

EVALUIERUNG DER BERUFSIN- FORMATIONSZENTREN

BIZ

Forschungsprojekt 1993-1995

© MCS MyChoice Solutions GmbH
Dr. Günter Nowak

Einleitung	4
Erklärung und Geleit	8
1. Themeneinführung	10
1.1. Zum Begriff	10
1.2. Entstehung und Aufgaben der Institution BIZ	10
1.3. Berufsinformationszentren in Österreich	13
1.4. Österreichische Lösungen.....	16
2. Beschreibung der BIZ in Österreich	20
2.1. Organisation	20
2.2. Personal der Berufsinformationszentren	21
2.3. Anzahl und Verteilung der Berufsinformationszentren in Österreich.....	23
2.4. Einzugsbereich der Berufsinformationszentren	25
2.5. Räumlichkeiten und Standort	25
2.6. Ausstattung der Berufsinformationszentren.....	27
2.7. Leitsysteme.....	27
2.8. Informationsangebote im Detail.....	28
2.9. KundInnen der Berufsinformationszentren	31
3. Berufsinformationszentren im Berufswahlprozess.....	35
3.1. Zur Theorie der Berufsinformation.....	35
Exkurs: Was bedeutet <i>erfolgreiche</i> Berufswahl?	38
3.2. Konzepte des Berufswahlprozesses	39
3.3. Einflussfaktoren im Berufswahlprozess	42
3.4. Intervention durch Berufsinformationszentren - Aspekte der Evaluierung.....	46
3.5. Zur Kosten-Nutzen-Relation von Berufsinformation.....	51
3.5.1. Berufswahl in der Lebenszyklustheorie	53
3.5.2. Black-Box-Modell	54
3.5.3. Anwendung der Theorie der Kosten-Nutzen-Analyse von öffentlichen Leistungen auf die Berufsinformationszentren.....	55
3.5.4. Nutzen- und Kostenarten	56
3.5.5. Diskontierung	57
3.5.6. Nutzenmessung	58
3.5.7. Makroökonomische Ansätze	63
3.5.8. Kostenmessung	64
3.5.9. Effizienz und Optimierung	66
3.5.10. Kapazitätsengpässe und Verbundvorteile	68
4. Evaluierung von Berufsinformationszentren.....	70
4.1. Bedarf, Möglichkeiten und Grenzen einer Evaluierung.....	70
4.2. Einige Ergebnisse vergleichbarer Evaluierungsprojekte.....	73
4.2.1. KundInnenstruktur der Berufsinformationszentren	74
4.2.2. Vorinformation.....	74
4.2.3. Art und Umfang der Informationssuche	75
4.2.4. Funktion der Informationssuche	75
4.2.5. Erstmaliger und wiederholter Besuch	76
4.2.6. Bewertung der Berufsinformationszentren	77
4.2.7. Nutzung der Informationsmöglichkeiten	77
5. Die Ergebnisse der Befragungen	79
5.1. Die Innenperspektive: Die Sicht der Mitarbeiter/innen	79
5.1.1. Tätigkeitsprofil der BIZ-Mitarbeiter/innen	80
5.1.2. Arbeitsplatzzufriedenheit.....	80
5.1.3. Einstellungen zu Informationsmedien und -politik.....	83
5.1.4. Leistungsfähigkeit, Auslastung und Optimierung.....	86
5.2. Das begleitende Lehrpersonal	87

5.3. Die Außenperspektive: Ergebnisse der KundInnenbefragungen	89
5.3.1. Bewertung der Informationsmöglichkeiten.....	89
5.3.2. Der direkte Nutzen der Berufsinformationszentren.....	90
5.4. Die KundInnenbefragung 1994	92
5.4.1. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	92
5.4.2. Die BIZ-KundInnen - Ihre Ansprüche und Wünsche.....	93
5.4.3. Motive für den BIZ-Besuch.....	94
5.4.4. Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch.....	94
5.4.5. Informationsverhalten.....	95
5.4.6. Weiteres Verhalten	96
5.5. Einige der Ergebnisse im Detail	97
6. Wiederholungsbefragung 1995 - Versuch einer Wirkungsanalyse	117
6.1. Zur Methodik der Wiederholungsbefragung	117
5.6.2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick.....	118
5.6.3. Bedeutung des BIZ-Besuches.....	119
5.6.4. Information und Entscheidungsverhalten	121
5.6.5. Die Wertigkeit der Informationsmedien.....	121
5.6.6. Zufriedenheit mit den Informationen	122
5.6.7. Verbesserungswünsche.....	122
5.6.8. Stabilität der Ergebnisse	123
5.6.9. Vergleich zweier Gruppen von BIZ-KundInnen.....	125
5.6.10. Werteorientierungen - Bedeutung der Berufswahl	126
Zusammenfassung.....	128
Literaturverzeichnis	134

Einleitung

Berufswahl ist - nicht nur aus wissenschaftlicher Sicht - ein seltsam anmutender Themenbereich: Es gibt in diesem Zusammenhang zahllose wirkliche und vermeintliche Gewissheiten, aber wenig tatsächlich gesichertes Wissen. Natürlich wird die Berufswahl immer komplizierter, natürlich ist sie ein komplexer Prozess und natürlich kommt ihr ungeheure Bedeutung zu. Bedeutung sowohl aus individueller als auch gesamtgesellschaftlicher Sicht; individuell als Mittel der Selbstverwirklichung, als Grundlage der wirtschaftlichen Positionierung u.v.a.m. Gesamtgesellschaftlich als eine der wichtigsten Voraussetzungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Volkswirtschaften. In der Berufswahl verschmelzen Ausbildungs- und Arbeitswelt, existentielle Voraussetzungen für den Generationenwechsel werden geschaffen. Soweit zu den Gewissheiten. Entsprechend dieser Bedeutung existiert eine mittlerweile beachtliche Forschungstradition, die sich v.a. mit den Modi des Zustandekommens von Berufswahlentscheidungen, mit Möglichkeiten und Grenzen der Beeinflussbarkeit dieser Entscheidungen, beschäftigt.

Sowohl der thematische Zugang als auch die ausgewiesenen Ergebnisse zeigen sich weitgehend vom Paradigma möglicher Fehlfunktionen geprägt; während für den Regelfall - „erfolgreicher Berufswahl“ - kaum Indikatoren existieren und bis heute keine wirklich erklärungs-fähigen Ansätze zu einer Berufswahltheorie verfügbar sind, ist ein ganzer Komplex an Symptomen für Dysfunktionen nachweislich: Problembereiche wie Ausbildungsabbrüche, Konzentrationerscheinungen innerhalb weniger Modeausbildungen und -berufe, Anpassungsschwierigkeiten bei sich verändernden Bedingungen am Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit insbesondere bei Jugendlichen u.v.a.m. werden in Konnex mit „falscher“ Berufswahl gesetzt. So weist z.B. STEIRER (1987) auf die hohen Kosten, die durch Arbeitsmarktausbildungen für Förderfälle entstehen, hin und bringt diese mit der Berufswahlproblematik in ursächlichen Zusammenhang: „Die Folgen einer gelungenen bzw. verfehlten Berufswahl sind gesamtgesellschaftlich eminent.“

Solcher unübersehbare Folgen von Fehlfunktionen im Berufswahl-Prozess und deren wissenschaftliche Dokumentation wurden schließlich zum Ausgangspunkt für neue Berufsinformationsstrategien. Mit anderen Worten: In dem Maße, in dem die Berufswelt an Komplexität zunahm, wurde der Berufsinformation entscheidende Bedeutung für die Berufswahl zugewiesen. In diesem Zusammenhang ist auch die Einrichtung von Berufsinformationszentren zu sehen. Sukzessive wurde Information zum Schlüssel für die ansonsten nicht mehr kontrollierbaren Berufswahlprozesse.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass Fragen der Berufsinformation innerhalb des Berufswahlprozesses in den meisten Ländern Europas (mit Ausnahme der Schweiz) die

längste Zeit kaum weitere wissenschaftliche Aufmerksamkeit geschenkt wurde; Berufsinformation und ihre Wirkung wurden offensichtlich die längste Zeit in einem solchen Ausmaß identifiziert, dass Aspekte ihrer tatsächlichen Nützlichkeit lange Zeit kaum thematisiert und untersucht wurden. Während andere Bereiche öffentlicher Interventionen (v.a. im Rahmen der Sozialstaatsdebatte) umfangreichen Evaluierungsmaßnahmen unterzogen wurden, gibt es im deutschsprachigen Raum über Einrichtungen der Berufsinformation erst seit den 70er Jahren aussagefähige empirische Befunde.

Es kann nicht erwartet werden, dass an dieser Stelle die merkwürdige Ambivalenz zwischen zugeschriebener Bedeutung und wenig konsequenter Forschung aufgeklärt werden kann; vielleicht kann dafür aber ein Gedankenanstoß dazu geliefert werden. Es scheint so, dass bereits in den Begriffen „Berufswahl“ und „Berufsberatung“ einander zwei, diametral entgegengesetzte, historische Wurzeln entgegenstehen; und zwar eine strikt normative und eine strikt funktionalistische. Der Begriff „Berufswahl“ verweist auf den Anspruch nach einer - potentiell - *richtigen* Entscheidungsmöglichkeit (das Ideal der Wahrheit). Dieser Anspruch geht auf die ursprüngliche Wortbedeutung des Wortes Beruf zurück, das in dieser Form von Luther in die deutsche Alltagssprache eingeführt wurde und das auf das mittelhochdeutsche „berouf“ (= Ruf, Leumund) zurückgeht. Berufsinformation dagegen ist ein Produkt der wirtschaftlichen Situation im Zusammenhang mit dem ersten Weltkrieg, ein Mittel der Abbildung von Produktionskräften auf den Arbeitsmarkt nach dessen Kriterien. Normative Aspekte wurden in diese Funktion nur mehr insofern eingebracht, als entscheidungstheoretische Ansätze das Maß an Informiertheit und die Qualität einer Entscheidung in einen direkten Zusammenhang stellen. Information gilt, zumindest implizit, als Wert an sich.

Die vorliegende Untersuchung widmet sich primär der Beschreibung einer spezifischen Einrichtung zur Information im Berufswahlprozess - den Berufsinformationszentren (BIZ).

Berufsinformationszentren sind Einrichtungen, die KundInnen die Möglichkeit geben sollen, sich einfach und formlos über Bildungs- und Berufsmöglichkeiten informieren zu können. Sie sind ein zusätzliches, ergänzendes Angebot innerhalb des Spektrums der Informationsmöglichkeiten, deren bekanntestes wohl die Beratung an den Arbeitsämtern - jetzt Regionale Geschäftsstellen (RGS) des Arbeitsmarktservice - ist. Berufsinformationszentren sind im Unterschied zur Beratung ohne Anmeldung und anonym zu benutzen und sollen an einem Ort die Vielzahl an Informationsmittel, die zu Fragen der Bildungs- und Berufswahl existieren, konzentrieren. Diese Informationsmaterialien werden in einer Form zur Verfügung gestellt, dass sich die Interessenten, weitestgehend autonom, d.h. mit einem Minimum an Unterstützung durch das Personal, damit beschäftigen können.

Berufsinformationszentren gibt es in Österreich sowohl als Einrichtungen des Arbeitsmarktservice als auch von Seiten verschiedener Interessenvertretungen (v.a. der Handelskam-

mern). Sofern nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wird, beziehen sich die folgenden Ausführungen ausschließlich auf die Berufsinformationszentren des Arbeitsmarktservice.

Seit der Eröffnung des ersten BIZ in Linz im Jahr 1988 zeigt diese Institution in Österreich eine starke Expansionstendenz, wobei das Ziel dieser Erweiterung ein bundesweit flächendeckendes Angebot ist.

Parallel zu den damit verbundenen Neueinrichtungen erfolgt eine Erweiterung und Vertiefung des Angebotes an Informationsmaterialien, das in den BIZ verfügbar ist.

Ein solcher Umfang an Expansion einer Institution lässt vermuten, dass die Grundlage dafür eine exakt geplante und strukturierte Organisationsentwicklung sein müsse; davon aber konnte, zumindest in der Anfangsphase, nur mit Einschränkungen gesprochen werden.

Die Berufsinformationszentren sind, ihrem Konzept nach, ein zusätzliches, ergänzendes Angebot, wobei ihnen nicht zuletzt eine Schnittstellenfunktion zu den anderen im Berufsfindungsprozess involvierten Organisationen - v.a. dem schulischen Bereich - zukommen sollte. Die Einbettung in die Gesamtinstitution (Arbeitsmarktservice) und die damit verbundene Einheitlichkeit von Organisation und Suborganisation waren selbstverständlich; man rekurrierte dabei vor allem auf bundesdeutsche Vorbilder.

De facto haben sich aber - was für eine Suborganisation innerhalb einer bürokratischen Institution ja alles andere als selbstverständlich ist - in der Konsolidierungs- und Institutionalisierungsphase der letzten Jahre ein relativ uneinheitliche Muster der Informationsleistung der Berufsinformationszentren in Österreich entwickelt und auch die Integration innerhalb der Gesamtorganisation ist problembehaftet: Das heutige Erscheinungsbild wie auch der Umfang der Leistungen der Berufsinformationszentren in Österreich resultiert nicht nur aus den grundlegenden Vorgaben, sondern nicht zuletzt aus Formen von Institutionalisierung individualisierter Initiativen und Erfahrungen. Wenngleich die Berufsinformationszentren über grundsätzlich identische Zielsetzungen, Ausstattungsmerkmale und Informationsmaterialien verfügen, so zeigen sich doch, hinsichtlich der Art der Präsentation, des Selbstbildes und der selbstdefinierten Aufgabenstellungen, der Organisationsform, der Zusammensetzung der KundInnen u.v.a.m., deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen BIZ. Diversifizierung war zwar gewünscht, deren Umfang und Dynamik überraschten aber offensichtlich.

Nach rund 7jähriger BIZ-Geschichte und inmitten der bereits angesprochenen Expansionsphase scheint eine Bestandsaufnahme zweckmäßig; der damit implizierte Rückblick weist auch Wege in die Zukunft. Die BIZ des Arbeitsmarktservice repräsentieren die Vielzahl an Möglichkeiten der Bildungs- und Berufsinformation; solche Vielfalt ermöglicht es, die Funktionalität unterschiedlicher Strategien für ein (gemeinsames) Ziel zu untersuchen. Damit ist die grundsätzliche Aufgabenstellung des vorliegenden Forschungsprojektes angesprochen: Zunächst soll eine Leistungsschau der Angebote, die im Rahmen der BIZ vorhanden sind, ge-

liefert werden; eine Leistungsschau, die über eine reine Katalogisierung des Spektrums hinaus, Hinweise auf Kosten und Nutzen dieser Dienstleistungseinrichtung liefern soll.

An dieser Stelle - vorweg - ein Werturteil: Die besondere Qualität der Berufsinformationszentren in Österreich liegt in der Vielfalt der Umsetzungsformen innerhalb eines sehr weit gesteckten Rahmens und nicht zuletzt eines extrem expansiven Aufgabengebietes (v.a. im Bildungsbereich). Die Ausgestaltung dieses Rahmens ist hochgradig abhängig von der Kompetenz und Initiative der Mitarbeiter/innen der Berufsinformationszentren; dessen Weite lässt ausreichende Möglichkeiten der Anpassung an das jeweilige regionale Umfeld, der Berücksichtigung spezifischer Bedürfnisse der KundInnen, aber auch der Verwirklichung individueller Ansprüche und Ideen der Mitarbeiter/innen selbst, offen.

Die Kehrseite einer solchen Entwicklungsdynamik ist ein Verlust an Übersichtlichkeit über die und innerhalb der Gesamteinstitution.

Ziel dieser Arbeit ist eine möglichst realitätskonforme Bestandsaufnahme der Voraussetzungen, der Wirkungsmöglichkeiten und des Spektrums der Leistungsangebote der österreichischen Berufsinformationszentren. In Form einer Einführung wird zunächst auf Grundlagenliteratur (Entstehungsgeschichte, Aufgaben, Organisation der Institution Berufsinformationszentrum) eingegangen; danach werden unterschiedliche Möglichkeiten des Zuganges zur Thematik und der Analytik (Positionierung der BIZ im Umfeld des Berufswahlprozesses, Wirkungsanalyse, Möglichkeiten einer Kosten-Nutzen-Bewertung) sowie Ergebnisse einschlägiger und vergleichbarer Untersuchungen dargestellt; darauf aufbauend werden zu den wichtigsten Fragenbereichen die Ergebnisse der eigenen Erhebungen dargestellt.

Mittels einer solchen mehrseitigen Bestandsaufnahme sollen Grundlagen für analytische Fragen im Zusammenhang mit den Berufsinformationszentren geliefert bzw. für weitere Arbeiten zur Verfügung gestellt werden. Die hier vorliegende Untersuchung versteht sich daher als Basis für Weiterarbeit, insbesondere der Weiterentwicklung der Institution Berufsinformationszentrum.

Notwendig dafür ist vor allem eine Positions- und Bedeutungszuweisung der Berufsinformationszentren im Berufswahlprozess sowie eine Analyse der Determinanten der Wirkungsmöglichkeiten der BIZ. Als solche Determinanten sind vor allem Dispositionen der KundInnen, strukturelle Bedingungen und Umfeld der Berufsinformationszentren sowie Persönlichkeitsmerkmale der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu behandeln.

Um diesem mehrseitigen Zugang gerecht zu werden, kam im Rahmen dieses Projektes folgender Komplex an Erhebungsschritten zur Verwendung:

- Literatur-, Quellen- und Dokumentenanalyse, inkl. einer Bestandsaufnahme vorliegender empirischer Daten;
- Schriftliche, standardisierte Befragung von KundInnen der Berufsinformationszentren (n = 1.916);
- Schriftliche, standardisierte Befragung begleitenden Lehrpersonals (n = 94);
- Schriftliche, standardisierte Befragung von Mitarbeitern und Mitarbeiter/innen der österreichischen Berufsinformationszentren sowie sonstiger mit BIZ-Agenden befasster AMS-Mitarbeiter/innen (n = 89);
- Schriftliche, standardisierte Befragung von Mitarbeitern und Mitarbeiter/innen der österreichischen Berufsinformationszentren sowie sonstiger mit BIZ-Agenden befasster AMS-Mitarbeiter/innen (n = 43);
- Wiederholungsbefragung der BIZ-KundInnen - schriftliche standardisierte Befragung etwa ein Jahr nach BIZ-Besuch (n = 230, gewichtet).

Große Bedeutung wurde bei der Konzipierung dieser Untersuchung, der Projektdurchführung und letztendlich bei der Gestaltung des Berichtes auf Realitätsbezug und Verwertbarkeit gelegt. Es wurde daher bei der Berichtlegung ein Kompromiss zwischen Lesbarkeit und wissenschaftlicher Diktion gesucht und auf allzu umfassende Ausführungen verzichtet. Die Mehrzahl der Ausführungen innerhalb dieses Berichtbandes ist, nicht zuletzt aus zeitökonomischen Gründen, knapp gehalten (für mehr ins Detail gehende Informationen sei hier v.a. auf einen gesonderten Tabellenband des Forschungsberichtes) hingewiesen. Die hier vorliegende Zusammenfassung versucht dem Anspruch gerecht zu werden sowohl den Bedarfen und Ansprüchen von Fachkräften (insbesondere dem involvierten Personal) und Spezialisten als auch solchen, von thematisch noch weniger versiertem Publikum, zu entsprechen.

Erklärung und Geleit

Die Untersuchung „Evaluierung der österreichischen Berufsinformationszentren“ fand beginnend im Herbst 1993 bis Sommer 1995 statt. Während dieses Zeitraumes ereigneten sich eine Reihe gravierender Veränderungen im Umfeld der Berufsinformationszentren, insbesondere in bezug auf deren organisatorische Einbettung. Die Zuständigkeit ging mit Ende des Jahres 1994 von mehreren Abteilungen der Sektion III des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) auf die neueingerichtete Arbeitsmarktservice-Bundesgeschäftsstelle (AMS-BGS) über. Die Bezeichnung „Arbeitsamt“ (AA) - zu dieser Einrichtung gehört die überwiegende Mehrzahl der österreichischen Berufsinformationszentren organisatorisch - wurde durch „Regionale Geschäftsstelle“ (RGS), die Bezeichnung „Landesarbeitsamt“ (LAA) (vorgesezte Dienststelle auf Landesebene) durch „Landesgeschäftsstelle“ (LGS) ersetzt.

Diese Veränderungen bedingen eine zum Teil uneinheitliche Bezeichnungsweise in den folgenden Ausführungen; gewichtiger als diese eher terminologische Schwierigkeit scheint in diesem Zusammenhang aber der Hinweis darauf, dass die Mehrzahl des hier dokumentierten Materials als Momentaufnahme zu verstehen ist. Eines der BIZ-Spezifika ist die Dynamik deren Entwicklung. Das ist grundsätzlich als wertvoll einzuschätzen, stellt aber eine Berichterlegung vor fast unlösbare Schwierigkeiten. Einige Gegebenheiten, die zu Projektbeginn 1993 noch als aktuellste Situationsbeschreibung haben gelten können, sind bei Projektende bestenfalls noch als historische Daten zu interpretieren.

Für das Zustandekommen dieser Arbeit gebührt einer Anzahl an Personen mein Dank: Insbesondere den Mitarbeiter/innen und Mitarbeitern der österreichischen Berufsinformationszentren, ohne deren Unterstützung v.a. die KundInnenbefragungen nicht möglich gewesen wären und die mir darüber hinaus umfassenden Einblick in ihre Arbeit gewährten. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der vormaligen Abt. VII/III des BMAS sowie der BGS-AMS, insbesondere Fr. Dr. Renhard, Fr. Dr. Burgstaller, Hr. Mag. Spanner, Hr. Dr. Operschall, Hr. Mag. Neulinger, Hr. Eckwolf. Die Grundlagen für die volkswirtschaftlichen Betrachtungen über die Berufsinformationszentren stammen von Hrn. Mag. Riessner, eine Vielzahl an Interviews und Maßnahmen teilnehmender Beobachtungen wurden von Fr. Juliane Honsel und Fr. Esther Srebotnik durchgeführt.

AMANN (1991) spricht im Zusammenhang mit den österreichischen Berufsinformationszentren von einem Bedarf nach „permanenter Evaluierung“; dem ist beizupflichten. Moderne Dienstleistung bedarf ständiger Reflexion. Die vorliegende Untersuchung soll Grundlagen dafür zur Verfügung stellen. Die Phase der Bestandsaufnahme kann damit abgeschlossen werden, der Weg in die Zukunft ist nun zu finden.

1. Themeneinführung

„Jeder Schweizer Kanton, und sei er auch noch so klein, ist stolz auf sein auf dem eigenen Mist gewachsenes Schulwesen. ... Aber sieht man sich in der Gegenwart um, dann stellt man fest, dass im Augenblick jede größere Beratungsstelle daran ist, sich ihr BIZ nach eigenen Vorstellungen (und Möglichkeiten) zurechtzuzimmern.“ (FREY, 1981)

1.1. Zum Begriff

Berufsinformationszentren sind öffentliche Einrichtungen, die allen interessierten Kunden und Kundinnen, auf möglichst formlose Weise, Informationen zu Bildung und Beruf zugänglich machen sollen. Dafür steht ein Spektrum verschiedener Informationsmittel - geordnet und benutzergerecht aufbereitet -, zur Verfügung. Dieses Informationsangebot kann in Form von „Selbstinformation“ anonym und ohne Angabe persönlicher Daten und Anliegen sowie ohne zeitliche Einschränkung benutzt werden.

Der Aufwand an Betreuungspersonal ist in den Berufsinformationszentren auf ein Minimum reduziert; dort wo personalintensive Beratungsleistung notwendig ist, sollen die BIZ an entsprechende Stellen verweisen.

„Unter Bildungs- und Berufsinformation im engeren Sinn sind Informationen zu verstehen, die dazu dienen, den Heranwachsenden Informationen über verschiedene Aspekte des Beruf zu vermitteln. Unter dem Aspekt des (1) Qualifikationserwerbs wird über den Ausbildungsweg eines bestimmten Berufes und den damit verbundenen Fähigkeiten informiert, während in Hinblick auf die (2) Qualifikationsverwertung in erster Linie über die Summe der in einem Beruf zu verrichtenden Tätigkeiten und Aufgaben Auskunft erteilt wird. In weiterer Folge und mit zunehmender Bedeutung für den Einzelnen gewinnen auch Angaben über (3) Weiterbildungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten sowie (4) berufliche Aufstiegsmöglichkeiten als abgeleitete Aspekte der Qualifikationsverwertung innerhalb der Berufsinformation an Raum. Unter dem (5) ökonomischen Aspekt werden Informationen über die Verdienstmöglichkeiten eines Berufes erteilt.“ (JONKE 1993, S.19)

Berufsinformationszentren sollen alle diese Aufgaben der Berufsinformation als Selbstbedienungsinstitutionen erfüllen; sie stellen insofern eine Erweiterung bzw. Ergänzung der „klassischen“ Berufsberatung dar.

1.2. Entstehung und Aufgaben der Institution BIZ

Die Auseinandersetzung mit Fragen der Berufswahl und Möglichkeiten der Berufsinformation kann auf eine mittlerweile annähernd hundertjährige Tradition verweisen. Obwohl die Bedeutung dieser Themengebiete unumstritten ist, ist man bis heute von einer tragfähigen Berufswahltheorie weit entfernt. Als gesichertes Wissen gilt lediglich, dass es sich bei der Berufswahl nicht um einen einmaligen, abgegrenzten Entscheidungsakt, sondern um einen, mitun-

ter lebenslangen Prozess handelt, der sich in mehreren Schritten und einer Vielzahl an Einzelentscheidungen vollzieht; traditionellerweise wird „Berufswahl“ mit Entscheidungsprozessen im Jugendlichenalter assoziiert und die Berufsinformationszentren in Österreich orientierten sich ursprünglich an den Interessen dieser Klientel; in den letzten Jahren ist aber, entsprechend der oben vorgenommenen Charakterisierung, eine zunehmende Erweiterung der begrifflichen Fassung von Berufswahl auf einen letztendlich lebensbegleitenden Prozess zu vermerken. Berufswahl wird nicht mehr mit der beruflichen Erstentscheidung identifiziert, sondern umfasst auch z.B. Weiterbildungs- und Umschulungsmaßnahmen sowie Berufswechsel u.ä.m.

„Die Wahl der Schulbildung (Schulart, Fächerwahl usw.), die Wahl der beruflichen Erstausbildung (vorgesehener Abschluss, Fachrichtung, Ausbildungsort usw.), die Wahl des ersten Arbeitsplatzes und damit die Entscheidung für ein spezielles berufliches Tätigkeitsfeld, einen Wirtschaftszweig, einen Betrieb usw. Weitere Phasen sind Arbeitsplatzwechsel, beruflicher Aufstieg und Weiterbildung, Spezialisierung, Berufswechsel usw., die aber eher den erwachsenen Berufstätigen betreffen.“ (BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT 1992, S.7)

Über solche Definitionsansätze hinaus, charakterisiert SEIFERT (1977) den Stand und damit die Erklärungsfähigkeit der Berufswahltheorien treffend, als nach wie vor „in einem relativ unfertigen und unreifen Stadium“ (S. 263) befindlich. Analoges gilt für die Formen der Berufsinformation; es existiert ein wenig koordiniertes Nebeneinander verschiedener Institutionen, das der Dynamik des Anwachsens der Aufgabe wenig adäquat ist. Zunehmend wurde daher die Leistungsfähigkeit dieses Informationssystems in Frage gestellt und nach Alternativen bzw. Ergänzungen des Spektrums verlangt. So erlebten Fragen des Wirkungszusammenhanges zwischen der klassischen Berufsberatung und dem Verhalten von Berufswählern im deutschsprachigen Raum ab den fünfziger Jahren eine zunehmende Problematisierung (vgl. dazu z.B. LANGE/BECHER 1981, S. 2); eine der unmittelbaren Folgen der zunehmend unübersehbar werdenden Informationsdefizite auf Seiten der Berufswähler war der Beschluss zur Einrichtung von Berufsinformationszentren in der BRD (nach Vorbildern aus Neuseeland und Australien): Die dafür zuständige Bundesanstalt für Arbeit in Nürnberg begründete diesen Schritt vor allem mit Ergebnissen einschlägiger wissenschaftlicher Forschungsarbeiten; diese hätten belegt, dass die praktizierte Berufsberatung einen Großteil der Berufsanwärter gar nicht oder nicht mit Erfolg erreiche. Dazu komme, dass die allgemeine Vorbildung derjenigen, die vor der Berufswahl stehen, ebenso wie ihre spezielle Vorbereitung auf das Berufsleben nur unzureichend sei. Die moderne Arbeits- und Berufswelt könne in der Regel nicht mehr durch frühzeitiges eigenes Teilhaben und Beobachten erschlossen werden. Für diese verlorene Möglichkeit sei bis dahin kein vollwertiger Ersatz geschaffen worden.

Als Reaktion auf dieses - nunmehr wissenschaftlich belegte - Manko entschlossen sich Vorstand und Verwaltungsrat der Bundesanstalt für Arbeit im Frühjahr 1972 in verschiedenen

deutschen Großstädten Berufsinformationszentren einzurichten. Zunächst wurde ein Spektrum an Informationsmaterialien konzipiert, welches in einer sogenannten „Berufskundebox“ zur Verfügung gestellt wurde. Salopp formuliert mutierte diese Box zur Institution Berufsinformationszentrum.

Ab Beginn der achtziger Jahre wurden auch in Österreich Schritte eingeleitet, diesem bundesdeutschen Vorbild zu folgen.

Wenngleich die Bundesanstalt für Arbeit als „Erfinder“ der Berufsinformationszentren im deutschsprachigen Gebiet gilt (die ersten Berufsinformationszentren wurden in Australien eingerichtet), gab es entsprechende Einrichtungen schon zuvor in der DDR:

„Die Erfüllung der vom VIII. Parteitag der SED beschlossenen Hauptaufgabe erfordert den noch zweckmäßigeren Einsatz des gesellschaftlichen Arbeitsvermögens und damit im Zusammenhang die weitere Verbesserung der Berufsberatung. ... Die Schüler, Jugendlichen und Erwachsenen stellen sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht wachsende Ansprüche an die Berufsberatung. Das widerspiegelt sich u.a. in dem großen Informationsbedürfnis unserer Bevölkerung zu Fragen der Aus- und Weiterbildung. ... Deshalb wurde in der Praxis mit dem Aufbau von ständigen Informationszentren begonnen, aus denen sich schrittweise die Berufsberatungszentren (BBZ) entwickelten.“ (hier zit. aus GÖDL 1985, S.21)

Im Vergleich zu diesen *Beratungszentren* fand in der BRD - wie auch in den anderen deutschsprachigen Staaten - der Selbstbedienungsgedanke, die sukzessive Zurücknahme an persönlicher Beratung, Eingang in die BIZ-Konzepte.

Die Aufgaben und Zielsetzungen von Berufsinformationszentren (BIZ) können daher - unter Berücksichtigung des Konzepts der Selbstinformation - folgendermaßen beschrieben werden:

Berufsinformationszentren sollen

- den Überblick über die steigende Vielfalt der Berufswelt erleichtern;
- die Schwellenangst mittels der anonymen Nutzung der Informationsmöglichkeiten mindern;
- durch die Bereitstellung eines Angebots an Möglichkeiten zur Selbstinformation die Eigeninitiative der Jugendlichen und Erwachsenen fördern;
- die individuelle Beratung von jenen Fällen entlasten, bei denen das Informationsangebot des BIZ genügt;
- Grundinformationen liefern, um eine laufende oder allfällige spätere Beratung auf noch offene Fragen und Probleme zu konzentrieren;
- den Informationsstand von Personen (LehrerInnen, Ausbilder, Angehörige anderer Beratungsdienste, Berufsberater) und Institutionen, die mit der Berufsberatung zusammenarbeiten, fördern.

Entsprechend dieser Zielsetzungen und in „Ergänzung und Erweiterung des bestehenden berufsorientierenden Angebots der Berufsberatung“ (SCHWEIKERT/MEISSNER 1984, S. 45 ff.) errichtete die Bundesanstalt für Arbeit mit dem Berliner Berufsinformationszentrum (BIZ) im November 1976 eine erste Einrichtung zur beruflichen Selbstinformation. Diesem ersten BIZ folgten zahlreiche weitere Berufsinformationszentren. Nach den Planungen der Bundesanstalt sollten solche Berufsinformationszentren in allen Großstädten bzw. Ballungsräumen

mit über 500.000 Einwohnern errichtet werden. Für weniger dicht besiedelte Gebiete war die Einrichtung sogenannter Berufsinformationsstellen (BIS) bzw. mobiler Berufsinformationsstellen (MOBIS) geplant.

Mittlerweile gibt es Berufsinformationszentren unter dieser oder ähnlicher Bezeichnung in den verschiedensten Ländern, wobei diese Aufgabe von verschiedenen Institutionen (staatliche Stellen, Interessenvertretungen wie auch private Anbieter) wahrgenommen wird.

Dieses BIZ-Konzept fand in den achtziger Jahre auch in die Diskussion in Österreich Eingang. Konkretes Vorbild war das BIZ in Berlin, das sich v.a. durch seine „Lebendigkeit“ für die österreichischen Planer/innen auszeichnet(e).

1.3. Berufsinformationszentren in Österreich

Im Arbeitsübereinkommen zwischen der Sozialistischen Partei Österreichs und der Österreichischen Volkspartei über die Bildung einer gemeinsamen Bundesregierung für die Dauer der XVII. Gesetzgebungsperiode des Nationalrates vom 16. Jänner 1987 wurde von der Bundesregierung ein Maßnahmenpaket zur Sicherung der Beschäftigung und zur Schaffung neuer Arbeitsplätze vorgelegt. Darin wurde unter anderem die Schaffung von Berufsinformationszentren innerhalb des Arbeitsmarktservice mit besser qualifizierten Beratern, in Zusammenarbeit mit den Ausbildungsträgern und den lokalen Sozialpartnern, vereinbart (vgl. dazu JONKE 1993, S.27)

Obwohl es niemals zu einer solchen integrativen Informationsstrategie kam, wurde bereits im Jahr 1988 das BIZ Linz als erstes Berufsinformationszentrum in Österreich eröffnet. Das bundesdeutsche Vorbild wurde dabei nicht im geringsten verleugnet; und das, obwohl die strukturellen Voraussetzungen für Berufsinformation in der BRD und Österreich deutliche Unterschiede aufweisen. Die Hauptunterschiede im Vergleich zur BRD liegen vor allem darin, dass die Berufsinformationszentren in der BRD zentral geplant und ausgestattet wurden, während in Österreich eher dem Prinzip eines „learning by doing“ gefolgt wurde sowie in einer stark unterschiedlichen Personalpolitik (den Mitarbeiter/innen in Österreich kommen höherwertige Verwendungszwecke (gleichwertig zur Tätigkeit in der Beratung) zu, die Personalausstattung ist in Österreich wesentlich knapper bemessen). Während für die ersten Berufsinformationszentren auf österreichischem Boden (Linz, Wels) noch weitgehend auf die bundesdeutschen Erfahrungen zurückgegriffen wurde, wurden in den Folgejahren die bestehenden österreichischen Berufsinformationszentren zu den Ideen- und Erfahrungslieferanten für die nächsten Generationen.

Die Vorgaben an die Berufsinformationszentren orientierten sich in dieser Institutionalisierungsphase vor allem an der Komplexität des Ausbildungs- und Arbeitsmarktes und der daraus resultierenden Notwendigkeit neuer Formen der Berufsinformation; insbesondere die Anknüpfung an den Ausbildungsbereich wurde dabei betont:

„Trotz gegenteiliger Anstrengungen verschärft das Bildungswesen (...) immer noch die Konkurrenz und wirft Zurückbleibende hinaus, statt durch neue Organisation und Zielsetzung mehr Menschen zu qualifizieren.“ (BMAS 1989, S.55)

Die österreichische Arbeitsmarktverwaltung fühlte sich berufen, Maßnahmen gegen die daraus entstehende wachsende Polarisierung zu setzen.

„Um die Chancen für alle Rat- und Arbeitssuchenden zu verbessern, muss die AMV ein System anbieten, das sowohl jenen, die ein hohes Selbsthilfepotential haben, entsprechende Selbstbedienungsmöglichkeiten zur Verfügung stellt, die es ihnen ermöglichen, sich rasch zu informieren, als auch jenen, die ein geringeres Selbsthilfepotential haben, durch beratungsunterstützte Information größtmöglich Hilfe zu geben.“ (ebd., S. 55)

Berufsinformation wurde als Konzept der „traditionellen Berufsberatung“ gegenübergestellt:

„Die traditionelle Berufsberatung war von der Überlegung getragen, dass die Aktivität der Berater und Beraterinnen, insbesondere ihr punktuelles Eingreifen am Ende der Schulpflicht den Erfordernissen und Ansprüchen der Rat- und Arbeitssuchenden und der Wirtschaft genügen würden. Die bisherige Vorgangsweise der Berufsberatung ließ dem vorhandenen Problemlösungspotential der Rat- und Arbeitssuchenden jedoch wenig Spielraum. Außerdem führten eine cursorische Darstellung der Berufs- und Arbeitswelt, das Einfließen von Wertvorstellungen und Verhaltensweisen durch die Berater/innen zu unvollständigen Informationen und daraus folgend weiters zu raschen und unvollkommenen Berufsentscheidungen seitens der Rat- und Arbeitssuchenden.“ (S.56)

Berufswahl, verstanden als Prozess und nicht (mehr) als einmaliger Entscheidungsakt sei eine längerfristige Auseinandersetzung, die von der Berufsberatung und anderen Einrichtungen vielfältig vorzubereiten, unterstützen und begleiten sei. Vor allem aber benötige sie die Mitwirkung des Schulbereiches, da nur die Institution Schule ständigen Kontakt zu den Jugendlichen habe. Realistischerweise wird auch angemerkt, dass die Schulen - aus verschiedenen Gründen - diese neuen Anforderungen einer Berufswahlvorbereitung „gegenwärtig kaum erfüllen“ (S.58) können. Die Arbeitsmarktverwaltung könne dieses Manko ebenfalls nicht ausfüllen:

„Information und Beratung der AMV erfolgen erst am Ende der Schulpflicht zu einem Zeitpunkt, wo der Berufswahlprozess weit fortgeschritten oder bereits abgeschlossen sein sollte.“ (S.59)

Berufsinformationszentren sollten sukzessive dieses Manko schließen, „das Informationsangebot im Arbeitsamt an die entstandenen Anforderungen heranführen“, als „Drehscheibe in

Fragen der Berufswahl in Kooperation mit anderen Einrichtungen wirken“ (S.61.). Zum Paradigma wurde die „neutrale Information“ - im Gegensatz zur interessengeleiteten durch die Arbeitgeber- bzw. Arbeitsnehmervertretungen (ebd.). Aus diesen Ansprüchen wurde folgendes BIZ-Konzept für Österreich formuliert (S.62):

- Das BIZ soll sowohl Jugendliche als auch Erwachsene bei der Berufswahl und Karriereplanung durch entsprechende Information unterstützen.
- Die Rat- und Arbeitsuchenden und auch deren Bezugspersonen sollen sich ohne Voranmeldung und ohne Zeitdruck - auf der Basis freier Auswahl - selbst informieren können, wobei diese Information anonym und ohne Angaben von Wünschen oder Anliegen zugänglich sein sollen.
- Das Informationsangebot soll so aufgebaut sein, dass es die Eigeninitiative der Benutzer/in fördert.
- Die Inanspruchnahme soll nur wenig Personalkapazitäten binden und die individuelle Beratung einerseits von informatorischen Aufgaben entlasten und andererseits durch diese vorausgehende Eigenaktivität die daran anschließende Beratung qualitativ verbessern.
- Jene Rat- und Arbeitsuchenden, die eine intensivere Betreuung brauchen und derzeit nur wenig betreut werden können, können durch die Entlastungsfunktion eines BIZ nunmehr besser betreut werden.
- Die Schule soll auf die selbständige Nutzung des Informationsangebotes vorbereiten.
- Das BIZ soll den Wissensstand aller am Prozess der Berufsentscheidung Beteiligten erhöhen.

Die Umsetzung dieses Konzepts erwies sich in der Praxis in vielerlei Hinsicht als schwierig; organisationsextern zeigt die Geschichte der Berufsinformationszentren in Österreich vor allem Problemfelder hinsichtlich der selbstgestellten Aufgabe als „Drehscheibe“ zu den anderen Institutionen (Schule, Interessenvertretungen), organisationsintern hinsichtlich der Integration in die traditionelle Institution. Eine der wenigen, auf diese Problematik bezugnehmenden, Analysen beschreibt die Situation der Berufsinformationszentren wie folgt:

„Wird die AMV als Gesamtsystem betrachtet, das gesetzlich und institutionell abgesichert ist, so stellen sich die BIZ als nachträglich implantierte Subsysteme dar. Die auffallendste Schwierigkeit, in der sich die BIZ in diesem Status befinden, äußert sich in den mangelhaft geklärten Bedingungen für autonomes Handeln. Die Situation stellt sich so dar, dass eine Reihe wichtiger Voraussetzungen, die dem problemlosen Funktionieren eines Subsystems zugehören, nicht explizit geklärt worden sind. Die Zielvorgaben, die der Ausgangspunkt für jede Überlegung von Arbeitsteilung sind, sind nicht konsensuell festgelegt worden; das macht sich besonders bemerkbar an der Frage der Arbeitsteilung zwischen BIZ und Arbeitsämtern. Es konkurrieren bei den Beteiligten Modelle, die entweder stärker die Informations- und Beratungstätigkeit hervorheben, oder andererseits die Vermittlungstätigkeit unterstreichen.“

Die Abgrenzung gegenüber anderen Subsystemen ist unklar; dies betrifft vor allen Dingen die Frage, wer Anordnungsbefugnisse hat, welche Personen Einfluß nehmen können, wie wichtige Ziele realisiert werden können, ohne dass zeitraubende Dienstwege eingehalten werden müssen.“ (AMANN 1991, S.6/7)

Die derzeitige Situation ist von einer ungebrochenen expansiven Entwicklung geprägt. Das Ziel ist ein österreichweit flächendeckendes Angebot, wobei angestrebt wird, BIZ an der überwiegenden Mehrzahl aller regionalen Geschäftsstellen (österreichweit etwas mehr als 100) einzurichten:

„Bei Arbeitsämtern, die einen Neu- oder Umbau eines Amtsgebäudes planen, sollte ein BIZ von vornherein mitberücksichtigt werden. Dort wo dies nicht möglich ist, und räumlich beengte Verhältnisse herrschen, wird das BIZ zwar disloziert untergebracht, jedoch unter ausdrücklicher fachlicher und organisatorischer Leitung eines Arbeitsamtes. (...) Wo kein entsprechender Bedarf oder keine entsprechenden Ressourcen für die Einrichtung von BIZ vorhanden sind, sollen zur Errichtung eines flächen-

deckenden Netzes im Bereich der Berufsinformation „Berufsinformationsstellen“ (BIST) aufgebaut werden. BIST sind dadurch gekennzeichnet, dass sie keine vollwertigen BIZ sind, sondern aus ausgewählten Elementen und Teilbereichen besteht [sic]. Schwerpunktmäßig wird der Informationsbereich und eventuell der Testbereich für ein BIST in Frage kommen.“ (Quelle: Berufsinformationszentren, BMAS, 4, 93, vgl. S. 8ff.)

Als dritte „BIZ-Form“ ergänzen mobile Berufsinformationsstellen (MOBIST) das Spektrum der Informations„lokalitäten“ (hier wohl nur unter Anführungszeichen zu verstehen) für Messeinsätze u.ä.

Ob eine flächendeckende Ausstattung mit Berufsinformationszentren in den nächsten Jahren tatsächlich realisiert wird, ist derzeit noch nicht einzuschätzen. Hauptargument für eine solche Ausweitungstrategie ist nach wie vor, dass der Zugang zu den Informationen möglichst vereinfacht werden soll und die Informationmaterialien tatsächlich einer Distribution zugeführt werden (was nicht immer selbstverständlich ist); problematisch ist ein weiterer Ausbau allerdings insofern als mit keiner oder nur geringer zusätzlicher Personalausstattung zu rechnen ist und daher viele dieser „Berufsinformationszentren“ so einzurichten sein werden, dass sie weitestgehend „wartungsfrei“ funktionieren müssten. Überzeugende Konzepte für solche automatisierten BIZ existieren aber bis dato nicht (daran ändert auch die Bezeichnung BIST nur wenig).

BIZ existieren heute sowohl loziert (innerhalb einer RGS) als auch disloziert (in eigenen Baulichkeiten), wobei die Einschätzungen darüber, welche dieser beiden Varianten zu favorisieren sei, unter den BIZ-Mitarbeiter/innen auseinandergehen. Von seiten der vorgesetzten Dienststellen wird die lozierte Variante, d.h. die Einrichtung von BIZ an den regionalen Geschäftsstellen, favorisiert; nicht zuletzt um die Einheit der Berufsinformationszentren mit den sonstigen Einrichtungen des Arbeitsmarktservice zu betonen.

1.4. Österreichische Lösungen

Parallel zur Einrichtung und Etablierung der Berufsinformationszentren ist im Bereich des Arbeitsmarktservice eine tendenzielle Zurücknahme klassischer beraterischer Tätigkeit, insbesondere im Bereich der Jugendberatung, vermerkbar; die Etablierung der Berufsinformationszentren in Österreich ist nicht losgelöst a) von personalrestriktiven Maßnahmen in der Beratung und b) von den Rekrutierungsmustern der BIZ-Mitarbeiter/innen zu sehen. Im Vergleich zum bundesdeutschen Anspruch, Jugendliche und Erwachsene in annähernd gleichem Maße anzusprechen, zeigte sich in Österreich in den ersten Jahren der Tätigkeit der Berufsinformationszentren eine recht deutliche einseitige Ausrichtung auf Jugendliche: die Ursachen dafür lagen aber weniger im Anspruch - auch hierzulande sollten keine speziellen Gruppen als KundInnen für die BIZ forciert werden -, sondern sind eher eine Folge der Per-

sonalpolitik: De facto rekrutieren sich die BIZ-Mitarbeiter/innen zum überwiegenden Teil aus ehemaligen JugendberaterInnen (RGS), was auf die KundInnenstruktur nicht ohne Auswirkungen blieb.

Bedeutsamer wirken sich aber, im Vergleich zum bundesdeutschen Vorbild, grundsätzliche strukturelle Unterschiede aus: Vor allem kann in Österreich bis dato nicht von einem einheitlichen System der Berufsinformation gesprochen werden; während die Nürnberger Bundesanstalt vergleichsweise zentralistisch für alle Belange zuständig und entscheidungsbefugt ist, existiert in Österreich bestenfalls ein Nebeneinander an institutioneller Berufsinformation.

„Was besonders stark auffällt, ist die starke Integrierung der Beratungstätigkeiten an den Schulen in den ausländischen Berufsberatungsmodellen. D.h., hier wurde aus der Erkenntnis der relativen Ineffizienz punktueller berufsberaterischer Maßnahmen in Hinsicht auf die Berufswahl Jugendlicher Maßnahmen abgeleitet, die man am weitesten als eine Erziehung zur bewußten Berufswahl bezeichnen könnte.“ (ÖIBF 1980, S. 190)

BEINKE (1987) betont, ganz in diesem Sinne, neben den erweiterten Möglichkeiten, die Berufsinformationszentren im Vergleich zur traditionellen Berufsberatung haben, insbesondere die Sinnhaftigkeit der Verflechtung von Schulwesen und Berufsberatung für die Berufsinformation:

„Die Aufgaben des BIZ sind über die Zusammenarbeit hinaus eine eigene, zusätzliche Funktion zum bisherigen System der Berufsberatung. Die Erweiterung der Berufsberatung um den hier zur selbständigen Informationsbearbeitung eingerichteten Bereich soll eine freie Form ohne Qualitätseinbuße in die Berufsorientierung einbringen.“ (BEINKE 1987, S.5)

Und der Autor weiter:

„Die Effektivität eines Berufsinformationszentrums (BIZ) kann durch Unterstützung in der Schule und dann natürlich durch die Zusammenarbeit mit dieser bedeutend gehoben werden. Aus der Zusammenarbeit mit der Schule ergibt sich als Konsequenz, dass die Einplanung in den Unterrichtsablauf für die Schule gesichert werden kann.

Wenn der Besuch des BIZ in der Schule durch einen einleitenden Berufswahlunterricht vorbereitet wird, erscheint es zwingend, dass der Besuch des BIZ dann in unmittelbarem Anschluss an diese Einführung erfolgen sollte, damit die Eindrücke und erworbenen Kenntnisse der Schüler noch in ausreichendem Maße präsent sein können. Jeder Lehrer kann seine Vorbereitung auf die berufsorientierende Veranstaltung des BIZ aber immer nur als Hinführung verstehen, da ihm die umfangreichen Kenntnisse, die der Berufsberatung zur Verfügung stehen, fehlen. Er ist dafür andererseits Pädagoge, der in der Lage ist, seine Schüler auf eine Veranstaltung derart vorzubereiten, dass unter lerntheoretischen, begabungstheoretischen und medialen Aspekten die Wirkung optimiert wird.“ (BEINKE 1987, S.5)

In Österreich kann - trotz der Vorgaben des oben beschriebenen BIZ-Konzepts - von ähnlich integrativen Ansätzen noch nicht die Rede sein: bislang konnte das Unterrichtsressort und der Schulbereich nicht verbindlich in das Konzept der Berufsinformationszentren miteinbezogen werden. Dem bundesdeutschen Modell, wo neben den Angeboten der Berufsinformationszentren auch BerufsberaterInnen in großem Umfang direkt an den Schulen wirken, wurde in Österreich die Beratungstätigkeit an den Schulen weitestgehend eingeschränkt und die

Informationsaufgabe, wo irgend möglich, an die Berufsinformationszentren übertragen. Die Zusammenarbeit der BIZ mit den Schulen beschränkt sich trotz dieser Aufgabe nach wie vor weitgehend auf regionale Kooperationen, von obligatorischen und bundesweiten Formen ist man noch entfernt. Trotzdem hat sich im Umfeld der Berufsinformationszentren ein Klima der Kooperation gebildet, das in Zukunft Auswirkungen zeigen wird; ob sich daraus wirkliche Formen der Integration ergeben werden ist zwar noch zweifelhaft, die Grundlagen dafür werden derzeit geschaffen (als Beispiel für solche Entwicklungsmöglichkeiten soll an dieser Stelle nur die Veranstaltungsreihe „Schülergruppen im BIZ“ genannt werden). Ein nicht unähnliches Bild dazu bietet das Verhältnis zwischen den Berufsinformationszentren und den entsprechenden Einrichtungen der Sozialpartner, insbesondere aber der Arbeitgeberseite: auch hier war es nur in Bereichen möglich sich, trotz eines gleichlautenden Willens (vgl. Regierungsvorlage) zur Einrichtung von Berufsinformationszentren, zu einem gemeinsamen Vorgehen zu entschließen. Daraus folgte in der Praxis, dass neben dem AMS auch die Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen eigene Berufsinformationsstellen eingerichtet haben; Formen von Kooperation gab und gibt es zwar, österreichweit einheitliche Linien und Maßnahmen wurden daraus - aus verschiedensten Gründen (man darf dafür Motive, die nicht immer auf sachlicher Ebene liegen, annehmen) - nicht abgeleitet.

„Parallelentwicklungen“ gibt es mittlerweile österreichweit; bezeichnenderweise erleben sich die Mitarbeiter/innen der jeweiligen Informationseinrichtungen in den meisten Fällen aber kaum als Konkurrenten, und zumindest auf informellem Wege gibt es verschiedenste Formen der Zusammenarbeit. Ihrem Selbstverständnis nach verstehen sich die Mitarbeiter/innen in den AMS-BIZ in erster Linie als „sachlich neutral“, v.a. im Vergleich zu den Zielsetzungen der Informationsstellen der Interessenvertretungen, die sich naturgemäß an den Anliegen ihrer Klientel zu orientieren haben; darüber hinaus wird AMS-intern das Informationspotential in den AMS-BIZ als qualitativ höherwertig eingeschätzt als in den vergleichbaren Einrichtungen. Umgekehrt sind die Berufsinformationsstellen der Handelskammern vor allem umfangreicher mit EDV-Geräten ausgestattet und verfügen über mehr Personal.

Die Gestaltung und Ausstattung der verschiedenen Informationseinrichtungen unterscheidet sich tatsächlich nicht grundsätzlich; so gut wie in allen dieser Informationsstellen gibt es Informationsmappen, Broschüren und computerunterstützte Informationsprogramme und Tests; Unterschiede gibt es dagegen in der Akzentuierung der Ausstattung: so werden in den Informationsstellen der Handelskammern insbesondere EDV-unterstützte Informationsmaterialien forciert. Die EDV-Ausstattung der Informationsstellen der Handelskammern umfasst darüber hinaus in einigen Fällen auch sogenannte Teststraßen (Programmpakete aus Begabungs- und Interessenstests). Die Versorgung mit schriftlichen Unterlagen ist dafür in der

Regel deutlich geringer als in den AMS-Berufsinformationszentren, wobei die Mehrzahl der aufliegenden Broschüren AMS-Materialien sind.

Ein weiterer gewichtiger Unterschied zwischen den „Berufsinformationszentren“ der verschiedenen Institutionen liegt darin, dass die Leistungen der AMS-BIZ obligatorisch unentgeltlich sind; diese Kostenlosigkeit steht auch in Zukunft außer Diskussion.

2. Beschreibung der BIZ in Österreich

2.1. Organisation

Berufsinformationszentren sollen eine Gesamtschau des medialen Informationspotentials zu Bildung und Beruf bieten; der Zugang soll weitestgehend von den BesucherInnen selbst strukturiert sein, den BIZ-Mitarbeiter/innen kommt dabei v.a. die Aufgabe der Informationsbereitstellung zu. Das zugrundeliegende Material wird entweder zentral erstellt und zur Verfügung gestellt (Bundesgeschäftsstelle) oder durch Eigenrecherchetätigkeit der BIZ-Mitarbeiter/innen besorgt. Die Präsentation und Organisation dieser Informationsmittel ist derzeit von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich.

Im Laufe der Zeit haben sich durch die mittlerweile mehrjährige Erfahrung in einigen Bereichen Mindeststandards für die Ausstattung von Berufsinformationszentren herauskristallisiert; hinsichtlich konkreter Ausstattungserfordernisse gehen dagegen die Ansprüche und Vorstellungen in verschiedener Hinsicht recht weit auseinander.

Im Folgenden werden die wichtigsten Strukturbedingungen der in Österreich eingerichteten Berufsinformationszentren beschrieben.

Grundsätzlich ist die Organisationsform der Berufsinformationszentren innerhalb des Arbeitsmarktservice strukturell wie folgt festgelegt: Die Berufsinformationszentren sind an die regionalen Arbeitsämter angeschlossen und zwar entweder direkt vor Ort, d.h. innerhalb der RGS oder disloziert, d.h. in einer eigenständigen Örtlichkeit.

Auf Ebene der Landesgeschäftsstellen ist zumindest ein/e Mitarbeiter/in mit der BIZ-Betreuung betraut, in den meisten Fällen ist diese Betreuung fachspezifisch über die zuständigen Fachabteilungen verteilt.

Analoges galt bis Ende 1994 auch für das BMAS: Neben der primär zuständigen Fachabteilung (BMAS III/B/7: Zentraler BIZ-Arbeitskreis, Organisation, Personal, Öffentlichkeitsarbeit, Informationsmaterialien) waren, nach Bereichen aufgeteilt, zusätzliche Abteilungen sachlich mit den Berufsinformationszentren befasst (so war die Abt. AMS/5 des BMAS, Sekt.III, mit Aufgaben wie der Planung und Errichtung von BIZ und der Ausstattung der BIZ mit Testcomputern zuständig). Verglich man allerdings die theoretisch vorgesehenen Strukturen mit den tatsächlichen Gegebenheiten zeigte sich bis zum Vorjahr ein uneinheitlicheres, komplizierteres Bild (v.a. aufgrund der teilweise aufgesplitterten Zuständigkeiten an den Landesarbeitsämtern sowie dem BMAS).

Nach den Umstrukturierungsmaßnahmen der Jahre 1994/1995 ist nunmehr für alle Belange der Berufsinformationszentren die Abt. 8 der Bundesgeschäftsstelle des Arbeitsmarktservice Österreich zuständig.

Kommunikative Organe der Berufsinformationszentren sind seit der Einrichtung der ersten BIZ in Österreich neun regionale (auf Landesebene) und ein zentraler Arbeitskreis (auf Bundesebene).

Bundesweit fanden bis 1994 durchschnittlich zweimal jährlich Treffen des zentralen Arbeitskreises (ZAK), mit jeweils einem/einer Delegierten pro Bundesland sowie den befassten MitarbeiterInnen des Bundesministeriums statt. Von der ursprünglich intendierten Absicht alle BIZ-Mitarbeiter/innen in diese zentralen Arbeitskreise mit einzubeziehen, kam man aus Gründen der Arbeitsökonomie sowie des damit verbundenen, ständig steigenden quantitativen Aufwands wieder ab. Seit Sommer 1994 haben keine weiteren ZAK stattgefunden; ob und in welcher Form dieses Gremium weiterbestehen wird, ist derzeit ungeklärt.

Auf Ebene der Bundesländer sind jeweils regionale Arbeitskreise (RAK) eingerichtet, an denen zumindest ein/e Mitarbeiter/in pro Berufsinformationszentrum teilnimmt. Die Häufigkeit dieser regionalen Treffen variiert von Bundesland zu Bundesland (einmal monatlich bis einmal jährlich).

2.2. Personal der Berufsinformationszentren

AMS-intern kommt den Berufsinformationszentren eine für die Personalpolitik bedeutende Aufgabe zu: volle Informationsleistung, gleichwertig wie in der Beratung, mit einem minimalen Personalaufwand. Die Vorstellung, durch die Leistungen der BIZ generell Personal einsparen zu können, hat sich aber nur zum Teil als berechtigt erwiesen. Weitgehend übereinstimmend geben BIZ-Mitarbeiter/innen an, dass ihren Erfahrungen nach, eine Anzahl an KundInnen erst durch den BIZ-Besuch die Notwendigkeit einer eingehenden Beratung erkennen und entsprechende Angebote auch in Anspruch nehmen (sei es nun eine Beratung an einer Regionalen Geschäftsstelle, beim Psychologischen Dienst u.a.m.). Jedenfall hat sich die Vorstellung als voreilig erwiesen, dass die Berufsinformationszentren die Berater/innen-KundInnen-Relation entschärfen würden. Verbesserungen sind dagegen für die Qualität der Kommunikation zu erwarten, da viele KundInnen, aufgrund eines vorhergehenden BIZ-Besuches, die Leistungen der verschiedenen Beratungsangebote nicht mehr völlig unvorbereitet in Anspruch nehmen.

An 21 Standorten waren 1993 insgesamt 37 Mitarbeiter/innen mit ausschließlichen BIZ-Agenden beschäftigt. De facto sind die Mitarbeiter/innenzahlen höher zu veranschlagen: eine realitätskonforme Einschätzung weist auf einen Personalbedarf von durchschnittlich mindestens 3 MitarbeiterInnen pro Berufsinformationszentrum hin (dabei sind auch Vertretungen durch Mitarbeiter/innen des jeweiligen RGS sowie mit BIZ-Agenden befasste Mitarbeiter/innen der LGS und der BGS mitberücksichtigt). Auffällig für die Personalsituation der BIZ

ist ein relativ hoher Fluktuationsgrad, trotz hoher Identifikation mit den Aufgaben der Berufsinformation und der Institution Berufsinformationszentrum.

Heute ist der/die typische BIZ-Mitarbeiter/in etwa dreißig Jahre alt und verfügt über eine berufliche Vorkarriere als Jugendberater/in im Arbeitsmarktservice; drei Zugangswege sind für spätere BIZ-Mitarbeiter/innen typisch: als selbst vorgemerkte oder arbeitslose Person, via Vermittlung durch Bekannte/Freunde, die bereits am Arbeitsamt/in der RGS tätig waren sowie durch Bewerbung. Der Wechsel ins BIZ erfolgt(e) für die als Jugendberater tätigen Mitarbeiter/innen zumeist quasi automatisch, die wenigen BIZ-Mitarbeiter/innen mit anderen Vorkarrieren kamen ausschließlich aufgrund ihres deklarierten persönlichen Interesses an die Berufsinformationszentren.

Nicht zuletzt durch diese Personalstruktur ergibt sich eine Konzentration der Aktivitäten und des Informationsangebotes der BIZ auf Jugendliche. Mit einer mehr oder minder geplanten Erweiterung der Zielgruppen sowie der Aufgabenfelder der Berufsinformationszentren ergeben sich geänderte Anforderungen an das Personal der Berufsinformationszentren. Dadurch gewinnen Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter/innen zentrale Bedeutung für die Leistungsfähigkeit der BIZ. Die bisher vorrangig verfolgte Strategie eines „learning by doing“ wird in zunehmendem Maße insbesondere solche jungen Mitarbeiter/innen überfordern müssen, die in etablierten Berufsinformationszentren kurzfristig, d.h. ohne entsprechende Einarbeitungsphase, ihre Tätigkeit aufzunehmen haben: ein solches Szenario ist insofern realistisch, als in einigen Berufsinformationszentren lediglich eine Person als Betreuer/in tätig ist und ein überraschender Ausfall dieses Mitarbeiters bzw. dieser Mitarbeiterin de facto den Zusammenbruch des Betriebs bedeuten würde. Mit einem weiteren Anwachsen der Aufgabenfelder - als Stichworte mögen hier Informationsleistungen für Maturanten, Wiedereinsteiger, Umschulungswillige u.a.m. dienen - wird man in zunehmendem Maße entsprechend geschultes/erfahrenes Personal an den Berufsinformationszentren konzentrieren müssen. Die Beschäftigung externer Trainer an manchen BIZ für Sonderveranstaltungen weist bereits in diese Richtung. Die Forcierung des Expertentums scheint in verschiedener Hinsicht eine Optimierungsstrategie angesichts der zu erwartenden Ressourcengrenzen; BIZ sind ebenso dazu befähigt sich selbst als Zentren mit Expertencharakter auszuweisen, wie sie auf Leistungen externer Experten zurückgreifen können; darüber hinaus sind selbstverständlich auch Mischformen denkbar (Erweiterung des eigenen Expertenstatus durch selektiven „Zukauf“ externer Spezialisten). DINCHER (1987) weist in diesem Zusammenhang auch auf zusätzliche legitimatorische Effekte hin:

„Die beobachteten sehr starken positiven Wirkungen (...) der beruflichen Beratung [hier auch gleichzusetzen mit Information; Anm.d.Verf.] kommen in der subjektiven Beurteilung durch die Benutzer nicht voll zur Geltung. Die Ursache für diesen Malus kann in der mangelnden Authentizität sämtlicher mittelbarer Informationsträger gesehen werden. Diesem Phänomen könnte durch Erhöhung und besserer

Kennzeichnung der Expertise der Informationsträger begegnet werden. Konkrete Maßnahmen bezüglich der Beratung [Information] können unter anderem eine verstärkte berufskundliche Fortbildung der Berater sein, eventuell auch Formen einer zielgruppengerichteten Divisionalisierung und Spezialisierung, weiterhin die Darstellung der Expertise nach außen durch ebenfalls zielgruppenspezifisches Firmieren." (S.198)

Die Personalausstattung der BIZ sollte dem Konzept nach möglichst knapp bemessen sein und ist in der Realität an einigen Berufsinformationszentren für die - zum Teil von den Mitarbeiter/innen an sich selbst gestellten Aufgaben und Qualitätsstandards - zu gering. Entlastungsstrategien, insbesondere Optimierungsmaßnahmen für die Informationsbeschaffung, -aufbereitung und -präsentation gewinnen analog zur BIZ-Erweiterung damit noch mehr an Bedeutung.

2.3. Anzahl und Verteilung der Berufsinformationszentren in Österreich

Bis zum Jahr 2000 wird ein flächendeckender Ausbau der Berufsinformationszentren in Österreich angestrebt; Ende 1993 waren 21 Standorte in Betrieb, bis Ende 1994 sollten insgesamt 40 Berufsinformationszentren ihren Betrieb aufnehmen (tatsächlich waren zu diesem Termin 36 BIZ in Betrieb), bis zum Jahr 2000 sollen weitere 57 BIZ eingerichtet werden. Ob die Ausbau- und Erweiterungsphase in diesem Umfang und Tempo realisiert wird, kann nicht als gesichert gelten; Tatsache ist, dass sowohl in einigen Bundesländern als auch bundesweit das Konzept einer absolut flächendeckenden Versorgung zunehmend in Frage gestellt wird. Und das nicht so sehr deshalb, weil der Bedarf bezweifelt würde, sondern weil bereits der derzeitige Umfang als nicht ausreichend durch infrastrukturelle Maßnahmen abgesichert erachtet wird. Aufgrund dieses Widerspruches werden an einigen regionalen Geschäftsstellen daher vermutlich keine BIZ im Vollumfang eingerichtet, sondern eher Berufsinformationsecken oder BIST zur Verfügung gestellt werden. Von Seiten der Bundesgeschäftsstelle will man die Zielsetzung eines flächendeckenden Angebotes jedenfalls aufrechterhalten, wobei die Rahmenvorgabe dahin geht, die Informationsmaterialien jedem Interessierten möglichst formlos und einfach zugänglich zu machen, d.h. weiter zu regionalisieren (vermutlich zunehmend in Form kleinerer, unter Umständen auch mobiler Lösungen).

1994 wiesen die Bundesländer Oberösterreich und Steiermark die expansivste Erweiterungspolitik in Hinsicht auf Berufsinformationszentren auf, wobei aller Voraussicht nach auch die Einrichtung eines zweiten BIZ im Burgenland und in Salzburg sowie die Übersiedelung des BIZ Wien I in ein wesentlich großzügiger und adäquater konzipiertes Objekt längerfristige Auswirkungen auf das BesucherInnenaufkommen, den Einzugsbereich und die Leistungsfähigkeit der Gesamtheit der österreichischen Berufsinformationszentren zeigen wird.

BIZ-Standortliste (Stand: November 1995)

Bundesland	Standort	Eröffnung	Form
Burgenland:	Oberwart	1991	BIZ
	Eisenstadt	1994	BIZ
Kärnten:	Klagenfurt	1992	BIZ
	Spittal/Drau	1992	BIZ
	Villach	1992	BIZ
	Hermagor	1993	BIZ
	Feldkirchen	1994	BIZ
	Völkermarkt	1994	BIZ
	St. Veit	1995	BIZ
Niederösterreich	Waidhofen/Ybbs	1992	BIZ
	Tulln	1992	BIZ
	St. Pölten	1992	BIZ
	Krems	1994	BIZ
	Mödling	1995	BIZ
Oberösterreich	Linz	1988	BIZ
	Wels	1989	BIZ
	Steyr	1993	BIZ
	Freistadt	1994	BIZ
	Gmunden	1994	BIZ
	Grieskirchen	1994	BIZ
	Kirchdorf	1994	BIZ
	Ried/Innkreis	1995	BIZ
	Eferding	1995	BIZ
	Schärding	1995	BIZ
	Salzburg	Salzburg-Stadt	1990
Zell/See		1995	BIZ
Steiermark	Graz	1990	BIZ
	Deutschlandsberg	1994	BIZ
	Feldbach	1994	BIZ
	Hartberg	1994	BIZ
	Knittelfeld	1994	BIZ
	Liezen	1994	BIZ
	Leoben	1995	BIZ
	Mürzzuschlag	1995	BIST
Tirol	Kitzbühel	1992	BIZ
	Kufstein	1992	BIZ
	Landeck	1992	BIZ
	Innsbruck	1992	EURO-BIZ
	Reutte	1993	BIZ
Vorarlberg	Bregenz	1992	BIZ
	Feldkirch	1992	BIST
	Dornbirn	1995	BIST
Wien	Wien 1070	1994	BIZ
	Wien 1120	1994	BIZ
	Wien 1110	1994	BIST
	Wien 1090	1995	BIST

2.4. Einzugsbereich der Berufsinformationszentren

Die Berufsinformationszentren erreichen - aus verschiedenen Gründen - überaus unterschiedlich umfangreiche Einzugsbereiche; während einige BIZ ausschließlich lokale Bedeutung haben, erstreckt sich der Betreuungsbereich anderer Berufsinformationszentren auch über Bundesländergrenzen, zum Teil sogar über die Grenzen Österreichs hinaus.

Der Einzugsbereich der BIZ ist, auch im Durchschnitt beträchtlich: Knapp 20% der KundInnen wohnen in unmittelbarer Nähe der Berufsinformationszentren (max. 10 km entfernt), fast ein Drittel nimmt eine Anreise von 20-50 Kilometer auf sich und knapp ein Viertel hat einen noch weiteren Weg zu bewältigen; auch unter den EinzelkundInnen liegt der Anteil derjenigen, die außerhalb des Ortes wohnen, an dem das BIZ eingerichtet ist, noch bei ca. 45% (bei den GruppenbesucherInnen, hauptsächlich Schulklassen, liegt dieser Anteil sogar bei über 70%).

Rund 40% der BIZ-KundInnen geben dementsprechend auch an, dass das BIZ für sie nicht leicht erreichbar sei. Allerdings ist die Frage danach, welcher Aufwand für die Anreise den KundInnen „zumutbar“ ist, unter unterschiedlichen Gesichtspunkten zu diskutieren: Großen Effekt zeigen im Zusammenhang mit Einzugsbereich und Reisebereitschaft v.a. persönliche Kontakte zwischen BIZ-BetreuerInnen und Ansprechpersonen (v.a. Jugendlichenberater/innen, Lehrpersonal, Schuldirektionen), wobei die Erfahrung zeigt, dass Gruppen in solchen Fällen gezielt in das entsprechende BIZ geschickt werden, und zwar auch dann, wenn u.U. ein neu eingerichtetes Berufsinformationszentrum räumlich näher oder verkehrsmäßig günstiger gelegen wäre.

Ob sich längerfristig durch die ständige Neueinrichtung von Berufsinformationszentren die Einzugsbereiche der BIZ verschieben werden bleibt daher abzuwarten. Der generelle Schluss scheint jedenfalls berechtigt, dass potentielle KundInnen im Falle persönlicher positiver Erfahrungen bzw. bei Vorhandensein entsprechender Empfehlungen offensichtlich auch bereit sind, höheren persönlichen Aufwand in Kauf zu nehmen.

2.5. Räumlichkeiten und Standort

Die Vollvariante BIZ (im Vergleich zur „kleinen Lösung“ BIST) bedeutet, will sie dem Anspruch nach weitgehend vollständiger Information auch nur ansatzweise genügen, gewisse Mindestanforderungen an räumlicher Ausstattung. Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist für die optimale Aufgabenerfüllung bei der Einrichtung von BIZ - unter Berücksichtigung der re-

gionalen Gegebenheiten - eine Größenordnung von ca. 400 qm sinnvoll. Tatsächlich reicht die räumliche Ausstattung der BIZ von rund 80qm bis zu über 400qm.

Alle Berufsinformationszentren sollen einen Medienbereich - die sogenannte Mediothek -, einen EDV-Bereich, einen Vortragsbereich sowie einen Bibliotheksbereich umfassen. In der Praxis sind, je nach räumlichen Möglichkeiten, diese Anforderungen unterschiedlich gelöst, wobei die Varianten von der Unterbringung aller Bereiche innerhalb eines Raumes bis hin zu überaus großzügig dimensionierten mehrräumigen Strukturierungen reichen. In der überwiegenden Mehrzahl sind zumindest Vortragsraum (teilweise mit Großbildprojektionsanlage) und sonstige Bereiche voneinander getrennt, sehr häufig sind auch die EDV-Anlagen (Test-computer) in getrennten Zimmern untergebracht.

Mittlerweile ist es obligatorisch, die Berufsinformationszentren durch Architekten planen zu lassen, wobei einerseits bereits auf ein großes Maß an Vorerfahrung zurückgegriffen werden kann und andererseits den späteren Mitarbeiter/innen mitgestaltende Funktion zukommt. Als Standardfehler der Anfangsphase erwiesen sich vor allem zu kleine Dimensionierung sowie nicht optimal gelungene Ausstattung (inadäquate Regalformate u.ä.).

Wie bereits erwähnt sind Berufsinformationszentren loziert oder disloziert eingerichtet; da die lozierte Variante forciert wird, werden Berufsinformationszentren derzeit vor allem in Verbindung mit Neu- bzw. Umbauarbeiten von regionalen Geschäftsstellen eingerichtet.

Augenmerk soll bei diesen lozierten Berufsinformationszentren allerdings auf eine klar erkennbare räumliche Trennung zwischen BIZ und regionaler Geschäftsstelle gelegt werden, um zu verhindern, dass die Berufsinformationszentren zu einem „erweiterten“ offenen KundInnenempfang (OKE) umfunktioniert werden. Die Realität kann mit diesem Anspruch allerdings nicht überall mithalten: In kaum einem der Berufsinformationszentren, die an einer regionalen Geschäftsstelle untergebracht sind, kann die Trennung als völlig eindeutig gelungen gelten. Das geht soweit, dass zum Teil die Berufsinformationseinrichtungen und der OKE zu einer Einheit verschmolzen sind; aber auch an Berufsinformationszentren, in denen die räumliche Trennung relativ eindeutig ist, wird sie nicht von allen KundInnen in dieser Form nachvollzogen.

Ob aus der räumlichen Trennung/Nicht-Trennung eher Vor- oder Nachteile für die Berufsinformationszentren entstehen ist nicht eindeutig festzulegen: aus der Sichtweise der Mitarbeiter/innen, die an dislozierten Berufsinformationszentren arbeiten, wird in der Regel die Trennung begrüßt. Die Einbindung und Kooperation in bzw. mit der Regionalen Geschäftsstelle nimmt mit der Dislozierung dagegen erfahrungsgemäß eher ab; Gegenteilstrends zu dieser Entwicklung sind nur dort bemerkbar, wo strukturelle Maßnahmen zur (Wieder-)Integrierung der Berufsinformationszentren und der Beratung stattgefunden haben (z.B. BIZ-Konzept Salzburg).

2.6. Ausstattung der Berufsinformationszentren

In den Berufsinformationszentren sollen auf Selbstbedienungsbasis alle Informationen der Berufsberatung zur Verfügung gestellt werden. Dazu dient eine Vielzahl an Informationsträgern innerhalb der Berufsinformationszentren: v.a. Printmedien, audiovisuelle Medien (Videos; Dias), computerunterstützte Systeme (Interessenstests, Datenbank- und Informationssysteme), verschiedene Unterlagen zur Diagnostik sowie eine Bibliothek sind als obligatorische Angebote für die Berufsinformationszentren vorgesehen; dieses Standardangebot der Berufsinformationszentren kann insbesondere bezugnehmend auf regionale Bedarfe durch Informationsveranstaltungen für verschiedene Zielgruppen (v.a. Schulklassen) durch BIZ-Mitarbeiter/innen oder externe Vortragende im BIZ, durch Präsenz bei externen Veranstaltungen (Ausstellungen, Messen) aber auch durch Schulungen (Berufskunde) für sonstige AMS-Mitarbeiter/innen erweitert werden. Die obligatorischen Informationsmaterialien werden grundsätzlich zentral erstellt, in einigen Bereichen erfolgt die Materialsammlung und -aufbereitung aber auch durch BIZ-Mitarbeiter/innen selbst (Mappen). An technischer Ausstattung stehen den Mitarbeiter/innen PC mit einer Anzahl an Standard-Softwarepaketen (v.a. Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationsprogramme) zur Verfügung.

Der Aufbau der Berufsinformationszentren, die Anordnung und räumliche Platzierung der Informationsmedien soll weitgehend selbsterklärend organisiert sein, um den Unterstützungsbedarf der KundInnen durch die Mitarbeiter/innen auf ein Minimum reduzieren zu können. Zu diesem Zweck der Selbstorientierung wurden verschiedene Strukturierungsformen als sogenannte Leitsysteme entwickelt.

2.7. Leitsysteme

Die Diskussion über Möglichkeiten der Gestaltung, über Vor- und Nachteile unterschiedlicher Leitsysteme zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte der Berufsinformationszentren in Österreich. Angesichts der Unterschiede der einzelnen BIZ ist es nicht weiter verwunderlich, dass analog dazu, auch verschiedene Leitsysteme entwickelt wurden und in Verwendung stehen.

1993 wurde die Diskussion darüber, welches der Ordnungsmuster zu favorisieren sei und daher als einheitlicher Standard für alle BIZ etabliert werden könne, abgebrochen. Nun gilt die Regelung, dass jedes BIZ bzw. jedes Bundesland in dieser Hinsicht Gestaltungsfreiheit besitzt.

Die Aussage scheint zulässig, dass jedes dieser verschiedenen Leitsysteme im Rahmen der Anforderungen leistungsfähig ist, die KundInnenzufriedenheit lässt zumindest keine Rückschlüsse auf bessere oder weniger gute Akzeptanz der unterschiedlichen Leitsysteme zu.

Es würde den Rahmen dieses Berichtes bei weitem sprengen, sollte an dieser Stelle versucht werden, die verschiedenartigen Leitsysteme in ihrer Unterschiedlichkeit eingehend zu referieren. Eine beispielhafte Deskription eines ausgewählten Leitsystems würde hier eine ungewünschte Präferenzierung implizieren; daher sollen an dieser Stelle nur die grundlegenden Prinzipien komplexer Leitsysteme dargestellt werden: Leitsysteme differenzieren Ausbildungen und Berufe nach Sachbereichen, zum Teil mit dem Anspruch einer eindeutigen Zuordnung, zum Teil mit der Möglichkeit einer Mehrfachzuordnung. Damit soll primär das von seiner Quantität her vollkommen unübersichtliche Spektrum auf ein - für den/die Informationssuchende(n) - überschaubares Maß reduziert werden. Wenn diese Person noch keine Vorentscheidung getroffen hat, für welche dieser Gruppen sie Präferenzen besitzt, existieren zum Teil zusätzliche schriftliche Instrumentarien, die eine Vorselektion ermöglichen sollen. Die spezifischen Informationsmedien sind nach Bereichen gegliedert und in der Regel farblich unterschiedlich gekennzeichnet (z.B. alle Medien wie Broschüren und Bücher, vor allem aber die Informationsmappen zum Bereich Technik, sind etwa mit einem blauen Punkt markiert). Darüber hinaus existiert üblicherweise bereichsintern noch eine zusätzliche Differenzierung nach Bildungstypen (wenn wir bei unserem Beispiel bleiben, hätten die blau gekennzeichneten - technisch orientierten - Informationsmappen noch eine zusätzliche Farbkennung, die sie etwa als Lehrausbildung, MaturantInnenausbildung oder akademische Ausbildung kennzeichnen). In Katalogen sind die einzelnen Ausbildungen bzw. Berufe zugeordnet sowie ggf. vorhandene Medien ausgewiesen (z.B. Seriennummer eines entsprechenden Videos).

Es bedarf wenig Phantasie um sich klarzumachen, welcher Aufwand damit verbunden war, derart hochkomplexe Muster - parallel - zu entwickeln bzw. welcher permanente Aufwand vor allem durch die notwendigen laufenden Aktualisierungen (z.B. der Kataloge) anfällt. Trotz der oben beschriebenen Gestaltungsfreiheit gibt es (daher?) nach wie vor neue Versuche eine einheitliche Ordnungsform zu finden; auch ohne absoluten Verbindlichkeitscharakter hätten entsprechende Ansätze trotz der etablierten Systeme zumindest in einigen Bundesländern bzw. auf seiten neu einzurichtender BIZ Chancen auf Verwendung.

2.8. Informationsangebote im Detail

Kernbereich der Berufsinformationszentren ist die sogenannte **Mediothek**: Das hier verfügbare Medienangebot muss dem gesetzlichen Auftrag der Berufsberatung entsprechen, die über Fragen der Berufswahl, über die Berufe, deren Anforderungen und Aussichten, über

Wege und Förderung der beruflichen Bildung sowie über beruflich bedeutsame Entwicklungen umfassend zu unterrichten hat (vgl. § 3.1. AMFG). Als Leitmedien dienen Informationsmappen für verschiedene Bereiche. Die speziell für Einzelberufe entwickelten Mappen enthalten sowohl kurze als auch ausführliche Berufsdarstellungen und amtliche Berufsbilder, Informationen über Zugangsvoraussetzungen, Ausbildung/Studium, Tätigkeitsbereiche, Aufstiegsmöglichkeiten und regionale Besonderheiten. Es gibt auch Mappen mit Informationen über Themen der Berufswahl, über das schulische Ausbildungswesen, über Fachschul- und Hochschulberufe und Zusammenhänge von Berufsbildung und Arbeitsmarkt.

In allen Informationsmappen befindet sich ein Mediennachweisblatt; daraus ist erkennbar, welche audiovisuellen Medien verfügbar sind und an den Einzel- und Kleingruppenarbeitsplätzen der Mediothek eingespielt werden können (an einigen Berufsinformationszentren gibt es darüber hinaus die Möglichkeit der Präsentation auf Großbildanlagen).

Ergänzend zu den zentral entwickelten und bereitgestellten Medien werden auch regionale und örtliche Daten und Informationen angeboten.

Von der BGS werden zentral Informationsmappen zu den Lehrberufen und den akademischen Ausbildungen und Berufen für die BIZ erstellt. Der Inhalt dieser Mappen entspricht in Form von A4-Kopien den ebenfalls aufliegenden Informationsbroschüren über Lehrberufe sowie Studienwahl.

Dazu kommen - nach Art und Umfang in unterschiedlichem Ausmaß - von BIZ-Mitarbeiter/innen selbsterstellte Informationsmappen (v.a. zu Schulmöglichkeiten im berufsbildenden Bereich sowie zu verschiedenen Berufen und Berufsbereichen); in manchen Berufsinformationszentren (zumeist in Grenzregionen) liegen darüber hinaus auch Informationsmappen über ausländische Ausbildungsmöglichkeiten auf. Die Zahl an Informationsmappen geht daher, je nach BIZ, von derzeit mindestens etwa 400 bis zu rund 1000 Stück.

Für die KundInnen besteht außer der Möglichkeit zur Lektüre vor Ort - spezielle Leseplätze sollen dazu einladen -, das Angebot, interessierende Teile kostenlos im BIZ kopieren zu können. Insbesondere für die Heimlektüre sind die Berufsinformationszentren mit dem Gesamtangebot an Informationsbroschüren des Arbeitsmarktservice ausgestattet. Das sind v.a. die Broschürenserien über Lehrberufe, sowie zur Berufs- und Studienwahl; dazu kommen Bereichs- und Zielgruppenbroschüren (v.a. die sogenannten "Steirischen Broschüren": „Maturantenberufe“, „Helfende Hände“, „Medizinisch-technische Berufe“ und „Kreative Berufe“; die Bereichsbroschüren zu Fremdenverkehrs- und EDV-Berufen sowie die Broschüre „Umweltprofis“; die auslaufende Serie „Wege ohne Matura“ und „Wege nach der Matura“; die als Arbeitsbücher gestalteten Hefte „Tips zur Berufswahl“ und „Tips für Arbeitssuchende“ sowie die Frauenbroschüre „Meine Wünsche, Mein Beruf, Mein Leben“). Eine Gesamtübersicht sollen drei Berufslexika geben.

Dazu kommen in unterschiedlichem Maße schriftliche Informationsunterlagen v.a. von Schulungsträgern, Interessenvertretungen sowie aus dem umliegenden Ausland. An Videofilmen stehen derzeit bis zu 1000 Stück in einer Länge von etwa 20 Minuten zur Verfügung. Es handelt sich dabei v.a. um Filme über einzelne Berufe, aber auch über allgemeine Themen zur Bildungs- und Berufswahl. Nur ein Teil der sich im Verleih befindlichen Filme sind österreichische Produktionen, der ursprüngliche Kernbestand stammt aus der Bundesrepublik Deutschland.

Die Ausstattung mit sonstigen Informationsunterlagen zeigt ein uneinheitliches Bild, die Akzeptanz ist generell eher gering: Dia-Serien gibt es an einigen Berufsinformationszentren zu den Lehrberufen, das Medium wird allerdings eher als unmodern und in der Handhabung unpraktisch eingeschätzt. Analoges gilt für Audiotheken (das BIZ Salzburg verfügt über 113 bundesdeutsche Tonbandcassetten zu Berufsbildern und Ausbildungsmöglichkeiten) und eher experimentelle Arbeitsmaterialien (die Fotoserie „Berufothek“ u.ä.), die vor allem zur Interessensfeststellung dienen sollen.

Für die Berufsinformationszentren ist auch eine Präsenzbibliothek mit Büchern und Zeitschriften vorgesehen. De facto existieren diese in nur wenigen Berufsinformationszentren mit einem nennenswerten Literaturbestand. Die damit verbundene Möglichkeit die BIZ als zentrale Anlauf- und Dokumentationsstelle für berufskundliche Fragen mit Archivcharakter zu etablieren wurde bislang nur in wenigen Einzelfällen ansatzweise realisiert.

Vortragsbereich/Unterrichtsbereich: In diesem, zumeist vom Hauptraum des Berufsinformationszentrums getrennten Raum, können v.a. die Begrüßungsrunden sowie Programme für Schulklassen teilweise aber auch berufskundliche Vortragsreihen, Elternveranstaltungen Filmvorführungen abgehalten werden. Dazu verfügen diese Vortragsräume über eine Medien- bzw. Projektionswand unterschiedlichster Leistungsstärke.

Die **EDV-Programmausstattung** umfasst folgende große Bereiche: _

AMSOMAT: Unter diesem Überbegriff sind EDV-Anwendungen, die den Mitarbeiter/innen zur Verfügung stehen, zusammengefasst. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um ein Textverarbeitungs- und ein Tabellenkalkulationsprogramm.

Interessens- und Neigungstests: obligatorisch an allen Berufsinformationszentren ist der AIST (der "Allgemeine Interessen-Struktur-Test") installiert; an einigen Berufsinformationszentren stehen darüber hinaus auch Testprogramme wie „IST70“, „16PF“, „Multitest“ und das „Wiener Testsystem“ zur Verfügung. Diese automationsunterstützten Testverfahren können mit Hilfe von Psychologen zur Feststellung der Fähigkeiten und Interessen der KundInnen

durchgeführt werden. Die Ergebnisse des AIST werden von den BIZ-Mitarbeiter/innen selbst erklärt.

In einigen der Berufsinformationszentren ist auch das Berufstestprogramm BIC, das vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) erstellt wird, installiert; allerdings verfügen nur die Wiener Berufsinformationszentren über die aktuelle Programmversion.

Datenbank- und Berufsinformationssysteme: ALLEX (ein Informationsprogramm für das AMS-Personals), SAMSOMAT (PC mit Touch-Screen-Oberfläche, wobei teilweise aktuelle Berufs- und Lehrstellenangebote angeboten werden). Eine Schuldatenbank (Standorte, Bildungsangebote) ist derzeit in Vorbereitung.

Zusätzliche **fakultative Angebote** der Berufsinformationszentren:

In unterschiedlichem Umfang wird dieses obligatorische Angebot der Berufsinformationszentren durch eine Anzahl weiterer Informationsmaßnahmen erweitert; das Spektrum reicht von vereinzelt Veranstaltungen bis hin zu ganzjährigen, umfangreichen Reihen (dazu zählen Schulvorträge, Maturantenberatung, Eignungstestung, berufskundliche Veranstaltungen für KundInnen wie auch für andere AMS-Mitarbeiter/innen, Teilnahme an Messen u.v.a.m.).

Als ein Spezifikum solcher erweiterten Leistungen der Berufsinformationszentren ist auch die Öffentlichkeits- und PR-Arbeit zu bezeichnen. Auch hier reicht das Spektrum von sporadischen Aktionen bis hin zu gezielter, konsequenter Betreuung. Gewissermaßen den Mindeststandard stellt dabei die Kontaktnahme zu Schulen und Schulungsträgern im Einzugsbereich der Berufsinformationszentren dar (Zielgruppen sind v.a. Direktionen, Berufskunde- und Bildungsberatungslehrer/innen der Hauptschulen bzw. Polytechnischen Lehrgänge, soweit regional vorhanden auch diverser berufs- und höherbildender Schulen), wobei zumeist einmal jährlich eine schriftliche Information versandt wird. Medien werden v.a. dann gesondert informiert, wenn auf Veranstaltungen hingewiesen werden soll, die Medienpräsenz reicht dabei von regionalen Meldungen bis zur österreichweiten, massenmedialen Verbreitung. Einigkeit herrscht insofern, dass jede Medienaktivität unmittelbare Auswirkungen auf die Besucherzahl zeigt; einige Berufsinformationszentren unterlassen daher derzeit jegliche PR-Arbeit, um die ohnedies an Leistungsgrenzen gestoßenen Ressourcen nicht zu überfordern.

2.9. KundInnen der Berufsinformationszentren

Man kann mit gutem Recht behaupten, dass der KundInnenandrang auf die Berufsinformationszentren selbst optimistische Schätzungen übersteigt; dass für Belange der Bildungs- und Berufsinformation extrem hohes Interesse besteht. Nicht zuletzt kann auch festgestellt wer-

den, dass mit dem derzeit verfügbaren Angebot an BIZ der Bedarf noch lange nicht abgedeckt ist.

Österreichweit konnten 1993 in den 18 Berufsinformationszentren insgesamt 116.975 KundInnen betreut werden; das bedeutet eine Steigerung gegenüber 1992 um mehr als 50.000 KundInnen. 1994 erfolgte bei mittlerweile 34 Standorten eine ähnlich hohe Steigerungsrate auf 187.467. Innerhalb dieses generellen Wachstums nimmt der Anteil besonders von zwei Subpopulationen a) EinzelkundInnen und b) erwachsenen Besucher/innen sukzessive zu.

Dieser Trend geht dahin, dass mittelfristig mit einer zumindestens gleichmäßigen Verteilung der Besucher/innen auf Jugendliche und Erwachsene zu rechnen ist. Bei den Einzelbesucher/innen kommt insbesondere der Mundpropaganda und Wiederholungsbesuchen maßgebliche Bedeutung für diese Veränderungen in der Besucher/innenstruktur zu; statistisch relevant sind darüber hinaus auch der Umfang und Einzugsbereich von Gruppenbesuchen.

In dagegen deutlich geringerem Maße ist es bislang gelungen, die Gruppe der höheren SchülerInnen und MaturantInnen zu erreichen.

Derzeit gibt es noch keine Erfahrungswerte hinsichtlich der Obergrenzen des Einzugspotentials der Berufsinformationszentren. Das grundsätzliche Potential eines Berufsinformationszentrums ist v.a. durch seine eigenen Kapazitäten, seine geographische Lage, die regionale Wirtschaftsstruktur sowie durch das regionale Angebot an Schulen determiniert. Weitgehendes Einverständnis besteht österreichweit dahingehend, dass bislang noch in keiner Region alle potentiellen InteressentInnengruppen erreicht und versorgt werden können. Es scheint realistisch von ca. 10% bis 15% der Gesamtbevölkerung als potentielle BIZ-KundInnen ausgehen zu können. Bislang ist der Umfang des Anteils innerhalb dieses Gesamtpotentials der von den BIZ erreicht wird, primär vom Angebot und den strukturellen Bedingungen der Berufsinformationszentren und deren Öffentlichkeitsarbeit abhängig.

Überdies hat sich gezeigt, dass auch durch die Eröffnung zusätzlicher BIZ innerhalb eines Bundeslandes zwar u.U. Veränderungen der KundInnenstruktur, aber keine quantitativen Besucher/innenrückgänge bei „älteren“ BIZ zu verzeichnen sind.

BIZ-Besucher/innenstatistik (österreichweit)						
Jahr	Zahl der Standorte	Einzelpersonen	in Gruppen	Erwachsene	Jugendliche	Gesamt
1992	19	37.182 (59%)	25.507 (41%)	14.096 (22%)	48.593 (78%)	62.689
1993	18	78.085 (67%)	38.890 (33%)	41.591 (36%)	75.384 (64%)	116.975
1994	36					187.467

Das Verhältnis zwischen Besucher/innenzahlen und Anzahl der BIZ-Standorte lässt spätestens im Vergleich zwischen den Jahren 1993 auf 1994 folgende Schlüsse zu: Wie bereits eingangs vermutet wurde, scheint das Einzugspotential von Berufsinformationszentren offensichtlich nach oben hin nahezu offen. Die Grenzen werden primär durch die Strukturen der Berufsinformationszentren gesetzt und sekundär vom Interesse der KundInnen. Wo die tatsächlichen quantitativen Obergrenzen anzusetzen wären, kann bestenfalls spekulativ abgeschätzt werden. In diesem Zusammenhang ist vor allem interessant, dass unter den Einzelbesucher/innen, der Anteil der erwachsenen Besucher/innen, den der Jugendlichen überholt hat. Man müsste hier speziell darauf hinweisen, dass eine solche große Zahl an erwachsenen KundInnen erreicht werden kann, *obwohl* das Informationsangebot nach wie vor primär auf die Bedarfe jugendlicher Besucher/innen ausgerichtet ist. Der statistische Überhang an jugendlichen Besucher/innen resultiert mittlerweile ausschließlich durch obligatorische Klassenbesuche. Mit Ausnahme des Bundeslandes Steiermark - und aufgrund dessen abweichender BIZ-Organisation leicht erklärbar - sind erwachsene BIZ-Besucher/innen nicht mehr die Minderheit.

Ebenso bedeutsam ist es, dass Berufsinformationszentren, die nunmehr bereits seit Jahren das Erreichen ihrer Kapazitätsgrenzen verkünden, wiederum Zuwachsraten verzeichnen. Und dass die Anzahl an Berufsinformationszentren pro Bundesland keine direkt proportionalen Auswirkungen auf die Besucher/innenstatistik zeigt.

Wo nun tatsächlich die Obergrenzen des KundInnenpotentials eines BIZ festzumachen sind, ist schwierig einzuschätzen. Man muss dafür zunächst die regionale Lage des jeweiligen BIZ heranziehen und möglichst genau den Einzugsbereich definieren (Umkreis in Kilometern, Verkehrsverbindungen, Schulstandorte u.ä.m. bilden Indikatoren dafür). Aufgrund dieser Eingrenzung wäre die Bevölkerungszahl dieses BIZ-Umkreises festzustellen.

Danach befragt, geben BIZ-Mitarbeiter/innen aufgrund ihrer derzeitigen Erfahrungen das KundInnenpotential innerhalb ihres Wirkungskreises mit 5% bis 10% der Gesamtbevölkerung an. Dieser Prozentsatz scheint unter den Bedingungen einer optimalen Ressourcenausstattung, kontinuierlicher Arbeit und massiver Öffentlichkeitsarbeit auf rund 15% erweiterbar; mit diesem Anteil der Gesamtbevölkerung dürfte die vorläufige Obergrenze des KundInnenpotentials für Erstbesucher/innen festgelegt sein; dazu kommen bereits jetzt rund ein Drittel

Mehrfachbesucher/innen, wobei auch in diesem Bereich wachsende Anteile aufgrund steigender Anforderungen in Hinsicht auf berufliche Flexibilität zu erwarten sind. Die realen Auswirkungen der eher idealtypischen Hypothese von „Berufswahl als lebenslanger Prozess“ (vgl. dazu weiter unten) werden die Berufsinformationszentren in Zukunft mit neuen Aufgabenschwerpunkten und einer extrem breit gestreuten Klientel konfrontieren. Es kann bereits jetzt festgestellt werden, dass dafür völlig neue Organisations- und Informationsformen notwendig sein werden.

3. Berufsinformationszentren im Berufswahlprozess

Nach dieser Themeneinführung und Dokumentation der Institution und Funktion der Berufsinformationszentren soll im Folgenden versucht werden, sich Fragen der Berufswahl im allgemeinen sowie Fragen der Berufsinformationszentren im speziellen von theoretisch-analytischer und empirisch-evaluativer Seite zu nähern.

3.1. Zur Theorie der Berufsinformation

Trotz unterschiedlich langer Traditionen der theoretisch-analytischen und der empirisch-evaluativen Auseinandersetzung mit Fragen der Berufswahl gilt für beide Zugänge gleichermaßen, dass sie bislang nicht vollständig zu überzeugen vermögen. Den Stand der fast 100jährigen theoretischen Diskussion (vgl. dazu z.B. SCHEDLER/WILLENPART 1982) charakterisiert SEIFERT (1977) als „unfertig“, als „entweder zu breit und umfassend oder zu eng konzipiert“ (S.263); für den Stand der, wenngleich wesentlich jüngeren Evaluationsforschung ist, trotz einer auch hier bereits umfangreichen Anzahl an Untersuchungen, eine ähnliche Feststellung zu treffen.

Der Unterschied zwischen beiden Forschungstraditionen liegt vor allem im historischen Zugang: Während Fragen des grundsätzlichen Zustandekommens von Berufswahlentscheidungen schon frühzeitig problematisiert wurden, fand evaluative Forschung lange Zeit keine entsprechenden Felder. Es ist offensichtlich, dass Maßnahmen der Bildungs- und Berufsberatung bis in die siebziger Jahre in den meisten Ländern als selbstverständlich angeboten und wahrgenommen wurde; und es bleibt zu vermuten, dass ihre Nützlichkeit und Effektivität sowohl für den Einzelnen als auch für die Volkswirtschaften als qua Existenz gegeben und nicht weiter hinterfragenswert vorausgesetzt wurde. Ausnahmen zu diesem Einverständnis waren lediglich in den USA und auch der Schweiz zu finden, wo immerhin seit den dreißiger Jahren einige Tradition der Evaluierung entsprechender Maßnahmen besteht. Generell blieben Evaluierungen aber bis Ende der siebziger Jahre auf Einzelmaßnahmen beschränkt, erst dann erlebten Aspekte des Wirkungszusammenhanges zwischen Information und Berufswahl zunehmende Aufmerksamkeit (vgl. LANGE, 1978; LANGE/BECHER, 1981; JAIDE, 1981, LASSNIGG u.a. 1991):

„Ziel solcher Untersuchungen ist es in aller Regel, Art, Richtung und Ausmaß beabsichtigter Wirkungen dieser Interventionen sowie möglicher, wenn auch unbeabsichtigter Nebenwirkungen einzelner oder mehrerer, ggf. konkurrierender Interventionsmaßnahmen zu erfassen und möglichst genau zu messen.“ (LANGE 1981, S.11)

Als Ergebnis dieser Forschung kennt man heute Bündel von Einflußfaktoren, das Wissen wirkt aber trotzdem bruchstückhaft, zum Teil auch widersprüchlich. Das gilt insbesondere für Fragen der Zusammenhänge zwischen individualzentrierten Berufswahldeterminanten, „endogenen“ Aspekten der Persönlichkeit (v.a. Interesse, Neigung u.ä.) und „exogenen“ Faktoren (v.a. Familie, peer-groups u.ä.) sowie „erweiterten exogenen“ Faktoren (v.a. die öffentliche, institutionalisierte Berufsinformation). Weitgehende Einigkeit herrscht nur darüber, dass Berufswahl in modernen Gesellschaftsordnungen das Individuum weitgehend überfordern müsse und Berufsinformation diese Lücke zu schließen habe. Über das *Wie* dieses derivativen Angebotes herrscht Unsicherheit und implizit entsteht der Eindruck, dass die damit verbundene Unsicherheit durch die oben angesprochene Annahme einer Wirkung von Berufsinformation qua Existenz ihres Angebotes nach wie vor kompensiert wird. Die Ursachen dieser Unsicherheit sind einerseits in den Grenzen der Theorie und andererseits im politisch-wirtschaftlichen Umfeld, in dem Berufswahl stattfindet, zu suchen. Denn Berufsinformation wird von massiven Interessen getragen: es geht um Zuweisungsinstrumentarien von Arbeitskräften, um die Funktionabilität des Arbeitsmarktes. Es geht auch darum, Abstimmungsprobleme zwischen Ausbildungs- und Berufswelt zu korrigieren oder, pointierter ausgedrückt: Berufsinformation dient dazu, „von gravierenden Mängeln des österreichischen Ausbildungssystems abzulenken“ (PECHAR 1990, S. 77). Berufsinformation ist eine Funktion der Koordinationsanforderungen zwischen Bildungsnachfrage und Qualifikationsbedarf (LASSNIGG 1989, S. 3) - das Ausmaß an Information hängt grundsätzlich von der Gestaltung dieses Systems ab: „Eine Variation der entsprechenden Merkmale des Systems führt entsprechend zu einer Variation des Informationsbedarfs.“ (ebd.) Vermutlich nicht zuletzt um diesen legitimatorischen Aspekt von Berufsinformation zu verstärken, wird Information an sich zum Wert erhoben:

„Je informierter über die Berufswelt, desto besser die Entscheidung. Damit meinen wir, dass das Informationsniveau oder die Breite der Orientierungsbasis auf die Entscheidung einen bedeutenden Einfluß hat.“ (RIES 1969, S.258)

„Im Prozess der Ausbildungs- und Berufswahl kommt der Information eine Schlüsselrolle zu, setzt doch jedwede rationale Wahlentscheidung eine Kenntnis der verfügbaren Alternativen voraus.“ (SANDBERGER 1981, S.121)

Berufsinformation wird in der Literatur v.a. unter dem Paradigma des Rationalismus entscheidungstheoretischer Sichtweise thematisiert; und das nicht unbegründet: Informationsleistung und Informationsstand sind die Kriterien für die Güte einer Wahl. Der Schluss, ein Mehr an Information führe quasi automatisch zu einer qualitativ besseren Entscheidung, ist unverbrämtes aufklärerisches Gedankengut. Die ideologische Funktion dafür ist ebenfalls evident: Information ist damit im Bereich einer „Holschuld“ angesiedelt, die zur Entscheidung „genötigte“ Person ist eigenverantwortlich (naturgemäß insbesondere bei Fehlleistungen).

Die „Bringschuld“ der mit der Berufsinformation befassten Institutionen ist dadurch verhältnismäßig unproblematisch durch - meist nach Quantitäten bewerteten - Informationsmaterialien abzuleisten. Es geht um das Auf- und Abdecken defizitärer Felder, Bedeutungszusammenhänge bleiben dabei eher ausgegrenzt (vgl. dazu LASSNIGG u.a. 1989, S.2f).

Um dem zugrundeliegenden normativ anmutenden Informationsanspruch zu genügen, werden von verschiedenen Institutionen bedeutende finanzielle Mittel in Berufsinformation investiert. Die Informationsleistung ist - von Land zu Land in unterschiedlichem Maße - gesetzlich garantiert, wobei z.B. in der BRD sogar ein Rechtsanspruch mit Schadensersatzpflicht besteht (vgl. STOTHFANG 1993, S.25). Berufsinformation ist somit ein Angebot, genauer, ein Spektrum an Angeboten, das von öffentlicher Stelle unentgeltlich als Entscheidungshilfe zur Verfügung gestellt wird und dem ein gewisses Maß an Wirkung oder Wirkungsmöglichkeiten - vor allem in Hinsicht auf den Arbeitsmarkt zugeschrieben wird.

„Eine objektive, aktuelle und inhaltlich richtige, überzeugende berufskundliche Information sollte für eine Berufsentscheidung wichtige Voraussetzung sein, die zwar keine Garantie für Sicherheit im Berufsleben geben kann, aber doch eine wichtige Investition darstellt und ein wenig Hilfe bietet gegen drohende Arbeitslosigkeit bzw. dazu beitragen soll, Arbeitslosigkeit zu bekämpfen.“ (STOTHFANG, S.26)

Das hier dokumentierte geringe Maß an Konkretheit hinsichtlich ihrer Wirkungsmöglichkeiten belastet aber Berufsinformation eher als es sie hinsichtlich ihrer Zielvorgaben entlasten könnte. Eine Vielzahl an Abstimmungsproblemen zwischen traditioneller Berufsberatung und anderen Informationsmaßnahmen dürfte hier begründet liegen. Darüber hinaus liefert die einseitige Ausrichtung der Funktion von Berufsinformation als einer Institution zur linearen Abbildung des Ausbildungswesens auf die Berufswelt in Verbindung mit Arbeitsplatzsicherheit, die Einrichtungen der Berufsinformation, einem von diesen nahezu unlösbaren Dilemma aus: In Hinsicht auf ersteres (Arbeitsmarkt) übernimmt sie Stellvertreterfunktion für inadäquate Systembedingungen, zweiteres (Arbeitsplatzsicherheit) kann sie inhaltlich nicht einlösen (aufgrund der Schwierigkeiten entsprechender Prognoseleistungen). PECHAR (1990) stellt angesichts dieser Überforderung die Frage danach, was Information zu leisten imstande ist und antwortet darauf:

„Sie müsste vor allem den Anspruch aufgeben (bzw. die entsprechende Zumutung zurückweisen), als `objektive Steuerungsinstanz` dienen zu können und ihre Aufgabe darin zu sehen, die Selbststeuerungspotentiale der Jugendlichen zu stärken.“ (S. 83)

Das bedeutet aber, dass die Institutionen der Berufsinformation über ein Mindestmaß an Kenntnis über die „Selbststeuerungspotentiale“ ihrer KundInnen verfügen müssen. Je differenzierter diese Kenntnis ist, um so eher ist es möglich, die verschiedenen Formen und Alternativen von Berufsinformation kundInnenspezifisch anzubieten und zu optimieren. Berufsinformation ist ein kommunikativer Prozess; wie in allen kommunikativen Prozessen hängt

das Gelingen der Kommunikation nicht nur vom Inhalt der Kommunikation ab; mindestens gleichbedeutend sind Art und Umfang der Information, die Dispositionen der Kommunikatoren und Rezipienten, die Auswirkungen von gruppenspezifisch mehr oder minder funktionalen Kanälen und verschiedenartigster intervenierender Variablen. Vor alledem aber steht die Frage nach den Kommunikationszielen! Generell geht es dabei immer um die Herstellung von Voraussetzungen für Wahlhandlungen; dazu zählt zunächst ein kommunikatives Klima, das der latenten Bedeutung des Themas entsprechenden Nachdruck verleiht. Idealtypisches Ziel aber ist „erfolgreiche Berufswahl“; das „Ersatzziel“ Information, als Selbstzweck interpretiert, gegenüber diesem Anspruch auch durchaus kontraproduktive Wirkung haben.

Exkurs: Was bedeutet *erfolgreiche* Berufswahl?

Wenn der Terminus „Berufswahl“ gebraucht wird, impliziert diese Wortwahl bereits Verschiedenes: das Vorhandensein von mindestens zwei Alternativen, die Bewußtheit des Wählers hinsichtlich dieser Handlungsalternativen, die Möglichkeit, Kriterien an diese Alternativen anzulegen und last not least, Vorstellungen darüber, was vorzuziehen bzw. zu vermeiden ist und was das grundsätzliche Ziel ist bzw. sein könnte. Wenn auf solche Weise eine Wahl stattgefunden hat, bleiben noch Strategien deren Durchsetzung zu planen. Abseits solcher idealtypischer Konstrukte sind die Motive - aus Sicht der Wähler - zumeist recht pragmatischer Natur: Zunächst geht es darum, welche Interessen vorhanden sind, danach geht es um Kriterien, die ein eigentümliches Wechselspiel zwischen Karrierreorientierung und Sicherheitsdenken zeigen (vgl. dazu WISDOM 1995, S.36f.).

Die Frage bleibt: Welche Berufswahl wird subjektiv als erfolgreich bzw. geglückt empfunden bzw. welche ist aus externer Sicht solchermaßen zu charakterisieren? Die einfachste Antwort darauf lässt sich noch aus der Perspektive der Vermittlungsinstanzen geben: hier geht es darum, möglichst direkt, mit dem Ziel einer langen Verbleibsdauer in Berufe zu kanalisieren; diffiziler wird es bereits, wenn man bereit ist, auch, trotz formal intakter Beschäftigungsverhältnisse, die Arbeitssituationen miteinzubeziehen. Pointiert lässt sich die Frage stellen, in welchem Verhältnis Arbeitsplatzsicherheit/hohe Beschäftigungsraten gegenüber geringerer Produktivität oder gar sozialmedizinischer Folgekosten aufgrund unbefriedigender Arbeitsverhältnisse zueinander stehen. Ist von erfolgreichen Berufswahlkriterien überhaupt zu sprechen, wenn etwa Kunstausdrücke wie „Reallebensarbeitszeit“ verbrämen sollen, dass der Weg, hinaus aus dem Berufsleben offensichtlich deutlich mehr Attraktivität besitzt als Kriterien wie höheres Einkommen oder berufliche Selbstverwirklichung. Das letztgenannte Argument soll nicht zynisch mit der Tatsache umgehen, dass viele ältere ArbeitnehmerInnen unfreiwillig aus dem Berufsleben Abschied nehmen müssen, aber auch in diesem Fall bleibt die

Frage offen, ob von „Erfolg“ zu sprechen ist, wenn nach Jahren beruflicher Tätigkeit nur mehr das „Ausgedinge“ als letzter Weg bleibt. Die Theoretiker/innen der Berufswahl werden nicht müde das Theorem vom „Prozesshaften“ als der Weisheit letzten Schluss voneinander zu zitieren: hier soll daher die Frage aufgeworfen werden, ob der Prozesscharakter für ältere Arbeitnehmer/innen keine Gültigkeit mehr besitzt. Ist Berufswahl daher tatsächlich ein „oftmals auch lebenslanger Prozess“, dann muss die Frage nach erfolgreichem Wahlverhalten für jede Phase des Berufslebens (und sogar darüber hinaus) erlaubt sein. Stellt man sich daher der Thematik einer Kosten-Nutzen-Relation von Berufsinformation, dann geht es nicht nur um Lehrabbrüche, Überschreitungen von Mindeststudiendauern, um arbeitslose Jugendliche u.ä. Es geht ums Ganze! Wer ältere Arbeitslose aus diesem Fragenkomplex ausspart, trägt zur Fortführung dieses Zustandes mit bei; wer Formen der Arbeitsunfähigkeit aufgrund beeinträchtigender physischer oder psychischer Arbeitsbedingungen nicht miteinbezieht, verkennt den Kern des Problems; und wer die sozialen Auswirkungen einer übermäßig belastenden beruflichen Situation bis hinein ins Private und Familiäre leugnet, lügt.

„Erfolgreiche Berufswahl“ ist ein idealistisches Konstrukt, das sei zugegeben; aber es hat als Ziel von Berufsinformation nicht weniger Berechtigung als die Vorstellung einer freien Wahlmöglichkeit. Tatsächlich ist es nicht selbstverständlich, dass rationalere, d.h. informierte Wahl, automatisch auch die bessere Wahl ist. Vermutlich führt dabei der Begriff „Wahl“ bis zu einem gewissen Grad in die Irre: Er setzt a priori an, d.h. die Wahl gilt als Voraussetzung für den Erfolg. Wahrscheinlicher scheint es aber, dass die diesbezügliche Frage nur a posteriori zu beantworten ist, dann wenn eine vieljährige Serie von Geschehnissen subjektiv als stringent erkannt und als gelungene Berufswahl erlebt wird.

Damit aber stellt sich die Frage in Deutlichkeit, welche Funktion Berufsinformation dann haben kann? Eine Antwort darauf könnte sein: Dem Prinzip „Ehrlichkeit“ gegenüber dem Prinzip „Wahrheit“ den Vorzug zu geben. Das soll bedeuten, der Unmöglichkeit einer vollständigen Problemlösung Rechnung zu tragen und diese Tatsache zu verdeutlichen; Möglichkeiten, aber auch Grenzen der Information aufzuzeigen. Wege zu finden, Berufswahl nicht ausschließlich als autonomen Prozess zu erklären, sondern als Funktion innerhalb existierender Strukturen klarzumachen. Und Handlungsmöglichkeiten innerhalb dieser Strukturen aufzuzeigen.

3.2. Konzepte des Berufswahlprozesses

Der folgende Abschnitt versucht einen Beitrag dazu zu leisten, das spezifische Angebot an Berufsinformation, das Berufsinformationszentren bieten, im Gesamtkomplex der Berufswahl zu positionieren; im Zentrum der Betrachtung steht die Frage nach der Bedeutung der BIZ

als einer spezifischen Form der exogenen Entscheidungsfaktoren. Wir wollen noch einmal rekapitulieren: BIZ sind eine möglichst unbürokratisch organisierte Selbstbedienungseinrichtung zur Berufsinformation. Sie sind daher nicht gleichzusetzen mit Berufsinformation im Allgemeinen, sondern haben spezifische Charakteristika. Diesem Aspekt ist bislang noch wenig Aufmerksamkeit gewidmet worden. BIZ sind aufgrund ihrer Charakteristika für die Bedarfe eines Teiles der potentiellen KundInnen hochfunktional; BIZ können für KundInnen Teile den Beratungsbedarf an der RGS zum Teil reduzieren, zum Teil aber schaffen sie selbst zusätzlichen Beratungsbedarf. Die These lautet: Die Hauptwirkungsmöglichkeit von Berufsinformationszentren besteht im Schaffen eines offenen Klimas sowie eines - qualitativ hochwertigen - Problembewusstseins. Eine Vielzahl an Untersuchungen weist weitgehend einhellig aus, dass Berufswähler in der Regel zwar angeben, sich mit der Thematik auseinandergesetzt zu haben, die Entscheidungsvorgänge zeigen aber kaum inhaltliche Tiefe: Nach PROHASKA (1994) kann mehr als die Hälfte der Berufswähler/innen - hier MaturantInnen - nicht mehr als ein Problem bei der Berufswahl benennen; die Autorin resümiert:

„Man kann also davon ausgehen, dass sich der Großteil der Befragten sehr oberflächlich mit den Problemen bei der Berufswahl auseinander gesetzt hat.“ (S. 100)

Fragen der Berufswahl haben, insbesondere für die jugendlichen KundInnen der Berufsinformationszentren, einen extrem hohen Stellenwert (vgl. weiter unten) und es existieren auch gute Vorbedingungen für ein entsprechendes Problembewusstsein. Trotzdem ist davon auszugehen, dass die eigentliche Berufswahl nach wie vor nur wenig mit Vorstellungen über rational gesteuertes Wahlverhalten gemein hat und in der Regel in traditionellen Bahnen verläuft. Alle Informationseinrichtungen, auch die BIZ, sehen sich mit dieser Gegebenheit konfrontiert.

Bevor auf spezielle Fragenbereiche der Berufsinformationszentren in Österreich eingegangen wird, soll daher an dieser Stelle noch einmal ein Schritt zurück getan werden, um eine Positionierung der BIZ innerhalb der komplexen Entwicklung „Berufswahl“ und damit auch eine Bedeutungszuweisung der folgenden Ausführungen zu ermöglichen. Es geht dabei einerseits um die Frage nach den grundsätzlichen Bedingungen dieses Prozesses und andererseits um die Bedeutung der verschiedenen Einflussmöglichkeiten und -faktoren. Es geht damit zum einen um die grundsätzlichen Fragestellungen, denen sich die Berufswahltheorien widmen und zum anderen um die Fragen im Kontext „Wirkung“, vor allem deren Möglichkeiten, Kosten und Nutzen.

Da es einerseits unmöglich scheint, Berufsinformation losgelöst vom Gesamtkomplex der Berufswahl zu betrachten, es andererseits aber im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich ist, einen Rekurs auf die gesamte Literatur zu nehmen, soll hier ein möglichst anschauliches Modell zur Beschreibung dargestellt werden.

BUSSHOFF (1984) versucht die verschiedenen Erklärungsversuche in einer Art „Metatheorie, d.h. als ein Ordnungsschema, das den Zusammenhang vorliegender Berufswahltheorien aufzeigt und den begrenzten Stellenwert der einzelnen Theorien erkennen lässt“ (zit. in: Bundesanstalt für Arbeit 1992, S.88) in einem „Rahmenmodell zur Erklärung der Berufswahl“ zusammenzufassen (ebd., S.87):

„Berufswahl ist eingebunden in einen Entwicklungsprozess, der aus dem Zusammenspiel von **Reifungsprozessen** und **Lernerfahrungen** seine Dynamik erhält. Die Lernerfahrungen werden durch **Umweltbedingungen** und **Einflüsse** angeregt, wobei den Entwicklungserwartungen eine besondere Bedeutung zukommt. Noch bevor dem Jugendlichen die **Entwicklungsaufgabe der Berufswahl** bewusst wird, haben sich bei ihm ein bestimmtes **Selbstkonzept**, ein bestimmtes **Umweltkonzept** (und damit Berufsvorstellungen) und bestimmte **Problemlösungsmethoden** ausgebildet. In der Phase der Berufswahl entwickelt der Berufswähler, angeregt durch und eingebunden in neue Lernerfahrungen, aus seinem Selbstkonzept die **Entscheidungskriterien**, aus seinem Umweltkonzept die **Entscheidungsalternativen** und aus seinem Repertoire bisher gelernter Problemlösungsmethoden seine **Entscheidungsfertigkeiten**. Diese Entscheidungsvoraussetzungen bilden die Grundlage für die Bevorzugung von Alternativen (**Präferenzen**) und für Vermutungen über ihre Erreichbarkeit (**Realisierungserwartungen**). Aus diesen Komponenten ergibt sich schließlich - häufig durch äußere Zwänge terminiert - die **Handlungsabsicht** (Absicht einen bestimmten Beruf zu ergreifen). Vom Ausführungsversuch hängt es dann ab, ob der Entscheidungsprozess seinen vorläufigen Abschluss findet oder neu aufgerollt werden muss. In jedem Fall vermittelt der Ausführungsversuch (und die Bewältigung eventuell auftretender Nachentscheidungsprobleme) neue Lernerfahrungen, die in die berufliche Entscheidung eingehen und sich in künftigen beruflichen Entscheidungssituationen auswirken.“

Analog der in diesem Modell implizit enthaltenen Zeitachse entwickelt BUSSHOFF ein mehrstufiges Konzept zur Entwicklung von „Berufswahlkompetenz“ innerhalb dessen er auch die für unsere Thematik primär interessante Positionierung von Berufsinformation einbringt:

- Stufe 1: Die Jugendlichen können die Berufswahl als Aufgabe wahrnehmen, d.h. sie sind bereit, sich auf die Berufswahl einzustellen, sie sind motiviert, sich mit ihr zu befassen.
- Stufe 2: Die Jugendlichen können den Problemgehalt der Berufswahlaufgaben analysieren, d.h. sie werden sich über ihr Selbstkonzept klar, sie entwickeln Problemlösungsmethoden.
- Stufe 3: Die Jugendlichen können die in der Berufswahl liegenden Selbstbestimmungschancen entdecken, d.h. sie erleben sie als reale Chance der Veränderung hin zu einer realistischen Einschätzung ihrer Berufswahlsituation, sie sind sich bewusst, welche Einflüsse sie zulassen und welche sie abwehren.
- Stufe 4: Die Jugendlichen können Handlungsmöglichkeiten und -alternativen ausarbeiten und sich entscheiden, d.h. sie gehen vom Selbstkonzept und den Berufsvorstellungen aus und entwickeln Entscheidungskriterien und Entscheidungsalternativen. Sie nutzen Erfahrungs- und Informationsquellen und beziehen dabei Gesprächspartner ein; sie gewichten und überprüfen berufliche Alternativen und schätzen deren Realisierungschancen ein.
- Stufe 5: Die Jugendlichen können die Handlungsentscheidungen und die damit verbundenen persönlichen und sozialen Folgen verantworten, d.h. sie erkennen die in der Berufsentscheidung liegende Herausforderung der Verantwortung und nehmen sie an. (Bundesanstalt für Arbeit 1992, S.8)

Ansatzpunkt für Berufsinformation durch externe Institutionen - wie v.a. Schulberatung, Berufsberatung, Berufsinformationszentren - wäre diesem Schema zufolge die Stufe 4; in der Stufe 5 wären darüber hinaus Kognitionsleistungen der Berufswähler und die Kanalisierung in manifeste Entscheidungen festzumachen.

Kritisch ist an diesem Schema lediglich die quasi lineare Abfolge anzumerken. In der Realität ist wohl nur in den seltensten Fällen von einer solchen stufenartigen Entwicklung zu sprechen, wirklichkeitsnäher dürfte ein Nebeneinander dieser Positionen sein. Vor allem scheint in diesem Schema die Bedeutung externen Drucks - in Form von Entscheidungssituationen bei Ausbildungsübergängen - zu wenig repräsentiert. Die Entscheidungshandlung im oben referierten Modell scheint daher als zu offen gezeichnet, die Realität zeigt ein Auswahlverhalten aus ganz wenigen wahrgenommenen Alternativen. Informationsleistung, die als derivative Funktion die Vorbedingungen für Berufswahlkompetenz herstellen soll, ist mit der Tatsache konfrontiert, dass das Maß an Information offensichtlich in nur wenig direktem Zusammenhang mit der eigentlichen Entscheidungshandlung steht (die Frage scheint hier angebracht, ob Berufswahlkompetenz nicht etwa nur eine zwar wünschenswerte, aber nicht unbedingt auch notwendige Voraussetzung für Berufswahl ist).

Weil Berufswahlkompetenz aber als grundsätzlich wünschenswert betrachtet wird, ist die Unterstützung und Herstellung der subjektiven Kategorien der Berufswahlkompetenz allerdings auch eine öffentliche Aufgabe. Je frühzeitiger solche externe Leistung einsetzt, um so eher kann dem Prozesscharakter Rechnung getragen und nicht bloße Krisenintervention in Entscheidungssituationen oder Schadensbegrenzung im Falle von „Fehlentscheidungen“ geleistet werden. Wenn solchermaßen Berufswahlkompetenz für einen großen Teil der jugendlichen Bevölkerung, weg von einem idealtypischen Anspruch, hin zu einer realen Verhaltensstruktur möglich wird, werden realistischerweise in der Mehrzahl aller Fälle immer noch eine Vielzahl anderer Determinanten weitaus nachhaltigere Handlungsfolgen zeitigen, eine Möglichkeit wird dadurch aber eröffnet. Jede andere Strategie bedeutet eine bewusste Abkehr von der Ideologie der Entscheidungsfreiheit.

3.3. Einflussfaktoren im Berufswahlprozess

Zumeist ohne näher auf Kausalzusammenhänge einzugehen, wird in der Literatur zwischen endogenen und exogenen Einflussfaktoren im Berufswahlprozess unterschieden (vgl. PROHASKA S.34 ff.); als endogene Faktoren gelten Berufswahlreife bzw. entwicklungspsychologische Entscheidungsfähigkeit, somatische Verfassung (v.a. das Geschlecht), Eignung, Neigung und Intelligenz. Exogene Faktoren der Berufswahl sind Familie, Schule, Freunde und Bekannte, soziales Umfeld (v.a. die Arbeitswelt).

Über die Vorbedingungen des Zustandekommens der Entscheidungen herrscht tendenzielle Einigkeit: Die meisten der vorliegenden Untersuchungen belegen die hohe Bedeutung insbesondere des Elternhauses (allerdings insofern unterschiedlich, als entweder dem Vater oder der Mutter die vorwiegende Bedeutung zugewiesen wird); die Berufswahl selbst wird trotz-

dem von der Mehrheit der Jugendlichen als autonome Entscheidung erlebt. JÄGER (1973, S.75) zeigt, dass nur 10% der Jugendlichen und 11,8% der Eltern angeben, dass von Letzteren der Vorschlag für den gewählten Beruf stammte. Im Rahmen einer repräsentativen Befragung deutscher Lehrlinge gaben 37% an, bei der Berufswahl von ihren Eltern sehr beeinflusst worden zu sein, empfanden diese Beeinflussung allerdings nicht als Beeinträchtigung (vgl. HEINEN et al 1972). Ebenfalls für bundesdeutsche Jugendliche gibt LAATZ (1974) an, dass 74% von „Auszubildenden“ davon überzeugt waren, ihren Beruf selbst ausgesucht zu haben.“ (beides zit. nach ALLEHOFF 1985, S. 42/43) Am realitätstkonformsten dürften Einschätzungen sein, die auf den zentralen Charakter der Eltern als Gesprächspartner verweisen: die positiven bzw. negativen Rückmeldungen beeinflussen in hohem Maße die Entscheidung für einen bestimmten Beruf bzw. für eine weiterbildende Schule (EGGER 1991, S.85ff). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch STEINRINGER 1990:

„Grundsätzlich werden die Eltern am häufigsten als Einflussgeber genannt. In jeder Altersgruppe der Jugendlichen wird der Einfluss des Vaters auf die männlichen Jugendlichen und der Einfluß der Mutter auf die weiblichen Jugendlichen herausgestellt. Besonders hohe Scores erzielen dabei die 14-15jährigen Mädchen und die 18-19jährigen Burschen. Der väterliche Einfluss auf die Berufswahl wirkt sich anscheinend in Oberschichtfamilien stärker aus als in Unterschichtfamilien. AHS-Schüler und Maturanten geben besonders häufig an, dass ein Elterneinfluss für ihre Berufswahl wirksam gewesen sei; dabei scheinen die Väter eher für berufsbildende Schulen und Universitäten, Mütter für allgemeinbildende Bildungsgänge zuständig zu sein.“ (S.14)

Ebenfalls Einfluss nehmen, nach STEINRINGER, Berufsträger, d.h. Personen mit praktischen Erfahrungen, der Einfluss von Freunden und Gleichaltrigen wird vom Autor zumindest vermutet. Die Bedeutung der Berufsinformationsträger sowie der Massenmedien ist, dieser Untersuchung zufolge, dagegen gering (vgl. ebd.).

SATERDAG (1979) weist der Schule eine wesentliche Funktion in Hinblick auf die Berufswahlvorbereitung zu: der Autor stellt fest, dass die berufliche Orientierung bei den Jugendlichen um so umfassender ist, je ausführlicher Fragen der Berufswahl und der Berufsausübung in der Schule behandelt werden; die Schule sei als Institution am ehesten in der Lage, die Jugendlichen mit entsprechenden Informationen zu versorgen und ihnen Zugänge zum Berufsleben zu erschließen.

Berufsinformation scheint auf den ersten Blick mit steigendem Alter und steigender Bildung an Bedeutung zu gewinnen (zunehmende Distanz zum Elternhaus); LANGE (1978) spricht davon, dass von einer, den Kriterien einer *rationalen Entscheidung* genügenden Wahl, am ehesten noch bei akademischen Berufen gesprochen werden könne, für alle jüngeren Berufswähler sowie für niedrigere Qualifikationsniveaus sei ein solches Anspruchsniveau deutlich überzogen: Realschüler und Gymnasiasten würden sich gerade noch „Durchwursteln“, für Hauptschüler sei schlicht und einfach die Zufallsentscheidung ausschlaggebend.

Dieser Schluss LANGEs, höhere Bildung und/oder höheres Alter führe zu einer rationaleren, weil informierteren Entscheidung, scheint zwar plausibel, kann durch empirische Ergebnisse aber nicht bestätigt werden; entsprechende Untersuchungen belegen, dass die Bedeutung rationaler Informationssuche für die Berufsentscheidung mit steigendem Alter, steigender Bildung und steigendem sozialem Niveau sogar tendenziell abnimmt (STEGMANN 1981, S.275f.). Bereits die bloße Inanspruchnahme erfolgt von SchülerInnen höherbildender Schulen in relativ geringerem Ausmaß (vgl. ÖIBF S. 93/94) als von Seiten der Pflichtschüler/innen; das allerdings ist wohl durch institutionalisierte und obligatorische Formen der Bildungsinformation für Schüler/innen der Abschlussklassen der Pflichtschulen sowie der Polytechnischen Lehrgänge mitverursacht. Eine Untersuchung dahingehend, ob und in welchem Maße Informationseinrichtungen von SchülerInnen der verschiedenen Schultypen in einer *vergleichbaren* Situation in Anspruch genommen *würden*, existiert bislang nicht. Auch kann nicht davon ausgegangen werden, dass für alle diese Jugendlichengruppen Informationsmedien in einem vergleichbaren quantitativen wie auch qualitativen Maße verfügbar sind (zumindest für Österreich ist in dieser Hinsicht ein traditioneller Überhang zugunsten der Pflichtschüler/innen bzw. Pflichtschulabgänger/innen gegenüber den älteren SchülerInnen bzw. AbgängerInnen höherbildender Schulen zu diagnostizieren).

Ungeachtet dieser Einschränkungen ist davon auszugehen, dass zumindest hinsichtlich der Einstellung gegenüber Berufsinformation Unterschiede zwischen den SchülerInnentypen herrschen. Darüber hinaus belegt STEGMANN, dass diese Tendenz durch steigendes Herkunftsmilieu noch verstärkt werde:

„Insgesamt deuten diese Ergebnisse nur auf eine Bestätigung des absteigenden Teils der U-Kurve hin, d.h., dass ein eindeutiger negativer Zusammenhang zwischen sozialer Herkunft und dem Anteil der ‘Ratsuchenden’ besteht.“ (S.276)

Die Mehrzahl der verfügbaren Untersuchungen lässt den Schluss zu, dass Bedeutung der Berufsinformation von älteren, gebildeteren Jugendlichen für die Berufswahl tendenziell geringer eingeschätzt wird als von jüngeren und weniger gebildeten Jugendlichen. So konstatiert SANDBERGER für bundesdeutsche Abiturienten, dass „alles in allem eine kritische Einschätzung der verwendeten Informationsquellen als wenig hilfreich“ (S. 124) vorherrsche. Auch die Hilfestellung der Berufsberatung wird mehrheitlich nicht als sehr wertvoll eingeschätzt.

DINCHER (1987) liefert ergänzende Aussagen zur Informationssituation von Abiturienten insofern, als er nachweist, dass die Informationsaktivitäten der Schüler/innen auch mit zunehmendem angestrebtem Bildungsniveau abnehmen: Umgekehrt seien Schüler/innen, die kein Studium anstreben, wesentlich besser informiert als Studienanwärter. Der Anteil derjenigen, die sich sehr gut informiert fühlen, liegt bei den SchülerInnen ohne Studienwunsch

etwa dreimal so hoch wie unter Letzteren. Eine Ursache dafür sei die sehr schwache Inanspruchnahme der Berufsberatung durch die Studierwilligen (vgl. S. 36).

DINCHER belegt darüber hinaus auch, dass Berufsinformation - im Vergleich zum Zeitpunkt der erstmaligen Auseinandersetzung mit Fragen der Berufswahl - relativ spät wahrgenommen wird (die Hälfte der befragten Schüler gab an, sich bereits in der 10. Klasse oder sogar noch früher, ein weiteres Viertel, sich in der 11. Klasse damit auseinandergesetzt zu haben):

„Der erstmaligen Beschäftigung mit Berufswahlfragen hinkt die gezielte Informationssuche und -beschaffung zeitlich nach. Nur etwa jeder fünfte Schüler hat sich schon in der 10. Klasse oder früher berufliche Information verschafft. Die Mehrzahl der Befragten hat in der 11. (25,1%) und der 12. Klasse (36,5%) mit der gezielten Information begonnen. Immerhin jeder zehnte Schüler (10,4%) hat überhaupt noch keine Information eingeholt.“ (S. 41)

DINCHER sieht dadurch die entwicklungspsychologischen Ansätze in der Berufswahltheorie unterstützt:

"Erstens beginnt der Berufswahlprozess offensichtlich schon im Kindesalter, ist aber zweitens zunächst noch durch seine Realitätsferne gekennzeichnet. Erst im weiteren Verlauf des Prozesses werden aus den zunächst spielerischen, von Träumen und Wunschvorstellungen geleiteten Überlegungen durch Einbeziehung von außen eingebrachter berufskundlicher Informationen ernsthafte, realitätsbezogene Alternativen. (...) Dennoch: die zeitliche Lücke beträgt im Durchschnitt ungefähr 2 Jahre, eine Zeit, in der die Schüler ohne deutlichen Realitätsbezug, auf der Basis unzureichender berufskundlicher Kenntnisse in Wunsch- und Phantasievorstellungen verbleiben. (...) Auffallend ist, dass in der 12. Klasse gehäuft Informationsbemühungen einsetzen. (...) Der Großteil der Schüler wird also offensichtlich erst durch die Bereitstellung von Informationsmaterial und die Aktivität der Berufsberatung in den Schulen zu einer vertieften Beschäftigung mit Berufswahlfragen angeregt." (S. 42)

Im Anschluss an die weiter oben getroffene Funktionszuschreibung von Berufsinformation als „kommunikatives Feld“ ist somit ein weiteres Argument gefunden: Berufswahlvorgänge sind offensichtlich durch ein latentes Potential zur Auseinandersetzung mit der Thematik zu charakterisieren, das jedoch einer Anregung bedarf. Maßnahmen der Berufsinformation werden in vielen Fällen kaum Auswirkungen auf Entscheidungshandlungen bewirken, sie können aber der Thematik an sich den Raum geben, der ihr gebührt, d.h. ihr aus der Latenz in Formen der Manifestation verhelfen.

Die erwähnten bundesdeutschen Ergebnisse können durch österreichische Umfragedaten bestätigt und noch weiter ergänzt werden: Zunächst kann mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie die generelle Bedeutung der Thematik für Jugendliche belegt werden; das unterstützt entsprechende Ergebnisse einer Befragung österreichischer MaturantInnen:

„Wichtig sind die Bereiche Ausbildung und Beruf für die MaturantInnen allemal: 90% von ihnen geben an, dass für sie ersteres und 80%, dass zweiteres Themengebiet für sie hohe Bedeutung habe. Nur die 'Matura' selbst - die Befragung fand unmittelbar vor den Maturaterminen statt - und die Bereiche 'Freunde und Bekannte' haben ähnliche Bedeutung. 'Partnerschaft/Beziehung' rangiert deutlich hin-

ter `zukünftige Ausbildung`, Schlusslicht in der Wertigkeit der Themen ist die `politische Situation in Österreich`, an vorletzter Stelle werden `internationale Beziehungen` gereiht.“ (WISDOM 1993, S. 7)

Differenziert nach unterschiedlichen Gruppen zeigen sich stark unterschiedliche Einschätzungen hinsichtlich Fragen der Berufswahl und Berufsinformation. So weisen die Ergebnisse dieser Studie das höchste Zustimmungspotential zu Einrichtungen der Berufsinformation bei sehr jugendlichen Informationssuchenden aus; zunehmendes Alter und wachsendes Bildungsniveau bedingen offensichtlich in einem proportional umgekehrten Verhältnis skeptische Einstellung gegenüber sowie geringe Zufriedenheit mit den öffentlichen Informationsangeboten. Österreichische Maturanten zeigen sich hochgradig skeptisch gegenüber den Angeboten der Berufsinformation: Sowohl die Berufsberatung des Arbeitsmarktservice als auch die Schülerberatung an den Schulen werden durchgehend schlecht bewertet; das mediale Angebot - insbesondere die schriftlichen Informationsmaterialien - wird allerdings zumindest quantitativ in hohem Maße genützt. Als gering informiert schätzen sich selbst etwa 10% bis 20% der Maturanten ein (vgl. WISDOM, 1993, S2f.). Generell interessant sind diese Ergebnisse insofern, als sich zeigt, dass zwischen der Höhe der Informiertheit und der Sicherheit einer Entscheidung kein Zusammenhang nachgewiesen werden kann; insbesondere anhand der Schüler/innen und MaturantInnen zeigt sich diese Schere: weibliche Jugendliche machen in höherem Maße von allen Möglichkeiten der Berufsinformation Gebrauch und billigen dieser auch eine größere Bedeutung zu als männliche Jugendliche. Gleichzeitig zeigen sich weibliche Jugendliche in deutlich höherem Maße unsicher in Bezug auf ihre künftige Ausbildung und ihren angestrebten Beruf als ihre männlichen Kollegen.

3.4. Intervention durch Berufsinformationszentren - Aspekte der Evaluierung

Berufsinformationszentren sind den oben beschriebenen exogenen Einflussfaktoren - richtiger Einflussmöglichkeiten - im Berufswahlprozess zuzuzählen. Sie bieten ein spezifisches zusätzliches Informationsangebot zur Berufsberatung am Arbeitsamt, der SchülerInnenberatung durch Bildungsberatungslehrer, der Bildungsberatung durch Schulungsträger und Interessenvertretungen, der Berufsinformationsmesse u.a.m. Insbesondere sollen BIZ dem Prozesscharakter der Berufswahl eher gerecht werden als das die Beratung kann:

„Das vorherige Informationsangebot der Berufsberater beschränkte sich im wesentlichen einerseits auf einen oder mehrere persönliche Kontakte (in der Schule oder in Gruppen- oder Einzelgesprächen), in denen der Berufswähler informiert wird über seine Möglichkeiten in der Berufswahl und Fragen stellen kann, andererseits auf etliche schriftliche Informationsquellen, die den Schülern vor der Schulentlassung zur Verfügung gestellt werden. Die persönlichen Kontakte sind notgedrungen punktuell, auch wenn sie mehrmals zeitnah erfolgen, und können nicht immer dem Prozesscharakter beruflicher Entscheidungen gerecht werden. Für viele Fragen ist in dem Moment, in dem die Frage wichtig ist, kein Informant da. Zum anderen erfordert sowohl die Information über die Sprache als auch über

Schritträger ein Umsetzungs- bzw. Vorstellungsvermögen, das manche Personenkreise nicht mitbringen, die die Berufsberatung in Anspruch nehmen. Hier füllt das BIZ die Lücken - als Dauerangebot zur selbständigen Nutzung kann es individuell immer dann besucht werden, wenn das Interesse an Berufswahlfragen da ist, und es bietet neben den schriftlichen Informationen ein großes Angebot an audiovisuellen Medien, die Informationen anschaulicher und damit leichter verständlich vermitteln können.“ (LOHMANN S.126)

BIZ haben aber nicht nur Sammlungs- und Ausstellungscharakter, sie sind auch ein Podium für Veranstaltungen und ein Zentrum der Kommunikation der verschiedenen in Ausbildungs- und Berufswelt involvierten Gruppen; das Kriterium ihrer Leistungsfähigkeit ist eine Kombination von Verständlichkeit *und* Vollständigkeit, das Maß ihrer Qualität ist Verständlichkeit *trotz* Vollständigkeit.

Versucht man sich den spezifischen Einflussmöglichkeiten von Berufsinformationszentren weiter zu nähern, ist notwendigerweise zwischen zwei Perspektiven zu unterscheiden: der Sicht der Institution (wirkungsorientiert) und der Sicht der Informationssuchenden (nutzenorientiert). Während der zweite Aspekt bislang eher wissenschaftliches Neuland bedeutet, sind interventionspolitische Maßnahmen seit einigen Jahren (vgl. oben) Ziel von Evaluierungsprojekten.

Zumeist wird dabei allerdings „Wirkung“ im Zuge der wissenschaftlichen Operationalisierung drastisch reduziert: Auf das Ausmaß quantitativer Inanspruchnahme - die oft zitierte „Abstimmung durch die Füße“ (z.B. FRANKE 1988, S.1677) - oder Wirkung wird implizit gleichgesetzt mit der Messung von Zufriedenheit.

Trotz verschiedener faktischer Einschränkungen bezüglich der Messbarkeit von Wirkung (vgl. LANGE 1981, S.12) gibt es durchaus erklärungsfähige Konzepte über Wirkungszusammenhänge. So versuchte LANGE (1981) Wirkungsmöglichkeiten von Berufsinformation in Form analytischer Einheiten dem Berufswahlprozess zuzuordnen und bietet damit ein empirisches Pendant zum oben angeführten theoriezentrierten Entwicklungskonzept:

„Bezogen auf die Entscheidungsprozesse der Berufswähler, die den zentralen Bezugspunkt der Beratungsprozesse ausmachen, lassen sich Wirkungen in den folgenden analytisch trennbaren Bereichen feststellen:

- den Einschätzungen, Werthaltungen, Meinungen, Urteilen und Vorurteilen, die insgesamt den sozial-emotionalen Bereich abdecken und als evaluative Entscheidungsprämissen bezeichnet werden können,
- den Kenntnissen und Wahrnehmungen der schulischen und beruflichen Möglichkeiten, die den sachlich-fachlichen Bereich abdecken und auch als kognitive Entscheidungsprämissen bezeichnet werden können,
- den konkreten Verhaltensweisen und Handlungen, die als Resultat evaluativer und kognitiver Prämissen unter Berücksichtigung situativer Bedingungen und deren Antizipation entstehen und den pragmatischen Bereich abdecken.“ (LANGE 1981, S.5/6)

In welchem Umfang die Maßnahmen der Berufsinformation die angestrebten Ziele erreichen bzw. in welchem Umfang sie nicht vorhergesehene Folgen zeitigen, hängt wesentlich von den Bedingungen ab, unter denen sie eingesetzt werden; hierzu gehören nach LANGE

„insbesondere

- die personalen Dispositionen und Eigenschaften der Adressaten und des Beratungspersonals,
- die situativen Bedingungen, unter denen die Orientierungs-, Beratungs- und Vermittlungsinteraktionen ablaufen,
- die organisatorisch-administrativen Vorgaben etwa der Arbeitsämter und Schulen, die die Interaktionssituation strukturieren, sowie nicht zuletzt
- die wirtschaftliche Situation am Ausbildungs- und Arbeitsstellenmarkt und die Angebots-Nachfragerelationen im Bereich der weiterführenden Schulen.“ (vgl. ebd.)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Wirkungschancen von Informationsmaßnahmen in Bezug auf die Bildungs- und Berufswahl entgegen den Vorstellungen strikt rationalistischer Entscheidungskonzepte nicht nur auf Handlungsebene, sondern auch im emotionalen Bereich bestehen. Determiniert ist solche Intervention durch die inhaltliche Qualität der Information, die Organisation und das Personal der Informationseinrichtungen, die Verfassung der Ausbildungs- und Berufswelt sowie die Persönlichkeit der potentiellen Adressaten der Information.

In diesem Bereich erweitern neuere Konzepte die traditionelle Wirkungsforschung: Die Adressaten werden nicht als Objekte der Information interpretiert, sondern vielmehr als aktiv handelnde Subjekte, die selbst Einfluss auf die Information nehmen. Information ist weniger als eine vom Adressaten isolierte Entität zu verstehen, die ausschließlich ihren eigenen, autonomen Kriterien (Vollständigkeit, Aktualität u.ä.) gehorcht, sondern sie wird vom Adressaten (Stichwort: Selektion in Wahrnehmungsprozessen) mitgestaltet:

„Sowohl die von IRLE (1975) reformulierte Theorie der kognitiven Dissonanz als auch das konflikttheoretische Entscheidungsmodell von JANIS u. MANN (1977) weisen darauf hin, dass in der Phase vor der Entscheidungsrealisierung selektives Informationsverhalten auftreten kann, das sich in der verstärkten Suche nach erwartungskonformen und im Meiden erwartungsdiskrepanter Informationen äußert. Selektive Informationssuche wird vor allen Dingen dann erwartet, wenn Personen den Kreis der Alternativen schon auf einige wenige Möglichkeiten eingegrenzt haben.“ (PAUL 1984, S. 35)

Die Motive für dieses Verhalten werden unterschiedlich erklärt - als Streben nach kognitiver Konsonanz (FESTINGER) oder als Vermeidungsstrategie von Angst und Schuldgefühlen (JANIS u. MANN):

„Defensives Vermeiden von erwartungsdiskrepanter Informationen ist demnach darauf zurückzuführen, dass der Entscheidungssuchende sich nicht länger der Furcht vor antizipierten, möglicherweise schwerwiegenden Verlusten stellen will.“ (zit. nach PAUL 1984, S. 37)

Die Bedeutung von Berufsinformation wird daher nur sekundär vom „bloßen“ Bereitstellen von Information determiniert, primär aber vom Informationsverhalten - Bedarf, Auswahl und

Verarbeitung - der Berufswähler. Bedeutsamer als quantitative Versorgung ist daher das Klima, innerhalb dessen sich Berufswahl ereignet; Informationspolitik sollte, ohne Fragen der Produktion und Distribution aus organisatorischer Sicht außer acht zu lassen, die Informationsnachfrage anregen. *Bedarfsgerechte* Informationsversorgung wird somit zum Kriterium für die Entscheidungsgüte:

„Informationsversorgung und Informationsnachfrage sollten idealerweise in einem ständigem Interaktionsprozess stehen, wobei die Versorgung an der Nachfrage orientiert sein sollte. In diesem Sinne wird von der Steuerungserklärung der Informationsnachfrage gesprochen. Die Nachfrage nach Informationen signalisiert gleichzeitig, dass noch Kapazitäten zu deren Aufnahme und Verarbeitung frei sind. Die kapazitätsgerechte Informationsversorgung ist demnach wesentlich an der Effizienz von Entschlüssen beteiligt (Kapazitätserklärung der Informationsnachfrage).“ (PAUL 1984, S.11/12)

Berufsinformationszentren scheinen mehr als andere Institutionen als Orte solcher Interaktion geeignet; in diesem Zusammenhang scheinen folgende Thesen relevant:

1. vom Umfang der bereitgestellten Information ist ein direkter Schluss auf deren Wirkung/Nutzen unzulässig;
2. Informationsbedarf und Verarbeitungskapazitäten der KundInnen determinieren die Leistungsfähigkeit der Informationsleistung;
3. die Kenntnis der Dispositionen der KundInnen ist strukturellen Anforderungen der Informationsbereitstellung zumindest gleichwertig.

Nutzen- bzw. Wirkungsmöglichkeiten der Berufsinformationszentren sind daher nicht zuletzt Funktionen ihrer KundInnenstruktur: Subjektiv kann Wirkung - ohne Anspruch auf Vollständigkeit - gleichermaßen einen Aspekt eines rationalen Entscheidungsaktes, einen der Verhaltensbeeinflussung, einen der Stärkung der Entscheidungssicherheit, aber auch einen der Erschütterung von Sicherheit (bzw. Verunsicherung) bedeuten (vermutlich aber ein ganzes Bündel dieser Einzelaspekte beinhalten). Ob und in welchem Maße solche Wirkung a) erkannt und b) dann, unter Umständen als Nutzen interpretiert wird, ist subjektabhängig.

Zumindest *Wirkung* kann durch die Ergebnisse dieser Untersuchung für die Berufsinformationszentren belegt werden: es ist von mindestens fünf Prozent der BIZ-Besucher/innen auszugehen, die für sich direkte Verhalten beeinflussende Folgen aus ihrem BIZ-Besuch ableiten. Dass diese Tatsache auch als Nutzen interpretiert wird, kann für diese Gruppe angenommen werden. Umgekehrtes kann für die große Gruppe derjenigen vermutet werden, die sich mit der Informationsleistung der Berufsinformationszentren zufrieden zeigen: hier kann subjektive Nutzenzuschreibung vermutet werden, ob Wirkung damit verbunden ist, bleibt dagegen fraglich. Als dritte Variante sei an dieser Stelle auf einen ebenfalls nicht unbeträchtlichen Anteil der Besucher/innen hingewiesen, der „Verunsicherung“ als Folge des BIZ-

Besuches angibt; hier mag zwar aus entscheidungstheoretischer Sicht Wirkung festgemacht werden, aus subjektiver Sicht ist in diesen Fällen eine Nutzenzuschreibung wohl eher zweifelhaft.

Es scheint aus diesen Gründen angebracht, über die Wirkungsdiskussion hinaus, nach einigen Kriterien für objektiven *Nutzen* der Berufsinformationszentren zu suchen. Von objektivem Nutzen wäre z.B. dann zu sprechen, wenn die Informationsleistungen der Berufsinformationszentren in dieser Form entweder ausschließlich im Rahmen dieser Institution erbracht werden und/oder die Aufwendungen die von Informationssuchenden erbracht werden müssen, um an gleichwertige Informationen zu gelangen, zumindest gleich hoch sein müssten. Von objektivem Nutzen ist auch dann zu sprechen, wenn es den BIZ gelingt, neben der reinen Weitergabe von Informationen, durch ihre Mitwirkung an einem „informationsfreundlichen Klima“ für Berufswahlprozesse sich als berufskundliche Zentren zu etablieren.

Wie weiter unten gezeigt wird, bestehen für ein solches Klima optimale Voraussetzungen: Kaum ein anderer Themenkreis kann für sich ein solches Maß an Aufmerksamkeit eines vorwiegend jugendlichen Publikums in Anspruch nehmen, wie Fragen der Bildungs- und Berufswahl. Anders formuliert: es existiert ein extremer Nachfragemarkt.

Dadurch aber eröffnen sich Nutzen-Aspekte, die bislang in dieser Form - mangels Unterlagen (genauer: einer entsprechenden Marktanalyse) - noch nicht zu realisieren waren: Institutionen, die in qualifizierter Weise in der Lage sind, dieses extrem hohe Interesse zu befriedigen, können dadurch beachtenswerte PR-Resultate für sich selbst erwarten. Das österreichische Arbeitsmarktservice - in seiner 1994/95 neu konzipierten Organisationsform - findet dadurch hervorragende Voraussetzungen vor.

Damit wird ein weiterer Aspekt im Zusammenhang mit der Wirksamkeit von Berufsinformation angesprochen: der einer ökonomischen Kosten-Nutzen-Relation.

Es sollen daher im Anschluss einige theoretische Aspekte insbesondere der volkswirtschaftlichen Argumentation und möglicher Kriterien einer ökonomischen Bewertung angeführt sowie einige Modellrechnungen und Versuche einer Schätzung dieser Relation für die Berufsinformationszentren beschrieben werden.

Als gesichert kann angenommen werden, dass ökonomischen Aspekten im Zusammenhang mit Berufsinformation in Zukunft in zunehmender Weise Bedeutung zukommen wird und dass über Preis-Leistungs-Verhältnisse neue Grundlagen institutioneller Legitimität mitbestimmt werden. Damit sind vor allem Fragen nach wünschenswerten Relationen bzw. nach Möglichkeiten einer Optimierung der entsprechenden Verhältniszahlen angesprochen; damit ist aber im Extremfall durchaus auch die Hinterfragung der grundsätzlichen Existenzberechtigung institutioneller Berufsinformationsinformation gemeint. Eine entsprechende Diskussion und Analyse ist mit Öffentlichkeitswirkung sowohl organisationsextern als auch organisati-

onsintern zu führen. Während dabei über Kosten-Nutzen-Argumente nach außen die Aufwendungen, die für die Berufsinformationszentren von der öffentlichen Hand zu leisten sind, zu rechtfertigen sind, kommt dieser Relation in der internen Argumentation eine Schlüsselrolle zu: es gilt zu belegen, dass die Leistungen der Berufsinformationszentren deren „privilegierte Situation im Vergleich zur sonstigen Arbeit im AMS“ rechtfertigen.

3.5. Zur Kosten-Nutzen-Relation von Berufsinformation

„Komplexe Entscheidungsprobleme wie die Berufswahl können immer nur interaktiv gelöst werden. Das heißt aber auch: Sie benötigen Zeit; Bereitstellung und Nutzung des Informationsangebotes verursachen Kosten. Diese Kosten sind - vergleicht man sie mit den Kosten einer fehlerhaften, nur unzureichend vorbereiteten Berufsentscheidung jedoch gering. Berufsinformation zum Nulltarif aber kann es nicht geben.

Wenn wir aber bedenken, dass Schule und alle möglichen Bereiche der Berufsberatung gegen die Entwicklungen im Beschäftigungssystem nur wenig auszurichten vermögen, so muss doch der gesellschafts- und bildungspolitische Anspruch erhoben werden, alles nur mögliche zu tun, um berufliche Selbstverwirklichung des einzelnen zu ermöglichen. Dies ist Aufgabe der Bildungspolitik als auch der reflektierenden und beratenden pädagogischen Reflexion.“ (EGGER 1991, S.33)

Wiewohl der Fragenbereich ökonomischer Kosten-Nutzen-Relation speziell unter Gesichtspunkten sparsamen Umgangs mit Ausgaben von höchstem Interesse ist, zeigen sich schon bei ersten Annäherungen die großen Schwierigkeiten, mit denen eine solche Analyse der Institution BIZ konfrontiert ist: In diesem Ausmaß überraschend ist die Unkenntnis darüber, in welchen Größenordnungen betriebswirtschaftlich fassbare Kosten für die Berufsinformationszentren anfallen. Mit Ausnahme der weiter unten angeführten Daten sind offizielle Unterlagen nicht verfügbar, und offenbar wurde bislang der durchaus mühevollen Versuch unterlassen, die über verschiedenste Bereiche verteilten Kosten in einer einheitlichen Aufstellung zusammenzuführen. Kosten werden nur in wenigen Fällen direkt den BIZ zugeordnet, sondern finden sich eher in den Kostenstellen der Regionalen Geschäftsstellen und Landesgeschäftsstellen. Es würde einer eigenen - und überaus umfangreichen Arbeit bedürfen - für alle BIZ im Einzelnen eine solche Aufstellung zu schaffen. Für unsere Thematik soll damit das Auslangen gefunden werden, die jährlichen Kosten eines großzügig dimensionierten und eines kleinen BIZ annähernd abzuschätzen und diese auf die Gesamteinstitution „hochzurechnen“. Verteilt auf die Anzahl der KundInnen ergibt sich daraus eine Kennzahl, die Auskunft darüber gibt, was in etwa eine „Informationseinheit“ kostet. Eine solche Informationseinheit wiederum ließe sich in Zukunft noch weiter operationalisieren: Aussagen bezüglich der Dauer des Aufenthalts, der Art und des Umfangs der Mediennutzung u.ä.m. lassen sich beschreiben. Unter Umständen könnten dann die Kosten einer solchen Einheit vergleichbaren Leistungen anderer Institutionen gegenübergestellt werden.

Was ist von der folgenden Analyse *nicht* zu erwarten? Vor allem: Monetär bewertete Auskünfte darüber, was die Informationsangebote der Berufsinformationszentren volkswirtschaft-

lich gesehen Kosten und Nutzen (zu betriebswirtschaftlichen Kostenaspekten werden dagegen, ausgehend von der verfügbaren Datenlage, einige Kostenschlüssel entwickelt); die Ursache für das Fehlen entsprechender Rechnungen (hier werden vor allem Modellrechnungen angestellt) liegt mikroökonomisch am unzureichenden Ausgangsmaterial (Fehlen einer umfassenden Kostenstellenrechnung); makroökonomisch liegt sie in Unzulässigkeit, Aspekte wie Vollbeschäftigung, Arbeitslosigkeit ursächlich mit Berufsinformation in Zusammenhang zu bringen sowie in den bereits beschriebenen Schwierigkeiten „erfolgreiche Berufswahl“ als Folge von Berufsinformationsmaßnahmen zu definieren und zu bewerten. Solche ökonomische Bewertung wäre allenfalls mit hochgradigen Einschränkungen anhand der Folgen missglückter, erfolgloser Berufswahl denkbar (z.B. Kosten für Umschulungsmaßnahmen, Versicherungsleistungen, Ausbildungsabbrüche, Berufskrankheiten u.v.a.m.); eine dafür notwendige, präzise Ursachenanalyse dieser Fehlfunktionen existiert jedoch bislang ebenso wenig wie entsprechende volkswirtschaftliche Bewertungen. Was hier angeboten werden kann, sind einige Ansätze für eine Bewertung der Institution Berufsinformationszentrum selbst (die im Bedarfsfall mit Zahlenmaterial ausgefüllt werden können). Vor allem aber sollen damit Argumente und Kriterien einer ökonomischen Analyse in die Diskussion der Thematik Berufsinformation eingeführt werden.

Die folgende Analyse verzichtet auf allzu theoretische Abhandlungen und verweist an Stelle dessen auf die Grundlagen- und Sekundärliteratur, die zu den einzelnen Ansätzen sehr ausführliche Beschreibungen anbietet. Zu Beginn wird auf die Rolle der Berufswahl für einzelne Individuen näher eingegangen. Dabei sollte vor allem die Bedeutung innerhalb des Lebenszyklusmodells herausgestrichen werden. Der folgende Abschnitt gibt das Schema einer *black box* wieder, ein Schema, das gewählt wurde, um den Informationsweitergabeprozess vereinfachend darzustellen. Weiters werden erstmals die Begriffe Kosten und Nutzen im Zusammenhang mit den Berufsinformationszentren erörtert.

Der folgende umfangreichste Teil stellt wirtschaftstheoretische Grundlagen einer möglichen Projektbewertung dar. Zuerst werden dabei Kosten- und Nutzenarten unterschieden und der Institution Berufsinformationszentrum zugeordnet. Außerdem wird das Prinzip der Diskontierung erläutert, das angesetzt wird, um die Wahl zwischen den Möglichkeiten „öffentliche Bereitstellung“ und „Marktmechanismus/private Bereitstellung“ zu erleichtern.

Im Kapitel zur Nutzenmessung wurden zwei Modelle einer gesamtwirtschaftlichen Nutzenbewertung ausgewählt. Es handelt sich dabei um die „Konsumentenrente“ als soziales Wohlfahrtsmaß sowie um eine sogenannte „Transaktionskostenanalyse“. Beide können unabhängig voneinander zur volkswirtschaftlichen Nutzenmessung herangezogen werden. Einige makroökonomische Ansätze sollen nochmals belegen, warum für diesen Themenbereich nur mikroökonomische Analysen angemessen scheinen. Im nächsten Abschnitt wird auf die Effi-

zientzkriterien eingegangen, die gelten müssen, um die Berufsinformationszentren auch „sozial optimal“ einzusetzen. Zu erweitern wären diese Kriterien noch durch eine Standortanalyse, die die Verteilung der Informationszentren aufgrund von Nachfragestrukturen vorgibt. Vorschläge zur Verbesserung des Angebots für Fälle, in denen Kapazitätsengpässe auftreten können und die Argumente der Verbundvorteile bilden den Abschluss dieser Analyse. Sie geben einige kurz- und mittelfristige Verbesserungsvorschläge wieder, die allesamt Effizienzsteigerungen des Angebots und Ressourcenersparnisse und somit Nutzenerweiterungen bzw. Kostensenkungen bewirken können.

3.5.1. Berufswahl in der Lebenszyklustheorie

Eine Berufswahlentscheidung ist ein wesentlicher Aspekt in den vielen wirtschaftlichen Entscheidungen, die ein Mensch im Laufe des Lebens trifft. Deshalb muss diesem Umstand auch in der ökonomischen „Lebenszyklustheorie“ ein angemessener Stellenwert zugedacht werden. Diese Theorie befasst sich hauptsächlich mit der individuellen Planung des Lebens Einkommens und dessen Verwendung für den Lebenskonsum. Dabei werden die langfristigen Entscheidungen über gegenwärtige und zukünftige Einnahmen, Ausgaben und Vermögen, etwa einer Familie, gegenübergestellt. Neben der Verwendung von Geldmitteln für Konsumgüter des Alltags (Essen, Wohnen, Transportmittel, etc.) gilt das besondere Interesse dem Sparen für Bildungsinvestitionen in die Jugend und Versicherung (für Krankheit, Pension und mögliche wirtschaftliche Not). Auf der Einnahmenseite stehen die Faktoren Arbeit, Humankapital, Erbe und Vermögensanlageverzinsung.

An dieser Stelle beschäftigt uns allerdings nur der Aspekt Arbeit. Arbeit ist nicht nur eine gesellschaftliche Verpflichtung, sondern, und vor allem, Basis für eine materielle Absicherung und Verbesserung der Lebenssituation. Diese Argumentation wurde bewusst gewählt, weil schließlich auch die Beschäftigung mit dem unmittelbaren Umfeld (z.B.: durch eine Wohnungsrenovierung) zu einer subjektiven Verbesserung der Lebenssituation führen kann.

Die Berufswahl erhält in diesem Zusammenhang besondere Bedeutung. Denn sie wird für jedes Individuum zu einem Optimierungskriterium.

Weiter oben wurde begründet, dass die Begriffe „erfolgreiche“ bzw. „erfolglose“ Berufswahl nicht wirklich objektiv gefasst werden können und schon gar nicht in einer ökonomisch-theoretischen Weise. Und auch gar nicht sollen. Jedem Individuum soll die unangetastete Freiheit zustehen, Fehler selbst zu begehen, soweit sie niemandes Anderen Grundrechte verletzen. Das einzige, was der Gesellschaft erlaubt ist zu tun ist: Einblicke zu gewähren; Gefahren aufzuzeigen; objektive Beurteilungen zu versuchen; Schulungen anzubieten; er-

folgreiche Strategien zu forcieren; Misserfolge aufzufangen und Lösungsvorschläge für eine Verbesserung anzubieten.

Diese Aufgabenbereiche treffen weitgehend auf die Zielvorgaben der Institution BIZ zu. Die folgende wirtschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse der BIZ befasst sich daher nicht mit den Folgen einer Informationsgewinnung durch BIZ-Besuche für die BIZ-KundInnen, sondern einzig mit der Existenz der BIZ als potentielle Informationsträger und (was noch viel wichtiger ist, als) Informationsübermittler. Es werden also nicht Aspekte der Informationsnachfrage bewertet, sondern die Angebotsseite.

3.5.2. Black-Box-Modell

Die Kosten-Nutzen-Analyse kann auch als Input-Output-Analyse verstanden werden. Diese ermöglicht eine weniger komplizierte Betrachtungsweise: Angenommen sei, die Institutionen zur Berufsinformation seien wie eine *große schwarze Schachtel* („black box“) mit 2 Löchern aufzufassen. Alle Informationen, die ins eine Loch eingeworfen werden, erzeugen genau einmal Aufwand und sollen als *Einlage* („input“) verstanden werden. Und was aus dem anderen Loch als verwertbare Information entnommen werden kann, ist der *Auswurf* („output“).

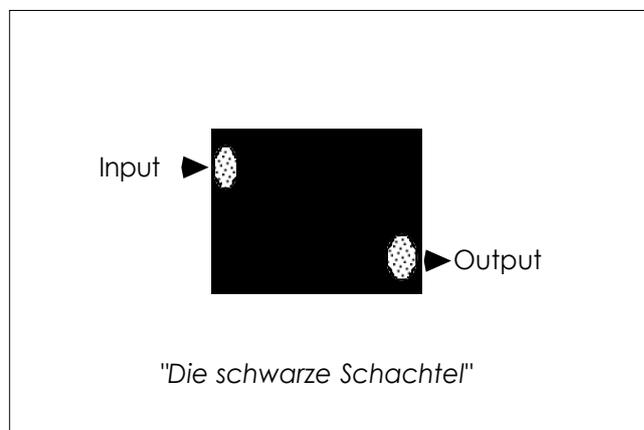


Abb.1

Als ein Effizienzkriterium kann nun eine Gegenüberstellung von Einlage und Auswurf herangezogen werden. Es wird also hinterfragt, in welchem Umfang Einlagen erfolgen und wieviel von der „adressierten“ Information auch tatsächlich den Adressaten/die Adressatin erreicht (Quantitätskriterium) und subjektiv „richtig verstanden“ wird (Qualitätskriterium).

Dieses Schaubild wurde ausgewählt, um genauer festlegen zu können, was den Kosten zugerechnet werden soll und was den endgültigen Nutzen der BIZ darstellt.

Kosten:

Diese werden verursacht durch „Ankauf“ der Inputs (z.B.: Immobilien, technische Ausstattung, Informationsbeschaffung, Büromaterial, etc.). Weiters entstehen Kosten auch *in* der schwarzen Schachtel, im Rahmen der Informationsaufbereitung und -weitergabe (z.B.: Personal, Weiterbildung, variable Betriebskosten, Werbung, Reisekosten, Gastvorträge, etc.). Weiters zu berücksichtigen sind die *Opportunitätskosten*. Darunter versteht man diejenigen Nachteile, die eintreten, weil die Ressourcen, die für die BIZ eingesetzt werden, in anderen Projekten gesamtwirtschaftlich effizienter wären, dort jedoch nicht zur Verfügung stehen.

Nutzen:

Der (direkte) Gesamtnutzen ergibt sich aus den vielen individuellen Nutzen aller Besucher/innen. Jener wird hier mit Output gleichgesetzt (und ist sehr stark von der Qualität der Information und der Verständlichkeit ihrer Wiedergabe abhängig). Weiters ergibt sich auch noch ein indirekter volkswirtschaftlicher Nutzen aus der Existenz der BIZ. Dazu wird etwa die ökonomische Bedeutung eines Berufsinformationszentrums als Arbeitgeber und Konsument gezählt.

3.5.3. Anwendung der Theorie der Kosten-Nutzen-Analyse von öffentlichen Leistungen auf die Berufsinformationszentren

In diesem Abschnitt wird versucht, eine systematische Analyse der Bedeutung von BIZ in einer Volkswirtschaft anhand des Kosten-Nutzen-Verhältnisses zu beschreiben. Dazu wird in der Abfolge der Argumentation ähnlich wie bei MUSGRAVE/MUSGRAVE/KULLMER (1994) vorgegangen. Detaillierte Beschreibungen der theoretischen Ansätze können somit auch dort nachgelesen werden.

Zuerst bedarf es allerdings einiger Begriffsklärungen:

Bei der - von einem BIZ angebotenen Berufsinformation - handelt es sich um eine typische Form der öffentlichen Bereitstellung *privater Güter*. Das Angebot an privaten Güter ist üblicherweise durch ein ausgeprägtes Preis-Leistungsverhältnis ausgezeichnet, das dadurch charakterisiert ist, dass nur eine Bezahlung der Güter bzw. Leistungen auch ihre Konsumation erlaubt (z.B.: Ware im Kaufhaus). Ein wesentliches Charakteristikum privater Güter ist also, dass andere Personen vom Konsum ausgeschlossen werden können. In praktischer Abgrenzung dazu stehen die sogenannten *öffentlichen Güter*. Die Definition von STIGLITZ (1986) lautet:

„Reine öffentliche Güter haben zwei charakteristische Eigenschaften. Erstens ist es *nicht möglich*, ihren Verbrauch zu rationieren, zweitens ist es auch *nicht wünschenswert*.“

Als Beispiel für ein „öffentliches Gut“ sei hier die Landesverteidigung angeführt. Private Güter werden dann öffentlich bereitgestellt, wenn verteilungspolitische Aspekte zum Tragen kommen (also niemand vom Konsum ausgeschlossen werden soll). Schulbildung etwa ist ein typisches Beispiel für ein öffentlich bereitgestelltes privates Gut. Die verteilungspolitische Idee dahinter ist, dass Bildung nicht von der materiellen Ausstattung der Familie abhängen darf. Die Frage, ob dieser Anspruch in unserer Gesellschaft auch verwirklicht ist, bleibt dabei zunächst hintangestellt (Stichwort: Nachhilfeunterricht). So ist auch Berufsinformation als ein öffentlich bereitgestelltes, privates Gut zu definieren. Wie auch später im Abschnitt „Transaktionskosten“ weiter ausgeführt wird, führen individuelle Informationserkundigungen zu erheblichen privaten und volkswirtschaftlichen Kosten.

3.5.4. Nutzen- und Kostenarten

Direkte versus indirekte Kosten und Nutzen:

Direkte Kosten und Nutzen ergeben sich unmittelbar aus den Projektzielen. Indirekte Kosten und Nutzen dagegen sind „Abfall- und Folgeprodukte“. Beispiele dafür sind etwa die Umweltverschmutzung durch industrielle Produktion oder aber technische Innovationen im Alltag als Nebenprodukt einer nachhaltigen Rüstungsentwicklung oder der Raumfahrt.

Indirekter Nutzen einer öffentlichen Berufsberatung könnte entstehen, wenn die angesammelten Informationen zu den diversen Berufsbildern auch mittelbar zu einer Anwendung im allgemeinen Bildungsauftrag des Staates führen. MUSGRAVE et al. (1994) dazu:

„Zwar mag die Herausarbeitung der indirekten Nutzen schwierig sein, trotzdem sollten sie mitberücksichtigt werden.“ (S.192)

Tangible versus intangible Kosten und Nutzen:

Unter tangiblen Kosten und Nutzen versteht man diejenigen, denen man einen Marktpreis zurechnen kann. Solche ohne Marktpreise werden als intangibel bezeichnet.

Hier wird eine Anwendung auf die Berufsinformation ein wenig schwieriger. Der Nutzen ist intangibel, weil der Wert einer Information immer nur subjektiv, also von jedem Menschen persönlich, beurteilt werden kann. Auch gibt es keinen Markt für Information mit entsprechenden Preisschildern, die einen Nutzenparameter abgeben könnten. Die Kosten des Anbieters dagegen sind an sich tangibel, da Informationsansammlung und -weitergabe mit bestimmten Personal-, Raum- und Sachkosten verbunden sind. Allerdings bedarf es dafür einer genauen Aufschlüsselung des Aufwands. Bisher konnten die BIZ in Österreich eine solche nicht anbieten. Dazu wieder MUSGRAVE et al. (1994):

„Wenn auch intangible Kosten und Nutzen schwieriger zu messen sind, so sollten sie doch in die Analyse einbezogen werden.“ (S.192)

Intermediäre versus finale Kosten und Nutzen:

Bringt ein Projekt unmittelbaren Nutzen, so ist dieser ein sogenannter finaler Nutzen. Geht der erzeugte Nutzen allerdings in ein anderes Produkt ein, so wird er als intermediär bezeichnet.

Institutionen der Berufsinformation können beide Ausprägungen annehmen: Zum einen sind sie - idealerweise - einfach erreichbare Auskunftsstelle und bieten als finales Gut „spezielle Information“ an, deren Beschaffung durch jeden Einzelnen zu erheblichen Aufwendungen führen würde (dieser Aspekt wird später im Rahmen der Nutzenmessung noch näher behandelt). Andererseits aber ist die Information selbst nur ein intermediäres Gut, weil sie erst durch ihre Anwendung in einer Berufsentscheidung Nutzen bringen kann.

3.5.5. Diskontierung

Die Auswahl einer Diskontrate ergibt ein weiterführendes Wirtschaftlichkeitskriterium für Investitionen. Im privaten Sektor soll eine Diskontrate so gewählt werden, dass sie der Zeitpräferenz der Konsumenten entspricht. Sie gibt darüber Auskunft, wie sich der Konsum von Leistungen in Gegenwarts- und Zukunftskonsum aufteilt.

Es gibt aber einige Gründe, nicht diese „private“ Diskontrate zur Bewertung von Investitionen heranzuziehen, sondern eine „soziale“. Diese umschreibt im weiteren Sinn eine staatliche Vormundschaft in bestimmten Bereichen, in denen angenommen wird, dass sich Individuen, wenn sie nicht einer Verpflichtung eingebunden werden, sich privat in schlechtere Ausgangssituationen und gesamtwirtschaftlich in pareto-ineffiziente Zustände begeben.

In diesen Zusammenhang passen vor allem die Schulbildung und die damit verbundenen Verpflichtungen. Und zu letzteren ist auch die Weitergabe von Berufsinformationen zu zählen.

Vor allem folgende Argumente können für entsprechende Verpflichtungen der Staatsbürger in Form sozialer Diskontraten herangezogen werden:

1. Argument: Individuen sind kurzsichtig. Angewendet auf eine öffentliche Berufsinformation könnte man feststellen, dass die Menschen die Bedeutung einer besseren Informiertheit unterschätzen. Unter Umständen bedarf es auch einer Verunsicherung bereits getroffener Entscheidungen, um neuerliche Überlegungen anzuregen. Daher sollte es eine Verpflichtung des Staates geben, durch gute Qualität und Aufbereitung der Information das nötige Interesse zu wecken. Es ist daher eine soziale Diskontratte zu wählen, die höher als eine private liegt.

2. Argument: Individuen denken nur egozentrisch und kaum an die nachfolgenden Generationen. Die Berufsinformation muss daher staatlich bereitgestellt werden, weil private Initiativen entsprechende Aufgaben in zu geringem Maße oder überhaupt nicht anbieten.

3. Argument: Es gibt Individuen, die sich um die nachfolgenden Generationen sorgen, alleine aber keine entscheidenden Hilfen bieten können. Auch hier tritt der Staat als Vertretung für die Gemeinschaft ein.

4. Argument: Geht man von der goldenen Regel aus, derzufolge sich jede Generation gegenüber der nachfolgenden so verhalten sollte, wie sie es von der vorhergehenden erwartet hat, so sollte man genau diejenige soziale Diskontratte wählen, die zu einem Wirtschaftswachstum führt, das genau dem Bevölkerungswachstum entspricht.

Alle angeführten Punkte liefern Argumente dafür, dass die soziale Diskontratte eines Projektes im Bereich der „Berufsinformation“ vermutlich höher ausfallen wird, als eine private. Die entsprechende soziale Diskontratte erfordert zwar ein höheres Investitionsniveau, vergrößert damit aber auch den Gegenwartswert des Nutzens.

3.5.6. Nutzenmessung

Im Rahmen dieser Analyse werden zwei verschiedene Methoden zur volkswirtschaftlichen Nutzenmessung der BIZ herangezogen.

Als erste wurde dafür die Argumentationsmöglichkeit über die sogenannte „Konsumentenrente“ gewählt. Als soziales Wohlfahrtsmaß wird dabei die maximale Zahlungsbereitschaft der Konsumenten verwendet. Sie soll beschreiben, welche Vorteile Konsumenten aus einem, in diesem Fall kostenlos, zur Verfügung stehenden Angebot an Information erzielen können. Die Grundlagen zu dieser Analyse wurden unter anderem aus der Monopoltheorie (SCHUMPETER 1939; NICHOLSON 1972, 1985; FINSINGER 1991) entnommen.

Die zweite Annäherung erfolgt über eine „Transaktionskostenanalyse“. Sie beschreibt, welche gesamtwirtschaftlichen Kosten anfallen würden, wenn keine Institution BIZ existieren würde, beziehungsweise ihre Existenz den Ratsuchenden nicht bekannt wäre.

Es wurden in dieser Studie also zwei mikroökonomische Ansätze für eine Bewertung der BIZ gewählt. Damit würde sie sich der Kritik aussetzen, ungenügende makroökonomische Argumente geliefert zu haben. Um dem vorzugreifen, werden die Gründe für die Wahl mikroökonomischer Ansätze weiter unten, zusammengefasst als „Makroökonomische Ansätze“ angeführt.

Einschränkung:

Implizite Annahme aller dieser ökonomischen Argumente ist, dass Berufsinformation an sich nützlich ist, dass Wirkungen dieser Einrichtungen zumindest möglich sind. Die grundsätzliche Bedeutung - oder noch weitergehend Notwendigkeit - von Information für den Berufswahlprozess wird hier vorausgesetzt.

3.5.6.1. Konsumentenrente

In diesem Ansatz wird die Frage gestellt: „Wie viel könnte die öffentliche Hand von den Konsumenten bzw. Ratsuchenden an Gebühren für die Informationsleistung der Berufsinformationszentren einheben, ohne dass die Ratsuchenden schlechter gestellt werden, als in einer Situation, in der keine Berufsinformationszentren angeboten werden?“.

Um der Antwort auf diese Frage näher zu kommen, ist zunächst von der Beobachtung des Verhaltens eines einzelnen Individuums auszugehen. Zuerst ist festzustellen, wie oft dieses Individuum während eines Berufswahlprozesses ein Berufsinformationszentrum aufsucht, wenn die Leistungen gratis angeboten werden.

Der Wert dieser Leistungen ist für das Individuum auf jeden Fall positiv (vgl. oben), weil ein Besuch eines BIZ unter Umständen eine kostenaufwendige Eigenrecherche (oder zukünftige Kosten einer mangelnden, undetaillierten Kenntnis der speziellen Berufssituation) erspart. Nun gilt es herausfinden, auf welchem Wege man diesen Wert ermessen kann. Die Frage lautet nun: „Um wieviel wird ein Individuum durch den Besuch eines BIZ bessergestellt?“ Zuerst muss ein (beliebig hoher) Preis für die Informationstätigkeit eingeführt werden.

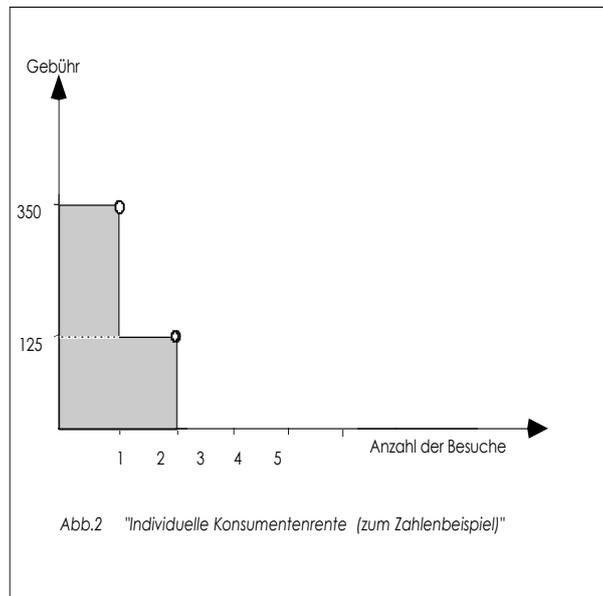
Dieses Preisangebot wird anschließend sukzessive abgesenkt, bis das Individuum bereit ist die Leistung in Anspruch zu nehmen. Diese Maßnahme ist zunächst für einen ersten Besuch eines Berufsinformationszentrums durchzuführen; die Frage lautet daher, wieviel ein Individuum bereit wäre für einen Erstbesuch eines BIZ zu bezahlen? Danach ist weiter zu fragen, wieviel dieses Individuum darüber hinaus bereit wäre, zusätzlich zu bezahlen, wenn es das BIZ ein zweites, ein drittes usw. Mal besuchen kann.

Die Konsumentenrente ergibt sich aus der Differenz zwischen dem (fiktiven) Kaufpreis und dem Preis, den der Konsument bereit ist, zu bezahlen. Diese Differenz ergibt eine Maßzahl der sozialen Wohlfahrt, die in für die vorliegende Thematik von den Berufsinformationszentren erbracht wird.

Beispiel:

Eine bestimmte Person ist bereit für den ersten Besuch 350 Schillinge, für den zweiten Besuch 125 Schillinge, für den dritten und jeden weiteren Besuch 0 Schillinge zu bezahlen.

Daraus kann folgende (kompensierte) individuelle Nachfragefunktion gezeichnet werden:



Eine Nachfragefunktion wird dann als kompensiert bezeichnet, wenn eine Preisänderung immer auch gemeinsam mit einer Einkommensveränderung vorgenommen wird (das Individuum also immer am gleichen Nutzenniveau verbleibt). Bei einer unkompensierten Nachfrage führt eine Preisverringerung üblicherweise zu einem größeren Nutzen (mit gleichem Einkommen kann sich das Individuum mehr Güter leisten). Die Differenz zwischen der kompensierten (Hicks'schen) und der unkompensierten (Marshall'schen) Nachfrage wird als der Einkommenseffekt bezeichnet. Weil die empirische Relevanz dieses Effekts unter Ökonomen nicht unumstritten ist und weil man dabei auf Probleme bei der Quantifizierung stößt, wird dieser Effekt hier nicht weiter behandelt.

Die (schraffierte) Fläche unterhalb der Nachfragekurve in *Abbildung 2* wird als Konsumentenrente bezeichnet. Korrekterweise müsste dieser Wert noch um die Höhe der Kosten verringert werden, die anfallen, wenn die Person ein Berufsinformationszentrum aufsucht (direkte Kosten - z.B.: Weg- und Zeitaufwendungen, indirekte Kosten - z.B.: Luftverschmutzung durch Benützung eines PKW).

Aggregiert man nun die kompensierten Nachfragefunktionen aller Individuen in einer Gesellschaft, so erhalten wir die sogenannte aggregierte Hicks'sche Nachfrage. Die Fläche unter dieser Nachfragekurve (minus oben genannter Kosten) ergibt die Konsumentenrente, die den BIZ in diesem Staat zugerechnet werden kann. Diese wiederum ist die Menge an „sozialer Wohlfahrt“, die von den BIZ erbracht wird. Ein solche Maßzahl könnte als ein mögliches Kriterium zur Nutzenbestimmung der Berufsinformationszentren eingeführt werden.

Einschränkung:

Der individuellen Nachfragefunktion kann über einige technische Schritte eine individuelle Nutzenfunktion zugeordnet werden. Anhand dieser kann man auf einige Argumente stoßen, die einen gültigen Schluss auf das Wohlfahrtsmaß erschweren. Eine Schwierigkeit etwa ergibt sich, wenn diese Nutzenfunktion nicht monoton ist, was bedeutet, dass es zu jedem Angebot nicht immer auch ein eindeutiges Nutzenniveau gibt. Zum Beispiel bedeutet - wie bereits mehrfach ausgeführt wurde - vollständige Information nicht zwingend, dass dem Individuum die Entscheidung leichter fällt. Nachweislich ist für einen Anteil der BIZ-KundInnen Verunsicherung das augenscheinlichste Resultat ihres BIZ-Besuches. Anders ausgedrückt: das Individuum kann nicht von vornherein mit Sicherheit annehmen, welchen Nutzen eine zusätzlich konsumierte Einheit „Berufsinformation“ bringen kann bzw. welcher subjektive „Schaden“ damit verbunden ist. Dieses Argument kann sowohl die Quantität, als aber auch die Qualität der Informationen betreffen.

Solche Überlegungen müssten nun auch in der Nachfragefunktion berücksichtigt werden. Da dies nur schwer möglich ist (es müsste als sicher angenommen werden, dass das Individuum bezüglich seines Informationsbedarfs vollständig informiert ist), verbleibt ein unbestimmter Faktor, der keinen wirklich gültigen Schluss zulässt.

Eine quantitative Ausweitung des Informationsangebotes und die qualitative Verbesserung seiner Übermittlung an die Besucher/innen erhöht idealtypisch unmittelbar die potentielle Zahlungsbereitschaft. Das BIZ kann dann damit u.U. auch andere Informationsquellen substituieren. Auf diese Weise gewinnt die Institution Berufsinformationszentrum an zusätzlicher Legitimierung bzw. kann mittels dieses Argumentes weitere Verbesserungsmaßnahmen hinsichtlich seiner Ausstattung einfordern.

Zahlenspiel:

(Der Ausdruck „Zahlenspiel“ wurde hier deshalb gewählt, weil es sich dabei um eine Rechnung handelt, die sich keiner ausreichenden empirischen Grundlage bedienen kann. Daher ist das Ergebnis nur mit entsprechender Vorsicht zu betrachten. Um gültige Aussagen treffen zu können, würde es einer umfassenden bedürfen).

Wenn wir die, in diesem Bericht verwendeten Zahlen in einer Rechnung zusammenfassen: Angenommen, die vorhin genannte Person liegt mit ihrer Zahlungsbereitschaft genau im Durchschnitt (soll heißen, dass von allen KundInnen im Schnitt 300 Schilling für den Erstbesuch geboten würden). Bei etwa einhundertzwanzigtausend Erstbesucher/innen in jedem Jahr wäre das Ergebnis einer (vorläufigen) Berechnung der Konsumentenrente 36 Mio. Schilling. Dazugerechnet wird die Zahlungsbereitschaft der Zweit- und Mehrfachbesucher/innen (im Beispiel 125 Schilling). Bei siebzigtausend Personen dieser Gruppe ergibt sich eine Konsumentenrente in der Höhe von 8,75 Mio. Schilling. Diese Konsumentenrente muss noch um die privaten und volkswirtschaftlichen Kosten verringert werden, die beim Besuch eines BIZ anfallen. Dieses Ergebnis könnte dann als Wohlfahrtsmaß der Institution BIZ aufgefasst und denn anfallenden Kosten gegenübergestellt werden. Eine entsprechende Analyse

wäre unter Umständen nicht nur für alle BIZ gemeinsam durchzuführen, sondern etwa auch für einzelne BIZ, deren Bedeutung in ihrem regionalen Einflussbereich zugeordnet und bewertet werden soll.

3.5.6.2. Transaktionskosten

Eine Nutzen-Bewertung der Institution Berufsinformationszentrum ist auch über eine Transaktionskostenanalyse denkbar. Unter Transaktionskosten versteht man im Zusammenhang mit der Informationsbeschaffung diejenigen Kosten, die auftreten, wenn der/die Informationssuchende sich selbst aufmachen muss, um vergleichbare Einsichten zu gewinnen (z.B. Berufscharakteristika wie Ausbildungskriterien, Beschäftigungsfeld, Entlohnung, sozialer Status, etc.). Die Annahme ist also, dass kein BIZ bzw. keine gleichwertige Institution existiert (oder bekannt ist) und somit ein zusätzlicher Aufwand für jede Person nötig ist, um mindestens gleich gut informiert zu sein, wie nach einem (ein- oder mehrmaligen) Besuch eines BIZ. Es ist in diesem Zusammenhang wichtig, den Berufsinformationszentren ausschließlich ihre spezifischen Leistungen zuzuweisen, die BIZ als *einen* Faktor im Berufswahlprozess zu interpretieren (die Bedeutung der anderen Einflussfaktoren wurde bereits beschrieben). Eine Transaktionskostenanalyse als Nutzenparameter darf daher nur genau diejenigen Kosten anwenden, die anfallen würden, wenn man sich auf die Suche nach genau derjenigen Information macht, die ein Berufsinformationszentrum zur Verfügung stellt. Es müssen dabei sowohl private, als auch volkswirtschaftliche Kosten (z.B.: Luftverschmutzung, wenn die Informationsbeschaffung eine Anreise per PKW oder Bus nötig macht) berücksichtigt werden. Bereits an dieser Stelle liegt der Schluss nahe, dass nur die Menge und Qualität der angebotenen Information die Existenz der BIZ rechtfertigen. Jedoch muss ergänzt werden, dass neben dem Angebot vor allem auch der Übermittlung des Wissens an die KundInnen eine ausgesprochen große Bedeutung zukommt. Das soll heißen, dass gerade ein „Selbstbedienungssystem“ immer darauf abzielen muss, dass die Übermittlungsmedien auch effizient eingesetzt werden. Dazu bedarf es einer laufenden Überprüfung des Outputs jedes Informationsmediums (Videos, Touch-Screen, Informationsmappen, etc.). Output soll hier für die Menge an „subjektivem Informationsgehalt“ stehen. Außerdem kann dabei ein weiteres Phänomen intervenieren: Unter Umständen könnten die genau gleichen Informationen ohne zusätzlichen Kostenaufwand, oder sogar billiger (!), über eine andere Informationsstelle, mittels moderner Medien oder ähnlicher Möglichkeiten eingeholt werden. Kommt man zu diesem Ergebnis, so wären BIZ in der gegenwärtigen Organisationsform volkswirtschaftlich ineffizient.

Beispiel einer Transaktionskostenanalyse:

Zuerst ist von den Besucher/innen zu erfragen, welche Informationen für sie *vor* dem Besuch eines Berufsinformationszentrums von Bedeutung waren und welche Informationen es nach eigener Einschätzung *nach* dem Besuch sind. Damit kann man ein *Nachfrageprofil* festlegen. In weiterer Folge muss überprüft werden, welche Kosten anfallen, wenn *genau dieses Nachfrageprofil* gesättigt werden soll, jedoch kein Berufsinformationszentrum existieren würde (bzw. nicht erreichbar oder unbekannt wäre). Dabei müssen - wenn unter diesen Umständen Informationen für die Berufswahl tatsächlich eingeholt würden - Informationen zu den einzelnen Berufen etwa an den Ausbildungsstätten, den Berufsvertretungen (z.B.: Kammern) oder direkt bei Betrieben/Organisationen eingeholt werden. Die privaten (Zeit-, Energie-, Material-, Telefon-, u.ä.) Kosten und die gesamtwirtschaftlichen Kosten (z.B.: einer Umweltverschmutzung durch die Verwendung eines PKW) dieses Informationsgewinnungsprozesses ergeben die Transaktionskosten.

Achtung! Die Formulierung lässt darauf schließen, dass es zu sehr hohen Kosten kommen *muss*. Das ist nicht unbedingt der Fall. Zum Beispiel kann der Weg zu einer Informationsstelle einer bestimmten Kammer ausreichen, um gleiche Informationen zu bekommen, wie durch den Besuch eines BIZ (ungeachtet dessen, dass ja auch die „uniformierte Entscheidung“ möglich ist). Will man gesamtwirtschaftliche Transaktionskosten errechnen, so muss man die Transaktionskosten aller Besucher/innen aggregieren. Kommt man zum Ergebnis, dass die aggregierten Transaktionskosten geringer sind, als die beim Betrieb der BIZ anfallenden Kosten, so kann man immer noch argumentieren: „Unsere Einrichtung kostet zwar sehr viel, aber sie ist volkswirtschaftlich immer noch günstiger, als es die vielen einzelnen Eigenrecherchen wären.“ Auch bleibt immer noch die Argumentationsmöglichkeit mit der Qualität der Information; während der/die Informationssuchende in dieser Hinsicht kaum dazu in der Lage ist, zu beurteilen, welche von zwei Informationsalternativen z.B. vollständiger, objektiver u.ä. ist, kann diese Argumentation aus Expertenniveau höhere Kosten rechtfertigen helfen. Beide Argumente dürfen aber nicht dazu verführen, die Arbeit der Berufsinformationszentren permanent unter Gesichtspunkten der Optimierung und Effizienz zu gestalten. Nicht zuletzt, um ihre volkswirtschaftliche Existenzberechtigung neben anderen Informationseinrichtungen zu rechtfertigen.

3.5.7. Makroökonomische Ansätze

Es ist an sich eine richtige Methode, Leistungen von Institutionen mittels Analysen zu messen, die die tatsächliche Umsetzung der Grundideen bzw. Zielvorgaben dieser Organisationen hinterfragen. Allerdings führen diese bei komplexen Problemen, und die persönlichen Berufsentscheidungen müssen zu diesen gezählt werden, zu unscharfen Aussagen. Makroökonomische Ansätze konfrontieren zum wiederholten Male mit den bereits beschriebenen Schwierigkeiten des Zusammenhangs zwischen Information - Entscheidung - Folge. Auch wenn eine qualitativ hochwertige Berufsinformation zu Berufswahlkompetenz, damit zu einer fundierten Berufswahl und in der Folge, unter vielen anderen Umständen, zu einer größeren Arbeitsplatzzufriedenheit und vielleicht auch -sicherheit führen kann, so ist der weitere Schluss dennoch nicht zulässig, dass durch eine qualitativ hochwertige und umfassende Berufsinformation heute, morgen die Arbeitslosenrate gesenkt oder die allgemeine Berufsmotivation ansteigen würde.

Neben Fiskal- und Geldpolitik eines Staates beeinflusst vor allem der Handel mit anderen Ländern nachhaltig die Beschäftigungssituation. Es wäre also nicht zielführend, von volkswirtschaftlichen Kosten der Arbeitslosigkeit auf den Nutzen einer erfolgten Berufsinformation zu schließen, weil letztere wohl den Informationsgewinnungsprozess erleichtern, nicht jedoch für arbeitsmarktpolitische Effekte ausschlaggebend sind.

Neben den vielen externen Variablen, die das Ausmaß an Arbeitslosigkeit in einer Wirtschaft beeinflussen können, existiert ein weiterer informationsimmanenter Störfaktor, der keine gültige Aussage zulässt: Wie schon im Zusammenhang mit der Lebenszyklustheorie angesprochen, hat eine, einmal getroffene, Berufswahlentscheidung langfristige Auswirkungen. Schließlich trifft die Person eine Wahl für einen speziellen Ausbildungsweg und daraus folgend, auch für bestimmte Berufsbilder. Wenn die Berufsinformationszentren in ihren Informationen auch die langfristigen Zukunftsprognosen zu den jeweiligen Berufsbildern als Beurteilungskriterium anbieten sollen, so ist ihre Aussagekraft sogleich einem grundsätzlich großen *Unsicherheitsfaktor* ausgesetzt. Dies ist ein wesentliches Charakteristikum aller Prognosen. CHABERNY et al. (1976, S.20) schreiben dazu:

„Die Relativierung des oft viel zu hoch eingeschätzten Stellenwertes der Aussage über Beschäftigungsaussichten bei der individuellen Berufsentscheidung war eines der ersten Anliegen des neu errichteten Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ (vgl. dazu auch MERTENS, S. 6.). Und weiter unten (S.39): „(...) beim gegenwärtigen Stand der Prognoseforschung [sind] einigermassen zuverlässige Aussagen über die wahrscheinliche zukünftige Entwicklung *einzelner* Ausbildungsgänge und Berufe nicht möglich.“

Die hier angeführten Argumente sollen nicht die Bedeutung einer öffentlichen Berufsinformation im Rahmen einer offensiven Arbeitsmarktpolitik abwerten. Sie sollen nur mögliche Fehlerquellen aufzeigen, die aus scheinbar logischen Rückschlüssen entstehen können.

3.5.8. Kostenmessung

„Eine ganz oder teilweise kostenlose Abgabe von Berufsinformationen mag sicherlich Vorteile bringen; man sollte dabei jedoch nicht außer acht lassen, dass kostenlose Informationen häufig mit dem (Vor) Urteil zu kämpfen haben, dass das, was nicht kostet, auch nichts wert sein kann.“
(STOTHFANG 1993, S.25)

In einem erstaunlich geringen Maße verfügen AMS-Mitarbeiter/innen bzw. BIZ-BetreuerInnen im Besonderen über Vorstellungen oder gar genaue Kenntnis darüber, welche Kosten der BIZ-Betrieb verursacht. Es war auch im Rahmen dieser Untersuchung nicht möglich dafür eine umfassende Kostenstellenrechnung zu erstellen; die Zahlenangaben - oftmals nur Schätzungen - bewegen sich, je nach BIZ-Größe - zwischen knapp einer Million bis zu mehr als vier Millionen Schilling pro Jahr.

In einer AMS-internen Schätzung mit der Kostenbasis 1993 werden die jährlich anfallenden Betriebskosten eines BIZ durchschnittlich mit etwa 1,1 Millionen Schilling angegeben. Diese Zahl kann - mit den unten angeführten Einschränkungen (d.h. zusätzlichen Kostenpunkten) - als realistische Basiszahl für ein disloziertes BIZ mit zwei Mitarbeiter/innen angesehen werden. Problematisch für eine solche Kostenangabe sind aber jedenfalls die Schwierigkeiten

einer kostenrechnerischen Zuweisung und Bewertung der Leistungen der zentralen Stellen und externen Leistungsträger (v.a. Organisation, Materialbereitstellung, Distribution).

Einschränkung:

In den vorliegenden Zahlen sind folgende Kostenpunkte noch nicht oder zumindest nicht ausreichend abgebildet:

- Abschreibung der technischen Ausstattung;
- geförderte Weiterbildungskurse für BeraterInnen;
- Opportunitätskosten;
- nicht zugerechnete Kosten (etwa solche Leistungen der Berufsinformation, die von MitarbeiterInnen des Arbeitsamtes erledigt, den BIZ jedoch nicht verrechnet werden).

Es muss also angenommen werden, dass die tatsächlich anfallenden Kosten höher sind als sie bislang angegeben werden (wenngleich damit, wie bereits festgestellt wurde, zumindest eine erste Schätzungsgrundlage geboten wird). Um genaue Daten zu erhalten, müssten detaillierte Budgetpläne (bzw. eine Kostenrechnung) oder entsprechende Betriebsbilanzen erstellt werden. Diese hätten (zu einem Stichtag) auch folgende Aspekte beinhalten:

- Anlagevermögen - Gebäude, Büroausstattung, noch nicht abgeschlossene Investitionen und Anzahlungen, technische Ausstattung, u.s.w.;
- Umlaufvermögen - Informations- und Büromaterial, geleistete Anzahlungen, u.s.w.;
- Forderungen aus Leistungen u.ä.

Mit einem Kostenschlüssel von durchschnittlich ca. 1,5 Millionen Schilling pro BIZ müsste - mit allen gebotenen Einschränkungen - aber auch die Mehrzahl der versteckten Kostenpunkte annähernd ausreichend berücksichtigt sein. Daraus würde sich für das Jahr 1994 eine Gesamtsumme von rund 54.000.000,- Schilling an Kosten für alle BIZ österreichweit ergeben. Die Aufwendungen pro BIZ-Besucher/in liegen dieser Rechnung zufolge derzeit bei ca. 300 Schilling.

Wenn man in einen solchen Kostenschlüssel nur die Gruppe derjenigen miteinbezieht, die dem BIZ-Besuch direkte Verhalten steuernde Wirkung zuschreibt (vgl. dazu weiter unten) - zwischen 5% und 20% der BIZ-Besucher/innen - und die Gesamtkosten der Berufsinformationszentren ausschließlich auf diese Gruppe verteilt, ergeben sich im ungünstigsten Fall Kosten von rund 6.000 Schilling pro Person. Eine Summe, die v.a. die volkswirtschaftlich vertretbar ist, wenn entsprechende Effekte für diese Gruppe durch die Leistungen keiner anderen Institution erzielt werden oder wenn die Kosten für die Informationssuchenden im Rahmen anderer Suchstrategien höher liegen; alle anderen Leistungen der BIZ - insbesondere als Orte der Kommunikation der verschiedenen im Berufswahlprozess involvierten Gruppen - würden dieser Rechnung zufolge keine zusätzlichen Kosten, sehr wohl aber Effizienzeffekte

sowie betriebswirtschaftlichen Nutzen z.B. als Imageträger des Arbeitsmarktservice - verursachen.

Die KundInnen-Berater/innen-Relation verhält sich wie folgt: Ebenfalls aufgrund der o.a. AMS-Schätzung wurden 1992 an 21 Standorten mit 37 Mitarbeiter/innen sowie 5 Personen in den zentralen Einheiten 62.000 KundInnen betreut; daraus folgt eine Verhältniszahl von 1.440 KundInnen pro Mitarbeiter/in jährlich. Wenngleich eine solche direkte Zuordnung nicht unproblematisch - z.B. durch Gruppenbesuche, die das BIZ „nur“ als Veranstaltungsrahmen benutzen - ist, lässt sich zumindest die Aussage treffen, dass sich diese Relation permanent verbessert: Zu Jahreswechsel 1994/95 lag sie bei bereits rund 2.700 KundInnen pro BIZ-Mitarbeiter/in (ca. 70 Mitarbeiter/innen).

Für die geplante Erweiterung der Anzahl an Berufsinformationszentren werden - ebenfalls nach Schätzungen des Jahres 1993 - bis zum Jahr 2000 Kosten von 185 Millionen Schilling sowie ein zusätzlicher Personalbedarf von über 160 Mitarbeiter/innen angegeben.

Investitionen in die Ausstattung, v.a. EDV-gestütztes-Informationsmaterial, werden mit ca. 20 Millionen Schilling veranschlagt.

3.5.9. Effizienz und Optimierung

Projekte, die höheren Nutzen bringen als durch sie Kosten verursacht werden, sollen durchgeführt werden. Dieses Postulat beinhaltet auch die Ansicht, dass sowohl der Nutzen, als auch die Kosten über alle Mitglieder der Gesellschaft aggregiert werden können (wie schon vorhin bei der Konsumentenrente oder der Transaktionskostenanalyse erfolgt). Diese Entscheidungsregel ist jedenfalls anwendbar auf sogenannte pareto-effiziente Lösungen. Eine Situation ist dann pareto-effizient, wenn mindestens eine Person begünstigt wird, ohne, dass eine andere dadurch schlechtergestellt wird. Darüber hinaus ist das Pareto-Kriterium noch erweiterbar. Demnach sollen Projekte auch dann verwirklicht werden (weil sie gesamtwirtschaftlich immer noch effizient sind), wenn eine Kompensation der Schlechtergestellten durch die Bessergestellten (theoretisch) erfolgen könnte. Dies impliziert wieder das Argument, dass die aggregierte Zahlungsbereitschaft größer sei, als die gesamtwirtschaftlichen Kosten.

Werden die Berufsinformationszentren etwa aus dem allgemeinen Steueraufkommen finanziert, so fallen auf jede/n einzelne/n Steuerzahler/in Kostenanteile. Übersteigen diese Kostenanteile eines bestimmten Individuums den persönlichen Nutzen aus der Existenz dieser Institutionen, so wird das Kriterium der Pareto-Effizienz verletzt. Je nach dem, welches Effizienzkriterium für die Beurteilung eines Projekts herangezogen wird, muss es (für eine Pareto-

to-Verbesserung) oder kann es (bei der erweiterten Auslegung für Effizienz) zu einer Kompensation der schlechtergestellten Steuerzahler/innen kommen.

Eine Möglichkeit, dem Pareto-Kriterium näher zu kommen wäre, die Budgets der Berufsinformationszentren direkt aus dem Lohnsteueraufkommen zu bestreiten. Und zwar mit dem Argument, dass diejenigen, die bereits eine Beschäftigung haben, den nachfolgenden die Berufswahl erleichtern oder verbessern sollen. Verankert ist eine solche Sichtweise im sogenannten „Generationenvertrag“.

Eine andere Vorgehensweise für Effizienzfindung wird gewählt, wenn man einen sogenannten „allwissenden Planer“ bestimmt. Dieser muss über alle einschlägigen Informationen über den Umfang der verfügbaren Ressourcen verfügen, um deren effiziente Verwendung zur Befriedigung der Konsumentenwünsche festlegen zu können. Auf Basis dessen sind Effizienzregeln aufzustellen (am einfachsten im 2-Güter-Fall: siehe MUSGRAVE/MUSGRAVE/KULLMER 1994, S.93). Wichtigstes Kriterium ist dabei, dass die Grenzrate der Substitution (wieviel man bereit ist, für eine zusätzlich konsumierte Einheit zu bezahlen) auch gleich groß der Grenzrate der Transformation (gibt an, um wieviel von einem Gut weniger produziert werden muss, damit von anderen Gut eine zusätzliche Einheit erzeugt werden kann) ist. Der „allwissende Planer“ macht sich nun auf die Suche nach allen Produktionsmöglichkeiten, die effiziente Lösungen ergeben. Des weiteren muss er alle gesammelten effizienten Lösungen vergleichen. Die Entscheidung über ein Optimum muss so fallen, dass es zu einem Ausgleich zwischen Gewinnen für einen Konsumenten und Verlusten des (der) anderen Konsumenten und umgekehrt kommt. Es muss also neben einer Mengenentscheidung auch eine Verteilungsentscheidung getroffen werden. Sogenannte gesellschaftliche Nutzenniveaus (siehe auch ebd., Figur 2, S.97), die aufgrund der sozialen Wohlfahrtsfunktion gezeichnet werden können, werden maximiert, wobei die effizienten Produktionsmöglichkeiten die einschränkende Nebenbedingung bilden. Dieses Maximierungsproblem mindestens ein Optimum. Als Punkt auf der gesellschaftlichen Nutzenkurve erfüllt es die Erfordernisse der Pareto-Effizienz (die Grenzkosten der Substitution der Konsumenten sind gleich groß und außerdem auch gleich der Grenzrate der Transformation).

Als bester Weg zur Findung eines gesellschaftlichen Effizienzoptimums gilt die Möglichkeit, dass Preise für die angebotenen Leistungen eingeführt werden. Der Marktmechanismus übernimmt dann die Funktion eines allwissenden Planers. Dies wird auch als die „invisible hand“ (erstmalig von A. SMITH erörtert) bezeichnet. Ein wichtiges Kriterium bei dieser Vorgehensweise ist allerdings, dass die Einkommensverteilung als gegeben angenommen wird. Die Lösung des Optimierungsproblems hängt sehr stark vom Einkommensverteilungsprofil ab.

Gerade im gegenwärtigen Stadium der Errichtung zahlreicher neuer Berufsinformationszentren im gesamten Bundesgebiet stellt sich die Frage nach der angestrebten Anzahl. In diesem Zusammenhang ist auch eine gesellschaftlich effiziente Menge an staatlicher Berufsinformation bzw. an zulässigen Kostenaufwendungen festzulegen. Dazu bedarf es auch einer Beurteilung über die zukünftigen BesucherInnenströme. Zielführend wäre in diesem Zusammenhang eine periodische (z.B.: jährliche) und standardisierte Ist-Soll-Analyse durch jedes einzelne BIZ (bzw. durch die vorgesetzten Stellen), in der die Betätigungen dokumentiert und Zukunftsprojekte, Problembeschreibungen und Lösungsvorschläge angeführt werden. Eine solche Analyse hätte 2 Effekte: Einerseits folgt daraus die Notwendigkeit für die einzelnen BIZ bzw. deren zuständige Leitungsstellen regelmäßig grundsätzliche Überlegungen über ihre Arbeit anzustellen, andererseits würde eine gezielte Verwertung der gesammelten Analysen ein Forum für Problembewusstsein und Lösungsmöglichkeiten bieten können.

3.5.10. Kapazitätsengpässe und Verbundvorteile

Abschließend zu diesen ökonomischen Betrachtungen im Zusammenhang mit den Berufsinformationszentren noch einige in die Zukunft weisende Anmerkungen.

Alle vorliegenden Daten weisen auf ein extrem wachsendes KundInnenpotential der Berufsinformationszentren hin. Wachsen werden die Zahlen sowohl an Erstbesucher/innen als auch an Wiederholungsbesucher/innen (vermutlich wird sich der Anteil der letztgenannten Gruppe - derzeit etwa ein Drittel der BIZ-Besucher/innen - deutlich erhöhen) und somit ist auch dann, wenn ein BIZ das KundInnenpotential seines Einzugsbereiches optimal ausgeschöpft hat (vollständiges Erreichen aller potentiellen Erstbesucher/innen), mit keiner endgültigen Stagnation der Besucher/innenzahlen (richtiger InteressentInnenzahlen) an einer bestimmten Obergrenze zu rechnen. Solche Obergrenzen müssen künstlich eingezogen werden - sei es „aktiv“, durch Einschränkung der Zielgruppen, sei es „passiv“ durch Ressourcenbegrenzung (räumliche Ausstattung, defizitäre sachliche Bereiche). Wie dem auch sei, ist mit Kapazitätsengpässen zu rechnen, für die rechtzeitig Vorsorge zu treffen sein wird.

Ebenfalls der Monopoltheorie entlehnt sind die folgenden Argumente für entsprechende Möglichkeiten einer Effizienzsteigerung; diese soll mittels einer Zusammenlegung, beziehungsweise Vernetzung der Informationsträger geschafft werden, ohne dass daraus erhebliche Kosten entstehen würden. Zusammengefasst werden diese Argumente in der *Theorie der Verbundvorteile* (u.a. FINSINGER 1991, S.79 ff.). Die Grenzkosten der Informationsbeschaffung (das sind genau diejenigen Kosten, die anfallen, wenn eine Einheit neuer Information „angeschafft“ wird) der Berufsinformation liegen immer unter den Durchschnittskosten (das sind die dem Informationsoutput angerechneten Gesamtkosten pro Outputeinheit). Es

ist ein wenig schwierig, richtige Outputeinheiten der Berufsinformation festzulegen. Aber als mögliche Interpretation mag die Einheit „Informationssuchende pro Zeitraum“ gelten. Somit kann geschlossen werden, dass die Berufsinformation mit steigenden Skalenerträgen „produziert“ (v.a. weil fast nur Fixkosten anfallen). Anders ausgedrückt: es liegt *Kostendegression* vor. Liegen steigende Skalenerträge vor, so handelt es sich um ein *natürliches Monopol*. Stehen in einer solchen Situation mehrere Anbieter in Konkurrenz, ist von Ressourcenverschwendung zu sprechen.

Die Ausgangssituation ist klar: Gibt es mehrere Anbieter, die Berufsinformation vermitteln, so fallen in jeder dieser Institutionen fixe Kosten für Personal, Ausstattung und Gebäude an.

Vorschlag 1:

Es bedarf staatlicher Regulierung, die zum Ziel hat, dass es nur einen Informationsanbieter gibt (dieser Vorschlag hat nur theoretischen Charakter, um das Monopolprinzip zu verdeutlichen).

Vorschlag 2:

Es besteht die Möglichkeit, dass man die Informationsanbieter dazu bringt, zusammenzuarbeiten. Und zwar in dem Sinne, dass sie gemeinsam Informationen sammeln bzw. Informationen austauschen. Die Umsetzung in die individuelle Information kann weiterhin dezentral bei den verschiedenen Institutionen verbleiben. Es bleibt damit also auch weiter gewährleistet, dass jeder Informationsanbieter seine Nachfrager/innen in eine bestimmte, einer politischen oder wirtschaftlichen Interessensgruppe angepassten Richtung beeinflussen kann.

Dieser Weg ist in zwei Schritten zu erledigen:

- zuerst im Rahmen einer internen Vernetzung der vielen unkooperierten BIZ-Aktivitäten in Österreich;
- als zweiter Schritt in Form eines unbeschränkten Informationsaustausches mit allen übrigen Informationsträgern und -institutionen.

Solche Maßnahmen würden nicht nur zu Kostensenkungen, sondern auch zur Qualitätsverbesserung des Angebots führen. Das allerdings nur, wenn die zusätzlich gewonnenen Informationen auch effektiv im Leistungsangebot umgesetzt werden. Die Kosten des Informationsaustausches können bei der Verwendung geeigneter Instrumente sehr niedrig gehalten werden.

Als Vorschlag sei hier eine *zentrale Informationsdatenbank* angeregt, die von allen, mit diesem Thema beschäftigten Institutionen mit den neuesten Informationen „beliefert“ würde und deren Inhalte wiederum von allen jenen jederzeit wieder abgerufen und benutzt werden könnten. Eine solche Einrichtung wäre sowohl objektiv, als auch im weitesten Sinne demokratisch, weil einer missbräuchlichen Verwendung von Informationsvorsprüngen gezielt vorgebeugt werden kann.

4. Evaluierung von Berufsinformationszentren

4.1. Bedarf, Möglichkeiten und Grenzen einer Evaluierung

Seit ihrer gesetzlichen Grundlegung im Nationalrat zeigt die Einrichtung und Etablierung der Berufsinformationszentren in Österreich eine progressive Entwicklung; während andere Bereiche der Berufsinformation sich derzeit eher in einer Phase der Stagnation zu befinden scheinen, expandiert das Angebot an Berufsinformationszentren unübersehbar. Sowohl die Anzahl der BIZ als auch der erreichte KundInnenumfang weisen auf eine Institution hin, die sich in einer stürmischen Wachstumsphase befindet. Die Dynamik ist gleich in mehrerer Hinsicht ungebrochen: während durch konsequente Neueinrichtungen ein weitgehend flächendeckendes Angebot geschaffen werden soll, befinden sich einige der bereits relativ älteren BIZ in einer Umbauphase, wobei auch hier generell der Trend zur Expansion geht. Realistisch ist diese Phase auch insofern zu charakterisieren, als dass nunmehr begonnen werden muss, Fehler der Anfangsphase zu beheben. So übersiedelte 1993 beispielsweise das in seiner ursprünglichen Konzeption räumlich viel zu knapp dimensionierte und inadäquat eingerichtete Berufsinformationszentrum Wien I in ein Gebäude im XII. Wiener Gemeindebezirk; auch in Klagenfurt sowie Salzburg Stadt sind neue Objekte geplant. Wohl nicht ganz zufällig fällt in diese Parallelphase von Neueinrichtung bei gleichzeitiger Umstrukturierung eine Häufung des Personalwechsels innerhalb des Mitarbeiter/innenstabes. Die Einrichtung und Etablierung der Berufsinformationszentren in Österreich vermittelt weniger das Bild einer geplanten Entwicklung als eher das eines relativ breit angesetzten trial-error-Experimentes; daraus folgt geradezu naturgemäß die Erkenntnis, dass verschiedene Wege zum Ziel führen (besonders dann, wenn von wirklicher Klarheit bezüglich des Zieles/der Ziele nicht gesprochen werden kann).

Sicherheit herrscht nur insofern, als der Bedarf nach Information vorhanden und problemlos nachzuweisen ist; deutlicher Beleg dafür sind die Besucherstatistiken der Berufsinformationszentren und die Tatsache, dass die meisten der BIZ vor der Situation stehen, problemlos noch größere Interessentengruppen ansprechen zu können, dieses aber mangels freier Kapazitäten tunlichst vermeiden. Einhellig wird darauf hingewiesen, dass jede Form an Medienaktivität unmittelbare und deutliche Auswirkungen auf die Besucherzahlen zeige. Soweit dokumentiert, scheint auch die Zufriedenheit mit den Angeboten der Berufsinformationszentren relativ hoch zu sein. Damit aber erreicht man auch schon die Grenzen des einigermaßen gesicherten Wissens. Beim Versuch die Lücken zu schließen stößt man auch hier auf bundesdeutsche Vorbilder: in verschiedenen Evaluierungsprojekten wurden dort in den letzten

Jahren die Angebote und Leistungen der Berufsinformationszentren analysiert (insbesondere im Rahmen der Studie „BIZ `88“).

Exemplarisch sollen anhand des folgenden Beispiels die Motive für solche Projekte in der Bundesrepublik Deutschland gezeigt werden:

„Das BIZ des Arbeitsamtes Hannover ist nunmehr vor rund 3 Jahren der Öffentlichkeit übergeben worden. Seitdem erfreut sich diese Selbstbedienungseinrichtung eines breiten Zuspruchs und hat wesentlich zur Imageverbesserung der Berufsberatung aber auch insgesamt des Arbeitsamtes beigetragen.

Die absolute Zahl der Besucher ist aufgrund der statistischen Erfassung bekannt, doch über die Besucherstruktur und deren Bewertung der Selbstbedienungseinrichtung lagen bislang keine konkreten Daten vor. Diesbezügliche Äußerungen beruhen in der Regel auf Einzelbeobachtungen und waren demnach eher zufällig.“ (MASSUTE 1984, S. 196)

Analoges gilt, wie oben beschrieben, auch für die österreichischen Berufsinformationszentren. So weist AMANN (1991) auf einen entsprechenden Bedarf an Evaluierung der Berufsinformationszentren hin (der Autor spricht in diesem Zusammenhang sogar von der „Sinnhaftigkeit permanenter Evaluation der Tätigkeiten im BIZ“), zeigt aber auch die Schwierigkeiten eines solchen Projektes auf (S.71):

„Es würde als sinnvoll erachtet, die Aktivitäten innerhalb der BIZ zu beobachten: wie sich die Schichtung der Besucher verändert, wie sich die Nachfragestruktur ändert, wie häufig BIZ besucht werden (ein- oder mehrmaliger Besuch), Herausfinden von Motiven für nur einmaligen Besuch etc. Solche Untersuchungen - beispielsweise mittels Ausgabe von Fragebögen an die Besucher - dürften allerdings nur herangezogen werden, um die Aktivitäten der BIZ zu verbessern. Sie dürften keinesfalls als Kontroll- und Sanktionsinstrumentarien für BIZ-Betreuer/Innen eingesetzt werden. Eine weitere Problematik, die sich beispielsweise bei der Ausgabe von Fragebögen ergibt, ist, dass Ratsuchende, die unter Umständen im Sinne des Selbstbedienungsprinzips nicht angesprochen werden wollen, nunmehr mit dem Ausfüllen von Fragebögen konfrontiert werden und ihre absolute Anonymität nicht gewahrt wird. Es müsste daher eine selektive Ausgabe von Fragebögen durch die BIZ-BetreuerInnen erfolgen. Andere Wege der Evaluation wären: Einrichtung eines Beschwerdebriefkastens, Erstellungen von Statistiken über nachgefragte Materialien, Evaluierung der Benützung der vorhandenen EDV-Systeme (wie oft werden EDV-Programme abgebrochen) etc.“

Entsprechende Evaluierungsprogramme wurden in unterschiedlichstem Umfang und verschiedenster Form konzipiert und zum Teil auch realisiert; obwohl die Mehrzahl dieser Untersuchungen sich primär dem KundInnenbereich widmet, gibt es auch Ansätze zu einer Evaluierung, die weitere Aspekte umfasst und zum Teil operationalisierte Grundlagen für entsprechende Analysen bieten würde.

Stellvertretend für die gesamte Literatur (vgl. dazu auch weiter oben) sei hier auf JAIDE 1981 verwiesen, der folgende Kriterien der Mediennutzung in Berufsinformationszentren definiert (vgl. JAIDE 1981, S. 27ff):

- Umfang der Nutzung der Medien
- Stellenwert der Medien im Zuge der Berufswahl und untereinander („In welche Richtungen zielen die Erwartungen und Ansprüche der Ratsuchenden, und bis zu welchem Grad wünschen und suchen sie deren Erfüllung durch die verschiedenen Medien“)
- in welcher chronologischen Reihenfolge sind Informationsleistungen erwünscht und fruchtbar
- wieweit werden die Zielsetzungen der Informationsmittel von den Berufswählern erkannt und akzeptiert
- welche inhaltlichen Bereiche innerhalb der Informationen sind besonders relevant
- welche Arten der Gestaltung sind besonders beliebt und erwünscht
- wieweit sind Schülern derartige Informationsmittel und -maßnahmen vertraut - wie weit ungewohnt oder fremd? Haben Sie Übung im Umgang mit den Medien (Analogie zu Unterrichtsmaterialien)
- sind die Schüler motiviert und trainiert, den erforderlichen Zeit- und Konzentrationsaufwand zu erbringen, den die Informationsmittel erfordern.

Über diese, primär auf die Informationsebene abzielenden Fragen hinaus, kann sich eine Evaluierung, will sie Zusammenhänge klären und nicht auf einem rein deskriptiven Niveau verbleiben, zweier weiterer Themenkomplexe nicht entschlagen. Einerseits der Analyse der strukturellen Bedingungen, in denen institutionalisierte Berufsinformation agiert und andererseits einer Positionierung der Bedeutung von Information - hier anhand der Berufsinformationszentren - innerhalb des gesamten Berufswahlprozesses. Nur durch eine Kombination dieser drei Komponenten können Fragen nach Kosten und Nutzen der Berufsinformation bzw. allgemeiner, der Wirkungszusammenhänge im Berufswahlprozess, sinnvoll beantwortet werden.

Neben diesem wissenschaftlichen Anspruch soll ein weiterer Aspekt nicht vernachlässigt werden: das Interesse der an den Berufsinformationszentren tätigen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an Einschätzungsmöglichkeiten der Bedeutung ihrer Arbeit. Das weitgehende Fehlen von Rückmeldungen durch die KundInnen lässt zwar breiten Raum für Vermutungen, hinterlässt aber gleichzeitig ein hohes Maß an Unsicherheit. Eine Schwierigkeit, die durch oftmals unsichere Zielvorgaben noch verstärkt wird und einen großen Teil der legitimatorischen Last der Gesamtinstitution auf die Schultern der Mitarbeiter/innen legt.

Bevor auf die Ergebnisse der eigenen Forschungsschritte eingegangen wird, sollen kurz einige Daten ähnlicher Studien angeführt werden. Damit soll nicht nur eine Inventarisierung des Forschungsstandes vorgenommen und die Möglichkeit eines Vergleiches geboten, sondern auch verdeutlicht werden, dass die Beschäftigung mit Berufsinformation in vieler Hinsicht zu sehr ähnlichen Erfahrungen führt und dass dadurch für diesen Themenbereich ideale Voraussetzungen auch internationaler Kooperation - sowohl hinsichtlich der Forschung als auch deren Umsetzung - bestehen.

Zuvor aber noch zum Unterschied: Auffällig ist, dass in der überwiegenden Mehrzahl der vorliegenden Studien, im Vergleich zum hier verfolgten Ansatz, lediglich auf den Bereich der KundInnen und deren Verhalten in den Berufsinformationszentren eingegangen wird, Wirkungszusammenhänge im gesamten Berufswahlprozess, Strukturbedingungen, innerhalb derer Berufsinformationszentren ihre Leistungen erbringen sowie Sichtweisen von MitarbeiterInnen fanden dagegen kaum oder keinen Eingang in diese Untersuchungen. Mit eine Ursache dafür mag wohl darin liegen, dass zumindest die Strukturbedingungen, insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland, eindeutiger als in Österreich geregelt sind. Hierzulande kommen sowohl den Landesorganisationen als auch den einzelnen Berufsinformationszentren, d.h. konkret deren MitarbeiterInnen, Gestaltungsfreiheiten in einem hohen Maße zu.

4.2. Einige Ergebnisse vergleichbarer Evaluierungsprojekte

Die folgende Darstellung gibt einen nach thematischen Aspekten zusammengefassten Überblick über einschlägige Evaluierungsmaßnahmen über Berufsinformationszentren. Die hier dargestellten Ergebnisse dürften - nach Recherche des Archivs der Bundesanstalt für Arbeit in Nürnberg - einen vollständigen Überblick über den derzeitigen Forschungsstand geben (vgl. Quellenverzeichnis). Neben der Gesamtvorstellung der Ergebnisse soll dieser Abschnitt einen Vergleich der Informationseinrichtung „Berufsinformationszentren“ auch über die Grenzen Österreichs hinweg ermöglichen. Einschränkend dazu muss angemerkt werden, dass die Mehrzahl der verfügbaren Untersuchungen sich entweder auf jeweils ein spezielles BIZ oder auf eine spezielle Benutzergruppe bezieht und verallgemeinernde Aussagen insofern nur mit Einschränkungen gemacht werden können. Während insbesondere in bezug auf Organisation, Mitarbeiterselektion, aber auch Darbietung der Information nur wenige Parallelen zu ausländischen Berufsinformationszentren gefunden werden können, sind in einigen anderen Bereichen generalisierbare Charakteristika (v.a. Besucher/innenstruktur, Art und Umfang der Nutzung des Informationsangebotes) von Berufsinformationszentren zu vermuten. Das gilt nicht zuletzt für ein offensichtlich grundsätzlich vorhandenes und auch nachweisbares Bedürfnis nach (einem Mehr an) Information zur Bildungs- und Berufswahl. Die oben beschriebene theoretische wie auch empirische Begründung zur Einrichtung der BIZ in der BRD kann auch in Österreich - und noch fast 20 Jahre später - nachvollzogen werden: So zeigte sich in einer Marktstudie anlässlich der Einrichtung eines Berufsinformationszentrums im Bundesland Steiermark, dass eine hohe Nachfrage nach dem Angebot des AMS vorhanden ist. 88% der Befragten begrüßten die Einrichtung eines Berufsinformationszentrums.

In dieser Studie zeigte sich darüber hinaus eine generell hohe Zustimmung für Berufsorientierungs- und Berufsinformationsmaßnahmen für Jugendliche. An Informationsmöglichkeiten werden dieser Befragung zufolge Informationsmedien v.a. in Broschürenform gewünscht, gleichwertig dazu sind Formen der Selbsterkundung. Allerdings ist festzustellen, dass für so gut wie jede Form von Information hohes Interesse besteht (am relativ geringsten noch für Literatur/Bibliotheken). Und: Neben der medialen Information wird auch ausdrücklich persönliche Betreuung gewünscht (vgl. ANKRISCH u.a., 1994).

4.2.1. KundInnenstruktur der Berufsinformationszentren

Alle vorliegenden ausländischen Studien weisen einen deutlichen Überhang jugendlicher Besucher/innen - v.a. SchülerInnen - aus. Die verschiedenen Schulformen sind dabei annähernd gleichmäßig vertreten. Weiters auffällig ist ein leichter Überhang an weiblichen Besuchern. SCHWEIKERT (1988) belegt folgende Zusammensetzung der BIZ-Besucher/innen: Die große Mehrheit der BIZ-Besucher ist nicht älter als 20 Jahre (über 85%). Immerhin rund 8% sind über 30. Das Durchschnittsalter liegt bei 18 Jahren. Frauen sind als Besucher/innen - bis auf die Gruppe der 21-30jährigen - überrepräsentiert (S.281); MASSUTE (1984) gibt an, dass der Frauenanteil mit durchschnittlich 56% um etwa 10% über dem Männeranteil liege (S.196). Knapp 80% der Besucher sind Schüler - innerhalb dieser Gruppe machen jeweils knapp 30% Hauptschüler, Realschüler und Gymnasiasten aus -, berufstätige und arbeitslose Personen stellen jeweils rund 5% der BIZ-Besucher/innen, der Anteil an Studenten liegt unter 2% (SCHWEIKERT 1988, S.281).

GÖDL (1985) kommt anhand von Daten aus dem BIZ Winterthur zu analogen Ergebnissen: Auch hier stehen 58% Jugendliche (bis 19 Jahre) 42% Erwachsenen gegenüber. 55% der jugendlichen und 60% der erwachsenen Besucher sind Frauen. Den größten Besucheranteil stellen die 15- und 16-Jährigen mit 37%. Die andere große Gruppe stellen die Erwachsenen zwischen 20 und 30 Jahren; ein Drittel dieser Erwachsenen-Gruppe ist arbeitslos (S.154).

4.2.2. Vorinformation

Nach SCHWEIKERT/MEISSNER (1984) verfügt ca. 1/5 aller BIZ-Besucher/innen über keinerlei Vorinformationen beim BIZ-Besuch; auffällig sei dabei, dass der größte Anteil an nicht vorinformierten KundInnen unter den GymnasiastInnen zu finden sei (S.85ff.). Man erinnere sich an dieser Stelle auf die oben angeführten Hinweise bezüglich der stärksten Informationsabsenz von seiten dieser Gruppe. Nach SARGES (1989) kennen zwischen 70% und 80% der BIZ-KundInnen diverse Schriften zur Bildungsinformation, wobei der Autor davon

ausgeht, dass etwa die Hälfte dieser Gruppe sich auch intensiver mit diesen Medien auseinandersetzen würde (S.137).

4.2.3. Art und Umfang der Informationssuche

Die vorliegenden Daten zeigen teilweise unterschiedliche Ergebnisse. Die meisten Untersuchungen belegen eine Mehrheit unter den BIZ-BesucherInnen, die offensichtlich bereits ein Spektrum an Vorentscheidungen getroffen hat und zwischen sehr wenigen Alternativen zu wählen gedenkt bzw. zu einer bereits getroffenen Wahl vertiefende Informationen sucht. In diesem Sinne belegt SARGES (1989) die Informationsaktivitäten am Berufsinformationszentrum:

„Mehr als 50% aller Ratsuchenden haben schon feste Vorstellungen darüber, welchen Beruf sie ergreifen wollen. Erwartet werden Informationen zu allen Aspekten, die einen Beruf, seine typischen Tätigkeiten, die entsprechende Ausbildung, die Verdienstmöglichkeiten und die Beschäftigungsaussichten betreffen. Das Hauptinteresse gilt drei Bereichen:

- Die Ratsuchenden möchten wissen, welche Chancen unter Berücksichtigung ihrer schulischen und sonstigen Voraussetzungen für sie bestehen, einen Arbeitsplatz - möglichst in einem Wunschberuf - zu bekommen, und welche Beschäftigungsaussichten nach Abschluss der Ausbildung zu erwarten sind.
- Sie möchten genaue Einblicke gewinnen in die entsprechenden beruflichen Tätigkeiten sowie in das Netz der beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Sie möchten Genaueres wissen über den Gang der Ausbildung, über entsprechende Voraussetzungen, über bestimmte Ausbildungsfächer sowie über entsprechende Zwischen- und Endqualifikationen.“ (S. 136)

Alle anderen verfügbaren Untersuchungen scheinen ebenfalls zu belegen, dass etwa 50% der BIZ-Besucher Unterlagen zu einem oder maximal zwei Bereichen (Ausbildungen oder Berufe) suchen (vgl. z.B. GÖDL 1985, S.156); die Interessen der verbleibenden Gruppe sind schwerer einzuschätzen. So belegt GÖDL, dass jeder Dritte sich für drei oder mehr Berufe interessiere (ebd.), 6% würden sich überhaupt nicht für Berufe interessieren; SCHWEIKERT/MEISSNER (1984) wiederum belegen, dass 46% der Erstbesucher sich nur allgemein informieren wollen (S.112). Dieses Ergebnis lässt allerdings die Vermutung zu, dass vorherige BIZ-Besuche Wirkung zeigen; der Anteil derer, die sich nur ganz allgemein informieren wollen ist unter den Erstbesuchern noch deutlich höher als im Gesamtdurchschnitt. „Wer häufiger im BIZ war, ist eher auf der Suche nach einem Beruf“ (ebd.), als nach nur allgemeiner Information. Darüber hinaus gibt es Indizien dafür, dass jede Form von Vorinformationsaktivität die Anzahl der Ausbildungen/Berufe, der sich die Informationssuche BIZ widmet, reduziert.

4.2.4. Funktion der Informationssuche

Die vorhandenen Ergebnisse weisen darauf hin, dass ein nicht geringer Anteil der Besucher/innen unterstützende Informationen zu einer bereits getroffenen Wahl sucht: So geben mehr als die Hälfte der KundInnen an, der Besuch habe sie in ihrer Berufsentscheidung sicherer gemacht, lediglich 8% teilten mit, sie seien unsicherer geworden. Der Rest ist indifferent (vgl. SCHWEIKERT/MEISSNER 1984, S.133). Es zeige sich klar, dass der BIZ-Besuch dahin wirkt, Entscheidungen zu bestätigen. In diesem Zusammenhang ist von Interesse, dass über 80% der Jugendlichen, die sich entweder schon fest für einen Beruf entschieden oder zumindest mehrere Berufe in die engere Wahl gezogen haben, auch nach 3 oder 6 Monaten und noch später im BIZ Informationen suchen. Spontan beim BIZ-Besuch entscheiden sich im übrigen nur 2% der Befragten. Bemerkenswert ist, dass immerhin über 40% auch der Jugendlichen, die noch keine Vorentscheidung getroffen haben, angeben, der Besuch hätte sie sicherer gemacht. Trotz dieses Ergebnisses ist nicht zu übersehen, dass der BIZ-Besuch in noch stärkerem Maße zur Bestätigung einer bereits getroffenen Entscheidung führt. Die Analyse ergibt jedoch, dass die dem BIZ-Besuch zugeschriebene Erhöhung der Sicherheit bei der Berufswahl unter den Folgebesuchern (56%) größer ist als unter den Erstbesuchern. Dies lässt den Schluss zu, dass es sich nicht nur um ein unbegründetes subjektives Gefühl handelt, sondern dass tatsächlich die (intensivere) Nutzung des Informationsangebots hier ihren emotionalen Niederschlag gefunden hat (vgl. ebd. S.134).

Nach SARGES (1989, S. 136) haben schon mehr als 50% aller Ratsuchenden feste Vorstellungen darüber, welchen Beruf sie ergreifen wollen. Erwartet werden Informationen zu allen Aspekten, die einen Beruf, seine typischen Tätigkeiten, die entsprechende Ausbildung, die Verdienstmöglichkeiten und die Beschäftigungsaussichten betreffen. Das Hauptinteresse gilt drei Bereichen:

- Die Ratsuchenden möchten wissen, welche Chancen unter Berücksichtigung ihrer schulischen und sonstigen Voraussetzungen für sie bestehen, einen Arbeitsplatz - möglichst in einem Wunschberuf - zu bekommen, und welche Beschäftigungsaussichten nach Abschluss der Ausbildung zu erwarten sind.
- Sie möchten genaue Einblicke gewinnen in die entsprechenden beruflichen Tätigkeiten sowie in das Netz der beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Sie möchten Genaueres wissen über den Gang der Ausbildung, über entsprechende Voraussetzungen, über bestimmte Ausbildungsfächer sowie über entsprechende Zwischen- und Endqualifikationen.

4.2.5. Erstmaliger und wiederholter Besuch

Bezüglich der Häufigkeit der Besuche gibt es keine eindeutigen Ergebnisse; während laut SCHWEIKERT/MEISSNER (1984) nur ein Viertel der Besucher zum ersten Mal im BIZ ist (S. 112), gibt MASSUTE (1984) einen Erstbesucheranteil von über 50% an (S.197). Einigkeit besteht allerdings dahingehend, dass über 40% der Besucher wiederkommen wollen.

4.2.6. Bewertung der Berufsinformationszentren

Die generelle Bewertung des Angebotes Berufsinformationszentrum zeigt einheitlich überaus positive Werte: So belegt SCHWEIKERT (1991) das „eindeutig positive Image des BIZ“: Die Durchschnittswerte würden bei allen Variablen eines angebotenen Polaritätsprofils im Bereich positiver Skalenwerte liegen (vgl. S.1240) Exquisite Werte weist auch MASSUTE (1984) für die Berufsinformationszentren nach:

„Rund 90% aller Besucher bewerten die individuelle Hilfeleistung des vorhandenen Informationsangebotes mit `sehr` (35%) bis `es geht` (54%). Lediglich 10% der Befragten schätzen diesen Stellenwert der Informationsunterlagen als gering ein.“ (S. 197)

GÖDL (1985) zeigt, dass insbesondere die in den Berufsinformationszentren gebotenen Freiheiten auf große Gegenliebe der KundInnen stoßen („bin frei“, „ohne Anmeldung“). Die Kritik richtet sich eher gegen strukturelle Gegebenheiten: Bemängelt werden vor allem die Öffnungszeiten. Dies gilt speziell für die Erwachsenen. Für jeden dritten Jugendlichen befindet sich das BIZ an einem ungünstigen Ort. Auch die (meistens) vorhandene Ruhe (keine Hintergrundmusik) sowie die mangelnde Bekanntheit der Berufsinformationszentren wird als negativ empfunden (vgl. S.158).

In inhaltlicher Hinsicht ist auffällig, dass insbesondere Informationen, die den Charakter persönlicher Erfahrung haben, auf hohe Akzeptanz stoßen.

4.2.7. Nutzung der Informationsmöglichkeiten

Das primäre Informationsmedium in den Berufsinformationszentren sind die sogenannten Berufsmappen; den anderen Medien in der Mediothek kommt während des BIZ-Besuches, im Vergleich zu diesem Leitmedium, eher ergänzender Charakter zu. SCHWEIKERT/ MEISSNER (1984) belegen, dass in den deutschen Berufsinformationszentren 90% der Besucher die Mappen nutzen, während Filme von ca. 50% der Besucher verwendet werden (S.114). Analog dazu GÖDLs (1985) Schweizer Ergebnisse:

„Gesamthaft betrachtet sind die `orangen Berufsordner` (andernorts werden sie auch Berufsmappen genannt) das mit Abstand wichtigste Medium im BIZ.“ (S.156)

Filmen/Videos und Broschüren kommt daneben ergänzender Charakter zu:

„Es zeigt sich, dass Filme verstärkt von Folgebesuchern bzw. Jugendlichen, die sich bereits entschieden haben, weniger häufig von Erstbesuchern (42%) bzw. unschlüssigen Jugendlichen (44%) genutzt werden. Es kann also keine Rede davon sein, dass sich die Neulinge im BIZ sofort auf die vorhandenen Filme `stürzen` und die Informationen in den Mappen vernachlässigen. Die quantitative Nutzung der Mappen im Vergleich lässt vielmehr den Schluss zu, dass sie der ihnen zugeordneten Rolle als

Leitmedium gerecht werden." (SCHWEIKERT/MEISSNER 1984, S.115) Und: „Beim ersten Besuch verzichten immerhin 53% darauf, sich einen Film einspielen zu lassen. Die Mappen werden dagegen bei allen Besuchen gleichmäßig benutzt." (ebd. S.117)

Broschüren werden dagegen für das Heimstudium erwartet und massiv eingefordert. Die Bedeutung sonstiger Informationsmedien ist dagegen eher gering: Tonbänder, Dias und Bücher werden nach SCHWEIKERT /MEISSNER (1984) kaum verwendet (vgl. ebd.)

Nutzung und Bewertung korrespondieren weitgehend: Insbesondere den Berufsordnern wird hoher Nutzen zugeschrieben, Filme/Videos folgen danach. Wo vorhanden, wird auch ergänzende persönliche Beratung als wertvoll eingeschätzt. Nach GÖDL (1985) ist davon auszugehen, dass erwachsene BIZ-KundInnen dem Nutzen der Informationsmaterialien kritischer gegenüberstehen als jugendliche KundInnen. Und der Autor weiter:

„Am meisten haben die Benutzer - nach ihrer subjektiven Einschätzung - darüber erfahren, wie die Ausbildung abläuft und was man da zu machen hat. Praktisch gleich viele (61%) kennen nun die körperlichen und geistigen Fähigkeiten, die man mitbringen soll. Je rund 47% der Besucher wissen nach dem BIZ-Besuch, wie man innerhalb ihres Berufes aufsteigen kann, welchen Schulabschluss man für den Beruf braucht, wie der Arbeitsplatz aussieht und was in diesem Beruf zu tun ist.

Jugendliche interessieren sich eher für die geforderten körperlichen und geistigen Fähigkeiten und Erwachsene eher für den Ablauf der Ausbildung.

Über die Frage der möglichen Arbeitslosigkeit hätte jeder zweite Jugendliche und jeder vierte Erwachsene gerne mehr gewußt. Gut jeder dritte Besucher hat zu wenig über den Verdienst nach der Ausbildung erfahren. Auch gut jeder dritte Jugendliche weiß nach dem BIZ-Besuch noch nicht, wieviele Ausbildungsplätze es gibt und was er während der Ausbildung verdient oder was die Ausbildung kostet. Jugendliche aber auch Erwachsene, möchten mehr über die im Beruf möglichen Belastungen (gesundheitliche Risiken, Dreck, Lärm usw.) erfahren." (S.157).

5. Die Ergebnisse der Befragungen

Nach dieser Darstellung der wichtigsten Ergebnisse vergleichbarer Studien folgt abschließend der Kernbereich des Projekts: Im folgenden Abschnitt werden die wichtigsten Ergebnisse der schriftlichen Befragungen - zweimalige Mitarbeiter/innenbefragung, zweimalige KundInnenbefragung sowie Befragung des begleitenden Lehrpersonals - zusammengefaßt. Eine vollständige Darstellung aller Ergebnisse sowie der zugrundeliegenden Befragungsinstrumentarien würde den Rahmen dieses Berichtes allerdings bei weitem sprengen. Die thematische Auswahl der hier dargestellten Ergebnisse orientiert sich vor allem an den in den vorhergehenden Abschnitten angesprochenen Fragestellungen, wäre aber in vielerlei Hinsicht erweiterbar.

5.1. Die Innenperspektive: Die Sicht der Mitarbeiter/innen

Wie bereits weiter oben hervorgehoben wurde, weist LANGE (1981, S.5/6) dem Betreuungspersonal eine nahezu gleichwertige Bedeutung im Berufswahl- genauer Berufsinformationsprozess zu wie den Berufswählern, d.h. den potentiellen Informationssuchenden; um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wurden im Rahmen dieser Studie Mitarbeiter/innen der Berufsinformationszentren zweimal (1993/94 sowie 1995) schriftlich befragt. Im Rahmen der ersten Befragung wurden auch Mitarbeiter/innen sachlich befasster Dienststellen des Arbeitsmarktservice miteinbezogen.

5.1.1. Tätigkeitsprofil der BIZ-Mitarbeiter/innen

Die beruflichen Tätigkeiten und damit verbundenen Anforderungen in den Berufsinformationszentren zeigen in zunehmenden Maße ein, im Vergleich zu der Mehrzahl der anderen Positionen innerhalb des Arbeitsmarktservice, abweichendes Profil; vor allem in Hinblick auf Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation, Kommunikation, Veranstaltungstätigkeit, Recherchearbeit und Organisation sind die BIZ-Betreuer/innen mit zusätzlichen Anforderungen konfrontiert.

Tabelle 1: Tätigkeitsprofil

Wie setzt sich Ihr beruflicher Alltag zusammen? (Prozentwerte, n = 89)

	mache ich sehr häufig	von Zeit zu Zeit	mache ich selten
Verwaltungsarbeit	53,4	28,9	17,8
Einzelkundenbetreuung	81,8	13,6	4,6
Gruppenbetreuung	61,4	31,8	6,8
Problemgruppenbetreuung	40,9	36,4	22,7
Testunterweisung und -interpretation	54,6	29,5	15,9
Kontakte zu Schulungsträgern	20,4	38,6	40,9
Kontakte mit Ausbildern oder Wirtschaft	20,4	31,8	47,7
Kontakte mit Arbeitsamt (RGS)	77,8	20,0	2,2
Kontakte mit Landesarbeitsamt (LGS)	57,8	22,2	20,0
Einrichtungstätigkeiten	13,3	35,6	51,2
Putzarbeiten	4,6	11,4	84,1
EDV-Bildschirmarbeit	88,9	6,7	4,4
Zusammenarbeit mit Massenmedien	13,3	31,1	55,5
Zusammenarbeit mit Schulen und Lehrern	77,2	13,6	9,1
Erstellung von Informationsmaterialien	37,8	37,8	24,5
Beschaffung von Unterlagen	70,4	22,7	6,8
Weiterbildung	33,4	55,6	11,1
Ausrichtung von Informationsveranstaltungen	22,8	45,5	31,8
Ausrichtung kultureller Veranstaltungen	0,0	4,4	95,5
Mitarbeiterschulungen	17,8	20,0	62,3
Werbung, PR, Informationsmaßnahmen	20,0	22,2	57,8

5.1.2. Arbeitsplatzzufriedenheit

Drei Viertel der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen empfanden 1993/94 das Arbeitsklima an ihrem BIZ als hochgradig zufriedenstellend. Für unzufrieden erklärten sich 7%. 1995 haben sich diese Werte noch weiter verbessert: 90% der Mitarbeiter/innen stimmen der Aussage „Das Arbeitsklima im BIZ ist ausgezeichnet“ zu, Widerspruch zu dieser Aussage gibt es überhaupt keinen. Das Arbeitsplatzklima im AMS im allgemeinen bezeichneten 1993/94 da-

gegen vergleichsweise nur 20,5% als zufriedenstellend, unzufrieden sind damit 38,6%. Als größte Vorteile der Tätigkeit werden „interessante Tätigkeit“ und „Möglichkeit zu Umgang mit KundInnen“ mit nahezu 100prozentiger Zustimmung gelobt, insbesondere „mangelnde Aufstiegschancen“ werden als Nachteil des Arbeitsplatzes empfunden.

Tabelle 2: Vor- und Nachteile des Arbeitsplatzes

In welchem Ausmaß treffen die folgenden Charakteristika auf Ihren Arbeitsplatz zu? (Prozentwerte, n = 89)

	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Arbeitsplatzsicherheit	79,0	11,6	9,3
gute Aufstiegschancen	9,5	21,4	69,1
geordneter Tagesablauf	38,1	21,4	40,5
hohes Prestige innerhalb des AMS (der AMV)	45,2	28,6	26,1
hohes Prestige außerhalb des AMS (der AMV)	79,1	16,3	4,7
interessante Tätigkeit	97,7	2,3	0,0
Abwechslungsreichtum	86,0	11,6	2,3
Mitgestaltungsmöglichkeit	76,7	18,6	4,7
persönliche Atmosphäre	74,4	23,3	2,3
gutes Betriebsklima	79,1	11,6	9,3
Anerkennung persönlicher Leistung	52,4	31,0	16,7
Möglichkeit zum Umgang mit Kunden	97,6	2,4	0,0
Unterstützung und Förderung eigener Ideen	61,9	28,6	9,5
Möglichkeit individuelle Fähigkeiten voll einsetzen zu können	69,1	28,6	2,4

Das größte institutionelle Problem für BIZ-Mitarbeiter/innen stellt - zumindest in einigen Bundesländern - die mangelnde Akzeptanz der Institution Berufsinformationszentren innerhalb der Gesamtorganisation dar. Insbesondere das Verhältnis zwischen regionaler Geschäftsstelle und BIZ wird in einzelnen Fällen als kontraproduktiv erlebt, die Unterstützung durch manche Landesgeschäftsstellen in größerem Umfang als mangelhaft: so steht etwas mehr als 20% der Mitarbeiter/innen, die angeben, mit der Unterstützung durch die zuständigen Vorgesetzten zufrieden zu sein, ein nahezu exakt gleich großer Anteil an BIZ-Mitarbeiter/innen gegenüber, der gegenteilige Erfahrungen gemacht hat. Hinsichtlich der ersten Erfahrungen mit der neuen Organisationsform des Arbeitsmarktservice in Österreich zeigen sich ähnlich Werte: Etwas mehr als 20% der Mitarbeiter/innen haben davon bisher „einen generell positiven Eindruck“ gewonnen, knapp 20% widersprechen dieser Aussage.

Die folgende Tabelle dokumentiert recht eindrücklich die spezifische Widersprüchlichkeit der Institution Arbeitsmarktservice: Einem offenen (nicht-ängstlichen) Klima, einer von Zuverlässigkeit geprägten Institution, steht umständliche Gebarung gegenüber. Organisatorische Verbesserungen würden demzufolge eine durch positive Arbeitswerte ausgezeichnete Institution optimieren.

Tabelle 3: Betriebsklima

Wie charakterisieren Sie das Klima im AMS? (Prozentwerte, n = 43)

Klima	trifft zu	unentschieden	trifft nicht zu
offen	48,8	39,0	12,2
ängstlich	19,0	21,4	59,8
innovativ	21,4	52,4	26,2
skeptisch	26,8	36,6	36,6
pragmatisch	23,7	47,4	28,9
unzuverlässig	12,5	30,0	57,5
kompetent	38,1	50,0	11,9
stark	19,5	61,0	19,5
umständlich	54,7	35,7	9,5
hoffnungsvoll	31,7	51,2	17,1
motiviert	35,8	42,9	21,4

5.1.3. Einstellungen zu Informationsmedien und -politik

„Es gibt sehr viele Lücken im Informationsangebot, weil es keine geeigneten Informationsmaterialien, aber vor allem weil es überhaupt keine geeigneten Ausbildungs- und Umschulungsangebote (z.B. für Wiedereinsteiger) in Österreich gibt!“

Tabelle 4: Bewertung der Informationsmedien

In welchem Maße sind Sie mit folgenden Informationsmaterialien zufrieden? (Prozentwerte, n = 89)

Medium	zufrieden	teils-teils	nicht zufrieden
Broschüren			
Berufslexika	55,8	20,9	23,3
Berufs- und Studieninfo	27,9	25,6	46,6
Wege nach der Matura	51,1	20,9	27,6
Lehrberufsbroschüren	20,0	24,4	55,6
Informationsmappen	55,8	32,6	11,6
Meine Wünsche ...	55,5	33,3	11,1
Tips zur Berufswahl	95,5	2,3	2,3
Handb. f. Arbeitsuchende	90,2	7,3	2,4
Steirische Broschüren	71,4	28,6	0,0
EDV-Programme			
AIST	51,2	26,8	21,9
ALLEX	31,1	39,5	18,5
Sonstiges			
Videos	44,7	36,8	18,5
Dias	31,3	6,3	62,5

Bibliothek	24,3	56,8	18,9
------------	------	------	------

Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Ausstattung an Informationsmedien zeigt sich in inhaltlicher Sicht ein nicht einheitliches, in struktureller Sicht dagegen ein generalisierbares Bild von seiten der BIZ-Mitarbeiter/innen. Die Akzeptanz der vorhandenen Medien ist grundsätzlich relativ hoch, als nur eine geringe Anzahl an Mitarbeiter/innen grundsätzliche Defizitfelder (v.a. berufsbildendes Schulwesen, 2. Bildungsweg, gruppenspezifische Informationen) angibt. In formaler Hinsicht artikulieren sich bereits deutlicher Problembereiche, als weitgehend einhellig auf gestalterische und anwenderunfreundliche Materialien hingewiesen wird (typische Kritikpunkte sind v.a. mangelnde Jugendadäquanz aufgrund zu umfassender Textteile und zu geringer optischer Unterstützung). Eindeutig wird die Inakzeptanz dort, wo es um strukturelle Fragen der Informationsbereitstellung geht: der Tenor aller Beschwerden geht in Richtung von Lieferschwierigkeiten und Aktualität.

Soweit darf Einhelligkeit der Meinungen vermutet werden; vergleicht man dagegen die Einstellungen gegenüber konkreten Medien scheiden sich die Geister zunehmend: Grundsätzlich außer Zweifel steht der Bedarf und die Notwendigkeit der Broschüren für Lehrberufe und akademische Studien, Bereichsbroschüren (die sogenannten „Steirer-Broschüren“) sowie der Lexika. Hinsichtlich des Informationsgehaltes, der sachlichen Richtigkeit und der Aktualität gehen aber bereits hier die Meinungen deutlich auseinander. Weniger traditionelle Informationsmaterialien wie z.B. „Tips zur Berufswahl“ und „Meine Wünsche, Mein Beruf, Mein Leben“ werden durchaus unterschiedlich beurteilt.

Fast 50% der Mitarbeiter/innen geben an, dass es für bestimmte Personengruppen überhaupt keinerlei Informationsmaterialien gäbe und zwei Drittel des Personals geht davon aus, dass mit moderneren Informationsmitteln mehr KundInnen erreicht werden könnten.

Defizitäre Bereiche, d.h. Bereiche, für die nach Meinung der Mitarbeiter/innen der BIZ keine oder zuwenig Informationsmaterialien existieren, sind: zweiter Bildungsweg; Fachhochschulen; neue Entwicklungen; Kursangebote; Informationen für Eltern; teilweise Schul-Informationen; Kurse; Weiterbildung; Abendschulen und -kurse; berufsbildende Schulen; Anlernberufe; Alternativen zur herkömmlichen Berufswelt; Sozialbereich; spezielle Studienbereiche; Mädchen; ausländische Jugendliche.

Informationspolitische Maßnahmen im Rahmen der Berufsinformationszentren sollten, aufgrund der aktuell vermeldeten Bedarfe und Entwicklungen, insbesondere in folgenden vier Bereichen gesetzt werden:

- 2. Bildungsweg, Umschulungsmöglichkeiten und Kurse, Möglichkeiten für Wiedereinsteiger: innerhalb dieser Gesamtgruppe sind die spezifischen Bedürfnisse von Frauen mit Betreuungspflichten und älteren Arbeitslosen sowie regionale Gegebenheiten (Veranstaltungsorte) zu berücksichtigen. In diesem Bereich besteht der quantitativ größte Bedarf.
- Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten für SchülerInnen von ASO und Intergrationsschulen: für diesen Bereich ist insbesondere der formalen Gestaltung von Informationsmedien besondere Aufmerksamkeit zu widmen.
- StudentInnen, AkademikerInnen, Personen mit sonstigen hochwertigen Qualifikationen: bei der Bereitstellung von Informationen ist den spezifischen Anspruchserwartungen (v.a. inhaltliche Qualität) dieser Population Rechnung zu tragen.
- Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten im Ausland: für diesen Bereich ist ein extrem wachsender Informationsbedarf zu prognostizieren bzw. wird in grenznahen Regionen bereits registriert. Voraussetzung erfolgreicher Informationspolitik in diesem Bereich sind funktionierende Kommunikationsstrukturen für bi- und multinationale Zusammenarbeit.

Tabelle 5: Informationsangebot nach Kundinnengruppen

In welchem Maße können die Bedürfnisse folgender KundInnengruppe abgedeckt werden? (Prozentwerte, n = 43)

	weitgehend	durchschnittlich	gering
Pflichtschüler	97,8	2,2	0,0
Fachschüler	58,1	23,3	18,6
Maturanten	60,5	32,6	7,0
Studenten	18,6	39,5	41,9
Abbrecher	55,8	41,9	2,3
Berufstätige	25,6	44,2	30,2
Arbeitslose	44,2	44,2	11,6
Frauen mit Betreuungspflichten	20,9	32,6	46,5

Hinsichtlich der generellen Ausrichtung der Informationspolitik der BIZ zeigt sich folgende Verteilung: Die Mehrheit (fast zwei Drittel der BIZ-Mitarbeiter/innen) stimmt einer Informationspolitik zu, die grundsätzlich auf Themenvielfalt ausgerichtet ist (im Vergleich zu einer auf Schwerpunkte ausgerichteten Informationsstrategie).

5.1.4. Leistungsfähigkeit, Auslastung und Optimierung

Das Ausmaß an Personalausstattung wird als Voraussetzung für die quantitative und qualitative Leistungsfähigkeit der Berufsinformationszentren betrachtet; die Auswirkungen, die hochwertige - vor allem aber aktuelle - Informationsmedien für die Effizienz der BIZ haben, gewinnt im Bewußtsein der Mitarbeiter/innen offensichtlich zunehmend an Bedeutung.

Rund ein Drittel der BIZ haben - nach eigener Einschätzung - ihre Kapazitätsgrenzen erreicht; Kapazitätsgrenzen werden vor allem von der Personalausstattung und der Modernität der Informationsmedien, in deutlich geringerem Maße aber von der räumlichen Ausstattung abhängig gemacht. 90% der BIZ-Mitarbeiter/innen gehen davon aus, dass mit verstärkter Öffentlichkeitsarbeit mehr KundInnen erreicht werden könnten.

Vordringlich gewünscht wird die Einrichtung einer zentralen Materialverwaltung; die Erhöhung der Mitarbeiter/innenzahl, oftmals als *conditio sine qua non* weiterer BIZ-Arbeit genannt, befindet sich, in der Häufigkeit der Nennungen, deutlich hinter dieser Maßnahme, aber auch noch hinter verbesserter EDV-Ausstattung im Software-Bereich an dritter Stelle. Zusätzlicher Schulungsbedarf besteht primär in Berufskunde, wobei allerdings anzumerken ist, dass Bedarf und Bereitschaft gegenüber weiteren Schulungsmaßnahmen durchaus uneinheitlich sind.

Unterschiedlich nach Bundesländern werden zum Teil geänderte Regelungen hinsichtlich der Öffnungs- und Arbeitszeiten gewünscht.

Tabelle 6: Maßnahmenkatalog

Welche der folgenden Maßnahmen sind notwendig, um die Leistungsfähigkeit der BIZ zu erhöhen? (Prozentwerte, n = 89)

Maßnahme	notwendig	neutral	unnötig
Erhöhung des Personalstandes	76,8	14,0	9,4
Mehr EDV-unterstützte Medien	76,8	20,9	2,3
Aktuellere Medien	95,1	4,9	0,0
Mitarbeiter/innenfortbildung	69,8	20,9	9,3
Kürzere Bestell- und Lieferzeiten	90,7	7,0	2,3
Ersatz von Druckmaterial durch Computerprogramme	69,8	23,3	7,0
Zentrale Erstellung aller Informationsmedien	90,7	7,0	2,3
Bessere EDV-Ausstattung	65,2	23,3	11,7
Österreichweit einheitliches Leitsystem	58,2	27,9	14,0
Zusammenarbeit mit externen Institutionen	94,4	2,3	2,3
Intensivere Zusammenarbeit zwischen den BIZ	76,7	20,9	2,3
Vorbereitungsstunden in Schulen	71,5	21,4	7,1
Verbesserte Ausbildung der Mitarbeiter	72,1	23,3	4,7
Analyse der KundInneninteressen	63,5	31,7	4,9

5.2. Das begleitende Lehrpersonal

Als Sondergruppe innerhalb der Gesamtheit der BIZ-KundInnen wurde 1993 begleitendes Lehrpersonal mittels eines eigenen Fragebogens befragt. Zusammenfassend beurteilen auch die LehrerInnen (v.a. Bildungsberatungslehrpersonal sowie Klassenvorstände) die Berufsinformationszentren als eine wertvolle Informationseinrichtung. Es ist in diesem Zusammenhang anzumerken, dass hier durch kontinuierliche Kontakte Strukturen einer effektiven Kooperation zwischen Arbeitsmarktservice und Unterrichtsbereich/Schulwesen im Entstehen sind; zum Teil wird der BIZ-Besuch bereits in ein schulisches Umfeld (Vor- und Nachbereitung) eingebettet; in einigen Bundesländern gibt es dazu Unterrichtsmaterialien und Arbeitsbehelfe, was deutliche Auswirkungen auf die Effizienz eines BIZ-Klassenbesuches zeigt.

Tabelle 7: Beurteilung der Berufsinformationszentren durch Lehrpersonal

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Prozentwerte, n = 94)

	stimme zu	teils-teils	stimme nicht zu
Das Berufsinformationszentrum ist zu bürokratisch	3,4	3,4	93,1
Das Berufsinformationszentrum vermittelt eine freundliche Atmosphäre	95,8	2,1	2,2
Die Ausstattung mit Informationsmaterialien ist ausreichend	92,6	5,3	2,1
Die Mitarbeiter/innen sind kompetent	95,7	2,1	2,2
Zu meiner Unterstützung sind ausreichend Mitarbeiter/innen vorhanden	89,5	4,2	6,4
Das Betreuungsprogramm des BIZ ist gut	93,6	4,3	2,2
Das Platzangebot des BIZ ist ausreichend	81,1	12,6	6,3

In inhaltlicher Hinsicht werden realitätskonformere Darstellungen der Berufswelt sowie mehr Informationen über verschiedene Schultypen gewünscht, für zusätzliche Informationsträger zur Lehrsituation (Entschädigungshöhe, regionale Lehrstellenangebote) sowie spezielle Informationsunterlagen für LehrerInnen selbst bestehe Bedarf.

Tabelle 8: Zusätzliche Informationsmittel

Welche zusätzlichen Informationsmittel würden Sie sich für Ihre SchülerInnen wünschen? (Prozentwerte, n = 94)

	wichtig	teils-teils	unwichtig
mehr Unterlagen über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten	42,2	30,1	27,7
mehr Berufsbeschreibungen	42,1	22,7	35,2
mehr schriftliche Unterlagen	28,4	34,6	37,1
mehr multimediale Unterlagen/Behelfe	64,0	18,6	17,5
EDV-gestützte Informationsmöglichkeiten	58,0	24,7	17,3
EDV-gestützte Tests	64,2	24,7	11,1

Vorträge	33,7	39,8	26,5
Betriebsbesuche	58,3	25,0	16,6

Den SchülerInnen wird von ihren LehrerInnen ein relativ hoher Wissensstand hinsichtlich der Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zugeschrieben (jeweils mehr 50% sollen sehr gut informiert sein), der Wissenstand hinsichtlich der allgemeinen Arbeitsmarktlage sowie wirtschaftlicher Zusammenhänge sei dagegen deutlich geringer (rund 50% der Schüler/innen sollen zu diesen Themen über nur sehr wenige bis keine Informationen verfügen).

Die Zustimmungswerte der befragten LehrerInnen zu den BIZ ist generell hoch; 90% der befragten LehrerInnen geben an, das BIZ mit weiteren Klassen wiederbesuchen zu wollen.

5.3. Die Außenperspektive: Ergebnisse der KundInnenbefragungen

Bevor in Folge auf BIZ-spezifische Fragen eingegangen wird, zunächst einige Ergebnisse, die Auskunft zu eher allgemeinen Fragen der Bildungs- und Berufswahl bzw. der Bildungs- und Berufsinformation geben.

5.3.1. Bewertung der Informationsmöglichkeiten

Die folgenden Daten entstammen der Wiederholungsbefragung 1995; hier interessierte die Frage, welche aus einer vorgegebenen Liste von Informationsmöglichkeiten, die BIZ-KundInnen wahrgenommen haben und welcher Nutzen diesen „Medien“ zugeschrieben wird (letzteres nur von den Personen, die die entsprechende Informationsmöglichkeit tatsächlich auch wahrgenommen haben).

Tabelle 8: Nutzungsgrad der Informationsmöglichkeiten und Bewertung deren spezifischer Nützlichkeit

Welche der folgenden Informationsmedien hast Du irgendwann benützt und wie nützlich waren diese für Deine Berufswahl oder Ausbildungsentscheidung? (Prozentwerte, n = 230)

Informationsmöglichkeit	habe ich benützt	Nutzen war hoch	Nutzen war neutral	Nutzen war gering
BIZ	100,0	68,1	23,3	8,5
Berufsberatung am Arbeitsamt	28,7	73,6	12,2	14,2
Gespräche mit Lehrern	74,3	56,7	25,8	17,5
Berufskundeunterricht	55,8	56,0	23,1	20,9
Gespräche mit Eltern	93,1	70,5	20,1	9,4
Gespräche mit Freunden	86,9	69,7	22,2	8,1
Gespräche mit Berufstätigen und Schülern	73,5	77,5	15,8	6,8
Schul- und Betriebsbesuche	74,7	73,3	14,9	11,8
Hefte, Broschüren	86,5	64,3	22,8	12,8
Filme, Videos	65,6	64,5	22,6	12,9
Zeitungen, Zeitschriften	66,9	26,7	33,4	19,9
Informationsmesse	53,8	72,4	15,6	12,0

Diese Daten ermöglichen eine generelle Positionierung des BIZ innerhalb anderer Informationsmöglichkeiten; inhaltlich bedürfen sie aber noch weiterer Ausgestaltung, da a priori nicht davon ausgegangen werden kann, dass alle befragten Personen über identische Definitionsmuster von „Nützlichkeit“ verfügen, darüber hinaus sogar zu vermuten ist, dass der „Nutzen“ eines Gespräches mit Eltern oder etwa mit Freunden ein qualitativ anderer ist als der einer Informationssuche im BIZ, eines Gespräches am Arbeitsamt oder etwa der Rezeption einer Broschüre.

5.3.2. Der direkte Nutzen der Berufsinformationszentren

Aus theoretischer Sicht ist Nutzenzuschreibung des Leistungspotentials bzw. einer Inanspruchnahme der Berufsinformationszentren von normativen Aspekten der rationalen Entscheidungstheorie geprägt. Wir wollen hier nur insofern rekapitulieren als die Aussage, dass eine „informierte Entscheidung“ *wünschenswerter* ist als eine mit nur geringem Wissensstand getroffene (damit sind allerdings keinerlei Aussagen über subjektive Kriterien wie Entscheidungszufriedenheit, Richtigkeit der Entscheidung usw. zu treffen).

Die Ergebnisse der KundInnenbefragungen dieses Projekts haben in einem Maße geholfen, diesen Bereich durch eindeutig zugewiesene Nutzenaspekte belegen zu können, das in diesem Umfang nicht zu erwarten war: BIZ-Besuche haben für einen gewissen Anteil der KundInnen einen so nachhaltigen Einfluß, dass es möglich ist, den spekulativen Bereich (infolge der o.a. Mängel in der Berufswahltheorie) überschreiten zu können.

So wird bereits der Entscheidungszeitpunkt für eine bestimmte Ausbildung/Beruf von einem beträchtlichen Anteil der KundInnen in einen direkten Zusammenhang mit dem BIZ-Besuch gebracht:

Tabelle 9: Zeitpunkt der Berufswahlentscheidung

Wann hat Du Dich für eine Ausbildung oder einen Beruf entschieden? (Mehrfachantworten möglich, Angaben in Prozentwerten, n = 230)

... irgendwann zwischen 10 und 14 Jahren	33,5
... während oder unmittelbar nach dem BIZ-Besuch	13,2
... das habe ich eigentlich schon immer machen wollen	39,1
... während des letzten Jahres	53,8
... ich habe mich eigentlich bis heute nicht richtig entschieden	22,0
... wann das eigentlich war kann ich eigentlich gar nicht sagen	22,8

In der hier vor allem interessierenden Gruppe derjenigen, die sich offensichtlich zumindest in zeitlich, direktem Zusammenhang mit dem BIZ-Besuch zu einer bestimmten Ausbildung oder einem Beruf entschlossen haben sind Mädchen/Frauen deutlich stärker vertreten als die männlichen BIZ-Besucher (16% im Vergleich zu 10,2%). Weiters ist auffällig, dass Personen, die älter als 15 Jahre sind, eher dieser Aussage (zeitlicher Zusammenhang mit BIZ-Besuch) zustimmen als die jüngeren BIZ-Besucher/innen. Das Bildungsniveau lässt dagegen keine eindeutigen Aussagen zu.

Nach diesen Ergebnissen überrascht es auch nicht mehr so sehr, dass ein durchaus bedeutender Anteil der BIZ-KundInnen ihre Bildungs- und oder Berufsentscheidung in hohem Maße auf diese Maßnahme zurückführt: So stimmen 18,3 % der KundInnen der Aussage „Ohne den BIZ-Besuch hätte ich mich wahrscheinlich anders entschieden“ zu; und mehr als 28%

der Besucher/innen geben an, dass sie erst durch den BIZ Besuch begonnen hätten sich für Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zu interessieren.

In bezug auf die Entscheidung ist interessant, dass hier die Kunden dem BIZ einen eher hohen Stellenwert zumessen als die Kundinnen. Dem BIZ-Besuch als „Initialzündung“ für die Auseinandersetzung mit der Thematik kommt wiederum bei den Mädchen/Frauen höhere Bedeutung zu.

Was bedeuten diese Daten für die Bereiche Wirksamkeit und Nutzen der Berufsinformationzentren? Bedeutsam scheint: selbst bei sehr vorsichtiger Schätzung hat der BIZ-Besuch für rund 10% der KundInnen direkte - handlungsrelevante - Auswirkungen auf ihr weiteres Verhalten (das wären - gemessen an der Besucher/innenzahl - 1993 rund 11.000 und 1994 ca. 18.000 KundInnen österreichweit). Und, was v.a. für Proponenten der entscheidungstheoretischen Richtung in der Berufswahltheorie nicht uninteressant sein dürfte, ist, dass für rund 30.000 bzw. 50.000 vornehmlich sehr junge Menschen 1993 bzw. 1994 der BIZ-Besuch die erstmalige Auseinandersetzung mit diesen, für ihren weiteren Lebensweg, so wichtigen Fragegebieten bedeutete. - „So wichtig?“ mag dazu der Einwand lauten; aber auch darauf kann nun Antwort gegeben werden: Für mehr als 37% der Besucher/innen stellt die Berufswahl ein „Problem“ dar, im Vergleich dazu ist sie 32% der KundInnen „ganz einfach gefallen“. Und „wichtiger als die Berufswahl“ sind „andere Dinge“ für (nur) 9,5% der KundInnen. Der Bereich von „Beruf und beruflicher Zukunft“ interessiert mehr als 90% der KundInnen und ist damit das wichtigste Themengebiet - aus einer repräsentativen Auswahl - überhaupt; ihm annähernd gleichwertig sind nur noch zwei weitere Themengebiete, nämlich „Freunde und Bekannte“ sowie „Taschengeld, Einkommen“, alle anderen zeigen bereits deutlich geringere Zustimmungsraten.

Tabelle 10: Bedeutung der Berufswahlentscheidung

Ist die Berufswahl für Dich ein Problem? (Prozentwerte, n = 230)

	stimmt	neutral	falsch
Meine Berufswahl ist für mich ein großes Problem	37,6	13,0	49,4
Meine Berufswahl ist mir ganz einfach gefallen	31,8	24,9	43,3
Andere Dinge sind für mich viel wichtiger als die Berufswahl	9,5	8,8	81,6

5.4. Die KundInnenbefragung 1994

Im Jahr 1994 wurden die KundInnen der Berufsinformationszentren österreichweit mittels eines Fragebogens bezüglich ihrer Erfahrungen mit einem BIZ-Besuch befragt. Insgesamt konnten 1924 Fragebogen in die Untersuchung einbezogen werden. Diese KundInnenbefragung wurde durch eine Wiederholungsbefragung eines Teiles dieser KundInnen sowie eine Befragung des begleitenden Lehrpersonals (im Falle von Schulklassenbesuchen) vervollständigt (vgl. weiter unten).

Die Fragebögen für die erste Welle der KundInnenbefragung sowie für das Lehrpersonal lagen in den Berufsinformationszentren auf und gelangten durch das BIZ-Personal zur Verteilung. Im Falle von Klassenbesuchen wurden die Fragebögen zum Teil in den Schulen (im Anschluss an den BIZ-Besuch) ausgefüllt.

Einmal mehr ist an dieser Stelle der Mitarbeiter/innen und Mitarbeitern der Berufsinformationszentren für den durch diese Befragungen entstandenen Mehraufwand Dank auszusprechen.

5.4.1. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung weisen den Berufsinformationszentren in Österreich ein hervorragendes Urteil aus: Man kann von zwei Drittel der KundInnen ausgehen, die mit den Leistungen der Berufsinformationszentren völlig zufrieden sind. Dieses Ergebnis ist nicht zuletzt deshalb bemerkenswert, weil es in dieser Hinsicht auch geringe Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Besucher/innengruppen und den einzelnen BIZ gibt. Insbesondere hinsichtlich ihrer Informationskompetenz werden die Berufsinformationszentren hervorragend beurteilt; eine, nach KundInnenmeinung, gute Ausstattung mit Unterlagen und hohe Kompetenz der Mitarbeiter/innen runden dieses erfreuliche Bild noch ab.

Der Umfang an unzufriedenen KundInnen liegt bei rund 10 Prozent, wobei auch innerhalb dieser Gruppe nur ein kleiner Teil auch die Informationskompetenz in Frage stellt. Innerhalb der Gruppe der Unzufriedenen sind die männlichen Besucher überproportional vertreten.

Hinsichtlich des Informationsverhaltens sind geschlechtsspezifische Unterschiede insofern nachweislich, als die weiblichen Kunden grundsätzlich von Informationsmöglichkeiten in stärkerem Umfang Gebrauch machen. Am BIZ zeigen sie in Bezug auf Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten ein mehr allgemein gestreutes Interesse, während die männlichen Besucher ihr Augenmerk eher auf einige wenige Ausbildungen und/oder Berufe lenken.

Tabelle 10 gibt Auskunft über Eigenschaftszuschreibungen für die Berufsinformationszentren; erfreulicherweise erfahren hier die BIZ in Hinsicht auf ihre Informationsaufgabe die

höchste Zustimmung - wiewohl festzustellen ist, dass alle Werte im positiven Bereich liegen; Mankos bestehen diesen Ergebnisse zufolge vor allem in Bereichen der Präsentation („ist unterhaltend“, „ist originell“), aber auch die verunsichernde Funktion der BIZ für einen Teil ihrer Besucher/innen („ist ermutigend“- negativ) ist hier abgebildet.

Tabelle 10: Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch

Wie würdest Du das BIZ beurteilen? (Prozentwerte, n = 1.916)

	Polaritätsprofil							
	3	2	1	0	1	2	3	
ist ansprechend	32,7	38,2	13,7	11,9	1,4	0,9	1,3	ist nicht ansprechend
macht Spaß	33,1	33,0	17,0	10,6	2,6	1,6	2,2	macht keinen Spaß
ist interessant	55,5	24,8	11,9	4,8	1,2	0,7	1,1	ist uninteressant
leitet gut an	21,4	37,4	17,6	16,5	3,8	1,6	1,7	leitet nicht gut an
ist ermutigend	20,2	30,6	21,2	17,8	5,2	2,4	2,7	ist entmutigend
ist unterhaltend	22,1	25,1	21,8	17,9	5,7	3,9	3,4	ist ermüdend
ist einfach	32,0	29,8	19,4	12,0	4,1	1,5	1,1	ist kompliziert
ist informativ	61,1	18,8	12,0	4,5	1,5	0,6	1,4	bietet nichts Neues
ist verständlich	44,1	31,2	13,6	6,8	2,2	0,8	1,3	ist unverständlich
ist glaubwürdig	38,5	31,9	14,7	10,4	2,2	0,8	1,4	ist nicht glaubwürdig
bleibt im Gedächtnis	32,0	32,9	16,8	10,5	4,1	1,8	1,8	vergißt man leicht
ist nützlich	56,0	22,0	12,0	5,8	1,8	0,9	1,5	ist nicht nützlich
ist unbedingt erforderlich	23,3	26,0	18,6	18,6	4,9	3,7	4,9	ist nicht erforderlich
bietet gründliche Information	46,2	26,9	13,7	6,2	3,0	2,0	1,9	bietet oberflächliche Information
ist wirklichkeitsnah	30,0	33,9	16,4	12,1	4,3	1,4	1,8	ist wirklichkeitsfern
ist originell	22,4	30,0	18,7	19,1	4,6	2,4	2,9	ist öde
ist abwechslungsreich	29,1	27,9	18,4	14,6	5,2	2,2	2,6	ist langweilig
ist anschaulich	33,6	32,0	16,6	11,4	3,0	1,6	1,9	ist verwirrend
ist übersichtlich	49,2	23,8	13,9	7,1	2,8	1,1	1,9	ist unübersichtlich

5.4.2. Die BIZ-KundInnen - Ihre Ansprüche und Wünsche

Die Interessen der BIZ-Besucher/innen sind nicht eindeutig festzumachen: nahezu in gleichem Maße wird Interesse für einen konkreten Beruf, eine konkrete Ausbildung oder für grundsätzliche Berufs- oder Ausbildungsmöglichkeiten genannt. Im Vergleich zu diesen vier Feldern wollen sich deutlich weniger Besucher/innen nur allgemein umschaun. Die Möglichkeit, einen Test zu machen und/oder schriftliche Unterlagen zu erhalten, ist für jeweils rund 60% der Besucher/innen wichtig.

Bei genauer Betrachtung zeigt sich ein - unbeschadet dieses grundsätzlich positiven Bildes - ein etwas differenzierteres Bild: Erwachsene BIZ-Besucher/innen zeigen sich skeptischer hinsichtlich des Informationspotentials als die jugendlichen Besucher/innen (v.a. als Klassenbesucher/innen in der 7. und 8. Schulstufe). Mädchen und Frauen sind den Leistungen gegenüber grundsätzlich positiver eingestellt, nehmen sie in höherem Maße in Anspruch und zeigen sich damit auch als zufriedener als die Burschen/Männer.

5.4.3. Motive für den BIZ-Besuch

Die Mehrzahl der BIZ-KundInnen erklärt, was nach obigen Ergebnissen nicht verwundert, das BIZ besucht zu haben, um schriftliche Unterlagen zu erhalten. Jeweils mehr als 60% geben an, entweder aus Interesse an möglichen Ausbildungswegen und/oder um zu erfahren, welcher Beruf geeignet sei, das Berufsinformationszentrum zu besuchen. Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt es insofern als die Kunden sich offensichtlich eher für konkrete Bildungsmöglichkeiten und Berufe interessieren, während die Besucher/innen in stärkerem Maße auch Interesse an einer grundsätzlichen Information zeigen. Umgekehrt ist aber der Anteil der Burschen/Männer unter denjenigen, die sich im BIZ „nur umgeschaut haben“ höher vertreten.

Tabelle 11: Motive für BIZ-Besuch

Welche Erwartungen hattest Du vor Deinem heutigen BIZ-Besuch? (Prozentwerte, n = 1.916)

	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Ich wollte zu einer Entscheidung kommen	51,3	22,5	26,3
Ich wollte erfahren, welche Entwicklung einzelne Berufe nehmen werden	31,7	22,6	25,7
Ich wollte erfahren, wo ich weitere Informationen über Berufe erhalten kann	47,9	19,3	32,8
Ich wollte schriftliche Unterlagen erhalten	71,9	12,2	15,8
Ich wollte erfahren, welche Ausbildungswege es überhaupt gibt	65,0	16,1	18,9
Ich wollte erfahren, welche Fähigkeiten ich besitze	56,6	18,4	25,1
Ich wollte erfahren, ob ich eine weiterführende Ausbildung besuchen soll	40,9	18,8	40,3
Ich wollte erfahren, welcher Beruf für mich am besten geeignet ist	60,5	14,5	25,0
Ich wollte erfahren, was man in den einzelnen Berufen verdienen kann	52,7	17,5	29,9
Ich wollte erfahren, wo es Ausbildungsplätze gibt	55,4	18,1	26,5
Ich wollte erfahren, wie man zu einem Ausbildungsplatz kommt	42,0	21,4	36,7
Ich wollte erfahren, wie ich meine Ausbildung finanzieren kann	27,0	19,1	54,0
Ich wollte erfahren, welche Berufe/Berufsfelder ich mit meinem Schulabschluss erreichen kann	53,7	19,1	27,3

5.4.4. Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch

Etwa zwei Drittel der Besucher sind mit dem BIZ-Besuch hoch zufrieden, Erwartungen wurden vollständig erfüllt, die gesuchte Information bereitgestellt. Höchste Zustimmungswerte (über 80%) erhalten die Berufsinformationszentren hinsichtlich der Ausstattung mit Unterlagen und der Freundlichkeit der Mitarbeiter. Etwas über 10% der KundInnen ist mit dem BIZ-Besuch unzufrieden, ca. 15% geben an, durch den BIZ-Besuch noch unsicherer geworden zu sein. Immerhin knapp 20% geben an, dass das BIZ Amtscharakter habe. Über 80% der Besucher haben gegenüber dem Berufsinformationszentrum keinerlei Änderungswünsche.

Tabelle 12: Zufriedenheit mit dem BIZ

Wie sehr treffen die folgenden Aussagen für Dich zu? (Prozentwerte, n = 1.916)

	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Meine Erwartungen sind vollständig erfüllt worden	68,5	21,9	9,6
Ich habe im BIZ genau die Informationen erhalten, die ich gesucht habe	64,4	21,7	13,9
Meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden	10,5	11,5	77,9
Der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt	12,0	13,0	75,0
Nach dem BIZ-Besuch weiß ich erst recht nicht, was ich machen soll	15,1	16,3	68,6
Ich hätte gerne eine persönlichere Beratung bekommen	27,8	21,4	50,8
Ich weiß jetzt, wie und wo ich mich weiterinformieren kann	50,5	24,3	25,2
Ich hätte gerne konkretere Informationen bekommen	36,2	26,0	37,8
Ich weiß jetzt genau, was ich machen werde	52,9	20,6	26,5
Ich hätte schon viel früher kommen sollen	41,0	24,4	34,6
Den Weg hätte ich mir sparen können	10,3	10,4	79,4
Das Berufsinformationszentrum ist sehr gut mit Unterlagen ausgestattet	83,0	10,9	6,0
Das Berufsinformationszentrum macht auf mich einen freundlichen Eindruck	84,4	10,3	5,3
Das Berufsinformationszentrum macht auf mich einen modernen Eindruck	78,9	14,7	6,3
Das Berufsinformationszentrum ist für mich leicht erreichbar	41,8	21,8	36,5
Die Mitarbeiter am BIZ kennen sich gut aus	80,4	12,4	7,2
Die Mitarbeiter sind freundlich	86,7	7,1	6,3
Das BIZ wirkt auf mich genauso wie irgendein Amt	19,2	23,7	57,1

5.4.5. Informationsverhalten

Die schriftlichen Materialien sind das zentrale Element der Informationssuche im BIZ: Drei Viertel aller Befragten geben an, sich schriftliche Unterlagen besorgt zu haben und/oder die Informationsmappen verwendet zu haben. Zwei Drittel der KundInnen haben einen Film/ein Video angesehen und knapp die Hälfte der Befragten einen Computertest gemacht. Etwas weniger als 40% geben an, sich einen Rat geholt zu haben und fast genau 30% haben sich nach eigenen Angaben beraten lassen. Mädchen und Frauen verwenden am BIZ eher die Informationsmappen, Burschen und Männer sind dagegen überproportional unter den Video-Benutzer/innen anzutreffen.

Interessant ist, dass die Zufriedenheit offensichtlich eng mit der Anzahl verschiedener Informationsaktivitäten zusammenhängt. Je mehr Informationsaktivitäten gesetzt werden, desto besser wird die Beratungskompetenz der BIZ bewertet und desto zufriedener sind die KundInnen. Betrachtet man die Informationsaktivitäten im einzelnen, so zeigt sich, dass die Möglichkeiten a) persönliche Beratung in Anspruch nehmen und/oder b) schriftliche Informationsmedien einsehen zu können, die Beurteilung am stärksten beeinflussen, die anderen Medien sind kaum bewertungsrelevant.

5.4.6. Weiteres Verhalten

Unter den „Wiederholungsbesucher/innen“ sind die Einzelbesucher/innen in einem überproportional starkem Maße vertreten. Hinsichtlich der Bereitschaft, das BIZ im Bedarfsfall noch einmal zu besuchen, gibt es allerdings keine Unterschiede zwischen Einzel- und Gruppenbesucher/innen: Ziemlich genau zwei Drittel der Besucher wollen das BIZ noch einmal besuchen, ein gutes Viertel ist in dieser Hinsicht unentschieden. Fast 85% würden darüber hinaus auch ihren Freunden zum Besuch des Berufsinformationszentrums raten. Auch hier ist der Frauenanteil unter denjenigen, die offensichtlich aufgrund ihrer positiven Erfahrungen das BIZ weiterempfehlen würden, überdurchschnittlich hoch.

5.5. Einige der Ergebnisse im Detail

Aufgrund der zentralen Bedeutung, die diesem Untersuchungsschritt im Rahmen des Gesamtprojektes zukommt, sollen im folgenden noch einige Ergebnisse ausführlicher beschrieben werden.

5.5.1. Beschreibung der Befragtenpopulation

Knapp 84 % der befragten BIZ-Besucher sind unter 16 Jahre alt. Die meisten Kunden haben die Pflichtschule entweder noch nicht abgeschlossen (etwa 54 %) oder gerade erst abgeschlossen (rund 38 %) (vgl. Tabelle 13). Die Ratsuchenden benötigen vor allem Informationen zur Ausbildungswahl, aber auch berufswahlvorbereitende sowie berufskundliche Informationen. Nur rund 4 % der BIZ-Besucher/innen sind Facharbeiter/innen (abgeschlossene Lehrausbildung) oder BMS-AbsolventInnen. Weitere 4 bis 5 % der KundInnen verfügen über eine höhere schulisch-universitäre Ausbildung.

Tabelle 13: Sozialdemographische Grob-Struktur der BIZ-Besucher

Prozentwerte, n = 1.895 (Minimum)

Merkmal	n	Prozent
Geschlecht		
männlich	937	49,0
weiblich	977	51,0
Alter		
bis 16 Jahre	1.607	83,9
16 bis 20 Jahre	181	9,5
20 Jahre und mehr	127	6,6
Abgeschlossene Schulbildung/Ausbildung		
Volksschule	1.022	53,9
Pflichtschule	710	37,5
Lehre/BMS	78	4,1
Matura/Akademie/Studium	85	4,5

5.5.2. Informationsverhalten der BIZ-Besucher/innen

Die häufigsten Informationsaktivitäten der BIZ-Besucher/innen beziehen auf die Medien zur Selbstinformation: Informationsmappen anschauen (75 %) und sich schriftliche Unterlagen besorgen (74 %) (vgl. Tabelle 14). Die Möglichkeit, sich berufskundliche Filme bzw. Videos anzusehen, wird ebenfalls recht häufig genutzt (67 %). Die BIZ-Besucher/innen greifen insgesamt auf eine breite Palette von Informationsangeboten zu. Im Durchschnitt werden etwa drei bis vier verschiedene Informationsaktivitäten pro Besuch gesetzt (vgl. Tabelle 14).

Tabelle 14: Aspekte des Informationsverhaltens der BIZ-Besucher/innen

Prozentwerte, n = 1.859 (Minimum)

Merkmal	n	Prozent
BIZ-Besuch ...		
allein	161	8,4
mit Schulklasse/sonstiger Gruppe	1.538	80,4
mit Eltern/Verwandten/Freunden	213	11,1
Frühere BIZ-Besuche		
ja	599	31,2
nein	1.321	68,8
Informationsaktivitäten im BIZ		
schriftliche Unterlagen besorgt	1.418	73,9
Filme/Videos angeschaut	1.291	67,2
einen Rat geholt	716	37,3
einen Computertest gemacht	921	48,0
Informationsmappen angeschaut	1.438	74,9
nur umgeschaut	196	10,2
Fotos/Dias angesehen	153	8,0
beraten lassen	593	30,9
eine Gruppenarbeit gemacht	335	17,4
Index Informationsaktivitäten		
1 (eine Info-Aktivität)	138	7,4
2 (zwei verschiedene Info-Aktivitäten)	250	13,4
3	430	23,1
4	450	24,2
5	308	16,6
6	209	11,2
7 (sieben und mehr versch. Info-Aktivitäten)	74	4,0

5.5.3. Informationserwartungen der BIZ-Besucher/innen

Die meisten BIZ-Besucher/innen kommen mit der Absicht, sich schriftliche Unterlagen zur Ausbildungs- und Berufswahl zu besorgen (rund 72 %) (vgl. Tabelle 15). Insgesamt kann man drei verschiedene Arten von Informationserwartungen bei den BIZ-Kunden unterscheiden: (1) ausbildungsbezogene, (2) berufswahlvorbereitende und (3) berufskundliche Informationserwartungen (vgl. Tabelle 16). Ausbildungsbezogene Informationserwartungen drehen sich beispielsweise um die Fragen, wie man zu einem Ausbildungsplatz kommt, wo es Ausbildungsplätze gibt und wie man die Ausbildung finanzieren kann. Etwa 37 % der BIZ-Besucher/innen sind an dieser Thematik sehr interessiert (vgl. Tabelle 17).

Tabelle 15: Erwartungen an den BIZ-Besuch

*Welche Erwartungen hattest Du vor Deinem heutigen BIZ-Besuch? In welchem Ausmaß treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu? (Antwortskala von 1 bis 5, wobei 1 = trifft völlig zu und 5 = trifft überhaupt nicht zu);
Prozentwerte, n = 1.639*

Items	Prozent (1 + 2)
ich wollte schriftliche Unterlagen erhalten	71,9
ich wollte erfahren, welche Ausbildungswege es überhaupt gibt	65,0
ich wollte erfahren, welcher Beruf für mich am besten geeignet ist	60,5
ich wollte erfahren, welche Fähigkeiten ich besitze	56,6
ich wollte erfahren, wo es Ausbildungsplätze gibt	55,4
ich wollte erfahren, welche Berufe/Berufsfelder ich mit meinem Schulabschluss erreichen kann	53,7
ich wollte erfahren, was man in den einzelnen Berufen verdienen kann	52,7
ich wollte erfahren, welche Entwicklung einzelne Berufe in Zukunft nehmen werden	51,7
ich wollte zu einer Entscheidung kommen	51,3
ich wollte erfahren, wo ich weitere Informationen über Berufe erhalten kann	47,9
ich wollte erfahren, wie man zu einem Ausbildungsplatz kommt	41,9
ich wollte erfahren, ob ich eine weiterführende Ausbildung besuchen soll	40,8
ich wollte erfahren, wie ich meine Ausbildung finanzieren kann	27,0

Tabelle 16: Erwartungen an den BIZ-Besuch

Faktorenanalyse, Varimaxrotation, EW = Eigenwert, es werden nur Ladungen größer ,30 ausgewiesen,
 n = 1.550 (nach Auschluss aller Fälle mit fehlenden Werten)

Items	Faktor 1 EW = 4.6	Faktor 2 EW = 1.2	Faktor 3 EW = 1.1
ich wollte erfahren, wie man zu einem Ausbildungsplatz kommt	.84		
ich wollte erfahren, wo es Ausbildungsplätze gibt	.61		
ich wollte erfahren, wie ich meine Ausbildung finanzieren kann	.59		
ich wollte erfahren, was man in den einzelnen Berufen verdienen kann	.38		
ich wollte erfahren, welche Berufe/Berufsfelder ich mit meinem Schulabschluss erreichen kann	.37		.31
ich wollte erfahren, welcher Beruf für mich am besten geeignet ist		.77	
ich wollte erfahren, welche Fähigkeiten ich besitze		.66	
ich wollte erfahren, ob ich eine weiterführende Ausbildung besuchen soll		.43	
ich wollte zu einer Entscheidung kommen		.36	.33
ich wollte erfahren, welche Entwicklung einzelne Berufe in Zukunft nehmen werden			.51
ich wollte erfahren, wo ich weitere Informationen über Berufe erhalten kann			.51
ich wollte schriftliche Unterlagen erhalten			,50
ich wollte erfahren, welche Ausbildungswege es überhaupt gibt			.43

Bei berufswahlvorbereitenden Informationserwartungen geht es beispielsweise um folgende Fragen:

Welcher Beruf ist für mich am besten geeignet? Welche Fähigkeiten besitze ich? Kommt für mich eine weiterführende Ausbildung in Frage oder nicht? Dafür interessieren sich rund 51 % der BIZ-Besucher/innen. Berufskundliche Informationserwartungen kreisen um konkrete Informationen über Berufe, Berufsbeschreibungen und Hinweise über die künftige Entwicklung einzelner Berufe. Diese Thematik interessiert etwa 56 % der BIZ-Besucher/innen (vgl. Tabelle 17).

Tabelle 17: Informationserwartungen (Indizes)

Verteilung in Prozent, n = 1.572 (Minimum)				
Index-Ausprägungen	Ausbildungsbezogene Info-Erwartungen (Faktor 1)	Berufswahlvorbereitende Info-Erwartungen (Faktor 2)	Berufskundliche Info-Erwartungen (Faktor 3)	Informationserwartungen insgesamt (Summe)
sehr niedrig	15,0	9,3	3,9	3,2
niedrig	20,8	16,4	14,4	14,4
mittel	27,3	22,8	25,7	39,2
hoch	23,1	30,9	38,1	33,9
sehr hoch	13,9	20,6	18,0	9,3
(n)	1.613	1.705	1.713	1.572

5.5.4. Sozialdemographische Hintergrundvariablen und Informationserwartungen

Die Geschlechter unterscheiden sich kaum hinsichtlich ihrer Informationserwartungen an die BIZ. Hingegen zeigen sich Zusammenhänge zwischen dem Alter und dem Ausbildungs-niveau der BIZ-Besucher/innen und der Intensität der Informationserwartungen. Je älter und je gebildeter die BIZ-Besucher/innen sind, desto schwächer ausgeprägt sind die Erwartungen an die Einrichtung. Dies gilt durchgängig für alle drei Typen von Informationserwartungen (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Zusammenhänge zwischen sozialdemographischen Merkmalen der BIZ-Besucher/innen und Informationserwartungen

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), n = 1.523

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Merkmal	Ausbildungs- bezogene Info- Erwartungen (MW = 2,99)	Berufswahlvor- bereitende In- fo-Erwartungen (MW = 3,38)	Berufs- kundliche Info- Erwartungen (MW = 3,53)	Informations- erwartungen insgesamt (MW = 3,30)
Geschlecht	.01	.07	.07	.06
männlich	-.01	-.09	-.08	-.06
weiblich	.01	.08	.07	.05
Alter	.12	.21	.14	.20
bis 16 Jahre	.05	.10	.06	.07
16 bis 20 Jahre	-.42	-.60	-.42	-.48
20 Jahre und mehr	-.16	-.63	-.18	-.32
Abgeschlossene Schul- bildung/Ausbildung	.07	.15	.09	.12
Volksschule	-.02	.11	.07	.05
Pflichtschule	.06	-.08	-.07	-.03
Lehre/BMS	.08	-.15	-.22	-.10
Matu- ra/Akademie/Studium	-.36	-.78	-.24	-.46

5.5.5. Informationserwartungen und Informationsaktivitäten

Je stärker ausgeprägt die Informationserwartungen sind, desto mehr verschiedene Informationsaktivitäten werden gesetzt (vgl. Tabelle 19). Dieser Befund gilt für ausbildungsbezogene Informationserwartungen ebenso wie für berufswahlvorbereitende und berufskundliche Informationserwartungen.

Tabelle 19: Zusammenhänge zwischen Aspekten des Informationsverhaltens der BIZ-Besucher/innen und deren Informationserwartungen

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), $n = 1.523$

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Aspekte des Informationsverhaltens	Ausbildungs- bezogene Info- Erwartungen (MW = 2,99)	Berufswahl- vor-bereitende Info- Erwartungen (MW = 3,38)	Berufs- kundliche Info- Erwartungen (MW = 3,53)	Informations- erwartungen insgesamt (MW = 3,30)
BIZ-Besuch02	.04	.08	.04
allein	.11	-.19	-.15	-.08
mit Klasse/sonstiger Gruppe	-.01	.02	.03	.01
mit Eltern/Verw./Freunden	.00	-.02	-.18	-.07
Frühere BIZ-Besuche	.04	.00	.02	.02
ja	.07	.00	.03	.03
nein	-.03	.00	-.01	-.01
Informationsaktivitäten (Index)	.12	.26	.25	.26
1	-.09	-.41	-.51	-.34
2	-.11	-.45	-.35	-.30
3	-.12	-.25	-.12	-.16
4	.00	.07	.10	.06
5	-.02	.21	.14	.11
6	.21	.45	.24	.30
7+	.51	.61	.57	.57

Während Personen mit ausbildungsbezogenen Informationserwartungen kein Informationsangebot besonders bevorzugen, konzentrieren Besucher/innen mit ausgeprägten berufswahlvorbereitenden Informationserwartungen ihre Informationsaktivitäten überdurchschnittlich häufig auf Computertests und persönliche Beratung. Bei KlientInnen mit berufskundlichen Informationserwartungen zeigt sich demgegenüber ein stärkerer Trend zu schriftlichen Unterlagen (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 20: Zusammenhänge zwischen verschiedenen Informationsaktivitäten der BIZ-Besucher und deren Informationserwartungen

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), $n = 1.572$

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Informationsaktivitäten	Ausbildungs- bezogene Info- Erwartungen (MW = 2,99)	Berufswahlvor- bereitende Info- Erwartungen (MW = 3,38)	Berufs- kundliche Info- Erwartungen (MW = 3,52)	Informations- erwartungen insgesamt (MW = 3,30)
Schriftl. Unterl. besorgt	.08	.10	.27	.18
ja	.05	.06	.15	.09
nein	-.18	-.21	-.50	-.30
Filme/Videos ange- schaut	.06	.10	.12	.11
ja	.05	.08	.08	.07
nein	-.10	-.18	-.18	-.15
einen Rat geholt	.08	.16	.16	.17
ja	.12	.24	.19	.18
nein	-.08	-.16	-.13	-.12
Computertest gemacht	.01	.28	.04	.13
ja	-.01	.33	.04	.12
nein	.01	-.33	-.04	-.12
Info-Mappen ange- schaut	.02	.02	.12	.06
ja	.01	.01	.06	.03
nein	-.04	-.04	-.23	-.10
habe mich nur umge- schaut	.04	.02	.06	.05
ja	-.13	-.08	-.19	-.13
nein	.02	.01	.02	.02
Fotos/Dias angesehen	.04	.04	.04	.05
ja	.15	.16	.15	.15
nein	-.01	-.01	-.01	-.01
habe mich beraten las- sen	.06	.18	.13	.16
ja	.11	.30	.19	.20
nein	-.06	-.15	-.09	-.10
Gruppenarbeit ge- macht	.05	.02	.07	.06
ja	.14	.05	.16	.12
nein	-.03	-.01	-.03	-.02

5.5.6. Bewertung des BIZ

Knapp 69 % der KundInnen sind mit dem BIZ-Besuch insofern sehr zufrieden als sie angeben, dass ihre Erwartungen vollständig erfüllt wurden. Ganz besonders gut werden die äußeren Umstände und Voraussetzungen des Informierens in den BIZ bewertet. Mehr als 80 % der Kunden halten die Einrichtung für gut ausgestattet und bewerten die BIZ-Mitarbeiter als freundlich und kompetent (vgl. Tabelle 21).

Tabelle 21: Bewertung des Berufsinformationszentrums, sehr positive und positive Beurteilungen

Prozentwerte, n = 1.757 (Minimum)

Die folgenden Aussagen beziehen sich auf Deine Zufriedenheit mit dem Berufsinformationszentrum. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen zu? (Antwortskala von 1 bis 5, wobei 1 = trifft völlig zu und 5 = trifft überhaupt nicht zu)

Items	Prozent
die Mitarbeiter sind freundlich	86,6
das BIZ macht auf mich einen freundlichen Eindruck	84,4
das BIZ ist sehr gut mit Unterlagen ausgestattet	83,0
die Mitarbeiter am BIZ kennen sich gut aus	80,4
den Weg hätte ich mir sparen können (% Ablehnung)	79,4
das BIZ macht auf mich einen modernen Eindruck	78,9
meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden (% Ablehnung)	77,9
der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt (% Ablehnung)	75,0
nach diesem Besuch weiß ich erst recht nicht, was ich machen soll (% Ablehnung)	68,6
meine Erwartungen an das BIZ sind vollständig erfüllt worden	68,5
ich habe im BIZ genau die Information erhalten, die ich gesucht habe	64,4
das BIZ wirkt auf mich genauso wie irgendein Amt (% Ablehnung)	57,1
ich weiß jetzt genau, was ich machen werde	52,9
ich hätte gerne eine persönlichere Beratung bekommen (% Ablehnung)	50,8
ich weiß jetzt, wie und wo ich mich weiterinformieren kann	50,5
das BIZ ist für mich leicht erreichbar	41,7
ich hätte schon viel früher kommen sollen	41,0

ich hätte gerne konkretere Informationen bekommen (% Ablehnung)	37,8
---	------

Insgesamt können drei große Bewertungssyndrome unterschieden werden: (1) Bewertung der Beratungskompetenz, (2) Zufriedenheit (negativ) und (3) Zufriedenheit (positiv) (vgl. Tabelle 22).

Tabelle 22: Bewertung des BIZ

Faktorenanalyse, Varimaxrotation, EW = Eigenwert, es werden nur Ladungen größer .30 ausgewiesen, n = 1.598 (nach Auschluss aller Fälle mit fehlenden Werten)

Items	Faktor 1 EW = 5.3	Faktor 2 EW = 2.1	Faktor 3 EW = 1.3	Faktor 4 EW = 1.1
das BIZ macht auf mich einen freundlichen Eindruck	.74			
die Mitarbeiter sind freundlich	.69			
das BIZ macht auf mich einen modernen Eindruck	.64			
die Mitarbeiter am BIZ kennen sich gut aus	.64			
das BIZ ist sehr gut mit Unterlagen ausgestattet	.58			
der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt		.69		
meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden		.64		
den Weg hätte ich mir sparen können		.63		
nach diesem Besuch weiß ich erst recht nicht, was ich machen soll		.43		
das BIZ wirkt auf mich genauso wie irgendein Amt		.36		
ich habe im BIZ genau die Information erhalten, die ich gesucht habe	.30		.66	
meine Erwartungen an das BIZ sind vollständig erfüllt worden			.57	
ich weiß jetzt genau, was ich machen werde			.52	
ich weiß jetzt, wie und wo ich mich weiterinformieren kann	.33		.37	
ich hätte gerne eine persönlichere Beratung bekommen				.72
ich hätte gerne konkretere Informationen bekommen				.66
ich hätte schon viel früher kommen sollen				

das BIZ ist für mich leicht erreichbar				
--	--	--	--	--

Die Dimension Bewertung der Beratungskompetenz umfasst folgende Beurteilungsaspekte: äußeres Erscheinungsbild der Einrichtung, Ausstattung der Einrichtung, Freundlichkeit der Mitarbeiter/innen und Kompetenz der Mitarbeiter/innen. Rund 85 % der BIZ-Besucher/innen stellen den BIZ in dieser Dimension ein sehr gutes bis gutes Zeugnis aus (vgl. Tabelle 11). Die Dimension „Zufriedenheit“ (negativ) mißt das Nichtvorhandensein von Unzufriedenheit mit dem BIZ-Besuch. Aussagen der Art „der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt“, „meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden“ oder „den Weg hätte ich mir sparen können“ werden zwar als unzutreffend bezeichnet, dies bedeutet jedoch nicht unbedingt, dass man mit dem Besuch auch zufrieden war. Rund 81 % der BIZ-Besucher/innen weisen hohe Negativ-Zufriedenheitswerte auf. Die Zufriedenheit im landläufigen Sinne wurde über die Items „ich habe im BIZ genau die Information erhalten, die ich suchte“, „meine Erwartungen an das BIZ sind vollständig erfüllt worden“ und „ich weiß jetzt genau, was ich machen werden“ gemessen. Rund 62 % der BIZ-Besucher/innen beantworten diese Fragen in Richtung hoher Zufriedenheit (vgl. Tabelle 23).

Tabelle 23: Bewertung des BIZ (Indizes)

Verteilung in Prozent, n = 1.655 (Minimum)

Index-Ausprägungen	Bewertung der Beratungskompetenz (Faktor 1)	Zufriedenheit negativ (Faktor 2)	Zufriedenheit positiv (Faktor 3)	Zufriedenheit insgesamt (Summe)
sehr niedrig	0.9	2.0	2.4	0.3
niedrig	2.0	4.6	10.4	2.8
mittel	11.1	12.4	25.2	15.3
hoch	31.4	25.3	39.2	46.3
sehr hoch	54.7	55.7	22.7	35.3
(n)	1.735	1.726	1.761	1.655

5.5.7. Sozialdemographische Hintergrundmerkmale und Zufriedenheit

Generell lassen sich nur relativ schwache Zusammenhänge zwischen dem Geschlecht, dem Alter und dem Ausbildungsniveau der BIZ-KundInnen und deren Bewertungen der Einrichtung nachweisen. Betrachtet man die Ergebnisse in bezug auf die Dimension Zufriedenheit (positiv), so zeigt sich, dass die schlechtesten Bewertungen von den älteren KundInnen bzw. von KlientInnen ab Maturaniveau kommen. Während die negative Korrelation zwischen Bildungsniveau und Zufriedenheit in der multivariaten Analyse verschwindet, bleibt jene zwischen dem Alter und der Zufriedenheit bestehen (vgl. Tabelle 28). Die entscheidende Variable ist also das Alter und der damit verbundene größere Wissensstand in Fragen der Ausbildungs- und Berufswahl. Wie die Ausführungen zu den Informationserwartungen nahelegen, suchen ältere Adressatengruppen nur in geringem Maße breit gefächertes ausbildungs- und berufsbezogenes Informationsmaterial, sondern häufig nur ganz spezifische Auskünfte, die offensichtlich durch das Angebotsspektrum der BIZ nicht optimal abgedeckt sind (vgl. Tabelle 24).

Tabelle 24: Zusammenhänge zwischen sozialdemographischen Merkmalen der BIZ-Besucher/innen und deren Bewertung des BIZ

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), $n = 1.611$

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Merkmal	Bewertung Beratungs-kompetenz (MW = 4,34)	Zu- friedenheit negativ (MW = 4,28)	Zu- friedenheit positiv (MW = 3,69)	Zu- friedenheit insgesamt (MW = 4,10)
Geschlecht	.16	.10	.02	.09
männlich	-.12	-.10	.02	-.07
weiblich	.11	.09	-.02	.06
Alter	.06	.04	.18	.11
bis 16 Jahre	.00	.00	.06	.02
16 bis 20 Jahre	-.08	-.11	-.52	-.24
20 Jahre und mehr	.19	.11	-.12	.06
Abgeschlossene Schul- bildung/Ausbildung	.12	.10	.09	.11
Volksschule	.04	.05	.05	.05
Pflichtschule	-.09	-.12	-.05	-.09
Lehre/BMS	.35	.29	.03	.22
Matura/Akademie/Studium	.06	.09	-.36	-.07

5.5.8. Informationsaktivitäten und Zufriedenheit

Diese Interpretation wird durch den Umstand gestützt, dass die Zufriedenheit eng mit der Anzahl verschiedener Informationsaktivitäten zusammenhängt. Je mehr Informationsaktivitäten gesetzt werden, desto besser wird die Beratungskompetenz der BIZ bewertet und desto zufriedener sind die Kunden (vgl. Tabelle 25). Betrachtet man die Informationsaktivitäten im einzelnen, so zeigt sich, dass die persönliche Beratung, die Informationsmappen und die Möglichkeit, sich schriftliche Unterlagen zu besorgen, die Bewertung der BIZ am stärksten beeinflussen. Alle anderen Informationsmedien sind wenig bis gar nicht bewertungsrelevant (was natürlich keineswegs bedeutet, dass sie nutzlos wären).

Tabelle 25: Zusammenhänge zwischen Aspekten des Informationsverhaltens der BIZ-Besucher/innen und deren Bewertung des BIZ

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), n = 1.611

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Aspekte des Informationsverhaltens	Bewertung Beratungskompetenz (MW = 4,34)	Zufriedenheit negativ (MW = 4,28)	Zufriedenheit positiv (MW = 3,69)	Zufriedenheit insgesamt (MW = 4,10)
BIZ-Besuch09	.07	.01	.07
allein	.17	.15	-.02	.10
mit Klasse/sonstiger Gruppe	-.03	-.03	.00	-.02
mit Eltern/Verw./Freunden	.15	.16	.02	.11
Frühere BIZ-Besuche	.04	.07	.03	.06
ja	-.05	-.10	-.04	-.06
nein	.02	.05	.02	.03
Informationsaktivitäten (Index)	.16	.20	.19	.22
1	-.28	-.62	-.36	-.42
2	-.13	-.14	-.24	-.17
3	-.04	.00	-.06	-.03
4	-.02	.07	.01	.02
5	.11	.18	.08	.13
6	.19	.11	.30	.20
7+	.13	-.08	.33	.13

Tabelle 26: Zusammenhänge zwischen verschiedenen Informationsaktivitäten der BIZ-Besucher/innen und deren Bewertung des BIZ

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), n = 1.655

Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Informationsaktivitäten	Bewertung Beratungs-kompetenz (MW = 4,34)	Zu- friedenheit negativ (MW = 4,28)	Zu- friedenheit positiv (MW = 3,69)	Zu- friedenheit insgesamt (MW = 4,10)
Schriftl. Unterl. besorgt	.11	.14	.18	.18
ja	.04	.08	.10	.07
nein	-.15	-.25	-.32	-.24
Filme/Videos angeschaut	.07	.02	.09	.08
ja	.03	.01	.06	.03
nein	-.08	-.03	-.14	-.08
einen Rat geholt	.14	.11	.15	.17
ja	.13	.13	.18	.15
nein	-.08	-.08	-.12	-.10
Computertest gemacht	.02	.02	.02	.01
ja	-.01	.02	.02	.01
nein	.01	-.02	-.02	-.01
Info-Mappen angeschaut	.16	.18	.09	.18
ja	.06	.09	.05	.07
nein	-.23	-.33	-.17	-.24
habe mich nur umgeschaut	.11	.12	.11	.14
ja	-.24	-.33	-.32	-.30
nein	.03	.04	.04	.03
Fotos/Dias angesehen	.01	.03	.03	.01
ja	.03	-.10	.10	.01
nein	.00	.01	-.01	.00
habe mich beraten lassen	.17	.13	.16	.19
ja	.19	.18	.22	.20
nein	-.09	-.09	-.11	-.10
Gruppenarbeit gemacht	.04	.02	.03	.04
ja	.06	.05	.07	.06
nein	-.01	-.01	-.01	-.01

5.5.9. Informationserwartungen und Zufriedenheit

Je höher die Informationserwartungen sind, desto besser wird die Beratungskompetenz der BIZ bewertet und desto höher ist die Zufriedenheit (positiv) mit dem BIZ. Dies gilt sowohl für die Informationserwartungen insgesamt als auch für die verschiedenen Einzeldimensionen (vgl. Tabelle 27). Auch in der multivariaten Analyse bleibt der positive Zusammenhang zwischen Informationserwartungen und Zufriedenheit bestehen.

Tabelle 27: Zusammenhänge zwischen den Informationserwartungen der BIZ-Besucher/innen und deren Bewertung des BIZ

Abweichungen vom Gesamtmittelwert (MW), Zusammenhangsmaß ETA (Fettdruck), $n = 1.655$
Interpretationshilfe: Positive Mittelwertsabweichungen bedeuten überdurchschnittliche, negative Mittelwertsabweichungen unterdurchschnittliche Indexwerte. Das Zusammenhangsmaß ETA variiert zwischen 0 (=statistische Unabhängigkeit) und 1 (=vollkommene statistische Abhängigkeit).

Informationserwartungen (kategorisierte Indexwerte)	Bewertung Beratungskompetenz (MW = 4,36)	Zufriedenheit negativ (MW = 4,30)	Zufriedenheit positiv (MW = 3,71)	Zufriedenheit insgesamt (MW = 4,12)
Ausbildungsbezogene Informationserwartungen	.13	.05	.16	.12
sehr niedrig	-.12	.03	-.16	-.08
niedrig	-.02	.03	-.14	-.04
mittel	-.09	-.06	-.06	-.07
hoch	.11	.05	.23	.13
sehr hoch	.15	-.02	.13	.09
Berufswahlvorbereitende Informationserwartungen	.17	.07	.08	.12
sehr niedrig	-.25	-.06	-.17	-.16
niedrig	-.09	.02	.02	-.02
mittel	-.05	-.08	-.08	-.07
hoch	.00	.00	.05	.02
sehr hoch	.22	.10	.07	.13
Berufskundliche Informationserwartungen	.21	.09	.21	.20
sehr niedrig	-.56	-.43	-.58	-.53
niedrig	-.15	-.01	-.29	-.15
mittel	-.03	.00	-.06	-.03
hoch	.02	.04	.07	.04
sehr hoch	.22	.00	.26	.16
Informationserwartungen insgesamt	.22	.10	.18	.19
sehr niedrig	-.72	-.51	-.57	-.60
niedrig	-.15	-.01	-.15	-.10
mittel	-.02	.01	-.09	-.03
hoch	.07	.04	.17	.09
sehr hoch	.29	.00	.19	.16

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Zufriedenheit mit den BIZ bzw. mit dem BIZ-Besuch im Wesentlichen von drei Faktoren abhängt (vgl. Tabelle 28):

1. vom *Alter* der Ratsuchenden,
2. von den *Informationserwartungen* der Besucher/innen und
3. von der *Anzahl verschiedener Informationsaktivitäten*.

Tabelle 28: Zufriedenheit (positiv) mit dem BIZ

Bereinigte Mittelwertsabweichungen aus einer MCA, Beta, n = 1.497, Fettdruck symbolisiert statistisch signifikante Effekte.

Interpretationshilfe: Die ausgewiesenen Mittelwertsabweichungen sind um die Effekte aller anderen Modellvariablen „bereinigt“. BETA ist das multivariate Pendant zu ETA und analog zu interpretieren. Es gibt den Zusammenhang zwischen Kriterium und Erklärungsfaktor unter Konstanthaltung aller anderen Modellvariablen an.

Erklärungsfaktoren	(n)	Bereinigte Mittelwerts-	
		Abweichungen	BETA
Geschlecht			
männlich	693	-.01	
weiblich	804	.01	.01
Alter			
bis 15 Jahre	1.290	.05	
16 bis 20 Jahre	137	-.37	
20 und mehr Jahre	70	-.18	.13
Abgeschlossen (Aus-)Bildung			
Volksschule	870	.00	
Pflichtschule	531	-.02	
Lehre/BMS	38	.20	
Matura oder mehr	58	.05	.04
Informationsaktivitäten (Index)			
1 (eine Info-Aktivität)	93	-.18	
2 (zwei verschiedene Info-Aktivitäten)	180	-.19	
3	335	-.01	
4	371	-.04	
5	268	.04	
6	187	.23	
7+ (7 u.m. versch. Info-Aktivitäten)	63	.23	.13
Informationserwartungen (insg.)			
sehr niedrig	119	-.29	
niedrig	377	-.07	
mittel	621	-.01	
hoch	351	.18	
sehr hoch	29	.15	.13
R-Quadrat			.07
Multiples R			.26

Die Bedürfnisse ganz junger, bis 15jähriger ratsuchender Personen werden durch die BIZ am besten befriedigt. Diese Adressatengruppe ist durch wenig Vorkenntnisse und daher breit gefächerte Informationserwartungen gekennzeichnet, ein Umstand, der zwangsläufig die Nutzung einer großen Zahl der angebotenen Informationsquellen erfordert. Den eingeschränkteren, spezifischeren Informationserwartungen älterer KlientInnen können die BIZ weniger gut gerecht werden. Dies mag einerseits dadurch bedingt sein, dass nachgefragte Detailinformationen im Angebotsspektrum der BIZ fehlen. Wahrscheinlicher ist hingegen die Annahme, dass die benötigten Informationen zwar in irgendwelchen Broschüren oder sonstigen Unterlagen vorhanden wären, von den Ratsuchenden jedoch nicht in einem akzeptierbaren Zeitraum oder einer ihnen adäquaten Form aufzufinden sind. Hier wäre eine verstärkte Integration der Daten in computergestützte Informationssysteme wünschenswert.

6. Wiederholungsbefragung 1995 - Versuch einer Wirkungsanalyse

6.1. Zur Methodik der Wiederholungsbefragung

Um über den Augenblickseindruck hinaus, Erkenntnisse über die Wahrnehmung der Berufsinformationszentren aus Sicht ihrer KundInnen zu gewinnen, wurde im Rahmen dieses Projektes ein Wiederholung der Befragung durchgeführt. Dabei waren vor allem die Stabilität der Bewertung der Leistungen der Berufsinformationszentren sowie längerfristige Wirkungen sowie Wirkungsmöglichkeiten der Informationsleistungen in den BIZ von Interesse.

Dieser Untersuchungsschritt ist seiner Konzeption nach dem Typus der Panel-Studien zuzurechnen; zu dieser Untersuchungsform einige Bemerkungen:

„Panels erlauben den Einblick in Prozesse, Veränderungen. Das englische Wort `panel` (ursprünglich Geschworenenliste) bedeutet in sozialwissenschaftlichen Sinne ein `Gremium`, wobei dieses nicht notwendig aus `Fachleuten` zusammengesetzt sein muss. (...) Panel-Studien setzen voraus, dass die gleichen Beobachtungen im Zeitablauf mindestens einmal wiederholt werden; (...) Entscheidend für ein Panel ist jedoch, dass hier nicht nur statistisch vergleichbare Personenquerschnitte verfolgt werden wie bei Trenduntersuchungen, sondern dass die beobachteten Personen auch noch identisch sind. Beim Panel handelt es sich um eine sogenannte `Längsschnittstudie` (longitudinal study) - im Gegensatz zur `Querschnittsstudie` (cross-sectional study), die von einer einmaligen Befragung der Stichprobe ausgeht.“ (HANSEN 1982, S. 1)

„Der Fragebogen einer Panel-Studie kann immer völlig gleich sein; damit wird aber die Möglichkeit, sich auf gewandelte Situationen forschend einzustellen und sie zu erklären, unnötig begrenzt. (...) Basis für die Panel-Wellen ist stets eine umfangreiche erste Erhebung, in die mit zahlreichen Fragemodellen alle aus früheren Untersuchungen oder Leitstudien als wesentlich bekannten, zur Prüfung von Hypothesen wichtigen Variablen eingeführt werden. Ziel dieses breiten Ansatzes ist, die Modelle nach der ersten Erhebung zu verdichten - durch statistisch-mathematische Verfahren wie Faktoren- oder Cluster-Analyse - um schließlich mit 10 bis 15 Fragen alle wesentlichen Zusammenhänge eines Untersuchungsfeldes kontinuierlich zu messen; diese `Standard-Fragen` werden in jede Panel-Welle eingeschlossen.“ (ebd., S.9)

Für unsere Thematik sind diese Standardfragen dem Block bezüglich der KundInnenzufriedenheit entnommen; der Stabilität versus Veränderung in diesem Themenbereich gebührt das primäre Interesse, wobei allfällige *Veränderungen* zu erklären wären. Die im Panel-Design bestehende Möglichkeit veränderbarer Frageninhalte wurde zum einen in Hinblick auf tatsächliches Verhalten zwischen Erst- und Wiederholungsbefragung sowie zum anderen in Hinblick auf Einführung und Implementierung neuer Hypothesen benutzt.

Somit ergeben sich für die Wiederholungsbefragung folgende Untersuchungsziele:

- Zufriedenheit (retrospektiv) und Stabilität der Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch;
- unmittelbare und mittelbare Wirkungen des BIZ-Besuches;
- Wirkungsanalyse.

In den in der ersten Befragungswelle verwertbaren 1918 Fragebögen erklärten sich rund 900 Personen für eine Teilnahme an einer Wiederholungsbefragung bereit und stellten ihre Adresse zur Verfügung.

Innerhalb dieser Gesamtheit wurde eine Selektion in drei Teilgruppen vorgenommen:

- BIZ-Besucher/innen im Alter bis zu 15 Jahren als Klassenbesucher/innen;
- BIZ-Besucher/innen im Alter bis zu 15 Jahren als Einzelbesucher/innen;
- Ältere Jugendliche und erwachsene BIZ-Besucher/innen.

Während die letzten beiden Gruppen vollständig in den Adressenpool der Wiederholungsbefragung Eingang fanden, wurden innerhalb der ersten Gruppe durch ein Stichprobenverfahren ein Auswahl von Personen/Adressen getroffen (der verbleibende Rest kann im Bedarfsfall als Adressenpool weiterverwendet werden).

Von den 450 ausgesandten Fragebögen (50% des Adressenmaterials) wurden insgesamt 198 zurückgesandt; diese Fragebögen wurden einer Analyse nach Qualitätskriterien unterzogen und bewertet. In die Auswertung gelangten ausschließlich Fragebögen, die sowohl vollständig ausgefüllt wurden als auch inhaltliche Widerspruchsfreiheit zeigten. Auf diese Weise gelangten 160 Stück zur Auswertung, die auf ein N = 230 gewichtet wurden.

5.6.2. Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Das bedeutsamste Ergebnis vorweg: Die Zufriedenheit mit dem BIZ ist auch über ein Jahr nach dem Besuch hoch: Fast 80% der KundInnen haben das BIZ in guter Erinnerung und über 70% geben an, dass, auch nachträglich, ihre Erwartungen durch das BIZ vollständig erfüllt worden seien. Das Ergebnis, dass fast 30% der KundInnen angeben, sich erst durch den BIZ-Besuch für Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zu interessieren, ist mehr als beachtlich; und der Anteil von knapp 20% der Population, der erklärt, sich ohne BIZ-Besuch anders entschieden zu haben, kann Gleiches für sich in Anspruch nehmen. Verstärkt werden diese Ergebnisse von 13% der KundInnen, die angeben, sich „während oder unmittelbar nach“ ihrem BIZ-Besuch für eine Ausbildung oder Beruf entschieden zu haben.

Der eigentliche Wert der Institution kann vermutlich in Fragen der Qualität der Berufswahlentscheidungen gesucht werden: fast 80% der KundInnen geben an, dass ihnen durch den BIZ-Besuch die Vielfalt der Möglichkeiten bewusst worden ist und über 80%, dass ihnen der BIZ-Besuch Neues gezeigt hätte. Und mehr als ein Viertel der KundInnen resümiert, dass der BIZ-Besuch unbedingt notwendig gewesen sei.

Entgegen den Angaben bei der Erstbefragung hat „nur“ ein gutes Drittel der KundInnen das BIZ tatsächlich noch einmal besucht, aber fast zwei Drittel haben auch Freunden einen BIZ-Besuch angeraten.

Tabelle 29: Bewertung des BIZ-Besuches

Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch des Vorjahres - Wie sehr treffen die folgenden Aussagen zu? (Prozentwerte, n = 230)

	stimmt	neutral	stimmt nicht
Ich habe das BIZ in guter Erinnerung	87,5	12,0	0,4
Meine Erwartungen an das BIZ wurden vollständig erfüllt	72,5	17,5	10,0
Ich habe im BIZ genau die Informationen erhalten, die ich suchte	55,9	24,9	19,3
Meine Erwartungen wurden überhaupt nicht erfüllt	4,2	11,2	84,6
Der BIZ-Besuch hat sich eigentlich nicht gelohnt	5,6	13,1	81,2
Nach diesem BIZ-Besuch wusste ich erst recht nicht, was ich machen soll	10,7	16,7	72,5
Ich hätte gerne eine persönlichere Beratung bekommen	36,2	21,8	41,9
Nach dem BIZ-Besuch wusste ich, wie und wo ich mich weiterinformieren kann	56,0	4,1	19,9
Ich hätte gerne konkretere Informationen bekommen	36,4	23,3	40,3
Nach dem BIZ-Besuch wusste ich, was ich machen werde	37,3	18,2	44,5
Ich hätte schon viel früher kommen sollen	46,2	21,8	13,5
Den Weg hätte ich mir sparen können	3,9	8,5	87,6

5.6.3. Bedeutung des BIZ-Besuches

In der Themenvielfalt liegt die größte Stärke der BIZ. Die Darbietung des Umfangs und der Vielfalt an Möglichkeiten zeichnet die Berufsinformationszentren offensichtlich vor allen anderen Informationsmöglichkeiten aus. Die Folgen dieser für viele KundInnen erstmaligen Konfrontation mit echter Wahlmöglichkeit sind aber durchaus ambivalent: während für - vorsichtig geschätzt - rund 10 % der BIZ-Besuch handlungsleitende Auswirkungen hat, vermittelt er für einen Teil der KundInnen Sicherheit wie er für andere Verunsicherung bedeutet. Und für mehr als 10 % hat der BIZ-Besuch im nach hinein gesehen überhaupt keine Bedeutung.

Tabelle 30: Bedeutung des BIZ-Besuches

Welche Bedeutung hatte der BIZ-Besuch für Dich? (Prozentwerte, n = 230)

	stimmt	neutral	stimmt nicht
Durch den BIZ-Besuch ist mir die Vielfalt der Möglichkeiten bewusst geworden	77,8	13,8	8,4
Der BIZ-Besuch war zwar interessant, aber meine Berufsentscheidung	53,5	22,4	24,0

habe ich aus anderen Gründen getroffen			
Durch den BIZ-Besuch habe ich erst begonnen, mich für Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zu interessieren	29,4	37,6	33,1
Ohne den BIZ-Besuch hätte ich mich wahrscheinlich anders entschieden	18,3	14,0	67,7
Der BIZ-Besuch hat mir eigentlich überhaupt nicht geholfen	13,0	17,8	69,2

5.6.4. Information und Entscheidungsverhalten

Rund ein Viertel der BIZ-Besucher/innen leidet an Problemen grundsätzlicher Entscheidungsunsicherheit. Knapp 70% der Befragten geben an, bei wichtigen Entscheidungen immer umfassende Information zu suchen, wobei rund 75% der Meinung sind, dass Information, eigene Erfahrung nicht ersetzen könne. 50% der Population sind der Meinung, wichtige Entscheidungen ohne Hilfe treffen zu können. Während sich 9% der KundInnen durch den BIZ-Besuch verunsichert erleben, fanden ca. 37% der Besucher/innen dadurch Sicherheit.

Tabelle 31: Sicherheit durch BIZ-Besuch

Prozentwerte, n = 230

	stimmt	unentschieden	stimmt nicht
Der damalige Besuch hat mich eher unsicher gemacht	8,9	10,5	80,6
Der BIZ-Besuch hat mir Sicherheit gegeben	27,6	22,4	24,0

5.6.5. Die Wertigkeit der Informationsmedien

Im Vergleich zu anderen Informationsmedien rangieren die Berufsinformationszentren im „Mittelfeld“. Generell ist festzustellen, dass keine der Informationsmöglichkeiten als „unnützlich“ abqualifiziert wird. Die Nützlichkeit eines BIZ-Besuches wird etwa gleichwertig „Gesprächen mit Lehrern“ und dem „Berufskundeunterricht“ eingestuft. Der höchste Nutzen wird „Schul- oder Betriebsbesuchen“ zugeschrieben, aber auch die Berufsberatung am Arbeitsamt (RGS) erfährt eine überraschend hohe Zustimmung (fast 75% derjenigen, die diese Informationsmöglichkeit in Anspruch nahmen, bewerten sie als nützlich).

Tabelle 32: Nutzungsgrad der Informationsmöglichkeiten und Bewertung deren Nützlichkeit

Welche der folgenden Informationsmedien hast Du irgendwann benützt und wie nützlich waren diese für Deine Berufswahl oder Ausbildungsentscheidung? (Prozentwerte, n = 230)

Informationsmöglichkeit	habe ich benützt	Nutzen war hoch	Nutzen war neutral	Nutzen war gering
BIZ	100,0	68,1	23,3	8,5
Berufsberatung am Arbeitsamt	28,7	73,6	12,2	14,2
Gespräche mit Lehrern	74,3	56,7	25,8	17,5
Berufskundeunterricht	55,8	56	23,1	20,9
Gespräche mit Eltern	93,1	70,5	20,1	9,4
Gespräche mit Freunden	86,9	69,7	22,2	8,1
Gespräche mit Berufstätigen, Schülern und Studenten	73,5	77,5	15,8	6,8
Schul- und Betriebsbesuche	74,7	73,3	14,9	11,8
Hefte, Broschüren	86,5	64,3	22,8	12,8
Filme, Videos	65,6	64,5	22,6	12,9

Zeitungen, Zeitschriften	66,9	26,7	33,4	19,9
Informationsmesse	53,8	72,4	15,6	12,0

5.6.6. Zufriedenheit mit den Informationen

Die Informationen, die im BIZ geboten werden, werden auch mit Jahresabstand und nach den Erfahrungen innerhalb dieser Zeitspanne als hochwertig empfunden: So geben knapp 80% der KundInnen an, dass die Informationen, die man im BIZ bekommt, vollkommen richtig seien und der Realität entsprechen. Rund 10% vermelden verschiedene Formen der Kritik an den Informationen bzw. den entsprechenden Medien, wobei als negativer Höchstwert 16% der Besucher/innen die Medien für unübersichtlich halten. Zufriedenheit in Hinsicht auf Aktualität, Gestaltungsform und Praxisrelevanz wird einheitlich von rund 70% der befragten Personen geäußert.

Tabelle 32: Bewertung der BIZ-Informationen

Die Informationen, die man im BIZ bekommt ... (Prozentwerte, n = 230)

	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
... sind vollkommen richtig und entsprechen der Realität	80,2	14,6	5,2
... sind langweilig gestaltet	10,3	14,0	75,6
... haben mit der Praxis nichts zu tun	7,8	21,9	80,4
... sind veraltet	8,2	16,6	75,2
... sind vollkommen ausreichend und vollständig	68,3	16,9	14,8
... sind unübersichtlich	16,1	9,7	74,1
... sind einfach und verständlich	77,4	13,9	8,6

5.6.7. Verbesserungswünsche

Trotz der oben ausgewiesenen Zufriedenheit mit den Informationsmaterialien werden von den BIZ-KundInnen, zum Teil in massiver Form, Verbesserungswünsche geäußert: Das betrifft insbesondere den Wunsch nach einer Möglichkeit zu intensiver Einzelberatung im BIZ (fast 70% Zustimmung); aktuellere und mehr Informationsmaterialien werden von 40% der KundInnen gewünscht, generell bessere bzw. besser gestaltete Informationsmaterialien (namentlich Broschüren und Videos) sind für rund 30% der KundInnen notwendig, bessere Computer-Tests sogar für fast 40%.

Tabelle 33: Gewünschte Verbesserungsmaßnahmen

Welche der folgenden Verbesserungsmaßnahmen hältst Du für notwendig?
(Prozentwerte, n = 230)

	notwendig	unentschieden	nicht notwendig
intensive Einzelberatung	38,5	23,0	8,5
mehr Informationsmaterialien	41,0	26,2	32,8
aktuellere Informationsmaterialien	50,9	28,3	20,7
besser gestaltete Informationsmaterialien	36,4	32,0	31,6
andere Öffnungszeiten	23,1	19,4	57,5
besser geschultes Personal	17,7	14,6	67,6
bessere Informationsmappen	25,8	21,6	51,9
bessere Informationsbroschüren	32,8	20,9	46,3
bessere Filme und Videos	33,2	26,0	40,8
bessere Computer-Tests	39,1	18,1	42,9
bessere Computer-Ausstattung	34,4	18,5	47,1

5.6.8. Stabilität der Ergebnisse

Der direkte Vergleich der Ergebnisse der Erstbefragung 1994 und der Wiederholungsbefragung 1995 (Fragebatterie 4 betreffs „Zufriedenheit mit dem BIZ-Besuch“) zeigt zum Teil recht starke Veränderungen, wobei der Trend eher in Richtung einer besseren Bewertung im nachhinein geht, d.h. mehr KundInnen, die sich bei der ersten Befragung kritisch äußerten, änderten ihre Meinung ins Positive als umgekehrt.

So blieben nur ca. 4 % derjenigen, die im Vorjahr noch angaben, dass BIZ hätte ihre Erwartungen überhaupt nicht erfüllt bei dieser Meinung, während rund 85% konstant dem BIZ ein positives Urteil aussprechen. Ins Negative hat sich diese Meinung bei etwas mehr als 4 % gewendet. Mit mehr als 7 % sind die Einbußen der Zustimmungswerte auf die Aussage, dass das BIZ die Erwartungen vollständig erfüllt habe, etwas höher als bei obiger Aussage, dafür haben fast 80% ihre vormals negative Meinung revidiert.

Tabelle 34: Erwartungen an das BIZ wurden vollständig erfüllt (Stabilitätsvergleich 1994 - 1995)

Veränderungen in der Bewertung des BIZ bzw. des BIZ-Besuches zwischen der 1. Erhebungswelle 1994 (Zeilen) und der 2. Erhebungswelle 1995 (Spalten), Zeilenprozent (Zeilensumme = 100%); (Prozentwerte, n = 230)

Welle 1	Welle 2		
	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Meine Erwartungen an das BIZ sind vollständig erfüllt worden			
trifft zu	72,9	19,5	7,6

teils-teils	71,7	12,2	16,1
trifft nicht zu	79,3	9,0	11,7

Tabelle 35: Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden (Stabilitätsvergleich 1994 - 1995)

Veränderungen in der Bewertung des BIZ bzw. des BIZ-Besuches zwischen der 1. Erhebungswelle 1994 (Zeilen) und der 2. Erhebungswelle 1995 (Spalten), Zeilenprozent (Zeilensumme = 100%); (Prozentwerte, n = 230)

Welle 1	Welle 2		
	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Meine Erwartungen sind überhaupt nicht erfüllt worden			
trifft zu	4,3	25,3	70,4
teils-teils	4,6	13,7	81,7
trifft nicht zu	4,4	10,8	84,8

Interessant ist auch die Stabilität von Aussagen, die das Maß an Entschiedenheit dokumentieren. Der Aussage „Ich weiß jetzt (nach dem BIZ-Besuch, Anm.) genau, was ich machen werde, stimmten bei der ersten Befragung etwas mehr als 50% aller KundInnen zu. Ein Jahr danach revidierte ein hoher Anteil diese Meinung (nur ca. 40 % bleiben konstant bei ihrer Entscheidungsbeurteilung). Ziemlich genau 40% widersprechen dieser vorjährigen Aussage diametral. Die Stabilität der Aussagen der im Vorjahr unentschlossenen Personen (ca. 35 % der Grundgesamtheit) liegt mit 60% höher.

Tabelle 36: Entscheidungssicherheit nach BIZ-Besuch (Stabilitätsvergleich 1994 - 1995)

Veränderungen in der Bewertung des BIZ bzw. des BIZ-Besuches zwischen der 1. Erhebungswelle 1994 (Zeilen) und der 2. Erhebungswelle 1995 (Spalten), Zeilenprozent (Zeilensumme = 100%); (Prozentwerte, n = 230)

Welle 1	Welle 2		
	trifft zu	teils-teils	trifft nicht zu
Ich weiß jetzt genau, was ich machen werde			
trifft zu	41,9	18,7	39,4
teils-teils	36,6	22,1	41,2
trifft nicht zu	26,9	12,2	60,9

5.6.9. Vergleich zweier Gruppen von BIZ-KundInnen

Um eine genauere Beschreibung der KundInnensituation zu ermöglichen wird im folgenden ein Vergleich zwischen zwei Gruppen von BIZ-KundInnen vorgenommen: zwischen den Personen, die angeben, ihre Entscheidung „während oder unmittelbar nach dem vorjährigen BIZ-Besuch getroffen zu haben“ und denen, die angeben „sich bis heute nicht entschieden zu haben“. Zunächst die Einschränkungen: zum einen werden die Grundgesamtheiten bei einer solchen Differenzierung sehr gering zum andern weist dieser direkte Vergleich zum Teil inkonsistentes Antwortverhalten der KundInnen aus. 4,3% der KundInnen, die - auch ange-

ben - sich während des BIZ-Besuchs bzw. kurz danach entschlossen zu haben, geben auch an, sich bis heute nicht wirklich entschlossen zu haben. Aufgrund dieser Unsicherheit scheint es angebracht den Anteil der vom BIZ-Besuch eindeutig beeinflussten Personen - vorsichtig - mit 5 % bis 10 % zu schätzen.

Zunächst ist auffallend, dass der BIZ-Besuch deutlich verunsichernde Elemente - v.a. gegenüber vorherigen Einstellungen und Plänen - beinhaltet. Die Gruppe der heute noch Unentschiedenen zeigt sich dabei durch den BIZ-Besuch in deutlich stärkerem Maße verunsichert als die Entschiedenengruppe. Letztere gibt aber in hohem Maß an, dass sie sich ohne den BIZ-Besuch wahrscheinlich anders entschieden hätte. Diejenigen, die der BIZ-Besuch sicherer gemacht hat, sind hauptsächlich in einer Gruppe zu finden, die offensichtlich schon mit einem hohen Maß an Entscheidungsstabilität ins BIZ gekommen sind. In einem höheren Anteil sind die heute noch Unentschiedenen von der Vielfalt der Möglichkeiten im BIZ überrascht worden. Noch nicht wirklich überraschend ist, dass diese Gruppe in einem höherem Maße das BIZ nochmals besucht hat als die Vergleichsgruppe und dabei offensichtlich auch Freunde/Bekannte mitgenommen hat; überraschend dagegen ist, dass diese Gruppe auch in höherem Maße zu einem BIZ-Besuch rät.

5.6.10. Werteorientierungen - Bedeutung der Berufswahl

Die Ergebnisse dieser Befragung bestätigen auf beeindruckende Weise einige der Ergebnisse einer MaturantInnenbefragung aus dem Jahr 1993; dieser Gruppe war eine annähernd gleichartige Fragenbatterie vorgelegt worden und bereits die befragten MaturantInnen belegten die hohe Bedeutung von Fragen der Ausbildungs- und Berufswelt unter Österreichs Jugendlichen:

„Wichtig sind die Bereiche Ausbildung und Beruf für die MaturantInnen allemal: 90% von ihnen geben an, dass für sie ersteres und über 80%, dass zweiteres Themengebiet für sie hohe Bedeutung habe. Nur die `Matura` selbst - die Befragung fand unmittelbar vor den Maturaterminen statt - und die Bereiche `Freunde und Bekannte` haben ähnliche Bedeutung. `Partnerschaft/Beziehung` rangiert deutlich hinter `zukünftige Ausbildung`. Schlusslicht in der Wertigkeit der Themen ist `die politische Situation in Österreich`, an vorletzter Stelle werden `internationale Beziehungen` gereiht.“ (WISDOM 1994, S.7)

Auch für rund 90% der BIZ-KundInnen sind „Erfolg in Schule, Aus- und Weiterbildung“ wichtig, analoges gilt für „Beruf und berufliche Zukunft“. Nur zwei Themenbereiche sind gleichbedeutend wie Fragen der Bildungs- und Berufswelt: „Freunde und Bekannte“ und „Taschengeld, Einkommen“; bereits deutlich geringer - analog zu obigen Ergebnissen - liegen die Werte für „Partnerschaft und Beziehung“. „Ehe“ sowie „Familie und Kinder“ sind für die BIZ-KundInnen in deutlich geringerem Maße interessant wie etwa „Hobbys“ und „Sport“. In die-

sem Ausmaß überraschend hohe Werte verzeichnet „Umweltschutz“, vergleichsweise schlichtweg katastrophale Werte die „Österreichische Politik“.

Interessant ist, dass Bildung und Beruf geschlechtsneutral so hohe Bedeutung haben; und daß, diesen Ergebnissen zufolge, „Ehe“ sowie „Familie und Kinder“ für die weiblichen BIZ-Kunden von deutlich geringerer Bedeutung sind als für die männlichen Besucher („Partnerschaft und Beziehung“ sind dagegen für beide Geschlechter annähernd gleichgewichtig).

Tabelle 37: Wertestruktur der BIZ-KundInnen; Stellenwert von Ausbildung und Beruf

Wie wichtig sind für Dich derzeit die folgenden Themenbereiche?

Themenbereich	wichtig	neutral	unwichtig
Erfolg in Schule, Aus- und Weiterbildung	90,9	6,1	3,0
Beruf und berufliche Zukunft	92,6	3,8	3,5
Hobbys	64,0	26,4	9,6
Freunde und Bekannte	93,5	6,3	0,2
Partnerschaft und Beziehung	75,1	13,6	11,4
Sport	56,4	24,1	19,6
Österreichische Politik	18,5	29,6	51,9
Ehe	22,7	11,0	66,3
Familie und Kinder	31,6	14,6	53,8
Internationale Entwicklungen	38,4	32,4	29,2
Umweltschutz	77,5	17,7	4,8
Kunst	22,3	20,4	57,4
Taschengeld, Einkommen	87,9	8,8	3,3

Zusammenfassung

Berufsinformationszentren sind Einrichtungen, die KundInnen die Möglichkeit geben sollen, sich einfach und formlos über Bildungs- und Berufsmöglichkeiten informieren zu können. Sie sind ein zusätzliches, ergänzendes Angebot innerhalb des Spektrums der Informationsmöglichkeiten, deren bekanntestes wohl die Beratung an den Arbeitsämtern - jetzt Regionale Geschäftsstellen (RGS) des Arbeitsmarktservice - ist. Berufsinformationszentren sind im Unterschied zur Beratung ohne Anmeldung und anonym zu benutzen und sollen an einem Ort die Vielzahl an Informationsmittel, die zu Fragen der Bildungs- und Berufswahl existieren, konzentrieren. Diese Informationsmaterialien sollen in einer Form zur Verfügung gestellt werden, dass sich die Interessenten, weitestgehend autonom damit beschäftigen können.

Seit der Eröffnung des ersten BIZ in Linz im Jahr 1988 zeigt diese Institution in Österreich eine starke Expansionstendenz, wobei das Ziel dieser Erweiterung ein bundesweit flächendeckendes Angebot ist. Parallel zu den damit verbundenen Neueinrichtungen erfolgte eine Erweiterung und Vertiefung des Angebotes an Informationsmaterialien, das in den BIZ verfügbar ist.

Nach rund 7jähriger BIZ-Geschichte und inmitten dieser Expansionsphase scheint eine Bestandsaufnahme als zweckmäßig; der damit implizierte Rückblick weist auch Wege in die Zukunft. Damit verbunden ist die Schlüsselfrage, in welche Richtung diese Entwicklung gehen kann. Bislang scheint es in vielerlei Hinsicht so, als würde das Hauptaugenmerk auf die „bloße“ Einrichtung und Eröffnung einer möglichst hohen Anzahl an Berufsinformationszentren gerichtet sein. Dieser Weg führt unvermeidbar und bereits unübersehbar in die Irre: es ist aufgrund der mittlerweile gewonnenen Erfahrung nicht weiter vertretbar, eine Strategie zu verfolgen, sogenannte „Berufsinformationszentren“ einzurichten, ohne gleichzeitig auch für eine funktionale und tragfähige Organisationsstruktur, für ausreichende Personalausstattung, für hochwertige Aus- und Weiterbildung, für adäquate Infrastruktur u.a.m. zu sorgen. Indizien für eine hypertrophe Entwicklung gibt es genug: Berufsinformationszentren, die nur formal den Betrieb aufrecht erhalten können, sind lediglich ein deutliches Beispiel einer solchen überzogenen Entwicklung. Andere Hinweise dafür sind Kompetenz- und Zuständigkeitsunsicherheiten, geringe Akzeptanz und Integration innerhalb der Gesamtinstitution, eine relativ hohe Personalfuktuation trotz hohem Identifikationsgrades mit der Aufgabe u.ä.m.

Demgegenüber steht die Funktion: Berufsinformation als *conditio sine qua non* im modernen Berufswahlprozess. Wobei der Anspruch ein doppelter ist: einerseits als Medium der Intervention (aus Systemsicht) bzw. einer Emanzipation gegenüber einer überkomplexen Ausbildungs- und Berufswelt (aus Invidualsicht) um Lücken zu schließen, Ungleichheiten zu verringern, scheinbare Sicherheiten zu erschüttern, d.h. *Berufswahl* im eigentlichen Sinne des

Wortes erst zu ermöglichen. Andererseits aber als hochgradig ideologisches Konstrukt, das verschiedenste Ausprägungen von Dysfunktionen in den Bereichen Ausbildung und Berufe (bzw. deren Abstimmungen aufeinander) verdeckt. Der Begriff „Information“ erfuhr dabei eine Hochstilisierung, die mittlerweile eine „uninformierte“ Berufsentscheidung als fast denkunmöglich erscheinen lässt. Die Menge an Information gilt als Äquivalent für die Güte einer Entscheidung. Dieses Konstrukt wird offensichtlich auch von den Betroffenen entsprechend internalisiert: Möglichkeiten zur Berufsinformation werden in einem Maß wahrgenommen, das verblüfft. Aber: Weder dürfte die Quantität des Informationserwerbs zu Tiefe des Wissens führen, noch ist von der Menge an Information ein Schluss auf Handlungsfolgen möglich. Daher die Gegenthese: Information ist kein Wert an sich! Erst die Fähigkeit zur Reduktion der verfügbaren Information (dieses Argument hat aber nichts mit Strategien der Informationsvermeidung gemein) schafft die Voraussetzung für Qualität. Davon ist die Mehrzahl sowohl der Rezipienten als auch der Produzenten der Berufsinformation derzeit noch weit entfernt. Eine Ökologisierung des Umganges mit Information ist notwendig. Hier ist aber absolutes Neuland zu beschreiten; im anspruchsvollen Umgang mit Information gibt es noch kaum Vorerfahrungen. Bislang wurde lediglich der erste Schritt in diese Richtung getan, nämlich die relativ unstrukturierte Materialsammlung; die logischen nächsten Schritte, die Sichtung, Inventarisierung sowie Strukturierung stehen aktuell an. Aber erst die dann folgenden Stufen werden eine Annäherung an das Ideal echter Wahlmöglichkeit ermöglichen: Organisation - Selektion - Reduktion.

Alle diese Einschränkungen sollen in keiner Weise die Bedeutung des Themas schmälern noch die bereits bisher erbrachten Leistungen in irgendeiner Form desavouieren.

Bildung und Beruf sind zentrale Themen und der Bedarf nach Bildungs- und Berufsinformation ist mit dem derzeitigen Angebot offensichtlich noch lange nicht gedeckt. Das KundInnenpotential der Berufsinformationszentren scheint nach wie vor geradezu beliebig erweiterbar, wobei die Mehrheit der BIZ aktuell nur einen eingeschränkten Kreis an KundInnen ihrer potentiellen Einflussphäre erreicht und betreut. Indiz dafür ist vor allem die Erfahrung, dass jede Form von PR-Maßnahmen für Berufsinformationszentren den KundInnenandrang unmittelbar und drastisch erhöht; viele BIZ sind daher dazu übergegangen, von zusätzlichen Werbemaßnahmen abzusehen, da ein weiteres Anwachsen der KundInnenzahlen im Rahmen der vorhandenen Strukturen als nicht mehr bewältigbar eingeschätzt wird.

Dabei werden bereits jetzt KundInnengruppen erreicht, für die das Informationsangebot, das die BIZ zur Verfügung stellen können, nur sehr lückenhaft ist (Bereiche wie z.B. 2. Bildungsweg, postsekundäre Ausbildungen, Wiedereinsteiger/innen, Frauen mit Betreuungspflichten). Das Problem ist aber auch grundsätzlicherer Natur: Es gibt deutliche Hinweise dafür, dass durch die Angebote der Berufsinformationszentren zusätzliches Problembewusstsein für die

Themenbereiche Bildungs- und Berufswahl geweckt wird. Problembewusstsein, für das die BIZ mit ihren derzeitigen Möglichkeiten noch über keine ausreichenden Lösungskapazitäten verfügen. Die Strategie muss daher in zweierlei Richtungen gehen: einerseits Vertiefung des Informationspotentials, das an den Berufsinformationszentren zur Verfügung steht; und andererseits eine strukturelle Positionierung der BIZ als Institution, die als Schnittstelle zwischen der Vielzahl an spezialisierten Beratungs- und Informationseinrichtungen fungiert. Können diese Ansprüche nicht realisiert werden, entsteht die paradoxe Gefahr, dass der nachweislich große Erfolg der Berufsinformationszentren einen Bedarf schafft, der nicht mehr einzulösen ist.

Optimierungsstrategien sind daher gefragt, nicht zuletzt auch um Kriterien der Effizienz zu genügen: Notwendig sind dafür vor allem Formen interner und externer Kooperation sowie eine verstärkte Inanspruchnahme moderner Kommunikationsformen (Stichwort: Öffentlich zugängliche Netzwerke). Die „Berufsinformationszentren der Zukunft“ werden voraussichtlich in einer Weise „disloziert“ sein, die die derzeitige Diskussion - Unterbringungen intern oder extern einer regionalen Geschäftsstelle - als historisches Detail innerhalb einer Organisationsentwicklung erscheinen lassen werden.

Parallel dazu wird man zu einer Neudefinition der Aufgabenstellung finden müssen: mittels einer differenzierten Analyse der verschiedenen Zielgruppen wird das Leistungspotential einzuschätzen sein. Unter Umständen wird es dann als zweckmäßig erscheinen, vom Anspruch der Informationsleistung für alle potentiellen InteressentInnengruppen wieder abgehen zu müssen; vielleicht aber - und dafür gibt es schon einige Beispiele - ist der universelle Anspruch durch ein integratives Konzept möglichst aller Informationsträger im Umfeld der „neutralen“ Berufsinformationszentren tatsächlich aufrechtzuerhalten.

Es ist hoch an der Zeit - unter Anerkennung und Würdigung aller bisherigen individuellen Leistungen, Arbeitsweisen und Strategien - zu einer einheitlicheren, dauerhaften Linie zu finden. Das bedeutet nicht, die in den verschiedenen BIZ unterschiedlichen Verfahrensweisen durch zentralistisch vorgegebene Methoden zu ersetzen; das heißt aber sehr wohl, erfolgreiche Modelle zur Kenntnis zu nehmen und österreichweit zu forcieren. Hand in Hand dazu geht es auch darum, verbindliche Formen der Kommunikation, Koordination, Leitung und Verantwortlichkeit zu finden; ein in dieser Hinsicht nachweislich hohes Maß an Unsicherheit der Mitarbeiter/innen ist, bei weiterer Expansion, der Institution nicht vertretbar.

Die aktuelle Situation (grundsätzliche Umstrukturierung des AMS) ist ein geeigneter Zeitpunkt dafür, inhaltliche wie organisatorische Fragen zu diskutieren; Gesprächspartner/innen sind notwendigerweise alle befassten Personen und alle Hierarchieebenen im Arbeitsmarktservice sowie, in einer zweiten Phase, auch Vertreter/innen externer Organisationen.

Die Voraussetzungen für eine solche Weiterentwicklung der Berufsinformationszentren sind hervorragend: Den Themengebieten Bildung und Beruf wird - den Ergebnissen dieser Studie zufolge - vor allem von Jugendlichen extrem hohe Bedeutung zugemessen. In Hinblick auf die Einstellungen gegenüber den Einrichtungen der Berufsinformation sind vor allem Alter und Bildungsniveau entscheidende Kriterien; nicht haltbar ist jedenfalls die Vermutung, dass höheres Alter und höheres Bildungsniveau zu qualifizierteren Modi der Berufswahl führen würden. Im Gegenteil zeigen sich ganz junge Besucher/innen gegenüber den Angeboten der Berufsinformation am meisten aufgeschlossen. Nicht das Lebensalter, sondern die Notwendigkeit einer Entscheidung durch Bildungsabschlüsse dürfte bislang primär die Auseinandersetzung mit der Thematik initiieren. Das widerspricht ganz offensichtlich der generell hohen Bedeutungszuschreibung, die Bildung und Beruf erfahren; lässt aber zumindest den Schluss zu, dass Aufbereitung und Präsentation noch nicht den Prozesscharakter der Berufswahl entsprechend abbilden. Darüber hinaus stellt das unterschiedliche Anspruchsniveau der KundInnen an die Berufsinformationszentren Anforderungen, die ebenfalls in höchst unterschiedlichem Maße erfüllt werden können. Das größte Leistungspotential der BIZ liegt derzeit in Bereichen zwischen der 7. und 8. Schulstufe sowie den Polytechnischen Lehrgängen. Für ältere und höher gebildete - und a priori skeptischere - KundInnen ist das Angebot deutlich geringer, für bestimmte Gruppen so gut wie nicht vorhanden. Die Integration externer Angebote - Personal und Informationsmaterial - für diesen ständig wachsenden KundInnenanteil ist dringend zu forcieren.

Ungeachtet solcher unterschiedlicher Zugangsbedingungen und Leistungsangebote erfreuen sich die Berufsinformationszentren generell einer extrem hohen Zustimmung durch ihre KundInnen: Im Rahmen einer ersten Befragungswelle (1994) erklärten sich von 1.916 befragten KundInnen weniger als 10 % der KundInnen mit ihrem Besuch in einem Berufsinformationszentrum für unzufrieden; umgekehrt gaben ziemlich genau zwei Drittel der Besucher/innen an, dass ihre Erwartungen an das BIZ vollständig erfüllt worden seien (die Werte, die den BIZ in Österreich von ihren KundInnen zugemessen werden, unterstützen somit die vergleichbaren Ergebnisse von Evaluierungsprojekten im Ausland). Höchste Zustimmungswerte (über 80 %) erhalten die Berufsinformationszentren hinsichtlich der Ausstattung mit Unterlagen und der Freundlichkeit der Mitarbeiter. Und ebenfalls über 80 % der Besucher/innen äußern gegenüber den Berufsinformationszentren keinerlei Änderungswünsche.

1995 wurden - mit mehr als einem Jahr Abstand - diese KundInnen nochmals befragt, um Auskunft über längerfristige Auswirkungen eines BIZ-Besuches zu erhalten. 230 Personen antworteten und stellten den BIZ wiederum ein ausgezeichnetes Urteil aus: Fast 80% der KundInnen haben das BIZ in guter Erinnerung und über 70 % geben an, dass - auch nachträglich - ihre Erwartungen durch das BIZ vollständig erfüllt worden seien. Das Ergebnis,

dass fast 30 % der KundInnen angeben, sich erst durch den BIZ-Besuch für Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten zu interessieren, kann - abgesehen von der gewaltigen Bedeutung, die den Berufsinformationszentren damit zu attestieren ist - als weiteres Indiz für die Latenz des Themas und die Bedeutung der Berufsinformationszentren als Initialträger für die Auseinandersetzung interpretiert werden.

Aber auch verschiedenste andere Formen von Wirkungen der Informationsmaßnahmen und -angebote der Berufsinformationszentren sind belegbar. Wirkung im Sinne einer Verhaltensbeeinflussung durch einen BIZ-Besuch ist offensichtlich ebenso vorhanden, wie solche im Sinne einer Verunsicherung angesichts des weiten Spektrums an Bildungs- und Berufsmöglichkeiten. Und die knapp 20 % der Population, die erklären, dass sie sich ohne BIZ-Besuch „wahrscheinlich anders entschieden“ hätten, können zumindest als Indiz für das Einflusspotential der Berufsinformationszentren gelten. Verstärkt werden diese Ergebnisse noch von 13 % der KundInnen, die angeben, sich „während oder unmittelbar nach“ ihrem BIZ-Besuch für eine Ausbildung oder Beruf entschieden zu haben.

Neben dieser „direkten Wirkung“ kann der Wert der Institution auch mit Fragen der Qualität von Berufswahlentscheidungen in Zusammenhang gebracht werden: fast 80 % der KundInnen geben an, dass ihnen erst durch den BIZ-Besuch die Vielfalt der Möglichkeiten bewußt geworden ist und über 80 %, dass ihnen der BIZ-Besuch Neues gezeigt hätte. Und mehr als ein Viertel der KundInnen resümiert, dass der BIZ-Besuch unbedingt notwendig gewesen sei.

Kein direkter Zusammenhang ist dagegen zwischen dem Ausmaß an Informationsaktivitäten und dem der Entscheidungssicherheit zu belegen; für die konkreten Verhaltensweisen bei der Bildungs- und Berufswahl sind grundlegende Kriterien, vor allem das Geschlecht, primär ausschlaggebend.

Für die Berufsinformationszentren resultiert daraus die Aufgabe vorbildhafte Muster für eine zielgruppenspezifische Dienstleistung zu entwickeln. Eine rein quantitative Ausweitung des Angebotes scheint dafür nur wenig funktional, zumindest solange nicht, als keine oder nur unzureichende Formen der Informations*vermittlung* zur Verfügung stehen. Inventarisierung tut hier ebenso not wie Optimierung. Formen einer Reintegration einer im Zuge ihrer Entwicklung extrem diversifizierten Subinstitution werden ebenso auf Einzel-BIZ-Ebene wie auf der des gesamtinstitutionellen Bereichs unumgänglich sein; das soll nicht einer Gleichschaltung der Berufsinformationszentren das Wort reden, sondern vielmehr Mehrgleisigkeiten verhindern und funktionierende Zusammenarbeit ermöglichen. BIZ-Arbeit wird kriteriengeleitet erfolgen müssen, Kosten-Nutzen-Analysen, Zielbestimmungen und Erfolgskontrollen sind dafür wertvolle Instrumentarien. Ebenso wird letztendlich die Zusammenarbeit (nicht ein bloßes Nebeneinander) mit allen anderen Institutionen der Berufsinformation (im weitesten Sin-

ne) herzustellen sein. Davon sind nicht nur Kosteneinsparungen, sondern vor allem Synergieeffekte in vielfältigem Ausmaß, zu erwarten.

Als eine Grundlage für eine entsprechende Diskussion wurde dafür im Rahmen dieser Untersuchung in größerem Umfang versucht, ökonomische Aspekte darzustellen. Die Informationsangebote der Berufsinformationszentren wurden dabei als Form von Bereitstellung von privaten Dienstleistungen durch eine öffentliche, vom österreichischen Staat budgetfinanzierte, Institution besprochen und verschiedene Möglichkeiten einer Kosten-Nutzen-Definition und -Bewertung vorgestellt. Damit sollten nicht zuletzt legitimatorische Argumente zur Verfügung gestellt werden. Mit entsprechenden Analysen sollten die Leistungen der Berufsinformationszentren für planvolle Öffentlichkeitsarbeit nutzbar gemacht werden, wobei Öffentlichkeitsarbeit auch den organisationsinternen Bereich massiv mitzubetreuen haben wird. Die geringe Integration der Mehrzahl der Berufsinformationszentren innerhalb der Gesamtorganisation ist als eines der Hauptprobleme der Institution einzuschätzen und bedarf dringend einer Verbesserung. Der Bedeutung, die der Betriebskultur sowie der Mitarbeiter/innenstruktur für das Gelingen von Kommunikation im Gesamtsystem der Berufsinformation zuzumessen ist, sollte im Rahmen dieses Projekts durch entsprechende Untersuchungsschritte Ausdruck gegeben werden. Dabei zeigte sich, dass abgesehen von organisatorischen Schwierigkeiten und der angesprochenen mangelnden Integration im Gesamtunternehmen von einem überraschend positiven Betriebsklima auszugehen ist; wenn es v.a. gelingt

- a) ein höheres Maß an Integration herzustellen,
- b) Mankos in der Organisation zu minimieren,
- c) realitätskonforme Leistungskriterien zu erstellen,

wird dieses, für die Qualität einer Dienstleistung - und Berufsinformation ist eine solche - so bedeutendes Kriterium, sich als ein uneingeschränkter Aktivposten auswirken können. Die BIZ bzw. deren Mitarbeiter/innen verfügen über alle Voraussetzungen sich als Expertenzentren mit Leistungspotential sowohl organisationsintern als natürlich auch extern etablieren zu können und aufgrund ihrer neutralen Position, als Schnittstellen für alle anderen mit Aufgaben der Bildungs- und Berufsinformation befassten Institutionen fungieren. Berufsinformationszentren könnten damit, wenn es gelingt, die nach wie vor existierenden Berührungspunkte abzubauen, die grundlegende Kommunikationsstruktur für eines der zentralen Themen der Gegenwart werden.

Literaturverzeichnis

- ALLEHOF, W.: Berufswahl und berufliche Interessen. Göttingen 1985.
- AMANN, A.: Bedarfserhebung bei den Berufsinformationszentren. Unveröff. Manuskript; Wien 1991.
- AMTLICHE NACHRICHTEN DER BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT: Berufsberatung, Psychologischer Dienst. Selbstinformationseinrichtungen zur Berufswahl. In: ANBA 4/1984, S.473-484.
- ANKRISCH u.a.: Verbesserung der Berufsorientierung und Berufsinformation. 1993
- Arbeitsmarktservice: ARBEITSMARKTVERWALTUNG HEUTE UND MORGEN. Aufgaben - Probleme - Lösungsmöglichkeiten einer zeitgemäßen Arbeitsmarktpolitik. Unveröff. Manuskript, 1989.
- BEINKE, L.: Berufsinformationszentren. Wichtiger Teil im Mosaik der Berufswahlvorbereitung. In: Berufsberatung und Berufsausbildung 5/1989, S.17-27.
- BEINKE, L.: Berufswahlforschung über Berufsinformationszentren. In: arbeit und beruf 1/1987, S. 4-6.
- BERGMANN, CH./EDER, F.: AIST. Allgemeiner Interessen-Struktur-Test. Ein Verfahren zur Erfassung beruflicher Interessen. UST. Umwelt-Struktur-Test. Eine Verfahren zur Beschreibung beruflicher und schulischer Anforderungsumwelten. Testmanual. Linz o.J.
- BMAS: Berufsinformationszentren, 4, 93 (unveröff. Manuskript).
- BMAS: Protokolle der Arbeitsgruppe „Berufsinformationskonzept“ (unveröff. Manuskripte).
- BMAS: Protokolle der Zentralen Arbeitskreise der Berufsinformationszentren (BIZ) (unveröff. Manuskripte).
- BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (Hrsg.): Handbuch zur Berufswahlvorbereitung. Ausgabe 1992.
- BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT: Neue Tendenzen, Herausforderungen und Technologien in der grenzübergreifenden Berufsberatung. Europäische Berufsberatungskonferenz. Dritte europäische Konferenz über Computer in der Berufsberatung. Konferenzdokumentation. Nürnberg 25.-27. November 1992.
- BUSSHOFF, L.: Berufswahl-Theorien und ihre Bedeutung für die Praxis der Berufsberatung. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1984.
- CHABERNY, A./SCHOBER-GOTTWALD, K.: Risiko und Chance bei der Ausbildungs- und Berufswahl. Das IAB-Konzept zur differenzierten Information über Beschäftigungsaussichten. Sonderdruck aus MittAB1/76, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1976.
- DINCHER, R.: Berufskundliche Information und Berufswahl von Abiturienten. Empirische Studie zur Bedeutung der personalen und medialen Berufswahlhilfen. In: BeitrAB 115, Nürnberg 1987.
- DOUGLAS, M.: Wie Institutionen denken. FaM 1992.
- J. FINSINGER: Wettbewerb und Regulierung, Law and Economics. Bd.16, München 1991.
- GÖDL, H.: Berufswahl und Berufsinformationszentrum. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Hombrechtikon ZH 1985.
- GÖDL, H.: Die Nutzung eines Berufsinformationszentrums. Hombrechtikon 1985.
- HANSEN J.: Das Panel. Zur Analyse von Verhaltens- und Einstellungswandel. Opladen 1982.
- HIRSCH, W.: Berufsinformationszentren - Ziele, Aufgaben und Möglichkeiten. In: Arbeit, Beruf und Arbeitslosenhilfe - Das Arbeitsamt, Jg. 1973/4, S.102-104.
- HIRSCH, W.: Berufsinformationszentren - Neuartiges Angebot berufsorientierender Hilfen. Nürnberg.
- HÖRSCHGEN, H./ FRIEDRICH, G./ GAISER, B.: Das Informationsverhalten von Abiturienten bei der Studien- und Berufswahl. Eine empirische Studie. Stuttgart 1986.
- JAIDE, W.: Probleme und Methoden der Evaluierung von Druckmedien zur Berufsorientierung. In: BeitrAB63, Nürnberg 1981.

- JONKE, E.: Die Berufsinformationszentren der HK Organisation. Wien 1993.
- KLEVENOW, G.-H.: Multimediakommunikation in Selbstinformationseinrichtungen (BIZ). In: Bundesanstalt für Arbeit: Neue Tendenzen, Herausforderungen und Technologien in der grenzübergreifenden Berufsberatung. Europäische Berufsberatungskonferenz. Dritte europäische Konferenz über Computer in der Berufsberatung. Konferenzdokumentation. Nürnberg 25.-27. November 1992.
- LANGE, E.: Berufswahl als Interaktionsprozess - Theoretische Vorüberlegungen für ein empirisches Projekt. In: Kölner Zeitschrift für soziologie und Sozialpsychologie, Opladen 1976.
- LANGE, E.: Berufswahl. Eine empirische Untersuchung der Berufswahl-Situation von Hauptschülern, Realschülern und Abiturienten. München 1978.
- LANGE, E.: Zur Wirksamkeit der Berufsberatung. Ein Überblick über den Stand der empirischen Evaluierungsforschung zur Berufsberatung. In: MittAB 2/79, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1979.
- LANGE, E.: Orientierungsveranstaltungen der Berufsberatung in der gymnasialen Oberstufe. Erste Ergebnisse einer Prozess- und Impactevaluation. MittAB 4/83, S. 427.
- LANGE, E./BECHER, U.: Evaluierung der Berufsberatung der Bundesanstalt für Arbeit - Pilotstudie am Beispiel der ersten Schulbesprechung. In: BeitrAB 62, Nürnberg 1981.
- LANGE, E./BECHER, U.: Evaluierung der 1. Schulbesprechung der Berufsberatung der Bundesanstalt für Arbeit. In: MittAB 4/81 Nürnberg 1981.
- LASSNIGG, L.: Ausbildungen und Berufe in Österreich. Problemorientierte Beschreibung und Analyse des Systems beruflicher Erstausbildung. Wien 1989a.
- LASSNIGG, L.: Ausbildungen und Berufe in Österreich. Kurzfassung. Wien 1989b.
- LOHMANN, B.: Berufsinformationszentren - eine Idee setzt sich durch. In: Gewerkschaftliche Bildungspolitik 4/86, S.124-127.
- MASSUTE, J.: Berufsinformationszentrum - Befragung von Besuchern. In: arbeit und beruf 7/1984, S. 196-198.
- MERTENS, D.: Berufsprognosen: Relativierung und Modifikationen. In Mitt(IAB) 2(1969), S.6.
- MUSGRAVE, R.A./ MUSGRAVE, P.B. / KULLMER, L.: Die öffentlichen Finanzen in Theorie und Praxis. 6.Auflage, Band 1, Tübingen 1994.
- NIEDER, H.: Selbstinformationseinrichtungen der Berufsberatung werden ausgebaut. Ein Situationsbericht. In: Arbeit und Beruf 1/1980, S.4ff.
- PAUL, G.: Entscheidungshilfen im Studien- und Berufswahlprozess. Zur Sozialpsychologie des Entscheidungsverhaltens bei der Studien- und Berufswahl. FaM/Bern/NY 1984.
- PECHAR, H.: Beratung zwischen Anpassungszwang und Orientierungshilfe. In: SCHILLING/TURRINI 1990, Bd II., S. 77 - 85.
- PEISERT, H. (Hg.): Abiturienten und Ausbildungswahl. Weinheim und Basel 1981.
- PROHASKA, S.: Die Bedeutung von Information im Berufswahlprozess. Eine Studie anhand der Studien- und Berufsinformationsmesse. Wien 1994.
- RENCKSTORF, K.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin 1977.
- RIES, H.: Berufswahl in der modernen Industriegesellschaft. Bern 1970.
- RIESSNER H.: Volkswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse der Berufsinformationszentren (BIZ) der österr. Arbeitsmarktverwaltung. Unveröff. Manuskript, Petersburg 1995.
- SANDBERGER, J.-U.: Informationsquellen: Benutzung und Bewertung. In: PEISERT, H. (Hg.): Abiturienten und Ausbildungswahl. S.121-136.
- SARGES, W./BIRKHAN, G./KLEVENOW, G.H.: Analyse der beruflichen Einzelberatung. Bedarf, Vermittlung und Funktion von Information. In: BeitrAB 134, Nürnberg 1989.
- SCHEDLER, K./WILLENPART, N.: Theorien der Berufswahlentscheidung. Wien 1982.
- SCHRÖDER, H.: Die Funktion und Rolle des Berufsberaters. Eine Mehrebenenanalyse seiner Aufgabe bei der Berufsallokation. In: BeitrAB 132, Nürnberg 1989.
- SCHWEIKERT, K./ MEISSNER, V.: Berufswahl und Berufsinformation. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: BeitrAB 85, Nürnberg 1984.
- SCHWEIKERT, K.: BIZ `88. Hier zit. In: ibv vom 22. Februar 1989, S. 281- 285.

- SCHWEIKERT, K.: Arbeitslose und erwerbstätige Besucher der BIZ-Mediothek. Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung. In: ibv Nr.28, 10.7.1991, S.1237-1241.
- SEIFERT, K.H (Hg.): Handbuch der Berufspsychologie. Göttingen, Toronto, Zürich 1977.
- STEGMANN, H.: Inanspruchnahme und Einschätzung der Berufsberatung durch Schüler der allgemeinbildenden Schulen. In: MittAB 3/81, S. 274-288.
- STEIRER, H.: Zur Problematik der Berufszufriedenheit und Berufswahl von Jugendlichen in der Lehre in bezug auf Berufsinformation und Berufsvorbereitung. Graz 1987.
- STIGLITZ J., SCHÖNFELDER B.: Finanzwissenschaften. Int. Standardlehrbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. München 1989.
- STOTHFANG, E.: Zur Bedeutung der Berufsinformation in Deutschland (ÖIBF INFO1/93, S.25/26).
- TEICHERT, W.: Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des „Uses and Gratifications Approach“. In: RuF 1975, 3-4, S.269-283.
- WEITZEL, H.J.: Überlegungen zur Arbeitsplanung in den Berufsinformationszentren. In: arbeit und beruf 6/1987, S.178-179.
- WISDOM: Berufswünsche und Arbeitsmarktrealität bei AHS-Abgängern. 8 Teilberichte (Manuskript) Wien 1992-1994. Hier zit: Bd. 5: Der Maturantenjahrgang 1993-Tabellenband. 1994.
- WISDOM Jg. IX, 1/2: Berufswünsche und Arbeitsmarktrealität bei AHS-Abgängern. Wien 1995.

Quellenverzeichnis

„Arbeitslose und erwerbstätige Besucher der BIZ-Mediothek“

SCHWEIKERT (1991) befragte 95 arbeitslose und berufstätige Besucher der Berufsinformationszentren Hannover, Hamburg und Berlin.

„Berufswahl und Berufsinformationszentrum“

GÖDL (1985) befragte 273 KundInnen BIZ Winterthur

"Berufsinformationszentrum - Befragung von Besuchern"

MASSUTE (1984) befragte 369 Besucher des BIZ Hamburg

„Berufswahl und Berufsinformation“

SCHWEIKERT/MEISSNER (1981) befragte im BIZ Berlin in einer Gruppenbefragung 1.121 Jugendliche (Schüler) samt deren BegleitLehrerInnen sowie 2.011 Einzelbesucher mit einem Höchstalter von 21 Jahren.

„BIZ `88“

SCHWEIKERT führte 1988 eine bundesweite, repräsentative Befragung von Benutzern der BIZ-Mediotheken durch. Die Befragung wurde als "Geburtstagsstichprobe" vom 6. 9. bis 30. 10. in 100 BIZ durchgeführt. Die Erhebung wurde als schriftliche Befragung mit einem standardisierten Erhebungsbogen durchgeführt. Die Auswertung bezog sich auf 4.133 auswertbare Fragebogen.

„Verbesserung der Berufsorientierung und Berufsinformation“

ANKRISCH u.a. führten 1993 eine Marktstudie im Bereich des AA Voitsberg durch, um die Bedarfe der Zielgruppe an Jugendberatung bzw. des Serviceangebotes insgesamt pазisieren zu können. Die schriftliche Befragung erfaßte insgesamt 474 SchülerInnen, Eltern, Bildungsberater, Institutionen sowie Arbeit- und Ratsuchende der Region.