

Pichlbauer, Maria

Research Report

Berufsorientierung in der Sekundarstufe II: Luxus oder Notwendigkeit?

AMS info, No. 277

Provided in Cooperation with:

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

Suggested Citation: Pichlbauer, Maria (2014) : Berufsorientierung in der Sekundarstufe II: Luxus oder Notwendigkeit?, AMS info, No. 277, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/102527>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Berufsorientierung in der Sekundarstufe II

Luxus oder Notwendigkeit?*



1 Das Projekt: »Berufsorientierung in der Oberstufe« – Erfahrungen der Modeschule Graz

Ist Berufsorientierung (BO) in der Oberstufe eine Holschuld? Müssen sich also SchülerInnen und deren Eltern selbst darum kümmern? Ist es normal und nicht weiter beunruhigend, wenn 70 Prozent der steirischen MaturantInnen angeben, nicht zu wissen, für welchen Beruf sie sich entscheiden werden?

Dr. Heidi Hudabiunigg vom Landesschulrat für Steiermark meinte dreimal nein und initiierte 2010 ein Comenius-Regio-Projekt zu eben diesem Thema. Ihre Idee war es, auf Grundlage von vorangehender, begleitender und abschließender Evaluation an zwei Schulstandorten (BG Rein und Modeschule Graz) in internationaler Auseinandersetzung (Gymnasium, Stadtbibliothek und Stadtgemeinde Budakeszi/ Ungarn) an den evaluierten Standorten sowohl für die BMHS als auch für die AHS maßgeschneiderte BO-Konzepte zu entwickeln, diese zu implementieren und als Best Practice für andere Schulen zur Verfügung zu stellen.

Die internationale Zusammenarbeit und besonders auch die schultypenübergreifende Zusammenarbeit waren von herausragender Wichtigkeit für den positiven Projektverlauf: Alle Beteiligten haben voneinander gelernt und passende Elemente der Partnerorganisationen und Partnerschulen in das eigene neue Konzept integriert.

Die Selbstzufriedenheit, mit der beim ersten Projekttreffen die BO-Praxis an der jeweils eigenen Schule präsentiert wurde, wurde durch die Anfangsevaluation empfindlich erschüttert, sodass die Notwendigkeit von Reformen und Adaptionen von Anfang an für alle Beteiligten sichtbar war.

Die konzeptuelle Veränderung an der Modeschule Graz visualisieren die folgenden zwei Vorher-Nachher-Grafiken:

Grafik 1: Ablauf auf der strukturellen Ebene



Quelle: Modeschule Graz

Grafik 2: Ablauf auf der individuellen Ebene



Quelle: Modeschule Graz

Das ursprüngliche BO-Konzept war bereits durchaus hochambitioniert. Als Modeschule achtet man schon bei der Auswahl der SchülerInnen darauf, die BewerberInnen herauszufiltern, die die nötige Leidenschaft für das Berufsfeld »Mode« mitbringen: Alle Berufsinformationstermine in den steirischen Regionen werden mit LehrerInnen besetzt, die unsere Schule realistisch präsentieren, auf Schnuppertagen nähern die KandidatInnen bereits erste kleine Werkstücke, um so ein Gefühl für das zu bekommen, was sie an der Schule erwartet. So sitzen in den ersten Klassen meist hochmotivierte SchülerInnen, und auch die Behaltequote an der Schule ist konstant hoch.

Von Ausbildungsbeginn an werden Schule und Modewirtschaft verknüpft, um die Verbundenheit mit dem Berufsfeld »Mode« zu stärken. Bis hin zum Diplomprojekt gibt es praktische Zusammenarbeit mit der Wirtschaft, in Junior Companies werden die SchülerInnen auf die Herausforderung der Selbständigkeit vorbereitet.

Die breitgefächerte Ausbildung (Mode, Allgemeinbildung und Wirtschaft) garantiert den Zugang zu Universität/ Fachhochschule, weiteren Ausbildungen und UnternehmerInnentum. Mehrere Ausbildungszweige stehen zur Wahl, Auslandspraktika werden angeboten, in einer Dialogreihe präsentieren Modefachleute ihre jeweiligen Berufe.

* Der vorliegende Text stellt die erweiterte Fassung eines von der Autorin auf der Tagung »Wege ebnen an der Schnittstelle Schule – Beruf. Wie gelingt ein erfolgreicher Übergang?« gehaltenen Vortrages dar. Die Tagung fand am 18. September 2013 in der Zentrale des ÖAD statt und wurde von der dort angesiedelten Österreichischen Nationalagentur Lebenslanges Lernen, der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich und dem sozialwissenschaftlichen Forschungs- und Beratungsinstitut abif – Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung veranstaltet. Maria Pichlbauer ist Professorin an der Modeschule Graz.

Es gibt einen Infopoint (Broschüren, Plakate etc.) für SchülerInnen der höheren Klassen, wo sie sich über zukünftige Ausbildungsmöglichkeiten informieren können. Die SchülerInnen der Abschlussklassen besuchen selbständig Tage der Offenen Tür an Universitäten und Fachhochschulen.

Da die erste Evaluierung, wie bereits erwähnt, zur Überraschung der LehrerInnen klar auswies, dass die SchülerInnen der vierten Klassen zu einem hohen Prozentsatz ratlos sind, welchen Karriereweg sie nach der Matura einschlagen werden, kam es im Projektverlauf zu einem ebenso klaren Paradigmenwechsel: Die bisherigen Elemente wurden beibehalten, der Fokus verlagerte sich jedoch von der »SchülerInnenherde« auf den einzelnen Schüler, die einzelne SchülerIn – Was kannst **du**? Was ist **dein** Ziel? Was brauchst **du**? Wohin willst **du** gehen? Was ist **dein** nächster Schritt? Wer kann **dir** helfen?

Nun ist es ja nicht möglich, den sich daraus ergebenden Mehraufwand mittels zusätzlicher Werteinheiten abzudecken. Der/Dem BildungsberaterIn wird eine minimale Zeit für seine/ihre Arbeit eingerechnet. Damit nicht wieder einmal der/die vielzitierte »engagierte Lehrer bzw. LehrerIn« die zusätzlichen Aufgaben unentgeltlich leisten müssen, wurde erstens intensiv nach externen Ressourcen geforscht, die man in die Schule integrieren kann. Zweitens wurde die Selbstverantwortung der SchülerInnen, die jedoch von Anfang an über das BO-Konzept Bescheid wissen, verstärkt eingefordert. Hier die wichtigsten Maßnahmen auf Ebene der Schule und der LehrerInnen im Überblick:

- Bewusstseinsbildung – Was bedeutet und erfordert Berufsorientierung?
- Schulung (Fortbildungen, Konferenzen);
- Die Bandbreite der Modeberufe erforschen: Wo überall bieten sich berufliche Möglichkeiten für AbsolventInnen der Modeschule?
- Entwicklung einer BO-Mappe;
- Firmenpraktika für LehrerInnen;
- Auslandspraktika für LehrerInnen;
- Erstellung einer Checkliste Praktikum;
- Etablierung eines Internationalisierungsteams;
- Mitarbeit am neuen Lehrplan.

Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung auf Ebene der Modewirtschaft:

- Businesstalks: Wirtschaftstreibende erklären LehrerInnen ihre Sicht auf Ausbildungsqualität, Anstellungsvoraussetzungen usw.;
- Schulführungen für Wirtschaftstreibende;
- Info-Folder für Betriebe: Welche Kenntnisse sind von SchülerInnen der einzelnen Jahrgänge zu erwarten?
- Recruiting day mit Projektpräsentationen;
- Erschließen neuer Berufsfelder für unsere AbsolventInnen (z.B. Automobilwirtschaft – Autositze, Innendesign);
- SchulabbrecherInnen als wertvolle MitarbeiterInnen erkennen.

Maßnahmen auf SchülerInnenebene:

- individualisiertes Karrierecoaching;
- BO-Mappe ab der ersten Klasse: Stärkenprofil;
- Leistungsportfolio ab erster Klasse;
- Bewerbungstraining einmal pro Ausbildungsgang;
- Praktikumsvorbereitung, -Betreuung und -Nachbereitung;
- Abteilung »Berufsorientierung« in der Bibliothek;

- Info über die Bandbreite der Modebranche;
- Projekt »Studienchecker« (www.studienchecker.at);
- Elterninformation;
- Angebote für AbsolventInnen.

2 Nähere Erläuterung einiger Maßnahmen

2.1 Internationalisierung

Eine international agierende Schule mit Kontakten in vielen verschiedenen Ländern knüpft für sich und ihre SchülerInnen ein großes Netzwerk, wodurch sich einerseits die schulische Handlungs-, Problemlösungs- und Entwicklungskapazität erweitert und sich andererseits die Zahl der möglichen zukünftigen Arbeitsplätze für die AbsolventInnen mit der Anzahl der Kontakte in den verschiedenen Ländern potenziert. Die Modeschule hat ihr bereits bestehendes internationales Firmennetzwerk mit dem Internationalisierungsteam auf eine neue stabile Basis gestellt.

Grafik 3: Netzwerk der Modeschule Graz



Quelle: Modeschule Graz

2.2 Vortragsreihe/Dialogveranstaltungen: Die Welt ist (d)ein Laufsteg

VertreterInnen der vielfältigen Welt der Mode werden in die Schule eingeladen, damit SchülerInnen neue Impulse und Motivation für ihre Berufsentscheidung und Berufsausbildung bekommen und LehrerInnen dadurch in ihrer Arbeit unterstützt werden bzw. ihre Arbeit an der Realität der Berufswelt »Mode« messen können.

Es gibt konkrete Berufsinformation aus der Praxis für SchülerInnen und LehrerInnen, neue Einblicke in die verschiedenen Facetten des Modebusiness, Kennenlernen der Bekleidungsindustrie in verschiedenen europäischen und außereuropäischen Ländern, (grenzüberschreitende) Zusammenarbeit mit Partnerfirmen der Modeschule Graz.

Die Veranstaltungen sind als Dialogveranstaltungen konzipiert und dauern zwischen ein und zwei Stunden.

Entsprechend den Evaluierungsergebnissen werden als Weiterentwicklung der erfolgreichen Veranstaltungsreihe Vortragende aus Wissenschaft/Hochschulen in die Vortragsreihe integriert.

Im Sinne der erwähnten Ressourcenorientierung werden auch VertreterInnen von Arbeiterkammer und Wirtschaftskammer, die Jugendstelle LOGO (Programm »Jugend in Aktion«), AMS und anderen Serviceorganisationen zu Vorträgen und Workshops eingeladen.

Auch AbsolventInnen (StudentInnen/UnternehmerInnen/ArbeitnehmerInnen/FreiberuflerInnen) werden eingeladen, über ihre Erfahrungen am Arbeitsmarkt zu berichten.

2.3 »We proudly present: Modeschule Graz«

Unter diesem Titel erging eine Einladung an alle steirischen Wirtschaftstreibenden aus dem Bereich »Modewirtschaft, Modehandel, Design«, an VertreterInnen von Interessenvertretungen und an die VertreterInnen von Creative Industries of Styria und City of Design.

In der äußerst erfolgreichen Veranstaltung führten LehrerInnen durch Schule und Werkstätten, erläuterten sowohl Ausstattung als auch Ausbildung und Lehrplan. Unterlagen und Werkstücke sowie Projektmappen gaben Einblick in den Ausbildungsstand der ModeschülerInnen.

Im anschließenden Businesstalk ging es um den Erfahrungsaustausch zwischen Schule und Wirtschaft. Die Erwartungen der Wirtschaft an die Schule und deren AbsolventInnen waren in entspannter Atmosphäre Thema des Gespräches – die Erfahrungen mit PraktikantInnen ebenso wie die Erfahrungen der PraktikantInnen.

Gemeinsam wurde die Planung eines Recruiting Days in Angriff genommen, der im selben Schuljahr auch erstmals durchgeführt wurde.

2.4 »Mit der Sprache der Mode« – Auslandspraktikum an der Modeschule

Im Zuge des Projektes wurde auch das langjährige Auslandspraktikumsprojekt der Modeschule weiterentwickelt und optimiert. Diese Bemühungen haben bereits Früchte getragen, wurde doch die Schule am 4. Dezember 2013 mit dem österreichischen Lifelong Learning Award im EU-Programm Leonardo da Vinci ausgezeichnet.

Ausgestattet mit soliden Kenntnissen im Modehandwerk – in der Sprache der Mode – verbringen die SchülerInnen zwischen sechs Wochen und einem Jahr in einem ausländischen Modebetrieb, um dort zu arbeiten und vor allem zu lernen.

Die Förderung dieser Praktika durch das EU-Programm Leonardo da Vinci ermöglicht es den SchülerInnen seit 2004, während der (erweiterten) Schulferien und/oder direkt im Anschluss an die Abschlussprüfungen Sprache, Mode und Europa intensiv miteinander zu verknüpfen.

Europa und die Fremdsprachen werden sozusagen in die berufliche Ausbildung eingebettet – und vice versa. Praktikumsbetriebe sind erstklassige europäische Betriebe der Bekleidungsbranche, junge europäische ModedesignerInnen, Stylisten, Organisatoren von Fashionshows, Modemagazine, Kostümschneidereien, Modemuseen ... die ganze Bandbreite des Wirtschaftszweigs Mode.

Zugleich setzen sich die SchülerInnen auch mit den vielfältigen Chancen der EU auseinander. Sie lernen, wie man sich in der EU-Bürokratie zurechtfindet und um Förderungen ansucht, sie lernen, wie man mit einem Unternehmen Kontakt aufnimmt, sie schulen und erproben ihre organisatorischen Fähigkeiten und erweitern ihren Horizont in beeindruckender Weise. Das Sprachenlernen, aber auch die Berufsausbildung werden aus dem rein schulischen Kontext gelöst (Stichwort: Lifelong Learning), und im Gegenzug profitiert auch die Schule durch relevante Rückmeldungen aus der Wirtschaft, nach denen wiederum die Ausbildung nachjustiert werden kann.

Die SchülerInnen werden für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung des Praktikums insgesamt je ein Jahr betreut. Dies geschieht im Rahmen einer unverbindlichen Übung, für die ein eigenes Curriculum erstellt wurde.

Selbst außerhalb des Textilssektors können die SchülerInnen dadurch ihre Chancen am Arbeitsmarkt entscheidend verbessern.

Die unverbindliche Übung ist mit Adaptierungen grundsätzlich auf alle Schultypen im berufsbildenden Bereich übertragbar.

2.5 Berufsorientierungsmesse und Volontariate für das BG Rein

Die am Projekt beteiligte AHS hatte ebenfalls bereits mit großem Engagement in Berufsorientierung investiert und bietet vor allem seit Jahren als Ergänzung zur Allgemeinbildung ihren SchülerInnen den Unternehmerführerschein an. Das BG Rein ist außerdem bereits am ausgezeichneten Projekt »Studienchecker« (www.studienchecker.at) des BMBF und BMWFV beteiligt.

Als wichtigste Neuerung wurde im Rahmen dieses Projektes eine Berufsinformationsmesse am Schulstandort institutionalisiert:

- Anfang der 7. Klasse werden Fragebögen zur Ermittlung des Informationsstandes, inklusive der Angabe des Wunschberufes, verteilt. Es wird eine Branchenliste der gewünschten Berufe erstellt.
- Zum Ende des 1. Semesters der 7. Klasse findet die BO-Messe statt. Die SchülerInnen besuchen diese von den LehrerInnen organisierte Messe und stellen mit Hilfe eines Fragebogens sehr gezielte Fragen.
- Die teilnehmenden Unternehmen werden zum größten Teil aus dem Elternkreis der SchülerInnen rekrutiert. Des Weiteren nehmen auch die Konrad-Franzens-Universität Graz, die Technische Universität Graz und die FH-Joanneum teil.
- Die Messe wird online evaluiert, dabei wird auch erhoben, wo die SchülerInnen ihre Volontariate absolvieren wollen.
- Die SchülerInnen suchen teilweise selbst nach Volontariatsplätzen, teilweise haben sich auch Volontariate aus der BO-Messe ergeben.
- Während der Volontariate füllen die SchülerInnen einen Frage- bzw. Erhebungsbogen aus, der gezielte Fragen zur Arbeitsstätte, den Ausbildungsmöglichkeiten etc. beinhaltet.
- Am Schluss der 7. Klasse wird ein weiterer Feedbackbogen zum Informationsstand nach den beiden Aktivitäten (BO-Messe + Volontariate) verteilt.

Ablauf der BO-Messe

- | | |
|-------------|---|
| 8:45–9:00 | Vorbereitung. |
| 9:00–9:30 | Eintreffen der SchülerInnen aus den 7. Klassen, kurze Vorstellung der TeilnehmerInnen (ca. je zwei Minuten). |
| 9:30–10:30 | »Marktplatz«: Die SchülerInnen können anhand von vorbereiteten Fragen mit VertreterInnen aus Berufssparten, die für sie von Interesse sind, sprechen. |
| 10:30–10:45 | Pause. |
| 10:45–12:30 | Dasselbe wie zuvor mit den SchülerInnen aus den 8. Klassen. |

Endergebnis BG Rein

Je umfassender die Berufsorientierung in der Oberstufe umgesetzt wird, desto konkreter erfolgt die Auseinandersetzung bei den Jugendlichen. Ganz zentrale Bedeutung kommt dabei dem persönlichen Kontakt der SchülerInnen mit dem entsprechenden Berufsfeld zu. Die Organisation dieser Kontakte ist zeitaufwändig und teils nur sehr schwer möglich. Man hat sich deswegen stark auf Mithilfe von Elternseite konzentriert.

Die Einführung von Volontariaten als fixer Bestandteil der Berufsorientierung in der Oberstufe ist anzustreben. Dabei bedarf die

Institution »Schule« aber dringend ideeller und finanzieller Hilfe von staatlicher Seite. Ist es ein gesellschaftliches Anliegen, Dropout-Raten im tertiären Bildungsbereich zu senken, müssen auch Mittel zu einer umfangreichen, frühzeitigen Berufsorientierung bereitgestellt werden (Career Advisor).

3 Fazit

- Professionelle Berufsorientierung als Teil des Übergangsmanagements an der Schnittstelle »Schule/Beruf« ist mit Sicherheit nicht nur einer der wichtigsten Faktoren für die richtige und rechtzeitige Berufsentscheidung jedes einzelnen Schülers und jeder einzelnen Schülerin. Professionelle Berufsorientierung ist ebenso von entscheidender Bedeutung für einen erfolgreichen Wirtschaftsstandort Österreich.
- Berufsorientierung ist ein Unterfangen, das die ganze Schule, alle LehrerInnen, SchülerInnen und Eltern betrifft und einbezieht.
- Qualitätsvolle Berufsorientierung braucht Zeit. Es ist festzulegen, dass dies wichtig ist und dementsprechend von allen LehrerInnen Unterrichtszeit dafür gegeben werden soll.
- Ein nachhaltiger Paradigmenwechsel in der Berufsorientierung braucht Geduld. Befriedigende Ergebnisse sind deshalb nicht unmittelbar zu erwarten. Die nötige Geduld sollten LehrerInnen und Schulaufsicht sich selbst gewähren.
- Ressourcenorientiertes Arbeiten und schulspartenübergreifende Zusammenarbeit bewahrt vor doppelter Arbeit, auch ein Übergangsmanagement von Sekundarstufe I zu Sekundarstufe II ist zu etablieren.
- Die internationale und schultypenübergreifende Zusammenarbeit haben allen Beteiligten neue Einblicke eröffnet.
- Zusammenarbeit ist die Fähigkeit, sich ergänzen zu lassen. In diesem Sinne haben sich die Beteiligten ergänzt und voneinander gelernt.
- Sowohl für AHS als auch für BHS wurde ein jeweils maßgeschneidertes BO-Konzept entwickelt und an den beteiligten Schulen implementiert.

- Die Initiative und Beteiligung des Landesschulrates Steiermark verhindert eine »Schubladisierung« dieser Konzepte und garantiert den Mehrwert der Übertragbarkeit auf andere Schulen.
- Schlussendlich bewahrt nur laufende Evaluierung der Fortschritte vor Selbstbetrug.

Anhang: Unverbindliche Übung zum Auslandspraktikum

Unverbindliche Übung: Auslandspraktikum	
Bildungs- und Lehr- aufgabe	<p>Die SchülerInnen sollen folgende Lernziele erreichen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die eigenen Bedürfnisse in Bezug auf Praktika analysieren und eine dazu passende Praktikumsstelle im Ausland finden können • Plattformen und Strukturen, die Praktikumsstellen im Ausland anbieten, kennen und nützen lernen • Mündliche und schriftliche Kommunikationssituationen in Bezug auf ein erfolgreiches Praktikum bewältigen können • Über die Förderungsstrukturen von verschiedenen Institutionen in der EU und im Bereich der Ministerien Bescheid wissen • Auf interkulturelle Herausforderungen während des Auslandspraktikums vorbereitet sein • Die Wichtigkeit von Mobilität im Bereich der Modewirtschaft begreifen können • Arbeitserfahrungen im Ausland dokumentieren und bewerten können
Inhalt	<p>Information, Begleitung und Hilfestellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei der Suche nach einer geeigneten Praktikumsstelle im Ausland • Bei der Bewerbung • Bei der Kommunikation mit der Praktikumsfirma • Beim Beantragen von Förderungen • Bei der Vorbereitung auf die interkulturelle Herausforderung • Bei der Dokumentation und Evaluation des Auslandspraktikums <p>Vorstellen der Mobilitätsförderungsmaßnahmen der EU</p> <p>Interkulturelle Vorbereitung auf das Auslandspraktikum</p> <p>Nachbereitung von interkulturellen Erfahrungen während des Praktikums</p>
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Einführungsvortrag • Block 1 (November/Dezember) • Seminar 1, 2, 3 (Grundinformationen und Praktikumsuche) • Individuelle Coachingtermine nach Vereinbarung (Jänner) • Elternabend (Ende Jänner) <p>Deadline Abgabe »Letter of Intent« und Checkliste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle Vorbereitung 1 <p>Vertrag</p> <ul style="list-style-type: none"> • Block 2 (März/April) • Praktikumsorganisation (2 Seminare à 2 Stunden) • Interkulturelle Vorbereitung 2 • In Zusammenarbeit mit einer Peergruppe, die sich aus Ex-PraktikantInnen zusammensetzt • Final Check • Praktikumsbetreuung (Sommer) • Abschluss und Evaluierung (September)

www.ams-forschungsnetzwerk.at

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift der Autorin

Prof. Mag.^a Maria Pichlbauer, Höhere Bundeslehranstalt & Fachschule für Mode, Ortweinplatz 1, 8010 Graz
Tel.: 0316 821192, E-Mail: maria.pichlbauer@modeschule.at
Internet: www.modeschule.at

Die Publikationen der Reihe **AMS info** können als PDF über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere interessante Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z. B. AMS report oder AMS-Qualifikationsstrukturbericht, u. v. m.) zur Verfügung.

www.ams-forschungsnetzwerk.at oder
www.ams.at – im Link »Forschung«

Ausgewählte Themen des **AMS info** werden als Langfassung in der Reihe **AMS report** veröffentlicht. Der **AMS report** kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder schriftlich bei der Communicatio bestellt werden.

AMS report – Einzelbestellungen

€ 6,- (inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten)

AMS report – Abonnement

€ 48,- (10 Ausgaben zum Vorteilspreis, inkl. MwSt. und Versandkosten)

Bestellungen und Bekanntgabe von Adressänderungen (schriftlich) bitte an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Tel.: 01 3703302, Fax: 01 3705934

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber und Herausgeber: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Sabine Putz, René Sturm, 1200 Wien, Treustraße 35–43
Verlegt bei Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, 1190 Wien, Mai 2014 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

