JLU
NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIESSEN

Beratung im Spiegel der Gesellschaft: Empirische Impulse für eine gerechtere Praxis

26.09.2015 Mannheim

Dr. Martin Reuter und Caroline Dietz M.A.

Institut für Erziehungswissenschaft – Professur für Weiterbildung

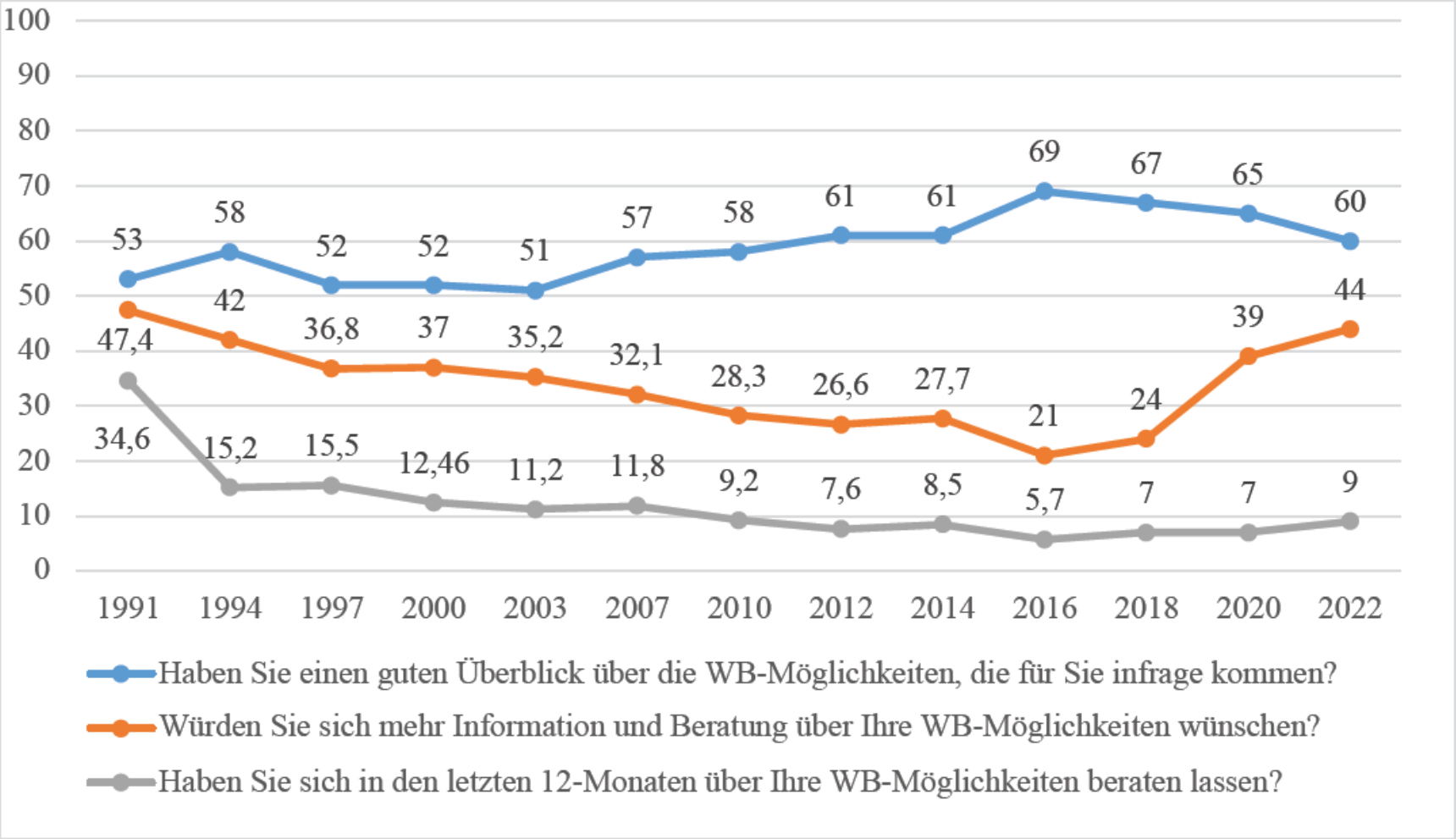
Agenda

- Input (35 Min.): Empirische Einsichten in Bedeutungen und Erwartungen der Bildungsberatung aus Bevölkerungsperspektive (20 Min.)
  - Rückfragen zum Input (10 Min.)
- World Café (55 Min.)
  - Einführung und Gruppenbildung (10 Min.)
  - Arbeitsphase an Stationen (25 Min.)
  - Vorstellung im Plenum und Gesamtfazit (20 Min.)
- Pause (10 Min.)

Ausgangslage und Forschungsstand

- **Beratung** in Bildung, Beruf und Beschäftigung (BBB-Beratung)
  - Lebensphasenübergreifendes, professionelles Unterstützungsangebot für Menschen jeden Alters und jeder Lebenssituationen
  - Durch die Beratung sollen Ratsuchende ihre Fähigkeiten, Kompetenzen und Interessen erkennen und gezielt für ihre persönliche und berufliche Entwicklung einsetzen können.
  - Beratung kann ein relevanter Faktor zur Steigerung der Weiterbildungsbeteiligung sein (Bilger & Koubek, 2024; Käpplinger, 2020; Weiß, 2008)
  - Aber, Beratung darf nicht als politisches Steuerungsinstrument „missbraucht“ werden; Keine Regulierung von Entscheidungen durch Arbeitsmarkt-/Wirtschaftslage (Käpplinger, 2016)

Nutzungsdaten zur Weiterbildungsberatung in AES/BSW in Prozent (Basis: 18- bis 64-Jährige)



Dietz et. al., 2025, S. 156
(in Anlehnung an Käpplinger, 2020, S. 181)

Ausgangslage und Forschungsstand

- **Fehlendes explizites Beratungs-Monitoring**
  - keine repräsentativen Beratungsstudien oder kontinuierliches Monitoring

    → erschwert Lageeinschätzung (Bilger & Käpplinger, 2022; Craney & Schober, 2024; Käpplinger, 2020; Schober & Käpplinger, 2017)

- Die **Bedingungen der Möglichkeit für die Inanspruchnahme** von Weiterbildungsberatung wurden kaum betrachtet:
  - Welche Rolle spielt Beratung in Biografien?
  - Welche Beratungsmöglichkeiten sind überhaupt bekannt?
  - Welches Verständnis/Vorstellungen von Beratung existieren?

Qualitatives Untersuchungsdesign

BMBF-gefördertes Projekt „Lebensbegleitendes Lernen und Weiterbildungsberatung“ (2021 – 2024, Käpplinger et al. 2025)

- Projektleitung Prof. Dr. Bernd Käpplinger, Professur für Weiterbildung, JLU Gießen

Arbeitspakete M3/M6: Leitfadengestützte Fokusgruppen

(Erhebungszeitraum September 2022, Dezember 2023)

- **Fokusgruppen:**
  - festgelegte Themen und Inhalte im Zentrum der Analyse (Flick 2012, S. 250f.; Bär et al., 2020, S. 210; Schäffer, 2012, S. 350
  - audiobasierte Dokumentation
- **Datenauswertung:**
  - inhaltsanalytisch-fokussiert, pro Gruppe nach Kategoriensystem

Erkenntnisinteresse/ Analysekategorien
Fokusgruppen

• Bisherige Beratungserfahrungen, -bereitschaft und -erwartungen in Bezug auf:
  • Anlässe (berufl./privat)
  • Themen und Inhalte
  • Formate
  • Anbieter
  • Zugänge
  • BMBF-Infotelefon etc.
• Zukünftige Wünsche an Beratung

Qualitatives Untersuchungsdesign

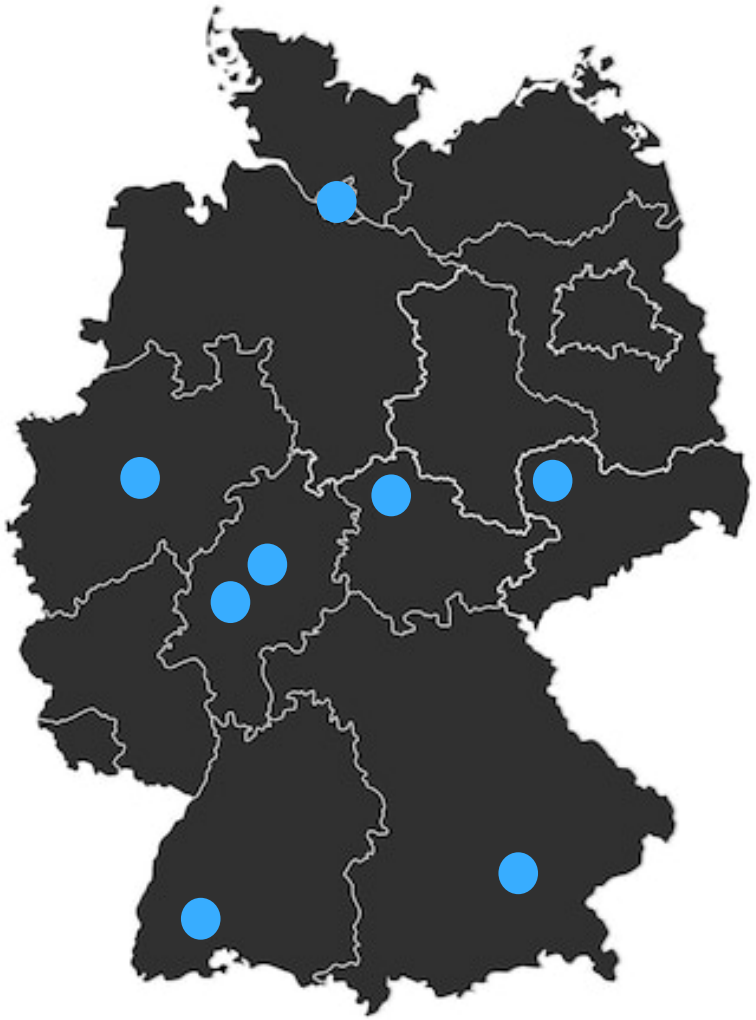
8 Fokusgruppen, (5-10 Personen pro Gruppe)

Auswahl nach folgenden soziodemografischen Merkmalen:

- Geschlecht: gemischte Zusammensetzung
- Alter: 20 bis 70 Jahre
- Migrationshintergrund: erste Generation (Gruppe H)
- Wohnort: Stadt–Land, Ost–West
- Bildungsstand: von Hauptschulabschluss bis Promotion
- Erwerbsstatus: überwiegend in Erwerbstätigkeit (verschiedene Berufsgruppen), und Menschen im Ruhestand (Gruppe A)

→ Zusätzlich wurde darauf geachtet, dass sich die Gruppen bereits vor dem Erhebungszeitpunkt kannten.

- Feldzugang über Einrichtungen:
  - Volkshochschulen, Coachingeinrichtung, Gemeinnützige Bildungseinrichtung
  - Verian (ehem. Kantar)



Ergebnisse – Erfahrungen Anbieter

„Also auf den ersten Blick, wenn ich mir das Blatt anschaue, denke ich, dass es ja doch **ganz schön viele Möglichkeiten** gibt, sich beraten zu lassen, wenn man das möchte.“ (SO, 52:39)

Ergebnisse – Erfahrungen Anbieter

- Spannungsfeld **Vielfalt an Anbieter** („jeder kann sich nach Anliegen/Präferenz einen geeigneten Anbieter aussuchen“) vs. **Intransparenz der Beratungsstrukturen**:

  „In den größten Fällen, **wo ich Beratung gesucht habe**, wenn ich eine Entscheidung treffen wollte, die mir gut tut, dass ich eben **viele Bereiche anlaufen muss**, damit ich meine Fragen **so gut es geht** beantwortet bekomme.“ (D, 16:40)

  „Man muss erstmal wissen, welche Angebote es gibt und **danach kramen** und wenn einer Fulltime arbeitet, dann kramt man abends nicht mehr, also das ist schon auch schwierig“. (L, 50:30)

  „Das ist wie so ein **Dschungel**.“ (SO, 01:05:52)

- Beratungsanbieter sollten (auch intern) **besser vernetzt sein**:

  „Beratung kann nur dann wirklich funktionieren, wenn alle auch auf dem **gleichen Informationsstand** sind. Nicht dass ich dann bei **drei Stellen** anrufe und dann krieg ich von jedem was **anderes** gesagt, weil die intern nicht abgestimmt sind. Weil, je mehr Stellen es gibt, desto mehr Gefahr der **unterschiedlichen Informationserreichung**“. (L, 1:12:44)

Ergebnisse – Erfahrungen Anbieter

- Lebensbegleitende Beratungserfahrungen beziehen sich überwiegend auf **berufliche Themen,** insbes. Erfahrungen mit **Berufsberatung der BA**
- **Geringe Inanspruchnahme** von Beratung unter anderem wegen **negativer Erfahrungen** mit Berufsberatung der BA; die Beratung wurde als zu standardisiert und zu wenig personenorientiert wahrgenommen.

  „Was die **Agentur nicht leisten** kann, ist dieses Persönliche. Die haben ihre Zeiten, die haben ihre Termine, die haben ihre Zielsetzung. Punkt.“ (GI, 51:35)
- Lediglich wenige Befragte konnten von **Beratungen bei unterschiedlichen Anbietern** berichten, z.B. bei:
  - Wohlfahrtsverbände, Fachschulen, VHS, Gewerkschaft, Berufsorientierungs- und Studienberatung, Arbeitgeber
  - Erfahrungen mit diesen Institutionen **überwiegend positiv**
- Heterogene **Zugänge zur Bildungsberatung:** vorwiegend durch eigene Recherche oder „Gatekeeper“: Arbeitgeber*innen, Kolleg*innen, Familie/Freunde oder durch einen Besuch bei BA oder Volkshochschule

Ergebnisse – Erfahrungen Anlässe

- Beratungserfahrungen bestanden insgesamt primär an **Übergängen** (v.a. Schule-Beruf und berufliche Übergänge) oder in **Krisen/Umbrüchen** im Leben

  „Man muss wahrscheinlich in eine Situation kommen, wo es einem **schlecht geht**, entweder an der Arbeit oder dann eben Arbeitslosigkeit ja, bevor man dann guckt, irgendwie Beratung oder was man dann braucht am Ende.“ (GI, 48:13)

  „Wäre oder hätte ich **früher** eine **gescheite Beratung** gehabt, auch berufsspezifisch, wo es hingehen könnte, würde ich vielleicht **hier** [in der Qualifizierungsmaßnahme] **gar nicht sitzen**.“ (GI, 33:40)

Ergebnisse – Erfahrungen Formate

- Präferenz für das **persönliche Beratungsformat (Face-to-Face)**

  „Das ist einfach eine ganz andere Stimmung, wenn es **wirklich im Raum** ist. Man sieht sich, man sieht auch die Gestik. Das **Persönliche** war eigentlich viel besser.“ (M, B1, 26:06)

  - Online-Formate: zeitlich flexibel und zeitsparend, ortsunabhängig, anonym
  - Teilweise wurde auch je nach Anliegen unterschieden (informativ, situativ, biografisch), bspw.
    - Plattformen mit Informationen
    - Telefon: „Türöffner/Abklopfen von Möglichkeiten“ für Beratung, Wunsch nach flexiblen Telefonzeiten, Terminvergaben und Rückrufmöglichkeiten
    - Persönliche bzw. Präsenzberatung: für tiefergehende, lebens- bzw. biografiebezogene Anliegen
- Insgesamt Präferenz zu einem **Mix unterschiedlicher Formate** für eine zeitgemäße bzw. chancengerechte Beratung:

  „Je größer die Anzahl an Angeboten oder Formen der Angebote, desto besser.“ (GI, 1:06:08)

Ergebnisse - Erwartungen

- Die Mehrheit der Befragten wünscht sich eine **zentrale, neutrale und informierende Anlaufstelle** für die BBB-Beratung, die bei Bedarf an regionale Beratungsstellen weiterleiten (Lotsenfunktion), wo eine anliegenspezifische und differenzierte Beratung erfolgen kann.

  „Es kommt darauf an, was es für ein Inhalt ist. Wenn ich ne **allgemeine Beratung**, also ne Information zu irgendetwas haben möchte, dann kann ich mir das auch von ner **zentralen Stelle** holen. Aber wenn ich was **Konkretes** wissen möchte, wies in meiner Gegend ist, dann brauch ich **was Regionales**“. (L, 1:10:00)

  „Ich fände das super, wenn es **eine zentrale Stelle** gibt, die das dann kanalisiert.“ (M, B2, 10:13)

  „Weiterbildungsanliegen sind sehr speziell, das **kann man nicht alles zentralisieren**, da müsste ich **spezielle, konkrete Ansprechpartner** haben dafür“. (L, 1:13:50)

- Darüber hinaus wurden sich **niedrigschwellige Beratungsangebote** (z.B. an Rathäusern) gewünscht, die Bundesagentur für Arbeit wurde kontrovers (hohe Bekanntheit vs. niedrige Beratungskompetenz) diskutiert.

Ergebnisse – Erwartungen an zukünftige Beratung

- Höhere Transparenz und proaktive Ansprache

  „Also für mich ist das eben, dass es **transparenter** sein soll. Und dass die Liste, die wir hier haben, wo man sich überall informieren kann, dass das halt **alle Menschen** kriegen, die sich **für Weiterbildungsangebote interessieren**. Dass man wirklich weiß, wo kann man sich hinwenden und wer wirklich zuständig ist.“ (M, B2, 47:34)

- Personenorientierte, unabhängige und professionelle Beratung

  „Wichtig ist eine Beratung, die auf die Ratsuchenden eingehen kann, die die **Wünsche der Ratsuchenden** berücksichtigt. Konkret auf den **einzelnen zugeschnitten**. Da brauch man aber auch einen großen Fundus an Wissen.“ (L, 1:17:49)

- Ganzheitlich & potenzialorientiert (statt defizitorientiert)

  „Vorgesetzte sind dazu angehalten, ihre Mitarbeiter **nach ihren Stärken einzusetzen**. Klingt sehr trivial, aber revolutioniert eigentlich die Weiterbildungsszene. Weil, üblich ist, ‚der kriegt ja keinen Satz zu Stande, schick den mal zum Rhetorikseminar‘. Und es ist genau umgekehrt. ‚Man kann der gut reden, schick den mal zum Rhetorikseminar.‘ Und diese Denke ist zwar als Lippenbekenntnis da, findet aber so nicht statt.“ (HH, 27:46)

Ergebnisse - Erwartungen an zukünftige Beratung

- Langfristige Begleitung für bestimmte Zielgruppen (z. B. Migrant*innen, Jugendliche am Übergang Schule–Beruf)

  „Ich kenne ein paar Migranten, **die brauchen Informationen**, aber haben keinen Zugang zu diesen Organisationen und so.“ (E, 20:05)

  „Die [Migrant*innen] haben keine Informationen, so die gehen in die falsche Richtung. Manchmal **verpassen sie drei oder vier Jahre**.“ (E, 20:31)

- Aufgrund der spezifischen Bedürfnislage wünschte sich die Gruppe H (Migrationshintergrund) *zielgruppenspezifische, aufsuchende (auch sozialpädagogische) Beratungsangebote.*

- Alle Gruppen wünschen sich neutrale und individuelle Beratung, zugleich wünscht sich Gruppe G (DDR-Sozialisation) aber auch, dass Beratung sich *an den Bedarfen des Arbeitsmarktes orientiert.*

- Lebenslange Beratung ist allgemein akzeptiert

  „Aber eben auch zu berücksichtigen, dass ein **Leben eben einfach Brüche haben kann**. Dass man mit 30 oder 35 plötzlich sagt: ‚Ok, will ich das?‘. Und dass man eventuell in eine andere Richtung geht. (…) Man ändert sich einfach im Laufe des Lebens.“ (HH, 34:03)

  „Diese **Unterstützung bei der Selbsterkenntnis**, um dann eben auch einen Weg für sich zu finden, finde ich eigentlich in **jedem Alter wichtig**.“ (HH, 29:00)

Fazit

- **Zielgruppenspezifisch:** Die Diversität der in den Gruppendiskussionen einbezogenen Personen hat gezeigt, dass verschiedene Gruppen auch unterschiedliche Bedürfnisse haben
  - etwa den Wunsch nach langfristiger Begleitung bei Migrant*innen
  - Coachinggruppe bzgl. Professionalität (Kosten eher nachrangig)
- **Lebensbegleitend**: Beratung sollte über die gesamte Lebensspanne verfügbar sein, um alle Menschen in jeder Lebenssituation begleiten zu können
- **Neue Perspektiven ermöglichen:** Professionelle Beratung kann dazu beitragen, Horizonte zu erweitern und geschlechts- sowie milieubedingte Einschränkungen in der Berufswahl abzubauen – und so verhindern, dass allein das „Gatekeeper-Prinzip“ (z. B. durch Arbeitgeber*innen oder soziale Netzwerke) über Bildungs- und Berufswege entscheidet
- **Öffentlichkeitsarbeit & Zugänglichkeit**: Mehr Sichtbarkeit und niedrigschwellige Angebote sind notwendig, damit Alle Zugang zu Beratung erhalten – auch vor dem Hintergrund der Diskrepanz zwischen Beratungswunsch und tatsächlicher Nutzung
- **Unabhängigkeit von der BA**: Es braucht mehr Wissen darüber, dass Weiterbildungsberatung nicht nur über die Bundesagentur für Arbeit organisiert ist, da hier oft negative Erfahrungen bestehen und, dass sie mittlerweile auch neue Angebote hat und den Bereich der Beratung professionalisiert (z.B. BBiE)

Fazit – Chancengerechtigkeit von Beratung

- **Weitestgehende Bekanntheit** der zentralen Anbieter bei gleichzeitigem Überrascht sein von der **Vielzahl** dort angebotener Beratungsmöglichkeiten
- Dafür aber eher **wenig bisherige Berührungspunkte** bzw. **Beratungserfahrungen** (passend zu AES-Befunden – geringe Nutzungszahlen von konstant unter 10% seit über 25 Jahren)
- Zielgruppenspezifika, aber keine Monokausalität!
- Erwerbstätigkeit als wichtiger Faktor
- Formatvielfalt
- Lebensbreite berücksichtigen (nicht nur klassische Übergänge und auch den allg. WB-Bereich, vgl. Lerch & Weitzel 2023)
  - Unser offenes Forschungsdesign hat sich hierfür gut geeignet: Abfragen lebensbreiter Erfahrungen (Berücksichtigung der gesamten Biografie)

Limitationen – Weitere Forschungsbedarfe

Limitationen

- Grenzen dieses offenen Designs:
  - Befragung von nicht nur aktiven Nutzer*innen
  - Aufgrund der biographischen Ausrichtung in der Breite der Bevölkerung ist die Tiefe der Analyse begrenzt

Literaturverzeichnis

- Bilger, F. & Koubek, E. (2024). *Weiterbildungsverhalten in Deutschland 2022 Ergebnisse des Adult Education Survey — AES-Trendbericht*. Bundesministerium für Bildung und Forschung. https://www.bmftr.bund.de/SharedDocs/Publikationen/DE/1/26667_AES-Trendbericht_2022.pdf?__blob=publicationFile&v=6
- Bär, G., Kasberg, A., Geers, S., & Clar, S. (2020). Fokusgruppen in der partizipativen Forschung. In S. Hartung, P. Wihofszky, & M. T. Wright (Hrsg.), *Partizipative Forschung. Ein Forschungsansatz für Gesundheit und seine Methoden* (S. 207–232). VS.
- Craney, O., & Schober, K. (2024). *Konzeptionelle Überlegungen zu einem nationalen Monitoring- und Berichtssystem in der BBB-Beratung.* Nationales Forum Beratung. https://www.forum-beratung.de/wp-content/uploads/2024/08/Konzeptionelle-Ueberlegungen-Monitoring-BBB-Beratung_OC-KS.pdf
- Dietz, C., Pohlmann, C., Lichte, N. & Reuter, M. (2025). Zur Gestaltung der Weiterbildungsberatung: Erfahrungen und Erwartungen aus Bevölkerungsperspektive. In B. Käpplinger, C. Dietz & M. Reuter (Hrsg.), *Lebenslanges Lernen und Weiterbildungsberatung: Politisch-wissenschaftliche Diskurse und Perspektiven in der Bevölkerung* (Studien zur Pädagogik, Andragogik und Gerontagogik, Bd. 85). Peter Lang.
- Flick, U. (2012). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (5. Aufl.). Rowohlt.
- Käpplinger, B. (2016). Gutscheinberatung - Regulative Beratung. In Gieseke, W., & Nittel, D. (Eds.), *Handbuch Pädagogische Beratung über die Lebensspanne* (1. Aufl., S. 259-266). Beltz Juventa.
- Käpplinger, B. (2020). Weiterbildungsberatung: Mantra oder manifester Bedarf? *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 49(1), 17–21.
- Schäffer, B. (2012). Gruppendiskussionsverfahren und Focus Groups. Geschichte, aktueller Stand und Perspektiven. In B. Schäffer & O. Dörner (Hrsg.), *Qualitative Erwachsenen- und Weiterbildungsforschung* (S. 347–362). Barbara Budrich.
- Schober, K., & Käpplinger, B. (2017). *„You get what you measure“? Überlegungen für ein Berichtssystem zur Bildungs- und Berufsberatung („Beratungsmonitor“).* In K. Schober & J. Langner (Hrsg.), Wirksamkeit der Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung: Beiträge zur Wirkungsforschung und Evidenzbasierung (S. 47–61). wbv.
- Weiß, R. (2008). Weiterbildung: Beratung tut not. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 37(1), 3–4.

JLU
NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIESSEN

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Wir freuen uns auf Ihre Fragen und Anmerkungen.

World Café:

Chancengerechte Gestaltung von Bildungsberatung

Quelle; pixabay

World Café – Methode

Ziele:

- **Diskussion** von Leitfragen zu einem Thema an Stationen in Gruppen, **Austausch** von Ideen und Sichtweisen in Auseinandersetzung mit anderen Meinungen und Perspektiven, Entwicklung von **Lösungsansätzen**

Ablauf:

- Teilen Sie sich nach Interesse auf 3 Stationen (ca. 6-7 Personen pro Station) auf.
- Arbeiten Sie **25 Minuten** in Ihrer Gruppe an den Leitfragen an der Station. Diskutieren Sie die jeweiligen Fragen.
  - Differenzieren Sie Besonderheiten in Bezug auf die soziale Herkunft der Ratsuchenden, insofern diese zu beobachten sind. Versuchen Sie möglichst Vorschläge zu entwickeln und diese auf den **Flipcharts** festzuhalten. Notieren Sie gerne auch, an welcher Stelle Sie noch weiteren Forschungsbedarf sehen.
- Anschließend stellen ein bis zwei Personen aus der Gruppe zentrale Ergebnisse/Vorschläge im Plenum vor (5 Min. pro Gruppe).

World Café, Stationen und Leitfragen

Station 1, Anbietervielfalt:

- Welche Bedeutung hat die Vielfalt an Anbietern und Angeboten für chancengerechte Zugänge zur Beratung?
- Welche Vorteile und Herausforderungen sehen Sie in Bezug auf Transparenz, Qualität und Erreichbarkeit für die Beratungslandschaft?

Station 2, Bekanntheit und Ansprache:

- Wie sollte Beratung beworben oder bekannt gemacht werden, damit sie für unterschiedliche Zielgruppen sichtbar, verständlich und attraktiv wird?
- Welche Kommunikationskanäle, Formulierungen oder Zugangswege sind dabei besonders wichtig?

Station 3, Formate:

- Inwiefern eignen sich unterschiedliche Formate (face-to-face, telefonisch, digital) für bestimmte Anliegen oder Zielgruppen besonders gut?
- Welche Chancen und Grenzen ergeben sich hier im Hinblick auf chancengerechte Teilhabe?

World Café, Etikette

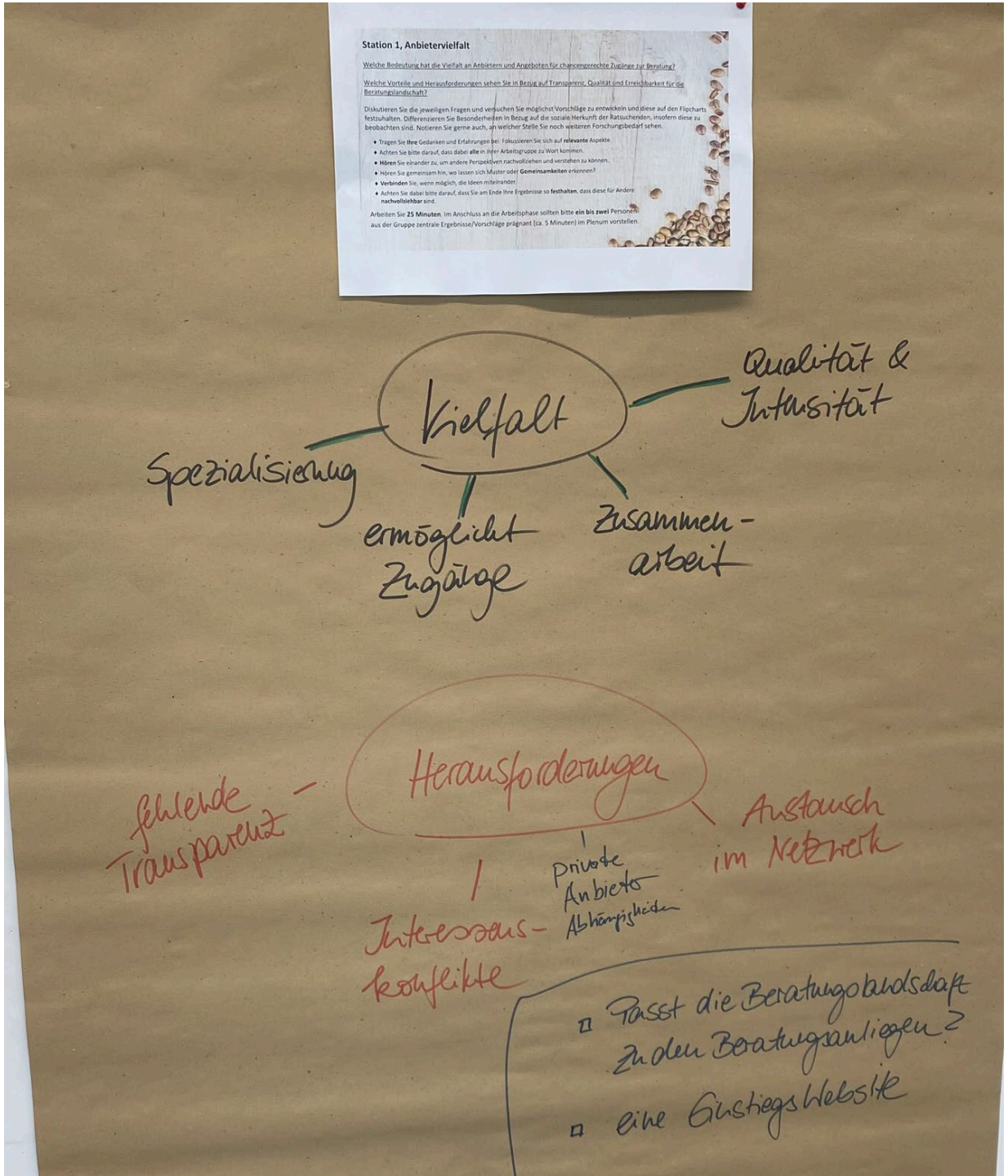
- Tragen Sie Ihre Gedanken und Erfahrungen bei.
- Achten Sie bitte darauf, dass dabei alle in Ihrer Arbeitsgruppe zu Wort kommen.
- Fokussieren Sie sich auf relevante Aspekte.
- Hören Sie einander zu, um andere Perspektiven nachvollziehen und verstehen zu können.
- Hören Sie gemeinsam hin, wo lassen sich Muster oder Gemeinsamkeiten erkennen?
- Verbinden Sie, wenn möglich, die Ideen miteinander.
- Achten Sie dabei bitte darauf, dass Sie am Ende Ihre Ergebnisse so festhalten, dass diese für Andere nachvollziehbar sind.

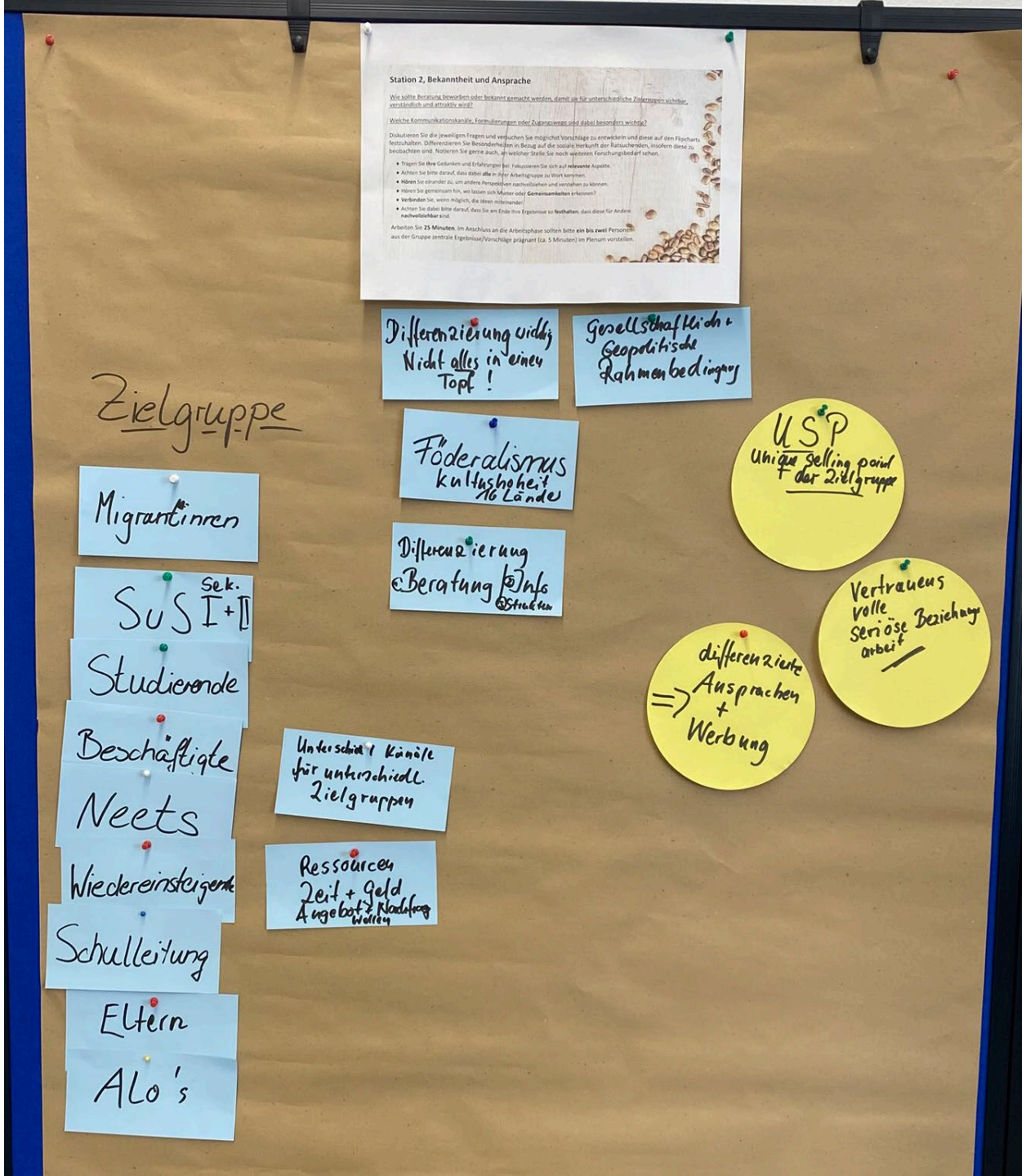
Quelle: pixabay

World Café:

Ergebnissicherung

Quelle; pixabay


Station 1, Anbietervielfalt
Welche Bedeutung hat die Vielfalt an Anbietern und Angeboten für chancengerechte Zugänge zur Beratung?
Welche Vorteile und Herausforderungen sehen Sie in Bezug auf Transparenz, Qualität und Erreichbarkeit für die Beratungslandschaft?
Diskutieren Sie die jeweiligen Fragen und versuchen Sie möglichst Vorschläge zu entwickeln und diese auf den Flipcharts festzuhalten. Differenzieren Sie Besonderheiten in Bezug auf die soziale Herkunft der Ratsuchenden, insofern diese zu beobachten sind. Notieren Sie gerne auch, an welcher Stelle Sie noch weiteren Forschungsbedarf sehen.
Tragen Sie Ihre Gedanken und Erfahrungen bei. Fokussieren Sie sich auf relevante Aspekte.
Achten Sie bitte darauf, dass dabei alle in Ihrer Arbeitsgruppe zu Wort kommen.
Hören Sie einander zu, um andere Perspektiven nachvollziehen und verstehen zu können.
Hören Sie gemeinsam hin, wo lassen sich Muster oder Gemeinsamkeiten erkennen?
Verbinden Sie, wenn möglich, die Ideen miteinander.
Achten Sie dabei bitte darauf, dass Sie am Ende Ihre Ergebnisse so festhalten, dass diese für Andere nachvollziehbar sind.
Arbeiten Sie 25 Minuten. Im Anschluss an die Arbeitsphase sollten bitte ein bis zwei Personen aus der Gruppe zentrale Ergebnisse/Vorschläge prägnant (ca. 5 Minuten) im Plenum vorstellen.
Vielfalt
Qualität & Intensität
Spezialisierung
ermöglicht Zugänge
Zusammen-arbeit
Herausforderungen
fehlende Transparenz
Austausch im Netzwerk
Interessens-konflikte
private Anbieter Abhängigkeiten
Passt die Beratungslandschaft zu den Beratungsanliegen?
eine Einstiegs Website


Station 2, Bekanntheit und Ansprache
Wie sollte Beratung beworben oder bekannt gemacht werden, damit sie für unterschiedliche Zielgruppen sichtbar, verständlich und attraktiv wird?
Welche Kommunikationskanäle, Formulierungen oder Zugangswege sind dabei besonders wichtig?
Diskutieren Sie die jeweiligen Fragen und versuchen Sie möglichst Vorschläge zu entwickeln und diese auf den Flipcharts festzuhalten. Differenzieren Sie Besonderheiten in Bezug auf die soziale Herkunft der Ratsuchenden, insofern diese zu beobachten sind. Notieren Sie gerne auch, an welcher Stelle Sie noch weiteren Forschungsbedarf sehen.
Tragen Sie ihre Gedanken und Erfahrungen bei. Fokussieren Sie sich auf relevante Aspekte.
Achten Sie bitte darauf, dass dabei alle in ihrer Arbeitsgruppe zu Wort kommen.
Hören Sie einander zu, um andere Perspektiven nachvollziehen und verstehen zu können.
Hören Sie gemeinsam hin, wo lassen sich Muster oder Gemeinsamkeiten erkennen?
Verbinden Sie, wenn möglich, die Ideen miteinander!
Achten Sie dabei bitte darauf, dass Sie am Ende Ihre Ergebnisse so festhalten, dass diese für Andere nachvollziehbar sind.
Arbeiten Sie 25 Minuten. Im Anschluss an die Arbeitsphase sollten bitte ein bis zwei Personen aus der Gruppe zentrale Ergebnisse/Vorschläge prägnant (ca. 5 Minuten) im Plenum vorstellen.
Differenzierung wichtig Nicht alles in einen Topf !
Gesellschaftliche + Geopolitische Rahmenbedingung
Zielgruppe
Föderalismus kultushoheit 16 Länder
USP Unique selling point der Zielgruppe
Migrantinnen
Differenzierung Beratung Info Strukturen
SuS Sek. I + II
Vertrauensvolle seriöse Beziehungsarbeit
Studierende
differenzierte Ansprachen + Werbung
Beschäftigte
Unterschied Kanäle für unterschiedl. Zielgruppen
Neets
Ressourcen Zeit + Geld Angebot Nachfrage wollen
Wiedereinsteigende
Schulleitung
Eltern
ALO's

Station 3, Formate

Inwiefern eignen sich unterschiedliche Formate (face-to-face, telefonisch, digital) für bestimmte Anliegen oder Zielgruppen besonders gut?

Welche Chancen und Grenzen ergeben sich hier im Hinblick auf chancengerechte Teilhabe?

Diskutieren Sie die jeweiligen Fragen und versuchen Sie möglichst Vorschläge zu entwickeln und diese auf den Flipcharts festzuhalten. Differenzieren Sie Besonderheiten in Bezug auf die soziale Herkunft der Ratsuchenden, insofern diese zu beobachten sind. Notieren Sie gerne auch, an welcher Stelle Sie noch weiteren Forschungsbedarf sehen.

- Tragen Sie **Ihre** Gedanken und Erfahrungen bei. Fokussieren Sie sich auf **relevante** Aspekte.
- Achten Sie bitte darauf, dass dabei **alle** in Ihrer Arbeitsgruppe zu Wort kommen.
- **Hören** Sie einander zu, um andere Perspektiven nachvollziehen und verstehen zu können.
- Hören Sie gemeinsam hin, was lassen sich Muster oder **Gemeinsamkeiten** erkennen?
- **Verbinden** Sie, wenn möglich, die Ideen miteinander.
- Achten Sie dabei bitte darauf, dass Sie am Ende Ihre Ergebnisse so **festhalten**, dass diese für Andere **nachvollziehbar** sind.

Arbeiten Sie **25 Minuten**. Im Anschluss an die Arbeitsphase sollten bitte **ein bis zwei** Personen aus der Gruppe zentrale Ergebnisse/Vorschläge prägnant (ca. 5 Minuten) im Plenum vorstellen.

- Vorkontakt mit Rasu: telefonisch / E-Mail zur Anliegens- u. Terminklärung
- Rasu wählt das Format
- unterschiedliche Anliegen / unterschiedliche Formate
- Nachbereitung per E-Mail
- Digitalisierung 24/7 Möglichkeit zur Platzierung des Anliegens
- Vielzahl der Formate schafft Chancengerechtigkeit

JLU
NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIESSEN

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Mitarbeit!

Zentrale Empfehlungen

1. Weiterbildungsberatung durch mehr Öffentlichkeitsarbeit bekannter machen
2. Weiterbildungsberatung mehr arbeitsplatznah anbieten
3. Weiterbildungsberatung nicht zentralisiert über die Arbeitsagentur oder Gewerkschaften anbieten
4. Weiterbildungsberatung vielfältig hinsichtlich der Beratungsanbieter anbieten
5. Weiterbildungsberatung lebensbegleitend mit Fokus auf das frühe bis mittlere Erwachsenenalter anbieten
6. Weiterbildungsberatung plural hinsichtlich Beratungsformen (digital, telefonisch, Präsenz, hybrid) anbieten
7. Pflicht und Gebühren für Weiterbildungsberatung?
8. Teilweise komplexe Beratungsziele zwischen Information, Situation und Biographie

Käpplinger, Dietz & Reuter, 2025, S. 281