

Juli 2022

Bedarfsanalyse Qualifizierungsoffensive



**Endbericht an das Bundesministerium für
Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
(BMDW)**



Version 2
Juli 2022

Bedarfsanalyse Qualifizierungsoffensive

Endbericht an das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW)

Tobias Dudenbostel, David Heckenberg

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Qualifizierungsoffensive und ihre Herausforderungen	2
2.1	Bestehende Förderinstrumente der Qualifizierungsoffensive	2
2.2	Bedeutung des Themenbereichs Weiterbildung und seine Herausforderungen	3
2.3	Generelle Eindrücke zur Funktionsweise des Förderprogramms	4
3	Bedarfe österreichischer Unternehmen und anderer Akteure hinsichtlich des Programms Qualifizierungsoffensive	6
3.1	Innovationscamps und Digital Pro Bootcamp	6
3.1.1	Erfolgsfaktoren der Förderung	6
3.1.2	Modelle zur Weiterentwicklung	9
3.1.3	Themen und Methoden	12
3.2	Digital Skills Checks	14
4	Schlussfolgerungen und Empfehlungen mit Blick auf die Zukunft des Programms	18
Anhang A	Methode und Repräsentativität	21
A.1	Fragestellungen	21
A.2	Durchgeführte Erhebungen	21
A.3	Repräsentativität der Ergebnisse	23
Anhang B	Ausgewählte Befragungsergebnisse	24

Tabellen

Tabelle 1	Methodische und thematische Weiterentwicklung der Instrumente (offene Nennungen)	13
Tabelle 2	Detaillfragestellungen der Untersuchung	21
Tabelle 3	Teilnehmer*innen an Fokusgruppen und in Interviews	22
Tabelle 4	Repräsentativität der Befragung, nach Bundesland	23
Tabelle 5	Unternehmen, die DSS nicht kennen, nach Branche	27
Tabelle 6	Unternehmen, die DSS nicht kennen, nach Bundesland	28

Abbildungen

Abbildung 1	Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Unternehmen	6
Abbildung 2	Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Wiss. Einrichtungen/Intermediäre und Unternehmen im Vergleich	9
Abbildung 3	Attraktivität der Modelle A-C, Unternehmenssicht, in n und %	10
Abbildung 4	Attraktivität der Modelle A-C, Sicht von wiss. Einrichtungen und Intermediäre, in n und %	11
Abbildung 5	Bekanntheit des Digital Skills Schecks unter den befragten Organisationen	14
Abbildung 6	Wie sind Sie auf die Förderung aufmerksam geworden?, Anzahl Nennungen (Mehrfachnennungen)	15
Abbildung 7	Wie sind Sie auf die Förderung aufmerksam geworden?, in % (Mehrfachnennungen)	16
Abbildung 8	Beitrag der Änderungen beim DSS zu mehr Inanspruchnahme von Weiterbildung	16
Abbildung 9	Barrieren bei der Nutzung vom DSS aus Sicht von Unternehmen, Anzahl der Nennungen	17
Abbildung 10	Repräsentativität der Befragung, nach Typ von Organisationen	23
Abbildung 11	Repräsentativität der Befragung, nach Unternehmensgröße	23
Abbildung 12	Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen, n und in %, Unternehmen, KMU und GU	24
Abbildung 13	Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Wiss. Einrichtungen und Verbände und Intermediäre im Vergleich	25
Abbildung 14	Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Unternehmen mit Foko/Innovationscamp-Erfahrung und Unternehmen ohne relevante Erfahrung	26
Abbildung 15	Attraktivität der Modelle A-C, KMU und GU, in n und %	27
Abbildung 16	Attraktivität der Modelle A-C, Unternehmen mit Foko/Innovationscamp-Erfahrung und Unternehmen ohne relevante Erfahrung, in n und %	27

1 Einleitung

Seit 2011 unterstützt das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) mit dem Programm *Qualifizierungsoffensive bzw. Forschungskompetenzen für die Wirtschaft* den systematischen Auf- und Ausbau von Kompetenzen von Unternehmen und ihrer Mitarbeiter*innen in den Bereichen Forschung, Technologie, Entwicklung, Innovation und Digitalisierung. Das Programm wird von der FFG administriert und umfasst heute Konsortialprojekte zwischen Wissenschaft und Wirtschaft von verschiedener Länge und Intensität (Innovationscamp S, M, und Digital Pro Bootcamp) sowie den Digital Skills Scheck.

Im März 2022 hat das BMDW Technopolis mit der Durchführung einer Bedarfsanalyse zum Programm beauftragt. Die Studie ist zentral von einer durch das BMF initiierten Änderung in den Rahmenbedingungen des Programms motiviert: durch die neue Förderrichtlinie „Forschungs-, Technologie- und Innovationsrichtlinie – Humanressourcen“ können in Zukunft keine Personalkosten für die an den Schulungen teilnehmende Mitarbeiter*innen von Unternehmen gefördert werden. Damit stellt sich die Frage, was das für die Attraktivität des Programms bzw. der Förderinstrumente bedeutet und wie die Instrumente angepasst werden könnten, sodass Unternehmen weiterhin ihre Mitarbeiter*innen über diese Formate fortbilden. Darüber hinaus beantwortet die Studie Fragen zu Hemmnissen für die Teilnahme, zur thematischen und methodischen Ausgestaltung der Instrumente und präsentiert weiteres Feedback der Unternehmen und anderer Akteure (z.B. wissenschaftliche Einrichtungen, Clusterorganisationen oder regionale Innovationsagenturen).

Methodisch stützen wir uns auf eine Befragung von Organisationen, die in den letzten fünf Jahren Förderanträge für die Programme gestellt haben, sowie ergänzend auf Interviews und Fokusgruppen mit Stakeholdern und Unternehmen. Für die Befragung hat die FFG 2022 Personen eingeladen, von denen sich 13,5% oder n=272 an der Befragung beteiligt haben. An unseren qualitativen Erhebungen haben sich 26 Personen beteiligt, davon acht Vertreter*innen von Unternehmen und weitere sechs von Unternehmensintermediären wie z.B. Clusterorganisationen. Damit stützen sich unsere Schlussfolgerungen und Empfehlungen insgesamt auf eine gute Evidenzbasis und hohe Repräsentativität. Unsicherheiten gibt es bei spezifischen Instrumenten und werden dort ausgewiesen.

Drei Aspekte erschwerten die Durchführung der Studie: mit der Studie war der Anspruch verbunden, Informationen zur Ausgestaltung der nächsten Richtlinie zu erheben, die vor Sommer 2022 veröffentlicht werden sollte. Der Studienzeitraum umfasste deswegen Mitte März bis Mitte Mai. Weil es sich um eine Studie (und nicht um eine Evaluation) handelte, konnten Technopolis keine Förderdaten übermittelt werden. Programmbeteiligte konnten nur von der FFG zur Teilnahme an der Studie eingeladen werden, nicht direkt von Technopolis. Das verringerte die Möglichkeit des Studienteams, flexibel auf Schwankungen in der Teilnahmebereitschaft zu reagieren bzw. Erinnerungen zu Teilnahmeanfragen zu senden oder telefonisch nachzuverfolgen. Zuletzt – und vermutlich auch deswegen – haben sich weniger Programmbeteiligte zur Teilnahme an Interviews oder Fokusgruppen bereiterklärt, und zwar besonders unter der Gruppe derjenigen, die mehrfach teilgenommen haben. Diese Einschränkungen haben wir durch eine standardisierte Online-Befragung kompensiert.

Im Folgenden stellen wir zunächst die Herausforderungen im Bereich Weiterbildung insgesamt, das Programm und seine Instrumente sowie allgemeine Eindrücke dazu vor. Der zweite Teil der Studie beschreibt die Evidenz zur Weiterentwicklung des Programms in der Zukunft. Schlussfolgerungen und Empfehlungen finden sich am Ende des Berichts. Im Anhang finden sich Informationen zur Methode, Repräsentativität und Befragung.

2 Qualifizierungsoffensive und ihre Herausforderungen

Wie auf europäischer Ebene und global stehen auch für den Wirtschaftsstandort Österreich bedeutsame Transformationen bevor. Auf europäischer Ebene bestimmen die Begriffe „**Twin Transition**“, „Digital“ und „Green“ den Diskurs, der aber so oder ähnlich auch in den Mitgliedsländern geführt wird, nicht zuletzt auch in Österreich. Hinzukommen weitere erschwerende Rahmenbedingungen wie ein Mangel an Fachkräften in spezifischen Bereichen sowie eine älter werdende Gesellschaft insgesamt und auch der verfügbaren Arbeitskräfte im Speziellen.

Diese Herausforderungen müssen auf verschiedenen Ebenen adressiert werden. Für österreichische Unternehmen geht es dabei auch darum, innovativer zu werden, damit sie den technologischen Wandel, der mit der „Twin Transition“ einhergeht, besser lösen können: indem sie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterbilden; oder indem sie auf neue Wissensbestände zugreifen und z.B. von wissenschaftlichen Einrichtungen wie Fachhochschulen und Universitäten lernen. Vor diesem Hintergrund stellt sich grundsätzlich die Frage, wie das von der Wissenschaft geschaffene Wissen zu den Anwender*innen in den Unternehmen kommt (und wie es dabei weiter verfeinert wird), bzw. ob der Weg, neue Mitarbeitende von den FHs oder Universitäten (auch) dafür anzustellen, angesichts der immer dringlicher werdenden Herausforderungen nicht um schnellere Formate ergänzt werden muss.

2.1 Bestehende Förderinstrumente der Qualifizierungsoffensive

Bezugnehmend auf die Bedeutung des Themenbereichs Weiterbildung für den Wirtschaftsstandort Österreich, für dessen Unternehmen und deren Angestellten und angesichts der oben skizzierten Herausforderungen, hat das BMDW mit dem Programm *Qualifizierungsoffensive* (vormals *Forschungskompetenzen für die Wirtschaft*) reagiert.

Ziel der Aktivitäten ist der systematische Auf- und Ausbau von Kompetenzen der Unternehmen und ihrer Mitarbeiter*innen in den Bereichen Forschung, Technologie, Entwicklung, Innovation und Digitalisierung. Zusätzlich unterstützt das Programm den Wissenstransfer und die Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.¹

Innerhalb der Qualifizierungsoffensive werden die folgenden Formate angeboten:

- Die **Digital Skills Checks** fördern die Kosten für die Weiterbildung von Mitarbeiter*innen kleiner und mittlerer Unternehmen im Bereich digitaler Kompetenzen. Die 1. Ausschreibung für deren Vergabe lief von März bis November 2021, die 2. Ausschreibung seit Dezember 2021. In der zweiten Ausschreibung wurden formale Vorgaben gestrichen, Vorgaben vereinfacht sowie u.a. der Förderbetrag des Schecks erhöht.
- Mit den Innovationscamps M und S gibt es die Möglichkeit, Förderung für kleinere und größere Weiterbildungen in Form von Konsortialprojekten zu beantragen.
 - Das **Innovationscamp M** fördert Forschungs-, Technologie-, Entwicklungs-, Innovations- sowie digitale Kompetenzen (FTEI+D-Kompetenzen) durch Schulungen, die von wissenschaftlichen Partnern durchgeführt werden. Dafür wurde bisher eine Laufzeit von 6-24 Monaten mit einer Förderhöhe von maximal 500.000€ über ein Wettbewerbsverfahren ausgeschrieben. Ein wissenschaftlicher Partner und mindestens drei KMUs müssen in einem Konsortium für die Inanspruchnahme einer Förderung vertreten sein.

¹ Siehe Programhomepage: <https://www.ffg.at/qualifizierungsoffensive>

- **Das Innovationscamp S** folgt dem gleichen Format wie das Innovationscamp M, nur mit einer Pauschalförderung auf De-Minimis Basis und einer maximalen Förderhöhe von maximal 50.000€ und einer Laufzeit von maximal 6 Monaten. Der Schulungsumfang beträgt mindestens 40 Stunden.
- **Digital Pro Bootcamps** fördert die Höherqualifizierung von IT-Fachkräften in spezifischen Digitalisierungsbereichen und verfolgt den methodischen Lernansatz „Accelerated Learning“. Ein wissenschaftlicher Partner und mindestens drei KMUs müssen in einem Konsortium für die Konzeption und Teilnahme an einem Bootcamp vertreten sein.

2.2 Bedeutung des Themenbereichs Weiterbildung und seine Herausforderungen

Verschiedene Studien und Befragungen der jüngeren Vergangenheit haben die Bedeutung des Themas Weiterbildung für Unternehmen herausgestellt:

- Auch in den OECD-Ländern insgesamt (OECD 2021) sind **Unternehmen der wichtigste Anbieter für Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten**, weil diese Maßnahmen ihnen dabei helfen, den technologischen Wandel zu bewältigen, neue Mitarbeiter*innen zu integrieren, die Gesundheit und Sicherheit der Angestellten zu wahren sowie ihre Wettbewerbsfähigkeit insgesamt zu erhöhen. Hinderlich wirkt sich dabei v.a. der notwendige Zeiteinsatz der Beschäftigten aus gefolgt von Trainingskosten sowie eine negative Einstellung von Beschäftigten und Führungskräften gegenüber Weiterbildung.² Die empirische Evidenz der Studie wurde auch in Österreich gesammelt.³
- Ein **großer Anteil von österreichischen Unternehmen bietet Weiterbildung an**: Noch vor der Pandemie im Jahr 2015 haben 88% der österreichischen Unternehmen Weiterbildungsmaßnahmen angeboten (In der EU-27 lag der Wert bei 70%).⁴ Jede*r Beschäftigte*r hat sich 2015 im Durchschnitt etwas mehr als 10 Stunden auf diese Art weitergebildet (EU-27=10,1). Dabei gab es ein deutliches Gefälle nach Unternehmensgrößenklassen: unter den österreichischen Großunternehmen boten fast 99% Weiterbildungen an, unter den Unternehmen mit zwischen 10 und 49 Beschäftigten waren es 86%. Beschäftigte an Großunternehmen bildeten sich pro Jahr 12,2 Stunden weiter, bei Unternehmen mit zwischen 10 und 49 Beschäftigten waren es nur 6,8 Stunden.
- Die COVID-19 Pandemie hatte dabei einen Einfluss darauf, wie viele **Angestellte** Weiterbildung in Anspruch genommen haben: Im Jahr 2019 gaben 15,4% der Angestellten an, in den letzten 4 Wochen eine Weiterbildung in Anspruch genommen zu haben, im Jahr 2020 waren es nur noch 12,1%. Für die EU-27 lagen die Werte bei 11,3% für das Jahr 2019 bzw. 9,5% für das Jahr 2020. Zwar zeigen die Zahlen für das Jahr 2021 eine Erholung, vormalige Höchststände werden aber noch nicht wieder erreicht.⁵
- Die **Weiterbildungsstudie 2021 zeigte für österreichische Unternehmen**, „dass Aus- und Weiterbildung gerade in Krisenzeiten ein wichtiges Instrument ist, um als Unternehmen wettbewerbsfähig zu bleiben, aber auch um die Bindung der Mitarbeiterinnen und

² OECD (2021), Training in Enterprises: New Evidence from 100 Case Studies, Getting Skills Right, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/7d63d210-en>.

³ Siehe KMU Forschung Austria (2021), Betriebliche Weiterbildungsaktivitäten neu erforscht: Wer? Wie? Warum?, abgerufen unter https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2021/11/PM_Training-in-Enterprises.pdf.

⁴ [Weiterbildende Unternehmen nach Art der Weiterbildung und Größenklasse - % aller Unternehmen \[TRNG_CVT_01S_custom_2709617\]](#)

⁵ [Teilnahmequote an Bildung und Weiterbildung \(letzte 4 Wochen\) nach Geschlecht und Erwerbsstatus \[TRNG_LFSE_02_custom_2710006\]](#)

Mitarbeiter an das Unternehmen zu fördern (...)“⁶. Thematisch bleiben Aspekte wie Technik und Produktion, aber auch Informatik und EDV-Anwendungen weiter wichtig. Im Vergleich zum Jahr 2020 waren Umweltthemen aber weniger wichtig. Wichtig ist darüber hinaus, dass **ca. 60% der Befragten davon ausgehen, dass Weiterbildung in den nächsten Jahren zunehmend wichtiger werden wird.**

- Diese **Trends** wurden auch in unseren Interviews mit Unternehmensvertreter*innen und Unternehmensintermediären bestätigt. Die interviewten Unternehmen sowie Clusterorganisationen bescheinigten dem Thema Aus- und Weiterbildung **eine hohe Bedeutung** mit ähnlichen wie den oben aufgeführten Argumenten: technologischer Wandel, Fachkräftemangel, Mitarbeiterbindung. Dem folgte dann meistens sogleich der Hinweis, dass das **Tagesgeschäft in den Unternehmen** aber Vorrang habe. Dabei gibt es ein paar grundsätzliche Trends: je kleiner die Unternehmen sind, desto schwerer fällt es, Personal für Weiterbildung abzustellen. Es fällt schwer, länger voranzuplanen, weil sich die Auftragslage der Unternehmen schnell ändern kann. Und in Unternehmen gibt es oftmals keine systematische Beschäftigung mit dem Thema – soll heißen, es gibt keine allgemeine Strategie, keine Person, die das Thema konstant begleitet, und damit auch keine durchgehende Aufmerksamkeit für etwaige Opportunitäten. Die dargestellten Hemmnisse – vor allem Zeit der Mitarbeitenden, direkte Kosten, Opportunitätskosten – sind umso relevanter, je mehr Zeit für die entsprechenden Maßnahmen aufgewandt werden muss.
- Selbst unter der von uns interviewten, eher weiterbildungsaffinen Gruppe von Unternehmen und Intermediären gab es aber **große Unterschiede in den jeweiligen Herausforderungen und Ansätzen**: es gibt Branchen wie den Tourismus, in der eine hohe Fluktuation bzw. Mobilität der Mitarbeiter*innen es noch schwieriger macht, entsprechende Angebote in Anspruch zu nehmen. Es gibt Branchen wie der IKT-Bereich, in der der Mangel an Spezialist*innen dafür sorgt, dass das Thema eine höhere Aufmerksamkeit genießt, dann aber Unterschiede im Ansatz: ein Unternehmen sah Weiterbildung eher als privates Interesse der Arbeitnehmer*innen, ein anderes als integralen Bestandteil der eigenen Unternehmenskultur.

2.3 Generelle Eindrücke zur Funktionsweise des Förderprogramms

Darüber hinaus ergaben sich aus den Interviews und Fokusgruppen – ähnlich zu den Ergebnissen der vorhergegangenen Evaluierungen (KMU Forschung 2015; Technopolis 2020) – einige generelle Eindrücke zum Programm, die wir hier noch einmal kurz wiedergeben wollen, weil sie aus unserer Sicht relevant für die zukünftige Ausgestaltung des Programms sind:

- Zunächst zeigt sich, dass das Programm *Forschungskompetenzen für die Wirtschaft* damals und auch die *Qualifizierungsoffensive* heute noch einen vielfach übersehenen Bereich in den Fokus nimmt und sich die Frage stellt, wie der **Wissenstransfer von wissenschaftlichen Einrichtungen hinzu den Angestellten der Unternehmen über Weiterbildungsmaßnahmen** beschleunigt werden kann. Dabei wird aber nicht Wissen in den Fokus genommen, das sofort anwendbar ist und deswegen meist ohnehin schon am Markt eingekauft werden kann, sondern es geht stärker um Grundlagenwissen, das auch von den Unternehmen tendenziell vernachlässigt wird, weil es erst längerfristig anwendbar ist. Dieser Wissenstransfer ist **beschleunigt** im Vergleich zum klassischen Weg über die Absolvent*innen

⁶ Weiterbildung als #Mutmacher. Weiterbildungsstudie 2021, S.2. Abgerufen über https://plattform-erwachsenbildung.at/wp-content/uploads/2021/05/Weiterbildungsstudie_2021_Plattform_Erwachsenbildung.pdf.

der wissenschaftlichen Einrichtungen, die dann nach Abschluss angestellt werden und deren Wissen dann so von den Unternehmen absorbiert wird.

- Weil **Konsortialprojekten** gefördert werden, erfolgt zu Beginn ein Abgleich der Bedürfnisse der teilnehmenden Unternehmen und deren Angestellten mit den möglichen Angeboten der wissenschaftlichen Partner, häufig unterstützt durch die Cluster oder Standortagenturen. Dadurch wird konzeptionell sichergestellt, dass die Lerninhalte gleichzeitig so relevant wie möglich sind und auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden abgestimmt sind. Die Unternehmen erhalten also ein für diese **Gruppe maßgeschneidertes Angebot**.
- Aus unseren Interviews haben wir den Eindruck gewonnen, dass sich diese Art von Projekt an **eine ganz spezifische Gruppe von Akteuren an den wissenschaftlichen Einrichtungen** richtet: die beteiligten Personen wollen nicht nur neues Wissen schaffen, sondern dieses Wissen Unternehmen und deren Angestellten zur Verfügung stellen, z.B. um deren Arbeitsalltag bzw. Wettbewerbsposition zu verbessern. Sie selbst profitieren dabei nicht nur von der Vernetzung mit den Unternehmen, sondern auch von deren Feedback zu den Lehrinhalten oder zur Methode. Diese Arbeit ist aber nicht unbedingt karriererelevant für die beteiligten Wissenschaftler*innen. Diese Personen werden in Zukunft aber wichtiger werden, zumindest, wenn die entsprechenden Diskurse um die Öffnung der Wissenschaft oder Third Mission der Universitäten ernstgenommen werden.

Aus diesen Aspekten lassen sich aber auch einige Herausforderungen für das Programm ableiten:

- **Kritische Masse:** die Zielgruppen der Innovationscamps sind relativ spezifisch. Zum Gelingen muss ein „untypischer Akteur“ an einer wissenschaftlichen Einrichtung i) relevantes Wissen erarbeitet haben, ii) motiviert sein, sich in diese Richtung zu engagieren, iii) das Förderprogramm kennen, iv) entsprechende Unternehmen selbst kennen oder einen Kontakt mit einem Unternehmensintermediär haben, der sich dahingehend engagiert; mehrere Unternehmen müssen v) thematisch interessiert sein, vi) dem Thema Weiterbildung gegenüber offen sein, vii) Zeit und Ressourcen dafür aufwenden wollen; und deren Mitarbeitende müssen zuletzt ebenfalls entsprechend engagiert und interessiert sein. Kurz: es muss einiges zusammenkommen, damit ein Projekt erfolgreich beantragt und durchgeführt werden kann. Die Programmgeschichte und die beiden Evaluierungen zeigen, dass das oft genug zur Zufriedenheit aller gelungen ist. Verbesserungspotenzial gibt es, so der (erneute) Eindruck aus den Interviews und Fokusgruppen, in der Stetigkeit (i.S.v. einer Regelmäßigkeit) der Ausschreibungen, aber auch der damit verbundenen Kommunikationsaktivitäten.
- **„Jede Branche hat ihre Konjunktur, jedes Fortbildungsthema seine Zeit“:** Hinter diesem Zitat aus einer der Fokusgruppen steckt das Plädoyer, Ausschreibungen immer mindestens zum Teil auch themenoffen oder auch thematisch so breit wie möglich zu gestalten. Ein*e im Programm sehr aktive*r Teilnehmer*in wies darauf hin, dass wegen Corona auf einmal Unternehmen zu Weiterbildungsaktivitäten motiviert werden konnten, für die sie zu anderen Zeiten keine Zeit gehabt hätten, oder auch keine Aufmerksamkeit. Letztere folgt oft auch den aktuellen Diskursen in Branchen und Medien – haben z.B. gerade Nachhaltigkeitsthemen eine hohe Aufmerksamkeit, entscheiden sich Unternehmen eher zur Teilnahme an einem entsprechenden Projekt. Daher ist es wichtig, dass Ausschreibungen flexibel gehalten werden, sodass solche Opportunitäten aufgegriffen werden können.
- **Engagierte Forscher*innen als notwendige Vorbedingung:** Die Instrumente des Förderprogramms sollen Veränderungen bei Unternehmen bewirken, sind dabei aber auf engagierte Forscher*innen angewiesen, die entsprechende Projekte initiieren oder tragen. Deren Aufwand, z.B. in der Projektleitungsrolle, wird auch davon bestimmt, wie einfach die

Unternehmensakquise fällt oder wie viel Hilfeleistung bei administrativen Aspekten notwendig ist. Das muss also bei Programmänderungen mitberücksichtigt werden.

3 Bedarfe österreichischer Unternehmen und anderer Akteure hinsichtlich des Programms Qualifizierungsoffensive

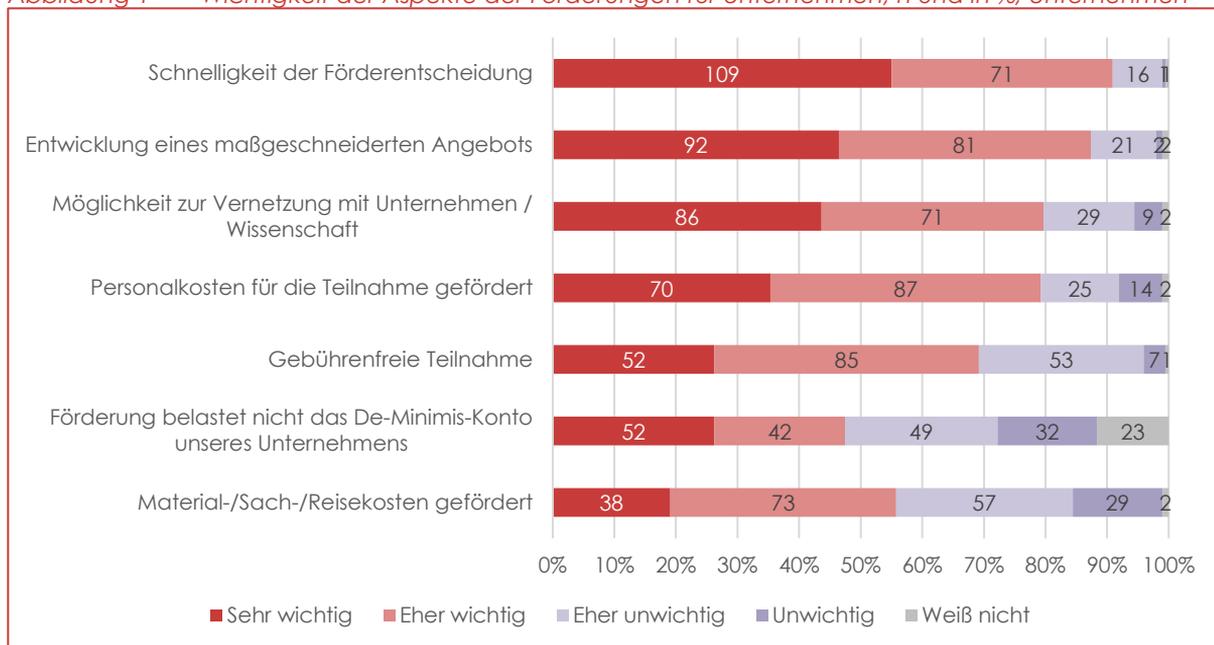
3.1 Innovationscamps und Digital Pro Bootcamp

Im Vordergrund unserer Studie standen die Förderinstrumente des Innovationscamp M sowie des Digital Pro Bootcamps, das im Förderdesign an das Innovationscamp M angelehnt ist. Indirekt waren aber auch die Innovationscamps S relevant, weil es hier schon Erfahrungen mit einer pauschalisierten Förderung gab. Diese Formate sind von der Änderung bzgl. der förderbaren Kosten betroffen.

3.1.1 Erfolgsfaktoren der Förderung

In einem ersten Schritt ging es uns in der Befragung darum zu klären, wie wichtig die verschiedenen Aspekte der Fördercharakteristika für die Unternehmen im Vergleich sind, damit sie Ihre Mitarbeitenden weiterbilden können (siehe die folgende Abbildung; Lesehilfe: in den Balken führen wir die absoluten Nennungen auf, auf der Skale können die Prozentwerte abgelesen werden). Dafür haben wir Unternehmen befragt, die in den letzten fünf Jahren einen Antrag für eine Förderung gestellt haben (Forschungskompetenzen der Wirtschaft oder Qualifizierungsoffensive).⁷

Abbildung 1 Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Unternehmen



Quelle: Befragung Technopolis

⁷ Darunter sind also Unternehmen, die Erfahrungen mit den Innovationscamps gemacht haben sowie solche, die nur den Digital Skills Scheck kennen. Das Antwortverhalten dieser Gruppen unterscheidet sich aber kaum (siehe Abbildung 14 im Anhang).

Dabei zeigt sich zunächst, dass die Förderung der Personalkosten für die Unternehmen nicht das wichtigste Kriterium ist – wichtiger ist es, **dass die Förderungen schnell realisiert** werden und dass das entsprechende **Weiterbildungsangebot maßgeschneidert** angeboten wird. Ebenfalls etwas wichtiger ist die Möglichkeit, sich mit anderen Unternehmen oder wissenschaftlichen **Partnern zu vernetzen**. Erwartbar, aber dennoch erwähnenswert, ist das Thema De-Minimis: hier divergieren die Meinungen recht deutlich und es gibt einen höheren Anteil derjenigen, die sich hier keine Antwort zutrauen.

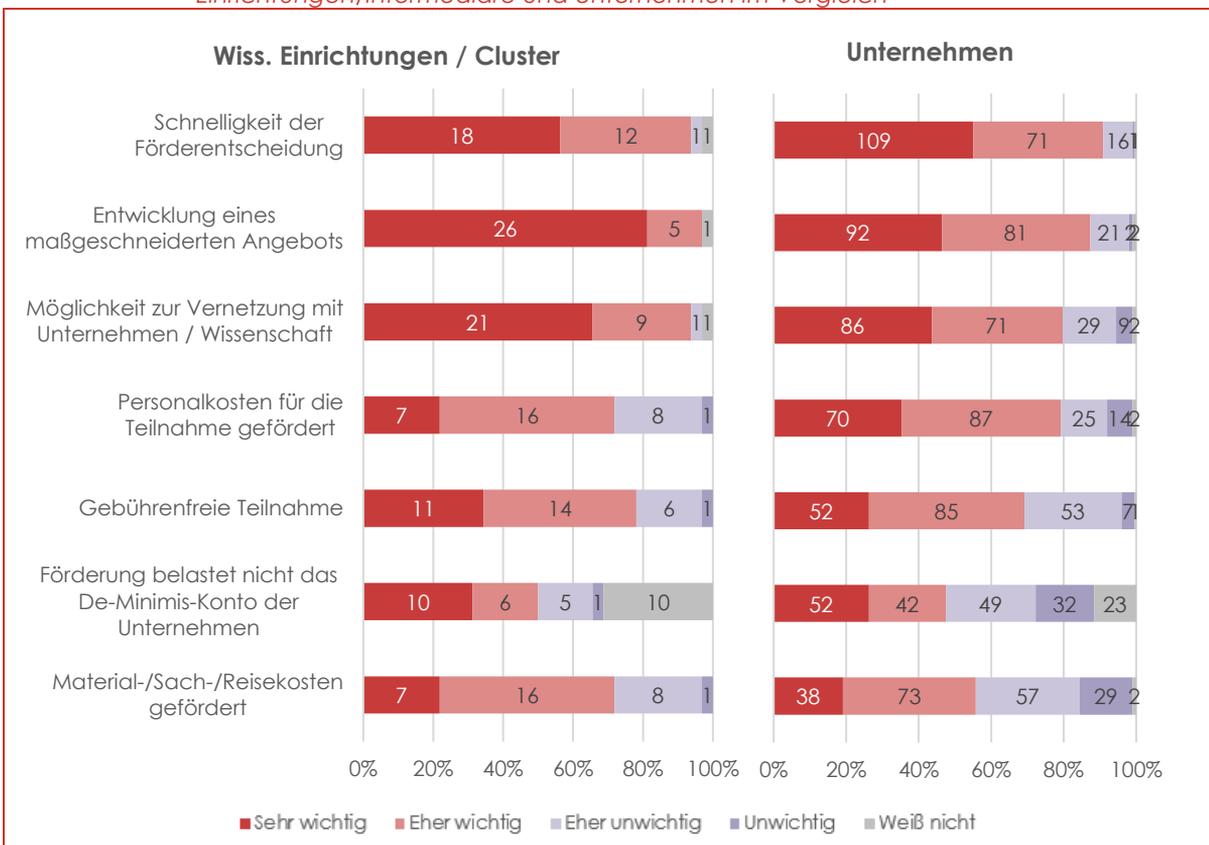
Das deckt sich sehr gut mit den Ergebnissen unserer Fokusgruppen und Interviews:

- Besonders Unternehmen haben noch einmal darauf hingewiesen, dass gerade im Weiterbildungsbereich zu innovativen Themen Projekte **so schnell wie möglich starten sollten**, denn die Halbwertszeit des Wissens sowie die Rahmenbedingungen besonders kleinerer Unternehmen ändern sich schnell. Diese Effekte sind noch einmal stärker, wenn es um Digitalisierungsthemen geht.
- Ein Kernergebnis der Fokusgruppen und der Interviews war, dass sich niemand der Teilnehmenden Sorgen um das Programm insgesamt gemacht hat. Auch wenn Personalkosten nicht mehr gefördert werden könnten, so würden für die meisten Unternehmen doch die weiteren Vorteile der Förderung überwiegen. Das ist vor Allem **das maßgeschneiderte Weiterbildungsangebot**, dass in den Konsortialprojekten von wissenschaftlichen Einrichtungen mit Unterstützung von Clusterorganisationen oder Unternehmensintermediären unter Einbezug der Unternehmen entwickelt wird. Diese Art von Weiterbildung wird am Markt nicht angeboten.
- Ein Sekundäreffekt von ebenfalls hoher Wichtigkeit ist dabei die Möglichkeit der Teilnehmer*innen, sich mit Lehrenden von wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. mit Vertreter*innen von anderen Unternehmen zu **vernetzen**: besonders dort, wo sich Unternehmen entlang einer Wertschöpfungskette zu einem Weiterbildungsprojekt zusammenfinden, kann viel über Kundenbedürfnisse oder über die Anbieter gelernt werden und Kundenbeziehungen auf verschiedenen Ebenen gepflegt werden.
- Die Förderung der Personalkosten wurde in unseren Gesprächen aus drei Perspektiven diskutiert:
 - Besonders für Einzelunternehmer*innen (EPU) ist eine gewisse Abgeltung der für die Teilnahme notwendigen Personalaufwendungen wichtig, damit diese an den Formaten teilnehmen können. Unter dieser Teilnehmergruppe wird die Förderung in Zukunft an Attraktivität verlieren. Darüber hinaus gilt, dass die Förderung der Personalkosten weniger wichtig ist, je größer die Unternehmen sind (siehe dazu auch Abbildung 12 im Anhang), aber auch, je vertrauter Unternehmen schon mit der Förderung sind: die Förderung der Personalkosten verringert das Risiko der Unternehmen auch dann teilzunehmen, wenn sie von der Qualität der Weiterbildung noch nicht überzeugt sind, weil sie noch keine Erfahrungen mit dem Programm gemacht haben. Risikoerhöhend wirkt sich dabei die Intensität des Weiterbildungsprogramms aus: im Instrument mit der höchsten Intensität, dem Digital Pro Bootcamp, wird es in Zukunft vergleichsweise schwierig werden, Kleinstunternehmen einzubinden, so die Einschätzung aus unseren Gesprächen.
 - Bei der Durchführung der Projekte kam der Aussicht auf eine Förderung aber eine gewisse Disziplinarfunktion zu: weil die Auszahlung der Förderung an die Teilnahme an den Weiterbildungseinheiten gebunden ist (je nach Instrument in leicht unterschiedlicher Art), haben Unternehmensvertreter eher an den einzelnen Terminen teilgenommen, auch in solchen Momenten, in denen das Tagesgeschäft übernahm.

- In der Bewerbung der Förderung spielt die Förderung von Personalkosten aber eine Rolle: Unternehmen sind an verschiedenste Fördermaßnahmen oder Rabatte für Weiterbildungen auch auf regionaler Ebene gewöhnt und erwarten mitunter, dass anfallende Kosten reduziert werden.
- Den Unternehmen ist weniger bewusst, dass die Förderung nicht nur in der Entwicklung des maßgeschneiderten Angebots liegt, sondern dass die Weiterbildung im Gegensatz zu Angeboten am Markt auch ohne Teilnahmegebühren genutzt werden kann. Das zeigt sich auch in den Ergebnissen der Befragung oben und ist ein weiterer Punkt, der in der Kommunikation des Angebots deutlicher gemacht werden kann.
- Zuletzt konnten in der Vergangenheit auch Material-/Sach-/ und Reisekosten der Unternehmen gefördert werden, die bei der Teilnahme angefallen sind. Obwohl hier in der Praxis – den Interviews und Fokusgruppenteilnehmer*innen nach – häufig keine oder nur sehr geringe Kosten angefallen sind, ist das auch kein komplett unwichtiger Aspekt der Förderungen, der wiederum für Kleinstunternehmen wichtiger ist als für größere Unternehmen (siehe erneut auch Abbildung 12 im Anhang).

Neben den Unternehmen haben wir auch wissenschaftliche Einrichtungen bzw. Unternehmensintermediäre befragt, die in den letzten fünf Jahren am Programm teilgenommen haben. Auch hier ging es um die Frage, was die Förderung für Unternehmen derart attraktiv macht, dass diese ihr Personal weiterbilden. Im Vergleich zu den Unternehmen zeigen sich einige Unterschiede, die wir zum Teil auch auf die spezifische Rolle zurückführen, die die jeweiligen Organisationen im Konsortium erfüllen sowie auf die Tatsache, dass sich diese Gruppe am intensivsten mit der Förderung beschäftigt hat (als Konsortialführer oder in der Rolle der Unternehmensakquise für Unternehmensintermediäre oder andere Unternehmensintermediäre).

Abbildung 2 Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Wiss. Einrichtungen/Intermediäre und Unternehmen im Vergleich



Quelle: Befragung Technopolis

Wissenschaftliche Einrichtungen und Unternehmensintermediäre halten die Entwicklung eines maßgeschneiderten Angebots sowie die Vernetzungsmöglichkeiten für wichtiger für die Attraktivität der Förderung, die Schnelligkeit der Förderentscheidung sowie die Förderung von Personalkosten für weniger wichtig. Die Förderung von anderen Kosten halten sie wiederum für wichtiger. Wenn diese Gruppe weiter ausdifferenziert wird, in wissenschaftliche Einrichtungen auf der einen Seite und Unternehmensintermediäre auf der anderen Seite, so zeigt sich, dass letztere in ihren Einschätzungen eher den Unternehmen ähneln, gerade was die Schnelligkeit der Förderentscheidung angeht (also ihrem Arbeitsauftrag wie erwartet nachkommen, siehe dazu Abbildung 13 im Anhang).

3.1.2 Modelle zur Weiterentwicklung

Neben diesen generellen Einschätzungen zur Attraktivität des Instruments haben wir auch die Attraktivität von spezifischen Optionen für die Weiterentwicklung der Innovationscamps M und Digital Pro Bootcamps abgefragt („Modelle“). Den Befragten wurden die folgenden drei Modelle vorgestellt, die sich im Wesentlichen in Förderart, Ausschreibungsverfahren und Projektlaufzeit unterscheiden:

• **Modell A:**

- Förderart: Beihilfe im Sinne der AGVO (d.h. nicht De-Minimis relevant) mit einer maximalen Förderhöhe für das Gesamtprojekt i.H.v. EUR 200.000.
- Förderbare Kosten: Materialkosten und Reisekosten der geschulten Unternehmen (Personalkosten wie z.B. für Vortragende nur für wissenschaftliche Partner förderbar).

- Ausschreibung: Wettbewerbsverfahren, d.h. es gibt ein Zeitfenster (4-8 Monate) zur Einreichung und eine Jury entscheidet über die besten eingereichten Projekte (Dauer bis zur Bekanntgabe der Ergebnisse 5-6 Monate).
- Projektlaufzeit maximal 24 Monate, d.h. höhere Flexibilität in den Auszahlungsraten (Bei Laufzeit von 18-24 Monaten: 50% Startrate, 40% Zwischenrate nach einem Jahr, 10% Endrate; bei Laufzeit von bis 18 Monaten: 50% Startrate, 50 % Endrate).

• Modell B:

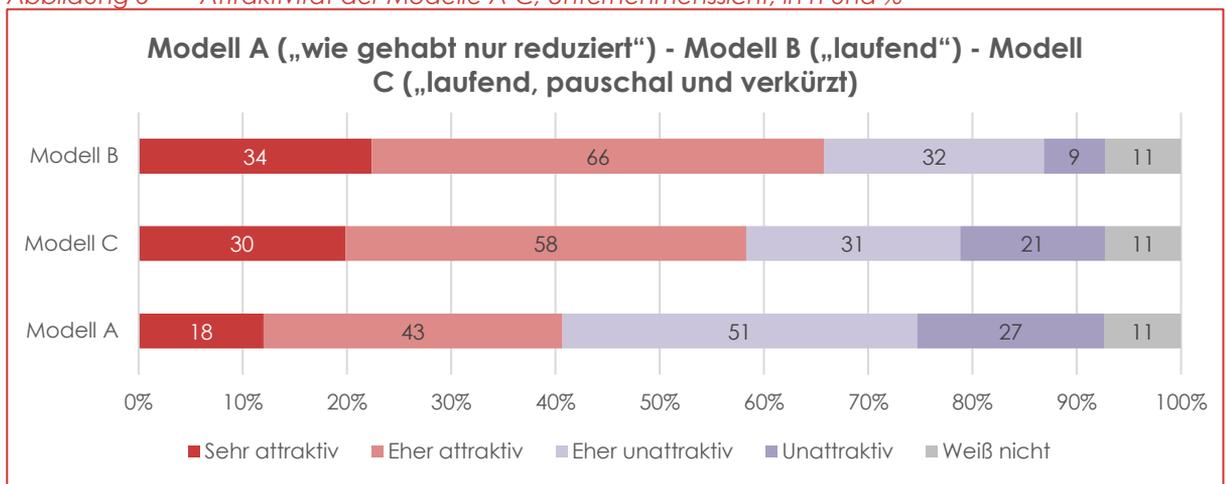
- Förderart: wie Modell A.
- Förderbare Kosten: wie Modell A.
- Ausschreibung: laufend, d.h. alle guten Projekte (Begutachtung über Schwellenwert) werden gefördert und die Ausschreibung wird geschlossen, wenn das Budget erschöpft ist (Dauer bis zur Förderentscheidung ca. 2 Monate).
- Projektlaufzeit: wie Modell A.

• Modell C:

- Förderart: Pauschale i.H.v. EUR 1500 pro teilnehmendem Unternehmen (anstelle der Förderung von Sach- und Reisekosten), die auf die De-Minimis-Konten der Unternehmen angerechnet wird.
- Förderbare Kosten: wie Modell A, aber für Unternehmen pauschal gefördert.
- Ausschreibung: wie Modell B (laufend).
- Projektlaufzeit: maximal 18 Monate, d.h. 50% Startrate, 50 % Endrate und kein Zwischenbericht.

Unter den Befragten zeigt sich, dass Modell A jedenfalls am wenigsten attraktiv wäre, die Modelle B und C aber für ähnlich attraktiv gehalten werden, mit einer leichten Präferenz für das Modell B:

Abbildung 3 Attraktivität der Modelle A-C, Unternehmenssicht, in n und %



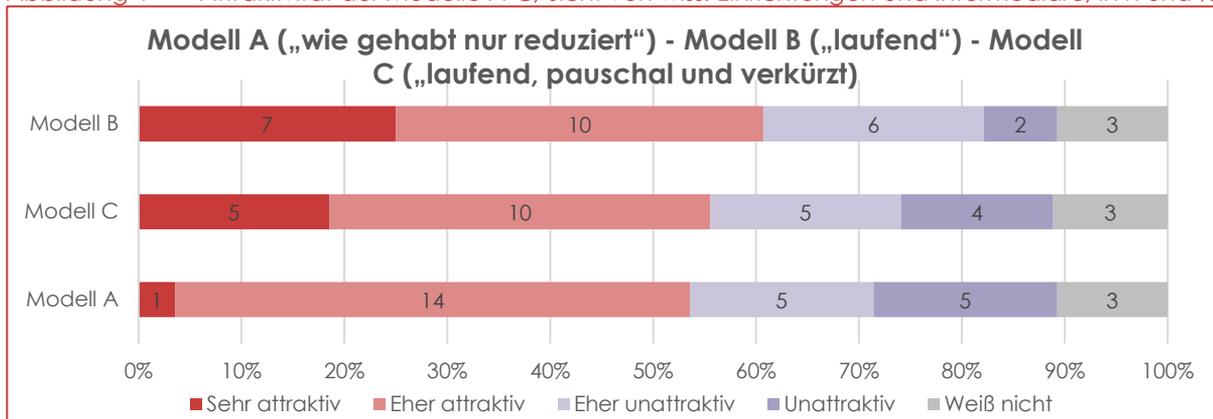
Quelle: Befragung Technopolis

Ausdifferenziert nach Unternehmensgröße zeigt sich, dass Modell C besonders von Großunternehmen für attraktiver gehalten wird, vermutlich, weil sie sich von der pauschalen Abrechnung Aufwandseinsparungen erhoffen (siehe Abbildung 15 im Anhang). Für das Antwortverhalten hat es keine Rolle gespielt, ob die Unternehmen Erfahrungen mit dem

Programm Forschungskompetenzen für die Wirtschaft oder mit den Innovationscamps oder Digital Pro Bootcamp hatten (siehe Abbildung 16 im Anhang).

Wissenschaftliche Partner und Unternehmensintermediäre teilten die Einschätzung der Unternehmen in Bezug auf die Attraktivität der Modelle:

Abbildung 4 Attraktivität der Modelle A-C, Sicht von wiss. Einrichtungen und Intermediäre, in n und %



Quelle: Technopolis

In den Interviews und Fokusgruppen zeigte sich schnell, dass es im Wesentlichen zwei wichtige Stellschrauben gibt:

- Erstens das Ausschreibungsverfahren, wobei die Möglichkeiten entweder ein Wettbewerbsverfahren oder eine laufende Ausschreibung waren. Bei einem Wettbewerbsverfahren gibt es eine Ausschreibung mit dem Aufruf, Anträge bis zu einer Frist einzureichen. Nach Ablauf der Frist werden alle eingelangten Anträge von einer Jury bewertet und die besten zur Förderung ausgewählt. Bei einer laufenden Ausschreibung können jederzeit Anträge eingereicht werden, die gewisse Mindestqualitätsstandards erfüllen müssen, um gefördert werden zu können. Die Förderentscheidung wird für die einzelnen Anträge getroffen und laufend, d.h. kurz nach Einlangen eines Antrags.
 - Unternehmen und deren Intermediäre, wie z.B. Clusterorganisationen, haben sich durchgehend für ein laufendes Verfahren ausgesprochen (siehe auch oben zur Schnelligkeit der Förderentscheidung). Beide Gruppen wiesen darauf hin, dass eine höhere Geschwindigkeit sowohl die Planungen erleichtert als auch die Relevanz der Weiterbildungen verbessert, weil die Wahrscheinlichkeit hoch ist, dass die adressierten Themen auch noch beim Start des Projektes aktuell sind. Sie sahen auch keinen Mehrwert in einem Wettbewerbsverfahren, sondern viel mehr das Risiko, einen fast fertigen Antrag wegen einer im letzten Moment auftretenden Schwierigkeit dann doch nicht einreichen zu können, weil die Frist abgelaufen sei.
 - Die Vertreter*innen von wissenschaftlichen Einrichtungen hatten unterschiedliche Einschätzungen zu diesem Aspekt. Viele sprachen sich auch für ein laufendes Verfahren aus („es gibt in der Wissenschaft schon genug wettbewerbliche Verfahren“ -Interviewee) oder maßen dieser Frage keine größere Bedeutung zu. Einige, mit den Innovationscamps sehr erfahrene Wissenschaftler*innen, argumentierten aber, dass eine fixe Frist gerade größeren Projektkonsortien dabei hilft, einen Antrag fokussiert voranzutreiben und gerade bei Unternehmen dafür sorgt, dass die Aufmerksamkeit für das Vorhaben hoch bleibt.

- Zweitens die Art der Förderung von entstehenden Materialkosten und Reisekosten, wobei es die Möglichkeit gab, eine Pauschale zu verwenden analog zum Innovationscamp S, oder anfallende Kosten bei der FFG einzeln einzureichen und fördern zu lassen. Zu diesem Punkt gab es unterschiedliche Einschätzungen, was auch mit den verschiedenen administrativen Pflichten zusammenhängt, die an die beiden Möglichkeiten gekoppelt sind: eine pauschale Förderung wäre de-minimis-relevant, d.h. Unternehmen müssten auch nachweisen, dass sie die jeweiligen Grenzen nicht überschreiten. Davon abgesehen erfolgte eine Förderung aber eben pauschal, das heißt angefallene Materialkosten und Reisekosten müssten einzeln bei der FFG geltend gemacht werden. Bei der Diskussion der verschiedenen Vor- und Nachteile bestand sowohl bei Unternehmen als auch bei Vertreter*innen von wissenschaftlichen Einrichtungen schnell Einigkeit darüber, dass der größte Teil der förderbaren Kosten Personalkosten waren. Für die Zukunft ging es daher vor Allem um die Minimierung der entsprechenden administrativen Aufwände, weswegen vielen eine Pauschallösung attraktiv erschien. Dabei, so der Tenor, müsste die Höhe aber jedenfalls die damit einhergehenden administrativen Aufwände reflektieren.

Insgesamt war das Ergebnis der Diskussionen in den Fokusgruppen, dass sowohl Modell B als auch Modell C möglich wären, am besten wäre aber eine Kombination: „*ideal wäre Modell C mit einer Laufzeit von 24 Monaten. Das Programm eines Innovationscamps in 18 Monaten abzuwickeln ist sehr ambitioniert.*“ (Fokusgruppenteilnehmer*in).

3.1.3 Themen und Methoden

Die Innovationscamps und die Digital Pro Bootcamps waren in der Vergangenheit thematisch unterschiedlich angelegt: während die Digital Pro Bootcamps ausschließlich den Bereich Digitalisierung adressiert haben, gab es für die Innovationscamps thematische Vorgaben, zeitweise in Kombination mit einem für andere Themen reservierten (also themenoffenen) Budgetanteil. Sowohl Fokusgruppen als auch interviewte Stakeholder plädierten für eine **größtmögliche Flexibilität** in den Themen der Innovationscamps: vor dem Hintergrund, dass Themen in der Weiterbildung unterschiedliche Konjunktur hätten (siehe auch Abschnitt 2.3 oben).

Darüber hinaus haben die Befragungsteilnehmer vielfältige Vorschläge hinsichtlich thematischer oder methodischer Weiterentwicklungsmöglichkeiten des Programms gemacht, wobei die meisten der Aspekte nur vereinzelt genannt wurden.

Methodisch vielfach diskutiert wurde die Frage nach Online-Lernangeboten bzw. der richtigen Mischung aus Präsenz- und Onlinelernelementen. Deutlich wurde in den Diskussionen zunächst, dass das Kernelement der Innovationscamps und noch mehr der Bootcamps – die Vernetzung bzw. das konzentrierte, gemeinsame Arbeiten an einer Aufgabe – am besten vor Ort in Präsenz erfolgen kann. Lernelemente, die mehr in Richtung Grundlagenwissen oder Basiskurse gehen, können aber genauso gut auch alleine vor dem Bildschirm absolviert werden, entweder live oder auch asynchron, z.B. über ein aufgezeichnetes Video. Hier haben die Interviews und Fokusgruppen von insgesamt positiven Erfahrungen berichtet, die auch durch die FFG ermöglicht wurden, weil Möglichkeiten gefunden wurden, auch für solche Settings eine Art Leistungsnachweis – äquivalent zu einer Anwesenheitskontrolle – zu erbringen. Dies sollte in Zukunft jedenfalls weiter fortgesetzt werden.

Darüber hinaus weist gerade das **Digital Bootcamp Pro** einige Spezifika auf, wie z.B. das vergleichsweise enge Zeitkorsett, der Accelerated Learning Ansatz sowie die Arbeit mit Unternehmensbeispielen. Zuletzt erfolgt auch die Auswahl etwas stringenter, und interessierte Mitarbeitende müssen ein Motivationsschreiben vorlegen, damit sie auf ein Bootcamp gesendet werden können. Insgesamt haben wir keine kritischen Rückmeldungen zu diesen Aspekten erhalten, weder in der Befragung noch in unseren Interviews und Fokusgruppen.

Einige Aspekte wurden positiv hervorgehoben: die **Motivationschreiben** z.B. halfen den wissenschaftlichen Partnern auch dabei, die Lerninhalte gut an die Teilnehmer*innen anzupassen. Würden diese wegfallen, dann würden sie dafür andere Instrumente, wie z.B. eine Kurzbefragung, einsetzen müssen. Außerdem vermittelte diese Auflage den Teilnehmenden das Gefühl, dass es sich hier tatsächlich um eine ernstzunehmende Weiterbildung handelt, für die auch nicht jede*r in Frage käme. Positiv hervorgehoben wurde ebenfalls der thematische Zuschnitt des Instruments, dass vom Wording und vom Ansatz gut zum IKT-Bereich passe. Insgesamt muss hier aber berücksichtigt werden, dass die Erfahrungen mit dem Instrument unter den Befragungsteilnehmer*innen und den Interviewten begrenzt waren.

Thematisch haben sich keine eindeutigen Weiterentwicklungsbedürfnisse identifizieren lassen, grundsätzlich gibt es aber vielfach den Wunsch, Schnittstellenthemen besser bedienen zu können: das betrifft z.B. DSGVO, ein Thema an der Schnittstelle Digitalisierung/Recht oder ebenso Datensicherheit (Safety und Security).

Tabelle 1 Methodische und thematische Weiterentwicklung der Instrumente (offene Nennungen)

	DSS	Innovationscamps S / M	Digital Bootcamp Pro
Themen	<ul style="list-style-type: none"> • DSGVO (2x) • Nachhaltigkeitsmanagement/ CSR • Erreichen der Dekarbonisierungsziele • Kommunikation analog - digital mit verschiedenen Kundengruppen • Einsatz verschiedener Kommunikationstools: Mit welchen Tools wann wen wie gewinnen? • BIM + AVA (Ausschreibung, Vergabe, Abrechnung) • Digitale Identität • KI, IoT, IIoT, Software spezifische Weiterbildungen • Modellierung als neue Art der Programmierung • Webdevelopment, Webentwicklung • Warenwirtschaft • Technische Weiterbildung für FachexpertInnen im Bereich Applied AI - z.b. komplexe Inhalte aus dem Bereich für ML einem Nicht Techniker erklärbar machen • Spezielle Programmiersprachen 	<ul style="list-style-type: none"> • Themenoffen • Für den Tourismus relevant • Thema: Security (Web, Webshop, Email, Office, ...) • Haustechnik • Daten korrekt nutzen; Transfer von Daten und Nutzung in unterschiedlichen Systemen; Datensicherheit und -schutz • Profitable Vernetzung vom Projektentwickler bis zum Facility Manager. • Spezielle Softwarepakete für Design und Produktion (z. B. Sketchup, VCarve pro,...) • Verkaufsschulungen, Präsentationstechniken, Telefontrainings, Rhetorikseminare und ähnliches 	<ul style="list-style-type: none"> • Software Entwicklung; • Basic Skills
Methoden	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden: Design Thinking" • Praxisbeispiele vor Ort (best practice); Betriebsbesuche oder Einladen von Unternehmer, die dies vorstellen • Blended learning (async Inhalte), • Agile Verfahren und Methoden 	<ul style="list-style-type: none"> • Blended Learning • Fernlehre • Asynchrones Lernen • Lernen am Arbeitsplatz durch Coachings oder begleitete Gruppenarbeiten. • Regionale Angebote, damit Anreise kurz und besser berufsbegleitend machbar 	

	DSS	Innovationscamps S / M	Digital Bootcamp Pro
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> Trainer, die für Schulungen ins Unternehmen kommen, auch fördern Das Buchen von Coaches oder Trainern, die in-house eine größere Gruppe von Mitarbeitern zu einem Thema der Digitalisierung oder IT gleichzeitig geschult werden kann. 	<ul style="list-style-type: none"> Vereine, Verbände, NGOs und Gemeinden wieder als Fördernehmer teilnehmen lassen Projektvorbereitung und Konsortialbildung stärker fördern 	

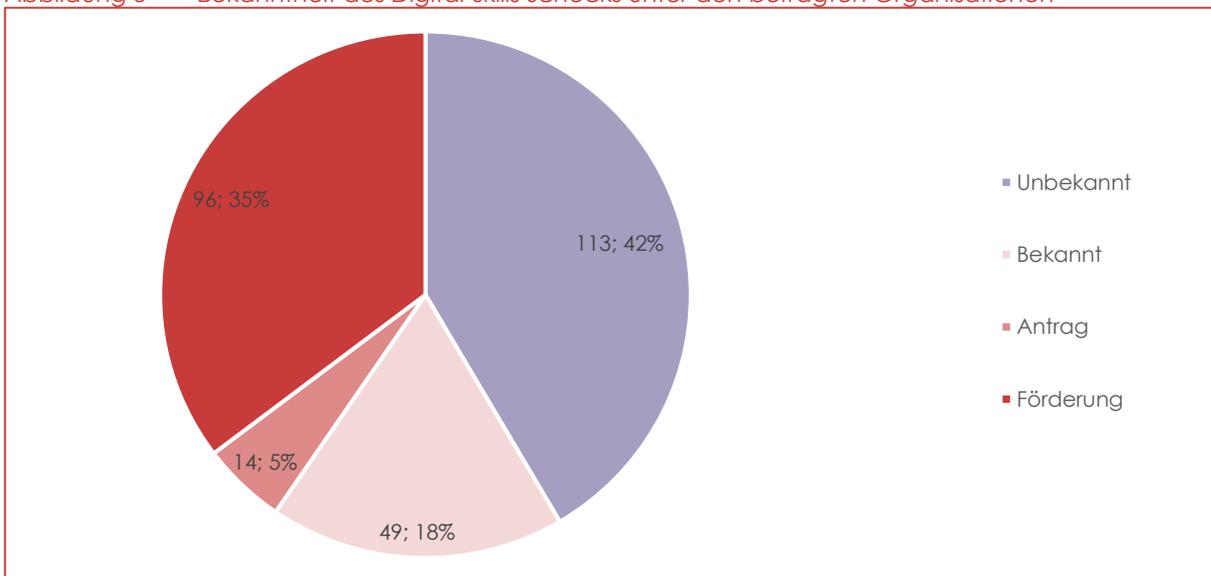
Quelle: Befragung Technopolis.

3.2 Digital Skills Checks

In Bezug auf die Digital Skills Checks (DSS) haben wir zwei Hauptfragestellungen verfolgt: wie bekannt ist das Instrument? Wie wurden die Änderungen aufgenommen, die mit der zweiten Ausschreibung vorgenommen wurden, um das Instrument zu attraktiveren?

In Bezug auf die Bekanntheit des – relativ neuen Instrumentes mit Start März 2021 – zeigt sich, dass es unter den befragten, weiterbildungsaffinen Organisationen⁸ noch ein großes Potenzial zur stärkeren Bewerbung gibt: Immerhin 42% der antwortenden Organisationen kennen die DSS nicht, das sind etwas mehr als 110 Organisationen, 63% davon KMU. Dabei gibt es keine Unterschiede in der Zusammensetzung zwischen der Gruppe der Unternehmen, die DSS kennen, und jener, denen DSS unbekannt ist – über alle Branchen und Bundesländer hinweg gibt es noch Potenzial für eine bessere Bewerbung (vgl. Tabelle 5 und Tabelle 6 im Anhang).

Abbildung 5 Bekanntheit des Digital Skills Checks unter den befragten Organisationen



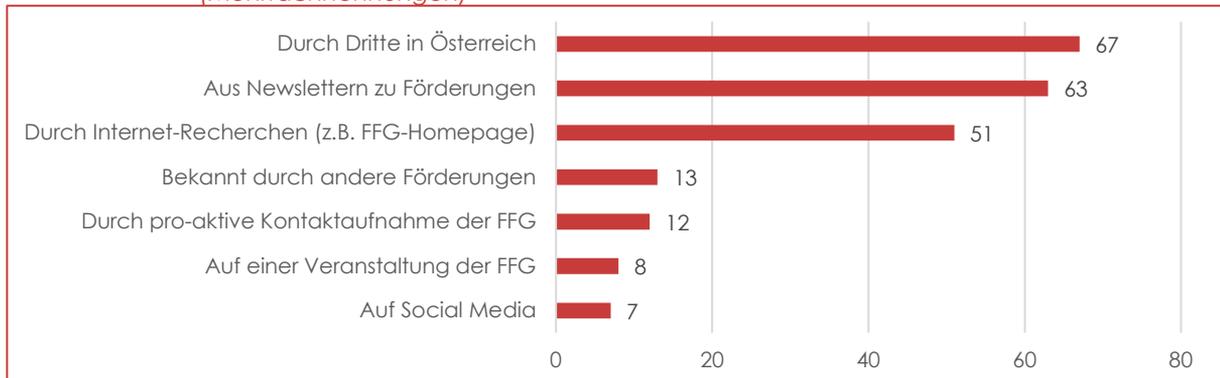
Quelle: Technopolis

Organisationen sind auf unterschiedlichen Wegen auf die Fördermöglichkeiten aufmerksam geworden (siehe die folgende Abbildung 6), es zeigt sich aber die Bedeutung von Intermediären bzw. anderen Akteuren als die FFG selbst: für den DSS werden das auch die

⁸ Organisationen, die in den letzten 5 Jahren an einem Antrag im Programm Forschungskompetenzen der Wirtschaft bzw. im Programm Qualifizierungsoffensive gestellt haben.

Anbieter von Weiterbildungsmöglichkeiten sein, bei denen die Schecks eingelöst werden können, bei den Innovationscamps bzw. den Vorgängerinstrumenten waren das die Konsortialführer bzw. Unternehmensintermediäre. An zweiter Stelle wurden Newsletter genannt gefolgt von eigenen Recherchen im Internet, z.B. auf der FFG-Homepage.

Abbildung 6 Wie sind Sie auf die Förderung aufmerksam geworden?, Anzahl Nennungen (Mehrfachnennungen)

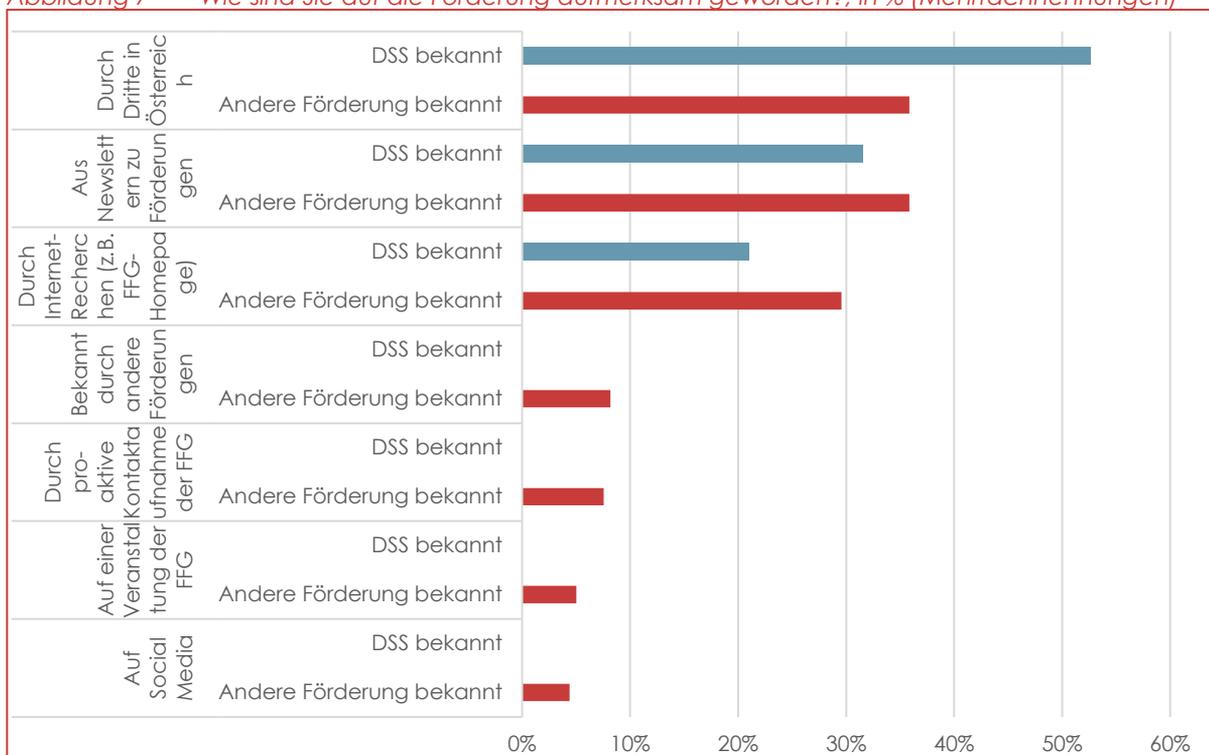


Quelle: Technopolis

Die Ergebnisse unterscheiden sich nicht sehr nach Förderinstrument, d.h. die Wege, über die Unternehmen DSS finden sind kategorial ähnlich zu jenen, über die z.B. Innovationscamps gefunden werden (siehe die folgende Abbildung 7). Es gibt aber gewisse Unterschiede: DSS werden häufiger von Dritten beworben, die anderen Instrumente etwas häufiger in Newslettern gefunden bzw. im Internet.

Auffällig besonders für DSS ist aber, dass Social Media, aber auch Veranstaltungen der FFG keine Wege sind, auf denen Organisationen auf das Instrument aufmerksam werden. Gerade Social Media wäre aus unserer Sicht ein guter Weg, um für dieses Instrument Aufmerksamkeit zu erzeugen, weil es sich an eine breite Zielgruppe richtet und niederschweligen Zugang zu Weiterbildung ermöglichen soll.

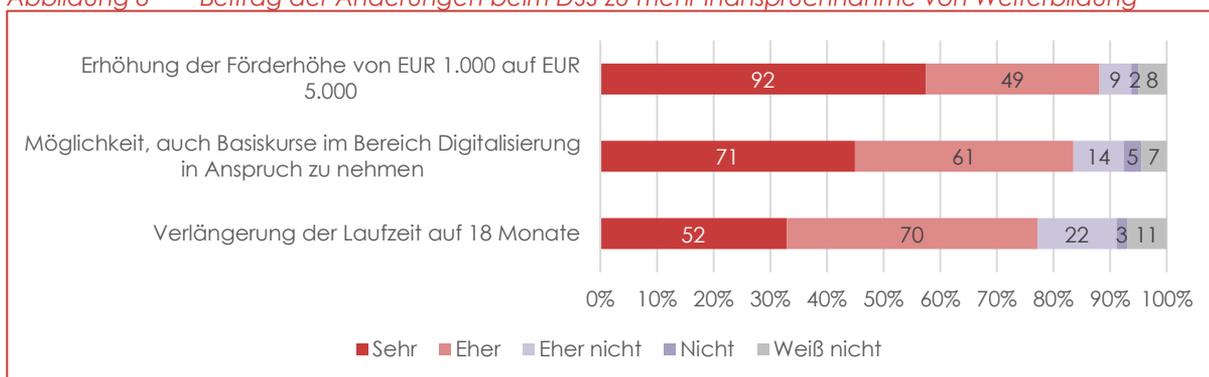
Abbildung 7 Wie sind Sie auf die Förderung aufmerksam geworden?, in % (Mehrfachnennungen)



Quelle: Technopolis

Mit der zweiten Ausschreibung des DSS gingen einige Änderungen des Förderinstrument einher, die dafür sorgen sollten, dass das Instrument stärker nachgefragt wird und so in Folge mehr Personal von KMU Weiterbildungen im Bereich Digitalisierung in Anspruch nehmen. Dazu gehörten eine Erhöhung der Förderhöhe auf EUR 5.000, die Möglichkeit, auch Basiskurse im Bereich Digitalisierung in Anspruch zu nehmen sowie eine Verlängerung der Laufzeit auf 18 Monate. Aus Sicht der befragten Unternehmen haben alle drei Änderungen diese intendierte Wirkung gehabt, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß: am stärksten betraf das die Erhöhung der Fördersumme (fast 60% geben „sehr“ an), aber auch für die Laufzeitverlängerung haben etwa ein Drittel der Befragten entsprechend geantwortet.

Abbildung 8 Beitrag der Änderungen beim DSS zu mehr Inanspruchnahme von Weiterbildung



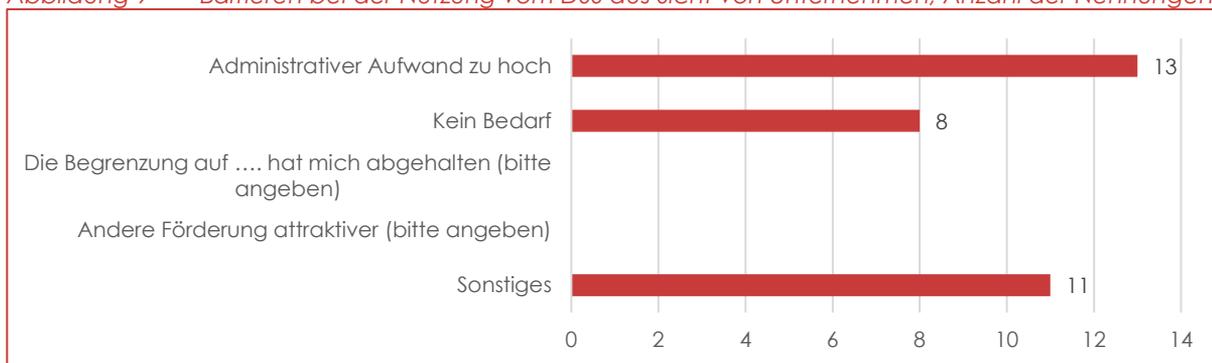
Quelle: Technopolis

Eindrücke aus den Interviews mit Weiterbildungsanbietern sowie Unternehmen bestätigen diese Befunde: die DSS haben in der Vergangenheit an Bekanntheit gewonnen, könnte aber

noch stärker beworben werden. Das Instrument unterscheidet sich aus Sicht der Unternehmen und Anbieter positiv von anderen Fördermöglichkeiten, weil es breiter aufgestellt ist und sowohl das Thema Digitalisierung breit versteht, als auch kaum Einschränkungen hinsichtlich der Teilnehmer*innen macht, für die damit Weiterbildungsangebote gefördert werden können. Gerade die relativ hohe Förderdichte in diesem Bereich erschwert aber auch die Bewerbung neuer Instrumente.

In der Tat zeigte die Befragung kaum Hindernisse auf, die Unternehmen von der Nutzung der DSS abhielten (siehe die folgende Abbildung 9). Nur 13 Unternehmen gaben an, dass der administrative Aufwand zu hoch sei, acht Unternehmen gaben an, dass sie keinen Bedarf hatten und deswegen das Instrument nicht genutzt haben.⁹ Unter den sonstigen Nennungen waren mehrmals Zeitknappheit, keine Aufmerksamkeit dafür, weil andere Themen wichtig waren (Pandemie) sowie in zwei Fällen die Angabe, dass am Markt keine passenden Weiterbildungsformate existierten.

Abbildung 9 Barrieren bei der Nutzung vom DSS aus Sicht von Unternehmen, Anzahl der Nennungen



Quelle: Technopolis

Darüber hinaus waren die Befragungsteilnehmer*innen aufgerufen, uns **weiteres Verbesserungspotenzial** beim Instrument zu nennen. 12 Unternehmen haben diese Möglichkeit genutzt und die folgenden Aspekte genannt:

- **Mehrere DSS pro Mitarbeiter / Jahr erlauben:** Weil sich Digitalthemen schnell ändern bzw. sehr vielfältig sind, haben Unternehmen den Wunsch geäußert, für Mitarbeiter*innen mehrere Schecks pro Jahr abrufen zu können.
- **Instrument weiter öffnen:** Obwohl bereits breit angelegt, haben mehrere Befragungsteilnehmer das Bedürfnis formuliert, auch Schulungen aus dem (EU)-Ausland mit den DSS fördern zu können. Vereinzelt wurde vorgeschlagen, auch spezialisierte Aus- und Weiterbildungsangebote zu fördern, die von anderen Unternehmen angeboten werden.
- Einzelne Rückmeldungen wiesen darauf hin, dass eine **raschere Auszahlung** nach Abschluss der Schulungen hilfreich wäre sowie dass förderwürdiger Kurse bis zum vereinbarten Förderbetrag auch **ausgetauscht** werden können sollten.

In Gesprächen mit Stakeholdern wie auch in unserer Befragung oben (siehe Tabelle 1 oben, Spalte zu DSS) wurde verschiedentlich darauf hingewiesen, dass ein ähnliches Instrument für

⁹ Die Frage „Warum haben Sie den Digital Skills Scheck bisher nicht in Anspruch genommen?“ richtete sich an die Unternehmen, die das Instrument kannten, aber keinen Antrag gestellt haben. Das waren 30 der antwortenden Unternehmen. 96 antwortende Unternehmen kannten den DSS nicht. Insgesamt haben 234 Unternehmen geantwortet.

die andere Seite der Twin-Transition, also den Bereich Nachhaltigkeit, fehlen würde. Ein Zwischenschritt könnte sein, ein Instrument an der Schnittstelle zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung zu etablieren (z.B. Green Tech oder Green IT). In beiden Fällen weisen Stakeholder darauf hin, dass entsprechende Weiterbildungsangebote aber noch nicht entwickelt sind, ein entsprechender „**Green Skills Scheck**“ oder „**Digital Sustainability Skills Scheck**“ auch als Impuls verstanden werden müsste, Weiterbildungsanbieter und Unternehmen zu einer Angebotsentwicklung zu bewegen. Als Fördergeber bräuchte es dafür entsprechend Geduld, bis ein solches Instrument auch nachgefragt wird.

4 Schlussfolgerungen und Empfehlungen mit Blick auf die Zukunft des Programms

Die Qualifizierungsoffensive nimmt einen vielfach übersehenen Bereich in den Fokus, indem über Weiterbildungsmaßnahmen der Wissenstransfers von wissenschaftlichen Einrichtungen hin zu den Angestellten der Unternehmen beschleunigt wird. Das haben die vorherigen Evaluationen gezeigt, aber auch diese Studie hat den Eindruck noch einmal bestätigt. Dabei wird aber nicht Wissen in den Fokus genommen, das sofort anwendbar ist und deswegen meist ohnehin schon am Markt eingekauft werden kann, sondern es geht stärker um Grundlagenwissen, das auch von den Unternehmen tendenziell vernachlässigt wird, weil es erst längerfristig anwendbar ist. Das macht aber auch die Frage nach den Bedürfnissen der Unternehmen komplex – Bedürfnisse sind nicht immer explizit bekannt, sondern häufig nur implizit vorhanden oder werden im Nachhinein erkannt. Wir haben uns der Frage nach den Unternehmensbedürfnissen auf zwei Arten genähert:

Einerseits zeigt sich – basierend auf der Literatur und unseren qualitativen Erhebungen – dass das Thema für Unternehmen wichtig bleibt. Aus- und Weiterbildung ist eines der zentralen Instrumente, um Herausforderungen wie dem technologischen Wandel, dem Fachkräftemangel oder der Dekarbonisierung der Wirtschaft zu begegnen. Mit den Innovationscamps und den Digital Bootcamps in der Spitze sowie den Digital Skills Schecks in der Breite verfügt das BMDW über Instrumente, die dabei hilfreich sind; und die aus unserer Sicht sinnvoll sind, um Hemmnisse in dem Bereich zu überwinden, die sich besonders bei KMU zeigen: Knappheit an Ressourcen wie Zeit und Geld, Dominanz des Tagesgeschäfts, Mangel an Personal bzw. Fachkräften und nicht zuletzt auch in diesem Kontext an spezifischem Wissen, um mit den oben genannten Herausforderungen kurz- und mittelfristig umzugehen.

Dabei zeigt sich, dass die Personalkosten nur ein Hemmnis unter vielen ist, die mit den Förderinstrumente der Innovationscamps bzw. der Digital Pro Bootcamps reduziert werden: am wichtigsten sind für Unternehmen, dass Förderentscheidungen schnell getroffen werden, Weiterbildungsmaßnahmen also schnell starten können; dass das Weiterbildungsangebot auf die Bedürfnisse der Unternehmen und Mitarbeitenden zugeschnitten wird (maßgeschneidertes Angebot); sowie dass es auch Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen bzw. der Wissenschaft gibt. Erst an vierter Stelle – für etwa ein Drittel der Antwortenden sehr wichtig – folgt die Förderung von Personalkosten. In der Tendenz sind die Barrieren für kleinere Unternehmen höher, besonders, wenn es um intensivere Weiterbildungsformate geht.

Im Einklang mit den qualitativen Erhebungen unserer Studie zeigt sich also, dass es auch in Zukunft ein Bedürfnis nach den Innovationscamps und Digital Pro Bootcamps geben wird. Weder teilnehmende Unternehmen noch wissenschaftliche Einrichtungen sorgten sich grundsätzlich um die Nachfrage nach den entsprechenden Instrumenten. Auch für die Digital Skills Schecks haben wir den Eindruck erlangt, dass das Instrument mittlerweile eine gute

Bekanntheit auch unter den relevanten Weiterbildungsanbietern erlangt hat und dabei ist, sich zu etablieren.

Andererseits haben wir die spezifischen Bedürfnisse der Unternehmen in Bezug auf die Ausgestaltung der Förderinstrumente der Innovationscamps und des Digital Pro Bootcamps in Zukunft erhoben sowie Feedback zu kürzlich erfolgten Änderungen bei den Digital Skills Schecks.

Für die Innovationscamps zeigten sich dabei im Wesentlichen zwei Schlüsselstellschrauben:

- Erstens das Ausschreibungsverfahren (Wettbewerbsverfahren oder laufende Ausschreibung), bei dem sich schnell gezeigt hat, dass Unternehmen und Unternehmensintermediäre unisono ein laufendes Verfahren bevorzugten. So würden Planungen vereinfacht und Themen können schnell adressiert werden, gleichzeitig wird das Risiko verringert. Auch viele Wissenschaftler*innen können mit einem laufenden Verfahren gut arbeiten, wenngleich einzelne Stimmen argumentierten, dass eine fixe Frist gerade größeren Projektkonsortien dabei hilft, einen Antrag fokussiert voranzutreiben.
- Zweitens ging es um die Art der Förderung von entstehenden Materialkosten und Reisekosten (Pauschale oder kostenbasierte Förderung). Vor dem Eindruck, dass vermutlich keine größeren Material- oder Reisekosten anfielen, stand vor allem die Frage nach der Minimierung administrativer Aufwände im Vordergrund, wobei beide Lösungen machbar erschienen.

In der Tat hat die Befragung gezeigt, dass von den drei möglichen Modellen für die Innovationscamps M und die Digital Pro Bootcamps die beiden Modelle mit laufendem Verfahren am attraktivsten sind, die Frage nach der Art der Förderung aber keinen großen Unterschied gemacht hat, weder aus Sicht der befragten Unternehmen, noch der Unternehmensintermediären und auch aus Sicht der Wissenschaftler*innen.

Für die Digital Skills Schecks zeigte sich, dass die in der zweiten Ausschreibung vorgenommenen Änderungen aus Sicht der Befragten Unternehmen dazu geführt haben, dass Angestellte mehr Weiterbildungsangebote in Anspruch genommen haben (Erhöhung der Förderhöhe, Ermöglichung von Basiskursen und längere Laufzeit). Aus den Interviews mit Stakeholder-Organisationen haben wir den Eindruck gewonnen, dass das Instrument – auch im Vergleich mit anderen ähnlich niederschweligen Förderungen – heute sehr breit aufgestellt ist und wenig Einschränkungen macht z.B. hinsichtlich der Themen (solange sie mit Digitalisierung in Verbindung gebracht werden können) oder der Schulungsteilnehmer*innen.

Empfehlungen zur zukünftigen Weiterentwicklung des Programms

Insgesamt zeigen unsere Erhebungen ein positives Bild des Programms. Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen sowie der insgesamt im Bericht aufbereiteten Evidenz kommen wir zu folgenden Empfehlungen:

- Die **Instrumente des Innovationscamps M und des Digital Pro Bootcamps** sollten jedenfalls auf ein laufendes Verfahren umgestellt werden.
- Die **Förderung der anfallenden Kosten** kann sowohl per Pauschale als auch auf Kostenbasis erfolgen. Ausschlaggebend sollte der jeweils damit einhergehende administrative Aufwand sein. Für die meisten Unternehmen wird das vermutlich die Kostenbasis sein, weil so keine de-minimis-nachweise erbracht werden müssen. Das hätte auch den Vorteil einer längeren Projektlaufzeit.
- In Bezug auf die **förderbaren Akteure** gab es in der Befragung und einer der Fokusgruppen den Hinweis, dass es sinnvoll wäre, erneut Vereine, Verbände, NGOs, aber auch Gemeinden fördern zu können. Das erscheint uns aus verschiedenen Gründen vorteilhaft,

sowohl für die beteiligten Forscher*innen, als auch die beteiligten Unternehmen, denn es erhöht aus unserer Sicht die Wahrscheinlichkeit, dass die Weiterbildungsmaßnahmen gut auf die Unternehmensbedürfnisse zugeschnitten werden: Unternehmensverbände sind wertvoll beim Design der Projekte, weil sie einen guten Überblick über die Bedürfnisse der Unternehmenslandschaft haben, und Vereine oder auch Gemeinden oftmals wichtige Kunden für die teilnehmenden Unternehmen, was die Vernetzungswirkung erhöht.

- In Bezug auf die weitere **thematische Ausrichtung** dieser Instrumente ist es aus unserer Sicht sinnvoll, thematisch so breit wie möglich auszuschreiben (was die Innovationscamps angeht). Zum Digital Pro Bootcamp haben wir dazu nur eine (die derzeitige Ausrichtung bestärkende) Rückmeldung erhalten, es erscheint uns aber für die Kultur im IKT-Bereich in Ausrichtung und Methodik grundsätzlich angemessen.
- **Methodisch/didaktisch** zeigt sich insgesamt, dass der Trend zur Individualisierung von Weiterbildungsangeboten auch im Programm weiter unterstützt werden soll, indem z.B. weiterhin Blended Learning-Ansätze ermöglicht werden bzw. eine gute Mischung aus Präsenz (für die Vernetzung und den persönlichen Austausch sowie anwendungsorientiertere Arbeit wichtig) sowie synchronen (erleichtert die Teilnahme) und asynchronen Onlineangeboten (erleichtert die Teilnahme an Modulen, die Grundlagenwissen vermitteln, z.B. durch Videos oder Lernplattformen).
- Für den **Digital Skills Scheck** sollten die gewählten Änderungen erst einmal beibehalten und die weitere Nachfrage des Instrumentes abgewartet werden, bevor weitere Änderungen vorgenommen werden. Allenfalls könnte das BMDW prüfen, inwieweit auch Kurse aus dem EU-Ausland gefördert werden können. Mittelfristig sollte die externe Kohärenz des Instrumentes überprüft werden, also wie es sich im Feld mit anderen Förderinstrumenten, die ähnlich breit aufgestellt sind (aws, Bundesländer, etc.), positioniert, auch um besser zu verstehen, ob es zu Überlappungen mit anderen Angeboten kommt.
- Darüber hinaus erscheint uns eine Ausweitung zu einem „**Green Skills Scheck**“ oder „**Digital Sustainability Skills Scheck**“ sinnvoll, um der Breite der Herausforderungen, die heute und morgen auch von Unternehmen und deren Angestellten gelöst werden müssen, besser zu entsprechen.
- **Bewerbung, Community-building und Kontinuität:** die vorherigen Evaluationen haben bereits gezeigt, dass sich die mangelnde Kontinuität des Programms in der Vergangenheit negativ ausgewirkt hat, z.B. bei der Bewerbung des Programms. Auch wir vermuten, dass die fallweise geringe Bereitschaft, für Interviews für diese Studie zur Verfügung zu stehen, darauf zurückzuführen ist. Vor diesem Hintergrund sind alle Maßnahmen, die die Kontinuität erhöhen, die die Bewerbung verstetigen oder die bei Programmteilnehmer*innen dazu führen, dass sich so etwas wie ein Bewusstsein dafür entwickelt, Teil einer einschlägigen Community zu sein, zu begrüßen. Das könnte z.B. erfolgen durch:
 - Stetigere Ausschreibungen und Kommunikation zum Thema.
 - Teilnahme an einschlägigen Veranstaltungen zum Thema Wissenstransfer in Österreich, bei der Erfahrungen programmübergreifend, auch zum Bereich Weiterbildung, ausgetauscht werden und die Qualifizierungsoffensive beworben wird (z.B. DIH, Qualifizierungsoffensive, Wissenstransferzentren).
 - Eine bessere Bewerbung auf Social Media, gerade was den DSS angeht.

Anhang A Methode und Repräsentativität

A.1 Fragestellungen

In der Konzeptionsphase der Studie haben wir die Aufgabenstellung zusammen mit dem auftraggebenden Ministerium und der FFG die Detailfragestellungen präzisiert. Eine Auflistung der über die im Haupttext beschriebenen Hauptfragestellungen hinausgehenden Detailfragen zeigen wir in der folgenden Tabelle:

Tabelle 2 Detailfragestellungen der Untersuchung

Innovationscamps M	Digital Pro Bootcamps	Digital Skills Schecks
Was ist attraktiv, was nicht, was sollte man verändern?	Was ist attraktiv, was nicht, was sollte man verändern? (flexibles Zeitkorsett, Accelerated Learning Ansatzes, Unternehmensbeispiele)	Warum wird der Digital Skills Scheck nicht in Anspruch genommen?
Welches der skizzierten Modelle unterstützt den Bedarf am besten? Was spricht gegen die Modelle? (für Digital Bootcamp analog)	Sind die derzeit definierten IKT-Themen ausreichend oder braucht es noch andere Themen?	Kennen KMU das Angebot? Wo suchen Unternehmen nach den Angeboten?
Welche Themen braucht es?	Was sind Hemmnisse für die Teilnahme an Bootcamps? Welche alternative Lernansätze könnten noch aufgenommen werden?	Was sind die Hürden?
Was sind Hemmnisse für die Teilnahme an bestehenden Schulungen?	Wie wird die Idee bewertet, die Mitarbeitende künftig ohne gesondertes Auswahlverfahren (Motivationsschreiben) entsenden zu können?	Braucht es dieses Format auch für andere Innovationsthemen? Wenn ja, für welche?
Welche Schulungen fehlen?		Wie wurden die Änderungen aufgenommen? Was fehlt/ was wäre besonders wichtig / was braucht es noch? Was soll verbessert werden?

Quelle: Technopolis Austria

A.2 Durchgeführte Erhebungen

Ursprünglich sahen wir vor, die Fragestellungen mit qualitativen Methoden zu erheben. Nachdem in der Konzeptionsphase klar wurde, dass wir aus Datenschutzgründen nicht auf die Förderdaten zurückgreifen können und jegliche Kontaktaufnahme mit Programmteilnehmenden zunächst von der FFG ausgehen muss, haben wir uns entschlossen, zu Beginn eine Kurzbefragung unter Antragsteller*innen der letzten fünf Jahre im Programm vorzunehmen.

Für die Befragung hat die FFG 2022 Personen von Organisationen zur Beteiligung eingeladen, von denen sich 13,5% oder n=272 an der Befragung beteiligt haben. Weil nicht alle Fragen verpflichtend auszufüllen waren, schwanken die Anzahl der Antworten pro Frage/Teilfrage leicht. Die Befragung haben wir außerdem genutzt, um Unternehmen für tiefergehende Interviews und Fokusgruppen zur Validierung der Ergebnisse zu gewinnen.

Darüber hinaus hatten wir Interviews und Fokusgruppen mit Personen vorgesehen, die in den letzten Jahren mehrfach am Programm teilgenommen haben. Diese wurden nach Anzahl der Teilnahmen gerankt, und dann wurden eine Gruppe von 50 Personen ausgewählt und eingeladen, die als repräsentativ für die Gesamtgruppe der Antragsteller*innen der letzten fünf Jahre gelten kann hinsichtlich der Parameter Unternehmensgröße, Bundesland und FFG-Thema. Diese wurden gleichzeitig zum Aussenden der Befragungseinladungen angeschrieben, die Unternehmen erhielten aber keine Einladung zur Befragungsteilnahme, um Verwirrungen und Mehraufwand bei Unternehmen zu vermeiden. Trotz einer Erinnerung von der FFG an die

50 Personen haben sich im Ergebnis nur zwei Unternehmen über diesen Weg zur Teilnahme an unserer Studie bereiterklärt.

Über die Befragung konnten wir allerdings weitere Unternehmen und Organisationen für Tiefeninterviews und Fokusgruppen gewinnen. Außerdem haben wir auf Vorschlag der FFG mit verschiedenen weiteren Stakeholdern Interviews geführt, darunter z.B. relevante Clusterorganisationen, regionale Innovationsagenturen oder auch Anbieter von Weiterbildungen. Insgesamt haben wir folgenden Vertreter*innen an Interviews oder Fokusgruppen teilgenommen:

*Tabelle 3 Teilnehmer*innen an Fokusgruppen und in Interviews*

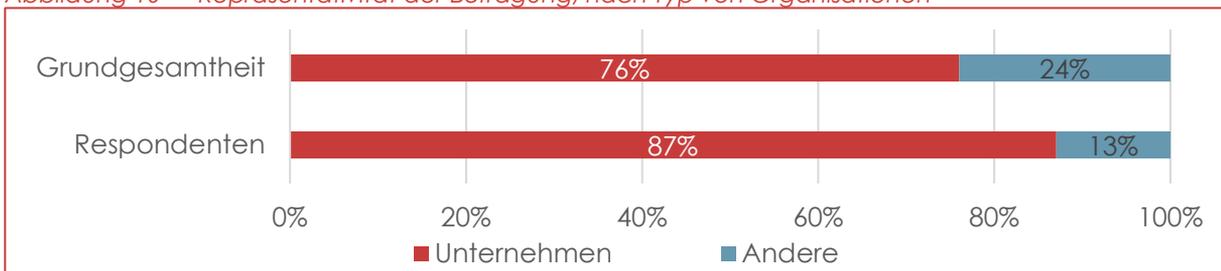
	Art von Organisation	Instrument
1	Unternehmen (IKT)	Interview
2	Unternehmen (IKT)	Interview
3	Unternehmen (IKT)	Interview
4	Unternehmen (Produktion)	Interview
5	Unternehmen (Produktion)	Fokusgruppe
6	Unternehmen (IKT)	Fokusgruppe
7	Unternehmen (Tourismus)	Fokusgruppe
8	Unternehmen (IKT)	Fokusgruppe
9	Wirtschaftsförderorganisation	Interview
10	Wirtschaftsförderorganisation	Interview
11	Wirtschaftsförderorganisation	Interview
12	Cluster	Interview
13	Wirtschaftsförderorganisation	Interview
14	Wirtschaftsförderorganisation	Interview
15	Technische Universität	Interview
16	Technische Universität	Interview
17	Technische Universität	Interview
18	Fachhochschule	Interview
19	Fachhochschule	Interview
20	Universität	Interview
21	Universität	Interview
22	Weiterbildungsanbieter	Interview
23	Weiterbildungsanbieter	Interview
24	Weiterbildungsanbieter	Interview
25	Universität	Fokusgruppe
26	Universität	Fokusgruppe

Quelle: Technopolis

A.3 Repräsentativität der Ergebnisse

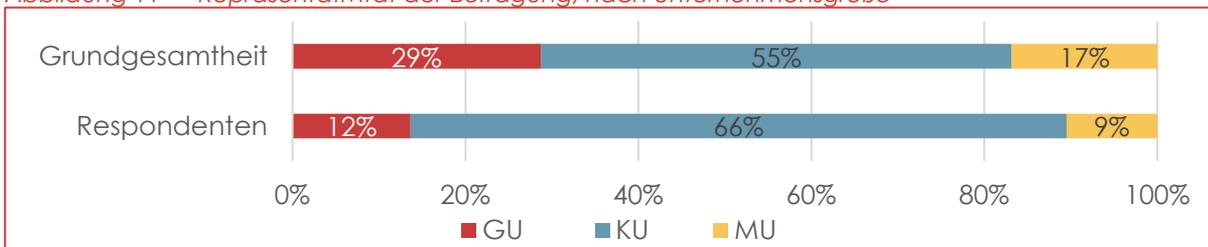
Die Gruppe der Personen, die an unserer Befragung teilgenommen haben, repräsentieren die Grundgesamtheit der Organisationen, die in den letzten fünf Jahren Anträge in den relevanten Programmen gestellt haben, insgesamt relativ gut gemessen an den Parametern „Typ von Organisation“, „Unternehmensgröße“ und „Bundesland“. Unternehmen, darunter kleinere Unternehmen sowie Organisationen aus Wien sind leicht überrepräsentiert.

Abbildung 10 Repräsentativität der Befragung, nach Typ von Organisationen



Quelle: FFG, Befragung Technopolis

Abbildung 11 Repräsentativität der Befragung, nach Unternehmensgröße



Quelle: FFG, Befragung Technopolis

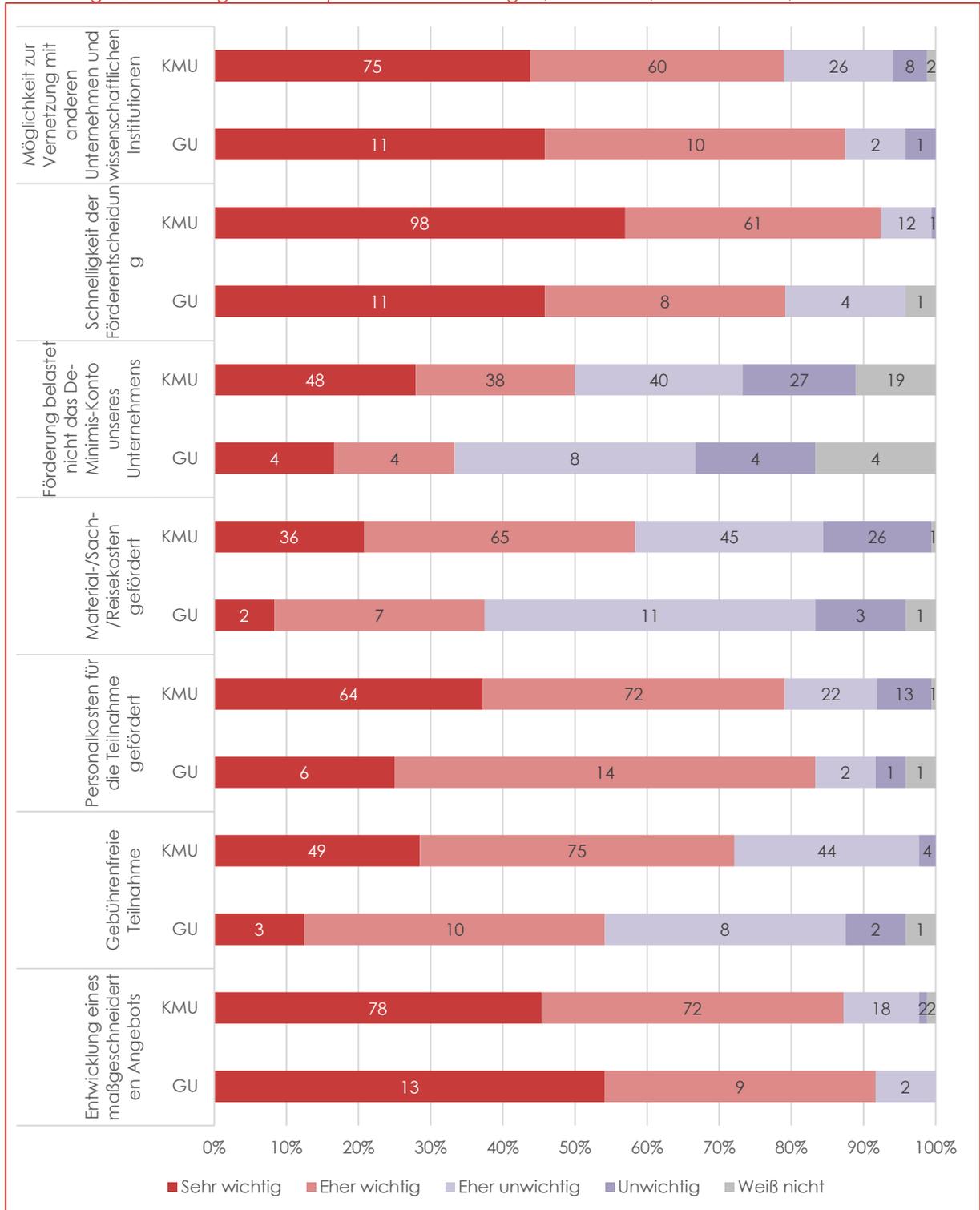
Tabelle 4 Repräsentativität der Befragung, nach Bundesland

	GG in %	Respondenten	Diff.
Wien	20%	30%	+10%
Steiermark	19%	21%	+1%
Niederösterreich	17%	19%	+3%
Oberösterreich	15%	12%	-3%
Tirol	15%	9%	-5%
Salzburg	5%	3%	-2%
Vorarlberg	4%	3%	-2%
Kärnten	3%	2%	-1%
Burgenland	2%	1%	-1%
Ausland	0%	0%	0%

Quelle: FFG, Befragung Technopolis

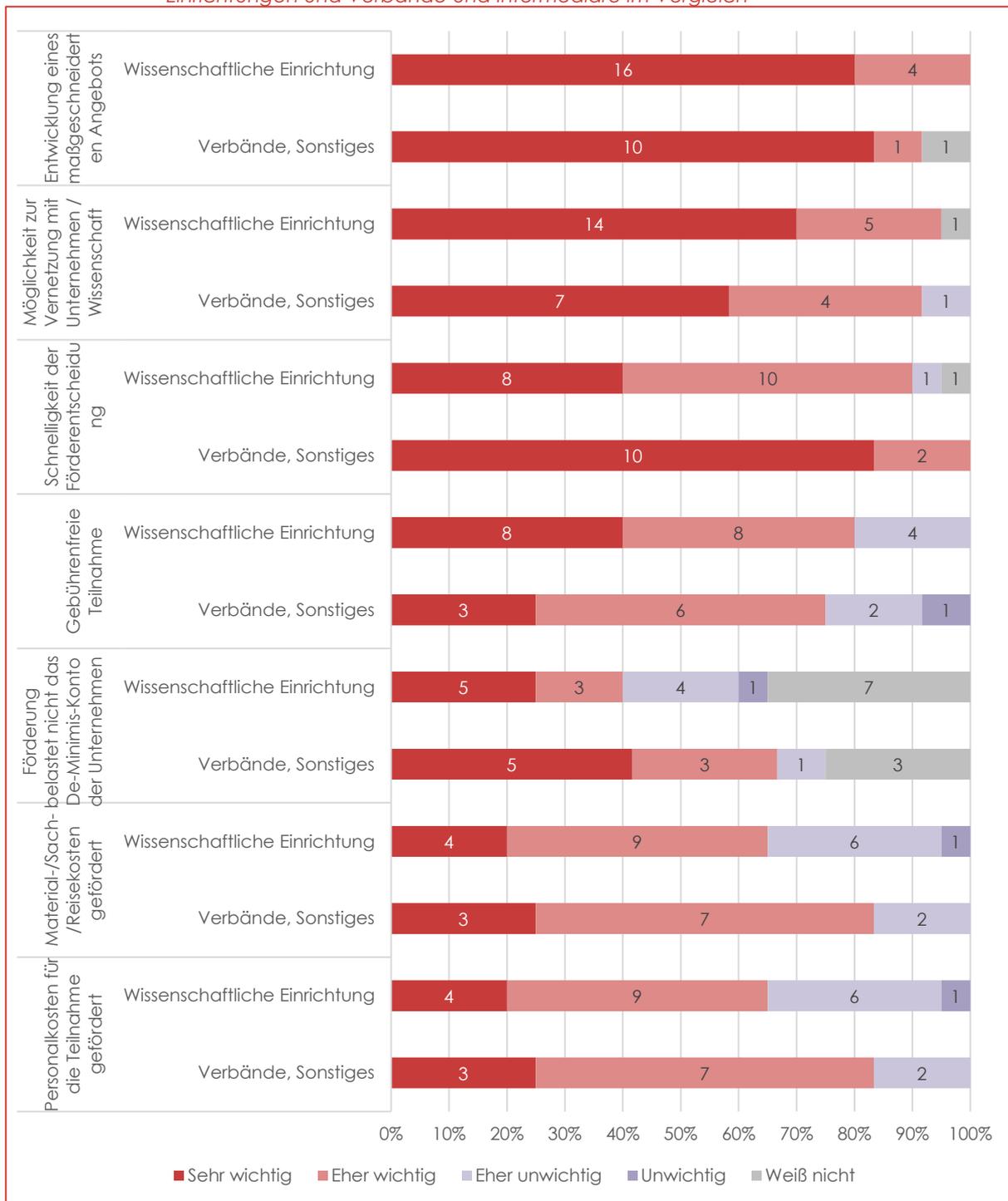
Anhang B Ausgewählte Befragungsergebnisse

Abbildung 12 Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen, n und in %, Unternehmen, KMU und GU



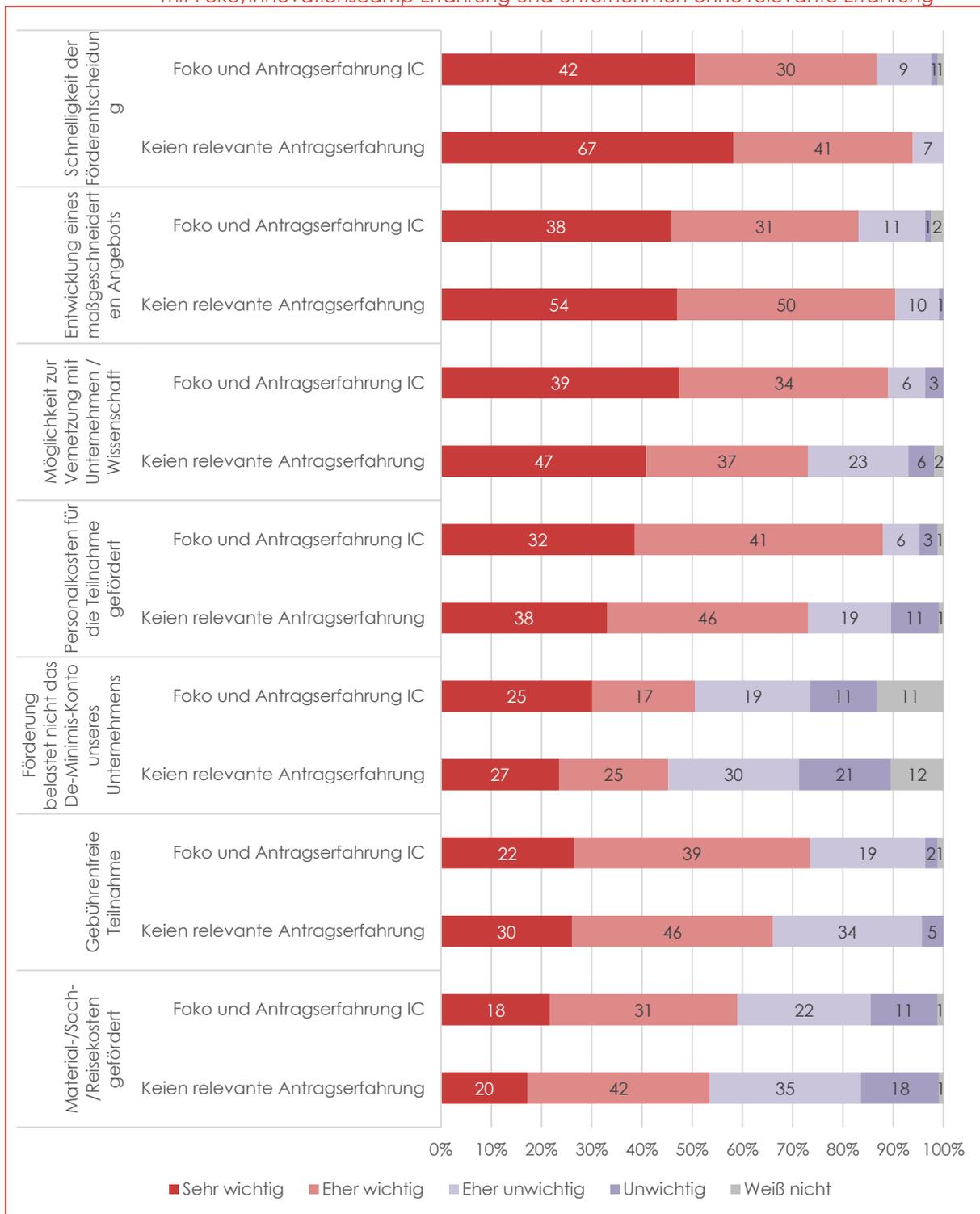
Quelle: Befragung Technopolis

Abbildung 13 Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Wiss. Einrichtungen und Verbände und Intermediäre im Vergleich



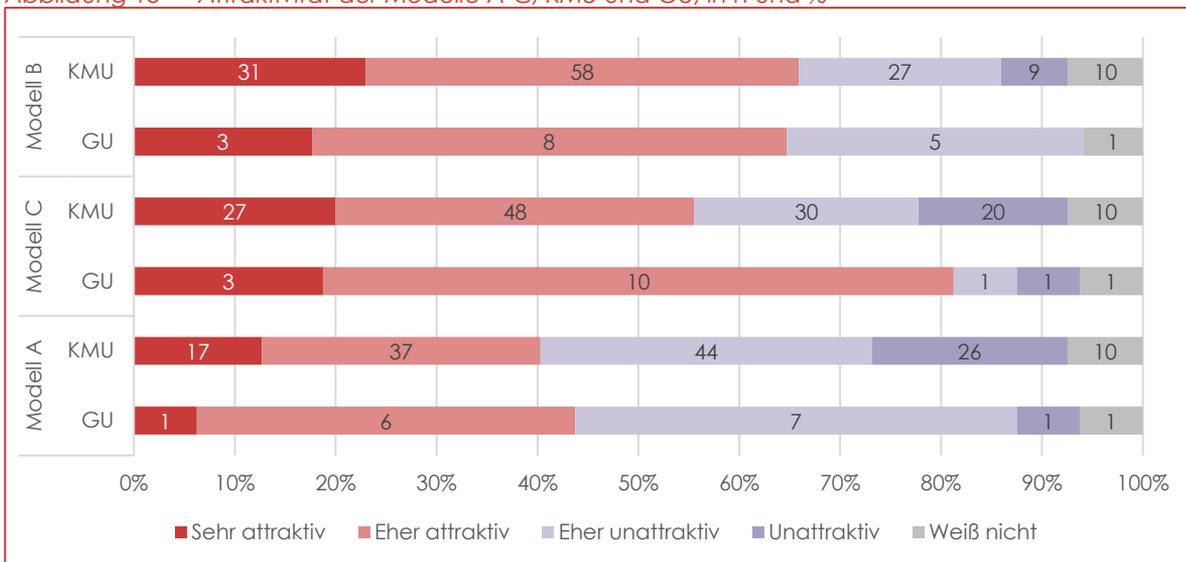
Quelle: Befragung Technopolis

Abbildung 14 Wichtigkeit der Aspekte der Förderungen für Unternehmen, n und in %, Unternehmen mit Foko/Innovationscamp-Erfahrung und Unternehmen ohne relevante Erfahrung



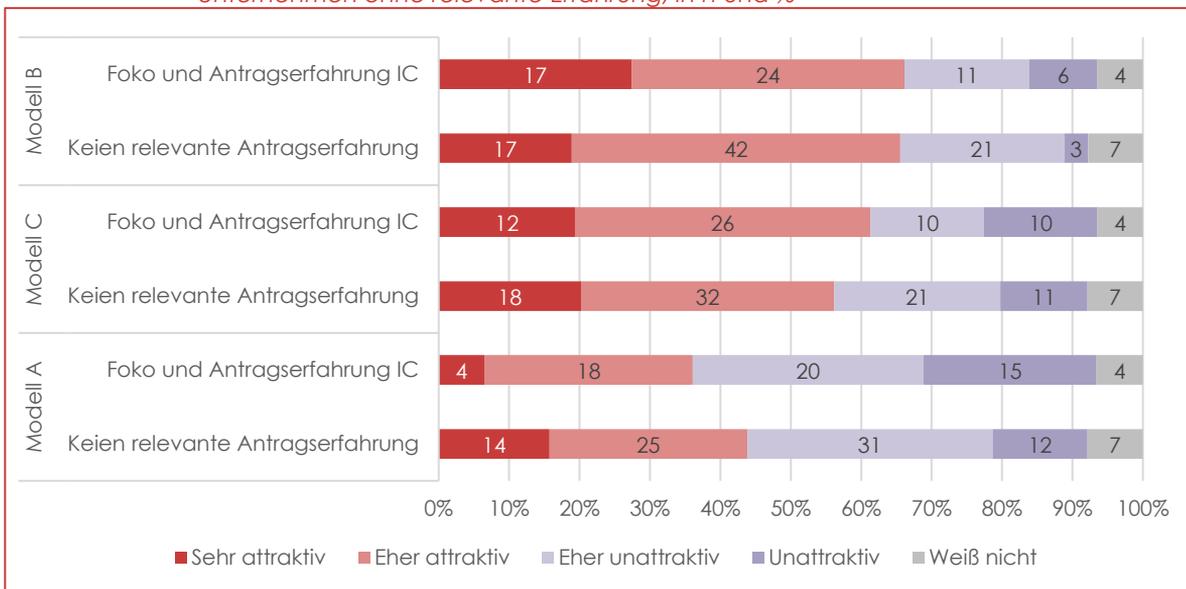
Quelle: Befragung Technopolis

Abbildung 15 Attraktivität der Modelle A-C, KMU und GU, in n und %



Quelle: Befragung Technopolis

Abbildung 16 Attraktivität der Modelle A-C, Unternehmen mit Foko/Innovationscamp-Erfahrung und Unternehmen ohne relevante Erfahrung, in n und %



Quelle: Befragung Technopolis

Tabelle 5 Unternehmen, die DSS nicht kennen, nach Branche

	Anzahl	In %
Information und Kommunikation	16	22,5%
Herstellung von Waren	12	16,9%
Sonstiges	11	15,5%
Freiberufliche/techn. Dienstleistungen	11	15,5%
Bau	8	11,3%
Handel	6	8,5%

	Anzahl	In %
Sonst. wirtschaftl. Dienstleistungen	4	5,6%
Energieversorgung	2	2,8%
Finanz- und Versicherungsleistungen	1	1,4%
Gesamtergebnis	71	100,0%

Quelle: Befragung Technopolis

Tabelle 6 Unternehmen, die DSS nicht kennen, nach Bundesland

	Anzahl	In %
Niederösterreich	18	25,0%
Wien	16	22,2%
Steiermark	12	16,7%
Oberösterreich	11	15,3%
Tirol	10	13,9%
Kärnten	2	2,8%
Vorarlberg	1	1,4%
Burgenland	1	1,4%
Salzburg	1	1,4%
Gesamtergebnis	72	100,0%

Quelle: Befragung Technopolis

technopolis
group 

www.technopolis-group.com