

Good Practice in den Informations- und Dokumentationszentren der Berufs- & Laufbahnberatungsstellen der Schweiz S C H L U S S B E R I C H T

Erhebung im Auftrag der Schweizerischen Konferenz für
Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (SK BSLB) |
Schlussbericht

verfasst von der Fachhochschule Graubünden

29.02.2024

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage und Zielsetzung	3
1.1	Hintergrund	3
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Rücklauf	4
2	Leitfrage 1 – Konzepte, Statistik, Mitarbeitende, Software	5
2.1	Vorhandene Konzepte	5
2.2	Zielpublikum	6
2.3	Statistik: Anzahl Besuchende, Alter, Laufkundschaft etc.	6
2.4	Mitarbeitende der Infothek: Anzahl, Ausbildung, Aufgaben	6
2.5	Software für Medienausleihe, Verbindung zu Falladministration	7
2.6	positive und negative Erfahrungen	7
2.7	Zukunft / geplante Entwicklungen	8
3	Leitfrage 2 – Standorte, Möbel, Ausstattung	10
3.1	Exkurs (I): Alles im Fluss – Bibliotheken im Zeitalter der Digitalisierung	10
3.2	Exkurs (II): Beispiel «Bank Cler»: eine hybride Filiale für eine neue Bank	15
3.3	Implikationen für das BIZ resp. die Infothek der Zukunft	16
3.4	positive und negative Erfahrungen	17
3.5	Impressionen	19
3.6	Zukunft / geplante Entwicklungen	20
4	Leitfrage 3 – Medien: Präsentation, Klassifikation, Dokumentation	22
4.1	Gliederung, Klassifikation, Systematik	22
4.2	Orientierungshilfen, Schilder, Bildschirme	23
4.3	Ausstellung: Welche Medien werden ausgestellt?	23
4.4	Dokumentation: Inhalt? Intern? Extern?	25
4.5	Fotos und Pläne	25
4.6	positive und negative Erfahrungen	25
4.7	Zukunft / geplante Entwicklungen	27
5	Leitfrage 4: Angebote, Veranstaltungen, Zusammenarbeit	28
5.1	Öffnungszeiten, Ferien	28
5.2	Kurzberatungen: Dauer und durch wen?	28
5.3	Fachauskünfte per Mail und Telefon, Chat: Dauer und durch wen?	29
5.4	Bewerbungsunterstützung	29
5.5	Weitere Angebote?	30

5.6	Veranstaltungen.....	30
5.7	Kurse und Workshops	31
5.8	Zusammenarbeit	32
5.9	positive und negative Erfahrungen.....	32
5.10	Zukunft / geplante Entwicklungen.....	34
6	Leitfrage 5 – Neuerungen: Digitale Angebote, Gamification, Storytelling etc.....	35
6.1	Webseite: Angebote, Informationen, Downloads, Medienkatalog.....	35
6.2	Social Media: Plattformen, Angebote, Inhalte	35
6.3	Verknüpfung Print – Online.....	36
6.4	Gamification.	36
6.5	Storytelling.	38
6.6	positive und negative Erfahrungen.....	39
6.7	Zukunft / geplante Entwicklungen.....	40
7	Zusammenfassung und Fazit	41
7.1	Stossrichtung 1: Atmosphäre und Raum für Begegnung schaffen	41
7.2	Stossrichtung 2: Partner einbinden, Kooperationen schmieden	41
7.3	Stossrichtung 3: Social Media für die Jungen, massgeschneiderte Beratungsangebote für die Erwachsenen.....	42
7.4	Stossrichtung 4: «digital first» oder: «weniger ist mehr».....	43

1 Ausgangslage und Zielsetzung

1.1 Hintergrund

In den vergangenen Jahren wurden in verschiedenen Kantonen die Informations- und Dokumentationsabteilungen der Berufs-, Studien- und Laufbahnzentren – teilweise nach sehr innovativen Ansätzen – umgestaltet. Allerdings gibt es keine Übersicht über die vorhandenen Ansätze und umgesetzten Konzepte, entsprechend gestaltet es sich für die Kantone sehr aufwändig, sich über die neuen Ansätze der I&D-Zentren in der Aufbereitung und Vermittlung von berufsspezifischer Information einen Überblick zu verschaffen und diese ggfls. auf die eigenen Bedürfnisse hin anzupassen bzw. zu adaptieren.

Eine von der Schweizerischen Konferenz für Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (SK BSLB) eingesetzte Arbeitsgruppe hat im Rahmen der nationalen Strategie der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) den Auftrag zu einer systematischen Auslegeordnung von guter Praxis bei der Gestaltung von Informationsvermittlungsansätzen in allen Informations- und Dokumentationszentren der Schweiz erhalten, mit dem Ziel, eine laufende Optimierung der Ausgestaltung der Informations- und Dokumentationszentren und deren Angeboten in den Kantonen mit möglichst geringem Aufwand zu ermöglichen.

Für die Erhebung wurden fünf Themenbereiche festgelegt:

- 1) Konzepte, Statistik, Mitarbeitende, Software
- 2) Standorte, Möbel, Ausstattung
- 3) Medien: Präsentation, Klassifikation, Dokumentation
- 4) Angebote, Veranstaltungen, Zusammenarbeit
- 5) Neuerungen: Digitale Angebote, Gamification, Storytelling, ...

Zu jedem Themenbereich hat die Arbeitsgruppe Leitfragen zur Beantwortung definiert. Die Kantone wurden ab Mitte Dezember 2022 bis Ende März 2023 aufgefordert, die Leitfragen zu den einzelnen Themenbereichen zu beantworten und – falls vorhanden – weitere Dokumente, Pläne, Konzepte zusammen mit dem ausgefüllten Fragebogen einzureichen. Die Unterlagen wurden dazu zentral im Teamraum der SK BSLB auf der EDK-Plattform hochgeladen und stehen den Zugriffsberechtigten zur Einsicht zur Verfügung.

Die SK BSLB erteilte dem Schweizerischen Institut für Informationswissenschaft der Fachhochschule Graubünden den Auftrag, eine Sichtung und Auswertung des eingereichten „Rohmaterials“ vorzunehmen, Erkenntnisse abzuleiten und diese zusammen mit eigenen Empfehlungen z. Hd. der Auftraggeberschaft aufzubereiten.

1.2 Zielsetzung

Ziel ist es – und darauf fokussiert auch der vorliegende Bericht – aus dem eingegangenen Datenmaterial die allgemeinen Entwicklungen im Grossen und Ganzen sowie die Herausforderungen aufzuzeigen, die sich den Informations- und Dokumentationszentren in den schweizerischen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungszentren stellen. Des Weiteren sollen sog. „Perlen“ – d.h. gute und nachahmenswerte Beispiele, die sich in der Praxis bewähren – herausgearbeitet und dargestellt werden.

Wenn immer möglich, versucht die Autorenschaft den Bericht um Erkenntnisse mit eigenen Einschätzungen und Empfehlungen aus der informationswissenschaftlichen Forschung und Praxis anzureichern.

Details können im separaten Excel-File, welches für die inhaltliche Auswertung der eingereichten Fragebögen erstellt wurde, nachgelesen werden.

1.3 Rücklauf

Von den 26 angeschriebenen Kantonen haben deren 22 den Fragebogen mit den fünf Leitfragen der SK BSLB vollständig ausgefüllt eingereicht. Zwei Kantone haben den Fragebogen nur teilweise – sprich einzelne Leitfragen – beantwortet, die aber ebenfalls in der Auswertung Berücksichtigung fanden. Lediglich aus zwei Kantonen ist keine Reaktion auf die Einladung zur Teilnahme an der Umfrage eingegangen.

Der fünf Leitfragen umfassende Fragebogen war von der Auftraggeberschaft bewusst sehr offen formuliert worden, entsprechend gestalten sich Art und Umfang der eingereichten Rückmeldungen sehr unterschiedlich: Manche Kantone antworteten in einem sehr hohen Detaillierungsgrad und illustrierten ihre Rückmeldung mit zusätzlichem „Bonus-Material“ (z.B. ergänzende Konzepte, Grundrisspläne, eigene Flyer, Reglemente und Merkblätter, Bilder zur Innenausstattung etc.), andere wiederum hielten sich in ihren Ausführungen sehr kurz und knapp. Insgesamt gewähren die Leitenden der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungsstellen (kurz: BSLB) in der Schweiz einen sehr tiefen Einblick in ihr „daily business“, was der Auswertungsarbeit zugutekam. Es lassen sich auf jeden Fall wertvolle Erkenntnisse zum aktuellen Entwicklungsstand in den Kantonen sowie den aktuellen und künftigen Herausforderungen in den Informations- und Dokumentationszentren der BSLB ableiten. Und zweifelsfrei lassen sich einige „Preziosen“ guter IuD-Praxis identifizieren.

Der Einfachheit und Übersichtlichkeit halber orientiert sich der Bericht punkto Gliederung an den fünf Leit- und den entsprechenden Unterfragen. Dabei wird versucht pro Leitfrage ein schweizweites Stimmungsbild abzugeben, ohne dabei statistisch ins Detail zu gehen. Jedes Kapitel wird ergänzt um eine Einschätzung der Autorenschaft und der Darstellung von „good practice“-Beispielen aus den einzelnen Kantonen. Die Auswahl ist der aus Sicht der Autorenschaft gelungenen Anwendungsfälle in der Praxis subjektiv und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit!

2 Leitfrage 1 – Konzepte, Statistik, Mitarbeitende, Software

In der ersten Leitfrage ging es darum herauszufinden,

- ob die kantonalen BSLB-Zentren auf Konzepte für den Betrieb und die Führung ihrer Infotheken zurückgreifen können,
- wie das Zielpublikum definiert ist,
- inwiefern die Infotheken personell «ausgestattet» sind,
- mit welcher Software die Medien- und gleichzeitig die Nutzer:innen-Verwaltung erfolgt
- ob eine Medienausleih- resp. Nutzer:innen-/Besucher:innen-Statistik geführt wird
- und ob – nebst allgemeinen positiven und negativen Erfahrungen – in naher oder ferner Zukunft Entwicklungen geplant sind, die es wert sind, mit der BSLB-«Community» zu teilen.

2.1 Vorhandene Konzepte

«Offenheit, Innovation und Gestaltung» sowie «Unternehmerische Haltung» sind nur zwei von insgesamt sechs «Guidelines», die sich das Infothek-Team des Berufsinformationszentrums (BIZ) im Kanton Zürich auf die Fahne geschrieben hat. Die Schlagworte stehen sinnbildlich für den Wandel, den die Gilde der «Informations- und Dokumentationsspezialistinnen und -spezialisten» in ihrem Berufsbild gegenwärtig durchläuft: Weg von der medienzentrierten hin zur kundenorientierten Ausrichtung ihrer Arbeit. Es ist eines der ganz wenigen Beispiele für «Leitsätze», die spezifisch auf die Tätigkeit der Mitarbeitenden in der Infothek – als IuD-Spezialistinnen IuD-Spezialisten – abzielt, derweil die übrigen Kantone, die über Leitsätze und Konzepte verfügen, das Berufsinformationszentrum als Ganzes in den Mittelpunkt stellen (mit der Infothek als Teil davon).

Konzepte sind generell bei einigen Kantonen vorhanden, besonders bei den grösseren (BE, LU, SG, ZH, ZG). Vorbildlich und wegweisend für die künftige Entwicklung der BIZ und ihrer Infotheken sind zweifelsfrei die Konzepte der Kantone Bern, Zürich und St. Gallen, welche u.a. auch Grundlage bilden resp. bildeten für einen grösseren Transformationsprozess – sprich Umbau und Neugestaltung ihrer Räumlichkeiten und ihrer Angebote. Sie reagieren dabei auf die im Zuge der Digitalisierung – und wohl auch als Nachwehen der Pandemie – spürbaren Rückgang an Nutzer:innen-Zahlen und versuchen mit Massnahmen – wie z. B. der Erhöhung der Aufenthaltsqualität ihre Zielpublika wieder physisch vor Ort ins BIZ zu locken. Gleichzeitig wird das digitale Beratungs- und Vermittlungsangebot kontinuierlich ausgebaut.

Den Infotheken kommt in diesem Transformationsprozess eine nicht zu unterschätzende Rolle zu: Sie sollen als integrierter Bestandteil einer Studien-, Berufs- oder Laufbahnberatung genutzt werden können. Sei dies zur individuellen Vorbereitung, während der Beratung oder als Nachbereitung zu einem Gespräch. Entsprechend sollte bei der (Neu-)Gestaltung der Räumlichkeiten auf eine hohe Aufenthaltsqualität geachtet werden, sprich:

- helle, lichtdurchflutete Räume;
- bequeme Sitzmöglichkeiten;
- eine Raumeinteilung, die es der Kundschaft erlaubt, sich in einer «Ruhezone» ins Studium der Unterlagen zu vertiefen und eine «Beratungszone», wo IuD-Fachleute oder BSLB-Beratende mit dem/der Kunden ungestört eine Kurzberatung durchführen können, ohne dass alle Anwesenden den Gesprächsinhalt mithören müssen. In einer «Begegnungszone» wiederum darf es auch etwas lauter zu und hergehen. Sie wartet idealerweise mit einem reduzierten Verpflegungsangebot in Form von Kaffeemaschine und Wasserspender auf. In der «Empowerment-Zone» haben die Besuchenden die Möglichkeit, z.B. die eigenen Bewerbungsunterlagen zu drucken und scannen oder ein Bewerbungsfoto mit dem eigenen Smartphone zu schiessen.

Mehr zu den Anforderungen und «good practice»-Beispielen in Bezug auf die Aufenthaltsqualität dann in Kapitel 3 (Leitfrage 2).

2.2 Zielpublikum

In Bezug auf das Zielpublikum scheint schweizweit Einigkeit zu herrschen: Angesprochen wird die ganze Bevölkerung (i.d.R. ab ca. 13 Jahren resp. ab dem 7. Schuljahr) zum Zwecke der Beratung hinsichtlich der ersten Berufs-/Ausbildungs- und/oder Studienwahl sowie der Laufbahngestaltung (insbes. junge Erwachsene ab 25 Jahren). Vereinzelt werden auch noch explizit die Eltern, Personen in der Erwerbslosigkeit sowie Migrantinnen und Migranten als Zielpublikum genannt.

2.3 Statistik: Anzahl Besuchende, Alter, Laufkundschaft etc.

Die Daten aus den ausgewerteten Fragebogen waren zu bruchstückhaft und uneinheitlich, um allgemeingültige Aussagen ableiten zu können. Stattdessen sei in Sachen «Statistik» auf den [Jahresbericht 2022 der SK BSLB](#) hingewiesen, worin nebst den Tätigkeiten der öffentlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungen auch Zahlen und Diagramme präsentiert werden. Grundsätzlich können folgende drei Erkenntnisse aus der statistischen Erhebung festgehalten werden:

- Nach dem pandemiebedingten Rückgang der BIZ-Besuche in den Jahren 2020/2021 hat sich die Anzahl der Beratungen grundsätzlich wieder aufs Niveau vor «Corona» eingependelt. Auffallend zunehmend ist der Anteil Erwerbstätiger, die eine Beratung aufsuchen. Interessant sind die Veränderungen der Altersklassen. Im SK BSLB-Jahresbericht 2021 wurde eine Zunahme der Beratungsgespräche bei Personen ab 40 Jahren aufgezeigt, was mit Sicherheit auf den Erfolg des «viamia»-Programms zurückzuführen ist. Die für 2022 erhobenen Daten bestätigen diesen Trend.
- die BIZ in den kleineren Kantonen sind viel weniger stark frequentiert als jene in den (flächen- und einwohnermässig) grösseren Kantonen. Dies hängt in erster Linie mit den teils dezentral und wenig attraktiv gestalteten Räumlichkeiten der BIZ/Infotheken zusammen. Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität sind zwei wichtige Faktoren, die das physische Publikumsaufkommen vor Ort signifikant beeinflussen. Das gilt insbesondere für die in allen Kantonen als wichtiges Kundensegment bezeichnete sog. «Laufkundschaft» - also Personen, die quasi am BIZ «vorbeistolpernd» einen Spontanbesuch vornehmen und sich im Rahmen einer Kurzberatung (15-20 min.) informieren lassen. Allerdings handelt sich bei dieser «Laufkundschaft» nachweislich fast ausschliesslich um Erwachsene, während Jugendliche und junge Erwachsene auf der Suche nach dem geeigneten Erstberuf oder Erststudium in aller Regel mit einer gezielten Absicht das BIZ und die Infothek aufsuchen resp. (siehe nächsten Punkt) die Online-Informationsangebote nutzen.
- Insgesamt wird in den meisten Kantonen ein Rückgang der physischen Vor-Ort-Besuche festgestellt, stattdessen nimmt die Bedeutung der Online-Informationsmedien signifikant zu – insbesondere bei der jüngeren Generation. Vor diesem Hintergrund ist die vielerorts eingeschlagene «digital first»-Strategie vollkommen richtig. Wenn Schüler:innen das BIZ physisch aufsuchen, dann meist im Zuge eines Klassenbesuchs im Rahmen des Fachs «Berufswahlvorbereitung».

2.4 Mitarbeitende der Infothek: Anzahl, Ausbildung, Aufgaben

Den Mitarbeitenden der Infotheken kommt dabei in Zukunft eine immer bedeutendere Rolle zu. Analog zu den klassischen Bibliothekarinnen und Bibliothekaren wandelt sich hierzulande auch das Berufsbild der IuD-Spezialistinnen und IuD-Spezialisten in den Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungszentren: Sie sind nicht mehr bloss für Beschaffung, Aufbereitung und Vermittlung von berufs- und studienrelevanter Fachinformation zuständig, sondern schlüpfen zusehends auch in eine beratende Rolle, in dem sie das Informationsbedürfnis der Kundschaft im Rahmen von Erstkonsultationen und Kurzberatungsgesprächen zu eruieren und zu begegnen versuchen, ehe der/die Kunde/Kundin einen Termin für ein vertiefendes Beratungsgespräch bei einer BSLB-Fachperson in Anspruch nimmt. Oft vermögen die Auskünfte, die die IuD-Fachpersonen in einem BIZ erteilen, den Informationsbedarf des/der Ratsuchenden zu decken. In der Regel ist die IuD-Fachperson die

Erstanlaufstelle beim Besuch eines BIZ und damit auch deren «Aushängeschild». Als unternehmerisch denkende und handelnde Mitarbeitende mit einer guten Beobachtungsgabe und analytischem Denkvermögen sind sie in der Lage, Kundenbedürfnisse zu identifizieren und ggfls. Prozessabläufe in der Infothek zu optimieren oder neu zu implementieren. Die IuD-Fachleute stellen die zeitnahe und bedarfsgerechte Bewirtschaftung der Infomittel sicher, sie erkennen die Probleme im Infobereich und gehen diese aktiv an, indem sie geeignete Lösungsvorschläge erarbeiten. Während Katalogisierungskennnisse – analog zu den Bibliotheken – immer unwichtiger werden, gewinnen IT-Skills und Multimedia-Kompetenzen stark an Bedeutung: Denn die IuD-Fachleute müssen in der Lage sein, Informations- und Wissensplattformen zielgerichtet zu nutzen, ja sogar IT-Applikationen im Informationsbereich inhaltlich und aus Nutzungsperspektive mitzuentwickeln und ggfls. auch einfache Support-Aufgaben an der technischen Infrastruktur der Infothek vornehmen. Abgerundet wird das Profil der IuD-Fachleute in einem BIZ nebst einer ausgeprägten Dienstleistungshaltung von einer soliden Aufttritts- und Vermittlungskompetenz: Sie schulen Beratende und Besuchende in der Nutzung der zur Verfügung stehenden Informations- und Wissensvermittlungstools, sondern wissen die im BIZ-Bestand vorhandenen analogen und digitalen Informationsmittel adressaten- und zielgruppengerecht zu vermitteln und können bei Bedarf und auf ausdrücklichen Kundenwunsch hin weiterführende Recherchen inner- und ausserhalb des Bestands vornehmen.

Informationsspezialistinnen und -spezialisten bringen wichtige Fähigkeiten und Kenntnisse mit, die für den optimalen Betrieb einer Infothek unabdingbar sind. So ist es umso erstaunlicher, dass gemäss Umfrage nicht einmal die Hälfte der Kantone über ausgebildetes IuD-Fachpersonal in ihren BIZ verfügt. Ein Umstand, der aus Sicht der FH Graubünden einer genaueren Prüfung bedarf.

2.5 Software für Medienausleihe, Verbindung zu Falladministration

In Bezug auf die Software-Nutzung zeigt sich – in der Deutschschweiz zumindest – ein sehr einheitliches Bild: 9 Kantone geben an, die insbeso. in kleineren und mittleren Bibliotheken weit verbreitete Bibliothekssoftware «WinMedio» zu nutzen. In den meisten Fällen ist diese auch mit einer Schnittstelle zur jeweiligen Falladministrationsoftware («BISO» oder «BEB2k») versehen. Dabei werden die in der Falladministrationsoftware erfassten Kundendaten beim nächtlichen Update ins Bibliothekssystem übertragen – umgekehrt jedoch nicht.

Weitere im Einsatz befindliche Ausleihsoftware: «NetBiblio» (GL, NE, ZH), «BiThek» (BL) «rero» (VS) und «AL-EPH» (SG). LU (LUBIB) arbeitet mit eigener, kantonaler Lösung. 3 Kantone geben an, über gar kein System zur Medienausleihe zu verfügen (AR, OW, TI).

2.6 Positive und negative Erfahrungen

In der Folge seien ein paar nennenswerte und für den Austausch unter den kantonalen BIZ zweifelsfrei förderliche Erfahrungen – im positiven wie im negativen Sinne – zusammengefasst dargestellt. Bei der Zusammenstellung handelt es sich um eine Auswahl, sie erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit!

POSITIVE ERFAHRUNGEN	NEGATIVE ERFAHRUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> • AR: neue interaktive Bildungswelt auf www.berufsberatung.ar.ch • GR: Rückmeldungen von Besuchenden von Veranstaltungen sind sehr positiv: modern eingerichtet, genug Platz; • OW: Telefondienst und admin. Aufgaben werden von allen Mitarbeitenden übernommen; • SG: Die Neugestaltung ist bis dato in sechs BIZ umgesetzt, die Rückmeldungen sind sehr positiv; 	<ul style="list-style-type: none"> • AR: begrenzte Räumlichkeiten, aufgrund des Standorts haben wir keine Laufkundschaft • GR: leider kaum Besuchende • LU: für einzelne IuD-Aufgaben wäre eine Person mit spezifischer IuD-Ausbildung von Vorteil • NE: depuis le covid le public se rend moins sur place dans les locaux • OW: wenige Stellenprozente, Kleinpensen, daher Verteilung von Aufgaben schwieriger, keine Laufkundschaft

<ul style="list-style-type: none">• TI: dal 2021 l'Infocentro si è aperto alle attività didattiche per le classi, un' offerta molto apprezzata anche dai docenti e dalle famiglie• TI: documentalisti: il team è cresciuto sia livello di risorse che di competenze;• UR: durch die grosse Fensterfront wirkt das eher kleine BIZ doch grösser und einladend. BIZ ist unterteilt in "erste Berufswahl" und "Laufbahn/Studium", dies erleichtert die Suche für Besucher:innen;• VS: Konzept für Infogespräche im BIZ hat sich bewährt; Digitalisierung erleichtert der Kundenschaft den Zugang zu Information, dadurch sinkt aber der Bedarf einer Informationsbeschaffung im BIZ vor Ort;• ZH: Erfahrungen aus dem Prototyp 2018 in Uster wurden per Kundenbefragung evaluiert und vor dem Roll-out Anpassungen vorgenommen, z. B. Regalbeschriftungen, Ausgestaltung des elektr. Empfangsportals (www.bizzh.ch) oder gewisse Möbelstücke und Leuchten; ständige Weiterentwicklung von Angeboten und Überlegungen zu kreativen Methodenkoffern für die Infotheken.	<ul style="list-style-type: none">• TI: l'Infocentro è lontano dal centro di Bellinzona e dalla stazione ferroviaria, perciò per gli utenti è scomodo e scoraggia le visite spontanee;• TI: nonostante l'impegno del team, la mole di lavoro sia al livello cantonale che nazionale rimane superiore alle risorse disponibili• VS: Die Besucherzahlen im BIZ nehmen stetig ab, Veranstaltungen können aufgrund der tiefen Anmeldezahlen nur beschränkt durchgeführt werden.
---	--

2.7 Zukunft / geplante Entwicklungen / offene Fragen

Nachfolgend seien einige für die allgemeine «BIZ-Community» interessante unmittelbare und mittelfristige Entwicklungen in den Kantonen aufgelistet:

<ul style="list-style-type: none">• AG: zukünftig im IZ Printmedien reduzieren, Strategie «digital first», «print on demand» für hauseigene Informationsprodukte, digitale Selbstexploration an Konsole o. ä.• AR: Reorganisation geplant• BL: a) Zusammenlegung der beiden BIZ an einem Standort im Herbst 2024 mit neuer, moderner Infothek b) evtl. wieder Aufnahme von luD-Lernenden (entw. im Rahmen einer Verbundlehre, wie es sie schon einmal gab oder im Rahmen von Praktika)• BE: Infothekumbauten 2022 abgeschlossen. Schwerpunkt 2023: vielseitige Nutzungsmöglichkeiten der Räumlichkeiten mit versch. Massnahmen etablieren (z. B. Beratungsfenster von Partnerorganisationen in der Infothek, durchführen von Informationsveranstaltungen für Multiplikatoren, Entwicklung Entdeckungstools für Infotheken für versch. Zielgruppen etc.)• GE: Un projet de réaménagement des locaux est actuellement en cours de réflexion.• GR: luD-Konzept wird bis Herbst 2023 erstellt. Darin werden Grundlagen für die luD-Arbeiten definiert und Prozesse sowie Qualitätsrichtlinien festgehalten;• GR: gemäss allg. Leistungsüberprüfung in der ganzen kantonalen Verwaltung bekam die BSLB zudem folgenden Auftrag für das Jahr 2023: «Der Bedarf an digital zur Verfügung stehenden Informationen verlangt eine neue Art von Unterlagen, Dokumenten und Informationen. Es sollte daher aktiv geprüft werden, welche Informationen national erarbeitet und zur Verfügung gestellt werden können auf welche kantonsspezifischen Informationen folglich verzichtet bzw. ausschliesslich digital zur Verfügung gestellt werden können»

- **LU:** BIZ LU ist daran ein Rahmenkonzept zu erstellen. Es beinhaltet die Weiterentwicklung des Informationszentrums - auch im Hinblick auf den neuen Stao. der kant. Verwaltung am Seetalplatz ab 2026 (<https://kvse.lu.ch>)
- **NE:** dans le cadre du projet "Vitamine" de l'Etat de Neuchâtel qui vise à centraliser l'administration neuchâteloise sur deux sites, les centres d'information et de documentation sont amenés à intégrer de nouveaux locaux entre 2023 et 2025.
- **NE:** tout en gardant les mêmes collaborateurs/trices et l'objectif de servir au mieux le public, les nouveaux sites et aménagements prévus permettront d'avoir des centres de documentation plus attractifs, dynamiques et accueillants. L'espace sera également plus modulable et amènera ainsi des possibilités nouvelles
- **NW:** Die Erarbeitung eines Leitbilds ist in Planung (Umsetzung: 2024)
- **OW:** Beratungszeiten ausweiten (1x pro Woche abends und 2x pro Monat Sa.-Vm; BIT 2024+; Zusammenarbeit mit der Wirtschaft ausbauen; Beratungsangebote ergänzen; Berufswahlaktivitäten evaluieren;
- **SH:** Überarbeitung BIZ-Konzept 2023 (Öffnungszeiten, Beratungszeitraum etc.); Weiterentwicklung Online-Anmeldemöglichkeit
- **SO:** Neugestaltung der Infotheken Olten und Breitenbach, analog der neuen Infothek in Solothurn
- **SZ:** Die Wissensmanagementplattform «Confluence» soll den "Fachliches"-Ordner im kantonalen Server ablösen, wo bis dato Informationen und Merkblätter nach Klientengruppen und thematisch abgelegt wurden. Man hat sich für eine flache Hierarchie mit Stichwort-Vergabe entschieden, da im «Confluence» sehr vernetzt gesucht werden kann. Auch kann so die direkte Mithilfe der Beratungspersonen an der Entwicklung der Daten gewährleistet werden
- **TI:** L'obiettivo primario continuerà ad essere quello di non lasciare mai scoperto il Servizio, sia per le attività in presenza che per le consulenze telefoniche o per e-mail. È inoltre in previsione l'aggiornamento del sito www.ti.ch/orientamento con una nuova veste grafica e una migliore navigabilità. È in fase di discussione la necessità di assumere altre figure professionali per avere un team più eterogeneo e non più composto solo da bibliotecari (titolo ora obbligatorio per lavorare presso il Servizio documentazione)
- **UR:** 2023 ist eine Umgestaltung des BIZ geplant ("Nachher"-Impressionen sind auf EDK-Plattform verfügbar). Es ist die Anschaffung von Tablets geplant, damit sich die Besucher:innen über QR-Codes digital informieren oder die Schüler:innen bei Klassenbesuchen die Berufsvideos gleich anschauen können
- **VS:** BIZ 2025 im Oberwallis: neues Betriebskonzept ist in Ausarbeitung.
- **ZG:** Projekt BIZ 23 mit einer Neugestaltung der Infothek vor Ort sowie der Nutzung der neuen Infoplattform "BIZ Links". Geplante Eröffnung der neugestalteten Infothek: Sommer 2023
- **ZH:** Nutzung digitaler Geräte ausweiten, BIZ-spezifische Anwendungen, konzeptionelle Überlegungen in den Regionen.

3 Leitfrage 2 – Standorte, Möbel, Ausstattung

In der zweiten Leitfrage lag der Fokus auf der «Ausstattungspolitik», konkret:

- wo, wie gut erreichbar und wie gross sind die BIZ und deren Infotheken?
- wie sind die Infotheken ausgestattet, d.h. über welches Mobiliar und welche Infrastruktur verfügen sie?
- und welche allgemeinen positiven und negativen Erfahrungen gehen mit der bestehenden – und vielerorts auch teils neuen Einrichtung – einher?

Diese Leitfrage wurde von den Kantonen teils in einem sehr hohen Detaillierungsgrad beantwortet, u.a. angereichert mit zahlreichem Bildmaterial und Plandokumenten, was eine Auswertung und die Herleitung allgemeingültiger Erkenntnisse sehr schwierig macht. Da Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungszentren genauso zu informationsverarbeitenden Einrichtungen gehören wie Bibliotheken, möchten die Autoren das Thema «Aufenthaltsqualität» am Beispiel der jüngsten Entwicklungen im Bibliotheksbereich darstellen und anschl. ein paar gelungene Beispiele von Raumgestaltung in den schweizerischen BIZ eingehen.

3.1 Exkurs (I): Alles im Fluss – Bibliotheken im Zeitalter der Digitalisierung

Die Frage ist berechtigt: Wozu braucht es heutzutage noch Bibliotheken, wenn (fast) alles Wissen dieser Welt im World Wide Web verfügbar ist und dank Suchdiensten wie «Google» wiedergefunden werden kann. In einer Zeit, in der das Wissen orts- und zeitunabhängig verfügbar scheint, kämpfen die Bibliotheken um ihre Bedeutung. Doch gerade auf diese grundexistenziellen Fragen nach der zukünftigen Daseinsberechtigung warten Bibliotheken mit innovativen Antworten auf: Die einen werfen Bücher raus, andere bauen ihnen riesige Tempel. In einem Punkt ist man sich in der Bibliothekswelt einig: Nicht mehr das Buch resp. – um es etwas technokratisch auszudrücken – der Informationsdatenträger steht im Zentrum aller Überlegungen, sondern der Mensch und sein sich zusehends veränderndes Freizeitverhalten. Bibliotheken erfüllen immer mehr die Funktion eines sog. «Dritten Ortes», ein Begriff, der ursprünglich aus der Soziologie stammt. Ganz neu ist dieser Terminus somit nicht, im Zusammenhang mit den Bibliotheken indes schon.

Als in den 1970er Jahren in der Schweiz die ersten grossen Einkaufszentren auf der grünen Wiese entstanden, war auch hierzulande der «Dritte Ort» geboren: Inszenierte Lebensräume, in denen man sich vorübergehend aufhält. Orte zwischen dem eigenen Zuhause (erster Ort) und der Arbeitswelt/Schule (zweiter Ort). Familien, Jugendliche, Senioren treffen sich dort zum Einkauf, zur Unterhaltung, zum Essen und Trinken. Zu diesem Zeitpunkt waren die wissenschaftlichen Bibliotheken noch Orte der Ruhe und Horte wertvollen Wissens. Und öffentliche Bibliotheken hatten den Charakter von „Hol- und Bring-Institutionen“, in denen man schnell Lesestoff aussuchte und wieder zurückbrachte. Die Öffnungszeiten waren kurz, oft waren sie über Mittag geschlossen. Hervorgerufen durch den Siegeszug des Internets und angesichts des drohenden Verlusts des Informationsmonopols machten sich auch öffentliche Bibliotheken mit grosser Verspätung – verglichen mit dem skandinavischen und angelsächsischen Raum – daran, sich zum Dritten Ort zu wandeln. Sie hatten erkannt, dass die bisher zentrale Bedeutung des Medienangebots angesichts von vielfältigen anderen Bezugsmöglichkeiten (Download, Streaming) schrumpft. Die Bibliotheken müssen ihr «Geschäftsmodell» überdenken und andere Dienstleistungen ins Angebot aufnehmen. Einen Weg, den z. B. die Kantonsbibliothek Baselland in Liestal, die Stadtbibliothek Winterthur oder jüngst die Stadtbibliothek Chur gewählt haben. Weg von einem auf den Verleih von Büchern ausgerichteten Kerngeschäft in sterilen wenig einladenden Räumlichkeiten hin zu einem multimedialen Erlebnistempel mit hoher Verweilqualität. Zwar handelt es sich um diese Metamorphose der Bibliotheken hierzulande noch nicht um eine flächendeckende Erscheinung, doch der Paradigmenwechsel in der Bibliothekswelt ist nicht mehr aufzuhalten.

Geprägt wurde der Begriff des «Dritten Ortes» vom amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg. Er umschreibt ihn mit folgenden Charakteristika, die auch für Bibliotheken völlig zutreffend sind¹:

¹ Oldenburg 1989; Buschmann/Leckie 2007, 137f; Martel 2012, 14.

- Ein neutraler Ort, wo man kommen und gehen kann. Niemand spielt Gastgeber, alle fühlen sich zu Hause und wohl.
- Der Ort ist leicht zugänglich und einladend. Man geht auch gerne allein hin.
- Er wirkt von aussen einladend und hat ein niedriges (Zugangs-) Profil.
- Er ermöglicht ein informelles Zusammenkommen.
- Die Besucher finden sich regelmässig ein.
- Die Institution wirkt ausgleichend auf Unterschiede zwischen Menschen. Keine Mitgliedschaft, nicht exklusiv.
- Die hauptsächliche Aktivität ist das Gespräch, die Unterhaltung; die Atmosphäre ist spielerisch.
- Die Institution vermittelt das Gefühl von "home-away-from-home", eines zweiten Zuhauses.
- Sie trägt zur lebendigen Gemeinschaft bei und fördert das Gefühl der Zugehörigkeit.
- Die Menschen können „sich selbst sein“.

Wollen die Bibliotheken also im digitalen Zeitalter und angesichts der bevorstehenden Entwicklungen weiterbestehen, müssen sie neue Eigenschaften in den Vordergrund rücken. Konkret: Sie müssen eine hohe Aufenthaltsqualität und ein breites Lern- und Bildungsangebot entwickeln. Bibliotheken mutieren zusehends zu Orten des Lernens und des Aufenthalts, sie sind Informationszentren und bieten Raum fürs individuelle und kollektive Arbeiten. Die Bedürfnisse der Benutzer sind dabei unterschiedlich: Sie wollen «allein, aber nicht einsam» sein und wünschen sich eine «konzentrationsfördernde, ermutigende, ansteckende» Atmosphäre, in der «anregende Weite und konzentrierte Separation» zugleich möglich ist.² Ein breites Angebot an bequemen Arbeitsmöglichkeiten ist dazu Voraussetzung – bis hin zu Liegen und Sofas. Ein gelungenes Beispiel für diese Schaffung einer Lern- und Arbeitslandschaft ist der umgestaltete frühere Lese- und Katalogsaal der Zentralbibliothek Zürich: Schwere Bücherregale (mit notabene wenig genutzten Präsenzbeständen) wichen einem modularen Möblierungssystem, welches ganz auf die Leserschaft ausgerichtet wurde. «Mit klaren Linien, gedeckten Farben und einer textilen Anmutung wurde ein ordnender Eingriff in die alte Struktur realisiert», schreiben die für den Umbau verantwortlichen Architekten Gasser & Derungs auf ihrer Webseite.³ Im Zuge des Umbaus wurde der Lesesaal mit Studierkojen (sog. «Cubicals») ausgestattet und um eine angenehme Leselounge ergänzt, die es in dieser Form zuvor in der mittlerweile 100jährigen Geschichte der ZB Zürich noch nicht gegeben hat.⁴



Abbildung 1: Impressionen Lesesaal und Leselounge Zentralbibliothek Zürich
Quelle: <http://www.gasserderungs.ch/sinnlich-praezise/projekte/zentralbibliothek-zuerich/>

Zu einem attraktiven Lernort gehört auch ein Bildungs- und Animationsangebot. Die Bibliothek fördert dabei die Auseinandersetzung mit Texten, Film, Theater, Musik. Die sog. «Idea Stores» in London⁵ arbeiten z.B. eng

² vgl. Fansa, Jonas. Bibliotheksflirt. Bibliothek als öffentlicher Raum. Bad Honnef 2008.

³ <http://www.gasserderungs.ch/sinnlich-praezise/projekte/zentralbibliothek-zuerich/>

⁴ Der Autor dieses Berichts schätzt die inspirierende und konzentrationsfördernde Atmosphäre des Lesesaals der ZB Zürich und zieht sich selber regelmässig zum Arbeiten in eine dieser Studierkojen zurück. Ein Grossteil der vorliegenden Studie ist denn auch in einer dieser «Cubicals» entstanden!

⁵ <http://www.ideastore.co.uk/>

mit Bildungsinstitutionen zusammen, wie dies hierzulande die Volkshochschulen sind. Sie bieten in ihren Räumen alleine oder in Kooperation Kurse und Schulungen an und verfügen über modernste technische Ausrüstungen, z.B. eine Medienwerkstatt. Dies sind wichtige Voraussetzungen für das lebenslange Lernen, das die moderne Arbeitswelt von den Arbeitnehmenden fordert. In der PBZ Hardau, einer als interkulturelle Quartier- und Schulbibliothek positionierten Filiale der Pestalozzi-Bibliothek Zürich PBZ, empfängt die lokale Caritas-Organisation Migrantinnen und Migranten zu regelmässig stattfindenden Deutschkursen. Nebst den Kursräumlichkeiten stellt die Bibliothek auch gleich noch das zum Deutschlernen notwendige Sprachlehrmittel zur Verfügung. Damit nimmt die Bibliothek nicht nur die Aufgabe eines Lernortes wahr, sondern leistet unverzichtbare Integrationsarbeit für Menschen mit Migrationshintergrund. Vor diesem Hintergrund wird auch klar, dass die Bibliotheken zusehends aus ihrer Isolation heraustreten und sich öffnen müssen, gerade in der Schweiz ist diese Entwicklung unausweichlich. Zwar stellen die Bibliotheken die Grundversorgung für Literatur, Wissen und Information für ihr Einzugsgebiet sicher, doch eine engere Zusammenarbeit mit Bibliotheken über das eigene Einzugsgebiet hinaus wird immer wichtiger.

Die Bibliotheken üben aber auch noch eine weitere, für die Gesellschaft nicht zu unterschätzende Rolle aus: Sie entwickeln sich zu einem sozialen Ort. Will man den Erhebungen des Bundesamts für Statistik Glauben schenken, dann wächst die Zahl der Menschen in der Schweiz, die alleine wohnen, kontinuierlich. Waren es 2005 rund 1.2 Mio. Einpersonenhaushalte, so sollen es bis 2030 gemäss Hochrechnungen 1.6 Mio. sein.⁶ Die Bibliothek bildet daher der ideale Ort für Menschen, die andere zum Austausch treffen wollen – oder schlicht und ergreifend eine Atmosphäre suchen, in der sie ihren Interessen nachgehen können. Denn eines darf man nicht vergessen: Die Bibliotheken gehören zu den ganz wenigen kostenlosen Aufenthaltsorten ohne Konsumzwang! Verfügt die Bibliothek zudem über ein breites Angebot fremdsprachiger Medien, nimmt die Bibliothek auch eine wichtige Rolle als Ort der sozialen Integration von Einwohnern mit Migrationshintergrund wahr.

Will die Bibliothek als Freizeiteinrichtung auch für Jugendliche attraktiv sein, so muss sie technologisch «fit» sein – dies gilt nicht nur fürs Personal, sondern auch für die Ausstattung: Ein leistungsfähiges kostenloses WLAN, eine ausreichende Anzahl PC-Arbeitsstationen mit Internetanschluss gehören heutzutage zum «state of the art». Das Bibliothekspersonal wiederum ist in der Lage, die Benutzenden bei ihrer Suche nach Information recherchetechnisch zu unterstützen. Es ist informationskompetent und beherrscht das Einmaleins des Recherchierens jenseits von «Google» & Co. Kleinkinder und Kinder im Vorschulalter werden in ihrer sprachlichen Entwicklung mit stufengerechten Animationsprogrammen gefördert, Jugendliche werden z. B. beim «Gamen»⁷ medienpädagogisch begleitet. In der Schweiz sind z. B. die Angebote für Kinder und Jugendliche der Stadtbibliothek Winterthur beispielhaft.⁸

Selbstverständlich gehört gedruckte Information nach wie vor zum Angebot einer Bibliothek. Diese stellt ihren Nutzern ein breites Spektrum an elektronischen Medien zur Verfügung. Es ist also weiterhin eine Aufgabe von Bibliotheken, Information zu sammeln und möglichst kostenfrei ihrem Publikum anzubieten.

Nebst der konsequenten Ausrichtung des Angebots auf die Bedürfnisse und der sich verändernden Lebens-, Arbeits- und Freizeitgewohnheiten ihrer Nutzer:innen und potentiellen Kundschaft, ist ein folgender Aspekt von immenser Bedeutung für den Erfolg einer Bibliothek: Die Lage! Sie steht nicht mehr in einer ruhigen, vom Verkehr kaum tangierten Seitenstrasse, sondern mitten im urbanen Leben, an stark frequentierter, zentraler Lage. Geschäfte haben erkannt, dass die Bibliothek eine interessante Partnerin für sie ist – und umgekehrt. So führt die bereits erwähnte Pestalozzi-Bibliothek Zürich PBZ eine Filiale im Einkaufszentrum «Sihlcity», in unmittelbarer Nachbarschaft zu Geschäften, einem Kinokomplex, Wellnessseinrichtungen, Restaurants, Bars und Arztpraxen. Wichtig ist bei alledem auch die Lage.⁹

⁶ Haushaltsszenarien. Entwicklung der Privathaushalte zwischen 2005 und 2030. BFS Aktuell. Neuchâtel 2010.

⁷ Gaming in Bibliotheken ist in jüngster Vergangenheit zu einem Trend geworden. Statt zu Hause zu sitzen und isoliert zu spielen, treffen sich Kinder und Jugendliche in der Bibliothek zum gemeinsamen, abwechslungsweisen Videogame-Spielen.

⁸ <http://bibliotheken.winterthur.ch/stadtbibliothek/ug1/>

⁹ <https://sihlcity.ch/geschaefte/pbz>



Abbildung 2: Impressionen Pestalozzi-Bibliothek Zürich, Filiale «Sihlcity»
Quelle: <https://sihlcity.ch/geschaefte/pbz/>

Grössere Bibliotheken integrieren zusätzlich eine ganze Reihe von anderen Dienstleistungen, z.B. ein Restaurant, eine Cafeteria (z. B. das «Café Saint-Gall» in der Bibliothek «Hauptpost» der Kantons- und Stadtbibliothek St.Gallen¹⁰), eine Buchhandlung, eine Bankfiliale, eine Poststelle (wie z. B. in der Ende August 2018 eröffneten neuen Stadtbibliothek Chur in den Räumen der früheren Hauptpost¹¹) sowie Ausstellungs- und Konferenzräume (wie z. B. im «Rolex Learning Center», der Hauptbibliothek der École polytechnique fédérale de Lausanne EPFL). Gleichzeitig kann die Bibliothek als Bau auch einen städtebaulichen Akzent setzen. So kommt es nicht von ungefähr, dass sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten führende Architekten Bibliotheksbauten angenommen haben: Herzog & de Meuron (Universitätsbibliothek Cottbus), Rem Koolhaas (Public Library Seattle), Mario Botta (Stadt- und Landesbibliothek Dortmund).



Abbildung 3: Universitätsbibliothek Cottbus (Quelle: <http://www.virtuelleallgemeinbibliothek.de/digitalephotothek/20005955.HTM>); Public Library Seattle (Quelle: https://superheroesinracecars.files.wordpress.com/2016/06/seattle-library_main_02.jpg); Stadt- und Landesbibliothek Dortmund (Quelle: https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/bildung-wissenschaft/start_bw/index.html)

Bibliotheken, die die Funktionen eines «Dritten Orts» erfolgreich erfüllen, sind in den skandinavischen und angelsächsischen Ländern zahlreich, das bekannteste Beispiel ist derzeit mit Sicherheit «dokk1» im dänischen Aarhus¹²: Sie ist öffentliche Bibliothek, Bürgeramt und Kreativort zugleich, ein multimedialer Erlebnis- und Freizeitempel im Herzen der Stadt. Dagegen muten jene Bibliotheken in der Deutschschweiz, die dem Modell am nächsten kommen, schon fast verschwindend klein an: Etwa die Stadtbibliotheken von Zug und Winterthur oder die Kantonsbibliothek Baselland in Liestal.

Dass eine Entwicklung à la Aarhus nicht überall möglich sein wird, versteht sich von selbst. Aarhus ist visionär und seiner Zeit heute schon weit voraus. Doch der Trend ist klar: Bibliotheken wandeln sich auf alle Fälle vom blossen Ausleihort zum Ort des Verweilens, des Austauschs und der Weiterbildung. Dies hat u.a. zur Folge, dass die Mitarbeitenden neue Kompetenzen in den Bereichen soziokulturelle Animation und Informatik erwerben müssen. Es ist klar, dass nicht jede Gemeindebibliothek alle in diesem Kapitel erwähnten Aufgaben wahrnehmen kann, sie muss sich auf ausgewählte Bereiche beschränken. Ein

¹⁰ <http://www.bibliosg.ch/home/cafe-stgall.html>

¹¹ <https://www.bibliochur.ch/angebot/postagentur.html>

¹² <https://www.visitaarhus.de/de/dokk1-gdk1077504>

gelungenes Beispiel hierfür ist die Bibliothek in Landquart¹³: Zentral beim Bahnhof gelegen, verfügt sie über eine Leselounge mit Tee und Kaffee, ein Labor, in welchem Kindern naturwissenschaftliches Wissen vermittelt wird und Räume, die der Senioren-, der Mütter-/Väter-Beratung sowie den Vereinen für Veranstaltungen zur Verfügung stehen. Tageskarten der SBB können über die Bibliothekswebseite reserviert und in der Bibliothek abgeholt werden. Und ja: Dank ihrer Nähe zum Zivilstandsamt dient die Bibliothek den Hochzeitsgesellschaften oftmals als Apéro-Raum!

Eine Weiterentwicklung des «3. Ortes» bildet das vom dänischen Kulturministerium im Jahre 2010 begründete «4-Spaces»-Modell für öffentliche Bibliotheken, welches vor dem Hintergrund einer sich unter dem Eindruck des rasanten technologischen Wandels verändernden Gesellschaft für öffentliche Bibliotheken entwickelt wurde.

Das Modell beschreibt, aufbauend auf den vier Funktionen «Erlebnis und Erfahrung» (Experience), «Beteiligung» (Contribution), «Ermächtigung» (Empowerment) und «Innovation» (Kreation und Umsetzung), vier Räume, die Bibliotheken anbieten können. Jede Bibliothek muss selbst, ausgehend von den eigenen Möglichkeiten, Ansprüchen und lokalen Anforderungen, entscheiden, welche Räume sie anbietet. Je grösser eine Bibliothek ist und je besser die lokale Community darauf reagiert, desto mehr dieser Räume können in einer Einrichtung untergebracht werden.

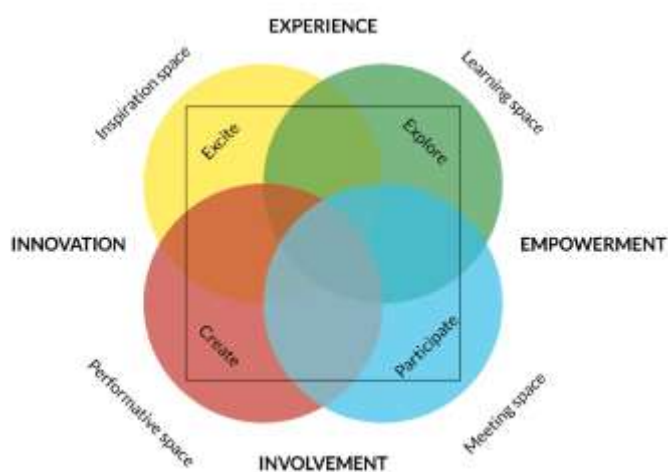


Abbildung 4: Modell der Vier Räume (Quelle: <http://blog.informationswissenschaft.ch/vier-funktionen-vier-raeume/> [zuletzt abgerufen: 30.11.2018, 18:06])

Die vier Räume gliedern sich gemäss den Urhebern des Modells¹⁴wie folgt:

1. *Raum für Anregungen*, beständig und aktiv durch die Bibliothek immer wieder neu eingerichtet durch Ausstellungen, wechselnde Bestände etc.
2. *Lernraum*, unterstützt durch lernanregende Umgebungen – Einzelplätze, flexible Gruppenplätze, Veranstaltungen etc. – und Medien.
3. *Treffpunkt*, symbolisiert z.B. durch Bibliothekscafés, regelmässige Treffen für Mütter, Jugendliche etc.
4. *Performativer Raum*, insbesondere als Makerspaces, Kinderlabore, Reparaturcafés usw. in denen Raum, Medienbestand und Angebote fern der Medien direkt angeboten und partizipativ – also nicht nur von der Bibliothek angeleitet – genutzt werden können.

Das Modell nimmt vorhandene Bibliothekskonzepte auf und entwickelt diese fort. Insofern handelt es sich lediglich um eine Systematisierung und Aktualisierung dessen, was schon bekannt ist, jedoch um einen vier-ten Raum resp. «Ort» erweitert.

¹³ <https://www.bibliothek-landquart.ch/>

¹⁴ Jochumsen, H. ; Rasmussen, C. H. ; Skot-Hansen, D.: The four spaces – a new model for the public library. *New Library World* 113 (11/12) 2012, 586-597

Das Modell kann primär als Instrument zur strategischen Entwicklung von Bibliotheken und deren Angebotssportfolio genutzt werden und bildet eine Diskussionsgrundlage für die Zukunft des öffentlichen Bibliothekswesens.

3.2 Exkurs (II): Beispiel «Bank Cler»: eine hybride Filiale für eine neue Bank

Nicht nur Bibliotheken verändern im Zuge der digitalen Transformation ihr Geschäftsmodell und geben ihren Räumlichkeiten in diesem Kontext einen neuen Sinn. Im Dienstleistungssektor der Privatwirtschaft spielen sich ähnliche Dinge ab. Ein schönes Beispiel hierfür ist der Wandel der «Bank Cler» (früher «Coop Bank»): Durch die Digitalisierung hat sich das tägliche Kundengeschäft stark verändert. 2017 geht die damalige «Coop Bank» mutig voran und erfindet sich komplett neu. In Zusammenarbeit mit einem Innenarchitektur-Büro gestaltet die neue Bank Cler die «Bankfiliale der Zukunft», in der die Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse ins Zentrum rücken. Das neue Filialkonzept setzt bezüglich Transparenz neue Maßstäbe, widerspiegelt aber gleichzeitig die soziale Haltung und genossenschaftliche Herkunft der Bank. Es verzichtet auf jegliche Schalter und rückt durch den Verzicht herkömmlicher Bankenzonen die persönliche Beratung in den Mittelpunkt. Ein offener Empfang mit Bewirtungsmöglichkeiten, kommunikative Interaktionszonen mit Lounge und Sitzmöglichkeiten, offene und geschlossene Beratungszonen sowie Zonen für Schulung und Events orchestrieren das Filialkonzept der neuen Bank. Teil dieser Kultur sind auch die flexiblen und sichtbaren Arbeitsplätze.



Abbildung 5: Die hybriden Filialen der Bank Cler (Quelle: <https://www.mint-architecture.com/projects/bank-cler>)

Das von den Innenarchitekten vorgeschlagene Design widerspiegelt die neuen Markenwerte der Bank Cler – frisch, intelligent, schweizerisch – im dreidimensionalen Raum. Dabei kommt der Third-Place-Gedanke – den wir ja von den Bibliotheken her bereits kennen – zum Tragen. Die Bank sieht nicht mehr aus, wie man es von einer klassischen Bank gewohnt ist. Die Atmosphäre ist wohnlich nach dem Motto: «a home away from

home». Barrieren und Hemmschwellen sind abgebaut. Es gibt nicht mehr das klassische Gegenüber am Schalter, sondern viele verschiedene Situationen, die die Kommunikation und damit die Beratung angenehmer, leichter und kundenfreundlicher gestalten. Kunde und Bank begegnen sich, wie es der Wunsch des Bauherrn war, auf Augenhöhe.

3.3 Implikationen für das BIZ resp. die Infothek der Zukunft

Wie die Rückmeldungen aus der Befragung zeigen, denken einige Kantone über die Neugestaltung der Publikumsräume in den BIZ bzw. Infotheken nach (z. B. AR) oder haben fürs 2023 (und Folgejahre) konkrete Umbauten geplant (z. B. UR, ZG und teilweise auch noch SO), während in den Kantonen BE, BS, SG, ZH (und teilweise SO und NE) die BIZ mitsamt Infothek in jüngster Vergangenheit bereits einem Facelifting unterzogen wurden. Letztere machen gemäss eigenen Aussagen – soweit sie dies bereits erheben konnten – durchwegs positive Erfahrungen mit den umgestalteten Publikumsräumen. In LU steht im Zusammenhang mit der Zentralisierung der kantonalen Verwaltung an einem neuen Standort ein kompletter Umzug des BIZ mitsamt Infothek bevor (bis 2026). Auch in GE wird über einen Standortwechsel nachgedacht, während im Kanton TI die Aufenthaltsqualität durch eine neue Möblierung aufgewertet werden soll.

Allen geplanten und durchgeführten Projekten ist ein gemeinsames Anliegen zu entnehmen: Den Ratsuchenden soll der Aufenthalt im BIZ bzw. der Infothek so angenehm wie möglich gemacht werden. Der vielerorts gewählte Ansatz des «Begegnungsraums», wo IuD-Fachleute und Berufsberatende mit Besuchenden in Austausch kommen, entspricht einem Bedürfnis und einem Trend, den wir in den eingangs erwähnten Exkursen zur Bibliothekswelt oder im Bankensektor bereits erleben: IuD-Fachpersonen und Berufsberatende sollen fürs Publikum «griffbereit» sein! Entsprechend ist bei der Gestaltung der Infotheken darauf zu achten, dass ein proaktiver Austausch zwischen der Kundschaft und BIZ-Mitarbeitenden ermöglicht werden kann.

Auf physischen Medien soll zwar nicht gänzlich verzichtet werden, sie müssen aber fürs Publikum nicht mehr zwingend sichtbar sein. Vielmehr soll sich im Sinne des «weniger ist mehr»-Ansatzes der Bestand künftig auf qualitativ hochwertige und aktuelle Medien (z. B. SDBB-Medien und Merkblätter, die regelmässig aktualisiert werden) beschränken und der Fokus verstärkt auf die Vermittlung digitaler Inhalte gelegt werden. Dabei kommt – wie bei der Leitfrage 1 in Kapitel 2 bereits erwähnt – insbesondere den IuD-Fachkräften eine bedeutsame Rolle zu, wenn es darum geht, die Ratsuchenden bei der Recherche und im Umgang mit den verfügbaren digitalen Berufs- und Studieninformation zu unterstützen.

Eine gute Erreichbarkeit – d.h. Lage in Zentrumsnähe und eine gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr – ist unabdingbar: Es erhöht die Sichtbarkeit und führt zwangsläufig zu mehr Laufkundschaft, welche – wie wir aus Kapitel 1 wissen – ein wesentlicher Teil des Publikums ausmacht.

Der Kanton VD bringt auf den Punkt, was das BIZ (oder Centre d'Information sur les Etudes et la Formation Professionnelle CIEP) der Zukunft sein soll: «Les CIEP doivent devenir des lieux "d'événements" (ateliers, rencontres...) et non simplement des centres de documentation! Il faut réduire le côté "bibliothèque" et utiliser un mobilier modulable, favoriser les ateliers de groupe et les événements.»

3.4 Positive und negative Erfahrungen

Die wichtigsten positiven und negativen Erfahrungen der kantonalen BIZ im Zusammenhang mit der vorhandenen Infrastruktur (Räumlichkeiten, Innenausstattung etc.) hier in der Übersicht:

POSITIVE ERFAHRUNGEN	NEGATIVE ERFAHRUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> • BE: gutes Echo auf Postkarten, Funktion der QR-Codes bei allen bekannt; Personen verweilen länger in der Infothek; Erfolg bei Klassenorientierungen im BIZ: die Klassen beschäftigen sich länger und intensiver; Digitalstrategie wird bei Jugendlichen sehr geschätzt; Empfang und Infothek im gleichen Raum ermöglicht längere Öffnungszeiten, Kojen für Klärungsgespräche werden teils positiv, teils negativ wahrgenommen. Nutzung der Infothek bei Klärungsgesprächen in Infothek öfter und intensiver. • GL: räumliche Nähe zur Landesbibliothek (im EG) und zur Fachstelle Berufsbildung (Büros angrenzend ans BIZ); Saal für Klassen-/Elternorientierungen und Workshops angrenzend ans BIZ (Saal wird auch für öffentl. Veranst. verwendet); • LU: Die Lage im Erdgeschoss unterstützt das Ziel des BIZ LU, einen niederschweligen Zugang zu Fragen rund um Bildung und Beruf zu bieten; Kundenumfragen bestätigen regelmässig eine angenehme, freundliche Raumatmosphäre und gutes Zurechtfinden im Selbstinformationsbereich; • OW: kurze Wege vom BIZ zu den Beratungsbüros; • SG: die im Rahmen der Neugestaltung gemachten Erf. sind durchwegs positiv. Die Räume und das Mobiliar sind ansprechend und zweckmässig. Der Kundschaft aber auch den Mitarbeitenden gefallen vor allem die Farben und die neuen Möbel. Bei den Mitarbeitenden kam zusätzlich der Hochtisch sehr gut an. Nach der Umsetzung des Prototyps in Wil wurde eine Evaluation (Kundenbefragung, Befragung der Mitarbeitenden, Auswertung der Zielerreichung durch die Projektgruppe) durchgeführt. Die Evaluation war aufgrund von Corona und nach mehrfachen längeren BIZ-Schliessungen nicht einfach. Grundsätzlich wurden den Nutzungsideen (mit Ausnahme der Themeninseln) gute Noten gegeben, so dass einer weiteren Umsetzung der Neugestaltung nichts im Wege stand; insbes. die Nutzungsideen "BIZ Wand" und "BIZ Parcours" 	<ul style="list-style-type: none"> • BL: wenig Privatsphäre bei Kurzgesprächen, da Tische im öffentlichen Raum stehen und nicht speziell abgeschirmt sind; begrenzte Flexibilität in der Raumnutzung (z. B. bei Veranstaltungen), da fast alle USM-Haller-Möbel unbeweglich; • BS: Die offene Situation für Kurzberatungen entspricht nicht allen. Versuche mit Radio für Grundrauschen und Raumtrenner noch nicht ideal. Platz für geschlossene Kojen nicht vorhanden. Evtl. Ausweichen auf Beratungszimmer im 1. Stock. • BE: offene Kojen für Kurzberatungen zu viel akustische Ablenkung, Versuch mit Hintergrundmusik für Dauerrauschen (auch hier Reaktion und Wahrnehmung bei BB sehr unterschiedlich), Hemmung der Kundschaft Schubladen zu öffnen, weitere Reduktion der Ausleihen. • GL: Standort im 2. OG, kaum Laufkundschaft/Spontanbesuche; beengter Platz, beschränkte Einrichtungsmöglichkeiten; • LU: Stoffhocker im Wartebereich der Kurzberatungen eignen sich nicht für grössere Personen; für ganze Klassen stehen zu wenig Sitzgelegenheiten zur Verfügung; Hochtisch mit Hochstühlen eignen sich nur bedingt zum Arbeiten; Die Regale für die Ausleihmedien und Merkblätter sind sehr alt und bieten wenig Flexibilität (Exemplare auf Rädern und in Grösse und Form anpassbar wären besser); die Grösse des Informationszentrums und der angrenzende Schulungsraum ermöglichen keine grösseren Veranstaltungen; der Stao. des Info-Desks der Sachbearbeiterin ist praktisch zum Zuweisen in die versch. Kurzberatungsnischen...da sich dieser aber zwischen zwei Beratungsnischen befindet, können anspruchsvollere admin. Arbeiten während des Dienstesinsatzes kaum/nur mit Kopfhörer erledigt werden (Geräuschpegel) • NE: les locaux sont anciens et peu accueillants; b) les locaux entièrement ouverts et donc peu confidentiels ne conviennent pas à tout le monde; c) ce sont les locaux et l'es-

<p>werden von der Kundschaft und Beratungspersonen im Rahmen der Klassenworkshops gern genutzt.</p> <ul style="list-style-type: none">• SH: Die Kundschaft ist z. T. begeistert von den Wandmalereien und den alten Räumen (sic!); im Sommer dank Lage im EG angenehm kühl;• SO: die im Rahmen der Neugestaltung der Infotheke Solothurn gemachten Erfa. sind mehrheitl. positiv. Der überschaubare, luftig wirkende Raum spricht Kundschaft/Mitarbeitende an.• TG: Screen gegen aussen, grosse Stelltafel, schnelles Internet;• TI: . a) la possibilità di prendere le cartoline esposte in autonomia e di portarle a casa; neg.: l'assenza di postazioni PC pubbliche; b) la lavagna interattiva multimediale consente di organizzare presentazioni per gruppi in visita all'Infocentro. I tablet sono utili per le attività di gruppo (istruzione alla ricerca documentale per adulti e bambini)• UR: helle und freundliche Atmosphäre dank Fensterfront, genügend Stauraum; neg.: keine Verpflegung (z. B. bei Wartezeiten), unbequeme Sitzgelegenheiten• VS: Lage des BIZ (zentrumsnah) ist günstig, dank des modularen Mobiliars kann die Fläche optimal genutzt werden, kurze Gespräche können vertraulicher geführt werden.• ZH: Modernisierung der Räumlichkeiten hat guten Effekt auf Aufenthaltsqualität und Zufriedenheit von Kundschaft und Mitarbeitenden	<p>pace à disposition qui ont dicté l'aménagement; d) le mobilier administratif à disposition n'avait pas été pensé pour les besoins d'un centre de documentation; e) le fait d'avoir l'accueil et le coin attente à côté de l'espace documentation n'est pas idéal pour attirer l'œil du public. Il serait préférable de les intégrer les uns aux autres afin que le public soit encore plus attiré par les documents présents.</p> <ul style="list-style-type: none">• NW: begrenzte Flexibilität in der Raumnutzung, da die meisten Möbel unbeweglich oder schwerfällig (hohe Regale) sind; schlechte Akustik bei Veranstaltungen; wenig Privatsphäre bei Kurzgesprächen, da ein grosser Raum ohne Trennung• OW: sehr beschränkte Platzverhältnisse, praktisch keine Laufkundschaft aufgrund der Lage am Ortsrand• SH: allg. wirken die Räumlichkeiten wie auch die Möblierung etwas veraltet; Beleuchtung nicht optimal: Räume werden als dunkel empfunden (--> neues Lichtkonzept in Planung); Grundriss des Gebäudes aus dem 15. Jhrt. (BIZ-Infobereich im Chorbogen einer ehemaligen Kapelle) schränkt die Gestaltung und Nutzung der BIZ-Räumlichkeiten ein• TG: Leute verweilen nicht (mehr) im BIZ (insbesondere in Kreuzlingen), gut wären daher: Kaffeemaschine/Wasserspender für wartende Personen oder für Gespräche im BIZ, Hundeparkstation (sic!), Kleinkind-/Spielecke, bessere Software für Bewerbungen, Tablets mit Infos oder Tests für Wartende, Parkplätze• TI: su ordine dell'Amministrazione cantonale, per motivi di sicurezza i tablet non possono essere esposti e il WiFi non è aperto al pubblico. Gli spazi sono ristretti e limitano la possibilità di organizzare attività con gruppi più grandi.• VD: Lausanne: quartier peu accueillant. Le CIEP ressemble à une bibliothèque et devrait être repensé pour l'accueil des groupes; b) dans les Centres régionaux le CIEP est petit, souvent à l'étage du bâtiment, peu accueillant, n'invitant pas à l'autodocumentation.• VS: durch Lage des BIZ (nicht auf gleicher Etage wie Empfang und Beratungszimmer der BSLB) kann dieses nicht als Empfangsraum für die Kundschaft genutzt werden. Eingeschränkte Öffnungszeiten
--	---

3.5 Impressionen

Nachfolgend eine Auswahl an Impressionen gelungener BIZ-Umbauprojekte der jüngsten Vergangenheit:



BIZ Solothurn: Raumaufteilung



BIZ Solothurn: Kundenarbeitsplätze (Ausnutzung bei grossen Räumen mit modularen Büroelement)



BIZ Solothurn: Alternativen zu Sitzungszimmer sind Besprechungsboxen. Diese erlauben auch in grossen Räumen eine anpassbare Ausnutzung der Fläche.



BIZ Solothurn: Mobile Seminarbestuhlung - Stühle mit integrierten Tischen ermöglicht es Räume unterschiedliche zu nutzen. Sie sind gut verstaubar und erlauben es einen Raum als Seminar oder auch mit Konzertbestuhlung zu nutzen.



Infothek Bern: Raumaufteilung



Infothek Burgdorf: Multimediale Themeninsel und Aufenthaltsbereich



BIZ Wil: Plätze für Kurzgespräch inkl. Präsentationsmöglichkeit



BIZ Wil: Wartebereich



BIZ Uri: aktuelle Situation



BIZ Uri: geplante Neugestaltung

Abbildung 6: Impressionen aus einigen Infotheken von SG, BE und SO.

3.6 Zukunft / geplante Entwicklungen

In den BIZ der Kantone sind kurz-, mittel- und langfristig folgende Entwicklungen vorgesehen:

- **AR:** Wunsch geht in Richtung "Begegnungsraum", günstiger gelegen für Laufkundschaft, Mix aus physischen Medien zum Abgeben und digitaler Ausstattung
- **BL:** a) Zusammenlegung der beiden BIZ zum Laufbahnzentrum im Herbst 2024 mit neuer, moderner Infothek; b) Grundlage für Gestaltung der Infothek bildet die Initialisierungsstudie von 2020 sowie das Raumkonzept von ZMIK (Studio for Spatial Design)
- **BS:** a) Weiterentwicklung Richtung Kaffee/Bistro mit kleinräumiger Bestuhlung; b) Einbezug weiterer Player wie RAV, IV, Sozialhilfe, Stipendienstelle...für stundenweise Anwesenheit; c) versuchsweise finden spontane Telefonberatungen während den Öffnungszeiten des BIZ statt (anstelle Kurzberatungen vor Ort). Wenn besetzt wird ein Termin vergeben
- **GL:** Standortfrage ungeklärt. Momentan werden punktuelle Verbesserungen angestrebt wie der Zugang über die Landesbibliothek zur Infothek (Beschriftung)

- **LU:** Ziel des BIZ LU ist der weitere Ausbau von Kurzberatungen (im Sinne eines Cité des Métiers / "Single Point of Contact" für Fragen zu Bildung und Beruf). b) Erstellung eines Rahmenkonzepts hinsichtlich des Umzugs ins neue kant. Verwaltungsgebäude ab 2026
- **NE:** dans le cadre du projet "Vitamines" de réaménagement de l'administration cantonale sur deux pôles, une réflexion a été menée sur les centres d'information et de documentation et leur réaménagement: i. Les espaces sont lumineux, attractifs, modernes et modulables; ii. L'aménagement a été discuté et adapté aux besoins. iii. l'objectif principal étant d'avoir des locaux plus modernes, agréables et conviviaux tant pour les collaborateurs que pour le public et une modularité de l'équipement qui s'adapte aux besoins des différentes prestations (accueil, documentation, information, événements) --> voir photos en annexe
- **NE:** un premier déménagement pour le site de La Chaux-de-Fonds est effectif depuis juin 2023. Le site de Neuchâtel intégrera un nouvel espace d'environ 100m² pensé sur le même esprit que celui de La Chaux-de-Fonds dès janvier 2024
- **NW:** aktuell Vorstudie für BIZ-Zukunft in Arbeit
- **SH:** Zurzeit beschäftigt vor allem die Frage, wie die Räumlichkeiten in Zukunft genutzt werden sollen. Denkbar wäre, dass weitere Beratungsdienstleister (z. B. Stipendienstelle) Beratungen im BIZ anbieten.
- **SO:** Stao. Olten wird entspr. dem Konzept von Solothurn umgebaut. Umsetzung noch nicht abgeschlossen (Umzug an den neuen Stao. war im Juli 2022, daher sind noch wenig Erfahrungswerte für weitere Entwicklung vorhanden).
- **SZ:** Einrichtung einer Foto-Ecke geplant (wie in GL, SG und ZH bspw.)
- **TI:** è in corso un ripensamento del mobilio per rendere più fruibili e invitanti gli spazi
- **UR:** Umgestaltung BIZ für 2023 geplant
- **VD:** création d'une "maison des métiers" cantonale sur le modèle de la "Cité des Métiers", éventuellement sans le label. Une centralisation des prestations de groupe (ateliers...) est prévue.
- **VS:** Konzept sieht vor, dass sich das BIZ auch zu einem Warte-/Empfangsraum hin entwickelt und kundenfreundlichere Öffnungszeiten während der Bürozeiten aufweist.
- **ZG:** per Sommer 2023 wird die Infothek umgestaltet, dafür sind u.a. teilw. andere Möblierung und fixe Touchscreen-Stationen geplant
- **ZH:** keine Stao.wechsel vorgesehen, Infothek-Räume sollen beibehalten werden, trotz schwindender Besucherzahlen; Mobiliar ist multifunktional und mobil und kann auch für unerwartete zukünftige Änderungen angepasst genutzt werden.

4 Leitfrage 3 – Medien: Präsentation, Klassifikation, Dokumentation

Die dritte Leitfrage verfolgte das Ziel herauszufinden,

- nach welcher Aufstellungssystematik die Medien in den Infotheken gegliedert und für Publikum einfach auffindbar gemacht werden;
- welche Orientierungshilfen, Schilder, und Bildschirme existieren;
- wie die Medien physisch «präsentiert» werden;
- wie die Mediennutzung aussieht bzw. welche Medien stark und welche weniger nachgefragt werden
- ob die BIZ noch eigene Dokumentationen führen;
- und ob es in Bezug auf die Mediennutzung allgemeine positive und negative Erfahrungen gibt und in naher oder ferner Zukunft Neuerungen geplant sind, die es wert sind, mit der BSLB-«Community» zu teilen.

4.1 Gliederung, Klassifikation, Systematik

In diesem Punkt zeigt sich schweizweit ein ziemlich einheitliches Bild: In den allermeisten Kantonen liegt der Aufstellungssystematik der angebotenen physischen Medien den **22 Berufsfeldern** nach René **Zihlmann**¹⁵ und/oder den **9 Berufsinteressenfeldern** nach Erwin **Egloff**¹⁶ zugrunde. Es gibt Kantone, die – je nach Bildungsstufe – eine andere Systematik verwenden, z. B. jene von Zihlmann für berufliche Grundbildung («erste Berufswahl») und jene von Egloff für den Bereich «Studium und Laufbahn».

Einige Kantone greifen auf eine eigene Systematik zurück, die sich aber an Zihlmann und Egloff anlehnt, z. B. LU: Er gliedert in die Bereiche "Berufe & Studienrichtungen" (in Anlehnung an Zihlmann-Berufsfelder/Swiss-doc), "Aus- und Weiterbildungsplanung" (Lehre und Mittelschule, Bildungsabschlüsse für Erwachsene und Hochschulen) und "Arbeit und Beschäftigung" (Themen wie Arbeitsmarkt, Stellensuche, Berufseinstieg, Laufbahn und Neuorientierung). Der Kanton BL wiederum stellt seine Medien nach folgender Systematik auf:

- a) Grundbildungsbereich: Gliederung in 6 Themenbereiche ("im Freien arbeiten", "handwerklich arbeiten", "gestalterisch arbeiten", "mit dem PC arbeiten", "mit Menschen arbeiten", "mit Technik und Elektronik arbeiten");
- b) Weiterbildungsbereich: 22 Berufsfelder nach Zihlmann;
- c) Studienbereich: 9 Themenbereiche, angelehnt an SDBB-Publikation "Studium in Sicht" ("Theologie- und Religionswissenschaft", "Rechts- und Wirtschaftswissenschaften", "Medizinische Richtungen", "Sozialwissenschaften", "Sprachlich-historische Richtungen", "Gestaltung, Kunst, Musik", "Mathematisch-naturwissenschaftl. Richtungen", "Technische Richtungen", "Unterrichten");

Der Kanton SG wiederum unterteilt in «Berufswahl und Laufbahn» und baut dabei auf die 9 Berufsinteressenfelder nach Egloff und die 22 Berufsfelder nach Zihlmann auf. Beim Bereich «Studienwahl» gliedert SG in 21 Studienfelder, was einer eigenen Systematik entspricht.

Aufgrund der in den Fragebogen gemachten Aussagen kann zusammenfassend gesagt werden, dass die Systematik mit nur 9 Interessenfeldern nach Egloff übersichtlicher und einfacher erfassbar ist als die mit 22 Berufsfeldern schon sehr umfangreiche Gliederung nach Zihlmann. Grundsätzlich kann man aber sagen, dass sich beide Aufstellungssystematiken in der Praxis sehr bewährt haben. Jugendliche und Erwachsene finden sich gleichermaßen gut zurecht.

¹⁵ siehe: dazu https://www.berufsberatung.ch/web_file/get?id=5089 [letzter Zugriff: 26.08.2023, 17:20]

¹⁶ https://biz-gl.ch/fileupload/Einteilung_der_Berufe_in_9_oder_22_Berufsfelder.pdf [letzter Zugriff: 26.08.2023, 17:20]

4.2 Orientierungshilfen, Schilder, Bildschirme

Das Gros der BIZ bedient sich in ihren Infotheken einer einfachen Regalbeschriftung. In den Kantonen BL, GL, GR, SG und VS (u.a.) kommt ein Signaletik-Konzept zur Anwendung, nach welchem einzelne Themengebiete farblich gekennzeichnet werden (z. B. BL: Grundbildung = gelb; Weiterbildung = grün; Studium = pink; allg. Themengebiete = weiss)

Good Practice

SG verfügt mit dem digiBIZ (www.digibiz.one) über ein elektronisches Kundenführungssystem!

4.3 Ausstellung: Welche Medien werden ausgestellt? Welche sind auf Augenhöhe, welche nur in einer Schublade?

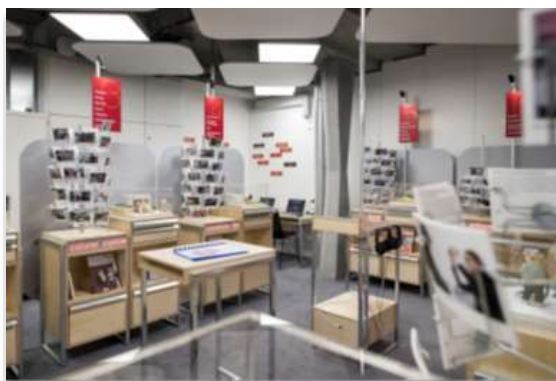
Abhängig von den jeweiligen Platzverhältnissen in den einzelnen Infotheken wird i.d.R. möglichst viel auf Augenhöhe präsentiert, vor die sehr beliebten Berufs- und Studienwahlmagazine des SDBB («Perspektiven», «Chancen») sowie die Faltblätter und Berufspostkarten.



BIZ Solothurn: Durch modulare Infrastrukturen (wie z.B. Rollschränke) lässt sich die Raumaufteilung immer wieder anpassen.



BIZ Solothurn: So wäre es z.B. möglich je nach Bedarf einen grossen Eventraum zu schaffen. Dieser könnte auch Externen zur Verfügung stehen. Das hier gezeigte Beispiel von Solothurn erlaubt es die Rollschränke ebenfalls als temporäre Stehpulte zu nutzen um ein Buch, eine Zeitschrift o.ä. aus dem Rollschrank ortsnahe zu lesen.



BIZ Tramelan: Modulare Möbel für eine themenspezifische Präsentation. «Postkartenständer» animieren Kundinnen und Kunden Material auch mitzunehmen.



BIZ Langenthal: Neben einer themenspezifischen Medienpräsentation (Berufsinself) ist die hybride Präsentation sehr spannend. Diese ermöglicht es Kundinnen und Kunden je nach den eigenen Bedürfnissen auf die Inhalte zuzugreifen und verschiedene Sinne anzusprechen.



BIZ Bern: Berufsinselfn mit multimedialem Medienzugang
Visualisierung in Glaskasten. Die analogen Medien und Informationsmittel stark reduziert



BIZ Bern: Kundenspezifische Themeninseln (z.B. für Eltern: Ich begleite mein Kind bei der Berufs- und Ausbildungswahl)

Abbildung 7: gelungene Beispiele von guter Medienpräsentation einfügen (Quelle: EDK-Plattform)

4.4 Statistik: Welche Medien werden am meisten genutzt? Welche am wenigsten?

Bezüglich der Art und Häufigkeit der Mediennutzung lässt sich über alle Kantone gesehen kein einheitliches Muster erkennen. Allen gemein ist, dass die Ausleihzahlen gesamtschweizerisch zurückgehen, je nach Kanton jedoch unterschiedlich stark. Der bereits in vielen Kantonen eingeschlagene Weg einer verstärkten Fokussierung auf digitale Medien ist vor diesem Hintergrund sicher richtig. Wenn man aufgrund der verfügbaren Daten eine «Top 3» der am häufigsten noch physisch ausgeliehenen Medien erstellen müsste, sähe diese gesamtschweizerisch ungefähr so aus:

1. SDBB-Grundbildungspostkarten
2. «Chancen»-Hefte (Weiterbildung und Laufbahn Die Arbeitswelt erkunden: Berufe, Funktionen und Weiterbildungsmöglichkeiten für Erwachsene) und «Perspektiven»-Hefte (Studienrichtungen und Tätigkeitsfelder)
3. Themenhefter des SDBB

Insbesondere zu den Postkarten, deren Produktion und Herausgabe der SDBB vom Laufbahnzentrum Zürich LBZ per 2023 übernommen hat, stossen in allen Infotheken auf sehr grosse Resonanz. So gibt es dazu auch viele positive Rückmeldungen, u.a. auch von Eltern und Lehrpersonen. Vielerorts dürfen i.d.R. jeweils 3 Postkarten mitgenommen werden. Je nach Thema bzw. Themenbereich sind die Ausleihen unterschiedlich hoch: Themen mit hohen Ausleihzahlen sind z. B. Gestaltung/Kunst, Gesundheit/Medizin, Soziales, Bildung/Unterricht, KV. «Themen mit eher geringen Ausleihzahlen sind u.a. jene, die den MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) umfassen, aber auch Chemie/Physik und Religionswissenschaften.» Immer seltener genutzt werden indes die Faltblätter des SDBB, sie stellen in vielen Kantonen ein Auslaufmodell dar. Einzig NW und GR melden zurück, dass die Faltblätter nach den Berufspostkarten am besten laufen. Also auch hier: Keine Regel ohne Ausnahme.

4.5 Dokumentation: Inhalt? Intern? Extern?

Eigene Dokumentationen werden kaum mehr unterhalten, es sei denn, es handelt sich um regionalspezifische Zusatzinformationen, die woanders sonst nicht zu finden sind. Generell geht der Trend klar in Richtung Beschränkung auf das zentral vom SDBB bereitgestellte Medienangebot.

4.6 Fotos und Pläne

Siehe 4.3.

4.7 Positive und negative Erfahrungen

Im Zusammenhang mit den Medien im Allgemeinen, deren Präsentation oder der angewendeten Systematik machen die Kantone unterschiedliche Erfahrungen. Nachfolgend eine Auswahl der im Rahmen der Befragung eingegangenen Rückmeldungen:

POSITIVE ERFAHRUNGEN	NEGATIVE ERFAHRUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> • AR: gute und genügende Ablage für Berufsberatende... • BS: a) Atmosphäre kommt sehr gut an ("App-store"); b) Postkarten werden gerne mitgenommen; • BE: für Postkarten sehr gutes Feedback bei Kundschaft, kann auch mit persönlichen Geräten genutzt werden; digitale Medien kommen bei Jugendlichen gut an; Funktion "send@home" wird bei Infoblättern gleich häufiger genutzt wie diese vor Ort ausgedruckt werden; Studiums- und Weiterbildungspostkarten haben das gleiche Titelfoto wie auf den Chancen- und Perspektivenheften. • GL: Systematik mit nur 9 Interessensfeldern ist übersichtlicher und platzsparender; • GR: Herausforderung physisch/digital: Grundbildungsordner und Merkblätter beso. bei Klassenveranstaltungen beliebt; • LU: Kundschaft fühlt sich wohl, findet Anordnung übersichtlich und gut strukturiert, findet sich gut zurecht (Resultat der alle 2 Jahre stattfindenden Kundenbefragung) • NE: a) depuis que les documents sont présentés de face et plus dans des classeurs, les gens sont interpellés, et s'arrêtent d'avantage; b) la classification par domaines est attrayante et simple; c) les conseillers en orientation ont également redécouvert la documentation depuis qu'elle est présentée de cette manière; d) la volonté de créer et mettre en avant des documents cantonaux améliore la crédibilité et permet un travail d'information simplifié. 	<ul style="list-style-type: none"> • AR: ... aber unzufriedenstellende Situation in Bezug auf BIZ-Besucher (Platzmangel, Aufenthaltsqualität) • BS: Klientinnen und Klienten getrauen sich beim ersten Termin nicht zu den Medien • BE: Ausleihe weiterhin rückläufig; je mehr Hardware in der Infothek, desto grösser die Folgen bei technischen Problemen bei Jugendlichen sehr geschätzt; • GL: bei den ausgestellten Medien müsse aus Platzgründen Kompromisse eingegangen werden; • GR: Gliederung nach profilo Themenfeldern hat sich nicht bewährt, deshalb wieder nach Zielgruppen • LU: vorhandene Regale sind nicht variabel nutzbar (Einteilung nicht variabel, Regal nicht mobil/verschiebbar) • SH: Die physischen Medien werden genutzt aber die Medienausleihen sind grundsätzlich rückläufig. Spontane Besuche des BIZ finden durch die Möglichkeit der Online Anmeldung weniger statt. • SZ: Die haptische Erfahrung fehlt einigen Klientinnen und Klienten. Durch die Reduzierung der Gestelle kann nicht alles Vorhandene attraktiv präsentiert werden. Die Beratungspersonen müssen sich umgewöhnen und finden z. T. Dokumente nicht mehr ohne Hilfe. Dieses Problem wird sich jedoch mit der Umgewöhnung von selbst erledigen. • ZG: Ordner (Weiterbildungsbereich) wenig attraktiv und wenig zugänglich für Kundschaft. Ordner werden per Sommer 2023 ersetzt.

<ul style="list-style-type: none">• NW: Die Berufspostkarten sind bei Jugendliche, Erwachsene (Eltern) & Lehrpersonen als Brückenmedium sehr beliebt und werden rege genutzt. Das Angebot, Faltblätter der berufl. Grundbildung (ohne Ausleihe) mit nach Hause nehmen zu können, wird sehr geschätzt und in Anspruch genommen;• OW: Die Schüler:innen arbeiten sehr gerne mit den iPads und den Grundbildungspostkarten. Die Karten werden gerne mit nach Hause genommen. Gute Erf. zudem mit den SDBB-Medien.• SG: Die Systematik mit nur 9 Interessenfeldern ist übersichtlicher und einfacher erfassbar, sowohl Jugendliche als auch Erwachsene finden sich gut zurecht!• SO: Aufteilung in die Berufs- und Themeninseln ist übersichtlich und kundenfreundlicher• SZ: Der Bewirtschaftungsaufwand ist kleiner seit der Zugang für Vieles elektronisch erfolgt. Redundanzen konnten merklich reduziert werden.• TI: le nuove cartoline A5 sulle professioni realizzate dal Servizio documentazione sono molto apprezzate dagli utenti e hanno incentivato l'esplorazione dell'Infocentro.• VS: a) Kundschaft schätzt die Präsentation der kompakten Information und die Verfügbarkeit der Medien in digitaler Form; b) Betrifft nur Oberwallis: Postkarten, Berufsfenster etc. sind zur Ansicht vor Ort, teils wäre eine umfassendere kostenlose Verteilung begrüssenswert.• ZG: Viele positive Feedbacks nach Umgestaltung 2017 mit den neuen Postkartenwänden mit den Postkarten vom LBZ im Bereich Berufswahl;• ZH: Grundbildung nicht überall als Postkarten vorhanden, an einzelnen Stellen getestet, werden evtl. noch für alle Stao. eingeführt.	
---	--

4.8 Zukunft / geplante Entwicklungen

In den BIZ der Kantone sind kurz-, mittel- und langfristig folgende Entwicklungen vorgesehen:

- **AR:** Entwicklung hin zu einem "Begegnungsraum", wo Berufsberatende mit Besuchenden in Austausch kommen. Kein vollständiger Verzicht auf physische Medien, müssen aber nicht zwingend sichtbar sein. Wichtig, dass sie für Berufsberatende jederzeit griffbereit sind.
- **BE:** Übergabe der Weiterbildungs- und Studienpostkarten an den SDBB, "BIZlinks" wird browseroptimiert, um auch von extern eine UX gewährleisten zu können (heute führt Navigation fast nur über den Postkarten-QR-Code); Postkartensujets werden auf "BIZlinks" aufgenommen.
- **GL:** Kein konkretes Konzept, Überlegungen gehen von "so belassen" über "Einsatz von haptischen Gegenständen passen zu den Berufen/Berufsfeldern" bis hin zu "keine Medien mehr präsentieren (--> stattdessen Platz schaffen für Begegnungszone mit Sofas/Sessel und nur noch elektronischer Informationsvermittlung)
- **GR:** LuD-Konzept in Erarbeitung, zudem Prüfung, welche Medien digital und welche physisch angeboten werden sowie welche kantonalen Infos. notwendig sind und welche durch nationale Infos abgedeckt werden.
- **NW:** Im Rahmen der Neukonzeptionierung "BIZ Zukunft" wird die Informationsvermittlung von Printmedien neu überdacht (Digitalisierung mittels eBIZ - Brückenmedien mit QR-Code)
- **OW:** denkt darüber nach, evtl. Postkarten für Erwachsene ins Sortiment aufnehmen.
- **SG:** Das Medien-/Informationsangebot (Print) in den BIZ SG ist immer noch sehr gross. Bei der Neukonzeption war es aber ein Anliegen, dass alles möglichst sichtbar und nicht irgendwo in einer Schublade verschlossen aufbewahrt wird. In Zukunft müssen aber Abstriche gemacht werden resp. es ist davon auszugehen, dass die Medien zunehmend kondensierter und somit kürzer werden und dass Detailinhalte und sich schnell verändernde Information vermehrt auf dem Netz und nicht mehr in Print-Form vorhanden sein wird.
- **SH:** Anpassung BIZ-Konzept: Umstellung/Straffung des Medienangebots geplant
- **TI:** Al momento non ci sono le risorse per mettere in atto particolari sviluppi
- **UR:** mit der Neugestaltung des BIZ ist die Anschaffung von Tablets für Klassenorientierungen und für die Kundschaft geplant
- **VD:** réduire le côté "bibliothèque", utiliser un mobilier modulable, favoriser les ateliers de groupe et les événements.
- **VS:** Infrastruktur muss für zunehmende Digitalisierung aufgerüstet werden. Umgang mit physischen Medien muss geklärt werden.

5 Leitfrage 4: Angebote, Veranstaltungen, Zusammenarbeit

Die Leitfrage 4 legt den Fokus darauf,

- wie die BIZ geöffnet sind;
- ob Kurzberatungen angeboten werden;
- ob Fachauskünfte per Mail, Telefon oder Chat angeboten werden;
- ob Personen bei der Bewerbung unterstützt werden;
- ob es weitere Angebote und Veranstaltungen wie Kurse und Workshops gibt;
- wie die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen aussieht und
- und ob – nebst allgemeinen positiven und negativen Erfahrungen – in naher oder ferner Zukunft Entwicklungen geplant sind, die es wert sind, mit der BSLB-«Community» zu teilen.

5.1 Öffnungszeiten, Ferien

Öffnungszeiten – während des Jahres und in den Ferien – variieren von Kanton zu Kanton sehr stark und sind abhängig von den zur Verfügung stehenden Personalressourcen. Auffallend ist, dass sehr wenige Kantone die Öffnungszeiten ihrer BIZ/Infotheken an den sich verändernden Lebens- und Arbeitsgewohnheiten (Stichwort «24-Stunden-Gesellschaft») anpassen. Vielerorts gelten die hierzulande üblichen Büroöffnungszeiten (z. B. 9 – 12 Uhr und 13:30 – 17:30), was gerade den berufstätigen Erwachsenen nicht gerade entgegenkommt, der Gang ins BIZ resp. Infothek muss gewissermassen während der Arbeitszeit erfolgen. Gemäss Auswertung kennen nur sehr wenige Kantone (z. B. GE, SG, SH) verlängerte Öffnungszeiten abends (i.d.R. donnerstags bis 19 Uhr) geschweige denn über Mittag (12:00 – 13:30 Uhr). OW gibt als fast einziger Kanton an, über eine Ausweitung der Beratungsangebots und damit verbunden mit einer Ausdehnung der Öffnungszeiten (z. B. 1x pro Woche abends, 2x pro Monat am Samstagvormittag) nachzudenken.

Kurzberatungen sind indes in den meisten Kantonen während der Öffnungszeiten jederzeit möglich, nur ganz wenige beschränken diese auf ein fixes Zeitfenster.

Empfehlung:

Öffnungszeiten «nine to five» sind nicht mehr zeitgemäss und kundenfreundlich – dies haben auch die öffentlichen Bibliotheken gemerkt. Es wird daher empfohlen, die Öffnungszeiten der Infotheken generell zu überprüfen und den Bedürfnissen der Kundschaft anzupassen. Die heute geltenden Öffnungszeiten sind mit den sich verändernden Lebens- und Arbeitsgewohnheiten nicht mehr kompatibel, es bedarf einer Ausweitung der Öffnungszeiten auf Randzeiten mittags und/oder abends.

5.2 Kurzberatungen: Dauer und durch wen?

Kurzberatungen werden gesamtschweizerisch in etwa gleich gehandhabt: So gelten 15 – 20 Minuten kostenlose Beratung beinahe überall. Wenn keine weiteren Personen in der Warteschlange sind, kann die Beratung auch etwas länger dauern. In aller Regel werden Kurzberatungen durch die ausgebildeten BSLB-Beratungspersonen vorgenommen, vereinzelt – und je nach Eignung – können diese auch durch IuD-Fachleute erfolgen (z.B. in NW und in SG der Fall).

Good Practice

LU: Dank eines erweiterten Kurzberatungsangebots können Kundinnen und Kunden mit übergreifenden Fragen direkt an die Fachperson/en der jeweils zuständigen Institution/en triagiert werden. Die Beratungs- und Fachpersonen der verschiedenen Institutionen erhalten die Möglichkeit zu direktem Austausch bei fachübergreifenden Fragestellungen. Das Beratungs- und Unterstützungsangebot der Partnerinstitutionen ist dadurch besser bekannt.

GE: Seit 2008 gibt es in Genf das «Cité des Métiers», welches Ratsuchenden kostenlos für Fragen zur beruflichen Orientierung, Ausbildung, Studium, Karriereplanung und Beschäftigung zur Verfügung steht und Zugang zu den wichtigsten Organisationen unter einem Dach ermöglicht. Beratungen ohne Terminverein-

barung finden auf der Geschäftsstelle der «Cité des Métiers» kostenlos und anonym statt. Die Ratsuchenden kommen schnell an die gewünschten Informationen und profitieren von einer ersten Analyse ihrer Situation im Hinblick bezüglich der Entwicklungsziele.

5.3 Fachauskünfte per Mail und Telefon, Chat: Dauer und durch wen?

Fachauskünfte werden i.d.R. überall durch eine BSLB-Beratungsperson erteilt, Anfragen mit einem geringen Komplexitätsgrad können auch durch IuD-Fachleute oder Sekretariatspersonal beantwortet werden – dies ist aber abhängig von der Grösse und den verfügbaren personellen Ressourcen und Kompetenzen in den jeweiligen Kantonen. Gerade in den grösseren Kantonen ist zu beobachten, dass den IuD-Fachleuten mehr Kompetenzen (z. B. Kurzberatungen, Fachauskünfte etc.) eingeräumt werden als in den kleineren Kantonen. Generell ist diese Form von «Empowerment» und «Job-Enrichment» sehr zu begrüessen, verfügen IuD-Fachleute doch über ein sehr breites und fundiertes Wissen und sind daher zweifelsfrei in der Lage, die BSLB-Beratenden zu entlasten.

SG und ZH unterhalten als nachweislich einzige Kantone einen eigenständigen Chat (SG: Mo – Fr, jeweils 8-12/13-17 Uhr, welcher von einer IuD-Fachperson betreut wird! ZH: Mo – Fr, jeweils nachmittags). Aus den Rückmeldungen geht zumindest aus SG hervor, dass sich dieses Live-Chat-Angebot bisher sehr bewährt hat. Anstelle eines eigenen Chats engagieren sich die Kantone (z. B. BS, BE, LU, FR, SZ, ZG) mit einem Pool an BSLB am nationalen Chat auf www.berufsberatung.ch resp. www.orientation.ch.

5.4 Bewerbungsunterstützung

Generell werden Jugendliche und Erwachsene in allen Infotheken diesbezüglich unterstützt. Allerdings beschränkt sich diese Unterstützung meist darauf, mit konkreten Tipps zur Verbesserung der Bewerbungsunterlagen beizutragen. Vertiefere Unterstützung erfolgt dann meist im Rahmen des Beratungsgesprächs mit der BSLB-Beratungsperson.

Bei der Auswertung der eingegangenen Rückmeldungen sind jedoch folgende Beispiele aufgefallen, die als «good practice» bezeichnet werden können:

Good Practice

GL/VS: kennen mit «**Bewerbungcheck**» ein kürzeres Beratungsformat, bei welchem Klienten und Klientinnen vorgängig ihre Unterlagen zur Beurteilung einreichen können und dann ein fundiertes Feedback erhalten. Des Weiteren werden Bewerbungskurse für SchülerInnen, separat auch für Lehrpersonen angeboten.

SG führte im Rahmen der Neugestaltung seiner BIZ/Infotheken das Angebot des «Bewerbungsbüros mit Fotoecke» ein: Ein Ort im BIZ (PC-Arbeitsplatz), wo Bewerbungsunterlagen erstellt werden können. Bei Fragen stehen eine BSLB-Beratungsperson oder IuD-Fachperson zur Unterstützung zur Verfügung, passende Literatur und Vorlagen für Bewerbungsdossiers stehen ebenfalls zur Verfügung. In der «**Fotoecke**» wird nebst einem passenden Hintergrund auch das nötige technische Equipment (Licht, Stativ) bereitgestellt, um mit dem eigenen Smartphone ein bewerbungstaugliches Portraitfoto erstellen zu können. Das Angebot, das auch die Kantone GL und ZH kennen, stösst insbes. bei den Jugendlichen während der «Hochsaison» für Bewerbungen auf Anklang und wird rege genutzt.

In **ZH** verfügen zudem alle Standorte über ruhige PC-Arbeitsplätze, Scanner und Drucker, die fürs Verfassen von Bewerbungsdossiers frei zugänglich genutzt werden können.

5.5 Weitere Angebote?

Aus den Rückmeldungen der Kantone lassen sich diverse weitere Angebote identifizieren, die an dieser Stelle eine Erwähnung wert und als «Good Practice»-Beispiele dienen können:

Good Practice

SG (und auch **GL**): «**BIZ Wand**»: Magnetische Wand mit den Berufs-Postkarten des LBZ. Diese befindet sich im Wartebereich und ermöglicht den Wartenden einen ersten Überblick bzw. einen spielerischen Zugang zur Berufswelt. Die Jugendlichen können mit Herz-Magneten einzelne Berufe "liken" und sich danach die Karten genauer anschauen.

In BL gibt es etwas Vergleichbares, allerdings nicht im Wartebereich:



Infothek Bottmingen BL: Beispiel der Postkartenwand



Infothek Liestal BL: Beispiel der Postkartenwand

Im BIZ **NW** können Klassenlehrpersonen die Räumlichkeiten **für berufskundliche Unterrichtseinheiten** nutzen (morgens, wenn BIZ geschlossen). Auch in BL stellen die beiden Infotheken ihre Medien und die IT-Infrastruktur für die Durchführung einer Unterrichtssequenz zur Verfügung. Zum Kennenlernen der Infothek sowie dem Suchen und Finden berufskundlicher Informationen stehen Arbeitsmaterialien inkl. Lösungen sowie zwei Spiele bereit. Eine BSLB- oder LuD-Fachperson erläutert in einem kurzen Input Themen rund um die Berufswahl und führt die Klasse in die Infothek und in ein Arbeitsblatt ein. Die Lehrperson kann die Infothek während eineinhalb Stunden mit ihrer Klasse nutzen.

Im **AG** können sich im Rahmen des Mentoring-Programms (freiwillige externe Coaches) mit ihren Mentees im Infozentrum treffen, sich austauschen und arbeiten.

5.6 Veranstaltungen

Die schweizerischen BIZ bieten ihren Kernzielgruppen (Schüler:innen in der Berufswahlvorbereitung aber der 2. Sek. und Eltern von Schüler:innen in der Berufwahlphase, Gymnasiastinnen und Gymnasiasten vor der Studienwahl, Erwachsene in der Neuorientierung) ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm. Von Klassenveranstaltungen im BIZ (durch Beratungsperson), Elternveranstaltungen (für Eltern und Jugendliche gemeinsam) im BIZ oder in den Schulen, Infoveranstaltungen für Lernende an Berufsfachschulen oder in den BIZ ist alles dabei.

Ein paar Veranstaltungsformate sind aus den Rückmeldungen besonders herausgestochen und verdienen an dieser Stelle eine besondere Erwähnung:

Good Practice (Auswahl guter Beispiele):

LU:

- a) für Jugendliche Sek. I: Reihe "Sprung in die Berufswelt": Infoveranstaltungen zu Berufen und weiterführenden Schulen (BIZ LU erstellt Programm, Veranstaltungen finden in ÜK-Zentren, Betrieben, Schulen statt)

- b) für Eltern von Jugendlichen der Sek. I: "Elternorientierung zur Berufswahl" (online oder vor Ort) - für Eltern / Jugendliche am Gymnasium: "Spurwechsel - Lehre oder Schule" (Alternativen zum Gymnasium / online oder vor Ort);
- c) für Primarschulkinder: Ferienpass-Angebot für Kinder zwischen 10 und 12 (erstmalig durchgeführt 2023);
- d) für Erwachsene: Reihe "Karrieretage" (Referate zu Beruf und Karriere)

ZG hat für Erwachsene ein spezielles Angebot in Form der Veranstaltungsreihe "**BIZ Updates**" konzipiert. Werden sowohl vor Ort als auch als Webinare durchgeführt oder finden in Form von Workshops statt. Beispiele für "BIZ Updates": "New Work - Work smart" (2022), "Resilienz" (2022), "Stipendien im Kanton Zug" (2022/2023), "Umsteigen, Aussteigen - Zeit für etwas Neues" (2021), "Laufbahn über Mittag" (2021), "Selbstmarketing beim Bewerben" (2021)

ZH:

- a) für Schüler:innen:
 - Klassenorientierungen 2. Sek. und Gymi (in Kursraum u/o Infothek);
 - Bewerbungsworkshops in einzelnen Infotheken;
 - Berufsinformveranstaltungen;
 - Lehrstellenbörse (Keine Lehrstelle: Was tun?)
- b) für Eltern:
 - Elternorientierungen (in Kursraum u/o Infothek);
 - Eltern-Seminare zum Bildungssystem, Berufswahlprozess, Bewerben
- c) für Erwachsene:
 - Geflüchtete, Infoveranstaltungen zum Bildungssystem, Arbeit in der CH;
 - Lehrpersonen, Berufswahlcoaches, Mentor/innen: Inputs zu Neuerungen biz/Berufe/Bewerbungswissen etc.;
 - kostenlose, kurze Mittagsveranstaltungen (versuchsweise) zu Themen wie Sinnsuche, Arbeitsmarktfähigkeit oder Bewerben aktuell

Empfehlung:

Veranstaltungen sollten sehr zielgerichtet beworben werden, d.h. mit einer klaren Zielgruppenfokussierung. Zudem sollten sie niederschwellig zugänglich, kostenlos und evtl. mit zusätzlichem Mehrwert versehen sein (z.B. dass man im Zuge der Veranstaltung gleich seine Bewerbung schreibt oder ein kleiner Snack serviert wird – vor allem, wenn die Veranstaltung über Mittag stattfindet etc.)

5.7 Kurse und Workshops

Dieser Punkt in der Erhebung war über alle ausgewerteten Fragebogen insgesamt wenig ergiebig, in den meisten Fällen wurden die Kurse und Workshops bereits in der Rubrik «Veranstaltungen» erwähnt. Wenn aber ein paar Rückmeldungen herausstechen, dann vielleicht die folgenden drei:

Good Practice (Auswahl guter Beispiele):

AG: für Schüler:innen werden Kurse zu Themen wie «Strategien gegen Prüfungsangst», «Selbstwert und Selbstsicherheit stärken» etc. angeboten.

Das BIZ **OW** hat einen Bewerbungsworkshop explizit für Erwachsene im Angebot.

Und im Kanton **TI** findet unter dem Titel «Conoscere per scegliere» («wissen um zu wählen») zweimal pro Jahr ein Atelier für Gymnasiastinnen und Gymnasiasten zur Studienwahl statt. Auch ZG bietet Studienwahl-Workshops für Mittelschüler:innen an.

5.8 Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit äussert sich – je nach Kanton – sehr unterschiedlich und lässt aufgrund der Rückmeldungen keinen «Good Practice»-Ansatz herleiten. So gibt es z. B. Kantone, deren BIZ im selben Gebäude untergebracht sind wie andere studien- und bildungsrelevante Einrichtungen (z. B. Amt für Berufsbildung, kantonale Stipendienstelle etc.), so dass sogar ein gemeinsamer Empfang betrieben wird und dadurch Synergien genutzt werden können. Dieses Zusammenspiel von «branchenverwandten» Institutionen unter ein- und demselben Dach ist aber eher die Ausnahme als die Regel.

Auch ohne räumliche Nähe melden zahlreiche Kantone zurück, dass sie einen guten Austausch mit der Regionalen Arbeitsvermittlung (RAV), der Invalidenversicherung, den lokalen Sozialbehörden oder dem Migrationsamt pflegen und diese Zusammenarbeit für beide Seiten sehr gewinnbringend sei.

Den sog. «Cité des Métiers»-Ansatz – also die enge Zusammenarbeit aller für Fragen zur Berufs- und Studienwahl sowie Karriereplanung und Neuorientierung relevanten Institutionen (idealerweise unter einem Dach) funktioniert beispielhaft in GE und unterdessen auch in BE. Auch LU verfolgt einen ähnlichen Ansatz:

Good Practice

LU lässt regelmässig Gäste im Sinne des "Cité des Métiers"-Ansatzes für Kurzberatungen «einfliegen»: 1x Fachstelle Stipendien (1x/Woche), Fachstelle Berufsintegration (1x/Woche); RAV (1x/Monat) IV (Berufswahl Jugendliche/ 1x/Monat), Grundkompetenzen Erwachsene (2-3x/Monat)

Die Idee könnte auf alle Fälle gesamtschweizerisch Schule machen: machen könnte, wie die Stossrichtungen in BS und AR zeigen:

Empfehlung:

BS plant künftig eine stunden- oder gar tageweise Präsenz von Vertreterinnen und Vertretern von bildungsrelevanten Partnerorganisationen im Rahmen der BIZ-/Infotheks-Öffnungszeiten: So würden Mitarbeitende von der Stipendienstelle z. B. immer donnerstags von 14 bis 16 Uhr Auskünfte zu Fragen die Ausbildungsbeiträge beantworten. Oder ein/e Mitarbeitende der Sozialhilfe würde wöchentlich während eines fixen Zeitfensters Ratsuchende zu Fragen der sozialen und beruflichen Integration beantworten. Auch die Regionale Arbeitsvermittlung oder die Invalidenversicherung könnten zu einem immer wiederkehrenden Fix-Termin für Sprechstunden zur Verfügung stehen. Dies würde nicht nur die Attraktivität des BIZ und deren Infotheke steigern, sondern auch deren Sichtbarkeit erhöhen. Besteht dann ggfls. auch noch ein niederschwelliges Bistro-/Kaffee-Angebot, würde der Raum der Infotheke auch zusehends als Begegnungsraum wahrgenommen.

Im Kanton AR ist es jedenfalls erklärtes Ziel, das BIZ zu einem einladenden Begegnungsraums zu entwickeln – anstelle einer medienzentrierten Infotheke. Der Ort soll – analog zum in BS gewählten Ansatz – einen proaktiven Austausch von Ratsuchenden und Beratenden ermöglichen.

5.9 Positive und negative Erfahrungen

POSITIVE ERFAHRUNGEN	NEGATIVE ERFAHRUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> • AR: Kurs- und Workshop-Angebot wird rege genutzt und kommt gut an • BS: Seit dem Zusammenzug mit den weiteren Fachstellen hat sich die Zusammenarbeit spürbar intensiviert; • GL: durch die Nähe der Institutionen kurze Wege in der gesamten Verwaltung (alles in einem Haus). Fotostudio ist neu, daher noch keine Erfahrungen; 	<ul style="list-style-type: none"> • AR: mangelndes Zeitbudget dafür, da kleines Team • BL: Die PC-Nutzung ist teils eingeschränkt, insbeso., wenn Personen an ihren Bewerbungsunterlagen arbeiten wollen - vieles ist aus Sicherheitsgründen durch die kant. Informatik blockiert oder nur beschränkt zugänglich; für grössere Veranstaltungen (mehr als 60 Tn) müssen z.T. Räumlichkeiten ausserhalb vom BIZ genutzt werden.

<ul style="list-style-type: none">• LU: Dank des erweiterten Kurzberatungsangebots kann die Kundschaft mit übergreifenden Fragen direkt an die Fachperson(en) der jeweils zuständigen Institution(en) triagiert werden; die Beratungs- und Fachpersonen der versch. Institutionen erhalten die Möglichkeit zu direktem Austausch bei fachübergreifenden Fragestellungen; das Beratungs- und Unterstützungsangebot der Partnerinstitutionen ist besser bekannt;• NE: a) depuis que les prestations d'information et de documentation ont un espace privilégié lors des événements destinés aux élèves, sa visibilité est améliorée et sa notoriété est meilleure, notamment auprès des parents; b) les collaborations avec les entreprises ont permis de créer un trait d'union entre les élèves et les entreprises; c) les entreprises voient maintenant l'OCOSP et la prestation information-documentation-event comme un partenaire pour présenter les métiers; d) plus de visibilité amène plus de demandes mais aussi plus d'attentes• OW: räumliche Nähe zur Fachstelle Ausbildungsbeiträge von grossem Vorteil modernen geräumigen Räumlichkeiten• SG: Foto-Ecke ist sehr beliebt und wird vor allem auch von den Job Coaches der Lehrstellenbörse zusammen mit den Jugendlichen genutzt;• SH: Bewerbungswerkstatt für Schüler:innen wurde 2019 mit grossem Erfolg durchgeführt;• UR: Urner Berufsinformationstage kommen immer sehr gut an, da Schüler:nnen einen ersten Eindruck in die Berufswelt erhalten.• VS: Die Region ist übersichtlich, die Zusammenarbeit mit den Partnern funktioniert gut• ZH: Fotoecke ist bei Jugendlichen in Hochsaison für Bewerbungen sehr beliebt; Veranstaltungen in der Infothek sollten sehr zielgerichtet beworben werden, klare Ansprechbarkeit der Zielgruppen, niederschwellig zugänglich, kostenlos und evtl. mit zusätzlichem Mehrwert (Bewerbungen schreiben, Snack essen)	<ul style="list-style-type: none">• LU: Aufbauarbeit/Koordination und Kontaktpflege zwischen Anbietern ist nicht zu unterschätzen.• NW: grössere Veranstaltungen müssen aus Platzgründen ausserhalb des BIZ durchgeführt werden; BIZ digital noch zu wenig ausgerüstet (z. B. Tablets)• SG: Die BIZ-Checks werden bisher noch sehr wenig genutzt. Das hat vor allem technische Gründe• SG: der Chat war vor Corona ein Renner. Seit Corona ist die Nachfrage interessanterweise zurückgegangen...• SH: Veranstaltung "LebensmittePlus" 2022 fand zu geringe Beachtung und konnte nicht durchgeführt werden• TI: oltre alle attività didattiche e ai corsi organizzati ad hoc e su richiesta, non è possibile offrire altri corsi, atelier o eventi organizzati direttamente dal Servizio documentazione per mancanza di risorse;• TI: dopo la pandemia, la manifestazione biennale "EspoProfessioni" è stata prima sospesa poi cancellata. Questo rappresenta una grossa perdita per quanto riguarda la possibilità di conoscere da vicino diverse professioni in un solo giorno!
--	--

5.10 Zukunft / geplante Entwicklungen

In den Kantonen sind in Bezug auf die Weiterentwicklung des Dienstleistungsangebots, des Veranstaltungswesens und der Kooperationen folgende Entwicklungen im Gang:

- **AG:** Stao. Aarau: Teil der IZ-Fläche wird neu als Sitzungszimmer und Seminarraum genutzt; allg.: Mehr Möglichkeiten zur Selbstexploration mit digitalen Hilfsmitteln; zukünftig nicht mehr alle Print-Produkte offen aufgelegt im IZ; print-on-demand für hauseigene Informationsprodukte (Info.-Blätter)
- **AR:** Wunsch geht in Richtung eines einladenden Begegnungsraums (statt eines medienfokussierten BIZ), mit konkreten Programmen und neuen "Produkten", die proaktiven Austausch fördern. Kein gänzlicher Verzicht auf Medien, sondern gezielte Auswahl (v.a. SDBB-Medien und Merkblätter, die regelm. aktualisiert werden). Verstärkter Fokus auf digitale Inhalte und Unterstützung der Ratsuchenden im Umgang mit digitalen, berufsbezogenen Informationen.
- **BL:** im Hinblick auf die Zusammenlegung der beiden BIZ zum Laufbahnzentrum im Herbst 2024 mit neuer, moderner Infothek sind Änderungen geplant.
- **BS:** tage-/stundenweise Präsenz von Partnerinstitutionen im BIZ (RAV, Sozialhilfe, IV, Ausbildungsbeiträge etc.) und Weiterentwicklung in Richtung Kaffee/Bistro;
- **BE:** a) Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen verstärken (z. B. Beratungsfenster in der Infothek); b) Veranstaltungen werden weiterhin vor Ort und online durchgeführt - je nach Thema und Eignung
- **GL:** Workshops zu versch. Laufbahnthemen und Bewerbungstraining geplant;
- **GR:** Angebotskataloge für Schulen der Oberstufen, Brückenangebote, Mittelschulen und Berufsfachschulen werden derzeit erarbeitet bzw. aktualisiert. Darin angedacht sind versch. Veranstaltungen wie bspw. Kickoff-Veranstaltungen zur beruflichen Orientierung in der Oberstufe für Lehrpersonen;
- **LU:** Ziel ist ein weiterer Ausbau der Kurzberatungen (i. S. eines "Cité des Métiers" / "Single Point of Contact" für Fragen zu Bildung und Beruf
- **NE:** développer encore la partie information aux parents;
- **NW:** Im Rahmen der Neukonzeptionierung "BIZ Zukunft" soll ein Event Lab entstehen, wo Veranstaltungen (Kurse, Workshops, Ausbildungs-, Klassen- und Elternorientierungen, Feierabendgespräche etc.) mit bis zu 50 Personen im BIZ stattfinden können;
- **OW:** regelmässig eine Fachperson bspw. der Fachstelle Ausbildungsbeiträge im BIZ. Kunstaussstellung im BIZ im März 2023: Verbindung von Kunst und Beruf/Berufung. Evtl. Kurberatungen wieder anbieten. Veranstaltungen mit der Wirtschaft im BIZ;
- **TI:** per sostituire il salone delle professioni "EspoProfessioni" si sta profilando il progetto "Millestrade", volto a organizzare eventi più piccoli e sparsi in tutto il cantone riguardanti la formazione professionale di base e superiore. L'organizzazione si svolge in collaborazione con la Città dei mestieri della Svizzera italiana. La possibilità di ripristinare o meno "EspoProfessioni" è in fase di discussione e di analisi da parte di un servizio esterno specializzato;

6 Leitfrage 5 – Neuerungen: Digitale Angebote, Gamification, Storytelling etc.

In der fünften und letzten Leitfrage ging es im Grossen und Ganzen um den Grad der Digitalisierung in den BIZ/Infotheken. So wird nach dem Vorhandensein eines (eigenen) Webauftritts, Art und Umfang der Social-Media-Präsenz sowie dem Einsatz von spielerischen oder erzählerischen Mitteln («Gamification» und «Storytelling») gefragt.

Von allen Leitfragen birgt die fünfte erwartungsgemäss am meisten «Perlen» resp. nachahmenswerte «Good Practice»-Beispiele. Grundsätzlich lassen sich aus den Rückmeldungen zwei Erkenntnisse ableiten:

- In allen Kantonen wird das Angebot der BIZ/Infotheken zusehends auf ein digital affines Publikum ausgerichtet – allerdings oftmals etwas plan-/konzeptlos (insbes. was den Einsatz der Social-Media-Kanäle angeht).
- Die Unterschiede zwischen den Kantonen in Bezug auf den Stand der Umsetzung der Digitalen Transformation ist sehr gross und stark abhängig von der Finanzkraft eines Kantons. Merke: Der Aufbau digitaler Angebote ist sehr kosten- bzw. ressourcenintensiv (Manpower!).

6.1 Webseite: Angebote, Informationen, Downloads, Medienkatalog

Über einen Webauftritt verfügen ausnahmslos alle befragten BIZ, der Informationsgehalt und die Möglichkeiten zum Bezug («Download») ergänzender Information ist indes sehr unterschiedlich. In aller Regel werden die Beratungsdienstleistungen dargestellt und ein Überblick über die in der Infothek vorhandenen und ausleihbaren Medien gegeben, seltenerweise verfügt die Webseite über einen integrierten WebOPAC (Online-Katalog zum Recherchieren der Medien).

Von allen befragten Kantonen verfügen deren 5 über eine eigenständige Webseite, die restlichen sind in eine bestehende Webseite (i.d.R. des Kantons bzw. des für die Berufsbildung zuständigen Departements/Amts eingebunden).

Good Practice

Übersichtlich gestaltete und sehr informative Webseiten verfügen die Kantone AG, BE, BL, BS, SG, ZG und ZH. Letzterer bietet auf seiner Webseite die Möglichkeit, einen auf verschiedene Zielgruppen abgestimmten Newsletter zu abonnieren (für Lehrpersonen, Eltern, Schüler:innen der 2. & 3. Oberstufe, Maturandinnen und Maturanden).

Das vom Kanton BE entwickelte Portal «**BIZLinks**» wird auch von anderen Kantonen genutzt oder wurde teilweise adaptiert. Wie gut die Erfahrungen damit jedoch sind, lässt sich aus den Fragebogen nicht genau herauslesen. «BIZLinks» hat Potential, um als gesamtschweizerisches Angebot lanciert zu werden.

Empfehlenswert ist auch die Seite des Kantons SG (www.berufsberatung.sg.ch) mit integriertem Download-Center (mit Infoblättern zum Herunterladen). Das St.Galler «**e-BIZ**» (www.ebiz.sg.ch) ist ein Verzeichnis sämtlicher Grund- und Weiterbildungsberufe und vereint nationale und kantonale Daten auf einer Plattform und informiert über wichtigen Bereichen der Bildungs- und Berufswelt (z. B. Bewerbung, Finanzierung, Ausbildung und Sport, Migration etc.).

6.2 Social Media: Plattformen, Angebote, Inhalte

Wenige haben's. Und die, die's haben, sind wenig aktiv: An den Social-Media-Aktivitäten der BIZ/Infotheken scheiden sich die Geister. Ob «Facebook», «LinkedIn» oder «Instagram»: Wer die Kanäle nicht regelmässig bewirtschaftet, kann sich den Aufwand im Grunde generell sparen. Hinzu kommt, dass sich die Wirkung, die diese Social-Media-Auftritte erzielen, nur schwer messen lassen. Vielfach geht es den BIZ darum, mit der Zeit zu gehen und attraktiv für die Zielgruppe der Jungen und jungen Erwachsenen zu sein.

Der Kanton SZ gibt zwar an, im LinkedIn-Profil über 900 Follower zu verfügen, die regelmässig mit neuen Posts beliefert werden (Inhalte: Hinweise auf Veranstaltungen, Bericht über Durchführungen, Tipps zu Laufbahn oder Lehrstellensuche, Hinweise auf wichtige Neuerungen im Bildungssystem, Informationen für Eltern

etc.). Der «Impact» dieser Kanäle auf die eigentliche Nutzung und den Bekanntheitsgrad des BIZ und deren Infothek bleibt unklar. Ebenso, welchen Zweck die gemäss eigenen Angaben geplanten Facebook- und Instagram-Profilen erfüllen sollen. Andere Kantone (z. B. NE, TI, VD) geben an, dass die Sozialen Medien einen «très bon vecteur de communication» seien, dies ist jedoch nicht ohne Aufwand zu erzielen. In VD werden pro Woche auf jedem Kanal mind. 5 Posts abgesetzt.

Empfehlung:

Social-Media-Aktivitäten sollten gut überlegt sein. Ein Social-Media-Kommunikationskonzept könnte helfen, sich über die Ziele und Erwartungen im Zusammenhang mit dem Einsatz von «Instagram», «LinkedIn» und Co. im Klaren zu werden. Mancherorts ist der Aufwand, der mit der Bewirtschaftung eines Kanals einhergeht, vergebene Liebesmüh', die Ressourcen könnten woanders besser eingesetzt werden (z. B. in ein Engagement im Chat, in die Ausweitung des digitalen Medienangebots, ins Veranstaltungswesen etc.). Es wird daher dringend empfohlen, die Wahl und dem Einsatz der Social-Media-Kanäle einer vorgängigen Bedürfnis- und Potentialanalyse zu unterziehen und in ein Kommunikationskonzept einfließen zu lassen.

6.3 Verknüpfung Print – Online; z. B. QR-Codes

Die meisten BIZ geben an, dass sie ihre eigenen Informationsflyer, Merkblätter und Veranstaltungshinweise mit QR-Codes versehen, die dann zum digitalen Dokument oder weiterführenden Links führen.

Good Practice

Die BIZ des Kantons AG z.B. versehen sämtliche SDBB-Medien mit einem QR-Code, welcher dann zum online verfügbaren PDF führt.

Der Kanton BE hat eigene Postkarten zu Themen der Aus- und Weiterbildung entwickelt. Ein weiteres vorbildliches Beispiel für die gelungene Verknüpfung von Print und Online sind die vom LBZ initiierten und vom SDBB übernommenen Grundbildungs-Postkarten.




6.4 Gamification: z. B. VR-Brillen, Schnitzeljagd, Video-Screens, Objekte, die alle Sinne ansprechen, Fotograf vor Ort etc.


Spielerische Elemente zwecks Vermittlung von Inhalten – im Fachjargon mit «Gamification bezeichnet – steckt vielerorts noch den Kinderschuhen, einige Kantone machen gar nichts in dieser Hinsicht. Am weitesten verbreitet ist der Einsatz der App «Actionbound», welche für elektronische «Schnitzeljagden» im BIZ oder an Berufswahlmessen zum Einsatz kommt und die Teilnehmenden zum spielerischen Entdecken der BIZ-Angebote einlädt. Allerdings gehen die Meinungen bezüglich des Nutzens und des Mehrwerts von «Actionbound» teils weit auseinander: In GR geben sie z. B. an, «Actionbound bis 2022 für Klassenveranstaltungen eingesetzt zu haben. Um zu prüfen, ob die erstellten Bounds nützlich und zielgruppengerecht sind, wurde anfangs 2022 das Team «Berufsberatung» dazu gefragt. Ergebnis: Niemand hatte Actionbound eingesetzt. Dafür gab es verschiedene Gründe, z.B. sei der Output zu gering, nicht zur Beantwortung individueller Fragen nützlich und kein Einsatz von Arbeitsblättern. Ideal wäre aus Sicht der Befragten, wenn jede Beratungsperson den Actionbound mit eigenen Fragen befüllen könnte. Zudem wäre es sinnvoll, wenn die Schüler:innen etwas mitnehmen könnten. Allenfalls wäre gemäss Team Berufsberatung ein anderes Tool die Lösung. Vorgeschlagen wurde «Kahoot». Jedenfalls wird «Actionbound» in GR derzeit nicht mehr eingesetzt. SG indes macht gemäss eigenen Angaben sehr gute Erfahrungen im Umgang mit «Actionbound»: Die mit «BIZ-Parcours» bezeichnete Actionbound basierte «Schnitzeljagd» mit physischen und elektronischen Aufgaben-Posten weisst zu gefallen und kann zweifelsfrei auch als «Good Practice»-Beispiel erhalten:

Good Practice

<https://de.actionbound.com/bound/BIZParcours>

Weitere Anwendungen, die in den BIZ eingesetzt werden:

<p>Material-Turm: tastbare Materialien, inspirieren und regen die Sinne an, verweisen über QR-Code auf Materialbeschreibung im Kontext Berufswelt und verlinkt auf mögliche Berufe (ZH)</p>	
<p>Fun-Facts: aufklappbare Bilder mit lustigen Fakten zur Material-/Berufswelt (ZH)</p>	
<p>Pic-Picker: breit einsetzbares Icon-Memory</p>	
<p>Kahoot – Alternative zu «Actionbound»: ist eine spielebasierte Lernplattform und wird vor allem von Lehrpersonen genutzt, um den Unterrichtsstoff mit den Schülern</p>	<p>https://kahoot.com/</p>

<p>zu wiederholen oder zu vertiefen. Es schafft einen spielerischen Wettbewerb unter den Mitspielern. Die Nutzung von Kahoot ist kostenlos, es gibt jedoch eine kostenpflichtige Premium-Version mit erweitertem Funktionsumfang. Lediglich der Moderator (Lehrer) muss sich auf der Seite registrieren. Der Moderator erhält bei jeder Spieldurchführung eine Zugangs-PIN, die er seinen Mitspielern zur Verfügung stellen muss.</p> <p>Es können mit relativ geringem Aufwand eigene Spiele erstellt werden. Diese Spiele können privat oder öffentlich in der Cloud gespeichert werden.</p> <p>(ZH)</p>	
<p>«Mentimeter»: ist eine App, die an Veranstaltungen oder an Berufswahlmessen zum Einsatz kommt (z. B. für Berufswelt-Quiz' für Klassen an Messen).</p>	<p>https://www.mentimeter.com/</p>
<p>Förderung des haptischen Erlebnisses: div. Objekte im Regal auf Augenhöhe (z. B. Kochmütze, Gärtnerutensilien etc.)</p> <p>(Bsp.: BE)</p>	

6.5 Storytelling: z. B. Testimonials, Botschaften, Bücher etc.

Mit «Storytelling» (deutsch: „Geschichten erzählen“) wird eine Methode bezeichnet, mit der eine Organisation/Institution relevante Informationen narrativ weitergegeben werden. So nutzen einige BIZ diesen Ansatz, um Erfolgsgeschichten von ehemaligen Klientinnen und Klienten beispielhaft für die Möglichkeiten, die sich im Zusammenhang mit der Berufs- und Studienwahl ergeben, bild-/glaubhaft und „unter die Haut gehend“ erfahrbar zu machen und Ratsuchende zu inspirieren. Vielerorts beschränken sich die «Storytelling»-Aktivitäten jedoch auf sog. «Testimonials»:

- Im BIZ SO werden z. B. Presseartikel über seltene Berufe aufgehängt und es liegt ein Ordner mit Presseberichten über spezielle Studiengänge aus;
- Im Newsletter des BIZ ZG finden sich regelmässig Portraits über Personen mit spannendem Werdegang;
- Im BIZ BS liegen Bücher über bekannte Persönlichkeiten auf (z.B. Kochbuch der Basler Starköchin Tanja Grandits)

SG möchte seine «Storytelling»-Aktivitäten (z. B. Videos mit Geschichten) ausbauen, es fehlt aber inhouse am dafür nötigen Know-How. Externe Produktionen sind sehr teuer und müssen begleitet werden, was wiederum personelle Ressourcen bindet – sprich: Zeit kostet.

Empfehlung:

Mit «Storytelling»-Aktivitäten verhält es sich ungefähr ähnlich wie mit der Pflege der Kanäle in den Sozialen Medien oder dem Einsatz von Gamification-Anwendungen: Es muss gut überlegt sein, für wen dies gemacht werden soll (Zielpublikum) und welchen Mehrwert (Nutzen, Output) man sich davon erhofft.

6.6 Positive und negative Erfahrungen

Im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation und deren Auswirkungen auf die Beratungs- und Vermittlungstätigkeit der BIZ und deren Infotheken, sind die Erfahrungen in den Kantonen unterschiedlich:

POSITIVE ERFAHRUNGEN	NEGATIVE ERFAHRUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> • AR: ist stolz auf die interaktive Bildungswelt https://www.bildungswelt.ar.ch... • GL: Berufsschnitzeljagd (https://de.actionbound.com/) via Mobilephone an Messe gut angekommen. Aus Mangel an BIZ-Besuchenden noch wenig Erf. mit digit. Angeboten vor Ort; • LU: Links und Downloads auf der Webseite sind auch praktisch für die Beratung; • NE: a) les médias sociaux sont de très bons vecteurs de communication; b) les comptes de réseaux sociaux destinés prioritairement aux adultes ont permis à ces derniers de réaliser qu'il existe également des prestations pour eux et pas seulement pour les jeunes; c) le compte Instagram peine encore à faire des émules auprès des jeunes; d) le public apprécie les QR codes mais aime aussi repartir avec des documents papier; • SG: eBIZ ist bei den Lehrpersonen und den Schüler:innen sehr beliebt, weil es sehr niederschwellig ist und man kurze und knappe Informationen erhält; • SO: Digitale Angebote wie Actionbound und Mentimeter mehr Zeit bei Klassenveranstaltungen, kommen aber gut an; • SZ: Die Bilder-Magnetwand wird nicht nur von den Beratungspersonen, sondern auch von den BIZ-Besuchern genutzt. • TI: L'account Instagram del Servizio documentazione, lanciato in ottobre 2022, ha subito avuto successo ed è seguito da più di 750 persone. La sua visibilità è però molto maggiore del numero di "follower", con una media die 1000 visualizzazioni per post. Inoltre, durante le fiere sugli studi universitari (es. OrientaTi), 	<ul style="list-style-type: none"> • AR: ...sie sehen aber auch, wie viel Zeit es benötigt, diese sowie alle weiteren Links und Info. auf der Webseite aktuell zu halten. Es stehen in der BIZ AR keine LuD-Fachleute zur Verfügung, sondern sie machen dies neben der Tätigkeit als Berufsberatende. • BS: Objekte führen zum Schmunzeln, werden aber von Klassen nicht zur Verkleidung genutzt und nur selten in die Hand genommen... • LU: Internetseite des BIZ ist eine Unterseite des Webauftritts der gesamten Dienststelle. Ein eigener Webauftritt würde mehr Freiheiten/Möglichkeiten bieten, die Kundschaft spezifischer anzusprechen. • SG: BIZ-Parcours benötigt Zeit. Inzwischen wurden auch kürzere Bounds erstellt bzw. der BIZ-Parcours kann neu auch nur zum Teil absolviert werden; • SZ: Gamification wäre sicher wünschenswert, jedoch ist der Zeitaufwand, bis alles eingerichtet ist, jeweils sehr gross. • ZG: Aufwand für digitale Infrastruktur hoch; spezifische Tools sind teuer zum Entwickeln; auch Übernahme von bereits von anderen Kantonen entwickelten Tools allenfalls zu teuer; Spannungsfeld: Gamification vs. Instandhaltung einer technisch guten Infrastruktur - Problem: Wartung der Geräte, falls nicht über kantonale Informatikabteilung möglich. Deshalb u. a. Ansatz: Bring your own device

<p>viene fatta una presentazione e ai partecipanti o a tutte le altre persone interessate viene fornito un bigliettino con il codice QR verso la presentazione. Le presentazioni accessibili tramite QR, e non con il solito powerpoint, permettono anche a chi non partecipa agli eventi di avere le informazioni a portata di mano e di condividerle facilmente sui social o tramite altri canali.</p> <ul style="list-style-type: none">• ZG: Einstieg bei BIZ Links (von BIZ Bern entwickelt, mittlerweile vier teiln. Kantone), guter Austausch zwischen den beteiligten Kantonen, was der Weiterentwicklung förderlich ist.	
--	--

6.7 Zukunft / geplante Entwicklungen

- **BL:** a) Planung Einführung eines Social-Media-Kanals und von Storytelling im Zusammenhang mit der Zusammenlegung der beiden BIZ zum Laufbahnzentrum im Herbst 2024;
- **BE:** a) Entdeckungstool für Infothek entwickeln (Belebung Infothek); b) Gastmodule für Kleinberufe / Ausstellungen von Bildungsinstitutionen;
- **LU:** Erstellung Rahmenkonzept betreffend Weiterentwicklung des Informationszentrums hinsichtlich Stao.-Wechsel ab 2026;
- **NE:**
 - a) une réflexion doit être menée autour du print et du numérique. Quelles parts réserver à chaque domaine?
 - b) le virage numérique amène à repenser l'espace;
 - c) qu'en est-il de l'aspect ludique? quoi mettre en place?;
 - d) dans les futurs locaux, des aménagements sont prévus pour présenter des exposition sur des thèmes du domaine de la formation et des métiers.
- **NW:** Einführung biz-link-nw, Social-Media-Auftritt (LinkedIn, evtl. Instagram u.a.), im Rahmen einer kantonalen Digitalisierungsstrategie werden weitere Vorhaben zur schrittweisen Digitalisierung geprüft.
- **OW:** Abklärungen mit der Kommunikationsverantwortlichen des Kt. OW bez. Ausbau Social Media direkt übers BIZ und nicht mehr via Kanäle des Kantons sind im Gang;
- **SH:** Verbindung der Bibliotheks-Software mit der Webseite, um das Medienangebot auf dieser zu präsentieren (Schnittstelle zum Medienkatalog);
- **SO:** evtl. Zusammenarbeit mit bestehenden Social-Media-Kanälen des Kantons;
- **SZ:** Facebook- und Instagram-Profil geplant;
- **TI:** Il materiale cartaceo rimane utile e molto utilizzato, tuttavia l'idea è di puntare sempre di più sulla crossmedialità per approfondire gli argomenti, soprattutto quando si tratta di informazioni che possono cambiare rapidamente. L'obiettivo non è quello di fornire tutte le informazioni all'utente "su un piatto d'argento", ma di fornirgli gli strumenti per informarsi autonomamente;
- **UR:** Anschaffung von Tablet geplant;
- **ZG:** Eine neue kant. Webseite ist in Arbeit, somit wird es auch fürs BIZ Zug eine neue Webseite geben, die voraussichtl. bis Mai 2023 online geht;

7 Zusammenfassung und Fazit

Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungszentren und die ihnen angeschlossenen Infotheken (oder Infocenter) leisten einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg des schweizerischen (dualen) Bildungssystems. Ihnen kommt eine entscheidende Rolle im Berufs- oder Studienwahlprozess von Jugendlichen zu. Zudem beraten und begleiten sie erwerbstätige Erwachsene im Verlauf der gesamten beruflichen Laufbahn und in allen Fragen der individuellen Laufbahngestaltung oder in Phasen der beruflichen Neuorientierung. Schulen, Ausbildungsbetrieben und Unternehmen dienen sie als Anlaufstelle für allerlei Fragen rund um Bildung und Beruf.

7.1 Stossrichtung 1: Atmosphäre und Raum für Begegnung schaffen

Das sich in jüngster Vergangenheit stark verändernde technologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Umfeld geht auch nicht spurlos an den BIZ vorbei: die Zahl der Besucherinnen und Besucher vor Ort nimmt ab, genauso wie die Ausleih- und Nutzungszahlen der in den Infotheken angebotenen physischen Medien. Stattdessen kommt der Aufbereitung und Vermittlung von digitalen Inhalten eine immer grössere Bedeutung zu. Angesichts der rückläufigen Besucherzahlen stellt sich den BIZ-Verantwortlichen unweigerlich die Frage, wie der Raum der Infothek künftig genutzt werden soll. Schielt man auf die Bibliothekswelt, die sich gerade im allgemein-öffentlichen Sektor mit einem grundlegenden Wandel konfrontiert sieht – vom statischen Ort des Medienverleihs hin zu einem dynamischen Ort der Begegnung und der Mitwirkung –, so werden wohl die Infotheken in Zukunft einen ähnlichen Weg beschreiten (müssen): Weg von der medienzentrierten Arbeit hin zu einem Begegnungsort, wo Beratungspersonen und Ratsuchende in einem angenehmen Ambiente in Dialog treten können. Der Gestaltung des Raums kommt daher inskünftig eine ganz wesentliche Rolle zu. Die Aufenthaltsqualität steht dabei im Vordergrund und soll mit geeigneten Massnahmen gezielt erhöht werden. Oder wie es der Kanton VD zum Ausdruck bringt: Künftig weniger Bibliothek, dafür mehr ein Aufenthaltsort für Begegnungen, Gespräche und Veranstaltungen zu werden.

In diesem Zusammenhang drängt sich der Vergleich mit der Reisebüro-Branche auf: Diese hat zwar wegen der Online-Buchungsmöglichkeiten in den vergangenen Jahren arg gelitten, doch was «booking.com» oder «ebookers.com» im Gegensatz zum Reisebüro nicht bieten können, ist die Beratung. So zeigt ein Bericht des Schweizerischen Reise-Verbandes, dass sich eine Trendwende abzeichnet und Ferienreisen wieder vermehrt im Reisebüro gebucht werden. Was für die Reisebüro-Branche zusehends wieder gilt, gilt auch für die BIZ: Der Beratungsdienstleistung kommt eine zentrale Rolle zu. Sie wird zum Kerngeschäft, zum «USP» - unique selling proposition». Damit diese Beratung aber seine volle Wirkung entfalten kann, muss sie in einem Ambiente vonstattengehen, wo sich der Ratsuchende wohlfühlt. Insofern ist die Gestaltung des räumlichen Ambientes ein nicht zu unterschätzender «Soft-Erfolgsfaktor» für die BIZ und deren Infotheken.

7.2 Stossrichtung 2: Partner einbinden, Kooperationen schmieden

Doch nicht nur die Dauer des Aufenthalts eines Besuchers/einer Besucherin ist eine wichtige Kenngrösse: Ganz zentral sind auch Art und Umfang des Beratungs-/Dienstleistungs- und Veranstaltungsangebots: Dieses soll sich noch mehr an den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen orientieren. Fehlende Kompetenzen können z.B. mittels Partnerschaften/Kooperationen «eingekauft» bzw. eingebunden werden: So ist die Idee, BIZ-nahen Organisationen wie der Stipendienstelle, der regionalen Arbeitsvermittlung RAV, die Fachstelle Berufsintegration, der Invalidenversicherung IV, dem Sozialdienst regelmässige, fixe Beratungszeitfenster innerhalb der BIZ-Öffnungszeiten anzubieten, ein zukunftsweisender Ansatz – gerade dort, wo eben die für die Berufs- und Studienwahl relevanten Ansprechpartner nicht unter dem gleichen Dach untergebracht sind.

Apropos Öffnungszeiten: Auch in diesem Punkt können die jüngsten Entwicklungen der Bibliothekswelt durchaus als Vorbild dienen. Es muss ja nicht gleich auf eine «open biz» hinauslaufen, in welcher der Zugang zur Infothek und zu den Medien – analog zum «open library»-Konzept – fast rund um die Uhr gewährleistet wird. Aber angesichts der sich verändernden Arbeits- und Lebensgewohnheiten – gerade in urbanen Räumen ist ein Wandel hin zu einer «24-Stunden-Gesellschaft» zu beobachten –, sollten die BIZ über ihre Öffnungszeiten nachdenken. Eventuell könnte dem steten Besucherschwund mit verlängerten Öffnungszeiten abends

oder am Wochenende Einhalt geboten werden. Damit einher gehen könnten auch neue Beratungsformate, wie z. B. «happy hour counselling» oder «Kurzberatungen zu fortgeschrittener Stunde».

7.3 Stossrichtung 3: Social Media für die Jungen, massgeschneiderte Beratungsangebote für die Erwachsenen

Dass sich die heutige Generation der jungen Leute, die an der Schwelle zur Berufs- oder Studienwahl stehen, mehrheitlich im virtuellen Raum – und insbesondere in einschlägigen Sozialen Medien – tummeln, sollten die BIZ antizipieren. Einige – allen voran die Kantone in der Romandie und das Tessin – machen mit ihren Social-Media-Aktivitäten sehr gute Erfahrungen, immer wieder ist in den Rückmeldungen von einem «bon vecteur de communication» die Rede. Damit es überhaupt so weit kommt, dass die BIZ ihr Zielpublikum im virtuellen Umfeld in Scharen anzusprechen vermag, bedarf es eines klaren Kommunikationskonzepts. Social-Media-Kanäle müssen gepflegt werden, was mit Aufwand verbunden ist. Wer nicht ständig «twillert», wird schnell nicht mehr beachtet. Jedes Soziale Medium hat seine eigene, spezifische Klientel, spricht eine andere Zielgruppe an. Zudem muss man sich des Umstands bewusst sein, dass diese Kanäle teils sehr kurzlebig sind: «Facebook» ist bei der jungen Generation längst nicht mehr gefragt und gilt heute als Plattform für Personen ab «ü40» und wurde längst von Instagram, Snapchat oder Tiktok abgelöst. Der Einsatz sozialer Medien muss gezielt erfolgen und aufs Aufwand-/Nutzenverhältnis hin gut überlegt sein.

In diesem Zusammenhang wäre zu überlegen, ob in Sachen «Social Media» künftig auf nationaler Ebene verstärkt zusammengearbeitet werden könnte. Denkbar wäre z. B. eine nationale «Social Media»-Strategie, in welcher bei der Umsetzung der Massnahmen dem SDBB eine koordinative – ja sogar aktive – Rolle zukommt. So wie es für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungszentren in der ganzen Schweiz Informationsmaterial (Faltblätter, Postkarten u. v. m.) zur Verfügung stellt, so könnte das SDBB auch bei der Erstellung von Content für die Social-Media-Kanäle der kantonalen BIZ unterstützend – wenn nicht gar federführend – wirken.

Ob kantonal oder national: Es gilt in jedem Fall Überlegungen zur strategischen Ausrichtung des Einsatzes dieser Kommunikationskanäle anzustellen und zu klären, welche Plattform(en) für welche Zielgruppe(n) zur Distribution von Inhalten aus den BIZ verwendet werden sollte. Denn es ist mittlerweile unbestritten, dass die sozialen Medien zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln der Gegenwart gehören und man um ihren Einsatz heutzutage fast nicht mehr herumkommt. Dennoch stellt sich die Frage nach dem eingangs erwähnten Aufwand- und Nutzenverhältnis. Die Klärung, welche Inhalte für welche Zielgruppe über welchen Kanal verbreitet werden sollen, ist daher zwingend vorzunehmen.

Dass den Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der BIZ-Tätigkeit das Hauptaugenmerk zukommt, liegt in der Natur der Sache bzw. dem Auftrag eines jeden BIZ. Doch sollte nicht ausser Acht gelassen werden, dass den Eltern eines jungen Menschen, der vor der schwierigen Berufs- oder Studienwahlentscheidung steht, eine nicht zu unterschätzende Rolle zukommt. Eltern sollten daher noch mehr als Zielgruppe in die Überlegungen der Beratungstätigkeit miteinbezogen werden.

Die sich immer schneller wandelnden Anforderungen der Berufswelt erhöhen den Druck auf die erwerbstätige Bevölkerung: Ständige Aus- und Weiterbildung ist heutzutage unabdingbar. Der Beratungsbedarf Erwachsener, die nach einer beruflichen Neuorientierung streben oder nach einer passenden Weiterbildung zwecks fachlicher Vertiefung und Spezialisierung suchen, wird weiter zunehmen. Die Nachfrage nach Beratungsprogrammen wie das aktuell vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI im Auftrag des Bundesrats initiierte und finanzierte Laufbahnberatungsangebot «viamia» werden weiter zunehmen. Der Zielgruppe der veränderungswilligen Erwachsenen sollte daher künftig ein besonderes Augenmerk geschenkt werden.

7.4 Stossrichtung 4: «digital first» oder: «weniger ist mehr»

Die Stossrichtung beim Medienbestand der Infotheken liegt aufgrund der rückläufigen Nutzungs- und Ausleihzahlen auf der Hand: „digital first“ oder auch „Weniger ist mehr“. Der physische Medienbestand wird sich weiter reduzieren, zugunsten der immer mehr online verfügbaren Informationsmaterialien. In diesem Zusammenhang hat sich gezeigt, dass hybride Lösungen gegenwärtig den Zeitgeist treffen: Die vom SDBB (und früher vom Laufbahnzentrum Zürich) ausgegebenen Postkarten zur beruflichen Grundbildung sind derzeit in allen BIZ ein Renner, denn sie vereinen das haptisch-visuelle Element der schön gestalteten Postkarte mit dem virtuellen Element: Dank des aufgedruckten QR Codes können weiterführende und vertiefende Angaben zum gewählten Berufsbild bezogen werden. Nimmt der physische Medienbestand ab, so kommt den in den Infotheken beschäftigten IuD-Fachleuten immer mehr die Aufgabe zu, als informations- und medienkompetente Fachleute den Ratsuchenden bei der Online-Recherche der gewünschten Information behilflich zu sein. Den IuD-Fachpersonen kommt zusehends eine beratende Rolle zu, während früher die Arbeit eher aufs Sammeln, Organisieren, Strukturieren und Bereitstellen von Fachinformation im Vordergrund stand. Insofern verändert sich auch das Aufgaben-, Kompetenzen- und Verantwortlichkeitsspektrum der in den Infotheken tätigen IuD-Fachpersonen.

Stellvertretend für die vielerorts eingeschlagene Digital-Strategie steht zweifelsfrei der Auftrag des Kantons GR, welcher im Rahmen der Leistungsüberprüfung seiner Departemente und Ämter dem BIZ folgenden Auftrag fürs Jahr 2023 erteilt hat: *"Der Bedarf an digital zur Verfügung stehender Information verlangt eine neue Art von Unterlagen, Dokumenten [...]. Es sollte daher aktiv geprüft werden, welche Informationen national erarbeitet und zur Verfügung gestellt werden und auf welche kantonsspezifischen Informationen folglich verzichtet werden - resp. nur noch aussch. digital zur Verfügung gestellt – werden können."*

Zu guter Letzt lässt die Auswertung der Befragung den Schluss zu, dass gesamtschweizerisch noch viel Zusammenarbeitspotential besteht. Dass einige Kantone viel Aufwand in eigene Merkblätter oder in Linksammlungen auf der Webseite stecken, ist eigentlich wenig zielführend. Der Kanton BE hat mit „BIZLinks“ ein wunderbares und sehr umfassendes Portal entwickelt, von dem die anderen Kantone auch profitieren können. Einige tun dies bereits und haben die Idee des BIZ BE auf ihre Bedürfnisse hin adaptiert. Der Kanton ZH gibt z. B. an, sich auf die SDBB-Medien zu fokussieren und Merkblätter anderer Kantone unverändert zu übernehmen.

Es stellt sich vor diesem Hintergrund somit die Frage, ob sich „BIZLinks“ nicht auch zentral – z.B. vom SDBB – geführt und in die Webseiten aller kantonalen BIZ implementiert werden könnte. Letztlich verfolgen alle 26 BIZ denselben Zweck: den Ratsuchenden auf bestmögliche Weise bei der Berufs- oder Studienwahl zu begleiten und zu unterstützen.

Fachhochschule Graubünden

Schweizerisches Institut für Informationswissenschaft SII
Pulvermühlestrasse 57
7000 Chur
Schweiz
T +41 81 286 24 24
info@fhgr.ch
fhgr.ch

Studienautoren

Prof. Ivo Macek, MSc
Leiter Weiterbildung Informationswissenschaft / Studienleiter MAS Information Science
T +41 81 286 24 10
ivo.macek@fhgr.ch

Michael Aschwanden, MSc
Wissenschaftlicher Projektmitarbeiter
T +41 81 286 24 31
michael.aschwanden@fhgr.ch