbildung 7: „Würden Sie sagen, es gibt ein Beratungsergebnis?“	33
Abbildung 8: „Passt das Ergebnis für Sie?“	34
Abbildung 9: Beschreibung des Beratungsergebnisses.....	34
Abbildung 10: Rückmeldungen der BeratungskundInnen auf die Fragen zu Veränderungen im Denken über Beruf, Arbeit, Ausbildung sowie zu konkreten nächsten Schritten bzgl. des (beruflichen) Anliegens	38
Abbildung 11: Quartalsmäßiger Verlauf hilfreich empfundener persönlicher Beratungsgespräche.....	42
Abbildung 12: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol in Dreimonatsabschnitten	49
Abbildung 13: Status der am Beratungstag (noch) beschäftigten Tiroler KundInnen nach 3 und 6 Monaten	50
Abbildung 14: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland in Dreimonatsabschnitten	50
Abbildung 15: Burgenländische Jugendliche mit Status FDT/SOL am Beratungstag: 3 Monate und 6 Monate später.....	51
Abbildung 16: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Dreimonatsabschnitten	53
Abbildung 17: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Dreimonatsabschnitten	54

Anhang: Tabellen Erwerbskarrierenmonitoring

Tabelle 13: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung

	12 Monate vor Beratung	9 Monate vor Beratung	6 Monate vor Beratung	3 Monate vor Beratung	3 Monate nach Beratung	6 Monate nach Beratung	9 Monate nach Beratung	12 Monate nach Beratung
FDT	5,08%	5,23%	5,90%	5,28%	2,49%	3,07%	3,73%	3,90%
SOL	8,46%	8,38%	8,36%	7,07%	2,05%	2,37%	3,28%	4,61%
KWG	1,55%	1,24%	0,93%	0,38%	0,00%	0,00%	0,08%	0,27%
MVS	27,82%	27,05%	25,56%	22,87%	7,39%	10,49%	10,86%	10,39%
SAS	0,39%	0,41%	0,40%	0,34%	1,89%	1,41%	1,09%	0,84%
LS	0,96%	1,20%	1,80%	3,13%	10,08%	7,23%	5,47%	4,34%
AB	1,03%	1,20%	1,38%	2,42%	8,84%	5,06%	3,56%	2,67%
AL	13,40%	15,46%	19,17%	26,47%	39,27%	30,41%	24,72%	21,96%
EQ	1,82%	2,31%	2,42%	3,64%	9,27%	8,71%	8,45%	7,32%
FB	0,65%	0,48%	0,39%	0,20%	1,36%	1,91%	2,67%	3,31%
BE	38,85%	37,04%	33,69%	28,20%	17,37%	29,34%	36,10%	40,39%
n	62.586	46.854	31.293	15.732	15.732	31.293	46.854	62.586

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Tiroler KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Tabelle 14: Erwerbskarrieren der BIZ-Kundinnen im Burgenland mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung

	12 Monate vor Beratung	9 Monate vor Beratung	6 Monate vor Beratung	3 Monate vor Beratung	3 Monate nach Beratung	6 Monate nach Beratung	9 Monate nach Beratung	12 Monate nach Beratung
FDT	3,62%	3,70%	3,98%	4,44%	2,00%	3,58%	3,92%	4,21%
SOL	5,66%	5,30%	5,02%	5,01%	1,95%	3,24%	3,49%	3,77%
KWG	1,85%	1,49%	0,95%	0,54%	0,23%	0,16%	0,43%	0,72%
MVS	53,60%	52,33%	50,51%	46,03%	6,99%	10,44%	11,79%	12,71%
SAS	0,53%	0,70%	0,82%	0,93%	0,39%	0,28%	0,20%	0,17%
LS	1,94%	2,34%	2,96%	4,76%	22,86%	16,43%	13,10%	10,39%
AB	1,14%	1,52%	2,03%	3,12%	12,50%	7,93%	5,57%	4,23%
AL	11,43%	12,45%	14,58%	19,11%	25,21%	21,34%	18,64%	16,75%
EQ	3,34%	3,60%	4,05%	4,79%	13,43%	11,59%	10,52%	9,87%
FB	1,15%	1,03%	0,81%	0,49%	7,87%	11,93%	14,98%	17,10%
BE	15,75%	15,54%	14,30%	10,78%	6,56%	13,08%	17,35%	20,08%
n	92.232	69.048	46.116	23.184	23.184	46.116	69.048	92.232

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Burgenländischer KundInnen mit Status AB, AL, LS oder EQ zum Beratungszeitpunkt in Beobachtungsräumen 3, 6, 9, 12 Monate vor der Beratung und 3, 6, 9, 12 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Tabelle 15: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen in Tirol in Dreimonatsabschnitten

	1-3 Monate nach Beratung	4-6 Monate nach Beratung	7-9 Monate nach Beratung	10-12 Monate nach Beratung
FDT	3,14%	3,44%	4,42%	3,23%
SOL	4,54%	4,96%	5,33%	6,82%
KWG	0,83%	0,48%	0,50%	0,64%
MVS	15,36%	15,94%	13,71%	11,31%
SAS	1,84%	0,52%	0,34%	0,17%
LS	4,47%	2,26%	1,18%	1,28%
AB	3,35%	0,59%	0,52%	0,32%
AL	19,47%	13,98%	10,38%	10,05%
EQ	3,88%	4,96%	4,99%	4,65%
FB	1,04%	1,57%	2,35%	2,70%
BE	42,07%	51,29%	56,28%	58,83%
Tage	44.804	44.317	44.317	44.804

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Tiroler KundInnen in Dreimonatsabschnitten nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Tabelle 16: Status der zum Beratungszeitpunkt beschäftigten KundInnen zu den Stichtagen 3, 6, 9 und 12 Monate nach Beratung in Tirol

Anzahl der Personen	3 Monate nach Beratung	6 Monate nach Beratung	9 Monate nach Beratung	12 Monate nach Beratung
BE	79,10%	76,50%	75,00%	75,00%
FB	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%
AL	12,80%	10,70%	11,20%	8,70%
AB	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
EQ	4,10%	3,60%	4,60%	6,10%
LS	0,50%	1,00%	0,50%	0,00%
SAS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MVS	1,50%	1,00%	2,00%	1,50%
SOL	0,50%	3,60%	5,10%	6,10%
FDT	1,50%	0,00%	1,50%	1,50%

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Angaben nach Status der Tiroler BIZ-KundInnen, die am Beratungstag den Status BE innehatten (n=196), beziehend auf den Status 3, 6, 9 und 12 Monate nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS).

Tabelle 17: Erwerbskarrieren der BIZ-KundInnen im Burgenland in Dreimonatsabschnitten

	1-3 Monate nach Beratung	4-6 Monate nach Beratung	7-9 Monate nach Beratung	10-12 Monate nach Beratung
FDT	2,74%	3,90%	3,18%	5,29%
SOL	2,63%	4,32%	4,85%	5,21%
KWG	0,70%	0,50%	0,61%	0,89%
MVS	39,23%	41,09%	38,13%	34,46%
SAS	0,98%	0,26%	0,11%	0,21%
LS	12,11%	6,00%	4,13%	1,55%
AB	6,93%	2,38%	0,56%	0,37%
AL	14,05%	10,48%	8,65%	7,81%
EQ	6,65%	5,32%	5,08%	5,59%
FB	4,91%	9,81%	13,07%	14,97%
BE	9,07%	15,95%	21,63%	23,65%
n	51.244	50.687	50.687	51.244

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Relatives Statusvolumen Burgenländischer KundInnen in Dreimonatsabschnitten nach der Beratung. Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).

Tabelle 18: Status jugendlicher KundInnen im Burgenland mit Status MVS/SAS am Beratungstag zum Stichtag nach 3, 6, 9 und 12 Monaten

Anzahl der Personen	3 Monate nach Beratung	6 Monate nach Beratung	9 Monate nach Beratung	12 Monate nach Beratung
BE	2%	4%	9%	11%
AL	4%	5%	8%	9%
AB	0%	2%	2%	2%
EQ	3%	0%	0%	0%
FDT	1%	1%	2%	1%
LS	2%	4%	1%	1%
MVS	0%	1%	0%	0%
SOL	0%	0%	0%	0%

Quelle: AMS/abif: Erwerbskarrierenmonitoring. Daten 2014/15. Angaben nach Status der jugendlichen Burgenländer BIZ-KundInnen, die am Beratungstag den Status MVS (Mitversichert) oder SAS (Sonstige Arbeitssuche) innehatten (n=228), beziehend auf 3, 6, 9, und 12 Monate nach der Beratung. Jugendliche sind KundInnen zwischen 12 und 24 Jahren. Angaben nach Erwerbsstatus „Geförderte Beschäftigung“ (FB), „Beschäftigung ohne Förderung“ (BE), „Arbeitslos lt. AMS“ (AL), „Arbeitslos lt. Hauptverband“ (AB), „Qualifizierung“ (EQ), „Karenz & Wochengeld“ (KWG), „Fehlende Daten“ (FDT), „Lehrstellensuchend“ (LS), „Mitversicherte“ (MVS), „Sonstige Arbeitssuche“ (SAS) und „Sonstige out of labour force“ (SOL).