



Gute Beratung will gelernt sein!



REINHOLD WEIB

*Prof. Dr., Ständiger Vertreter des
Präsidenten des Bundesinstituts
für Berufsbildung und
Forschungsdirektor, Bonn*

Liebe Leserinnen und Leser,

es ist fast schon eine Binsenweisheit: Die Arbeits- und Berufswelt befindet sich in einem stetigen Wandel. Chancen und Risiken sind dabei für den Einzelnen nur schwer einzuschätzen. Von daher besteht ein erhöhter Bedarf an Information und Beratung. Dies wird vor allem an den Schnittstellen deutlich, bei den Übergängen im Bildungssystem, bei der Anerkennung von Bildungsabschlüssen, beim Berufseinstieg sowie generell bei Krisen und Wechseln in der Berufsbiografie. Im Hinblick auf die individuelle Entwicklung, aber auch die Optimierung des Ressourceneinsatzes sollten diese Veränderungen möglichst reibungslos und zielführend verlaufen.

Viele Modelle – wenig System

Bildungsberatung stellt eine öffentliche, das heißt öffentlich verantwortete Dienstleistung dar. Sie muss als selbstverständlicher Teil eines lebensbegleitenden Lernens allen Interessenten offenstehen und eine professionelle Unterstützung für Ratsuchende bereithalten. Darauf hat vor über dreißig Jahren bereits der Deutsche Bildungsrat hingewiesen. Von diesem Anspruch ist die Realität der Bildungsberatung jedoch noch ein gutes Stück entfernt. Wir wissen wenig über die Bildungsberatung, ihre Anlässe, Prozesse und Instrumente und die Motivation der

Ratsuchenden. Es herrscht kaum Transparenz über die Anbieterstrukturen, über welche Qualifikationen Berater/-innen verfügen und wie sie sich fortbilden. Auch die Qualität der Beratung – ihre Wirkung und die Zufriedenheit der Adressaten – ist weitgehend unklar. All dies ist nicht zuletzt die Folge einer nicht geklärten Rolle von Beratung im öffentlichen Bildungsbereich.

Höchst unterschiedlich sind die Formen und Kontexte von Beratung: Sie findet sowohl in privater wie auch in öffentlicher Trägerschaft statt. Teilweise stellt sie eine gesetzliche Aufgabe dar wie die Ausbildungsberatung der zuständigen Stellen oder die Berufsberatung der Bundesagentur für Arbeit. Die Teilnahme ist größtenteils freiwillig, zum Teil ist sie aber auch obligatorisch. Dies ist dann der Fall, wenn öffentliche Mittel zur Finanzierung von Weiterbildung in Anspruch genommen werden, so z. B. bei der Weiterbildung nach SGB III, der Inanspruchnahme von Bildungsprämien oder Bildungsschecks.

Beratung wird als eine Dienstleistung von darauf spezialisierten Einrichtungen angeboten und ist damit in der Regel anbieterneutral. Oftmals wird sie aber auch von den Bildungsanbietern selbst erbracht und dient dann zugleich als Marketinginstrument. Berater arbeiten

teilweise ehrenamtlich – so etwa in der Funktion der Lehrlingswarte – und vielfach in zeitlich befristeten Projekten. Transparenz, Kontinuität und Professionalität sind unter diesen Bedingungen kaum gewährleistet.

Die Vielfalt der Trägerlandschaft könnte als Ausdruck eines differenzierten, auf unterschiedliche Bedürfnisse reagierenden Beratungssystems interpretiert werden. Dazu müssten die Angebote allerdings stärker aufeinander bezogen und miteinander vernetzt sein, oder sich die Anbieter auf gemeinsame Leitlinien und Arbeitsgrundsätze verständigt haben. Dies ist aber weitgehend nicht der Fall.

Professionalität und Professionalisierung

Wer eine Bildungsberatung – gleich welcher Art – aufsucht, hat Anspruch auf eine professionelle Dienstleistung. Beratung muss fachkundig sein, das heißt, die Berater/-innen müssen über den Gegenstand, über den sie beraten, Bescheid wissen. Sie müssen in der Lage sein, den Zugang zu Quellen herzustellen, relevante Informationen bereithalten und so aufbereiten, dass sie von den Adressaten genutzt werden können.

Zu einer professionellen Bildungsberatung gehört weit mehr als eine Information über Bildungsangebote. Diese ließe sich auch Broschüren oder Datenbanken entnehmen. Relevant für Entscheidungen, die weitreichende Konsequenzen für die gesamte Biografie haben, ist eine am Einzelfall orientierte Beratung über die Verwertung von Qualifikationen am Arbeitsmarkt, über berufliche Anforderungen und individuelle Karrierechancen, über Zulassungsvoraussetzungen für Prüfungen oder eine Beratung in Finanzierungsfragen. Zunehmend relevant ist daneben die Frage, inwieweit berufliche Kompetenzen – seien sie in formalen, nonformalen oder informellen Kontexten erworben – in weiterführenden Bildungsgängen, bei einem beruflichen Wiedereinstieg oder Umstieg nutzbar gemacht werden können. Professionelles Beraten bedeutet, dass Ratsuchende und beratende Fachkraft in einem längeren Prozess gemeinsam eine Lösung für ein Problem finden. Beratung wird so zu einem diskursiven und reflexiven Prozess. Für ein Gelingen ist die Mitwirkung der Ratsuchenden ebenso wichtig wie die Kompetenz der ratgebenden Personen, die über ein hohes Maß an Sensibilität, Dialogfähigkeit, Kreativität und Reflexionsvermögen verfügen sollten.

Eine Voraussetzung für die Beratungstätigkeit dürfte ein grundständiges, nicht unbedingt speziell auf Beratungssituationen ausgerichtetes Studium sein. Es reicht aber kaum aus, um das komplexe Anforderungsprofil abzudecken. Ebenso wichtig wie Berufserfahrung in einschlägigen Arbeitsmarktsegmenten ist die berufliche Weiterbildung. Spezielle Weiterbildungsgänge, in denen Berater/-innen gezielt auf ihre Aufgaben vorbereitet bzw. in der Wahrnehmung unterstützt werden, sind indessen rar. Vieles bleibt dem Zufall und der Initiative des Einzelnen überlassen. Eine systematische Weiterbildung wäre notwendig. Einen Beitrag dazu leistet ein gestuftes Aus- und Weiterbildungskonzept (vgl. SCHIERSMANN/WEBER in diesem Heft).

Ausbau und Verstetigung der Strukturen

Angesichts der Heterogenität der Beratungslandschaft stellt sich die Aufgabe einer besseren Verzahnung der Angebote. Eine wichtige, ja zentrale Rolle beim Aufbau einer bundesweiten und trägerunabhängigen Beratungsinfrastruktur kommt dabei der Berufsberatung der Bundesagentur für Arbeit zu. Vorzüge sind ihre bundesweite Präsenz, die langjährigen Erfahrungen ihrer Berater/-innen sowie die Verbindung zu den Berufsinformationszentren. Allerdings hat die Berufsberatung im Zuge der sogenannten Hartz-Reformen an Stellenwert eingebüßt. Personelle Kapazitäten wurden zugunsten der Vermittlung umgeschichtet; auch die unterschiedlichen Organisationsmodelle der regionalen Arbeitsmarktpolitik waren der Qualitätssicherung und Professionalisierung nicht eben förderlich. Nutzer/-innen beklagen lange Wartezeiten auf Beratungstermine, zu kurze Zeiten für eine individuelle Beratung und das mangelnde Eingehen auf den Einzelfall. Das neue Beratungskonzept der BA (vgl. RÜBNER in diesem Heft) verheißt eine qualitative Weiterentwicklung.

Im Sinne eines Beitrags zum lebensbegleitenden Lernen müsste sich die Berufsberatung von einer Einrichtung zur Information und Beratung von jungen Menschen, die eine erste Ausbildung oder einen ersten Berufseinstieg suchen, zu einer Einrichtung wandeln, die umfassend über Ausbildung und Karriere, Weiterbildung und (berufliches) Lernen informieren. Dies sollte zugleich mit einer inhaltlichen Neuausrichtung, einer Qualifizierung des Beratungspersonals und einer Qualitätssicherung verbunden sein. Es handelt sich hierbei allerdings um Leistungen, die mit dem Versicherungsprinzip nicht in Einklang zu bringen sind. Zu Recht wird in einem Rechtsgutachten von DURNER/FASSBENDER eine Verselbstständigung der Beratungsaufgaben der Bundesagentur und eine Steuerfinanzierung der Beratungsleistungen gefordert.¹ Wer die (Berufs-)Beratung zu einer professionellen Einrichtung machen will,

die Arbeits-, Lebens- und Lernprozesse begleitet und unterstützt, wird sich diesem Fazit nicht entziehen können.

Beratung offensiver vermarkten

Beratung, so heißt es immer wieder, soll offen sein für alle Interessenten. Angebote sollen deshalb niedrigschwellig sein. Dies ist leicht gefordert, aber schwierig zu realisieren, vor allem auch in ländlichen Regionen und für bildungsferne Schichten. Dabei könnte gerade eine aufsuchende Beratung Hemmnisse abbauen und latentes Interesse aktivieren.

Neben den klassischen Präsenzberatungen im Vier-Augen-Gespräch werden neue Formen zu entwickeln und zu erproben sein. Beispiele aus dem Ausland, wie die in Großbritannien erprobte telefonische Berufs- und Bildungsberatung (vgl. KÄPPLINGER in diesem Heft) können neue Wege weisen. Solche Modelle gilt es zu sichten und auf Übertragbarkeit zu testen. Generell wäre es sinnvoll, das Internet sehr viel intensiver zu nutzen. So könnten Weiterbildungsdatenbanken mit elaborierten Suchstrategien und Wissensmanagementsystemen ausgestattet werden. Auf diese Weise könnte die Abfrage von Bildungsangeboten beispielsweise mit Hintergrundinformationen zu Berufen und Arbeitsmärkten, zu Verwertungsmöglichkeiten und Verdienststrukturen flankiert werden (vgl. MAIER und KANELUTTI in diesem Heft).

Auch sollten Beratungsstellen ein aktiveres Marketing in eigener Sache betreiben. Allzu Vieles blüht immer noch im Verborgenen. Um Kunden zu gewinnen, wäre es notwendig, auf potenzielle Nutzer zuzugehen, Leistungen aktiver darzustellen und nicht zu warten, bis irgendwann Kunden vor der Tür stehen und um einen Termin bitten. ■

¹ Das Gutachten wurde vom Deutschen Verband für Bildungs- und Berufsberatung e. V. (dvb) in Auftrag gegeben und ist über die Website des Verbands abrufbar.