# Bericht des Study Visit nach Estland 2025 Kundenkernprozess Berufseinsteigende (KPI3)

**Rückblick:**

Der Studienbesuch nach Estland bot vielfältige Einblicke, insbesondere im Hinblick auf die innovativen Ansätze der Karriereberatung und der Nutzung digitaler Technologien, welche auch für den Bereich Berufseinsteigende von besonderer Bedeutung sind. Besonders beeindruckend war die Struktur des estnischen Karriere- und Beratungsangebots, organisiert durch den Estonian Unemployment Insurance Fund (EUIF) – Eesti Töötukassa. Das Angebot richtet sich explizit an unterschiedliche Zielgruppen wie Jugendliche, Berufseinsteigende sowie deren Eltern, und zeichnet sich durch eine klare und einfache Zugänglichkeit aus: Alle Beratungs- und Unterstützungsangebote sind kostenfrei und unabhängig von Alter oder Beschäftigungsstatus nutzbar.

Der Besuch des Career Centers in Tallinn war besonders beeindruckend, da sie einen innovativen und interaktiven Ansatz verfolgen, um das Bewusstsein für Karriereentwicklung bei jungen Menschen und Berufseinsteigenden zu fördern. Diese Einrichtungen bieten interaktive Stationen und digitale Lösungen wie Simulationen von Bewerbungsgesprächen mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI), virtuelle Realitätsangebote und personalisierte digitale Tests zur Kompetenz- und Interessenanalyse. Solche Maßnahmen sind besonders aus Perspektive des Berufseinstiegs relevant, da sie jungen Menschen helfen, ihre eigenen Stärken und Potenziale frühzeitig und realitätsnah einzuschätzen. Gleichzeitig bieten die Career Centers die Möglichkeit Beratungsgespräche in einem frischen, modernen Wohlfühlort zu führen.

**Take-aways:**

Ein Career Center muss den Menschen ein Erlebnis bieten / ermöglichen was sie nicht von zu Hause oder von unterwegs über mobile Geräte tun können:

- Verschiedene Bedürfnisse (Interessen, Lerntypen, Anliegen) von verschiedenen Zielgruppen ansprechen
- Gamification auch für Erwachsene
- Verschiedene Sinne mit einbeziehen
- Mehrsprachig
- Wohlfühlort
- Mitten im (städtischen) Leben – nicht innerhalb von „Behörde“
- Veranstaltungen unterschiedlichster Art anbieten (Buchlesungen, Expert Talks etc.)
- Niedrigschwellige Angebote (Youtube Videos, Podcasts etc.)
- Expertise von außen nutzen (bei Entwicklung von Career Center als auch Dienstleistungsangeboten)
- Berufsberatung funktioniert gut, wenn es eine Spezialisierung gibt
- Berufsberatung wird mehrsprachig angeboten (Est, Eng, Ru) um möglichst alle Menschen zu erreichen
- Berufsberatende blicken regelmäßig über den Tellerrand und tauschen sich mit nationalen und internationalen Experten aus, z.B. im Rahmen von Weiterbildungen über Euroguidance
- Berufsberatende bilden sich regelmäßig weiter und nutzen dabei auch Angebote außerhalb des PES

Die höchsten Zustimmungsquoten in Europa deuten darauf hin, dass das System gut funktioniert und gut angenommen wird von Bevölkerung.

**Vergleich/Transfer:**

Vergleicht man die estnischen Ansätze mit denen in Deutschland, fallen einige Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten auf. Beide Länder setzen auf persönliche Beratung sowie digitale

Ergänzungen. Estland jedoch sticht besonders durch seine starke digitale Orientierung und Interaktivität hervor.

Während in Deutschland häufig traditionelle Präsenzveranstaltungen in den Berufsorientierungsangeboten dominieren, ergänzt durch vereinzelte digitale Formate, verfolgt Estland konsequent einen Multi-Channel-Ansatz. Interaktive und niedrigschwellige digitale Angebote wie „Minukarjaar.ee“, eine digitale Plattform, die speziell junge Zielgruppen anspricht und eigenständiges Karrieremanagement unterstützt, sind hier beispielgebend. Die intensive Arbeit in den sozialen Medien gepaart mit verschiedenen hybriden Veranstaltungsformaten die zielgruppengerecht aufbereitet werden u.a. mit Expertinnen und Experten außerhalb der PES gewährleisten einen intensiven Bezug zu den lebensweltlichen Realitäten der Zielgruppen.

In Deutschland unterscheidet man innerhalb der BA in der Berufsberatung vor dem Erwerbsleben und im Erwerbsleben sowie Reha Ersteingliederung mit den Aufgaben der Berufsberatung und berufskundlichen Information. In Estland hingegen unterscheidet man nicht nach Zielgruppen sondern Aufgaben: Career Counsellors and Career Information Specialists. Die personelle Ressourcen deuten darauf hin, dass ein Fokus auf die Arbeit der Career Counsellors also Beratung gesetzt wird, während die Career Information Specialists als Fachexperten nur punktuell eingesetzt werden wenn es vorwiegend um detaillierte berufskundliche Informationen geht.

Übertragbar auf Deutschland könnte insbesondere die Nutzung von KI-gestützten Simulationen sein, um Berufseinsteigende besser auf Bewerbungsgespräche und Auswahlprozesse vorzubereiten. Eine Anpassung an den deutschen Kontext würde bedeuten, solche innovativen Formate zunächst im Rahmen von Pilotprojekten zu testen, gegebenenfalls in Kooperation mit Hochschulen. Ebenfalls sinnvoll erscheint es, ein stärkeres Bewusstsein für Karriereentwicklung bereits früh in Schulen zu etablieren, wie es in Estland üblich ist.

Ein weiterer potenziell übertragbarer Aspekt ist das gezielte Community- und Influencer-Marketing, das von den estnischen Career Centers praktiziert wird. So werden Podcasts, soziale Medien und gezielte Events genutzt, um Berufseinsteigende unmittelbar in ihrer Lebenswelt anzusprechen und für Karrierefragen zu sensibilisieren.

**Fazit:**

Der Studienbesuch in Estland wird als äußerst gewinnbringend bewertet. Besonders hervorzuheben sind der starke Fokus auf digitale Lösungen und der niedrigschwellige Zugang zu Karriereinformationen und -beratung für junge Menschen und Berufseinsteigende. Die gewonnenen Erkenntnisse eröffnen vielversprechende Ansätze, die für die Arbeit im eigenen Kundenkernprozess reflektiert werden. Der Austausch mit den estnischen Kolleginnen und Kollegen war inspirierend und hat wertvolle Impulse gesetzt, die das eigene berufliche Handeln positiv beeinflussen können.