

AGAB/ASOU

Informationskonzept 2004

www.agab.ch

AGAB - Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für akademische Berufs- und Studienberatung

ASOU - Association Suisse pour l'Orientation Universitaire

ASOU - Associazione Svizzera per l'Orientamento Universitario

Inhaltsverzeichnis

Einführung

Leitsätze

1. Ziele des Informationskonzeptes

- 1.1 . Zielsetzungen gegen innen
- 1.2 . Zielsetzungen gegen aussen

2. Kontext: Gesellschaft – Medien – Bildung

- 2.1 . Gesellschaftliche Tendenzen
- 2.2 . Medien und Information
- 2.3 . Bildungsmarkt
- 2.4 . Einfluss dieser Tendenzen auf das Entscheidungsverhalten

3. Die Aufgabe der Studien- und Berufsinformation

- 3.1 Information und Wissen
- 3.2 Zielgruppen
- 3.3 Information als Entscheidungsmittel im Studienwahlprozess

4. Informationsproduktion, -vermittlung und -präsentation

- 4.1 . Produktion
- 4.2 . Vermittlung und Präsentation

5. Leistungsauftrag der Informationsexpertinnen und -experten

- 5.1 . Aufgaben / Tätigkeiten
- 5.2 . Abgrenzung zur Beratung
- 5.3 . Abgrenzung zur Dokumentation

6. Qualität und Professionalität

- 6.1 . Die entscheidende Rolle der Informationsexpertinnen und -experten
- 6.2 . Transparente und kundennahe Produktionsprozesse

Anhang

- AGAB-Medienkatalog
- AGAB-Infopool
- Auftrag, Gesetz und Verordnung
- Quellen und Literaturtipps

Einführung

Seit der Verabschiedung des letzten Informationskonzeptes im Jahre 1991 haben grundlegende Veränderungen in den Bereichen Bildung, Beruf und Medien stattgefunden, die eine Überarbeitung des bestehenden Konzeptes notwendig machen.

Die Benutzung des Internets, die in den 90er Jahren geradezu explodierte, die Beschleunigung der Information sowie die Medienpluralisierung haben einen wesentlichen Einfluss auf die Informationsarbeit, dem in den letzten Jahren zwar teilweise faktisch, aber noch nicht konzeptionell Rechnung getragen wurde.

Auch die schweizerische Berufs- und Bildungswelt befindet sich im Umbruch: Erwähnt sei hier u.a. die Umstellung auf das Bachelor-Master-System und die Etablierung der Fachhochschulen. Die Durchlässigkeit der verschiedenen Ausbildungswege untereinander hat zugenommen; ebenso wird die horizontale Mobilität zwischen Ausbildungsinstitutionen steigen.

Die Aufweichung tradierter Orientierungen und Schemata führt aber generell zu einer zunehmend flexiblen und individuellen Lebensgestaltung, die vom Einzelnen eine erhöhte Gestaltungs- und Entscheidungskompetenz verlangt.

Das Konzept soll in unübersichtlichen Zeiten dazu dienen, Orientierungshilfe für die Informationsarbeit zu leisten und Position zu beziehen in einem im Wandel begriffenen Bildungsmarkt.

Leitsätze

Ziel des AGAB-Informationskonzepts ist es:

- Orientierungshilfe für die Informationsarbeit zu geben,
- Position zu beziehen in einem im Wandel begriffenen Bildungsmarkt,
- die Qualität der Informationserarbeitung und -vermittlung zu sichern und
- die Aus- und Weiterbildung der Informationsfachleute zu fördern.

Dieses Ziel wird durch die folgenden Leitsätze angestrebt:

1. Die Informationsarbeit in einer im Wandel begriffenen Bildungslandschaft ist inhaltlich und strategisch optimal zu positionieren – beispielsweise durch die Schaffung zeitgemässer, effizienter, klientenzentrierter und benutzerfreundlicher Informationsmittel.
2. Die Pluralisierung der Medienlandschaft wird als Chance genutzt, um unterschiedliche Bedürfnisse gezielt abzudecken. So wird ein Medium wie das Internet verstärkt berücksichtigt, ohne die Printmedien zu vernachlässigen.
3. Die Ratsuchenden werden in ihrer Entwicklung eines umfassenden Kontextes, der rationale Entscheidungen und Handlungen bezüglich Berufs- und Studienwahl ermöglicht, unterstützt. Im Vordergrund steht dabei immer eine anwaltschaftliche Aufbereitung und Vermittlung relevanter Informationen.
4. Durch die Zusammenarbeit mit allen im weitesten Sinne der Bildung verpflichteten Institutionen wird das Prinzip der Subsidiarität erfüllt. Wo immer möglich werden Synergien geschaffen und längerfristig angelegte partnerschaftliche Kooperationen eingerichtet.
5. Der bisherige hohe Qualitätsstandard der Informationsvermittlung wird gewahrt und wo nötig optimiert. Dies bedingt eine den spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Mediums angepasste Informationsaufbereitung unter Berücksichtigung des ebenfalls medienspezifischen Informationsverhaltens der Benutzerin und des Benutzers. Das bestehende Angebot wird laufend mit aktuellen, zukunftsweisenden Angeboten ergänzt.
6. Es ist darauf zu achten, dass die optimal auf die Klientel zugeschnittenen Informationszentren bezüglich Standort, Raumvolumen, Inhalt und personeller Betreuung ihren hohen Standard aufrecht erhalten und dem Anspruch des Besuchers und der Besucherin auf effiziente Selbstinformation gerecht werden.
7. Der mündlichen Informationsvermittlung, d.h. einem sachbezogenen Dialog, wird ein hoher Stellenwert eingeräumt. Ziel ist dabei immer die Optimierung des Umgangs mit Informationen.
8. Als ausgebildete Spezialistinnen und Spezialisten für studien- und berufskundliche Anliegen sind die Informationsfachleute für die Erarbeitung, Vermittlung und Produktion der Informationsmittel verantwortlich. Sie kennen die Bedürfnisse der Klientinnen und Klienten, sind in engem Kontakt mit Beratenden und eingebunden in Institutionen, die sich auch grundsätzlich mit Bildung und Beruf und den entsprechenden Entwicklungen beschäftigen.
9. Die Informationsfachleute erweitern und sichern ihre in einem Hochschul- und Nachdiplomstudium erworbenen Sachkompetenzen durch spezifische Weiterbildungen kontinuierlich, damit sie den steigenden Anforderungen gerecht werden und neuen Aufgaben gewachsen sind.

1. Ziele des Info-Konzeptes

Dem beschleunigten Wandel und der damit erforderlichen erhöhten Selbstreflexion ist nicht nur der Konzeptinhalt, sondern auch die Konzeptaktualisierung anzupassen: Das Informationskonzept wird immer am Anfang eines Jahr neu beurteilt, allenfalls angepasst und wieder verabschiedet.

1.1. Zielsetzungen gegen innen

Mit diesem Verfahren soll verhindert werden, dass dieses Konzept nach der Verabschiedung im Alltagstrubel vergessen wird und still vor sich hin altert. Vielmehr soll es gegen innen ein *Arbeitsinstrument* sein und gerade in einem sich stark ändernden Umfeld *Orientierungshilfe* leisten; als solches kann es auch Fragen aufwerfen und Unklarheiten aufdecken, die angegangen werden müssen. Weiter soll es als *Steuerungsinstrument* dienen und helfen, Trends, die für den Informationsbereich von Bedeutung sein könnten, frühzeitig zu erkennen, zu diskutieren und schnell zu integrieren. Nicht zuletzt dient es damit auch der *Qualitätssicherung*, indem es zu entscheiden hilft, ob z.B. die angebotenen Produkte noch den aktuellen Bedürfnissen entsprechen. Natürlich hat man sich schon jetzt – ohne grosse Anlehnung an das bestehende Konzept (!) – an sich verändernde Umstände angepasst. Ein angewandtes Konzept soll dazu beitragen, dies *bewusster*, gezielter und damit auch effizienter zu tun. Ein regelmässig diskutiertes Konzept hilft, in Distanz zur täglichen Arbeit vermehrt auch wichtige inhaltliche und strategische Diskussionen zu führen.

Zusammengefasst sind die Zielsetzungen gegen innen:

- Orientierungshilfe und Steuerungsinstrument
- Richtschnur der Zusammenarbeit:
Regelung der Zuständigkeiten und Verbindlichkeiten
- Qualitätssicherung

1.2. Zielsetzungen gegen aussen

Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungen sind eingebettet in eine äusserst dynamische Bildungslandschaft. Darin erfüllen sie auf individueller, ökonomischer und gesellschaftspolitischer Ebene unterschiedliche Aufgaben wie z. B. optimale Ressourcenallokation und Chancengleichheit.

Als öffentliche und kundenorientierte Dienstleistung ist sie auch der Öffentlichkeit gegenüber verantwortlich. In Zeiten knapper finanzieller Mittel stehen öffentliche Anbieter zudem seit längerem und zunehmend unter dem Zwang, ihre Leistungen und deren Qualität auszuweisen. Klare Leistungsaufträge ersetzen traditionelle Budgetposten.

Das Konzept soll daher auf der öffentlichen AGAB-Plattform eingesehen werden können und so auch *gegen aussen* wirken:

- Transparenz
- Legitimation gegenüber den Auftraggebern
- Identität
- Marketinginstrument

Umbruchsituation

Das *neue Berufsbildungsgesetz* wird auch die Herstellung von Informationsmitteln beeinflussen: Noch ist aber unklar, wie der konkrete Produktionsprozess – Zusammenarbeit, Abläufe usw. – in Zukunft aussehen wird.

2. Kontext: Gesellschaft, Medien, Bildung

2.1. Gesellschaftliche Tendenzen

Weltanschauungen und Lebensentwürfe, politische Konzepte und Schichtzugehörigkeiten haben ihre tradierten und übergreifenden Orientierungsfunktionen verloren, die einfache Ausrichtung auf kollektive Normen, auf die „anderen“, gelingt immer weniger. In allen Bereichen der Lebensgestaltung gilt es mehr und mehr, nach eigenen Kriterien zwischen verschiedenen Möglichkeiten zu wählen oder neue zu gestalten.

Hinzu kommen *objektive* Erweiterungen des Handlungsspielraumes etwa durch Medizin und Biotechnologie. Indem vormals unverrückbare, „natürliche“ Gegebenheiten gestaltbar werden, verschieben sich die Grenzen zwischen Schicksal und freier Entscheidung. Dadurch werden Gewissheiten erschüttert und ethische Fragen aufgeworfen, auf die es keine zweifelsfreien Antworten mehr gibt und die jeden auf sich selbst zurückwerfen (Habermas).

Eine Form der verstärkten Innenorientierung scheint die Erlebnisorientierung (Schulze) zu sein, bei der der Erlebniswert einer Alternative das entscheidende Kriterium ist, also die individuelle emotionale Wirkung auf die Entscheidenden. Damit verbunden ist die zunehmende Bedeutung ästhetischer Qualitäten, die Zugehörigkeit zu (nach Präferenzen und Lebensstilen differenzierten) Erlebnismilieus, der starke Einfluss Gleichgesinnter usw. Dem entsprechen Firmen, die nicht primär Produkte, sondern mit ihren Marken umfassende Lebensgefühle vermitteln wollen (wie z.B. „Nike“).

Chance und Zwang flexibler Lebensgestaltung führen aber auch zu Individualisierung und Atomisierung; traditionelle Zugehörigkeiten werden brüchig. Eine auf Flexibilität und auf Kurzfristigkeit angelegte Gesellschaft gefährdet jene auf Langfristigkeit angelegten Tugenden und Charaktereigenschaften wie Verlässlichkeit und Loyalität, die Menschen aneinander binden und dem einzelnen ein Gefühl der Kontinuität und Selbstsicherheit ermöglichen (Sennett).

Andererseits verändern die neuen Medien (Mobilfunk, multimediefähige PCs und Internet) die Bedeutung räumlicher Nähe und Distanz und ermöglichen – auch transnational – neue Formen sozialer Verbindungen und Vernetzung, deren Folgen noch kaum abschätzbar sind (siehe z.B. Howard Rheingold: *Smart Mobs: The Next Social Revolution*).

„Arbeitskraftunternehmer“ und „Individualberufe“ (Voss)

Globalisierung und der damit verbundene verschärfte Wettbewerb – Druck zu Produktivitätssteigerung, Beschleunigung von Wandel, Erweiterung des Reaktionspotentials usw. – führen zu einem Aufbrechen von althergebrachten Strukturen und Beschränkungen. Statt Arbeitsabläufe im Detail zu steuern werden Gestaltungs- und Verantwortlichkeitsspielräume geschaffen, um neuen Anforderungen noch schneller gerecht zu werden; Wettbewerbskräfte werden auch innerhalb des Betriebes verstärkt (z.B. mittels Profitcenter) und ersetzen Zwang und beschränkten Spielraum traditioneller Hierarchien. *Flexibilität* ist auch hier das Stichwort der Stunde. Langjährige Betriebszugehörigkeit – früher mit einer goldenen Uhr belohnt – wird heute auf dem Arbeitsmarkt tendenziell negativ bewer-

tet. Mit der Zunahme des Gestaltungsspielraumes fallen aber auch hilfreiche äussere Orientierungen weg; damit steigt der Druck, eigene Orientierungs- und Strukturierungsleistungen zu erbringen und Verantwortung zu übernehmen.

Diese Flexibilisierungen und *Entgrenzungerscheinungen* finden nicht nur in der *Arbeitswelt*, sondern auch *zwischen* Arbeitszeit und übriger Lebenszeit statt. Diese Tendenzen können stichwortartig wie folgt beschrieben werden:

- Deregulierung, flache Hierarchien, Profitcenter, Outsourcing, flexibilisierte Arbeitszeiten, Telearbeit, Prozessorientierung, permanente Umstrukturierungen, Projektarbeitsformen, Scheinselbstständigkeit usw.
- Zunahme von Tätigkeiten, die nicht mehr klar dem Arbeitsleben bzw. der Freizeit zugeordnet werden können: Informationsbeschaffung (Surfen im Internet!), Qualifizierung, Kontaktpflege usw.

Berufliche Kompetenzen müssen permanent ausgebaut, angepasst und mittels individuellem Marketing effizient angeboten und zu verwerten versucht werden. Die gesamte Lebensführung wird zunehmend auf die beruflichen Anforderungen ausgerichtet („Verbetrieblichung“, Durchrationalisierung).¹ (Arbeits-)Biographien werden „diskontinuierlicher“ und „Berufe“ vielfältiger und individueller geformt (Fähigkeits- und Tätigkeitsportfolio). Da es immer weniger vorgespurte Pfade gibt, ist der Einzelne stärker gefordert, seinen Weg individuell auszugestalten.

Das *Fachwissen* als organisierendes Prinzip verliert an Gewicht: Einmal, weil durch die Digitalisierung der Zugriff auf Informationen und Wissen wesentlich einfacher und schneller geworden ist. Zum andern verliert das Fachwissen aber auch an *relativem* Gewicht, weil Kompetenzen und Fähigkeiten an Bedeutung gewinnen, die teilweise die Person *als Ganzes* involvieren.

2.2. Medien und Information

Pluralisierung der Medienlandschaft

Infolge der Revolution der Informations- und Kommunikationstechnologien hat sich das Internet in kürzester Zeit zu *dem* Informationsmedium entwickelt, das dank mobiler Techniken zunehmend überall und jederzeit präsent ist.

Damit sind aber nicht einfach nur mehr Informationen rascher und aktueller verfügbar. Das immer schnellere Internet erlaubt eine multimediale und interaktive Aufbereitung der Informationen, bei der Ästhetik, Gestaltung und Benutzerfreundlichkeit für den schnellen Surfer entscheidende Orientierungshilfen sind. In der Folge nimmt auch der Erlebnisgehalt der Informationen zu. Virtuelle Welten und interaktive Simulationen erzeugen indessen auch neuartige Formen, sich aktiv mit Information auseinanderzusetzen.

¹ Im Unwort des Jahres 2002 „**Ich-AG**“ widerspiegeln sich diese Tendenzen: Die eigene Person wird als Aktiengesellschaft (Lebensunternehmer) verstanden, deren Aktienkurs durch Marketing und permanente Weiterbildung oben gehalten werden muss. Dem Einzelnen wird mehr Eigenverantwortung aufgebürdet, während sich der Staat tendenziell zurückzieht und ein flächendeckendes soziales Sicherheitsnetz nicht mehr gewährleistet.

Die Online-Nutzung hat zu vielfältigen Umschichtungen innerhalb der unterschiedlichen Medien und zu einer eigentlichen Medienpluralisierung geführt. Diese erlaubt es auch, Zielgruppen spezifischer anzusprechen.

Beschleunigung der Information

Die Beschleunigung der Informationsvermittlung wird auch als *Informationsflut* und kognitive Überforderung erlebt: In einem Medium, das prinzipiell grenzenlos und auch mit Kontingenz behaftet ist, können Informationen nicht mehr so leicht eingeordnet und bewertet werden. Die Halbwertszeiten der Informationen werden zudem immer kürzer: Informationen veralten schneller und verlieren rasch an Wert.

2.3. Bildungsmarkt

Erhöhte Durchlässigkeit und Flexibilität

Auch der schweizerische Bildungsmarkt befindet sich um Umbruch: Die Studiengänge der universitären Hochschulen sind bereits oder werden in naher Zukunft dem angelsächsischen Modell von Bachelor und Master angepasst. Dadurch soll insbesondere europaweit die horizontale *Mobilität* zwischen verschiedenen Bildungsinstitutionen erhöht werden.

Die Fachhochschulen sind dabei, sich fest zu positionieren und ebenfalls Bachelor- und Masterausbildungsgänge anzubieten. Die *Durchlässigkeiten* zwischen universitären Hochschulen und Fachhochschulen aber auch zwischen beruflicher Ausbildung und den universitären Hochschulen nimmt zu. Damit erweitert sich die Bandbreite möglicher Ausbildungswege erheblich. Die einzelnen Ausbildungsgänge werden *flexibler* und *individueller*.

Pluralisierung und Konkurrenz der Anbieter

Die Bildungsinstitute werden sich in Zukunft noch verstärkt – und via Internet auch global – konkurrenzieren und um die knapper werdenden Finanzen kämpfen. Ein wesentliches Mittel der Profilierung der verschiedenen Bildungsanbieter ist dabei ihre Präsenz auf dem Netz: Immer mehr Informationen, auch zu Studiengängen, werden auf dem Internet angeboten, sind aber Teil des Marketings der betreffenden Institution.

2.4. Einfluss dieser Tendenzen auf Entscheidungsverhalten und Informationsarbeit

Hauptcharakteristikum der oben beschriebenen Tendenzen ist eine ausgeprägte Individualisierung verbunden mit einer nie zuvor da gewesenen Fülle von Handlungsmöglichkeiten. Damit einher geht die Chance und der Druck zur individuellen Gestaltung in allen Lebensbereichen. Damit beschleunigt sich wohl auch der Lebensrhythmus vieler Menschen, die sehr viel mobiler sein müssen als früher. Sie müssen in der Lage sein, rasch Entscheide zu fällen und Informationsmüll von Wichtigem zu unterscheiden.

Mehr und mehr Informationen aus unterschiedlichen Medien müssen dazu selektiert und verarbeitet werden. Hier kann sich nur zurechtfinden, wer über entsprechende Filter und *Selektionskriterien* verfügt. Hierbei werden sich auch die

Mediennutzungsmuster ausdifferenzieren und individualisieren. Selektion und Komplexitätsreduktion als entscheidende Faktoren, sind jedoch so oder so auf ein Interessenprofil angewiesen, aus dem hervorgeht, was für mich wichtig ist und was nicht.

Fehlende äussere Strukturen müssen durch *innere* Leistungen kompensiert werden, die es dem Individuum erlauben, sich im Möglichkeitsspielraum zu orientieren und sich fortzubewegen: Ich-Stärke und Entscheidungskompetenz, Selbstorganisation und Selbststrukturierung, Begeisterungsfähigkeit und Selbstmotivation, Kreativität und Teamfähigkeit, Vision und Werte usw.

Aus den oben beschriebenen Tendenzen wie Medienvielfalt, verstärkte Konkurrenz der Bildungsanbieter, Beschleunigung, Individualisierung von Ausbildung und Beruf lassen sich erste Folgerungen für unsere Informationsarbeit ableiten. So ist es etwa zweckmässig, unterschiedliche Medien wie Print und Internet auch gezielt für unterschiedliche Bedürfnisse einzusetzen: Das Internet ist sinnvoll für eher kürzere, schnell aktualisierbare Informationen, die je nach subjektivem Bedürfnis abgefragt und individuell zusammengestellt werden können. Das Internet ermöglicht zudem interaktive Module und erlaubt neuartige Formen des Informationsaustausches wie Newsletter, Foren usw. Das Printmedium dagegen ist geeigneter für vertiefende Informationen, die für Motivation, Wahl und Entscheidung ausschlaggebend sind.

(Vertiefende Informationen hierzu finden sich im Kapitel 4.1., *Print- online- Bildmedien*)

3. Die Aufgabe der Berufs-, Studien- und Laufbahninformation

3.1. Information und Wissen

Während Informationen Aussagen über vereinzelte Sachverhalte machen, schafft Wissen Überblick und Bezüge und gestattet Vergleiche und Bewertungen. Erst durch Kontextualisierung und Integration werden Informationen zu entscheidungs- und handlungsrelevantem Wissen.

Wie bereits erwähnt verlangt der stark angewachsene Möglichkeitsspielraum von den Menschen ein neues Mass an Orientierungsleistungen und zwingt sie einerseits, sich über die verschiedenen gangbaren Wege zu orientieren. Andererseits ist aber auch eine intensivierete Beschäftigung mit sich selbst erforderlich. Ob Werte oder Erlebnisqualität: Die Individuen müssen permanent entscheiden, was ihnen entspricht und was für sie bedeutsam ist.

Die Berufs-, Studien- und Laufbahninformation unterstützt die Ratsuchenden bei der Entwicklung eines umfassenden Kontextes, der rationale Entscheidungen und Handlungen ermöglicht.

3.2. Zielgruppen

Die Zuständigkeiten bzw. Zielgruppen bestimmen sich einerseits durch das Interesse am Bereich der universitären Ausbildung und die daran anschliessende berufliche Laufbahn bzw. Weiterbildung. Andererseits bilden traditionell die Mittelschülerinnen und Mittelschüler die primäre Zielgruppe, unabhängig davon, ob ein Interesse an einer universitären Ausbildung besteht.

Die unterschiedlichen Zielgruppen haben dabei unterschiedliche Fragestellungen, denen der AGAB-Medienkatalog (siehe Anhang) Rechnung tragen muss:

Zielgruppe	Fragestellungen
Schüler/innen der Sekundarstufe II	<ul style="list-style-type: none"> • Studieren ja oder nein? • Was und wo soll ich studieren? • Was sind die Alternativen? • Wie sind die Berufsmöglichkeiten nach einem bestimmten Studium? • Wie ist die Situation auf dem Arbeitsmarkt? • Wie melde ich mich an? Was sind die Kosten? • Wie finde ich einen Nebenjob oder eine günstige Wohngelegenheit?
Studierende	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind Alternativen zur meiner jetzigen Studienrichtung? • Was sind die Alternativen zum universitären Studium? • Wie sind die Berufsmöglichkeiten nach dem Studium? • Wie ist die Situation auf dem Arbeitsmarkt? • Wie gelingt der Einstieg ins Berufsleben?
Hochschulabsolvent/innen	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Weiterbildungsmöglichkeiten gibt es nach dem Studium? • Wie gelingt der Einstieg ins Berufsleben? • Wie ist die Situation auf dem Arbeitsmarkt?
Fachleute der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Wo stehen die für Ratsuchende und Fachleute relevanten und aufbereiteten Informationen zur Verfügung? • Welches sind die Neuerungen und Trends des Berufs- und Bildungswesen?

3.3. Information als Entscheidungsmittel im Studienwahlprozess

Aufgrund der erhöhten Flexibilität und Durchlässigkeit im Ausbildungsbereich muss der Einzelne auch hier vermehrt Alternativen prüfen und Entscheidungen fällen. Die Entscheidung für ein bestimmtes Studium oder einen bestimmten Beruf verliert dabei allerdings an relativer Wichtigkeit, da das weitere Ausbildungs-

und Berufsleben sowieso immer wieder überdacht werden muss; Nachdiplomstudien und Weiterbildungen gewinnen an Bedeutung.

Informationen zu Ausbildungsgängen sind zunehmend auf dem Netz vorhanden – jedoch in unterschiedlicher Qualität und als Teil des Marketings der entsprechenden Institutionen.

Der damit verbundenen Unübersichtlichkeit und Informationsflut ist einmal der eigene Standpunkt und die eigene Kritik- und Entscheidungsfähigkeit entgegenzusetzen: Was geht mich an und ist für mich von Bedeutung: Werte, Ziele, Selektionskriterien usw. – Diesem Umstand trägt das geltende AGAB-Beratungskonzept Rechnung, wie folgende Auszüge u.a. deutlich machen:

- „Steigender Bedarf an Unterstützung von Ratsuchenden, damit diese die für sie relevanten Informationen herausfiltern, nutzen und wirksam umsetzen können.“
- „Die Ratsuchenden müssen zunehmend unterstützt bzw. gefördert werden in der Fähigkeit, Pläne für die (...) Zukunft zu entwickeln.“
- „Die Beratung soll den Ratsuchenden (...) Sicherheit vermitteln über ihre eigenen Werte, Kriterien und Entscheidungen. Ein wichtiges Ziel der Beratung ist das Erlangen von Entscheidungskompetenz.“

Die Beratung unterstützt die Klientinnen und die Klienten bei der Klärung ihrer Situation und ihres Standpunktes sowie bei der Entwicklung von Handlungs- und Gestaltungsoptionen.

Anwaltschaftliche Aufbereitung und Vermittlung

Der Informationsbereich hat komplementär dazu die Aufgabe, die Ratsuchenden objektiv und anwaltschaftlich dabei zu unterstützen, im Informationsdschungel die Übersicht zu bewahren, um die für sie entscheidungsrelevanten Informationen und Alternativen prüfen zu können. Die Dienstleistungen des Informationsbereiches tragen dadurch bei zur Transparenz des Marktes und ermöglichen damit eine bestmögliche Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage sowie einen minimalen Reibungsverlust durch unvollständige Informationen. Daraus folgen Entscheide, die für den Einzelnen Sinn machen und ökonomisch effizient sind.

Aufgabe der Informationsarbeit ist einerseits die Entwicklung, Produktion und Bewirtschaftung von Informationsmitteln zu Berufs-, Studien- und Laufbahnentscheiden, andererseits deren Präsentation und Vermittlung. Das beinhaltet Suchhilfen, Metainformationen, Übersichten, auf die verschiedenen Fragestellungen der Ratsuchenden zugeschnittene Informationen, Standardisierung der Information und Vergleiche, die die Prüfung von Alternativen und damit Entscheide ermöglichen. Dazu gehört auch das Vermitteln von Selektions- und Qualitätskriterien, die helfen sollen, die Informationsflut zu bewältigen.

Informationsmittel werden zur *Selbstinformation für eine spezifische Zielgruppe* und deren Fragestellung konzipiert, sind aber auch Instrumente der *Beratung*. Eine weitere Kategorie bilden die *Experteninfos* wie Newsletter, Expertendatenbanken usw., die der Information der Informationsspezialistinnen und -spezialisten dienen.

4. Informationsproduktion, -vermittlung und -präsentation

4.1. Produktion

Da das Internet zum vorherrschenden Informationsmedium geworden ist, gilt es, die Fülle der im Netz vorhandenen Informationen zu nutzen und zu verknüpfen. Grundsätzlich gilt deshalb das Prinzip der *Subsidiarität*: Was bereits vorhanden ist, soll nicht nochmals gemacht, sondern allenfalls genutzt, verknüpft, eingebunden ... werden, d.h.: Einbezug von und Zusammenarbeit mit anderen Stellen wie Swissup (Ranking usw.), Crus (Ausland, Merkblätter...) usw. Auch die *Zusammenarbeit mit Institutionen des tertiären Bildungssektors* muss in diesem Zusammenhang grundsätzlich überdacht und neu angegangen werden. Wo immer möglich sollen partnerschaftliche Kooperationen institutionalisiert werden.

Schon auf Grund der in Kapitel 2.4. erwähnten vermehrten Durchlässigkeit wird die Zusammenarbeit mit der *Berufsberatung* in Zukunft ebenfalls wachsen. Insbesondere die Fachhochschulen drängen sich hierfür auf. In der neu konzipierten *Chancen-Reihe* ist eine systematische und längerfristige – und vielleicht zukunftsweisende – Kooperation zwischen allgemeiner und akademischer Berufsberatung vorgesehen.

Bei der Zusammenarbeit mit Institutionen ist darauf zu achten, dass die Informationsspezialistinnen und -spezialisten sich ihrer Rolle als unabhängige, der Klientin und dem Klienten verpflichtete Dienstleister bewusst sind. In einer Zeit, in der Ausbildungsstätten vermehrt moderne Marketingmethoden einsetzen, gilt es, die der Objektivität förderliche Neutralität zu wahren und die Interessen unserer spezifischen Klientel zu berücksichtigen.

Print – online – Bildmedien

Mit der weiteren Verbreitung und Beschleunigung des Internets, stellt sich zunehmend die Frage, was als Print überhaupt noch Sinn macht, was eindeutig ins Netz gehört und wie sich die beiden Medien ergänzen können.

Zu den eindeutigen Stärken des *Internet* gehören die Möglichkeit der schnellen Aktualisierung von Informationen, die globale Verlinkung (die das Netz ja ausmacht), die assoziative Nichtlinearität, die ein auf individuelle Bedürfnisse abgestimmtes Navigieren durch die ungeheure Fülle des Netzes erlaubt und individuell geprägte Informationsgebilde schafft. Multimedia, Interaktivität, Simulation usw. erlauben neue, bis vor kurzem ungekannte Formen, mit Informationen umzugehen. Das Netz ermöglicht auch ganz neue Arten des Informationsaustausches und der Bildung von Gemeinschaften von Gleichgesinnten: Newsletter, Foren, Mailinglisten, virtuelle Workshops, Online-Publikationen, global vernetzte Datenbanken usw.

Nachteile des Netzes sind seine Unübersichtlichkeit und Kontingenz und oft damit verbunden ein Gefühl des Ausgeliefertseins.

Eine wesentliche Eigenschaft des *Printmediums* ist seine Gegenständlichkeit. Diese Stofflichkeit kann ein Vorteil gegenüber der Virtualität des Online-Mediums sein. Ein Buch ist überblickbar: Es hat eine erste und eine letzte Seite, ein Vorne

und ein Hinten, ich weiss immer, wo ich bin. Notfalls lässt es sich – da raumzeitlich begrenzt – in eine Ecke schmeissen, so ist es zumindest physisch beherrschbar. Ich kann eine gesuchte Information in einem klar strukturierten Printmedium leicht auffinden. Systematische Darstellungen, Überblicke und Vergleiche sind ohne Mühe möglich. An interessanten Stellen gesetzte Buchzeichen machen deren Wiederauffinden problemlos. Generell ist ein Printmedium besser lesbar.

Als Gegenstand verweist mich ein Printmedium auf mich selbst zurück. Ich kann mich darin vertiefen, ohne mich endlos darin zu verlieren. Daher scheint es geeigneter, wenn es darum geht, nachzudenken und Entscheide zu fällen.

Das Printmedium hat auch im Bereich der Berufs- und Studienberatung eine Zukunft! Dann nämlich, wenn gewährleistet ist, dass die Leserin und der Leser eine auf das Wesentliche konzentrierte Information erhalten, die einen schnellen Überblick ermöglicht und durch einfach gemachtes Vergleichen eine Entscheidung erleichtert.

In Zukunft wird der grosse Nachteil des Printmediums – die Unveränderbarkeit seines Inhalts – die Informationsexpertinnen und -experten dazu zwingen, den grossen Vorteil des Internets – die problemlose Aktualisierung des Inhalts – für sein Printmedium optimal zu nutzen. Wenn es gelingt, die Vorteile der beiden Medien so zu berücksichtigen, dass sie sich möglichst ergänzen und gegenseitig auf sich verweisen, lässt sich ein wertvoller Zusatznutzen für die Klientel schaffen.

Der AGAB-Medienkatalog

Der AGAB-Medienkatalog führt bestehende aber auch zu *entwickelnde* Informationsmittel auf. Einerseits ist er Ausdruck unseres *professionellen Verständnisses* („Was muss gewährleistet sein, damit wir unsere Aufgaben professionell erfüllen können?“), andererseits dient er der inhaltlichen und strategischen *Positionierung* in einer im Wandel begriffenen Bildungslandschaft.

Bei den Informationsmitteln ist bereits eine deutliche Verschiebung der Schwerpunkte zugunsten des *Internets* zu erkennen. Mit der Neulancierung des Internetportals für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung der Schweiz, www.berufsberatung.ch, Ende 2003 sind verschiedene für Studium, Beruf und Laufbahn relevante Informationselemente zusammengefügt und neu erarbeitet worden. Damit wurde ein effizientes und benutzerfreundliches Informationswerkzeug geschaffen, das dem wachsenden Bedürfnis nach individueller, raum- und zeitungebundener Recherche entgegen kommt. Ein weiteres Modul zum Thema akademische Berufe ist in Arbeit; ein zusätzliches, interaktives, Element zur Entscheidungsfindung in der Berufs- und Studienwahl ist vorgesehen. Ebenso können und sollen die nun im Internet vorhanden Informationen so aufbereitet werden, dass sie auch weiteren Bedürfnissen dienen können: In diesem Sinne ist für eine elektronische Informationsmappe bereits ein Konzept erarbeitet worden.

Der AGAB-Medienkatalog ist im Anhang aufgeführt,
zusammen mit Informationen über die Funktionsweise des
AGAB-Infopools.

4.2. Vermittlung und Präsentation

Online-Information

Es wurde bereits festgehalten, dass das Internet zum vorherrschenden Medium geworden ist. Umso dringlicher stellt sich die Frage, wie auch in diesem Bereich der bisher hohe Qualitätsstandard der Vermittlung gewahrt und wo nötig optimiert werden kann. Gefordert sind die Informationsspezialistinnen und -spezialisten: Sie müssen einerseits die zu vermittelnden Informationen den spezifischen Gegebenheiten des Mediums angepasst aufbereiten und andererseits das ebenfalls medienspezifische Informationsverhalten des Internetbenutzers berücksichtigen und entsprechend in die Umsetzung einbeziehen. Bereits bestehende Formen der internet-/ klientelgerechten Vermittlung wie laufend aktualisierte Datenbanken, leicht zugängliche Portale, medienspezifisch redigierte Online-Publikationen etc. sind in Zukunft mit weiteren Angeboten zu ergänzen, z.B. mit der Bereitstellung von Foren, Chat-Räumen, dem Ausbau des E-Mail-Verkehrs, visuellen Workshops etc.

Bezüglich der Vermittlung von Informationen im Rahmen einer Beratung wird sich auch in der Zukunft die Frage stellen, welche Form der Aufbereitung die bestmögliche Akzeptanz im persönlichen Kontakt garantiert. Denkbar ist der weitere Ausbau themenzentrierter Übersichten, kommentierter Linklisten, Newsletter usw. Erwähnenswert in diesem Zusammenhang sind auch die in Planung begriffenen „AGAB-Informationsmappen“ im Internet.

Biz

Die Berufsinformationszentren (auch Bildungsinformationszentren) sind vom Standort, vom Raum, vom Inhalt und von der personellen Betreuung her optimal auf die Klientel zugeschnitten. Aktuelle studien- und berufskundlich relevante Informationen sind einerseits via Internet aber auch über (ausleihbare) Print- und Bildmedien leicht zugänglich.

Mündliche Informationsvermittlung

Das Gespräch

Trotz Internet: Zumindest in nächster Zukunft ist nicht davon auszugehen, dass die mündliche Informationsvermittlung an Bedeutung verliert, im Gegenteil. Unter anderem die Fülle der zur Verfügung stehenden Informationen (u.a. auch die Datenflut) verstärkt den Wunsch nach einem fachkundigen Gesprächspartner. Die Informationsexpertinnen und -experten müssen in Zukunft für diesen sachbezogenen Dialog vermehrt zur Verfügung stehen können; dies gilt vor allem auch für eine persönliche Besprechung im Berufsinformationszentrum.

Berufs- und Studienorientierungen (Veranstaltungen)

Dieser Art der mündlichen Informationsvermittlung sollte auch in Zukunft ein hoher Stellenwert beigemessen werden – vor allem als Ergänzung zu den anderen Angeboten. Im Gegensatz zu den Informationsexpertinnen und -experten, die ja als Generalisten für alle studien- und berufskundlichen Gebiete zuständig sein sollen, sind es hier jeweils die Vertreterinnen und Vertreter ihres Studienfaches bzw. ihres Berufs, die dadurch speziell befähigt sind, ihre Studien- oder Berufsrealität zu veranschaulichen. Darüber hinaus werden Informationen zu Studien und Berufen vermittelt, mit denen der Mittelschüler während der Mittelschule (anders als mit klassischen akademischen Richtungen) nicht unbedingt direkt in Kontakt kommt. Zudem besteht die Möglichkeit, mit diesen Fachleuten ins Gespräch zu kommen und persönliche Fragen zu stellen.

Biz

Aufgabe eines Berufsinformationszentrums (bzw. Bildungsinformationszentrums) und der dort tätigen Fachleute ist es, dem Ratsuchenden die Möglichkeit zu geben, sich selbst zu informieren und ihn bei dieser Tätigkeit nach (seinem) Bedarf zu unterstützen (z.B. EDV-Support); ihm aber auch – falls das gewünscht wird – einen Gesprächspartner zur Verfügung zu stellen, der während der Öffnungszeiten ohne weitere Umstände (keine Anmeldung nötig, Klient/in kann anonym bleiben) als Ansprechperson zur Verfügung steht. Dies bedingt die Präsenz von entsprechend ausgebildeten Informationsexpertinnen und -experten. Die Aufgabe ist anspruchsvoll: Es gilt, schnell herauszuspüren, was die Klienten oder der Klient braucht: Weitere Informationen zu einem bestimmten Thema oder das Aufzeigen von Alternativen? Hinweise auf spezialisierte Institutionen, die verbindlich Auskunft geben können? Hilfestellung bei der Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen? Ratschläge, wie es möglich ist, Wissen zu vertiefen, Vergleiche anzustellen? Tipps, wie er die Fülle von Informationen am besten bewältigt? Um nur ein paar zu nennen.

Ein weiteres Beispiel der mündlichen Vermittlung im Berufsinformationszentrum ist die Auskunftserteilung am Telefon, die ebenfalls zum Aufgabengebiet der Informationsexpertinnen und -experten gehört.

5. Leistungsauftrag der Informationsexpertinnen und -experten

5.1. Aufgaben / Tätigkeiten

Generell lassen sich die Aufgaben wie folgt zusammenfassen:

Informationsarbeit umfasst die Entwicklung, Produktion und Bewirtschaftung von Informationsmitteln sowie die Vermittlung der darin enthaltenen oder der sie notwendigerweise ergänzenden Informationen.

Die Entwicklung neuer Produkte bedingt die Erkennung von Trends und die Erfassung des Zeitgeistes, die Produktion, das Wissen um den hohen Stellenwert von Gestaltung und Ästhetik in unserer Gesellschaft, die Bewirtschaftung, die Überzeugung, dass nur gezielt ausgesuchte und vor allem laufend aktualisierte Informationen Sinn machen.

Informationsexpertinnen und -experten sind aufgefordert, medien-, sach- und klientelgerechte Informationsmittel zu Aus- und Weiterbildung, Beruf und Arbeitsmarkt zu konzipieren, zu verfassen und herzustellen. Dies setzt ein exaktes Recherchieren, ein differenziertes Bewerten und kluges Auswählen von relevanten studien- und berufskundlichen Informationen voraus.

Diese Tätigkeiten bedingen einen tiefen Einblick in die Entwicklungen im Ausbildungs- und Beschäftigungsbereich und die strukturellen Zusammenhänge sowie einen umfassenden Überblick über die Arbeitsmarktentwicklung.

Unabdingbare Voraussetzung dafür ist eine enge Zusammenarbeit mit den auf dem – insbesondere akademischen – Ausbildungs- und Beschäftigungsbereich tätigen Institutionen. Informationsexpertinnen und -experten sind Dienstleister, die im Auftrag von Ratsuchenden, aber auch von Institutionen und anderen Fachleuten aus dem Beratungs- und Informationsbereich tätig sein müssen.

Bezüglich der mündlichen Vermittlungsaufgabe der Informationsexpertinnen und -experten, z.B. in einem Berufsinformationszentrum, kann davon ausgegangen werden, dass diese Funktion in der Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Umso wichtiger ist es, dass dieser Tatsache durch eine Ausbildung im Bereich Gesprächsführung Rechnung getragen wird.

5.2. Abgrenzung zur Beratung

Informationsexpertinnen und -experten führen Gespräche, die im Zusammenhang mit der Beschäftigung der studien- und berufskundlichen Medien stehen, d.h. es geht in erster Linie darum, Hilfe zu Selbsthilfe zu bieten und die Ratsuchenden bei ihrer Selbstinformation zu unterstützen und für offen gebliebene Fragen zur Verfügung zu stehen. Ziel ist die Optimierung des Umgangs mit Informationen.

5.3. Abgrenzung zur Dokumentation

Die Übergänge der Information zur Dokumentation waren im Bereich der Berufs- und Studienberatung bis anhin fließend. Entsprechend umfassten die Aufgaben der Informationsspezialistinnen und -spezialisten auch Tätigkeiten (Recherche, Katalogisieren, Redigieren, Zusammenfassen usw.) aus dem Dokumentalistenbereich. Es ist anzunehmen, dass durch das Internet und die damit möglichen Datenbanken der Ausbau und die Betreuung einer physischen Dokumentation (Basisdokumentation) z.B. in einem Berufsinformationszentrum in Zukunft mindestens an Gewicht verlieren, wenn nicht ganz aufgegeben wird.

6. Qualität und Professionalität

6.1. Die entscheidende Rolle der Informationsexpertinnen und -experten

Die zunehmende Informationsflut, Beschleunigung, und Komplexität stellen an die Informationsexpertinnen und -experten hohe Anforderungen.

Die in einem Hochschul- und Nachdiplomstudium erworbenen Sachkompetenzen der Informationsspezialistinnen und -spezialisten müssen durch spezifische Weiterbildungen kontinuierlich erweitert und gesichert werden. Dies betrifft - wie bisher - Kompetenzen im Bereich Recherchieren, Ordnen, Beurteilen, Auswählen, Redigieren, verständliches Vermitteln usw.; wichtig sind heute aber auch – und in Zukunft wohl noch viel wichtiger – Kenntnisse der Instrumente publizistischer Produktion und vor allem auch Techniken der elektronischen Medien.

Informationsspezialistinnen und Informationsspezialisten werden vermutlich je länger je mehr Aufgaben, die bisher von Technikern, Layoutern und Grafikern geleistet worden sind, übernehmen müssen. Dann nämlich, wenn die angestrebte Verbindung von Print- und Bildmedien mit elektronischen Medien alltäglich geworden ist.

6.2. Transparente und kundennahe Produktionsprozesse

Die Produktion der Informationsmittel erfolgt durch Mitarbeitende, die nahe an den Klientinnen und Klienten und deren Bedürfnissen und in engem Kontakt mit Beratenden sind. Entsprechendes Feedback kann schnell wieder in den Produktionsprozess einfließen; die Informationsmittel bleiben so aktuell und der jeweiligen Zielgruppe angemessen.

Die bestehenden Informationsmittel werden periodisch aktualisiert, regelmässig intern und extern evaluiert und gegebenenfalls angepasst.

Die Informationsexpertinnen und -experten verfolgen die Entwicklungen im Bildungs- und Berufsbereich und konzipieren bei Bedarf neue Informationsmittel.

Anhang

AGAB - Medienkatalog (Stand März 04)

Produktgruppen	Produktebeschreibung	Produkte
Entscheidungsfindung Studienwahl	Aktuelles Magazin zur Studien- und Berufswahl.	Print perspektiven
	Überblick über alle Studienfächer der Schweizer Universitäten und Eidgenössischen Technischen Hochschulen; im Zentrum stehen die Beschreibungen der Arbeitsgebiete und beruflichen Tätigkeiten nach einem Hochschulstudium.	Studieren - und dann?
	Nützliche Tipps, wie Mittelschüler/innen ein Zwischenjahr gestalten können, mit Verweis auf die wichtigsten Adressen.	Zwischenlösungen
	Selbsterkundungsverfahren zur Unterstützung der Entscheidungsfindung in der Beratungsarbeit: Interessen-, Studien- und Berufserkundung.	Arbeitsmittel zur Selbsterkundung SIC Am liebsten würde ich Motiviert arbeiten
	Interaktives Modul zur Entscheidungsfindung in der Berufs- und Studienwahl, mit Infoanbindung: Universitäre Hochschule / nicht universitäre Ausbildungen im Tertiärbereich für Mittelschüler/innen	online Modul „Entscheidungsfindung“ (Neukonzeption)

	Kurzinformationen zu akademischen Berufsbildern.	BIZ-Uni-Infos (Neukonzeption)
	Programm aller Studienorientierungen an den Universitäten.	CH-Mato-Programm (Neukonzeption)
	Filme zur Veranschaulichung der wichtigsten Studien- und Berufsmöglichkeiten zur Motivations- und Entscheidungshilfe.	Bild Geschichte (+Neuentwicklungen)
	Umfassende Nachschlagewerk zu allen Studiengängen der Universitäten und der beiden Eidgenössischen Technischen Hochschulen; Informationen über Zulassungsbestimmungen, Studienschwerpunkte, Adressen und Termine. Hinweise zu Fragen rund ums Studium: Kosten und Finanzierung, Studiendauer, Prüfungen und Auslandsaufenthalte.	Print Schweizer Studienführer (Neukonzeption Hochschulführer) lokale Studienführer

	<p>Detaillierte Informationen zu universitären Studiengängen und ausseruniversitären Ausbildungen im Tertiärbereich. Die Dossiers beschreiben Fachbereich Studienoptionen und Berufsmöglichkeiten für je einen Ausbildungsbereich.</p>	<p>Informationsmappen Rund 80 bis 100</p>
		<p>online</p>
	<p>Standardisierte und vergleichbare Kurzinformation für alle Haupt- und Nebenfächer der universitären Hochschulen.</p>	<p>Uni-Infos</p>
	<p>Allgemeine Kurz- und Ratgeberinformationen über sämtliche Universitäten, deren Angebote und zum Studieren in der Schweiz.</p>	<p>Modul „Studieren A-Z“</p>
		<p>Print</p>
<p>Nichtuniversitäre Ausbildungen</p>	<p>Detailinformation zu den Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten für Mittelschüler/innen im ausseruniversitären Tertiärbereich.</p>	<p>Alternativen</p>
	<p>Umfassendes Nachschlagewerk zu allen Studiengängen der Fachhochschulen; Informationen über Zulassungsbestimmungen, Studienschwerpunkte, Adressen und Termine.</p>	<p>FH-Führer (Neukonzeption)</p>

	<p>Standardisierte und vergleichbare Kurzinformation für alle Fächer der Fachhochschulen.</p>	<p>online</p> <p>FH-Infos (Neukonzeption)</p> <p>Medienverbund</p>
<p>Beruf / Laufbahn Arbeitsmarkt</p>	<p>Medium zur Weiterbildung und beruflichen Entwicklung. Umfassender Überblick über Berufe und Funktionen aller Branchen; konkrete Laufbahnbeispiele und praxisnaher Einblick. Übersichtliche Orientierungshilfen, nützliche Tipps sowie weiter führende Informationen.</p>	<p>Print</p> <p>5 Berufswahlführer gegliedert nach Fakultäten</p> <p>Absolventenbefragung 5 Hefte gegliedert gemäss Fakultäten sowie für die Fachhochschulstudienrichtungen</p>
	<p>Detailinformationen zu den Berufsmöglichkeiten und Berufslaufbahnen nach Studienabschluss. Berufsportraits geben einen vielfältigen Überblick über die jeweiligen Arbeitsfelder.</p> <p>Detailuntersuchung der Beschäftigungssituation aller Hochschulabsolvent/innen ein Jahr nach Studienabschluss. Befragung aller HS-Absolvent/innen und Auswertung der Studie nach Fachbereich.</p>	<p>Informationsmappen Laufbahn Rund 10</p>
	<p>Detaillierte Informationen zu Laufbahnmöglichkeiten nach einem Studienabschluss.</p>	

	<p>Detailuntersuchung der Beschäftigungssituation aller Hochschulabsolvent/innen 5 Jahre nach Studienabschluss. Befragung aller HS-Absolvent/innen und Auswertung der Studie nach Fachbereich.</p>	<p>Langzeitstudien Arbeitsmarkt (Neukonzeption)</p>
		online
	<p>Übersicht über die Berufsfelder, Berufsmöglichkeiten und Arbeitsmarktentwicklungen nach einem Hochschulstudium</p>	<p>Modul „Akademische Berufe“</p>
	<p>Wo stehe ich, wohin will ich, was sind meine Möglichkeiten.</p>	<p>Laufbahncheck (Neukonzeption)</p>
		Medienverbund
	<p>Informationen zur Stellensuche, Weiterbildung und Laufbahnplanung: Standortbestimmung, Entscheidungsfindung, Bewerbungsdossier, Traineeprogramme usw.</p>	<p>Vom Studium zum Beruf</p>
<p>Weiterbildung</p>	<p>Standardisierte und vergleichbare Kurzinformation von Weiterbildungsangeboten für Hochschulabsolvent/innen: Nachdiplomstudien, Nachdiplomkurse der universitären Hochschulen und der Fachhochschulen; Angebote privater Anbieter.</p>	<p>online</p> <p>Rund 300 P-Doc-Fichen für D-CH; 200 für F-/I-CH</p>

Experteninfos	Periodischer Versand mit Unterlagen und Infos zu Neuerungen aus dem Berufs- und Bildungswesen.	AGAB-Mitteilungen	Print
	Regelmässiger Versand der wichtigsten Zeitungsartikel zum Thema Berufs- und Bildungswesen.	Zeitungsinformationsdienst	
	Umfassende Datenbank zum Berufs- und Bildungswesen.	Expertendatenbank (Neukonzeption)	online
	Periodische Mailings mit Unterlagen und Infos zu Neuerungen aus dem Berufs- und Bildungswesen.	Newsletter (Neukonzeption)	

Der AGAB-Infopool

Zweck	<p>Der AGAB-Infopool bezweckt:</p> <ul style="list-style-type: none">- die koordinierte Planung, Finanzierung, Produktion und Vermarktung von Informations- und Beratungsmitteln zum tertiären Bildungsbereich, einschliesslich der entsprechenden Berufsfelder und Laufbahnen,- die Aufbereitung und Vermarktung von Forschungsergebnissen zu Themen der Studien- und Berufswahl im tertiären Bildungsbereich und dem dazugehörigen Übergang in die Arbeitswelt.
Rechtsform	<p>Der AGAB-Infopool ist ein rechtlich selbstständiger Unterverein der AGAB im Sinne von Art. 60ff. ZGB.</p>
Mitglieder	<p>Im AGAB-Infopool sind gegenwärtig die folgenden Kantone zusammengeschlossen: AG, BE, BS, BL, LU, SG, SO, SZ, ZH.</p> <p>Die dem Infopool <i>nicht</i> angeschlossenen Stellen der Deutschschweiz leisten keinen personellen oder finanziellen Beitrag an die Aufwendungen des Infopools, können aber dessen Produkte als AGAB-Mitglieder zum Teil ebenfalls zu Vorzugsbedingungen beziehen.</p>
Struktur	<p>Organe des AGAB-Infopool sind:</p> <ul style="list-style-type: none">- die Infopool-Konferenz (Stellenleiter/innen der am AGAB-Infopool beteiligten Studien- und Berufsberatungsstellen) als Vertretung der beteiligten Kantone und als Kontrollorgan, das zugleich die personellen Kapazitäten sicherstellt<ul style="list-style-type: none">- Geschäftsleitung, Geschäftsstelle und Verlagsmanagement, welche die Projekte koordinieren, die Produktionen betreuen und für ausgeglichene Rechnungen sorgen- Projektgruppen, welche die Informationsmittel erarbeiten- die externe Kontrollstelle zur Prüfung der Jahresrechnung.

- Funktionsweise** Der AGAB-Infopool funktioniert nach dem Solidaritätsprinzip: Die geplanten Projekte werden je nach vorhandenen Ressourcen unter den Infopoolstellen aufgeteilt. Die Produkte werden allen interessierten Berufs- und Studienberatungsstellen (zu unterschiedlichen Konditionen) zur Verfügung gestellt sowie an Dritte verkauft.
- Die ca. 20 professionellen Mitarbeitenden sind bei kantonalen Studien- und Berufsberatungsstellen als Fachleute für Information/Dokumentation angestellt. Sie haben direkten Kontakt zu den Ratsuchenden, kennen deren Bedürfnisse und haben für ihre Arbeit fachspezifische Aus- und Weiterbildungen absolviert. Die Mitarbeitenden von Geschäftsstelle und Verlagsmanagement sind vom AGAB-Infopool angestellt.
- Durch die gut funktionierende interkantonale Zusammenarbeit werden die zur Verfügung stehenden Ressourcen und Kenntnisse optimal genutzt.
- Finanzierung** 50% des Produktionsaufwandes wird von den beteiligten Kantonen getragen in Form von Arbeitskapazität und Infrastruktur. 25% (max. Fr. 300'000.- jährlich) wird vom BBT übernommen. 25% stammt aus dem Verkaufserlös der Informationsmedien. Diese Aufteilung macht es möglich, die notwendigen Informationsmittel für die akademische Studien- und Berufsberatung trotz kleinem Marktsegment effizient und kostengünstig zu produzieren.
- Beziehungen** Wichtige Partner sind für den AGAB-Infopool die Institutionen im Hochschulbereich wie CRUS, BBW, die Hochschulen usw., zu denen vielfältige Kontakte bestehen. Ebenfalls unterhält der Infopool enge Beziehungen zum Schweizerischen Verband für Berufsberatung SVB und zu den entsprechenden Organen in der Romandie.

Auftrag, Gesetz und Verordnung

Bundesgesetz über die Berufsbildung (Berufsbildungsgesetz, BBG)

vom 13. Dezember 2002 (Stand am 22. Dezember 2002)

7. Kapitel: Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

Art. 49 Grundsatz

¹ Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung unterstützt Jugendliche und Erwachsene bei der Berufs- und Studienwahl sowie bei der Gestaltung der beruflichen Laufbahn.

² Sie erfolgt durch Information und durch persönliche Beratung.

Art. 50 Qualifikation der Beraterinnen und Berater

¹ Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterinnen und -berater weisen sich über eine vom Bund anerkannte Fachbildung aus.

² Der Bundesrat erlässt Mindestvorschriften für die Anerkennung der Bildungsgänge.

Art. 51 Aufgabe der Kantone

¹ Die Kantone sorgen für eine Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung.

² Sie sorgen für die Abstimmung der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung auf die arbeitsmarktlichen Massnahmen gemäss Arbeitslosenversicherungsgesetz vom 25. Juni 1982¹.

Verordnung über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung, BBV)

vom 19. November 2003

7. Kapitel: Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

Art. 55 Grundsätze

(Art. 49 BBG)

¹ Die Berufs-, Studien und Laufbahnberatung stellt zusammen mit Partnern Angebote zur Vorbereitung, Wahl und Gestaltung der beruflichen Laufbahn bereit.

² Die Informationstätigkeit erfolgt durch allgemeine Informationen über Bildungsangebote und durch persönliche Auskünfte und Beratung.

³ In der persönlichen Beratung werden Grundlagen erarbeitet, die es Ratsuchenden ermöglichen, nach ihren Fähigkeiten und Neigungen und unter Berücksichtigung der Anforderungen der Arbeitswelt Berufs-, Studien- und Laufbahnentscheide zu fällen.

Quellen und Literaturtipps

- Habermas, Jürgen: *Die Zukunft der menschlichen Natur. Auf dem Weg zu einer liberalen Eugenik?* Frankfurt am Main (Suhrkamp) 2001
- Peters, Klaus: *Die neue Autonomie in der Arbeit. DGB-Informationen zur Angestelltenpolitik 05/97*
www.union-network.org/unisite/Sectors/IBITS/Industry/publication/NWAUT_g.PDF
- Rheingold, Howard: *Smart Mobs: The Next Social Revolution.* 2002
- Safranski, Rüdiger: *Wieviel Globalisierung verträgt der Mensch.* München (Hanser) 2003
- Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart.* Studienausg. 8. Aufl. (Campus) 2000
- Sennett, Richard: *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus.* Berlin (Berlin Verlag) 1998, 2000²
- Voss, G. Günter: *Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft. Eine subjektorientierte Interpretation des Wandels der Arbeit.* (1998)
- Voss, G. Günter: *Auf dem Wege zum Individualberuf? Zur Beruflichkeit des Arbeitskraftunternehmers.* (2001)
- Voss, G. Günter: *Subjektivierung von Arbeit. Neue Anforderungen an Berufsorientierung und Berufsberatung. Oder: Welchen Beruf hat der Arbeitskraftunternehmer?* Vortrag (2003).
- Voss, G. Günter, Egbringhoff Julia, Kleemann Frank: *Bildungspolitische und bildungspraktische Konsequenzen der Subjektivierung von Arbeit. Zur Subjektivierung von Bildung.* Arbeitsbericht Nr. 233 / Mai 2003

Diese vier Schriften können von folgender Site downgeloadet werden:
www.tu-chemnitz.de/phil/soziologie/voss/start.htm