dvb-Script 2/2021

Ingo Blaich, Barbara Knickrehm

Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung in der Corona-Pandemie

Forschungsbericht zur Befragung des dvb

Zitationsvorschlag:

Blaich, Ingo, Knickrehm, Barbara (2021): Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung in der Corona-Pandemie – Forschungsbericht zur Befragung des dvb. dvb-script 2/2021. Iserlohn: Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.V. (dvb)

Autor*inneninfo:

Dr. Ingo Blaich Ingo.Blaich@dvb-fachverband.de

Diplom-Soziologe, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Team virtuelle Lehre am Bereich Geistes- und Sozialwisssenschaften der TU Dresden mit Arbeits- und Forschungsschwerpunkt in der Berufs- und Studienorientierung und -beratung sowie im Theorie-Praxis-Transfer. Beisitzer im Bundesvorstand des Deutschen Verbands für Bildungs- und Berufsberatung e.V. (dvb)

— Barbara Knickrehm Barbara.Knickrehm@dvb-fachverband.de

Geschäftsführerin des Deutschen Verbandes für Bildungs- und Berufsberatung e.V. (dvb) sowie freiberufliche Berufs- und Bildungsberaterin mit klientenzentrierter und systemischer Ausbildung, Sozialmanagerin, Planungswissenschaftlerin. Sie engagiert sich als Redakteurin des "dvb forum" sowie im Forschungsforum des dvb

Herausgeber:

Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.V. (dvb)

dvb-Geschäftsstelle
c/o Beatrice Ehmke — Erich-Kästner-Weg 12 — 58640 Iserlohn
Telefon 02371 7918012
kontakt@dvb-fachverband.de
dvb-fachverband.de
twitter.com/dvb_fachverband



<u>INHALTSVERZEICHNIS</u>

۵	TARELIENLANHANG	40
8.	LITERATURVERZEICHNIS	. 38
7.	FAZIT UND WEITERER FORSCHUNGSBEDARF	. 34
	ERWARTUNGEN AN DIE ARBEIT DES DVB	? 31 MT
6.	POLITISCHE ANLIEGEN UND PERSPEKTIVEN	. 31
	BERATUNGSGESCHEHENARBEITSBELASTUNGENNACHFRAGE NACH WEITERBILDUNG	. 26
5.	ARBEITSBELASTUNG UND VERÄNDERUNG DER ARBEITSBEDINGUNGEN VON BERATER*INNEN	. 24
	EINSCHÄTZUNG DURCH RATSUCHENDE	. 18
4.	ANNAHMEBEREITSCHAFT UND VORBEHALTE BEI DIGITALEN BERATUNGSANGEBOTEN	. 18
	Stand der Digitalisierung vor 2020	
3. P	DIGITALISIERUNG DES BERATUNGSANGEBOTS UND VERÄNDERUNGEN WÄHREND DER CORONA- ANDEMIE	. 13
2.	FORSCHUNGSDESIGN UND BESCHREIBUNG DER STICHPROBE	. 11
	Anlass und Hintergrund der Befragung	
1.	ANLAGE DER STUDIE UND BEGRIFFLICHE VORBEMERKUNGEN	9
Α	BSTRACT	8
ZΙ	USAMMENFASSUNG	7
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	
	ADDIT THEN INCLUDED FOR DAILS	/1

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beruflicher Hintergrund der Befragten12
Abbildung 2: Altersgemäße Zusammensetzung der Befragungsteilnehmer*innen (in %)
Abbildung 3: Welche Zielgruppen werden beraten? (Mehrfachantworten möglich, in %)
Abbildung 4: Stand der Digitalisierung vor Pandemiebeginn März 2020
Abbildung 5: Einstellung der Präsenzangebote im 1.Lockdown März-Mai 202014
Abbildung 6: Welche Technologien wurden für die Beratung genutzt? Differenziert nach Arbeitgeber (1 Lockdown Frühjahr 2020; Mehrfachantworten möglich, in %)
Abbildung 7: Veränderung des Angebots nach Aufhebung des 1. Lockdowns (Mai-November 2020 Mehrfachantworten möglich, in%)
Abbildung 8: Veränderung des Angebots ab Mai 2020, differenziert nach Arbeitgeber (in %), (Mehrfachantworter möglich)
Abbildung 9: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (Mehrfachantworter möglich)
Abbildung 10: Einschätzung digitaler Beratungsformate durch Zielgruppen (in %)
Abbildung 11: Vorbehalte gegen Digitalisierung (differenziert nach Arbeitgeber, in %)
Abbildung 12: Vorbehalte gegenüber Distanzberatung seitens der Berater*innen (Mehrfachantworten möglich
Abbildung 13: Anzahl der pro Person geäußerten Vorbehalte (in %)
Abbildung 14: Gründe für die Ablehnung digitaler Beratungsangebote durch Ratsuchende (Mehrfachantworter möglich, in %)
Abbildung 15: Einschätzung der Herausforderungen für die digitale Beratung23
Abbildung 16: Quantitative Verschiebung im Beratungsaufkommen
Abbildung 17: Neue Themen in der Beratungsarbeit (Mehrfachantworten in % der Nennungen)
Abbildung 18: Veränderung der persönlichen Beanspruchung/Arbeitsbelastung während der Pandemie (in %)26
Abbildung 19: ausgewählte Veränderungen infolge der Pandemie (Mehrfachantworten möglich, Angaben in %
Abbildung 20: Auswirkungen der Pandemie auf die Entwicklung des Beratungsangebots, differenziert nach Arbeitgeber (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %)
Abbildung 21: Welchen Weiterbildungsbedarf sehen Sie für sich? (Häufigkeit der Nennungen in %) 29
Abbildung 22: Teilnahme an Weiterbildungen 202/21 (Angaben in %)
Abbildung 23: Häufigkeit Fortbildungsveranstaltungen während der Pandemie (in %)
Abbildung 24: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beratung (in %)

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Quantifizierung der offenen Eingaben bei: Sonstige Vorbehalte (gruppiert, absolut und in %)	21
Tabelle 2: Erwartungen an den dvb (gruppierte Antworten, Häufigkeiten und in %)	31
Tabelle 3: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu notwendigen politischen Weichenstellungen z Stärkung der BBB-Beratung (in %)	
الــــــــــــــــــــــــــــــــــــ	40
Tabelle 5: Altersgemäße Zusammensetzung der Stichprobe	40
المعامة المعامة Tabelle 6: Welche Zielgruppen werden beraten? (Mehrfachantworten möglich, in %)	40
Tabelle 7: Welche Zielgruppen werden beraten? (differenziert nach Arbeitgeber, Mehrfachantworten möglic n %)4	
الــــــــــــــــــــــــــــــــــــ	41
الــــــــــــــــــــــــــــــــــــ	41
الــــــــــــــــــــــــــــــــــــ	42
Tabelle 11: Welche Kommunikationsmedien wurden während des 1. Lockdowns (März-Mai 2020) genutz Differenziert nach Arbeitgeber, Mehrfachantworten möglich (in %)	
Tabelle 12: Verwendete Tools zur Videoberatung während der Lockdowns 2020/21 (absolut und in %)	42
Tabelle 13: Veränderung des Angebots nach Aufhebung des 1. Lockdowns (Mai-November 2020, absolut und %; Mehrfachantworten möglich)	
Tabelle 14: Veränderung des Angebots ab Mai 2020, differenziert nach Arbeitgeber (in %, Mehrfachantworte möglich)	
Tabelle 15: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (Mehrfachantworte möglich, Häufigkeit und in %)	
Tabelle 16: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (in %, Mehrfachantworte möglich)	
Tabelle 17: Einschätzung digitaler Beratungsformate durch Zielgruppen (in %)	45
Tabelle 18: Vorbehalte gegenüber Onlineberatung bei Beratern, Kollegen oder Vorgesetzten (in %)	45
Tabelle 19: Vorbehalte gegenüber Digitalisierung der Beratung, differenziert nach Arbeitgeber, (in %)	45
Tabelle 20: Vorbehalte gegenüber Distanzberatung seitens der Berater*innen (in %, Mehrfachantworte möglich)	
Tabelle 21: Vorbehalte gegen die Distanzberatung, differenziert nach Geschlecht (in %, Mehrfachantworten and seine des die Distanzberatung)4	
Fabelle 22: wahrgenommene Vorbehalte wg. Datenschutz bei sich selbst oder im beruflichen Umfeld, nach Alt der Befragten (in %)	
Tabelle 23: Korrelationskoeffizient (Spearman) zwischen Alter der Befragten und geäußerten Vorbehalten gege Onlineberatung	
Tabelle 24: Anzahl der pro Person geäußerten Vorbehalte (Häufigkeiten und in %)	47
Tabelle 25: Gründe für die Ablehnung digitaler Beratungsangebote durch Ratsuchende (Mehrfachantworte möglich)	
Tabelle 26: Vorbehalte gegenüber Onlineberatung nach Einschätzung der Berater*innen, differenziert nach zu gegenüber Onlineberatung nach Einschätzung der Berater*innen, differenziert nach zu gegenüber (1988)	
Tabelle 27: Einschätzung der Herausforderungen für die digitale Beratung (in %)	48
Tabelle 28: Quantitative Verschiebungen im Beratungsaufkommen (in %)	49
Tabelle 29: Neue Themen in der Beratung (grunniert, absolut und in % der Nennungen)	ИC

Tabelle 30: Veränderung der persönlichen Beanspruchung/Arbeitsbelastung während der Pandemie (in %) $$	50
Tabelle 31: Veränderung der Arbeitsbelastung (differenziert nach Arbeitgeber, in %)	50
Tabelle 32: ausgewählte Veränderungen infolge der Pandemie (in %)	50
Tabelle 33: Auswirkungen der Pandemie auf die Entwicklung der Beratungsstelle/Beratungsangebo differenziert nach Arbeitgeber (Mehrfachantworten möglich, in %)	
Tabelle 34: Persönlicher Weiterbildungsbedarf während der Corona-Pandemie (gruppiert, absolut und in Mehrfachnennungen möglich)	
Tabelle 35: Anzahl der Antworten pro Befragten (Häufigkeit und in %)	52
Tabelle 36: Teilnahme an Weiterbildung während der Pandemie (in %)	52
Tabelle 37: Häufigkeit der Fortbildungsveranstaltungen während der Pandemie (in %)	52
Tabelle 38: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf (Beratung (absolut und in %)	

Zusammenfassung

Mit einer Zufallsstichprobe von fast 700 Teilnehmenden wurde im Februar/März 2021 eine Befragung zur Situation der Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung (BBB-Beratung) während der Covid 19-Pandemie durchgeführt. Die Ergebnisse dokumentieren die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationskanäle und digitaler Tools bei verschiedenen Beratungsträgern vor und im Verlaufe der Pandemie. Dabei wurden auch die Vorbehalte der Berater*innen und ihrer Organisationen gegenüber Angeboten der Fernberatung beleuchtet sowie die spezifischen Herausforderungen, die der Einsatz vor allem digitaler Beratungsformate darstellt, insbesondere in Bezug auf Methodik und Beziehungsgestaltung, aber auch den Datenschutz. Hierzu wurden von den Befragten zudem spezifische Weiterbildungsbedarfe formuliert.

Ein weiterer Befragungsgegenstand war die Inanspruchnahme der Beratung während der Pandemie durch verschiedene Zielgruppen. Deutlich wurde, dass manche Ratsuchendengruppen kaum Zugang zu Beratung hatten, sei es aufgrund fehlender eigener digitaler Ausstattung und Kenntnisse (v. a. Menschen mit Migrationsgeschichte, Arbeitslose), sei es aufgrund allgemein fehlender Angebote für diese Gruppen während der Pandemie (v. a. Schüler*innen). Die Akzeptanz digitaler Beratungsangebote differierte gruppenspezifisch stark. Laut Wahrnehmung der Berater*innen veränderten sich auch die Themen der Beratung. Angesichts der Pandemie gab es neue Themen wie alternative Berufswege in krisensicheren Branchen sowie bei jungen Menschen die Suche nach Alternativen zu Praktika und - durch die empfundene Unsicherheit - den Wunsch nach Zuspruch.

In deutlich mehr als der Hälfte der Beratungsstellen wurden im Verlauf der Pandemie dauerhafte, neue (digitale) Beratungsangebote geschaffen. Nur zu einem geringen Teil wurde das infolgedessen zunehmende Arbeitsaufkommen durch die Schaffung neuer Stellen kompensiert. Entsprechend ist bei den einzelnen Beratenden die persönliche Belastung gestiegen. Nach Einschätzung von mehr als zwei Dritteln der Befragten werden die digitalen Veränderungen in der Beratungsarbeit auch nach dem Ende der Pandemie andauern. Die Umfrageteilnehmer*innen formulieren zudem Wünsche an den politischen Raum und an die Fachverbände, die die Rahmenbedingungen einer zeitgemäßen BBB-Beratung stärken sollen.

Abstract

With a random sample of nearly 700 participants, a survey about educational and vocational guidance was conducted during the Covid 19 pandemic in February/March 2021. The results show the use of different communication channels and digital tools by different guidance providers before and during the pandemic. The survey also sheds light on the reservations of guidance practitioners and their organizations express regarding remote counseling, as well as on the specific challenges that are given by the use of digital counseling formats, particularly in terms of methodology and relationship management, but also of data protection. The respondents also named specific training needs in this regard.

Another subject of the survey was the usage of career guidance during the pandemic by various target groups. It became clear that some groups seeking advice had hardly any access to it, either because they lacked their own digital equipment and knowledge (especially people with a migration background and the unemployed) or because there was a general lack of services for these groups during the pandemic (especially students at schools). The acceptance of digital guidance services varied greatly from group to group. According to the perception of the practitioners, the topics of career guidance and counseling changed as well in the face of the pandemic, there were new issues such as alternative career paths in crisis-proof industries and, among young people, the search for alternatives to internships and, due to the uncertainty, the desire for encouragement.

In significantly more than half of the career guidance centers, new (digital) services were created during the pandemic and will be kept on a permanent basis. Only a small part of the resulting increase in workload was compensated for by the creation of new jobs. According to more than two thirds of the respondents, the digital changes in guidance and counseling will continue after the end of the pandemic. The participants in the survey also expressed their wishes for the political arena and professional associations to strengthen the framework conditions for contemporary educational and vocational guidance.

Forschungsbericht zur Befragung des dvb – Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung in der Corona-Pandemie (2021)

1. Anlage der Studie und begriffliche Vorbemerkungen

Anlass und Hintergrund der Befragung

In Zeiten der Krise wächst der Bedarf an Orientierung; gleichzeitig erschwert die Corona-Pandemie die Arbeit professioneller Beratungs- und Hilfsangebote. Seit im März 2020 der erste Lockdown das öffentliche Leben in Deutschland lahmlegte, waren auch Beratungsträger und Solo-Beratende von den Einschränkungen in ihrer Tätigkeit betroffen. Als Fachverband für die Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung mit über fünfhundert Einzelmitgliedern erhielt der Deutsche Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.V. (dvb) im Laufe des Jahres 2020 immer wieder Nachrichten über die höchst unterschiedlichen Arbeitsbedingungen seiner Mitglieder in der anhaltenden Pandemie-Situation. Bereits früh setzten auf internationaler Ebene Bemühungen ein, einen Überblick über die Herausforderungen zu gewinnen, die sich die Berufs- und Studienberatung angesichts des erzwungenen Verzichts auf Präsenzangebote gegenübersah. Umfragen unter Vertretern aus Berufsverbänden und Beratungsorganisationen innerhalb des CareerNet vermittelten erste Eindrücke darüber, wie mit dem Übergang zu Telefon- und Videoberatung und der noch umfangreicheren Informationsvermittlung über Homepages versucht wurde, Zielgruppen zu erreichen und das Beratungsangebot aufrecht zu erhalten (Cedefop 2020, 8f.). Ebenso wurde im internationalen Vergleich der wachsende Bedarf an beruflicher Beratung deutlich, angesichts der Verwerfungen, welche die Pandemie auf den Arbeitsmärkten hervorrief (Cedefop et al. 2020, S. 16).

Wenngleich Deutschland aufgrund der umfangreichen Kurzarbeitergeldregelung hiervon insgesamt weniger stark betroffen ist, gibt es besonders bei den Beschäftigten im Niedriglohnsektor stark von beruflicher Unsicherheit betroffene Gruppen. Hinzuzuzählen sind Jugendliche, die vor der Entscheidung für einen Ausbildungsberuf oder ein Studienfach stehen und dazu deutlich weniger Angebote der Berufsorientierung und -beratung nutzen konnten. In den Blick kommen damit einerseits Zielgruppen, die traditionell einen erschwerten Zugang zu Beratung haben, sowie andererseits die Frage, inwieweit es gelingt, durch medial vermittelte Formen der Distanzberatung die verschiedenen Zielgruppen adäquat zu erreichen. Zu berücksichtigen ist dabei nicht nur die Verfügbarkeit der technischen Ausstatung, sondern auch Anwendungs- und Nutzungskompetenzen sowohl auf Seiten der Berater*innen als auch der Ratsuchenden (Cedefop 2020, S. 5). Gleichzeitig offenbaren bereits diese Schlaglichter einen stark gestiegenen Bedarf an psychologischer Unterstützung angesichts des dramatisch veränderten Alltags, innerhalb dessen Fragen der beruflichen Entwicklung und Existenzsicherung virulent geworden sind (Cedefop et al. 2020, S. 16).

In Deutschland hat das Nationale Forum Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung (nfb) im November 2020 eine Kurzumfrage unter seinen Mitgliedsverbänden durchgeführt, die eine Einschätzung zur Lage der Beratung bei deren Mitgliedern ermitteln sollte. So konnte gezeigt werden, dass flächendeckend Präsenzangebote eingestellt wurden, wenngleich in unterschiedlichem Umfang Ersatz durch Formate der Distanzberatung geschaffen wurden (nfb 2021, S. 6). Darüber hinaus zeigt diese Befragung sehr gut den Rückgang des Beratungsaufkommens sowie die Bedarfe an Weiterbildung und Schulung seitens der Berater*innen für die Nutzung digitaler Beratungstools auf und bezieht auch die, nach Zielgruppen durchaus differenziert ausfallende, Einschätzung der Distanzberatung durch die Ratsuchenden mit ein (ebd. S.7-9). So kristallisieren sich bereits die zentralen Herausforderungen in der Implementierung internet-gestützter Beratungsformate (v.a. Datenschutz, technische und methodische Kompetenzen) heraus (ebd. S.9). Angesichts sehr kleiner Stichproben (N=22 beim nfb, N=964 in 93 Ländern in der Studie von Cedefop et al. 2020) bzw. der Befragung von Verbandsvertretern und anderen Experten im Feld besitzen diese Schlaglichter jedoch eher anekdotische Aussagekraft; geben aber einen wichtigen ersten Überblick. Daher war es naheliegend, eine systematische wissenschaftliche Befragung zu den Beratungsbedingungen und -herausforderungen in der Pandemie zu konzipieren, um den Bedarf nach einer breiteren Datenlage anzugehen. Die Autor*innen entwickelten, angeregt durch die grundsätzlichen Themen der nfb-Umfrage, einen wissenschaftlichen Fragebogen, der sich explizit an Beratungspraktiker*innen richtet und deren spezifische Rahmenbedingungen, Herausforderungen und Bedarfe adressiert.

Die Corona-Pandemie als Digitalisierungsschub für die BBB-Beratung?

Angesichts des Wegfalls von Präsenzangeboten bildete das Zurückgreifen auf medial vermittelte Kommunikation die einzige Möglichkeit, Beratungsangebote v.a. während der Lockdowns 2020/21 überhaupt aufrecht zu erhalten. Entsprechend überraschen erste Beobachtung über eine Intensivierung internet-gestützter Beratungsverfahren wenig (nfb 2020, S. 12, Cedefop 2020, S. 2). Auch in der psychosozialen Beratung waren während der Pandemie ähnliche Effekte zu beobachten (Lüken-Klaßen et al. 2020). Bevor diese Annahme von einem "Innovationsschub" (nfb) für die digitale Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung als gegeben übernommen wird, lohnt sich ein näherer Blick auf die Begrifflichkeit, womit auch die Vielfalt der medialen Kommunikationsmittel sichtbar wird. Bereits im ersten Abschnitt ist mal von Distanzberatung, mal von digitaler oder internet-gestützter Beratung gesprochen worden. Hierbei handelt es sich nur begrenzt um synonyme Ausdrücke für den Einsatz von Kommunikationstechnik im Beratungsgeschehen.

Distance Counseling oder Fernberatung kann als Gegenbegriff zur Face-to-Face-Beratung in Kopräsenz verstanden werden. Damit wird in erster Linie erfasst, dass sich Beratende und Ratsuchende entweder nicht im selben Raum befinden und daher mittels Telefon, Video oder Chat in Kontakt treten oder die Beratungskommunikation asynchron per Mail stattfindet. Distance Counseling umfasst daher alle Formen medial vermittelter Beratungskommunikation, die sowohl schriftbasiert als auch mündlich – synchron oder asynchron - ablaufen kann (Haley et al. 2013, S. 176).

Davon zu unterscheiden ist *die Onlineberatung* oder *digitale Beratung*, die in der "computervermittelten Kommunikation" – egal ob per Schrift oder audiovisuell – ihr Hauptunterscheidungsmerkmal findet (Gehrmann 2010, S. 106; Brunner 2011, 29ff.). Vor dem Hintergrund der breiten Verwendung von Videokonferenz- und Webinartools während der Corona-Pandemie ist unmittelbar einsichtig, dass Onlineberatung nicht auf schriftbasierte Mail- oder Chatberatung reduziert werden kann (so überraschenderweise Engel 2019, S. 14), wenn gleich dies wichtige Formate der Onlineberatung darstellen. In der Praxis wird in diesem Zusammenhang vielfach nicht reflektiert, dass selbst so etablierte Kommunikationsformen wie das Schreiben einer E-Mail bereits in den Bereich der Onlineberatung fallen und dabei eigene fachliche Anforderungen umfassen. Eine andere althergebrachte Form der Fernberatung – das Telefonieren – wird in diesem Verständnis von Onlineberatung explizit ausgeschlossen, denn Onlineberatung umfasst "sämtliche Formen der Beratung [...] die auf die Infrastruktur des Internets angewiesen sind" (Engelhardt und Storch 2013, S. 4)¹.

Diese Unterscheidungen sind in Hinblick auf die in der Überschrift zu diesem Abschnitt gestellte Frage nicht trivial oder überflüssig. Die bereits angeführten Untersuchungen verdeutlichen, dass das Telefon sehr wohl ein erstes Mittel der Wahl darstellte, um unter den Bedingungen der Kontaktbeschränkungen Kontakt zu Ratsuchenden zu halten bzw. das Beratungsangebot weiterzuführen. Die Frage nach dem Innovationsschub für die Digitalisierung der BBB-Beratung muss daher genauer gefasst werden: Inwieweit gingen von der Pandemie substanzielle Anstöße aus, bestehende Formate der Onlineberatung quantitativ auszuweiten oder überhaupt mit dem Aufbau eines digitalen Beratungsangebots zu beginnen?

Den Stand der Digitalisierung von Beratung vor der Corona-Pandemie zu erfassen, muss am Fehlen empirischer Studien, aber auch an der begrifflichen Unschärfe scheitern. Wann wurde die erste E-Mail an Klienten in der Bundesagentur für Arbeit oder von einer Zentralen Studienberatung geschrieben? Ein Stück weit nachvollziehbar ist die Einführung darüber hinaus gehender Kommunikationsformate

¹ Dass auch das Telefonieren mittlerweile vielfach auf einer digitalen Infrastruktur beruht, wird hiermit nicht bestritten. Im Kern meint diese Definition Kommunikationsformen wie Chat, Videotelefonie, die ausschließlich per Internet möglich sind.

wie Chat- und Videoberatung bzw. die Nutzung von Sprachnachrichten. Für die Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung liegen hier nur vereinzelte Studien – oftmals Projektbeschreibungen – vor². Anders als in Österreich (Oberwasserlechner 2020) zeigen Beobachtungen aus der Schweiz, dass Onlineberatung auch dort vor der Pandemie noch kein fester Bestandteil der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BLSB) ist (Hirschi 2018, S. 37).

Aber auch für den psychosozialen Bereich, in dem die Onlineberatung bereits eine lange Tradition aufweisen kann (Engelhardt 2018, 18f.), fehlen repräsentative empirische Studien über den Verbreitungsgrad insbesondere der letztgenannten Kommunikationsformen. Beobachtungen aus der Praxis lassen teils erhebliche Vorbehalte unter den Berater*innen gegenüber der digitalen Transformation ihrer Beratungstätigkeit vermuten: "Psychosoziale Berufsgruppen zeichnen sich durch eine besonders kritische Haltung digitalen Medien gegenüber aus. Die Nutzung dieser Formate stößt auch 25 Jahre nach deren Einführung vielerorts auf Widerstand. Es wird trotz gegenteiliger Forschungsergebnisse weiterhin angezweifelt, dass über digitale Medien Beziehung aufgebaut werden kann und die Durchführung von Beratung und Psychotherapie möglich ist" (Kühne und Hintenberger 2020, S. 34). Allerdings, so die Autoren weiter, hätten sich diese Einstellungen unter dem Eindruck der Corona-Pandemie "vielerorts sehr plötzlich verändert" (ebd.). Auch Knatz/Dodier beschreiben, dass in der Not professionalitätsbezogene, didaktische und datenschutzrechtliche Vorbehalte über Bord geworfen wurden, um ein Angebot aufrecht zu erhalten – wenn auch "nicht aus Überzeugung, dass Online-Beratung [...] ein adäquates Format für Beratung" darstellt (Knatz und Dodier 2021, S. 18).

Vor diesem Hintergrund besteht ein weiteres Anliegen der vorliegenden Studie darin, Stand, Dynamik und Nachhaltigkeit der Digitalisierung des Beratungsangebots in der Bildungs-, Berufs- und Studienberatung durch die Fachkräfte einschätzen zu lassen. Ebenfalls ist Gegenstand der Untersuchung, inwiefern die o. g. Vorbehalte gegenüber computervermittelter Kommunikation im Beratungsprozess auch bei BBB-Beraterinnen vorzufinden sind bzw. welche weiteren Hemmnisse der Durchsetzung digitaler Beratungsangebote in diesem Feld entgegenstehen.

2. Forschungsdesign und Beschreibung der Stichprobe

Die Studie wurde als Online-Befragung im Februar/März 2021 mit einer Kombination geschlossener und offener Fragen durchgeführt. Der thematische Aufbau umfasst Soziodemografie und Beratungskontext der Teilnehmenden, die unmittelbaren Auswirkungen des Lockdowns auf die Beratungssituation, Einschränkungen und Vorbehalte aller an einer Beratung Beteiligten gegenüber neuen Beratungskanälen, quantitative Veränderungen des Beratungshandelns sowie die aus Sicht der Befragten wesentlichen Entwicklungen und Bedarfe.

Grundgesamtheit bilden alle Beschäftigten und Selbständigen im Bereich der Beratung zu Bildung, Beruf und Beschäftigung – Mitarbeiter der Bundesagentur für Arbeit, Beratende an Hochschulen und Bildungsinstitutionen der beruflichen Aus- und Weiterbildung (Studienberatungen, vhs u.a.m.) sowie selbständige Beraterinnen und Berater. Für die Stichprobenziehung wurde auf verfügbare E-Mailverteiler des dvb und der Gesellschaft für Information, Beratung und Therapie an Hochschulen (GIBeT) zurückgegriffen. Die Teilnahme an der Umfrage erfolgte per Selbstselektion. Die Stichprobe stellt damit eine Zufallsauswahl dar, ohne Anspruch auf Repräsentativität erheben zu können, da Gesamtumfang und Struktur der Grundgesamtheit nicht bekannt sind.

Insgesamt wurden 693 Fragebögen vollständig ausgefüllt. Mit ca. 90 % sind die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden als Angestellte beschäftigt; etwas mehr als die Hälfte ist bei der Bundesagentur für Arbeit angestellt, 14 % im Jobcenter (siehe Abbildung 1). Von daher spiegeln die Ergebnisse auch stark die Bedingungen der beruflichen Beratung bei der Bundesagentur für Arbeit wider. Mit 4,5 % haben nur sehr wenige Selbständige an der Befragung teilgenommen, die – so eine begründete Vermutung – vor allem hinsichtlich der Digitalisierung ihrer Beratungstätigkeit in der Corona-Pandemie

2

² Ein Forschungsüberblick findet sich bei Kaleci 2020; Blaich 2018.

andere Bedingungen und Möglichkeiten hatten bzw. auch bereits einen stärkeren Digitalisierungsgrad erreicht hatten, als dies bei den meisten Beratungsinstitutionen der Fall gewesen ist.

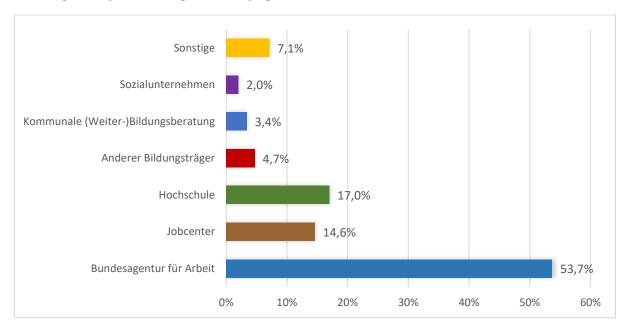


Abbildung 1: Beruflicher Hintergrund der Befragten

Mit 45,6 % ist fast die Hälfte der Befragten 50 Jahre und älter; fast 60 % der Befragten sind zwischen 40 und 59 Jahre alt (siehe Abbildung 2). 69 % der Befragten sind weiblich.

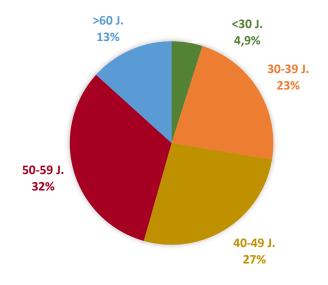


Abbildung 2: Altersgemäße Zusammensetzung der Befragungsteilnehmer*innen (in %)

Für die Interpretation der Antworten müssen die Zielgruppen berücksichtigt werden, die von den Teilnehmenden mehrheitlich beraten werden. Hier konnten mehrere Antworten angekreuzt werden, so dass sich eine große Spannbreite ergeben hat. Gleichzeitig dominieren klar Beratungsangebote an Jugendliche, Studierende und Auszubildende im Übergang von der Schule in den Beruf (siehe Abbildung 3).

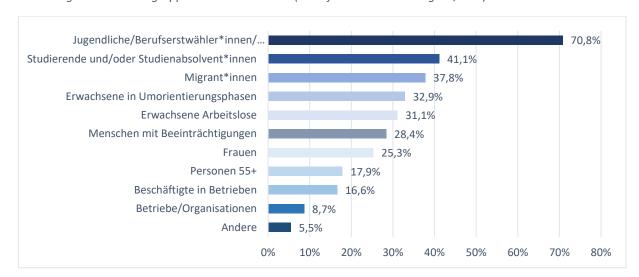


Abbildung 3: Welche Zielgruppen werden beraten? (Mehrfachantworten möglich, in %)

Arbeitslose, Erwachsene in beruflichen Umorientierungsphasen sowie Migrant*innen stellen weitere wichtige Zielgruppen dar.

Da ca. die Hälfte der Befragten Mitarbeiter*innen der Bundesagentur für Arbeit (BA) sind, wurde die Frage nach den beratenen Zielgruppen noch einmal bezogen auf diese Gruppe und auf die anderen Befragten ausgewertet. Von den Berater*innen der BA arbeiten mehr als 85 % in der beruflichen Orientierung und Beratung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen (aber nicht ausschließlich), wohin gegen die Teilnehmenden, die nicht bei der BA arbeiten, in größerem Umfang Studierende, erwerbstätige und erwerbslose Erwachsene sowie Migranten beraten (siehe Tabelle 7 im Anhang).

3. Digitalisierung des Beratungsangebots und Veränderungen während der Corona-Pandemie

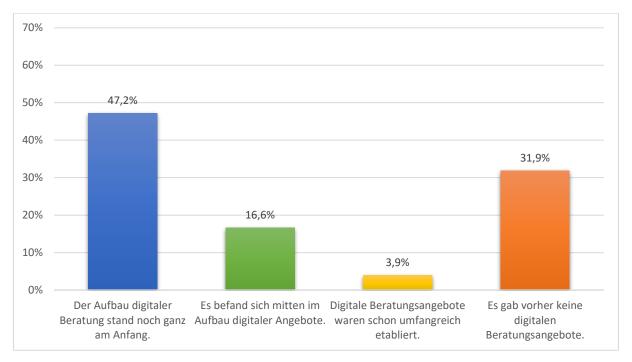
Stand der Digitalisierung vor 2020

Die Corona-Pandemie erzwang auch in der Beratung großflächig die Einstellung von Präsenzangeboten bzw. die Umstellung auf Distanzberatung. Daher liegt die Vermutung nahe, dass die Pandemie Digitalisierungsprozesse in der Beratungslandschaft beschleunigt; es gleichzeitig aber auch zu Ad-hoc-Lösungen und vielen Anpassungsproblemen gekommen ist. Um diese Entwicklung besser einschätzen zu können, wurde zunächst nach dem Stand der Digitalisierung im je individuellen Arbeitszusammenhang vor der Pandemie gefragt (Abbildung 4).

Für fast die Hälfte der Befragten befand sich ihr Arbeitgeber bzw. ihre Beratungsinstitution in Sachen Digitalisierung noch ganz am Anfang, bei 32 % gab es vorher überhaupt keine digitalen Beratungsangebote. Nur eine Minderheit von 20 % waren hier bereits weiter vorangeschritten. Insofern spricht einiges dafür, dass die Digitalisierung der Beratungslandschaft, im Sinne der Einbindung digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien in den Beratungsprozess zwischen Berater*in und Ratsuchenden, in Deutschland Anfang 2020 noch in den Kinderschuhen steckte.

Unterschiede zwischen den Arbeitgebern lassen sich hier kaum beobachten bzw. sind nur mit großen Unsicherheiten zu interpretieren. Mit 35,2 % gaben anteilsmäßig Beschäftigte der Bundesagentur für Arbeit am häufigsten an, dass es in ihrem Bereich vor der Pandemie noch keine digitalen Angebote gegeben hat. Bei den anderen Arbeitgebern fielen die Zustimmungen zu dieser Aussage mit 8-10 % niedriger aus. Dabei sticht insbesondere die "Rest"-Kategorie "andere Bildungsträger" heraus, in die auch die selbständigen Beraterinnen fallen.

Abbildung 4: Stand der Digitalisierung vor Pandemiebeginn März 2020

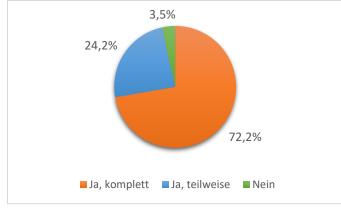


Hier gaben bereits 15,6 % an, dass digitale Beratungsangebote umfangreich etabliert gewesen sind – und in etwa gleich viel, dass es noch gar keine Angebote dieser Art gab. Da die Fallzahl mit N=32 recht gering ist, kann dies nur als ein erster Hinweis genommen werden, dass die Digitalisierung der Beratung außerhalb großer Beratungsorganisationen sichtbar weiter vorangeschritten ist. Denn auch die Beschäftigten in der Studienberatung an Hochschulen (N=115) ähneln in ihrem Antwortverhalten jenen der Bundesagentur. Nur geringfügig scheinen hier bereits vor 2020 digitale Formate häufiger genutzt worden zu sein (siehe Tabelle 9 im Anhang).

Wenig überraschend haben die Maßnahmen zur Bekämpfung des Corona-Virus ab März 2020 bei 72 % der Befragten zu einer kompletten Einstellung des Beratungsangebots geführt; 24,3 % mussten das Angebot teilweise einschränken und nur sehr wenige berichteten von keinen Einschränkungen (siehe Abbildung 5).

Beratungsangebote sind also – wie andere Bildungs- und Dienstleistungsbereiche auch – hart von der Pandemie betroffen und konnten ihr Angebot weitestgehend nicht in gewohntem Umfang aufrechterhalten.

Abbildung 5: Einstellung der Präsenzangebote im 1.Lockdown März-Mai 2020



Nutzung von Kommunikationsmedien während der Corona-Pandemie

Wirklich überraschend ist der Umfang, in dem das Telefon für die Beratung genutzt wurde. Wie Abbildung 6 zeigt, wurde es von fast allen Anbietern während des ersten Lockdowns genutzt. Offenkundig fungierte es als leicht verfügbare Brückentechnologie zur Durchführung von Beratungsgesprächen, während andere Formen der Kontaktaufnahme zu den Zielgruppen erst aufgebaut bzw. ausgeweitet werden mussten.

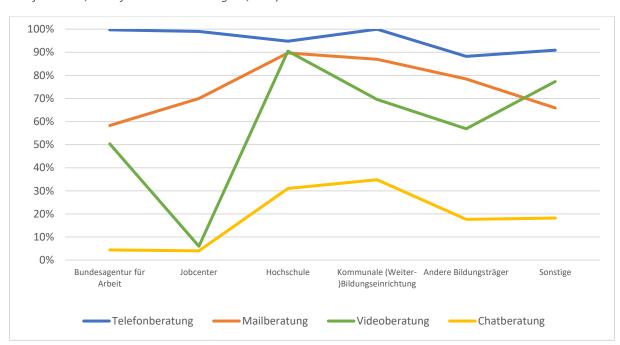


Abbildung 6: Welche Technologien wurden für die Beratung genutzt? Differenziert nach Arbeitgeber (1. Lockdown Frühjahr 2020; Mehrfachantworten möglich, in %)

Die Mailberatung nahm, wenn auch schon mit größeren Schwankungen, breiten Raum ein. Während Chatberatung nur in geringem Umfang genutzt wurde, hat im Durchschnitt etwas mehr als die Hälfte bereits im 1. Lockdown Formate der Videoberatung genutzt. Die Extrempunkte in der Verteilung werden zum einen durch die Jobcenter gebildet, in denen Videoberatungen zumindest während des ersten Lockdowns kaum üblich waren; und zum anderen durch die Hochschulen und Weiterbildungseinrichtungen, wo sie nahezu flächendeckend zum Einsatz kamen. Da auch hier das Telefon mindestens ebenso häufig genutzt wurde, unterstreicht dies noch einmal die Parallelität beider Technologien. Diese Daten bringen zwar eine unterschiedliche Intensität in der Nutzung (digitaler) Kommunikationsmedien im Beratungsgeschehen zum Ausdruck. Sie können aber nur sehr eingeschränkt als Ausdruck für eine fortschreitende oder ausbleibende Digitalisierung des Beratungsangebots interpretiert werden. Wie unten erläutert wird, sind z.B. bestimmte Zielgruppen über internetgestützte Kommunikation weniger gut zu erreichen; auch die grundsätzliche Art des Beratungsangebots kann einer umfangreichen Nutzung digitaler Medien zumindest kurzfristig im Weg stehen.

In der Videoberatung wurde eine Vielzahl an Konferenz- oder Videocallsoftware eingesetzt; wobei die Videofunktion von Skype (Skype for Business) am häufigsten genannt wurde (siehe Tabelle 12 im Anhang). Auch hier scheinen einheitliche Vorgaben seitens eines Arbeitsgebers dafür bestimmend zu sein. Die genutzten Tools zur Videoberatung wurden sowohl für den ersten als auch für den zweiten Lockdown in einer zusätzlichen Detaillierungsfrage abgefragt; nennenswerte Verschiebungen der Präferenzen lassen sich dabei nicht beobachten. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass eine Einrichtung bei der zuerst gewählten technischen Lösung meist verbleibt.

Mit Fortdauer der Infektionsschutzmaßnahmen, ihrer schrittweisen Lockerung im Verlauf des (Früh-) Sommers ist es von Interesse, wie die Angebotsstruktur daraufhin angepasst wurde (Abbildung 7). Auch nach Aufhebung des Lockdowns kam es mehrheitlich nicht zu einer Rückkehr zum normalen Beratungsangebot. Bei 27 % erfolgte bis zum 2. Lockdown im November 2020 keine Rückkehr zu Präsenzberatungen; bei über 57 % bestand lediglich ein eingeschränktes Angebot.

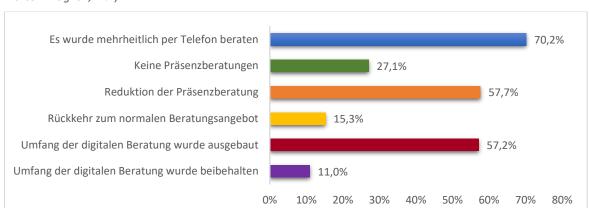


Abbildung 7: Veränderung des Angebots nach Aufhebung des 1. Lockdowns (Mai-November 2020; Mehrfachantworten möglich, in%)

In einer Aufschlüsselung nach Arbeitgeber zeigen sich allerdings erhebliche Unterschiede, die auch hier, angesichts der teilweise kleinen Fallzahlen, nur vorsichtig als Indizien angesehen werden dürfen. Wie der unterschiedliche Kurvenverlauf in Abbildung 8 zeigt, haben sich die verschiedenen Beratungsorganisationen für ein unterschiedliches Vorgehen im Pandemieverlauf entschieden.

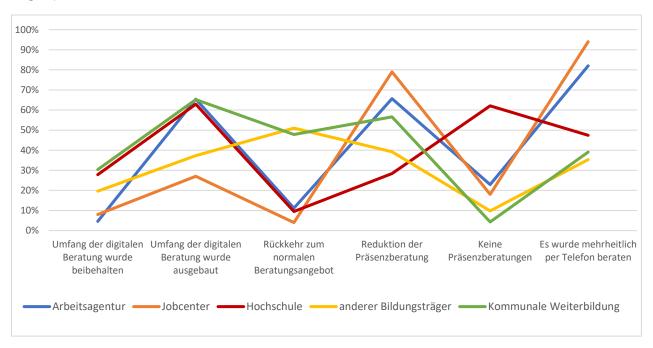


Abbildung 8: Veränderung des Angebots ab Mai 2020, differenziert nach Arbeitgeber (in %), (Mehrfachantworten möglich)

Während eher große Organisationen wie die Bundesagentur und die Hochschulen auch nach dem Aufheben des Lockdowns in stärkerem Maße Präsenzberatung einschränkten, zeichnen sich die anderen

Arbeitgeber eher durch eine Rückkehr zum normalen Angebotsspektrum aus. Entsprechend geringer fällt hier die Bedeutung des Telefons als Kommunikationsmittel aus. Besonders stechen in diesem Zusammenhang die Hochschulen hervor, die nahezu doppelt so häufig auf Präsenzberatungen komplett verzichtet haben, selbst wenn diese möglich gewesen wären. Alle anderen Arbeitgeber haben versucht, eine Art Mittelweg mit reduziertem Angebot an Präsenzterminen zu finden. Spiegelbildlich fällt der weitere Ausbau digitaler Beratungsformate dementsprechend bei jenen Arbeitgebern am stärksten aus, die weniger auf eine Rückkehr zur Präsenzberatung gesetzt haben.

Eine Ausnahme stellt hier das Jobcenter dar. Deren Teilnehmer*innen an der Befragung haben augenscheinlich weiterhin ganz überwiegend das Telefon zum Erreichen ihrer Klientinnen genutzt. Trotz ähnlichen Stands in der Digitalisierung wie bei der Bundesagentur oder den Hochschulen, scheinen digitale Formate im Jobcenter auch im Zeitverlauf der Pandemie eine geringere Rolle zu spielen. Anders sieht es bei den Befragten der "anderen Bildungsträger" aus; hier zeigte sich bereits vorangehend ein signifikanter Digitalisierungsvorsprung, so dass ein weiterer Ausbau auch weniger wahrscheinlich ist. Dies trifft dagegen umso mehr für die drei öffentlichen Arbeitgeber Bundesagentur, Hochschulen und kommunale Weiterbildungsanbieter zu, die an der Spitze sehr nah beieinander liegen.

Bei der Frage nach Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown zeigt sich bei etwas über der Hälfte der Befragten eine erneute Einstellung der Präsenzberatung und ein entsprechend weiterer Ausbau digitaler Beratungsformate; für fast 30 % ergaben sich dadurch aber keine weiteren Veränderungen (siehe Abbildung 9). Aber auch eine erneute komplette Einstellung des Beratungsangebots gab es in dieser Phase fast nicht. Das spricht dafür, dass über den Sommer 2020 alle Beratungsinstitutionen technische Mittel und Wege gefunden haben, ihr Angebot auch unter den restriktiven Bedingungen der Pandemiebekämpfung teilweise aufrecht zu erhalten.

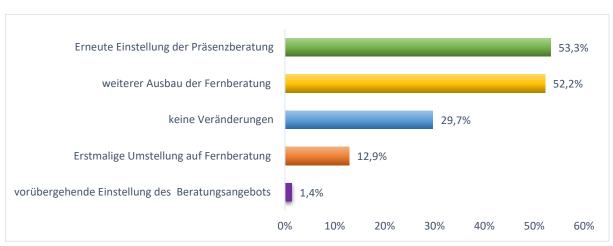


Abbildung 9: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (Mehrfachantworten möglich)

Bei einer Differenzierung nach Arbeitgebern stehen die Ergebnisse in Abhängigkeit dieser Frage von der vorhergehenden: Wo Präsenzberatungen zwischenzeitlich wieder zugelassen worden waren, mussten sie jetzt auch wieder eingestellt werden, weshalb die Hochschulen bei diesem Item die geringsten Zustimmungsraten aufwiesen. Dafür gaben die Mitarbeiterinnen in der Studienberatung der Hochschulen deutlich häufiger an, dass sich ihrer Beratungstätigkeit im zweiten Lockdown nicht weiter verändert hat (57,8 %). Bei der Arbeitsagentur traf dies nur auf 14,2 % der Befragten zu, bei kommunalen Weiterbildungsträgern auf 21,7 % (siehe Tabelle 16).

4. Annahmebereitschaft und Vorbehalte bei digitalen Beratungsangeboten Einschätzung durch Ratsuchende

Wie die bisherigen Daten zeigen, gehörten digitale Beratungsangebote bis zum Pandemiebeginn weder für die Beratungsfachkräfte noch für die Ratsuchenden zum Beratungsalltag; vielmehr dominierte das persönliche Beratungsgespräch vor Ort. Von daher ist es wichtig, die Bereitschaft beider Gruppen zur Nutzung von Formen der Distanzberatung sowie die Bewertung dieser medialen Beratungswege zu erheben. Abbildung 10 gibt die Einschätzung verschiedener Klientelgruppen wieder, bei teilweise allerdings kleinen Fallzahlen (siehe

Tabelle 17 im Anhang). Dennoch wird deutlich, dass nur bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowie bei Betrieben/Organisationen eine Mehrheit der Klientel zu einer primär positiven Einschätzung der Distanzberatung kommen.

Ältere Befragte (55+) und Migrant*innen äußern in relevantem Umfang von ¼ bis ⅓ negative Bewertungen; jenseits dessen überwiegt weithin eine ambivalente Einschätzung, was für eine deutliche Wahrnehmung auch der Schattenseiten oder Limitierungen der Fernberatung spricht.

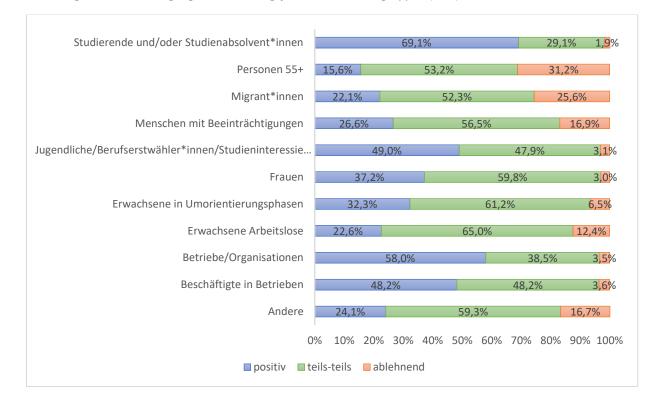


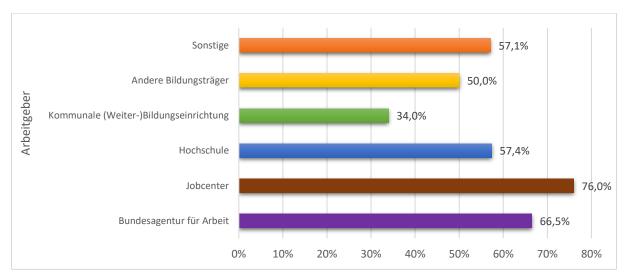
Abbildung 10: Einschätzung digitaler Beratungsformate durch Zielgruppen (in %)

Vorbehalte bei Beratenden und Organisationen

Auch unter den Berater*innen äußern fast zwei Drittel, dass entweder bei ihnen selbst, Vorgesetzten oder Kollegen Vorbehalte gegenüber digitalen Beratungsformaten existieren (siehe Tabelle 18 im Anhang). Dabei treten deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Arbeitgebern hervor. Stärker ausgeprägt scheint die Skepsis bei Großorganisationen zu sein (siehe Abbildung 11); spürbar heben sich die kommunalen (Weiter-)Bildungseinrichtungen ab, wo nur ein reichliches Drittel von Vorbehalten gegenüber der Digitalisierung des Beratungsangebots berichtet³.

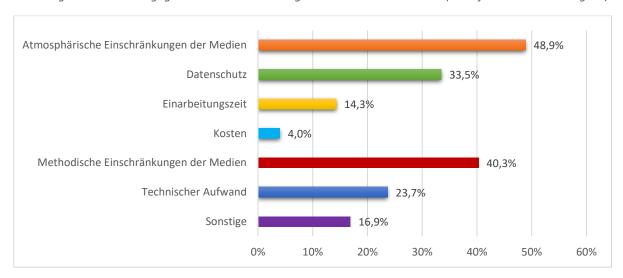
³ Hierbei kann es sich um einen Verzerrungseffekt handeln – weniger gut digital aufgestellte Bildungsberatungsstellen oder internetaffine Berater*innen haben sich u.U. deutlich seltener an der Befragung beteiligt.

Abbildung 11: Vorbehalte gegen Digitalisierung (differenziert nach Arbeitgeber, in %)



Vorbehalte müssen dabei nicht Ausdruck allgemeiner Ablehnung oder Skepsis gegenüber dem Einsatz digitaler Kommunikationsmedien im Beratungsgeschehen sein. Sie können sehr wohl fachlich oder (datenschutz-)rechtlich motiviert sein. Spezifischer nachgefragt wird daher deutlich, dass sich dies zu einem kleineren Teil auf technische Aspekte, Kosten und notwendige Einarbeitungszeit bezieht (siehe Abbildung 12). Datenschutzrechtliche Bedenken sind für ein Drittel der Befragten besonders relevant. Deutlich kritischer werden die methodische Limitierung und die Beziehungsqualität der Beratungsgespräche gesehen. Insbesondere bei letzterem werden deutliche Differenzen zur Präsenzberatung wahrgenommen und als spürbare Einbußen eingeschätzt.

Abbildung 12: Vorbehalte gegenüber Distanzberatung seitens der Berater*innen (Mehrfachantworten möglich)



Diese Antwortverteilung zeigt daher auch, wie schwierig es ist, bestehende Kompetenzen zu Beratungsmethoden, Gesprächsführung und Beziehungsaufbau-/pflege ad hoc ausschließlich über Telefon, Mail- oder Videoberatung umzusetzen. Eine nähere Aufschlüsselung nach Geschlecht bringen eine größere Skepsis von Frauen gegenüber dem technischen Aufwand und der Einarbeitungszeit (leicht auch gegenüber datenschutzrechtlichen Aspekten) zum Ausdruck, während die methodisch-didaktische Dimension von beiden Geschlechtern in gleichem Umfang kritisch eingeschätzt wurde (siehe

Tabelle 21 im Anhang). Nach Alter zeigt sich kaum ein unterschiedlich ausgeprägtes Antwortverhalten. Nur beim Datenschutz zeigt sich ein deutlich negativer Zusammenhang: je jünger die Befragten sind, um so ausgeprägter sind ihre datenschutzrechtlichen Bedenken (siehe

Tabelle 22

Tabelle 21: Vorbehalte gegen die Distanzberatung, differenziert nach Geschlecht (in %, Mehrfachantworten möglich)

Vorbehalte	weiblich	männlich
Sonstige	14,1	23,1
Technischer Aufwand	26,4	18,5
Methodische Einschränkungen der Medien	40	39,5
Kosten	4,6	2,6
Einarbeitungszeit	16,5	8,7
Datenschutz	34,5	29,7
Atmosphärische Einschränkungen der Medien	49,2	47,2

Tabelle 22 im Anhang). In die gleiche Richtung geht der Zusammenhang zwischen Alter und Vorbehalten gegenüber den atmosphärischen Beschränkungen durch die mediale Vermittlung der Kommunikation. Jüngere Befragte haben auch hier tendenziell häufiger zugestimmt als ältere. Dies überrascht auf den ersten Blick, da von den jüngeren eigentlich eine größere Medienaffinität erwartet wird. Allerdings ist der Zusammenhang nur schwach signifikant (siehe

Tabelle 23 im Anhang), da nur knapp 5 % der Befragten jünger als dreißig Jahre sind.

Ein Blick in die Einschätzung digitaler Hochschullehre durch Studierende lässt erkennen, dass auch dort größere Anteile der Studierenden mit digitalen Lehrformaten fremdeln. Zu bedenken ist, dass gerade Videokommunikation über Skype oder andere Videokonferenztools weniger im Mittelpunkt der alltäglichen internetvermittelten Kommunikation der Jugendlichen und jungen Erwachsenen stehen (vgl. Feierabend/Rathgeb 2020). Im Gegenteil, sie scheinen Formen asynchroner Kommunikation über Sprachnachrichten oder Messenger zu präferieren. Weiterhin gilt zu bedenken, dass sehr viel Beratungskommunikation über das Telefon abgewickelt wurde, welches gerade von jüngeren Berater*innen womöglich als wenig für die Distanzberatung geeignet eingeschätzt wird.

Interessant ist weiterhin, wie die geäußerten Vorbehalte in der Stichprobe verteilt sind; ob z.B. sehr viele Befragte einen oder zwei Vorbehalte mitteilen oder eher Gruppen von Befragten drei oder mehrere Vorbehalte äußerten. Letzteres würde eher für eine stärker ausgeprägte Skepsis gegenüber der Digitalisierung von Beratung bei einem Teil der Befragten sprechen.



Abbildung 13: Anzahl der pro Person geäußerten Vorbehalte (in %)

Anhand der Verteilung in Abbildung 13 ist zu sehen, dass diejenigen, die gar keine Vorbehalte äußerten zwar die größte Einzelgruppe ausmacht (mit etwas mehr als ein Drittel der Befragten); insgesamt diese Gruppe aber dennoch eine Minderheit bildet. Im Durchschnitt werden pro Befragtem 1,8 Vorbehalte geäußert, wobei die nächsten größeren Gruppen von jenen gebildet werden, die zwei oder drei Antwortvorgaben auswählten. Eine größere Anzahl an Nennungen pro Befragten ist dann deutlich seltener: lediglich 16,1 % äußerten vier Vorbehalte und mehr (siehe Tabelle 24 im Anhang). Dennoch wird damit auf eine kleinere Minderheit mit erheblichen Bedenken bezüglich einer fortschreitenden Etablierung der Onlineberatung hingewiesen.

Mit knapp 17 % haben vergleichsweise viele Befragte bei dieser Frage die Antwortoption "Sonstige" gewählt; das dazugehörige Feld für freie Texteingaben enthielt 85 Einträge. Diese wurden zu Kategorien zusammengefasst, so dass sich auch hier ein quantitativer Eindruck von der Intensität der Vorbehalte gewinnen lässt (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Quantifizierung der offenen Eingaben bei: Sonstige Vorbehalte (gruppiert, absolut und in %)

Kategorie	N	Prozent
Onlineberatung nicht gleichwertig	28	32,9
Fehlende Technik, Abstimmung der Technik, Erreichbarkeit der Zielgruppen	23	27,1

Anonymität/Datenschutz	11	12,9
Fehlende Kompetenzen	8	9,4

An erster Stelle steht die Einschätzung, dass Onlineberatung kein adäquater, den professionellen Standards und Qualitätskriterien der Beratung gerecht werdender Ersatz für die Präsenzberatung darstellt. In diese Kategorie miteingeflossen sind auch ca. zehn Nennungen, welche die Probleme der kanalreduzierten Kommunikation per Telefon und/oder Video explizit thematisierten.

An zweiter Stelle folgen Vorbehalte, die aus den mit der Einführung der Onlineberatung einhergehenden technischen Schwierigkeiten resultieren. Damit kann die Verfügbarkeit der notwendigen Endgeräte und Software, von stabilen und bandbreitestarken Internetverbindungen ebenso gemeint sein, wie auch die durchaus vielfältigen Abstimmungsprobleme zwischen der technischen Ausstattung der Beraterin/des Beraters und jener der Ratsuchenden. Die fehlende Standardisierung auf Hard- und Softwareseite öffnet hier ein breites Feld. Damit verbunden sind vielfach Sorgen, aufgrund dieser Schwierigkeiten die Zielgruppen mittels Onlineberatung nicht adäquat erreichen zu können. Zum Teil wird dies klar als Limitierung benannt: für bestimmte Zielgruppen (Migranten, Behinderte) eignet sich Onlineberatung nicht; auch für sensible Themen wird sie z. T. als ungeeignet angesehen. In Verbindung hierzu kann die vierte Kategorie – die fehlenden Anwendungskompetenzen, sowohl seitens der Professionellen wie der Ratsuchenden – gesehen werden.

Ein wichtiger dritter Punkt stellt die Anonymität und der Datenschutz dar. Ersteres rekurriert sehr stark auf die Durchführung von Videoberatung im Homeoffice. Wenn die verwendete Software nicht die Einstellung eines virtuellen Hintergrunds zulässt, wird zwangsläufig die private Wohnumgebung für die Ratsuchenden sichtbar, was als Durchbruch des Schutzes der Privatsphäre wahrgenommen wird. Aber auch Sorgen vor einem möglichen Aufzeichnen und Veröffentlichen der Beratungsgespräche durch die Ratsuchenden sind hier eingeflossen.

Die Äußerungen reflektieren damit einerseits sehr stark die Umsetzungsbedingungen der Onlineberatung in der pandemiebedingten Ausnahmesituation, die sicherlich oftmals, gerade im Home-Office, nicht ideal waren. Zum anderen kommen grundsätzliche Vorbehalte zum Ausdruck; in kleinen Teilen werden diese auch den Vorgesetzten oder Kollegen zugeschrieben. Gerade bei älteren Kollegen wird von den Befragten gelegentlich eine Skepsis bzw. Abwehrhaltung gegenüber neuer Technik bzw. generell gegenüber Neuerungen wahrgenommen oder vermutet.

Ob ein Qualitätsverlust der Distanzberatung gegenüber der Präsenzberatung auch von den Ratsuchenden wahrgenommen wird, können wir nicht direkt einschätzen, da diese nicht befragt wurden. Wir hatten die Berater*innen aber um eine Einschätzung gebeten, wie ihre Klient*innen die Fernberatung annehmen und welche Schwierigkeiten sie dafür sehen (siehe Abbildung 14). Die technische Ausstatung der Zielgruppen und deren klare Präferenz für die Präsenzberatung werden dabei mit Abstand als zentrale Hemmnisse für die Umsetzung digitaler Beratungsformate genannt.

Als durchaus überraschend kann der Befund angesehen werden, dass zwischen den verschiedenen Ziel- und Altersgruppen der Ratsuchenden nach Einschätzung der Berater*innen kaum nennenswerte Unterschiede sichtbar werden hinsichtlich ihrer deutlichen Präferenz für Präsenzberatung. Werden aus der Zustimmung zum Item "Klare Bevorzugung der Präsenzberatung" die Antworten herausgerechnet, die als Zielgruppe des Beratungsangebots "Sonstige" angaben, präferieren im Durchschnitt 60% der Ratsuchenden in allen übrigen Zielgruppen die Präsenzberatung. Dabei gruppieren sich die Werte eng um den Mittelwert (siehe

Tabelle 26 im Anhang). Der kleinste Wert beträgt 57,9 % bei den Jugendlichen/Berufserstwählern und Studieninteressierten. Der höchste Wert, der sich auch leicht von den anderen abhebt, zeigt sich mit 65,8 % bei der Zielgruppe Menschen mit Beeinträchtigungen. Für diese Zielgruppe scheinen digitale Beratungsangebote alles andere als niedrigschwellig zu sein und können herkömmliche Formate der Kontaktaufnahme nicht adäquat ersetzen. (Es bleibt anzumerken, dass nach einem explizit barrierefreien Angebot für Menschen mit Beeinträchtigungen nicht gefragt wurde.)

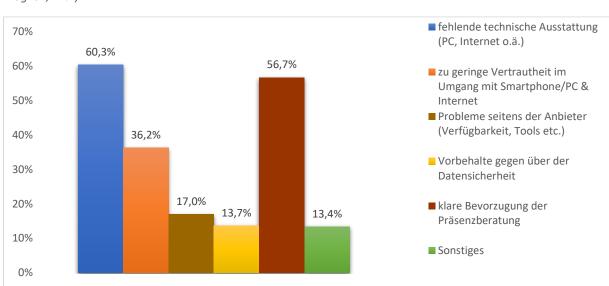


Abbildung 14: Gründe für die Ablehnung digitaler Beratungsangebote durch Ratsuchende (Mehrfachantworten möglich, in %)

Da ein Großteil der Befragten überwiegend mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen arbeitet, verweisen diese Ergebnisse auch auf weitreichende Limitierungen in der Verfügbarkeit von internetfähigen Geräten bzw. deren Funktionalität für digitale Beratungsgespräche (50-60 % der Befragten schätzen für diese Zielgruppen entsprechende Mängel ein). Gerade Videokonferenzsysteme sind mit Smartphones weniger komfortabel zu nutzen als mit Laptops oder Tablets. Desktop-PCs und älteren Notebooks fehlen mitunter Videokamera und Mikrophon, so dass sie ohne weiteres Zubehör nicht nutzbar sind. Dennoch werden diese Vorbehalte den jungen Zielgruppen am wenigsten zugeschrieben. Bei allen anderen Zielgruppen liegen die Zustimmungswerte zu diesem Item zwischen 63-72 %.

Mit insgesamt 36 % wird für eine größere Gruppe aber auch eine zu geringe Vertrautheit mit digitalen Anwendungen als Hinderungsgrund angegeben. Hier sind die Schwankungen um diesen Mittelwert allerdings recht groß. Den Jugendlichen, Studierenden und Studienabsolventen werden diese Vorbehalte nur von 25-30 % der Berater*innen zugeschrieben; bei den arbeitslosen Erwachsenen und jenen über 55 Jahren liegt der Wert zwischen 55-59 %. Dennoch treten trotz einer weiten Verbreitung von Smartphones sowie Computern auch im Alltag von Jugendlichen und umfangreicher und vielfältiger Internetnutzung durch Jugendliche und Erwachsene Anpassungsprobleme in nennenswerten Umfang auf, wenn diese alltägliche Mediennutzung und Kommunikationsformen auf neue, bisher nicht genutzte Zwecke übertragen werden sollen. Das scheint auch für die jüngeren Zielgruppen leicht nachvollziehbar, wenn berücksichtigt wird, dass ein Großteil der digitalen Kommunikation von Jugendlichen mit Freunden und Familienmitgliedern über Chat oder andere kurze Text- und Sprachnachrichten abläuft (v. a. WhatsApp) (vgl. Feierabend et al. 2020). Weder Videotelefonie noch "normales" Telefonieren nehmen breiten Raum ein, wie überhaupt die Kommunikationsfunktion des Internets für Jugendliche anteilsmäßig abnimmt zugunsten der Unterhaltungsfunktion (Musik hören, Videos sehen). Alltägliche Kommunikationspraktiken können demnach nicht schnell adaptiert werden, da in Beratungssituationen andere Kanäle präferiert werden. Während im privaten Umfeld Chats eine große Rolle spielen, ist dieser Kanal für Beratung kaum relevant (s.o.). Ob dies am fehlenden Angebot oder eher in einer mangelnden Nutzung seitens der Ratsuchenden begründet liegt oder ob das Format "Chat" im Ganzen für eine Beratung weniger geeignet ist, kann anhand dieser Studie nicht beurteilt werden.

Umgekehrt führt ein Bündel von Faktoren dazu, dass für bestimmte Ratsuchende die Situation so eingeschätzt wird, im Telefon doch ein besonders niedrigschwelliges Kommunikationsangebot zu sehen und es deutlich dem Videogespräch vorzuziehen. Wie durch einige offene Texteingaben in der Befragung sichtbar wird, wird für Personen mit niedrigem Sozialstatus sowie jene mit Migrationshintergrund angenommen, dass ein Videogespräch mitunter einen Verlust an Anonymität darstellt, der auch von Schamgefühlen begleitet sein kann, da hierüber auch Einblicke in die Wohnsituation gewährt werden können. Auch eine nicht optimale technische Ausstattung und schwach ausgebildete Anwendungskompetenzen spielen in die Einschätzung hinein. Zudem fehlen in eher beengten Wohnverhältnissen oftmals die nötigen Rückzugsmöglichkeiten für ein ungestörtes Beratungsgespräch per Video.

Verstärkend können dabei datenschutzrechtliche Bedenken wirken, die eine ähnliche Verteilung, wenn gleich auf deutlich niedrigerem Niveau, aufweisen. Während bei den bis 30-Jährigen nur in kleinem Maß datenschutzrechtliche Bedenken vermutet werden (10-14 %), wird dies den älteren Erwachsenen und auch den Migrant*innen mit knapp über 20 % doppelt so hoch zugeschrieben⁴.

Herausforderungen für die weitere Digitalisierung in der Beratung

Diese Beobachtungen lassen es wenig überraschend erscheinen, dass in fast allen abgefragten Dimensionen mehrheitlich mittlere bis große Herausforderungen für die weitere Digitalisierung der Beratung gesehen werden (siehe Abbildung 15).

Tabelle 21: Vorbehalte gegen die Distanzberatung, differenziert nach Geschlecht (in %, Mehrfachantworten möglich)

Vorbehalte	weiblich	männlich
Sonstige	14,1	23,1
Technischer Aufwand	26,4	18,5
Methodische Einschränkungen der Medien	40	39,5
Kosten	4,6	2,6
Einarbeitungszeit	16,5	8,7
Datenschutz	34,5	29,7
Atmosphärische Einschränkungen der Medien	49,2	47,2

⁴ Dies weicht interessanterweise von dem oben genannten Befund ab, dass die jüngeren Befragten bei sich selbst oder ihrem beruflichen Umfeld deutlich häufiger datenschutzrechtliche Bedenken wahrnehmen als die älteren Befragten (siehe

Datenschutz 20,7 24,2 55 Transfer etablierter Beratungskonzepte für die digitale 16,1 27,1 56,8 Kommunikation Entwicklung neuer Konzepte für die digitale Beratung 15,1 56,7 28,2 Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit des 34,2 24.6 41,1 Beratungsergebnisses bzw. der Vereinbarungen 19,7 59,2 Beziehungsaufbau zu den Ratsuchenden 21,1 Kompetenzen der Ratsuchenden im Umgang mit digitalen 29,6 31,3 39,2 Medien Kompetenzen der Beratenden im Umgang mit digitalen 26,9 34,8 38,3 Medien 16,3 55,5 technische Ausstattung der Ratsuchenden 28,2 technischer Support innerhalb der Beratungsstellen 31,7 40,3 28,1 technische Ausstattung der Berater*innen 28,5 27,8 43,8 60% 0% 20% 40% 80% 100% ■ gering ■ mittel ■ groß

Abbildung 15: Einschätzung der Herausforderungen für die digitale Beratung

Gegenüber dem Effekt digitaler Beratungsgespräche – Nachhaltigkeit, Einhaltung von Vereinbarungen – scheinen aufseiten der Beratenden nur geringe Vorbehalte zu existieren; als deutlich erschwert wird jedoch der Beziehungsaufbau zwischen Berater*in und Klient*in wahrgenommen. Ebenso wird ein Bedarf an Konzepten für die virtuelle Beratungsarbeit und an methodischer Weiterentwicklung gesehen, was verdeutlicht, wie schnell und unvorbereitet die Umstellung auf Distanzberatung während der Pandemie stattfinden musste.

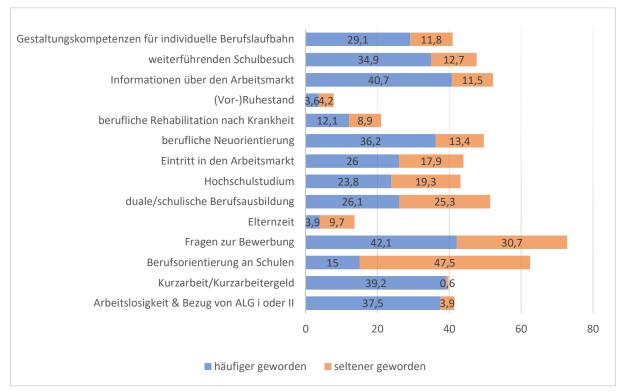
5. Arbeitsbelastung und Veränderung der Arbeitsbedingungen von Berater*innen

Beratungsgeschehen

Das Beratungsgeschehen hat sich pandemiebedingt sowohl qualitativ wie quantitativ verändert. Generell sind die Ergebnisse der Befragung diesbezüglich sehr disparat, d. h. sehr abhängig von der jeweiligen Arbeitssituation vor Ort bzw. der spezifischen Zielgruppe der Beratung. So lassen sich hier vor allem einige wenige Trends herausstellen.

Durch die weitgehende Einstellung von Präsenzangeboten hat sich für viele Befragte das Arbeitsaufkommen vorübergehend verringert, vor allem für jene, die in der Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern beschäftigt sind (siehe *Abbildung 16*). Hier konnte die Angebotsstruktur nicht oder nicht in gleichem Umfang ins Internet verlagert werden. Auch Ausbildungs- und Studieninteressierte haben weniger Beratung in Anspruch genommen oder nachgefragt.

Abbildung 16: Quantitative Verschiebung im Beratungsaufkommen



Befragte, die mehrheitlich in der Beratung von Berufstätigen und Arbeitslosen arbeiten, berichten jedoch auch von einem Anstieg des Arbeitsaufkommens. Die durch die Pandemie hervorgerufenen wirtschaftlichen Verwerfungen und beruflichen Unsicherheiten wirken sich direkt auf den Arbeitsmarkt aus, so dass nicht nur Arbeitslose deutlich umfangreicher beraten wurden und in diesen Gesprächen das Thema Kurzarbeitergeld eine größere Rolle spielte (natürlich primär für die Beschäftigten der Bundesagentur für Arbeit), sondern auch Beratungen zu Neu- oder Umorientierung von Berufstätigen einen hohen Zuwachs aufwiesen.

Veränderungen in der Beratungsarbeit zeigen sich, neben einer quantitativen Verschiebung des Beratungsaufkommens, auch im Auftauchen neuer Themen. Rund 58 % der Befragten haben angegeben, dass jeweils individuell für sie gänzlich neue Anliegen und Aspekte in der Beratungstätigkeit zu Tage getreten sind.

Wie die Übersicht der genannten Themen in Abbildung 17 verdeutlicht, wirken sich die Corona-Pandemie und die damit verbundenen beruflichen und existenziellen Sorgen deutlich im Beratungsalltag aus. Berufliche Orientierung von Schul- und Studienabsolvent*innen sowie als kriseninduzierte Umorientierung Berufserfahrener ist ein sehr häufig genannter Punkt. Betont wird dabei die häufige Nachfrage nach "pandemieresistenten" oder "systemrelevanten" Berufen und Beschäftigungsformen. Es zeigen sich klare Anzeichen, dass die wirtschaftlichen Belastungen und Verunsicherungen auf dem Arbeitsmarkt bei einem Teil der erwerbsfähigen Bevölkerung zu einer verstärkten Sicherheitsorientierung geführt haben.

Leistungsbezug, Bildungsmaßnahmen 4,2% Home Schooling, Lernschwierigkeiten 7,1% Auswirkungen der Pandemie allg. (Alltag, Gesellschaft) Psychische Folgen der Pandemie: Ängste, Einsamkeit, 15,6% Depression, Motivationsmangel Existenzängste + Sorgen um berufl. Entwicklung 14,9% Berufliche Um-/Neuorientierung Online-Lehre, digitales Studieren, Studienabbruch, 18,1% Studienfinanzierung Studien-/Berufsorientierung, Überbrückung, berufl. 24,0% Alternativensuche, Praktikum

Abbildung 17: Neue Themen in der Beratungsarbeit (Mehrfachantworten in % der Nennungen)

Eine besondere Herausforderung bildeten für Schulabgänger und Ausbildungs- und Studieninteressierte, neben dem Wegfall vieler berufsorientierender Angebote, fehlende Praktikums- und Überbrückungsmöglichkeiten, da hierdurch die Zeitplanung der beruflichen Entscheidungsfindung zusammenbrach. Statt im *gap year* mit oder ohne Auslandsaufenthalt weitere Zeit für die Erkundung individueller Interessen und Stärken zu haben, musste kurzfristig entweder die Entscheidung für Berufsausbildung oder Studium getroffen oder eine tragbare Alternative gefunden werden. Dies kann als Anzeichen für eine zugenommene Verbreitung beruflicher Orientierungsprobleme unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen aufgrund der äußeren Rahmenbedingungen gewertet werden. Zumindest als Beratungsthema tauchen auch Abbruchgedanken bei Studierenden und Auszubildenden häufiger auf; bei ersteren auch Finanzierungsschwierigkeiten.

0%

5%

10%

15%

20%

25%

30%

Relativ häufig wurden die Auswirkungen der pandemiebedingten Beschränkungen auf den Arbeitsalltag oder Studienalltag thematisiert – erzwungenes Distanzlernen, Lernschwierigkeiten in Schule und im Studium, die Bewältigung des Home-Office oder der Parallelität von Home-Office und Home-Schooling sowie gesundheitsbezogene Aspekte.

Besonderes Gewicht haben im Beratungsgeschehen die psychologischen Folgen der Pandemie gewonnen. Sie stellen das häufigste einzeln genannte Thema dar und bezeugen die Wucht, mit der psychische Beeinträchtigungen als Begleiterscheinung der Pandemie in die Beratungsgespräche durchschlagen. Genannt werden dabei vor allem Einsamkeit und Ängste als Folgen des Kontaktverbots und der sozialen Isolierung, Ängste – sowohl vor Krankheit als auch vor der beruflichen Zukunft – sowie Motivationsund Selbstmanagementschwierigkeiten.

Arbeitsbelastungen

Die pandemiebedingten Veränderungen in der Beratungstätigkeit wirken sich auch auf die wahrgenommene Arbeitsbelastung aus (siehe Abbildung 18). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gibt an,
eine größere persönliche Beanspruchung/Arbeitsbelastung in der Beratung unter Pandemiebedingungen zu erfahren. Jeweils knapp 20 % berichten von einer geringeren Beanspruchung oder können keine
Veränderungen feststellen. Diese Frage bot nicht die Möglichkeit, mehrere Antworten anzukreuzen.
Die vierte Kategorie "Bemerkungen", ein freies Eingabefeld, sollte die Chance für differenzierte Einschätzungen geben. Dies wurde von 86 Befragten auch genutzt (insgesamt 13 % der Befragten). Im

Durchgang dieser teils recht ausführlichen Antworten ist zu sehen, dass einige dieser Antworten den anderen drei Kategorien (verringerte, gleiche, gestiegene Beanspruchung) zuzurechnen sind.

Dies wurde in die Häufigkeitsauszählung, welche Abbildung 18 prozentual zum Ausdruck bringt, integriert. Damit bleiben 28 bzw. 33 % dieser sonstigen Bemerkungen übrig, die eine ambivalente Einschätzung bzw. eine qualitative Veränderung des Beratungsgeschehens zum Ausdruck bringen. Sie machen deutlich, dass in einigen Arbeitsbereichen die Arbeitsanforderungen eher oder sogar stark zurückgegangen sind – z. B. weil bestimmte Angebote komplett ausgefallen sind – und in anderen Bereichen – Einsatz von Technik, Übernahme von anderen Aufgaben sowie eine höhere Intensität der Beratungskontakte – die Anforderungen gestiegen sind. Damit parallel laufen die Beobachtungen, dass sich das qualitative Profil der Beratungen geändert hat, was sich nicht ohne weiteres quantitativ einschätzen lässt.

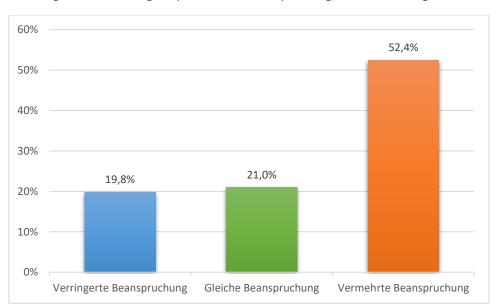


Abbildung 18: Veränderung der persönlichen Beanspruchung/Arbeitsbelastung während der Pandemie (in %)

Werden diese Ergebnisse auch hier differenziert nach den Arbeitgebern betrachtet, bekunden die Mitarbeiter*innen der Bundesagentur für Arbeit sowie von kommunalen (Weiter-)Bildungseinrichtungen deutlich unterdurchschnittlich häufig eine gestiegene Beanspruchung (45 % bzw. 41 %); deutlich überdurchschnittlich häufig haben dies Mitarbeiter*innen und Selbständige in den Kategorien "Andere Bildungsträger" und "Sonstige" angegeben (siehe Tabelle 31 im Anhang).

Ein Stück weit geht die Mehrbelastung für die Beschäftigten sicher auf die Entwicklung und Etablierung neuer Beratungsangebote zurück, wie sie von 52,2 % berichtet wird (Abbildung 19). Hier war nach Veränderungen gefragt worden, die sich durch die Pandemie im Beratungsgeschehen ergeben.

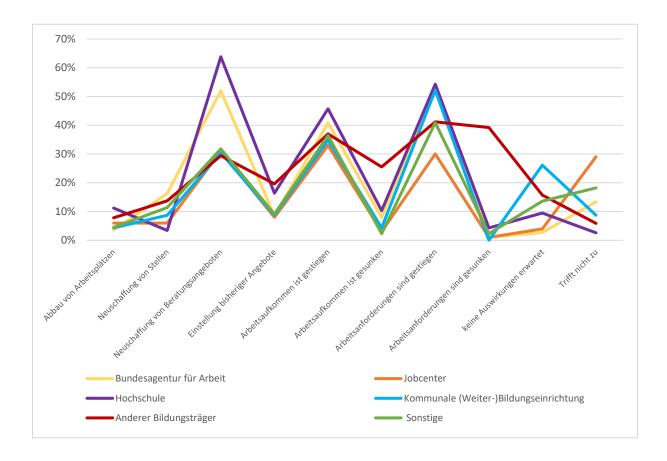
Abbildung 19: ausgewählte Veränderungen infolge der Pandemie (Mehrfachantworten möglich, Angaben in %)



Interessant ist auch hier eine differenzierte Aufschlüsselung der Ergebnisse nach Arbeitgeber. Sie kann verdeutlichen, wie pandemiebedingt die Digitalisierung der Beratung bei der Bundesagentur für Arbeit und bei den Hochschulen stark an Fahrt aufgenommen hat und auch nachhaltig fortgeführt wird (siehe Abbildung 20). Wie oben erläutert, ist diese Dynamik bei anderen Arbeitgebern weniger stark ausgeprägt; z. T. weil hier digitale Beratungsangebote bereits stärker ausgeprägt waren. Angesichts des oben aufgezeigten, leichten Digitalisierungsvorsprung, den kommunale (Weiter-)Bildungseinrichtungen aufweisen, verwundert es nicht, dass hier am ehesten deren keine weiteren Auswirkungen auf das Beratungsangebot erwarten. Die kleinen Fallzahlen in Rechnung stellend, stehen aber größere Fragezeichen hinter diesem Befund. Leider konnten keine Vergleichsdaten zur besseren Einordnung der Ergebnisse gefunden werden.

Weiterhin macht Abbildung 20 noch einmal deutlich, dass Arbeitsanforderungen und Arbeitsaufkommen während der Pandemie mehrheitlich gestiegen sind. Insgesamt scheinen die Antwortvorgaben das tatsächliche Ausmaß an Veränderungen bzw. deren Richtung nur bedingt gut abgedeckt zu haben. Mit bis zu 30 % wurde die Ausweichkategorie "Trifft nicht zu" überraschend häufig gewählt. Besonders heraus stechen hier die Mitarbeiter*innen des Jobcenters. Auch bei den anderen Items dieser Frage fallen ihre Zustimmungswerte am niedrigsten aus, so dass letztlich das Ausmaß einer nachhaltigen Veränderung der Arbeitsabläufe und des Beratungsgeschehens im Jobcenter nur schwer geschätzt werden kann.

Abbildung 20: Auswirkungen der Pandemie auf die Entwicklung des Beratungsangebots, differenziert nach Arbeitgeber (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %)

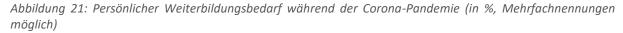


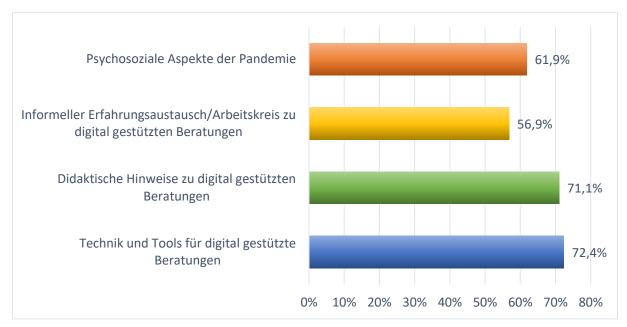
Die freien Eingaben nach der Kategorie "Sonstiges" geben noch einmal die Spannbreite der Antwortmöglichkeiten wieder; vermitteln aber auch hier Einblicke in eine qualitativ veränderte Beratungsarbeit, in der mit gestiegenem Technikeinsatz vergrößerte Ansprüche an eine professionelle Beratungskompetenz einhergehen und gleichzeitig z.T. Vorgaben und Zielstellungen des Arbeitgebers berücksichtigt werden müssen, die diesen Veränderungen nicht immer (oder noch nicht) ausreichend Rechnung tragen. In nicht unwesentlichem Umfang erscheinen damit längerfristige Auswirkungen der Pandemie auf das Beratungsgeschehen verständlicherweise noch als wenig absehbar.

Nachfrage nach Weiterbildung

Die aufgezeigten Veränderungen im Beratungsalltag während der Corona-Pandemie haben einen deutlichen Schub für einen spezifischen Weiterbildungsbedarf bei Beraterinnen und Beratern gegeben. Dieser bezieht sich, wie Abbildung 21 zeigt, zum einen auf technische und methodische Aspekte digitaler Beratung, aber auch auf die psychosozialen Begleit- und Folgeerscheinungen der pandemiebedingten Einschränkungen des Alltagslebens.

Mit diesen Themen scheint der durch die Pandemie erzeugte Weiterbildungsbedarf auch hinreichend erfasst worden zu sein. Zusätzlich war eine offene Antwortmöglichkeit vorgesehen, die jedoch nur von knapp 5 % der Befragten genutzt wurde.





Wie stark der individuelle Weiterbildungsbedarf ist, lässt sich anhand der genannten Themen pro Befragten ablesen. Durchschnittlich haben die Befragten drei von möglichen sechs Weiterbildungsthemen angekreuzt (siehe

Tabelle 35 im Anhang). Die Stichprobe gliedert sich dabei in drei nahezu gleich große Gruppen, die einen vergleichsweise geringen (1-2 Themen), mittleren (3 Themen) oder hohen Weiterbildungsbedarf (4-6 Themen) für sich identifizierten. Lediglich 1,4 %, d.h. 10 Befragte, sahen keinerlei Bedarf, womit die Qualifizierungsanforderungen für die weitere Professionalisierung der Onlineberatung nochmals unterstrichen wird.

Anschließend wurde gefragt, ob während der Pandemie bereits an Weiterbildungen teilgenommen wurde bzw. welche Gründe dem entgegenstanden (siehe Abbildung 22). Knapp die Hälfte der Befragten konnten in der Zeit an Weiterbildungen teilnehmen; nur für kleine Gruppen gab es entweder kein passendes Angebot oder die Zeit stand dafür nicht zur Verfügung.

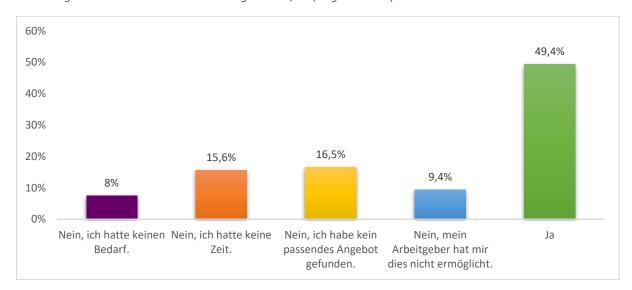
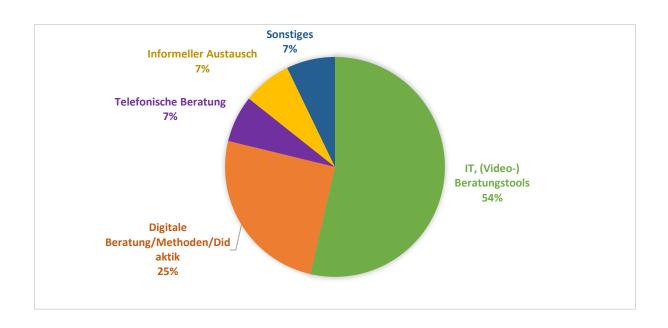


Abbildung 22: Teilnahme an Weiterbildungen 2020/21 (Angaben in %)

Abbildung 23 zeigt auf, zu welchen Themen Weiterbildungen während der Corona-Pandemie besucht wurden. Wenig überraschend dominieren dabei Angebote zur Nutzung von Software und Tools im Rahmen digitaler Beratung. Sie machen mehr als die Hälfte der genannten, besuchten Weiterbildungen aus. Dies bediente ad hoc den Bedarf an Anwendungskompetenzen für die Aufrechterhaltung bzw. Neugestaltung des Beratungsangebots unter Pandemie-Bedingungen.

Als weiteres umfangreiches Themenfeld kristallisieren sich didaktische und methodische Aspekte der digitalen Beratung und der digitalen Durchführung von Bildungsangeboten heraus. Ein wichtiger Detailaspekt sind dabei Kommunikations- und Moderationstechniken für den digitalen Raum. Die hohe Relevanz des Kommunikationsmittels Telefon kommt auch bei dieser Frage zum Ausdruck, denn immerhin 7 % der rückgemeldeten Fortbildungsveranstaltungen entfielen hierauf. Gleich häufig wurde der kollegiale Austausch genannt, wobei nicht klar unterschieden werden kann, ob es sich hierbei um dezidiert dafür angebotene Veranstaltungen handelt oder um Formen fortlaufenden Austausches zwischen Kolleg*innen oder während thematisch anders ausgerichteter Weiterbildungsveranstaltungen.

Abbildung 23: Häufigkeit Fortbildungsveranstaltungen während der Pandemie (in %, Mehrfachnennungen möglich)



Unter "Sonstiges" fielen eine Reihe von nur vereinzelt genannten Themen, wie Resilienz/Selbstfürsorge, psychosoziale Aspekte der Pandemie oder "Arbeiten im Home-Office". Auch der Datenschutz spielte offensichtlich keine zentrale Rolle. Eventuell war er integraler Bestandteil anderer Fortbildungsveranstaltungen, so dass spezifische Angebote hierfür nicht nachgefragt wurden, oder dieser Aspekte spielte für die Befragten keine wichtige Rolle. Da diese mehrheitlich bei Beratungsinstitutionen angestellt sind, ist in der Regel der Arbeitgeber für datenschutzrechtliche Aspekte der IT-Nutzung zuständig; besonders auch dann, wenn wenig Wahlmöglichkeit hinsichtlich der für die digitale Beratung zur Verfügung stehenden Tools besteht.

In Einzelfällen ist es aber auch möglich, dass angesichts der Umstände datenschutzrechtliche Bedenken hinter die Aufrechterhaltung des Angebots zurückgestellt wurden, wie dies teilweise bei der Realisierung des Distanzunterrichts in den Schulen – siehe die Diskussion um die Verwendung von Microsoft-Produkten – beobachtet werden konnte.

6. Politische Anliegen und Perspektiven

Erwartungen an die Arbeit des dvb

Den Abschluss der Befragung bildeten mehrere offene Fragen, in denen Erwartungen/Wünsche an den Deutschen Verband für Bildungs- und Berufsberatung (dvb) sowie Einschätzungen über die weitere Entwicklung der Online-Beratung notiert werden konnten. Ersteres ist für den dvb, als den maßgeblichen Fachverband der Beratungspraktiker*innen in Bildung, Beruf und Beschäftigung, für die weitere Positionierung zur Digitalisierung der Beratung von besonderem Interesse. Knapp 43 % der Befragten haben zu diesem Thema geantwortet. Dabei wurde eine breite Vielfalt von Aspekten zur Sprache gebracht, deren TOP 3 in Tabelle 2 dargestellt sind.

Tabelle 2: Erwartungen an den dvb (gruppierte Antworten, Häufigkeiten und in %)

Erwartungen an den dvb (N=228)	Anzahl	Prozent
Politikberatung & Öffentlichkeitsarbeit/ Networking	91	31,6
Darin: Appell an Arbeitgeber	23	8,0
Wertigkeit von Beratung stärken/ Professionalisierung	48	16,7

Digitalisierung unterstützen	42	14,6
------------------------------	----	------

An erster Stelle stehen mit deutlichem Abstand Äußerungen, die als vordringlichste Aufgabe des dvb ansehen, Öffentlichkeits- und Netzwerkarbeit für BBB-Beratung zu betreiben sowie gegenüber politischen Entscheidern und Institutionen für deren Stärkung einzutreten. Dazu gehört auch der Einsatz für bessere Arbeitsbedingungen von Berater*innen gegenüber ihren Arbeitgebern sowie die Vernetzung der Akteure innerhalb des differenzierten Beratungsfeldes. Der dvb wird hier als zentrale Instanz der Interessenvertretung der Bildungs- und Berufsberater*innen und ihrer Klient*innen sowie als Anwalt der professionell Tätigen wahrgenommen.

In gleiche Richtung zielt auch der zweite Punkt, der auf eine fachliche Stärkung, Ausweitung und Professionalisierung der Bildungs- und Berufsberatung drängt. Die beiden ersten Aspekte finden auch im dritten Punkt Eingang: die jetzt allerorten in Gang gekommene Digitalisierung der Beratung zu begleiten und effektiv weiter voranzutreiben; z. B. für die notwendige technische Ausstattung, berufliche Weiterbildung und Qualifizierung und darüber auch für Qualitätsstandards in der Online-Beratung einzutreten. Weiterhin wird der dvb aufgefordert, sich stärker als Weiterbildungsanbieter aufzustellen (22 Nennungen).

Welche politischen Weichenstellungen sind Ihrer Ansicht nach erforderlich, um die BBB-Beratung zu stärken?

Die Nennungen zu dieser Frage reflektieren sehr stark die Herausforderungen, welche die Befragten durch die pandemiebedingte Beschleunigung der Digitalisierung ihres Beratungsangebots zu meistern hatten. Dabei ist zentral herauszustellen, dass diese Entwicklung mehrheitlich mitgetragen bzw. positiv begleitet wird, und sehr viele Antworten zielen auf die Verbesserung der Angebotsstruktur digitaler Beratung bzw. auf die Beseitigung von Hemmnissen (siehe Tabelle 3). Dazu zählen vor allem Restriktionen durch fehlendes Breitbandinternet und PCs oder Laptops als Endgeräte – sowohl in Schulen als auch bei Schülerinnen und Schülern. Zusätzlich wird auch hier auf den besonderen Förderungsbedarf ländlicher Regionen und sozial schwacher Bevölkerungsgruppen hingewiesen.

Tabelle 3: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu notwendigen politischen Weichenstellungen zur Stärkung der BBB-Beratung (in %)

Zusammenfassende Kategorien der Einzelantworten	N	%
Digitalisierung vorantreiben	56	
Netzausbau, gerade auch in ländlichen Regionen, Ausstattung mit Endgeräten und schnellem Internet, Vereinheitlichung der Anwendungssoftware, Plattformen etc., technischer Support		
Verbesserung der digitalen Ausstattung von Schulen/Lehrer*Innen und Schüler*Innen	38	
Verbesserung der digitalen Ausstattung von Bildungs- und Berufsberater*Innen	27	
Gesamt	121	43,5
Schulung von Lehrer- und Berater*Innen für Umgang und didaktische Verwendung von digitalen Geräten in Unterricht und Beratung	38	13,7
Stärkung der Beratung und Berufsorientierung allgemein wie bzgl. bestimmter Zielgruppen (v.a. Benachteiligte)	41	14,7

Rückkehr, Beibehaltung, Stärkung der Präsenzberatung	33	11,9
Beibehaltung der digitalen Angebote als Ergänzung, gleichberechtigt mit Präsenzberatung (Hybride Beratungsangebote)	17	6,1
Verbesserung der Arbeitsbedingungen	45	16,2
Anerkennung des Mehraufwands, Förderung von mobilem Arbeiten/Home- Office, bessere Bezahlung, mehr Personal bzw. Entfristungen und Dauerhaf- tigkeit des Angebots		
Datenschutz		
Vereinfachung, Vereinheitlichung, Abschwächung	25	9,0
Ausbau, Berücksichtigung	5	1,8

Einzelne Bemerkungen machen hier auch deutlich, dass diese Gruppen offenkundig durch digitale Beratungsangebote nicht adäquat erreicht werden können. Zum Teil erweisen sich bisherige digitale Formate als nicht niedrigschwellig genug oder vor Ort nicht nutzbar. Hinter der vergleichsweise starken Zustimmung zur Stärkung der Präsenzberatung stehen demnach nicht allein – und vielleicht nicht einmal primär – Digitalisierungsvorbehalte, sondern die Einschätzung, dass mit ausschließlich digitalem Angebot Zielgruppen verloren gehen bzw. Beratung nicht in gleicher Qualität wie in Präsenzform durchgeführt werden kann. Mit dem Blick auf besonders unterstützungsbedürftige Zielgruppen (U 25, sozial benachteiligte Familien, Migrant*innen) ist vielfach auch die nachdrückliche Forderung nach Stärkung und Ausbau von Beratungsangeboten formuliert (Personal, Dauerhaftigkeit der Finanzierung, Anerkennung). Von vielen wird zudem die Notwendigkeit von Qualifizierungsmaßnahmen (Weiterbildung) für Lehrer- und Berater*innen aber auch eine Stärkung der Anwendungskompetenzen von Schüler*innen gesehen.

Diese mehrheitliche Offenheit gegenüber der Digitalisierung drückt sich ebenfalls in den Wünschen um eine dementsprechende Neuorganisation der Arbeitsweise aus. Im Vordergrund steht die Ermöglichung mobilen Arbeitens (Home-Office), aber ganz allgemein auch die Berücksichtigung und Anerkennung der besonderen Belastungen und zusätzlichen Arbeit, welche die Umstellungen der letzten Monate mit sich gebracht haben. Breite Erwähnung finden die fehlende Einheitlichkeit in der technischen Ausstattung zwischen unterschiedlichen Beteiligten (Schulen vs. Beratungsträger, Beratende vs. Klient*innen) und auch die Vielfalt benutzter Softwareanwendungen. Von einer technischen Standardisierung wird vielfach die Erleichterung des Beratungsalltags erhofft. Interessanterweise werden datenschutzrechtliche Regelungen unter diesem Gesichtspunkt eher als Bremse oder als Störfaktor wahrgenommen, welche eine funktionierende, niedrigschwellige Einrichtung digitaler Beratungsangebote eher verhindert. Nur wenige betonen die Wichtigkeit von Datenschutz bzw. eine Skepsis gegenüber den marktbeherrschenden Technologie-Unternehmen.

Wie schätzen Sie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die BBB-Beratung mit Rückblick auf 2020 insgesamt ein?

Abschließend wurde nach übergreifenden Einschätzungen zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung gefragt. Im Durchgang der Nennungen zu dieser offenen Frage sticht deutlich die positiv bis neutrale Bewertung der rasanten Digitalisierung des Beratungsangebots hervor (siehe Abbildung 24).

Abbildung 24: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beratung (in %)



Fasst man die Kategorien "positive Bewertung" und "Ausbau Digitalisierung/Gewöhnung an Fernberatung" zusammen, haben sich ca. 42 % der Antwortenden hierzu entsprechend positioniert. Demgegenüber fällt eine skeptisch bis negative Einschätzung dieser Entwicklung mit 10,6 % der Zustimmung spürbar geringer aus. Zudem sind die positiv-neutralen Bewertungen vielfach mit differenzierten Einschätzungen verknüpft; vielfach wird der Verlust an Präsenzberatung beklagt und diese grundsätzlich auch von niemandem in Frage gestellt. Digitale Fernberatungsformate (inkl. Telefonberatung) werden aber mehrheitlich als zeitgemäße und oftmals auch die Beratung vereinfachende Angebote gesehen, sowohl was die Erreichbarkeit von Zielgruppen als auch eine deutlich flexiblere Arbeitsgestaltung der Berater*innen anbelangt. Vielfach werden mobiles Arbeiten im Home-Office und flexible Arbeitszeiten sehr begrüßt. Gleichzeitig steht die Einsicht im Vordergrund, dass sich digitale Beratung nicht für alle Beratungsanliegen gleich gut eignet. Vor allem als Erstkontakt zum Kennenlernen des Beratungsangebots und der Berater*in sowie bei emotionalen, persönlichen oder komplexen Problemlagen sind Präsenzformate funktionaler. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Beurteilung, inwiefern digitale Beratungen niedrigschwellige Angebote darstellen, sehr stark auseinander gehen. Während einige ihre Klienten besser erreichen, z. B. in den Abendstunden oder mit höherer Kontaktfrequenz, bekunden andere, dass ihre Zielgruppe z. B. aufgrund fehlender technischer Ausstattung oder Kompetenzdefizite dadurch schlechter zu erreichen ist:

"arbeitsmarktferne Zielgruppen kaum noch erreichbar - aber mit den erreichten Klienten überwiegend wesentlich erhöhte Anzahl der Gesprächskontakte" – "Virtuelles Beratungsangebot ist nicht niedrigschwellig!"

Grundsätzlich überwiegt aber die Einschätzung, dass Zielgruppen deutlich schlechter erreicht werden (24,5 %), was jedoch nur zum Teil an den digitalen Beratungsformaten, vielmehr am Pandemie bedingten Wegfall von Berufsorientierungs- und Berufsberatungsangeboten an den Schulen liegt⁵. Hier offenbaren sich im Detail durchaus Schwierigkeiten, digitale Angebote überhaupt an den Schulen zu platzieren bzw. darüber Jugendliche zu erreichen. Vermutet wird hier vielfach ein Aufschieben von Beruflicher Orientierung und diesbezüglicher Entscheidungen. Besonders hervorgehoben wird von immerhin 5,7 %, dass sozial benachteiligte Gruppen einen erschwerten Zugang zu digitalen Beratungsangeboten haben bzw. in größerem Umfang davon ausgeschlossen sind oder schlicht weg nicht erreicht

⁵ Ein Großteil der Befragten arbeitet primär mit Jugendlichen, daher ist dies hier so dominant, s. o.

werden. Befragte, die primär mit Schüler*innen der Sekundarstufe II arbeiten, berichten von deutlich weniger Problemen in der Erreichbarkeit.

"Durch fehlenden persönlichen Kontakt gehen oftmals gerade die Schüler unter, die zu Hause aus unterschiedlichen Gründen nur schwer oder sehr wenig Unterstützung erhalten. Die Schere zwischen "Sehr guten Schülern" und "schlechten Schülern" wird immer größer. Dazwischen gibt es kaum noch etwas."

Mit 13,6 % sehen relativ viele Befragte ein Anwachsen von Ängsten, Verunsicherungen und fehlender Beruflicher Orientierung bei ihren Klient*innen als wichtigen Effekt der Pandemie. Dabei sind verstärkt jene Gruppen betroffen, die bereits soziale Benachteiligung erfahren. Beratung kann hier also ihrer ausgleichenden, unterstützenden Funktion nicht mehr adäquat gerecht werden.

Immerhin 8,1 % der Beiträge spiegeln eine bessere Erreichbarkeit von Zielgruppen wider. Neben der zeitlichen Flexibilität der digitalen Beratung bezieht sich dies vor allem auf eine bessere Erreichbarkeit im ländlichen Raum und von Menschen mit Beeinträchtigungen, die größere Schwierigkeiten im Aufsuchen von Präsenzberatung haben.

7. Fazit und weiterer Forschungsbedarf

Wie im Bildungsbereich haben auch Organisationen und Beschäftigte im Bereich der Bildungs-, Studien- und Berufsberatung mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln und unter den erschwerten Bedingungen von Home-Office versucht, ihre Beratungstätigkeit während der Pandemie aufrechtzuerhalten oder – wenn auch in limitierter Form – ins Internet zu verlagern. Die hier vorgestellten Daten liefern einen facettenreichen Einblick, in welchem Ausmaß und mit welchen Ergebnissen dies in den verschiedenen Bereichen gelungen ist. Für viele Befragte stellte dies eine spürbare Mehrbelastung am Arbeitsplatz dar; gleichzeitig und darin miteingeschlossen, waren sie vielfach vor neuen Aufgaben (Umgang mit Technik, Transfer von Beratungsformaten, Übernahme gänzlich neuer Zuständigkeiten) gestellt.

Diese Erhebung kann sehr gut zeigen, dass die unternommenen Anpassungsschritte stark von der Beratungsorganisation, zentralen Entscheidungsprozessen und verfügbaren (finanziellen) Ressourcen abhingen. Den offenen Texteingaben bei einigen Fragen folgend, werden die gestiegenen Belastungen und Anforderungen ganz überwiegend dem veränderten Arbeitsprozess zugeschrieben. Nur vereinzelt wird in den freien Eingabefeldern deutlich, dass auch der Arbeitsort Home-Office – v. a. über längere Zeit – einen Belastungsfaktor darstellen kann. Die Frageformulierung deckt diesen Aspekt nicht explizit ab. Die Home-Office-Tauglichkeit von Beratungsangeboten ist für die zukünftige Ausgestaltung der Arbeitsbedingungen ein sehr wichtiger Aspekt, der in der weiteren Forschung stärkere Berücksichtigung erfahren sollte. Denn in den freien Eingaben sind auch positive Aspekte, wie mehr zeitliche Flexibilität, zur Sprache gekommen, so dass hier eine differenziertere Erfassung notwendig ist.

In wesentlichem Umfang wird das bekundete Belastungserleben auf die Ad-hoc-Umstellung des Angebots zu Pandemiebeginn selbst zurück gehen. Dies stellte für alle Beteiligten – auch für die Ratsuchenden – eine Abkehr von gewohnten Arbeitsweisen und daher die (erzwungene) Aneignung und Einübung neuer Handlungsformen dar. Zum einen geht dies auf die Vielzahl technischer Probleme auf allen Seiten zurück, die im Alltag zu bewältigen waren. Zum anderen wird in der hohen Nachfrage nach Weiterbildung für Telefonberatung deutlich, dass selbst die Nutzung des Telefons im Beratungskontext als Herausforderung erlebt wurde.

Für die Nutzung von Video-, Mail- und Chatberatung gilt dies noch in verstärktem Maße. Im Vordergrund stehen dabei v. a. die fehlende Vertrautheit mit diesen digitalen Kommunikationsformen im beruflichen Kontext. Der Digitalisierungsschub in der Beratungslandschaft kam hier sicherlich vor allem jenen technikaffinen Beschäftigten entgegen, die jetzt ihre berufliche Kommunikation ähnlich gestalten können, wie sie das in ihrer privaten längst tun. Aber auch die Fähigkeit, Beratungsmethoden und

-formate aus dem analogen in den digitalen Raum zu transformieren, hing sehr stark von den persönlichen Voraussetzungen und Kompetenzen der einzelnen Personen ab. Nicht wenige haben dies als besondere Herausforderung, z. T. vermutlich auch als Belastung erlebt.

Die Befragung konnte damit einen Schnappschuss der Etablierung von Onlineberatungsverfahren *in progress* ablichten. Wenn auch nur in der Rückschau, beurteilten die meisten Befragung den Digitalisierungsgrad der Beratung bei ihrem Arbeitgeber doch eher zurückhaltend – lediglich Einrichtungen der kommunalen (Weiter-)Bildung heben sich positiv ab. Umso deutlicher zeichnete sich zum Zeitpunkt der Befragung im Februar/März 2021 ab, dass die eingeleitete Digitalisierung der Kommunikation zwischen Beratenden und Ratsuchenden eine nachhaltige Wirkung und in die Zukunft gerichtete Dynamik aufweist. Trotz der mehrheitlichen Tendenz – mit Ausnahme der Hochschulen –, dem Pandemieverlauf angepasst auch zu gewohnten Präsenzformaten zurückzukehren, stellen die neuen Formate eben keine Notlösungen dar, die nur für die Zeiten eines Lockdowns hervorgeholt und anschließend wieder eingemottet werden. Der eigentliche "Innovationsschub", wie es das Nationale Forum für Beratung in seiner Einschätzung zum Ausdruck brachte, besteht in den Augen der Befragten allerdings nicht allein in der Einführung neuer Technik und Breitbandinternetverbindung – bzw. darin, diese zu einem weitestgehend störungsfreien Funktionieren zu bringen. Mindestens ebenso wichtig ist der didaktischpädagogische Transfer professionellen Beraterhandelns aus den Präsenzsettings in den digitalen Raum.

Damit sind Kompetenzen in digitaler, kanalreduzierter – auch schriftbasierter – Kommunikation, das Gestalten von Gruppenberatungssettings (z. B. in der schulischen Berufsorientierung) ebenso gemeint, wie die Gestaltung des Beziehungsaufbaus, die Anliegenklärung und weitere Aspekte des Beratungsprozesses. Hier besteht ein großer Informations- und Weiterbildungsbedarf und auch ein großer Forschungsbedarf hinsichtlich der Adaptionsfähigkeit und Implementierungschancen digitaler Beratungsformate für unterschiedliche Zielgruppen und unterschiedliche Beratungsthemen. Dass nicht alle Ratsuchenden in gleichem Maße durch Onlineberatung erreicht werden bzw. dadurch profitieren, konnte oben sehr gut gezeigt werden. Allerdings müssten Hemmnisse und Anknüpfungspunkte für jede Zielgruppe separat untersucht werden, um eindeutigere Schlussfolgerungen zu treffen.

Die Qualität bzw. die Professionalität der mittels computer- und internetgestützter Kommunikation durchgeführten Beratungen (Onlineberatung) ist das zentrale Beurteilungskriterium zur Bewertung dieses Digitalisierungsprozesses durch die in diesem Feld beruflich Tätigen. Denn Selbstzweck sollte dieser technologische Wandel nicht sein und ebenso wenig ein vollständiger Ersatz für die Beratung in Präsenz. Die Mehrheit der Befragten sieht in der Onlineberatung ein sinnvolles, ergänzendes Beratungsformat – welches im Nebeneffekt durchaus auch mehr Flexibilität und Individualisierung der eigenen Arbeitsbedingungen möglich machen könnte.

Bei den meisten Befragten überwiegen hinsichtlich der Einschätzung von Vorbehalten im ihrem beruflichen Umfeld vorsichtig positive bis mehrheitlich ambivalente oder unsichere Aussagen. Dies gilt ebenso bezüglich der Akzeptanzbedingungen bei den verschiedenen Zielgruppen. Nicht selten sind es beide Parteien – Ratsuchende und Beratende – die sich mit Formaten der Onlineberatung schwertun. Zwar zeigt sich ein Alterseffekt zugunsten der jüngeren, technik- und internetaffinen Generation, aber der fällt eher gering aus. Jugendliche und junge Erwachsene zeigen in ihrem Alltag andere Nutzungspraktiken als die direkte Kommunikation per Video oder ausführlicher E-Mail und daher nicht selten ähnliche Unsicherheiten wie die Berater*innen. In stärkeren Maße beziehen sich diese Vorbehalte allerdings auf die Beziehungsaufnahme, die Erreichbarkeit und die Gestaltung der Kommunikation und Beratungsbeziehung. Die Effektivität der Onlineberatung – d. h. das Einhalten von Absprachen, die Umsetzung von erarbeiteten Lösungsschritten – wird am wenigsten kritisch gesehen. Auch in der Studie des nfb fanden derartige Vorbehalte am wenigsten Zustimmung (nfb 2021, S. 9) und scheinen damit in den Augen der Berater*innen und Berater eine untergeordnete Rolle zu spielen. Anders sieht es jedoch bei Regelungen und Problemen des Datenschutz aus, der in den hier präsentierten Daten eine differenzierte Einschätzung erfährt, jedoch mehrheitlich hinter anderen, wichtigeren Gesichtspunkten zurücksteht. Zwar zeigt auch die nfb-Befragung hier ein uneinheitliches Antwortverhalten innerhalb der Stichprobe, dennoch gehört dieser Themenkomplex für alle Subgruppen dort zu den wichtigsten Herausforderungen, die mit dem Ausbau digitaler Beratungsformate verbunden sind (ebd.). Womöglich liegt dies daran, dass vonseiten des nfb Beratungsorganisationen befragt wurden, die rechtlich für den Datenschutz in höherem Maße Verantwortung tragen als einzelne Mitarbeiter*innen, die sich primär innerhalb organisationaler Vorgaben bewegen und selbst wenig Einfluss auf datenschutzrechtliche Aspekte ihrer Arbeit haben.

Insgesamt bringt die Befragung dennoch einen positiven Impuls für die Fortsetzung der Digitalisierung zum Ausdruck; insbesondere wird dieser Eindruck noch einmal durch die abschließenden offenen Fragen gestärkt. Viele wünschen sich eine professionelle, gut funktionierende technische Ausstattung und die nachhaltige Lösung bestehender Technologieprobleme oder hinderlicher Vorschriften. Eine Verzerrung der Ergebnisse hin zu einer Überschätzung der positiven Bewertung der Digitalisierung in der Beratung kann nicht ausgeschlossen werden, dennoch reiht sich auch diese Untersuchung der Tendenz nach in die Studien aus jüngster Zeit ein, "die zeigen, dass sich auch auf der Ebene der Fachkräfte die Bereitschaft und die Einstellung zur Onlineberatung deutlich verändert haben" (Klein/Pulver 2020, S. 197). Zwar lassen die Daten eine exakte Quantifizierung nicht zu; die weitere Forschung sollte sich dennoch stärker auf die Identifizierung förderlicher Arbeitsumgebungen und damit verknüpfter Bereitschaft zur weiteren Ausweitung und Professionalisierung der Onlineberatung konzentrieren.

Deutlich wird jedoch auch, dass eine Minderheit den Veränderungen skeptisch bis ablehnend gegenübersteht – sei es aus einer Technikaversion heraus; sei es aus methodisch-pädagogischen Überlegungen, die zu einer Ablehnung von Onlineberatung führen; sei es aus genereller Abwehr gegenüber Neuerungen. Gemäß der vorliegenden Daten betrifft dies eine Minderheit – wobei es nicht unwahrscheinlich ist, dass diese Gruppe in der Stichprobe unterrepräsentiert ist, da die Teilnahme an einer Online-Befragung, deren Themen subjektiv ambivalent bis negativ bewertet werden, durch Angehörige dieser Gruppe vermutlich weniger erfolgt ist. Dieser Selektionseffekt könnte auch erklären, warum in dieser Befragung ältere Teilnehmende überwiegend keine größeren Vorbehalte gegenüber einer Ausweitung der Onlineberatung äußern als jüngere.

Die in dieser Untersuchung zum Ausdruck gebrachten Einschätzungen und Bewertungen geschahen unter der unmittelbaren Betroffenheit von teils massiven Einschränkungen und Veränderungen des beruflichen wie privaten Alltags seitens der Teilnehmenden wie auch der von ihnen beobachteten Ratsuchenden. Im Ergebnis liegt eine Momentaufnahme vor, deren Übertragbarkeit auf Zeiten nach der Pandemie kritisch zu beurteilen ist). Der Rückbau von Beschränkungen, die sukzessive Rückkehr zum gewohnten Alltag in Beruf und Privatleben wird die Notwendigkeit verringern, die Implementierung von Onlineberatung mit Hochdruck voranzutreiben. Bleiben die bereits entwickelten Formate im anvisierten Umfang längerfristig erhalten oder erweitern sich sogar, wird es weitreichende Gewöhnungsund Lerneffekte im Umgang mit der Technik wie mit der computervermittelten Kommunikation geben. Dies kann und muss Gegenstand zukünftiger Erhebungen sein. Wünschenswert wäre es, in anschließenden Studien das Beratungsfeld realistischer abzubilden⁶: hier sind sowohl die selbständig Beratenden, (Weiter-)Bildungsberater*innen, Berater*innen in der Studienberatung an Hochschulen und des Career Service deutlich unterrepräsentiert bzw. fehlen im letzteren Falle gänzlich. Dabei sollte die Relation von Beratungstätigkeit, Beschäftigungskontext und Einschätzungen im Mittelpunkt stehen, denn im Kern vollzieht sich die Implementation der Onlineberatung jeweils spezifisch im Kontext der organisationalen Bedingungen, v. a. geschäftspolitischer Überlegungen und finanzieller Spielräume. Wie hier bereits mehrfach angeklungen, sind für die erfolgreiche Gestaltung dieses Transformationsprozesses zusätzliche organisations- und prozessbezogene Kompetenzen seitens der Berater*innen notwendig (vgl. Stanik/Maier-Gutheil 2020), da es keine Blaupausen für eine effektive Implementation digitaler Beratungsangebote in der Bildungs-, Studien- und Berufsberatung gibt.

_

⁶ Voraussetzung dafür wäre eine aktuelle Bestandsaufnahme über die gesamte Beratungslandschaft wie sie in der sog. Rambøllstudie (BMBF 2007) zum ersten Mal versucht wurde. Erst anhand dessen kann die Grundgesamtheit und die Repräsentativität einzelner Gruppen eingeschätzt werden.

Fachlich sind die methodisch-didaktischen Transfers, die Eignungsbedingungen bzw. Grenzen von Onlineberatungsformaten bei bestimmten Zielgruppen und/oder bei bestimmten Themen und Anliegen von besonderem Interesse. Im Feld der Bildungs-, Studien- und Berufsberatung haben Onlineberatungsformate noch nicht ihre Gestalt, ihren spezifischen Ort gefunden; wie auch ihre Limitierungen bisher kaum evidenzbasiert eingeschätzt werden können. Gerade hinsichtlich der Verwendung der verschiedenen Kommunikationsformate (Mail, Video, Chat) existieren noch zu wenige Studien, die deren Einsatz im feldspezifischen Beratungsgeschehen beleuchten. Eng damit verknüpft sind Fragen nach den methodischen Kompetenzen von Berater*innen, ihrer Fähigkeit, digitale Kommunikations- und Beratungsmethoden zu adaptieren sowie die Abhängigkeit dieser professionellen Kompetenzebene vom soziodemographischen Hintergrund, aber auch der fachlichen Ausbildung und der bisherigen Berufsbiografie der Berater*innen. Sehr unterstützenswert erscheinen die bereits existierenden Bestrebungen, spezifische Kompetenzmodelle für die Onlineberatung zu entwickeln (vgl. Stanik/Rott 2021).

Welche Kompetenzdefizite bzw. Entwicklungsbedarfe unter den Berater*innen derzeit bestehen, bringen die Daten der vorliegenden Studie sehr gut zum Ausdruck, denn von den meisten Befragten wird telefon- und computervermittelte Kommunikation als "anders" und teilweise auch "defizitär" im Vergleich zum persönlichen Gespräch unter Anwesenden wahrgenommen und bewertet. Joachim Wenzel hat den notwendigen Kompetenzsprung vor Jahren bereits als Ausweitung professioneller Handlungskompetenz auf interpersonelle Kommunikation allgemein (d. h. auch unter Einsatz unterschiedlicher technischer Medien) und damit weg von der Konzentration auf das direkte Gespräch beschrieben. (Wenzel 2013 in Stanik/Maier-Gutheil 2020, S. 57). Im Kern konnten durch diese Befragung die Ergebnisse der nfb-Umfrage wie auch der internationalen Studien mittels einer soliden Datenbasis bestätigt werden – auch wenn darin das Feld der BBB-Beratung nicht repräsentativ erfasst ist. Dennoch erlaubt die Aufschlüsselung nach Arbeitgebern differenzierte Einblicke in die Arbeitssituation in verschiedenen Teilbereichen und kann auch signifikante Unterschiede in der Bewältigung der pandemieinduzierten Herausforderungen aufzeigen. Durch die direkte Befragung von Beraterinnen und Beratern ist deren Perspektive auf die voranschreitende Mediatisierung ihres beruflichen Tätigkeitsfeldes wie auch das Erleben der Pandemiebewältigung deutlich besser sichtbar geworden.

Die nun anschließende Konsolidierung der digital unterstützten Beratungsangebote sollte aus Gründen der Professionalisierung von den Fachverbänden der BBB-Beratung – z. B. dem Deutschen Verband für Bildungs- und Berufsberatung (dvb), der Gesellschaft für Information, Beratung und Therapie an Hochschulen (GIBeT), dem nfb und anderen (Knickrehm/Thiel 2021, S. 87 ff.) – aktiv begleitet werden und in einen innerfachlichen Austausch münden, der die Herausforderungen der Onlineberatung fokussiert. Hierdurch kann eine organisationsübergreifende, nachhaltige und qualitätvolle Entwicklung von Kompetenzen und Rahmenbedingungen in den Beratungseinrichtungen entstehen und eine systematische Evaluation der Prozesse angestoßen werden.

8. Literaturverzeichnis

Blaich, Ingo (2018): Blended Counseling in der Studienberatung? Bedarf und Chancen digitaler Beratungsangebote. In: *Zeitschrift für Beratung und Studium* 13 (2), S. 56–62.

BMBF 2007: Bestandaufnahme in der Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung und Entwicklung grundlegender Qualitätsstandards. Abschlussbericht. Online verfügbar unter: https://www.bmbf.de/bmbf/shared-docs/downloads/files/berufsbildungsforschung.pdf;jsessio-nid=7ED84A72B321BE7FBA784B9EA6C05500.live381?_blob=publicationFile&v=1 zuletzt geprüft am 08.10.2021

Brunner, Alexander (2011): Theoretische Grundlagen der Online-Beratung. In: Stefan Kühne und Gerhard Hintenberger (Hg.): Handbuch Online-Beratung. Psychosoziale Beratung im Internet. 2. Aufl. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 27–46.

Cedefop (2020): Note on lifelong guidance and the COVID-19 pandemic: Responses from Cedefop's CareersNet. Online verfügbar unter https://www.cedefop.europa.eu/files/2020-05-27-llg-and-pandemic cnet-b.pdf, zuletzt geprüft am 20.09.2021.

- Cedefop; OECD; UNESCO; European Training Foundation (ETF); International Centre für Career Development and Public Poliy (ICCDPP); International Labour Organisation (ILO) (2020): Career guidance policy and practice in the pandemic: results of a joint international survey June to August 2020. Luxemburg. Online verfügbar unter https://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/4193, zuletzt geprüft am 20.09.2021.
- Engel, Frank (2019): Beratung unter Onlinebedingungen. In: Stephan Rietmann, Maik Sawatzki und Mathias Berg (Hg.): Beratung und Digitalisierung. Zwischen Euphorie und Skepsis, Bd. 15. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (Soziale Arbeit als Wohlfahrtsproduktion), S. 3–39.
- Engelhardt, Emily; Storch, Stefanie D. (2013): Was ist Onlineberatung? Versuch einer systematischen begrifflichen Einordnung der "Beratung im Internet". In: *e-beratungsjournal.net* 9, S. 1–12. Online verfügbar unter https://e-beratungsjournal.net/ausgabe-0213/engelhardt-storch.pdf, zuletzt geprüft am 22.09.2021.
- Engelhardt, Emily M. (2018): Lehrbuch Onlineberatung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Gehrmann, Hans-Joachim (2010): Onlineberatung eine Herausforderung für die Soziale Arbeit. In: Georg Cleppien und Ulrike Lerche (Hg.): Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 105–115.
- Haley, Melinda; Bourgois, Anne Laure; Gelgand, Jessica C. (2013): Technology and Counseling. In: David Capuzzi und Douglas R. Gross (Hg.): Introduction to the Counseling Profession. 6. Aufl. New York: Taylor and Francis, S. 176–202.
- Hirschi, Andreas (2018): Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB). Bericht im Auftrag des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI im Rahmen des Projekts «Berufsbildung 2030 Vision und Strategische Leitlinien». Hg. v. Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation. Bern. Online verfügbar unter https://www.sbfi.admin.ch/dam/sbfi/de/dokumente/2018/05/Bericht BSLB BB2030.pdf.down-load.pdf/Bericht BSLB BB2030.pdf.
- Kaleci, Gökhan (2020): Distance Counseling in Zeiten sozialer Isolation Nutzungsmöglichkeiten für Arbeitsagenturen und die mit ihnen verbundenen privaten Bildungseinrichtungen und -träger. Masterarbeit. Donau Universität Krems, Krems.
- Klein, Alexandra; Pulver, Caroline (2020): Onlineberatung. In: Nadia Kutscher, Thomas Ley und Udo Seelmeyer (Hg.): Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim: Beltz Juventa, S. 190–200.
- Knatz, Birgit; Dodier, Bernard (2021): Mailen, chatten, zoomen. Digitale Beratungsformen in der Praxis. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Knickrehm, Barbara; Thiel, Rainer (2021): Fachliche Netzwerke und Interessenvertretung. In: Tillmann Grüneberg, Ingo Blaich, Juliane Egerer et al. (Hg.): Handbuch Studienberatung. Berufliche Orientierung und Beratung für akademische Bildungswege, Band 1. Bielefeld: UTB; wbv Media, S. 87–94.
- Kühne, Stefan; Hintenberger, Gerhard (2020): Onlineberatung und -therapie in Zeiten der Krise. Ein Überblick. In: *e-beratungsjournal.net* 16 (1), S. 33–45. Online verfügbar unter http://www.e-beratungsjournal.net/wp-content/uploads/2020/03/kuehne_hintenberger.pdf.
- Lüken-Klaßen, Doris; Neumann, Regina; Elsas, Susanne (2020): kontakt. *los!* Bildung und Beratung für Familien während der Corona-Pandemie. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb-Materialien, 2). Online verfügbar unter www.ifb.bayern.de.
- nfb Nationales Forum Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung (Hg.) (2021): Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die BBB-Beratung. Ergebnisse und erste Schlussfolgerungen einer Mitgliederbefragung des nfb. Online verfügbar unter https://www.forum-beratung.de/wp-content/uploads/2021/02/MS Endfassung-Auswertungsbericht https://www.forum-beratung.de/wp-content/uploads/2021/02/MS Endfassung-Auswertungsbericht https://www.forum-beratung.de/ 20210201 https://www.forum-beratung.de/ Endfassung-Auswertungsbericht https://www.forum-beratung.de/ 20210201 https
- Oberwasserlechner, Barbara (2020): Perspektiven der Online-Bildungsberatung. In: *Bildungsberatung im Fokus* (1), S. 7–8. Online verfügbar unter https://erwachsenenbildungsberatung.im-fokus/Nachgefragt-Digitalisierung in Zeiten von Corona.pdf?m=1594285762&, zuletzt geprüft am 25.09.2021.
- Stanik, Tim; Maier-Gutheil, Cornelia (2020): Bildungsberatung in Beschäftigung und Weiterbildung im Kontext der Digitalisierung. In: *Hessische Blätter für Volksbildung* 70 (3), S. 55–64. DOI: 10.3278/HBV2003W006.

Stanik, Tim; Rott, Karin Julia (2021): Online-Kompetenzen für die Bildungsberatung - Ergebnisse einer explorativen Studie. In: Christian Bernhard-Skala, Ricarda Bolten-Bühler, Julia Koller, Matthias Rohs und Johannes Wahl (Hg.): Erwachsenenpädagogische Digitalisierungsforschung. Impulse - Befunde - Perspektiven. Bielefeld: wbv Media, S. 189–204.

9. Tabellen-Anhang

Tabelle 4: Beruflicher Hintergrund der Befragungsteilnehmer*innen

Beruflicher Hintergrund	N	Prozent	Prozent der Fälle
Arbeitgeber: Arbeitsagentur	367	52,4%	53,7%
Arbeitgeber: Jobcenter	100	14,3%	14,6%
Arbeitgeber: Hochschule	116	16,5%	17,0%
Arbeitgeber: Anderer Bildungsträger	32	4,6%	4,7%
Arbeitgeber: Kommunale (Weiter-)Bildungsberatung	23	3,3%	3,4%
Arbeitgeber: Sozialunternehmen	14	2,0%	2,0%
Arbeitgeber: Wirtschaftsunternehmen	5	0,7%	0,7%
Arbeitgeber: Anderer	44	6,3%	6,4%
Gesamt	701	100,0%	102,6%

Tabelle 5: Altersgemäße Zusammensetzung der Stichprobe

Altersgruppe	Häufigkeit	Prozent
<30 J.	34	4,9
30-39 J.	157	22,7
40-49 J.	186	26,8
50-59 J.	224	32,3
>60 J.	92	13,3
Gesamt	693	100

Tabelle 6: Welche Zielgruppen werden beraten? (Mehrfachantworten möglich, in %)

Zielgruppen	N	Prozent der Fälle
Jugendliche/Berufserstwähler*innen/ Studieninteressierte	489	70,8
Studierende und/oder Studienabsolvent*innen	284	41,1
Migrant*innen	261	37,8
Erwachsene in Umorientierungsphasen	227	32,9
Erwachsene Arbeitslose	215	31,1
Menschen mit Beeinträchtigungen	196	28,4
Frauen	175	25,3
Personen 55+	124	17,9
Beschäftigte in Betrieben	115	16,6
Betriebe/Organisationen	60	8,7
Andere	38	5,5
Gesamt	2184	316,10

Tabelle 7: Welche Zielgruppen werden beraten? (differenziert nach Arbeitgeber, Mehrfachantworten möglich, in %)

	Arbeitgeber			
Zielgruppen	Bundesagentur für Arbeit	Andere Arbeitge- ber		
Jugendliche/Berufserstwähler*innen/Studieninteressierte	86,4	52,8		
Studierende und/oder Studienabsolvent*innen	31,6	52,5		
Erwachsene Arbeitslose	20,2	43,3		
Erwachsene in Umorientierungsphasen	18	49,4		
Migrant*innen	30,5	45,7		
Menschen mit Beeinträchtigungen	21,8	35,6		
Beschäftigte in Betrieben	8,7	25,5		
Betriebe/Organisationen	4,4	13,5		
Frauen	14,7	37,1		
Personen 55+	8,2	28,8		
Andere	3,5	7,7		

Tabelle 8: Stand der Digitalisierung vor Pandemiebeginn März 2020

	Häufig- keit	Prozent
Der Aufbau digitaler Beratung stand noch ganz am Anfang.	327	47,2
Es befand sich mitten im Aufbau digitaler Angebote.	115	16,6
Digitale Beratungsangebote waren schon umfangreich etabliert.	27	3,9
Es gab vorher keine digitalen Beratungsangebote.	221	31,9
Gesamt	693	100

Tabelle 9: Stand der Digitalisierung differenziert nach Arbeitgeber (in %)

	Arbeits- agentur	Job- center	Hoch- schule	anderer Bil- dungs-trä- ger	Kommunale Weiter-bil- dung
	N=366	N=100	N=115	N=32	N=22
Der Aufbau digitaler Beratung stand noch ganz am Anfang.	48,4	48	45,2	46,9	40,9
Es befand sich mitten im Aufbau digitaler Angebote.	14,8	22	19,1	21,9	27,3
Digitale Beratungsangebote waren schon umfangreich etabliert.	1,6	4	4,3	15,6	4,5
Es gab vorher keine digitalen Beratungsangebote.	35,2	26	31,3	15,6	27,3

Tabelle 10: Einstellung der Präsenzangebote im 1.Lockdown März-Mai 2020

	N	Prozent
Ja, komplett	500	72,2
Ja, teilweise	168	24,2
Nein	24	3,5

Tabelle 11: Welche Kommunikationsmedien wurden während des 1. Lockdowns (März-Mai 2020) genutzt? Differenziert nach Arbeitgeber, Mehrfachantworten möglich (in %)

	Telefon- beratung	Mailberatung	Videoberatung	Chatberatung
Bundesagentur für Arbeit	99,7	58,3	50,4	4,4
Jobcenter	99,0	70,0	6,0	4,0
Hochschule	94,8	89,7	90,5	31,0
Kommunale (Weiter-) Bil- dungseinrichtung	100,0	87,0	69,6	34,8
Andere Bildungsträger	88,2	78,4	56,9	17,6
Sonstige	90,9	65,9	77,3	18,2

Tabelle 12: Verwendete Tools zur Videoberatung während der Lockdowns 2020/21 (absolut und in %)

	Häuf	igkeiten 1. I	Lockdown	Hä	iufigkeiten 2. l	ockdown
Tools	Antv	vorten	Prozent	Ar	ntworten	Prozent der
Tools	N	Prozent	der Fälle	N	Prozent	Fälle
Zoom	172	17,0	28,2	175	17,0	27,2
Microsoft Teams	91	9,0	14,9	116	11,2	18,0
BigBlueButton	83	8,2	13,6	90	8,7	14,0
GoToMeeting	20	2,0	3,3	16	1,6	2,5
Beranet	10	1,0	1,6	6	0,6	0,9
Google Meet oder Google Duo	3	0,3	0,5	2	0,2	0,3
Skype oder Skype for Business	352	34,7	57,6	382	37,0	59,4
Jitsi Meet	52	5,1	8,5	41	4,0	6,4
WebEx	77	7,6	12,6	72	7,0	11,2
Adobe Connect	24	2,4	3,9	6	0,6	0,9
Sonstige	129	12,7	21,1	126	12,2	19,6
Gesamt	1013	100,00%	165,80%	1032	100%	160%

Tabelle 13: Veränderung des Angebots nach Aufhebung des 1. Lockdowns (Mai-November 2020, absolut und in %; Mehrfachantworten möglich)

	N	Prozent der Fälle
Seit März gab es durchgehend keine Präsenzberatungen mehr.	187	27,1
Es werden seither deutlich weniger Präsenzberatungstermine/-formate angeboten.	399	57,7
Es wurde (soweit zulässig) zum gewohnten Umfang an Präsenzberatungen zurückgekehrt.	106	15,3
Umfang der digitalen Beratung wurde beibehalten.	76	11,0
Umfang der digitalen Beratung wurde ausgebaut.	395	57,2
Es wurde mehrheitlich per Telefon beraten.	485	70,2
Gesamt	1648	238,5

Tabelle 14: Veränderung des Angebots ab Mai 2020, differenziert nach Arbeitgeber (in %, Mehrfachantworten möglich)

	Arbeits- agentur	Job- center	Hoch- schule	anderer Bil- dungsträger	Kommu- nale Wei- terbildung
Umfang der digitalen Beratung wurde beibehalten	4,6	8	27,8	19,6	30,4
Umfang der digitalen Beratung wurde ausgebaut	65,4	27	62,9	37,3	65,2
Rückkehr zum normalen Beratungsangebot	11,2	4	9,5	51,0	47,8
Reduktion der Präsenzberatung	65,7	79	28,4	39,2	56,5
Keine Präsenzberatungen	22,9	18	62,1	9,8	4,3
Es wurde mehrheitlich per Telefon beraten	82	94	47,4	35,3	39,1

Tabelle 15: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (Mehrfachantworten möglich, Häufigkeit und in %)

	N	Prozent der Fälle
Es gab keine weiteren Veränderungen im zweiten Lockdown.	205	29,7
Die Präsenzberatung wurde wieder eingestellt.	368	53,3
Es wurde erstmals auf Fernberatung (Video/Chat-/Telefonberatung) umgestellt.	89	12,9
Die Fernberatung (Video-/Chat-/Telefonberatung) wurde noch umfangreicher angeboten.	360	52,2
Das Beratungsangebot wurde vorübergehend komplett eingestellt.	10	1,4
Gesamt	1032	149,60

Tabelle 16: Veränderungen des Angebots im zweiten Lockdown ab November 2020 (in %, Mehrfachantworten möglich)

	Arbeits- agentur	Job- center	Hoch- schule	anderer Bil- dungsträger	Kommu- nale Wei- terbildung
Es gab keine weiteren Veränderungen im zweiten Lockdown.	14,2	26,5	57,8	37,3	21,7
Die Präsenzberatung wurde wieder eingestellt.	60,8	49	32,8	51,0	69,6
Es wurde erstmals auf Fernberatung (Video/Chat-/Telefonberatung) umgestellt.	20,2	5,0	1,7	7,8	4,3
Die Fernberatung (Video-/Chat-/Telefonberatung) wurde noch umfangreicher angeboten.	66,8	23,0	36,2	45,1	47,8
Das Beratungsangebot wurde vorübergehend komplett eingestellt.	0,5	2,0	0,0	0,0	4,3

Tabelle 17: Einschätzung digitaler Beratungsformate durch Zielgruppen (in %)

Zielgruppen	positiv	teils- teils	ablehnend	N
Jugendliche/Berufserstwähler*innen/Studieninteressierte	49,0	47,9	3,1	518
Studierende und/oder Studienabsolvent*innen	69,1	29,1	1,9	375
Erwachsene Arbeitslose	22,6	65,0	12,4	226
Erwachsene in Umorientierungsphasen	32,3	61,2	6,5	263
Migrant*innen	22,1	52,3	25,6	308
Menschen mit Beeinträchtigungen	26,6	56,5	16,9	207
Beschäftigte in Betrieben	48,2	48,2	3,6	137
Betriebe/Organisationen	58,0	38,5	3,5	143
Frauen	37,2	59,8	3,0	234
Personen 55+	15,6	53,2	31,2	173
Andere	24,1	59,3	16,7	54

Tabelle 18: Vorbehalte gegenüber Onlineberatung bei Beratern, Kollegen oder Vorgesetzten (in %)

	Häufigkeit Prozent	
Nein	255	36,8
Ja	437	63,1
Gesamt	692	99,9
Gesamt	693	100,0

Tabelle 19: Vorbehalte gegenüber Digitalisierung der Beratung, differenziert nach Arbeitgeber, (in %)

Bundesagen- tur für Arbeit	Jobcenter	Hochschulen	Kommunale (Weiter-) Bil- dungseinrichtung	Andere Bil- dungsträger	Sonstige
66,5	76,0	57,4	34,0	50,0	57,1

Tabelle 20: Vorbehalte gegenüber Distanzberatung seitens der Berater*innen (in %, Mehrfachantworten möglich)

	N	Prozent der Befragten	% der Nennungen
Atmosphärische Einschränkungen der Medien	339	26,9	48,9
Methodische Einschränkungen der Medien	279	22,2	40,3
Datenschutz	232	18,4	33,5
Technischer Aufwand	164	13,0	23,7
Sonstige	117	9,3	16,9
Einarbeitungszeit	99	7,9	14,3
Kosten	28	2,2	4,0
Gesamt	1258	100,00%	181,60%

Tabelle 21: Vorbehalte gegen die Distanzberatung, differenziert nach Geschlecht (in %, Mehrfachantworten möglich)

Vorbehalte	weiblich	männlich
Sonstige	14,1	23,1
Technischer Aufwand	26,4	18,5
Methodische Einschränkungen der Medien	40	39,5
Kosten	4,6	2,6
Einarbeitungszeit	16,5	8,7
Datenschutz	34,5	29,7
Atmosphärische Einschränkungen der Medien	49,2	47,2

Tabelle 22: wahrgenommene Vorbehalte wg. Datenschutz bei sich selbst oder im beruflichen Umfeld, nach Alter der Befragten (in %)

		Alter					Gesamt
		< 30 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	> 60 J.	
abgelehnt	Anzahl	19	94	118	157	73	461
	% innerhalb von Alter	55,9%	59,9%	63,4%	70,1%	79,3%	66,5%
zugestimmt	Anzahl	15	63	68	67	19	232
	% innerhalb von Alter	44,1%	40,1%	36,6%	29,9%	20,7%	33,5%

Tabelle 23: Korrelationskoeffizient (Spearman) zwischen Alter der Befragten und geäußerten Vorbehalten gegen Onlineberatung

	Kosten	Technischer Aufwand	Einarbeitungs- zeit	Methodische Ein- schränkungen der Medien	Atmosphärische Einschränkungen der Medien	Daten- schutz	Sonstige
Alter (Kor- Koeff.)	-,059	-,059	-,038	-,070	-0,86*	-0,137**	-,003
N	693	693	693	693	693	693	693

Tabelle 24: Anzahl der pro Person geäußerten Vorbehalte (Häufigkeiten und in %)

Anzahl	Häufigkeit	Prozent
0	226	32,6
1	80	11,5
2	147	21,2
3	127	18,3
4	74	10,7
5	28	4,0
6	10	1,4
7	1	,1
Gesamt	693	100,0

Tabelle 25: Gründe für die Ablehnung digitaler Beratungsangebote durch Ratsuchende (Mehrfachantworten möglich)

	N	Prozent	% der Fälle
fehlende technische Ausstattung (PC, Internet o.ä.)	418	30,6	68,3
zu geringe Vertrautheit im Umgang mit Smartphone/PC & Internet	251	18,3	41,0
Probleme seitens der Anbieter (Verfügbarkeit, Tools etc.)	118	8,6	19,3
Vorbehalte gegen über der Datensicherheit	95	6,9	15,5
klare Bevorzugung der Präsenzberatung	393	28,7	64,2
Sonstiges	93	6,8	15,2
Gesamt	1368	100,0	223,5

^{*.} Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).
**. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Tabelle 26: Vorbehalte gegenüber Onlineberatung nach Einschätzung der Berater*innen, differenziert nach Zielgruppen (in %)

Vorbehalte	Jugendli- che/ Be- rufserst- wähler/ Studienin- teressierte	Studie- rende & Absolven- ten	Arbeits- lose Er- wachsene	Erwach- sene in Umorien- tierungs- phasen	Migran- ten	Men- schen mit Beein- trächti- gungen	Be- schäf- tigte in Be- trie- ben	Frauen	Perso- nen 55+
zu geringe Ver- trautheit im Umgang mit Smartphone/PC & Internet	29,4	<u>25,7</u>	54,9	44,1	46,7	45,4	48,7	44,6	58,9
Vorbehalte ge- gen über der Datensicherheit	10,4	13,7	20,0	22,5	17,6	19,9	23,5	16,6	24,2
fehlende tech- nische Ausstat- tung (PC, Inter- net o.ä.)	59,1	<u>50,7</u>	73,5	63,0	72,4	65,3	65,2	66,9	71,8
klare Bevorzu- gung der Prä- senzberatung	57,9	59,9	58,6	59,0	61,7	65,8	60,0	60,0	59,7
Probleme sei- tens der Anbie- ter (Verfügbar- keit, Tools etc.)	17,6	13,4	17,7	15,4	17,0	19,9	18,3	17,7	17,0

Tabelle 27: Einschätzung der Herausforderungen für die digitale Beratung (in %)

Herausforderung	gering	mittel	groß
technische Ausstattung der Berater*innen	28,5	27,8	43,8
technischer Support innerhalb der Beratungsstellen	31,7	28,1	40,3
technische Ausstattung der Ratsuchenden	16,3	28,2	55,5
Kompetenzen der Beratenden im Umgang mit digitalen Medien	26,9	34,8	38,3
Kompetenzen der Ratsuchenden im Umgang mit digitalen Medien	29,6	31,3	39,2
Beziehungsaufbau zu den Ratsuchenden	19,7	21,1	59,2
Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit des Beratungsergebnisses bzw. der Vereinbarungen	34,2	24,6	41,1
Entwicklung neuer Konzepte für die digitale Beratung	15,1	28,2	56,7
Transfer etablierter Beratungskonzepte für die digitale Kommuni- kation	16,1	27,1	56,8
Datenschutz	20,7	24,2	55,0

Tabelle 28: Quantitative Verschiebungen im Beratungsaufkommen (in %)

Beratungsthemen	häufiger gewor- den	seltener ge- worden	Kann ich nicht beur- teilen
Arbeitslosigkeit & Bezug von ALG I oder II	37,5	3,9	53,1
Kurzarbeit/Kurzarbeitergeld	39,2	0,6	54,5
Berufsorientierung an Schulen	15	47,5	33,9
Fragen zur Bewerbung	42,1	30,7	23,2
Elternzeit	3,9	9,7	79,7
duale/schulische Berufsausbildung	26,1	25,3	43,4
Hochschulstudium	23,8	19,3	51,8
Eintritt in den Arbeitsmarkt	26	17,9	52,4
berufliche Neuorientierung	36,2	13,4	44,2
berufliche Rehabilitation nach Krankheit	12,1	8,9	71,4
(Vor-)Ruhestand	3,6	4,2	84,6
Informationen über den Arbeitsmarkt	40,7	11,5	41,3
weiterführenden Schulbesuch	34,9	12,7	47,3
Gestaltungskompetenzen für individuelle Berufslaufbahn	29,1	11,8	51,9

Tabelle 29: Neue Themen in der Beratung (gruppiert, absolut und in % der Nennungen)

Themen	Anzahl	%
Studien-/Berufsorientierung, Überbrückung, berufl. Alternativensuche, Praktikum	98	24,0
Online-Lehre, digitales Studieren, Studienabbruch, Studienfinanzierung	74	18,1
Berufliche Um-/Neuorientierung	28	6,8
Existenzängste + Sorgen um berufl. Entwicklung	61	14,9
Psychische Folgen der Pandemie: Ängste, Einsamkeit, Depression, Motivationsmangel	64	15,6
Auswirkungen der Pandemie allg. (Alltag, Gesellschaft)	34	8,3
Home Schooling, Lernschwierigkeiten	29	7,1
Leistungsbezug, Bildungsmaßnahmen	17	4,2
Sonstiges	4	1,0

Tabelle 30: Veränderung der persönlichen Beanspruchung/Arbeitsbelastung während der Pandemie (in %)

Ausmaß der Veränderung	Prozent
Verringerte Beanspruchung	19,8
Gleiche Beanspruchung	21,0
Vermehrte Beanspruchung	52,4
Sonstige Bemerkungen	13,0
Nicht beantwortet	5,1

Tabelle 31: Veränderung der Arbeitsbelastung (differenziert nach Arbeitgeber, in %)

Arbeitgeber	Verringerte Beanspru- chung	Gleiche Bean- spruchung	Vermehrte Be- anspruchung
Bundesagentur für Arbeit	20,6	18,6	44,8
Jobcenter	13,7	27,4	51,6
Hochschule	15,8	21,1	50,9
Kommunale (Weiter-)Bildungseinrichtung	27,3	27,3	40,9
Andere Bildungsträger	14,6	19,5	63,4
Sonstige	13,3	22,2	64,4

Tabelle 32: ausgewählte Veränderungen infolge der Pandemie (in %)

Veränderung	Prozent
Die Arbeitsanforderungen für den/die Einzelne*n sind gestiegen.	55,5
Es werden neue Beratungsangebote geschaffen	52,2
Das Arbeitsaufkommen für den/die Einzelne*n ist gestiegen.	44,5
Es werden neue Stellen eingerichtet.	12,6
Es werden bisherige Angebote eingestellt.	11,1

Tabelle 33: Auswirkungen der Pandemie auf die Entwicklung der Beratungsstelle/Beratungsangebots, differenziert nach Arbeitgeber (Mehrfachantworten möglich, in %)

	Bundes- agentur für Arbeit	Job- center	Hoch- schule	Kommu- nale (Wei- ter-)Bil- dungsein- richtung	Anderer Bildungs- träger	Sonstige
Abbau von Arbeitsplätzen	3,5	6,0	11,2	4,3	7,8	4,5
Neuschaffung von Stellen	16,3	6,0	3,4	8,7	13,7	11,4
Neuschaffung von Beratungsangeboten	52,0	31,0	63,8	30,4	29,4	31,8
Einstellung bisheriger Angebote	8,4	8,0	16,4	8,7	19,6	9,1
Arbeitsaufkommen ist gestiegen	40,9	33,0	45,7	34,8	37,0	36,4
Arbeitsaufkommen ist gesunken	7,9	3,0	10,3	4,3	25,5	2,3
Arbeitsanforderungen sind gestiegen	53,7	30,0	54,3	52,2	41,2	40,9
Arbeitsanforderungen sind gesunken	1,1	1,0	4,3	0,0	39,2	2,3
keine Auswirkungen er- wartet	2,7	4,0	9,5	26,1	15,7	13,6
Trifft nicht zu	13,4	29,0	2,6	8,7	5,9	18,2

Tabelle 34: Persönlicher Weiterbildungsbedarf während der Corona-Pandemie (gruppiert, absolut und in %, Mehrfachnennungen möglich)

Weiterbildungsthemen (Gruppierung der offenen Nennungen)	N	Prozent der Nennungen
Technik und Tools für digital gestützte Beratungen	490	72,4
Didaktische Hinweise zu digital gestützten Beratungen	477	71,1
Informeller Erfahrungsaustausch/ Arbeitskreis zu digital gestützten Beratungen	385	56,9
Psychosoziale Aspekte der Pandemie	419	61,9
Weitere	33	4,9

Tabelle 35: Anzahl der Antworten pro Befragten (Häufigkeit und in %)

Anzahl	Häufigkeit	Prozent
0	10	1,4
1	103	14,9
2	135	19,5
3	211	30,4
4	113	16,3
5	115	16,6
6	6	0,9
Gesamt	693	100,0

Tabelle 36: Teilnahme an Weiterbildung während der Pandemie (in %)

Antworten	In %
Nein, ich hatte keinen Bedarf.	7,5
Nein, ich hatte keine Zeit.	15,6
Nein, ich habe kein passendes Angebot gefunden.	16,5
Nein, mein Arbeitgeber hat mir dies nicht ermöglicht.	9,4
Ja, zu folgenden Themen:	49,4

Tabelle 37: Häufigkeit der Fortbildungsveranstaltungen während der Pandemie (in %)

Zu welchem Thema?	Anzahl	Prozent
IT, (Video-) Beratungstools	187	53,4
Digitale Beratung/Methoden/Didaktik	88	25,2
Telefonische Beratung	24	6,9
Informeller Austausch	25	7,2
Sonstiges	25	7,2

Tabelle 38: Häufigkeiten der Nennungen (kategorisiert) zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beratung (absolut und in %)

Zusammenfassende Kategorien der Einzelantworten (N=405)	N	Prozent
positive Bewertung	124	30,6
Schlechtere Erreichbarkeit von Zielgruppen	100	24,7
Fehlende Orientierung, höhere Unsicherheit, Belastungen & Ängste bei Ratsuchenden	55	13,6
Ausbau Digitalisierung/Gewöhnung an Fernberatung	45	11,1
eher negative Einschätzung Digitalisierung/Fernberatung	43	10,6
explizite Wertschätzung der Präsenzberatung	38	9,4
Bessere Erreichbarkeit von Zielgruppen	33	8,1
Verstärkung von Benachteiligung ohnehin benachteiligter sozialer Gruppen	23	5,7
Steigender Beratungsbedarf	20	4,9
Qualitätsminderung (digitaler) Fernberatung	19	4,7