

# Evaluierung des „Digi-Winners“ und Perspektiven des Weiterbildungsmarktes in Wien

Jänner 2022

Nadja Bergmann, Lisa Danzer, Lucas Meyer,  
Katharina Aufhauser, Andreas Riesenfelder



Im Auftrag der Arbeiterkammer Wien und  
des Wiener ArbeitnehmerInnen  
Förderungsfonds



L&R Sozialforschung

# Inhaltsverzeichnis

- Hintergrund, Zielsetzung und Methodik der Kurzevaluierung
- Theoretische Verortung und Anregungen rund um den „Digital Divide“
- Wer sind die „Digi-Winner“-Kund\*innen?
- Welche Kursinhalte wurden von wem mit Hilfe der „Digi-Winner“-Förderung in Anspruch genommen?
- Wege zur „Digi-Winner“-Förderung
- Bedeutung der „Digi-Winner“-Förderung für die Inanspruchnahme digitaler Weiterbildung
- Wie haben die Kund\*innen profitiert?
- Covid-19 induzierte Änderungen und der Digitalisierungsschub
- Zukunftsperspektive Weiterbildung
- Glossar

# Hintergrund, Zielsetzung und Methodik

---

# Hintergrund und Zielsetzung der Evaluierung I

- Der Aufbau von digitalen Kompetenzen (und entsprechendem Zugang zu digitalen Geräten) wird für nahezu alle Berufs- und Lebensbereiche immer essentieller und Voraussetzung für Teilhabe und „Mithalten“ können im Arbeitsleben, aber auch im gesamtgesellschaftlichen Kontext.
- Der seit 2019 vom waff und der AK Wien initiierte „Digi-Winner“ stellt ein neues Förderinstrument dar, um den Auf- und Ausbau dieser Kompetenzen finanziell zu unterstützen. Inwiefern der „Digi-Winner“ bei den Wiener Arbeitnehmer\*innen ankommt, von wem er in Anspruch genommen wird und von wem nicht, mit welchen Intentionen die Inanspruchnahme erfolgt und welche Ziele erreicht wurden, ist Gegenstand der vorliegenden Evaluierung.
- Da seit März 2020 rund um die Maßnahmen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie zusätzlich in vielen Bereichen ein „Digitalisierungsschub“ verursacht wurde und auch neue Formen der Weiterbildung – das sogenannte Distance Learning – notwendig wurden, stellt diese Zäsur im Rahmen der Evaluierung ebenfalls einen wichtigen Aspekt dar. Wie erlebten die "Digi-Winner"-Kund\*innen diese Umstellung?

# Hintergrund und Zielsetzung der Evaluierung II

- Neben den Kund\*innen wird auch die Entwicklung der Wiener Weiterbildungslandschaft in den Blick genommen und reflektiert, wie diese die Umstellung auf Distance-Angebote erlebten und welche Entwicklungen unter welchen Bedingungen längerfristig aufgegriffen werden.
- Zudem steht die Zielgruppenerreichung und inhaltliche Entwicklung der Angebote rund um Digitalisierung generell im Fokus wie auch die Entwicklung der Weiterbildungsinstitute.
- Als eine Grundlage für die Beurteilung der Treffsicherheit des „Digi-Winners“ wie auch der Weiterentwicklung der Angebote wurde das mittlerweile recht gebräuchliche Konzept der „Digital Divides“ (Van Dijk 2005, 2020) herangezogen, welches „digitale Klüfte“ zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen und deren Abbau thematisiert.
- Mögliche Empfehlungen rund um die Weiterentwicklung des Förderinstruments „Digi-Winner“ wie auch der Weiterbildungslandschaft aus Sicht der Kund\*innen und der Institute runden die Evaluierung ab.

# Zentrale Fragestellungen der Untersuchung

- Wer sind die "Digi-Winner"-Kund\*innen, also jene Wiener Arbeitnehmer\*innen, die den „Digi-Winner“ in Anspruch nehmen, um eine digitalisierungsspezifische Weiterbildung zu realisieren?
- Inwiefern bilden sich die im Konzept des „digital divides“ (der digitalen Klüfte) angesprochenen unterschiedlichen Zugänge zu digitalen Kompetenzen bei den „Digi-Winner“-Kund\*innen ab, inwiefern werden sie adressiert?
- Welche Bildungsinhalte werden besonders nachgefragt?
- Mit welcher individuellen Intention wird der "Digi-Winner" in Anspruch genommen und inwiefern wurden die Ziele erreicht?
- Wie erlebten die "Digi-Winner"-Kund\*innen wie auch Weiterbildungsinstitute die Umstellung bzw. den Digitalisierungsschub durch Covid-19?
- Welche Entwicklungen der Weiterbildungslandschaft erscheinen aus deren Blickwinkel wahrscheinlich, welche wünschenswert? Spezifisch auch unter dem Fokus der Schließung digitaler Klüfte?

# Methodische Herangehensweise der Evaluierung

- Literaturreaufbereitung zum „Digital Divide“
- Auswertung der Strukturdatenanalyse der Teilnahmen<sup>1</sup> von 2019 bis Mitte 2021, zur Verfügung gestellt seitens des waff: n=1.983 Teilnahmen von 1.513 Kund\*innen<sup>2</sup>
- Durchführung und Auswertung einer Online-Befragung mit „Digi-Winner“-Kund\*innen im Befragungszeitraum August bis September 2021
  - Fokus auf quantitativen Fragen, Auswertung mittels SPSS
  - 311 Teilnehmer\*innen nahmen an der Befragung teil (20,6% Rücklaufquote; Gewichtung nach Geschlecht)
- Durchführung und Auswertung einer Online-Befragung bei 20 Wiener Weiterbildungsinstituten im Befragungszeitraum August bis September 2021
  - Fokus auf qualitativen Fragen, inhaltsanalytische Auswertung
- Durchführung und inhaltsanalytische Auswertung zweier Fokusgruppen im Oktober 2021
  - eine mit Wiener Weiterbildungsinstituten, eine mit "Digi-Winner"-Kund\*innen

# Überblick über die Untersuchungsdaten

Abgeschlossene und genehmigte Förderfälle im Zeitraum 2019 bis Kursende vor dem 1. Juni 2021

n=1.983 Förderfälle  
n=1.513 geförderte Personen

Online-Befragung von Wiener  
Weiterbildungsinstituten  
n=20

Fokusgruppe mit Wiener  
Weiterbildungsinstituten  
n=8

Online-Befragung von „Digi-Winner“-  
Kund\*innen  
n=311

Fokusgruppe mit „Digi-Winner“-Kund\*innen  
n=10

# Was ist der „Digi-Winner“?

- Vor dem Hintergrund der sich ständig in Bewegung befindlichen Arbeitswelt und dem stetigen Upskilling-Prozesses hinsichtlich digitaler Kompetenzen hat der waff gemeinsam mit der AK Wien 2019 den „Digi-Winner“ gestartet; eine Förderung, die sich an Mitglieder der AK Wien richtet mit dem Ziel, diese finanziell bei Weiterbildungen im Feld der Digitalisierung zu unterstützen.
- Wiener\*innen, die AK-Mitglied sind, können damit bis zu 5.000 Euro Förderung für berufliche Weiterbildungen bekommen. Je nach Einkommen – die Obergrenze liegt bei 2.500 Euro netto im Monat – können 40% bis 80% der Kurskosten gefördert werden.
- Gefördert werden digitalisierungsspezifische Weiterbildungen: etwa fachliche Kurse rund um EDV-Grundlagen, Standard-Anwendungen wie ECDL, Datenbank-Programmierung, IT-Projekt-Management, Daten-Sicherheit, Social Media etc.
- Das Programm wurde von einer Informationskampagne unter dem Motto „Mein Job wird digitaler – Ich auch“ begleitet. Der waff bietet für alle Interessierten eine Beratung an.

# Zum Einstieg: Ziele der "Digi-Winner"-Kund\*innen

„Da ich mit 55 Jahren Schwierigkeiten habe einen Job zu finden, erwarte ich, mit der SCRUM Zertifizierung plus meinem umfassenden Projekt Management Know How den notwendigen Ausbildungsvorsprung vorweisen zu können, um eingestellt zu werden.“

„Die Wettbewerbsfähigkeit erweitern und mich up-to-date halten.“

„Ich möchte meine EDV Kenntnisse verbessern.“

„Meine Kompetenzen für die Digitalisierung zukunftsorientiert auszubauen um langfristig attraktiv für den Arbeitsmarkt zu sein.“

„Wissen erweitern und stärker aus der Krise, die die Luftfahrt sehr getroffen hat, herauskommen.“

Quelle: Online-Befragung Kund\*innen; L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311

# Theoretische Verortung und Anregungen rund um den „Digital Divide“

Literaturaufbereitung

# Konzept des „Digital Divide“ als Hintergrund zur Beurteilung des „Digi-Winners“

- Der Zugang zur digitalen Ausstattung und digitale Kompetenzen wird immer zentraler, um am beruflichen aber immer mehr auch am gesellschaftlichen Leben insgesamt teilnehmen zu können.
- Van Dijk (2005) hat zur „Messung“ unterschiedlicher Teilhabebedingungen an der Informationsgesellschaft (wie es zu Beginn dieses Jahrtausends noch hieß) das Konzept des „Digital Divides“ – der digitalen Spaltung bzw. digitalen Kluft – maßgeblich entwickelt, geprägt und in den letzten zwanzig Jahren weiterentwickelt (aktuell Van Dijk 2020).
- Unterschiedliche Forscher\*innen konnten auf Basis der „Divides“ zeigen, welche Faktoren zu Teilhabe oder Ausschluss führen. Zur Beurteilung des „Digi-Winners“ wird auf die Erkenntnisse zurückgegriffen und der Frage nachgegangen, welche Gruppen die Förderung in Anspruch genommen haben und welche nicht. Daraus können auch weitere Empfehlungen abgeleitet werden.
- Das Konzept bzw. die „Digital Divides“ wird auf den folgenden Folien näher beschrieben.

# Was ist der Digital Divide?

„A division between people who have access and use of digital media and those who do not“ (Jan van Dijk 2020, S.1)

- „Digital media“ wird hier als zusammenfassender Begriff für Informations- und Kommunikationstechnologien verstanden
- Es wird zwischen drei Ebenen unterschieden:
  1. „first level divide“ – dem unterschiedlichen Zugang zur notwendigen technischen Ausstattung,
  2. „second level divide“ – der unterschiedlichen Möglichkeit der Kompetenzaneignung und
  3. „third level divide“ – dem Nutzen aus der Anwendung.

# Wieso werden digitale Medien (nicht) genutzt?

- Laut Dijk ist das Anwendungsverhalten ein Ergebnis aus dem Zusammenspiel von Bedürfnissen, Belohnungen und Intentionen.
- Es braucht als Grundlage eine generelle Motivation, mit der digitalen Welt zu interagieren; ohne dieser kann es nicht zu einer Entwicklung/Verbesserung der digitalen Kompetenzen kommen.
- Verschiedene Faktoren bedingen dabei das Verhalten und die Motivation:

## Ressourcen

- Zeit
- Materielle Ressourcen
- Mentale Ressourcen
- Soziale Faktoren
- Kulturelle Faktoren

## Persönliche Faktoren

- Arbeit
- Bildung
- Haushalt
- Soziale Netzwerke
- Land

## Positionelle Faktoren

- Alter/Generation
- Geschlecht
- Migrationshintergrund
- Kognitive Intelligenz
- Lese- und Schreibfähigkeit
- Persönlichkeit
- Gesundheit

vgl. van Dijk 2020, 34-46

# Führt digitale Ungleichheit zu sozialer Ungleichheit?

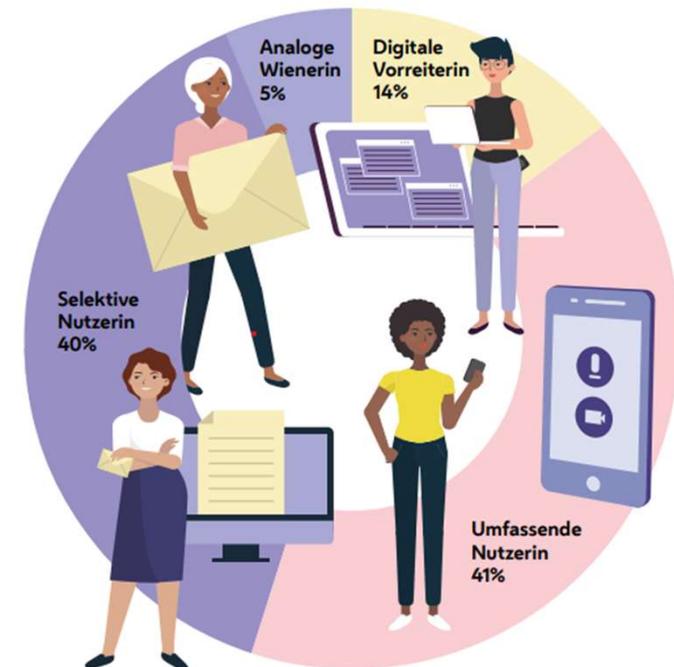
Wie kommt es zu unterschiedlichen Kompetenzniveaus?

- Durch unterschiedliche materielle Ressourcen (bedingt durch sozioökonomische Faktoren),
- Durch unterschiedliche soziale Ressourcen (Freund\*innen, Familie etc.),
- Durch einen unterschiedlichen Zugang zu Bildung und Arbeit als wichtigste strukturelle Grundlage für das Erlangen von digitalen Kompetenzen.
- Digitale Ungleichheit reflektiert sowie verstärkt die soziale Ungleichheit.
- Die unterschiedlichen Kompetenzen führen in einer Informationsgesellschaft dazu, dass Personen mit hoher Bildung (hohen digitalen Kompetenzen) höhere soziale Stellungen bekommen und Personen mit niedriger Bildung (niedrigen Kompetenzen) noch weiter sozial nach unten fallen. Der „Digital Divide“ führt dadurch zu einer Vergrößerung der sozialen Ungleichheit.
- Unterschiedliche gesellschaftliche Klassen profitieren unterschiedlich stark von digitalen Medien

vgl. van Dijk 2020, 68-79

# Ausprägung des „Digital Divides“ in Wien anhand der Wienerinnen

- Der Frauenbarometer 2020 (Bergmann et al. 2021) – eine repräsentative Befragung von 1.055 Wienerinnen zwischen 16 und 64 Jahren – zeigt, dass es innerhalb der Gruppe der Wienerinnen große Spaltungen gibt, zwischen jenen mit hohen digitalen und jenen ohne digitalen Kompetenzen und Zugang zur digitalen Ausstattung (erster und zweiter digital divide).
- Es wurden vier idealtypische Gruppen entlang der digitalen Kompetenzen und Ausstattung identifiziert: die digitale Vorreiterin, die umfassende Nutzerin, die selektive Nutzerin und die analoge Wienerin.
- Die folgenden vier Folien zeigen die Verschränkung von Alter, Erwerbsstatus, Branche/Beruf und Bildungshintergrund mit digitalen Kompetenzen und Ausstattungen.

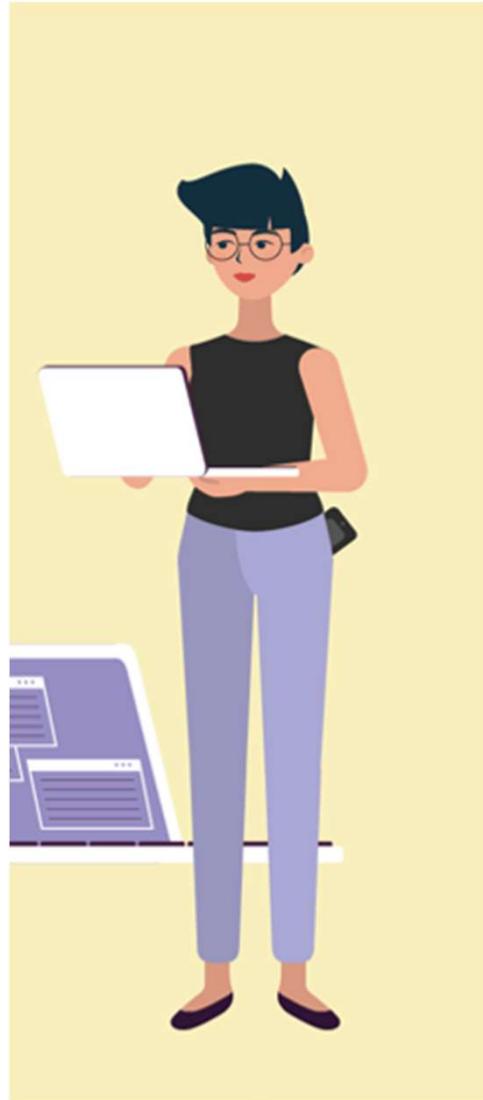


Quelle: L&R Datafile „Frauenbarometer Wien“, 2020; gewichtete Stichprobe, Interviews n=1.055, nicht vollständige Angaben n=118

# Die digitale Vorreiterin

Breite digitale  
Ausstattung und  
hohe digitale  
Kompetenzen

Ø 33 Jahre,  
tertiärer  
Bildungsabschluss



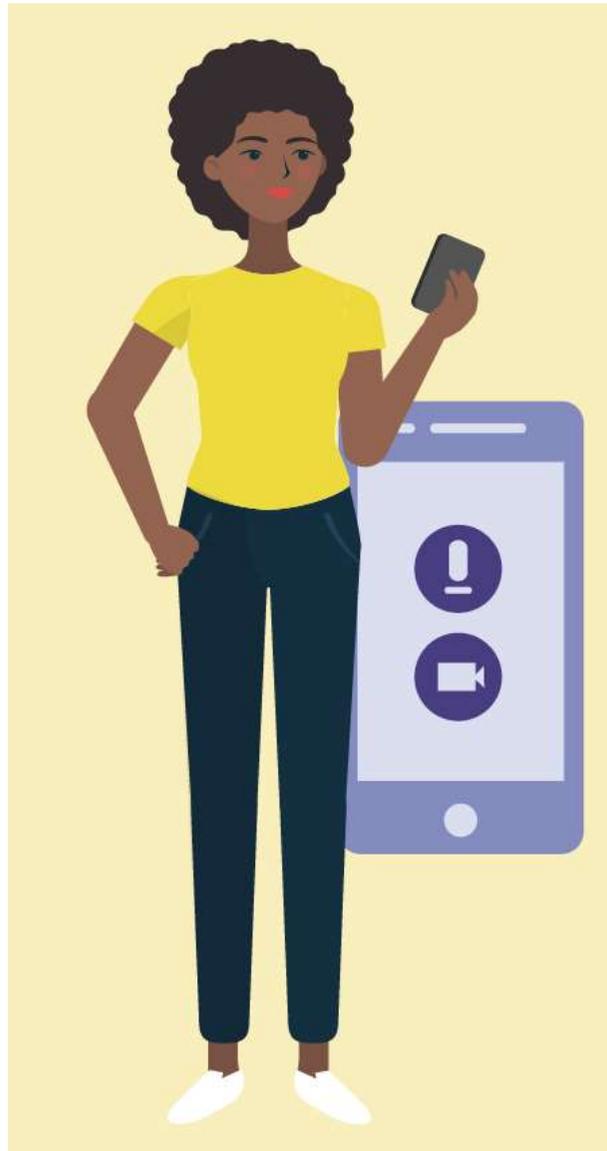
Häufig in Jobs mit  
technischen oder  
digitalen Tätigkeiten

Starke und aktive  
Social-Media  
Nutzung

# Die umfassende Nutzerin

Überdurchschnittliche digitale Ausstattung, digitale Kompetenzen über dem Basisniveau

Ø 37 Jahre, hoher Anteil an Akademikerinnen



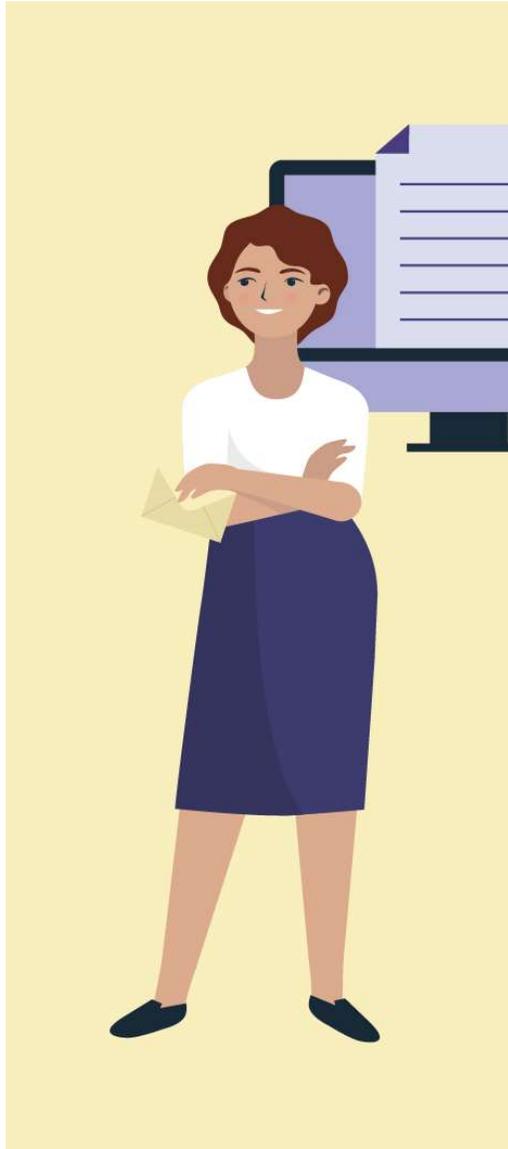
Häufig in akademischen Berufen, aber seltener in technischen Berufen

Starke Nutzung digitaler Kommunikationsmedien (Messenger-Dienste & Social Media)

# Die selektive Nutzerin

Unterdurchschnittliche digitale Ausstattung, digitale Kompetenzen entsprechen dem Basisniveau

Ø 43 Jahre, häufig Lehr- oder BMS - Abschluss



Häufig in Dienstleistungs- und Verkaufsberufen, verstärkt Hilfs- und angelernte Tätigkeiten

Stehen digitalen Veränderungen im Beruf verstärkt skeptisch gegenüber

# Die analoge Wienerin

Minimale digitale Ausstattung,  
digitale Kompetenzen  
sehr gering

Ø 56 Jahre, geringes  
formales  
Bildungsniveau, häufig  
bereits in Pension



Messenger-Dienste  
werden seltener aber  
doch genutzt; Social  
Media spielt kaum eine  
Rolle

Gefühl, aufgrund ihrer  
geringen digitalen  
Ausstattung in der  
heutigen Welt nicht  
„mithalten“ zu können

# Weitere Zusammenhänge zwischen sozioökonomischen Merkmalen und digitalen Kompetenzen

- Im Rahmen der Befragung konnten einige Gruppen von Frauen identifiziert werden, die kaum an digitalen Weiterbildungsaktivitäten teilnahmen: Frauen mit niedrigem oder mittlerem Bildungsniveau, Frauen mit Migrationshintergrund und niedrigem Einkommen sowie arbeitssuchende oder karenzierte Frauen. Gründe für die Nicht-Teilnahme waren zeitliche oder finanzielle Gründe sowie ein fehlender Überblick über die Angebote.
- Auch wenn im Rahmen des Frauenbarometers Wienerinnen im Fokus standen, ist auch von einer entsprechenden Differenzierung der Wiener auszugehen bzw. wird von verschiedenen Studien (Zilian & Zilian 2020) bestätigt.
- Hinsichtlich des „Digital Gender Divides“ wird von einem Rückgang im Bereich der Basiskompetenzen ausgegangen, nicht aber bei fortgeschrittenen Kompetenzen (Reidl et al. 2020).
- Der Frauenbarometer zeigte einen Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Inanspruchnahme finanzieller Unterstützung bei digitaler Weiterbildung auf: Frauen mit niedrigem Einkommen haben diese verstärkt in Anspruch genommen (Bergmann et al. 2021).

# Erste Empfehlungen zur Überbrückung des „Digital Divide“

- Finanzielle Lenkungsmöglichkeiten sollten – so ein Resümee der Studie – durch eine noch genauere Steuerung der finanziellen Unterstützung zur Erreichung bestimmter, wenig erreichter Gruppen weiter angepasst werden (Bergmann et al. 2021).
- Van Dijk (2020) nennt weitere Stellschrauben zur Überbrückung des „Digital Divides“:
  - Sensibilisierungsprogramme für die Wichtigkeit von digitalen Kompetenzen
    - Z.B. die Relevanz für jeweilige Berufsgruppen oder die Wichtigkeit für soziale Vernetzung aufzeigen
  - Institutionelle und Selbst-Einschätzungen des Kenntnisstandes
  - Gute Zugänglichkeit zu Weiterbildungsmöglichkeiten
  - Bildungsprogramme gezielt für spezifische soziale Gruppen (junge Menschen, Senior\*innen, soziale Minderheiten etc.)
  - Förderung der alltäglichen Arbeit mit digitalen Skills in Schule und Arbeit

vgl. van Dijk 2020, 152f.

# Wer sind die "Digi-Winner"-Kund\*innen?

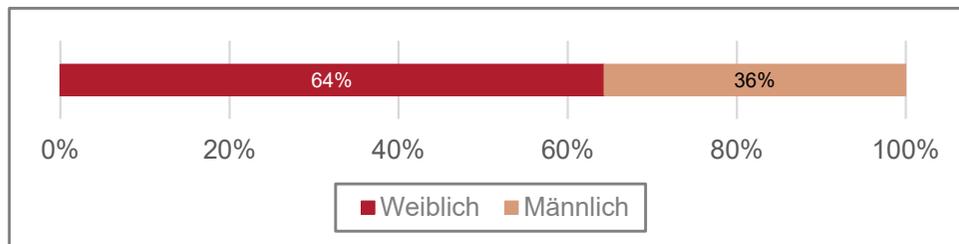
---

Strukturdatenanalyse, Onlinebefragung und Auswertung der Fokusgruppen

# Soziodemographisches Abbild

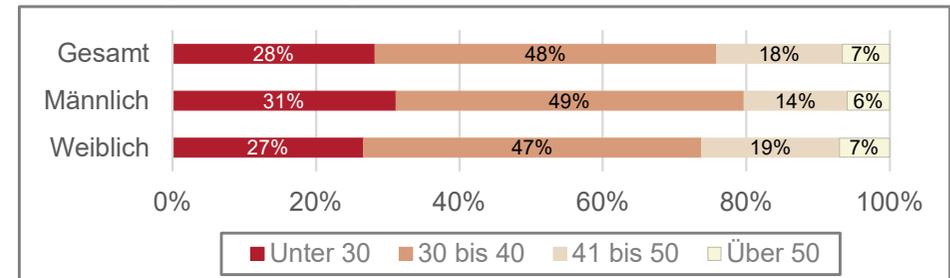
- Insgesamt haben mehr Frauen als Männer den „Digi-Winner“ in Anspruch genommen (64% zu 36%)
- Der größte Teil der Kund\*innen ist der Altersgruppe zwischen 30 und 40 Jahren zuzuordnen (48%)
- 72% der Kund\*innen kommen aus Österreich, 18% aus EU-Staaten und 10% aus Nicht-EU-Ländern
- Die größte Gehaltsgruppe (37%) liegt bei 1.000 bis 1.500 Euro (netto) im Monat, gefolgt von 1.500 bis 2.000 Euro (netto, 32%)

## Verteilung des Geschlechts



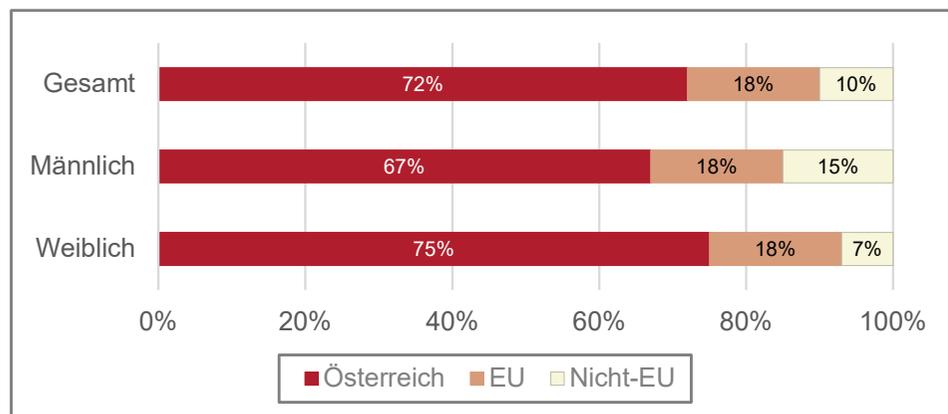
Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse', 2021; n=1513 Kund\*innen, n miss=1

## Verteilung des Altersgruppen



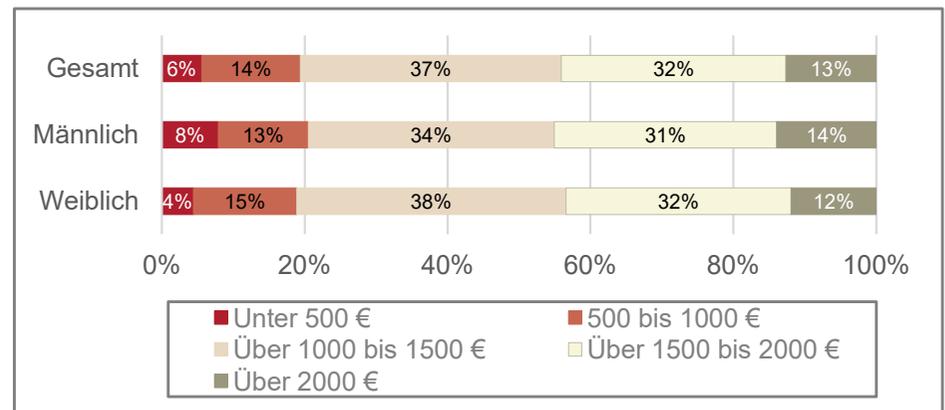
Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse', 2021; n=1513 Kund\*innen, n miss=2

## Verteilung der Staatsbürgerschaft



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse', 2021; n=1513 Kund\*innen, n miss=4

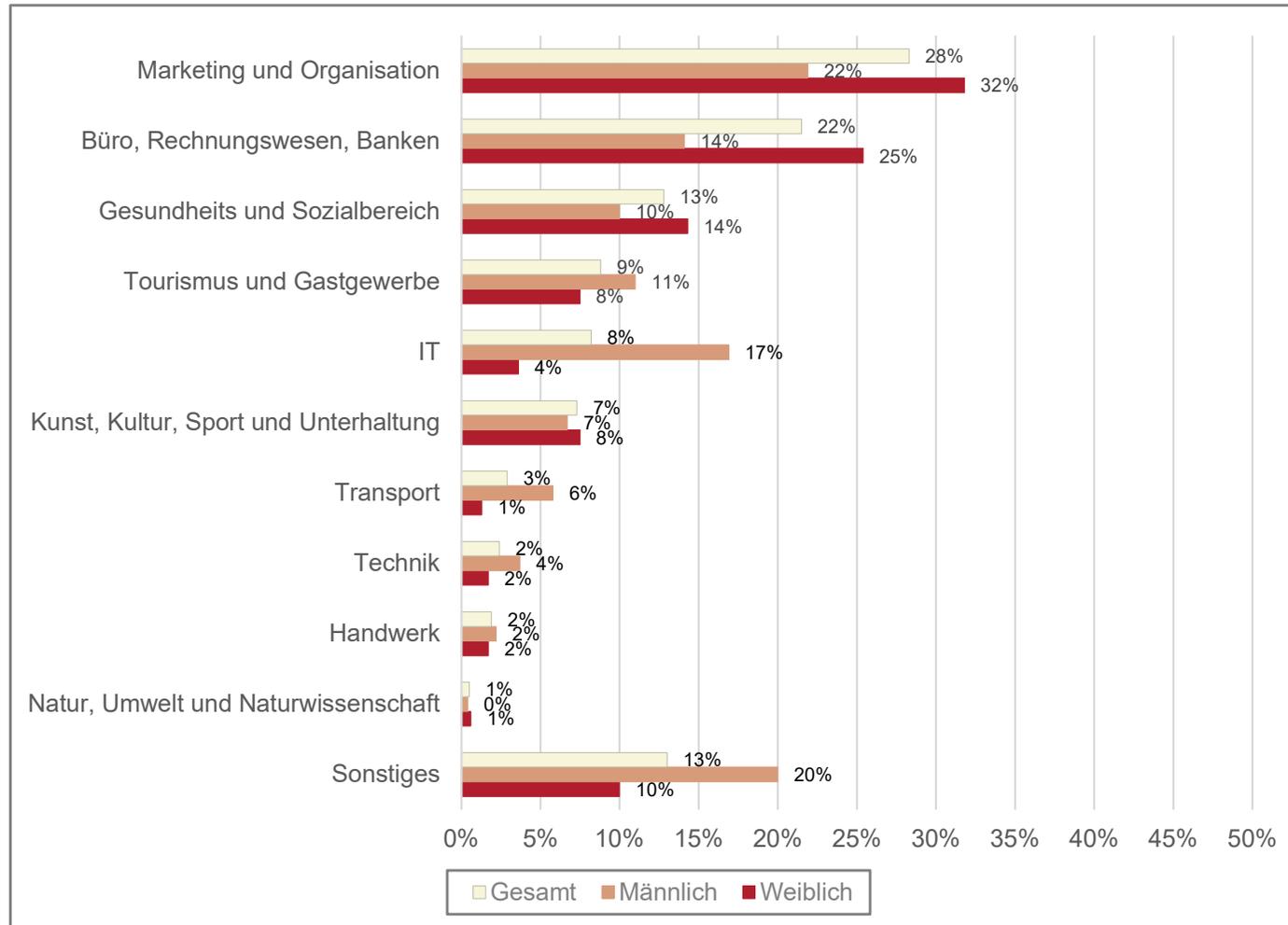
## Einkommen zum Zeitpunkt der Antragsstellung



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513 Kund\*innen, n miss= 153

# Berufliche Tätigkeit der "Digi-Winner"-Kund\*innen

Beruflicher Tätigkeitsbereich zum Zeitpunkt der Antragsstellung



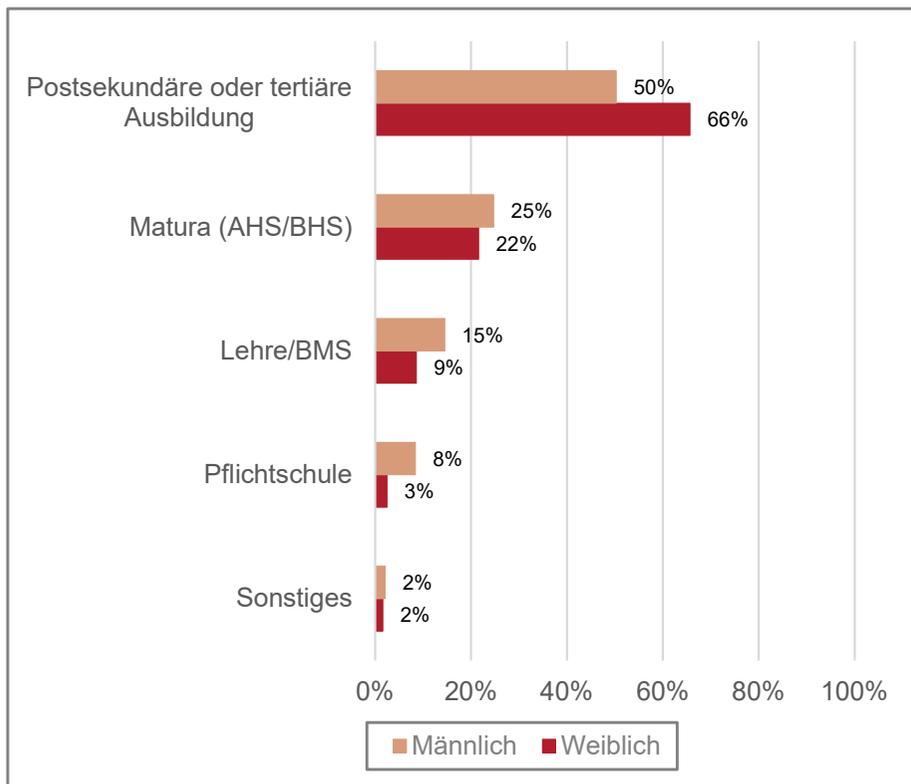
Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513 Kund\*innen, n miss= 192

- Der größte Teil der Kund\*innen kommt aus dem Bereich Marketing und Organisation (28%), gefolgt von Büro/Rechnungswesen (22%) und Gesundheits- und Sozialbereich (13%)
- Vor allem in diesen drei Bereichen gibt es auch mehr Frauen, die die Förderung in Anspruch nehmen
- Männer sind stärker über die Berufsgruppen verteilt; der IT-Bereich ist nach dem Bereich Marketing und Organisation bei Männer der zweitwichtigste Tätigkeitsbereich aus welchem die Teilnehmer kommen

# Bildungshintergrund der "Digi-Winner"-Kund\*innen

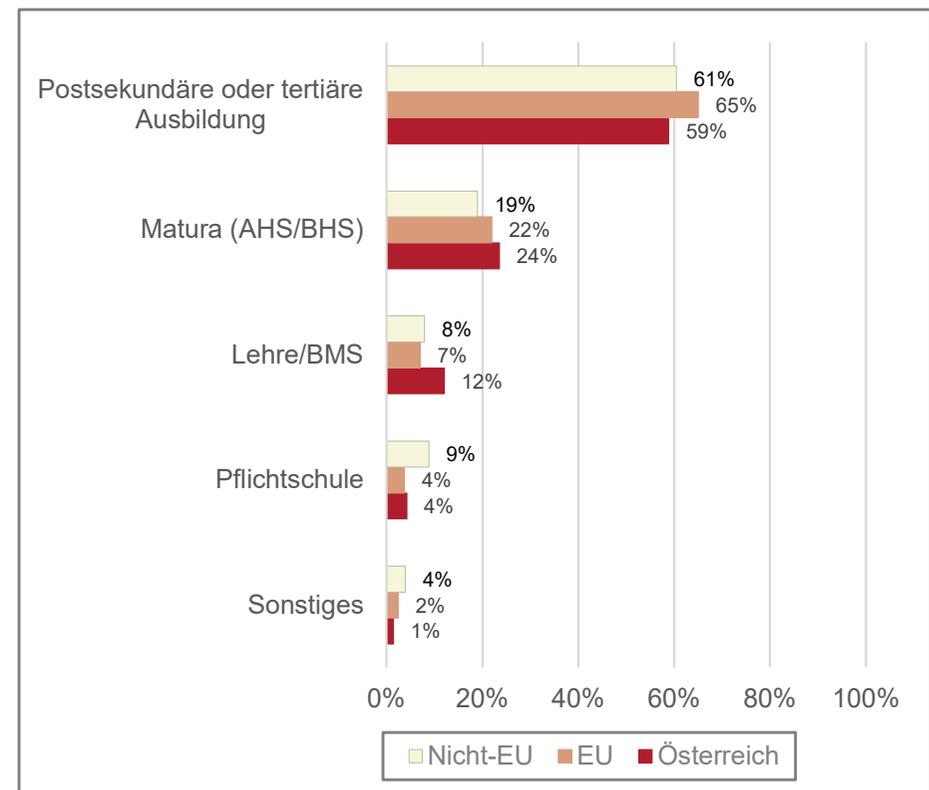
- 66% der Frauen haben eine postsekundäre oder tertiäre Ausbildung abgeschlossen, bei den Männern verteilen sich die Kunden stärker auf die verschiedenen Bildungsniveaus, aber auch hier findet sich ein starker Fokus auf hochgebildete Gruppen – insgesamt sind es n=912 Personen mit einem postsekundären bzw. tertiären Bildungshintergrund
- Bezogen auf die Staatsbürgerschaft zeigt sich, dass alle Gruppen eine ähnliche Verteilung hinsichtlich des Bildungsniveaus aufweisen

**Bildungshintergrund nach Geschlecht**



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513, n miss=1

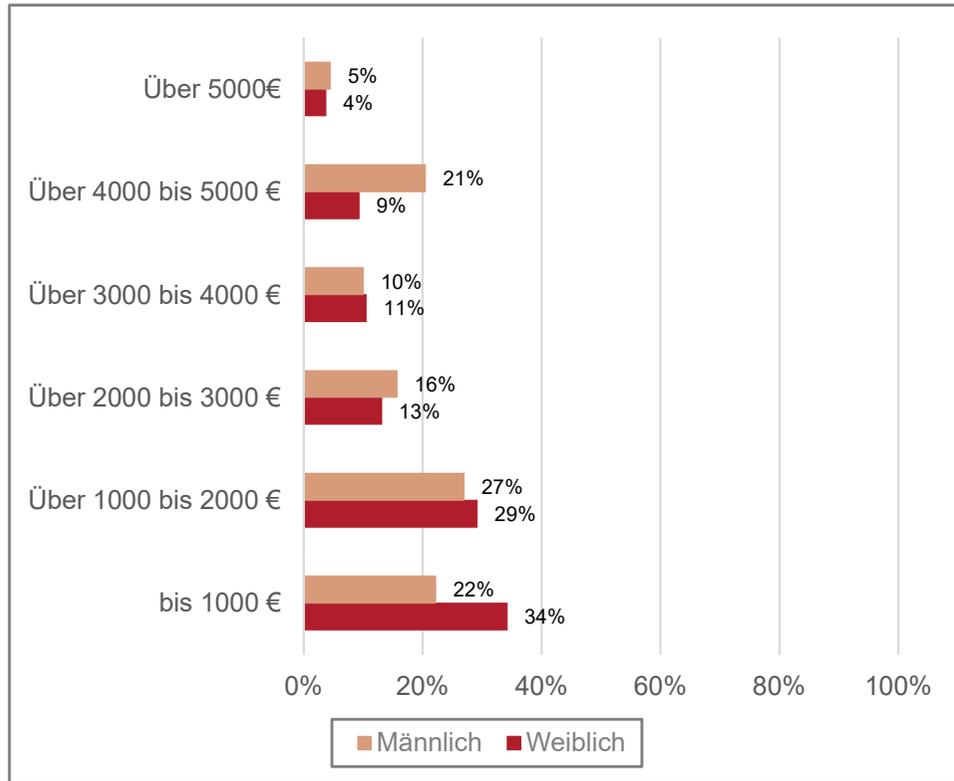
**Bildungshintergrund nach Staatsbürgerschaft**



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513, n miss=3

# Fokus auf Geschlecht und Bildungshintergrund nach Kurskosten

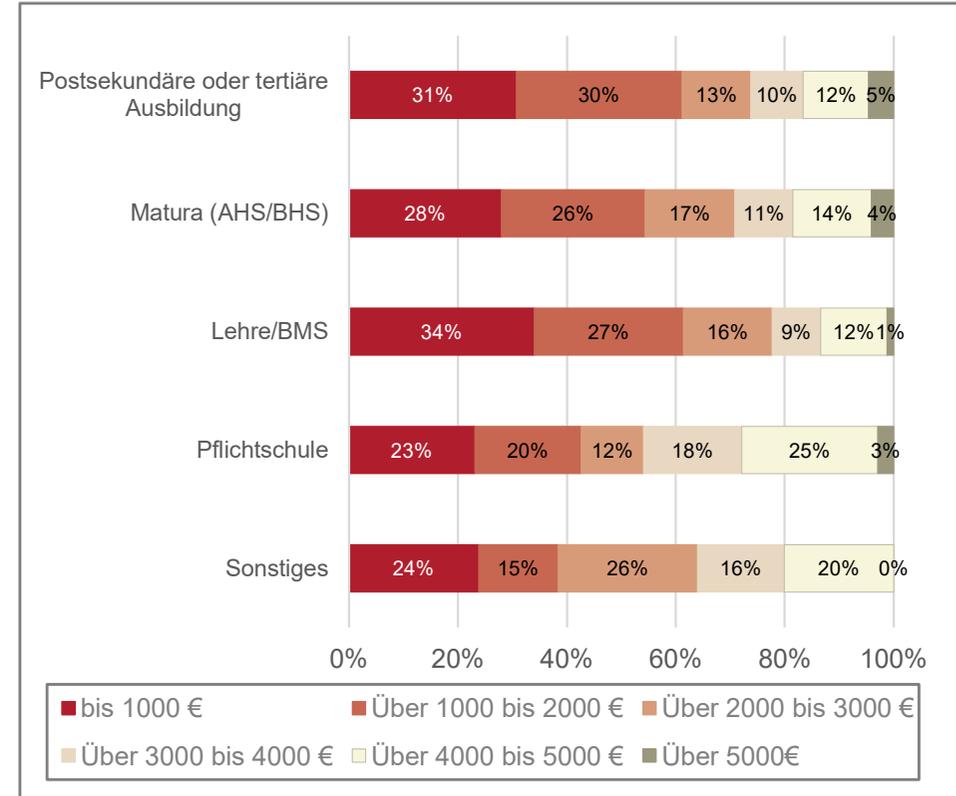
## Kurskosten nach Geschlecht



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513, n miss=1

- Frauen haben am häufigsten Kurse im unteren Kostenbereich belegt (34% bis 1.000€, 29% bis 2.000€), Männer Kurse aus ganz unterschiedlichen Preissegmenten (26% Kurse über 4.000€, gegenüber 13% der Frauen).

## Bildungshintergrund nach Kurskosten

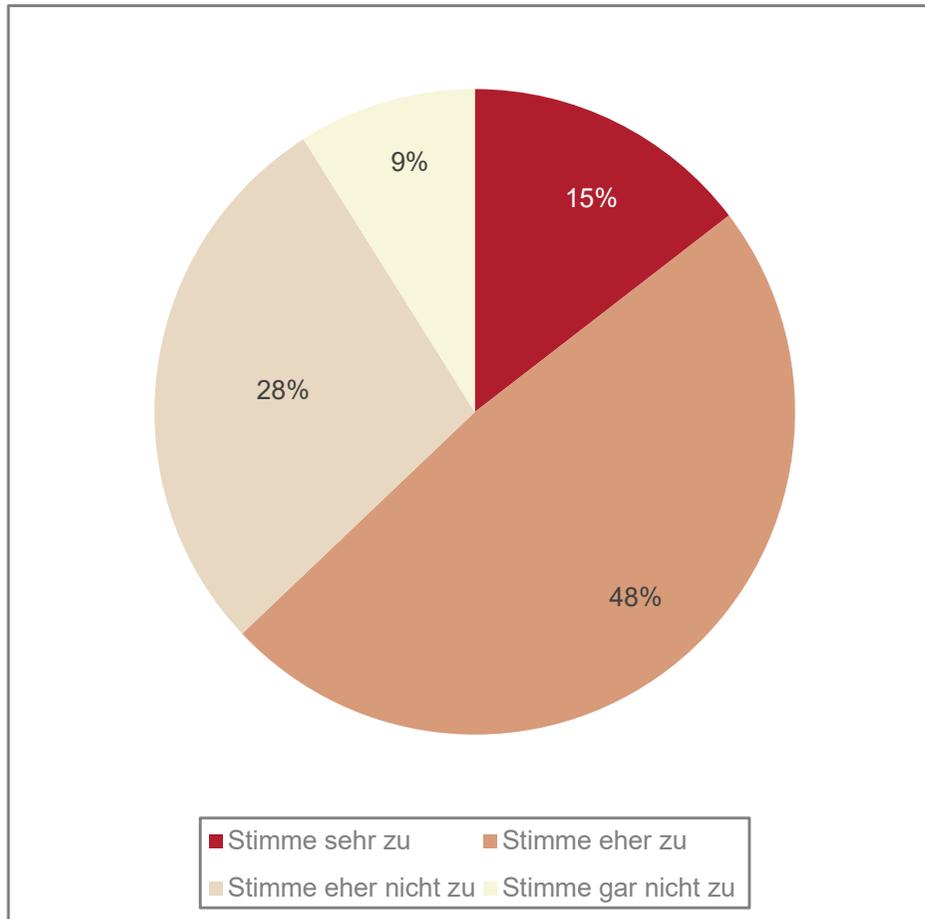


Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513

- Hinsichtlich des Ausbildungshintergrundes ist wenig Varianz feststellbar. Die einzige Auffälligkeit betrifft das quantitativ kleine Feld der Pflichtschulabsolvent\*innen (n=69), welche überproportional hochpreisige Kurse besuchten.

# Gibt es ein ausreichendes berufsbegleitendes Aus- und Weiterbildungsangebot?

In Wien gibt es genügend digitalisierungsspezifische Aus- und Weiterbildungsangebote, die sich mit beruflichen Verpflichtungen vereinbaren lassen.



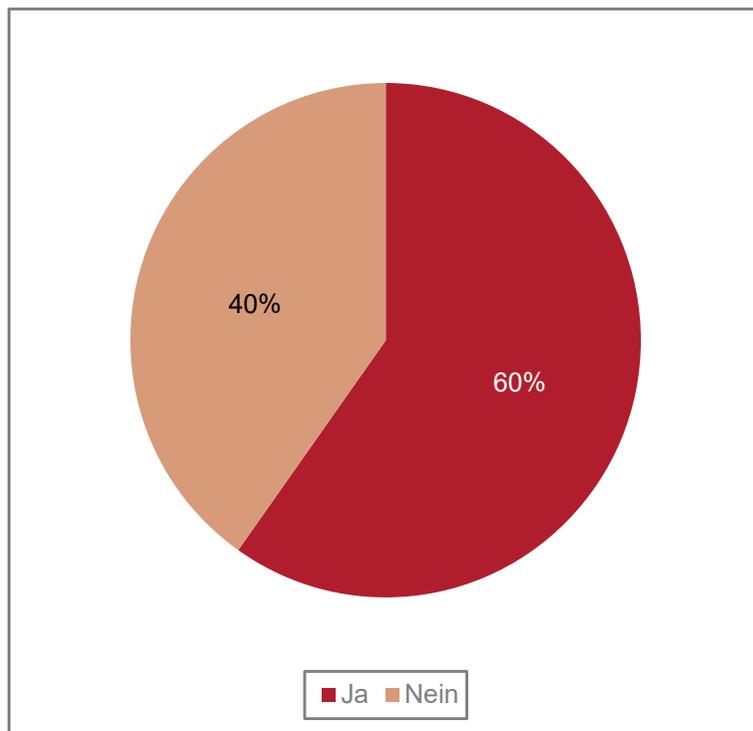
Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss = 50

„Für Arbeitende, die 5 Tage die Woche Dienst haben – es ist sehr schwer für 2-3 Monate zwei ganze Tage jede Woche die Kurse zu besuchen.“  
(Online-Befragung Kund\*innen)

- Ein Spezifikum der "Digi-Winner"-Förderung ist die Zielgruppe der in Beschäftigung Stehenden – diese müssen die Weiterbildung mit Berufstätigkeit kombinieren können.
- Während der Großteil der Befragten der Ansicht ist, dass es ausreichende Angebote gibt, sind immerhin mehr als ein Drittel der Meinung, dass dem nicht so sei.

# Für welche Zielgruppen bräuchte es spezifische Angebote?

Sehen Sie einen Bedarf an zusätzlichen digitalisierungsspezifischen Aus- und Weiterbildungsangeboten, die sich an spezifische Zielgruppen richten?



- Immerhin 60% der "Digi-Winner"-Kund\*innen sind der Ansicht, dass es einen Bedarf an zielgruppenspezifischen Angeboten gibt.

„Höherqualifizierte Menschen mit mangelhaften IT-Skills, die sich beruflich umorientieren möchten bzw. ihre Skills updaten müssen“.

„ab 40+ Mitarbeiter/Arbeitssuchende“

„Attraktive Kurse für Frauen, um ihnen die Angst vor technischen/digitalen Berufen/Ausbildungen zu nehmen.“

„Für unter 25 Jährige“

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=101

Quelle: Online-Befragung; L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311

# Kund\*innen aus Sicht der Weiterbildungsinstitute

- Vertreter\*innen der Weiterbildungsinstitute meinen, dass prinzipiell alle „motivierten Personen“ Zielgruppe für digitalisierungsspezifische Aus- und Weiterbildungen sind, aber bestimmte Gruppen schlechter erreicht werden.

„Ich könnte hier keine Spezifizierung machen, es sind vielleicht motiviertere Personen aller Altersgruppen. Personen, die offen sind und keine Angst vor Technik haben.“

(Online-Erhebung Aus- und Weiterbildungsinstitute)

- Vor allem gering-qualifizierte Personen, ältere Personen und Personen mit nicht-deutscher Muttersprache werden genannt.
- Bezüglich des Geschlechts wird kein „prinzipieller“ Unterschied hinsichtlich des Interesses gesehen, doch aber bei den Inhalten der Angebote - aufgrund der unterschiedlichen Berufsfelder in welchen Frauen und Männer arbeiten. In Phasen von Betreuungspflichten und Beruf wird zusätzlich eine Weiterbildung zeitlich als sehr schwierig realisierbar gesehen.
- Bei einem Großteil der Befragten gibt es keine „frauenspezifischen Angebote“ im Bereich Digitalisierung und sind auch nicht vorgesehen.

# Kund\*innen aus Sicht der Weiterbildungsinstitute in „E-Learning-Phasen“

Inwiefern es eine Änderung in der Zielgruppenerreichung seit Covid-19 und der phasenweisen Notwendigkeit vom Umstieg auf Online-Angebote gab, wird differenziert gesehen:

- Zwar wurde insgesamt mehr Nachfrage wahrgenommen, wie „alle“ Zielgruppen erreicht werden können - dazu muss aber der richtige Weg gefunden werden.
- Es wird ein Wandel in der Akzeptanz von digitalen Formaten festgestellt; manchen Zielgruppen muss aber die Zeit gegeben werden, sich mit diesen Formaten vertraut zu machen.
- Informelles Lernen bzw. die ganzheitliche Lernerfahrung geht verloren – das schreckt viele ab bzw. führt zum Verlust der Motivation.
- Neben den technischen Hürden darf auch die emotionale Hürde nicht vergessen werden (z.B. Angst vor dem Blamieren, mehr Stress durch Online-Format) + Angst vor Veränderung.
- Eine Möglichkeit zur verbesserten Zielgruppenerreichung: Covid-Phasen (Kurzarbeit etc.) als Chance für die Kompetenzerweiterung vermitteln.

# Zielgruppenerreichung in „E-Learning-Phasen“

## Zielgruppen, die sich gut erreichen ließen

„Alle, die prinzipiell aufgeschlossen oder experimentierfreudig waren/sind und natürlich auch die technischen Voraussetzungen besaßen/besitzen.“

„Internationale Studierende, örtliche Distanz zum Studienort, Personen mit Betreuungspflichten (v.a. Frauen), berufstätige Personen“

„Jene KundInnen, die bereits im Vorfeld (beruflich oder persönlich) eine gewisse Digital-Affinität (gegenüber Online-Anwendungen) besaßen bzw. die notwendige Offenheit gegenüber neuen Formaten mitbrachten.“

## Zielgruppen, die sich weniger gut erreichen ließen

„Menschen, denen der Zusatznutzen des persönlichen Austausches und Kennenlernens wichtig ist - unabhängig vom Thema.“

„Kund\*innen mit schlechten Deutschkenntnissen; Weiterbildungen im Bereich Sprachen; Personen, die keine elektronischen Geräte haben (Internet, Laptops)“

„Diejenigen, die den direkten persönlichen Austausch mit den anderen suchen und dies als Teil des Lernens sehen“

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Weiterbildungsinstitute', n =20; FG Institute

# Auf einen Blick: Wer sind die "Digi-Winner" Kund\*innen?

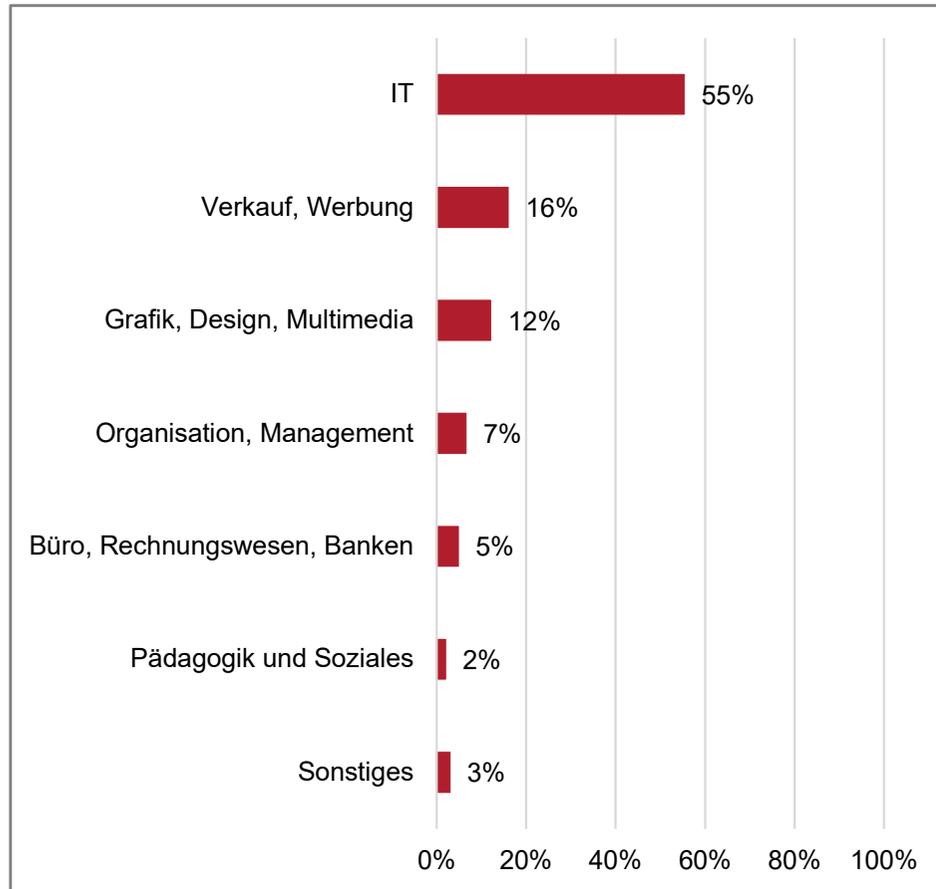
- Der „Digi-Winner“ seit 2019 umfasste bis Juni 2021 1.513 bewilligte und beendete Förderungen.
- Fast 2/3 der Kund\*innen sind Frauen, womit hinsichtlich des „Digital Gender Gaps“ ein gutes Ergebnis zu verzeichnen ist. Kundinnen fragen aber deutlich günstigere Kurse nach.
- Die Analyse entlang weiterer Merkmale zeigt gewisse Schieflagen auf:
  - Es wurden überdurchschnittlich viele Personen mit tertiärer Ausbildung erreicht (61% der Kund\*innen), vor allem in der Gruppe der Frauen – hingegen unterdurchschnittlich wenige Personen mit Pflichtschul- oder mittleren Abschlüssen. Für diese Zielgruppe gibt es seitens des waff jedoch auch spezielle Angebote (mit maximal Pflichtschulabschluss)
  - Zudem sind Beschäftigte ab 41 Jahren kaum vertreten (75% der Kund\*innen sind bis 40 Jahre alt), ebenso wie nicht-österreichische Staatsbürger\*innen (72% haben die österreichische Staatsbürgerschaft).
  - Auch die Konzentration auf bestimmte Berufsgruppen (IT, Marketing und Organisation sowie Büro, Rechnungswesen und Banken) zeigt, dass viele Berufsgruppen wenig bis kaum erreicht wurden.
- Die Weiterbildungsinstitute bestätigen Schwierigkeiten bestimmte Zielgruppen anzusprechen, vor allem niedrigqualifizierte und ältere Personen werden genannt.

# Welche Kursinhalte wurden von wem mit Hilfe der "Digi-Winner"-Förderung in Anspruch genommen?

Strukturdatenanalyse, Onlinebefragung und Auswertung der Fokusgruppen

# Überblick über gewählte Kursinhalte

Verteilung der Inhalte

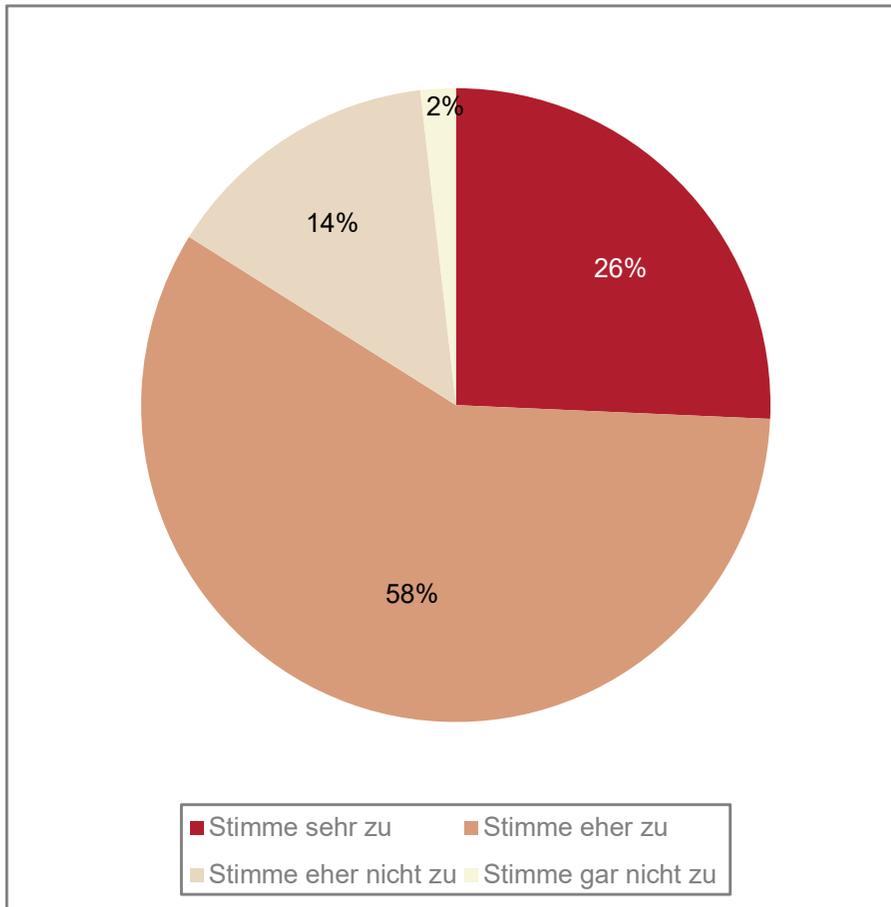


Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse', 2021; n=1983, n miss=4

- Über die Hälfte der Kurse sind IT-spezifisch (55%), gefolgt von Verkauf und Werbung (16%) und dem Grafik und Multimedia-Bereich (12%)
- Hier haben die meisten Personen aus jeder Berufsgruppe Kurse im IT-Bereich gemacht (auch Personen mit beruflicher Tätigkeit im IT-Bereich)
- 42% derjenigen, die einen Kurs im Grafik-Bereich gemacht haben, sind im Kunst, Kultur und Sport-Bereich tätig
- 30% derjenigen, die einen Kurs in Verkauf und Werbung gemacht haben, sind auch in Marketing und Organisation tätig

# Aus- und Weiterbildungsangebote in Wien

Das digitalisierungsspezifische Aus- und Weiterbildungsangebot in Wien deckt sämtliche für mich relevante Inhalte gut ab.

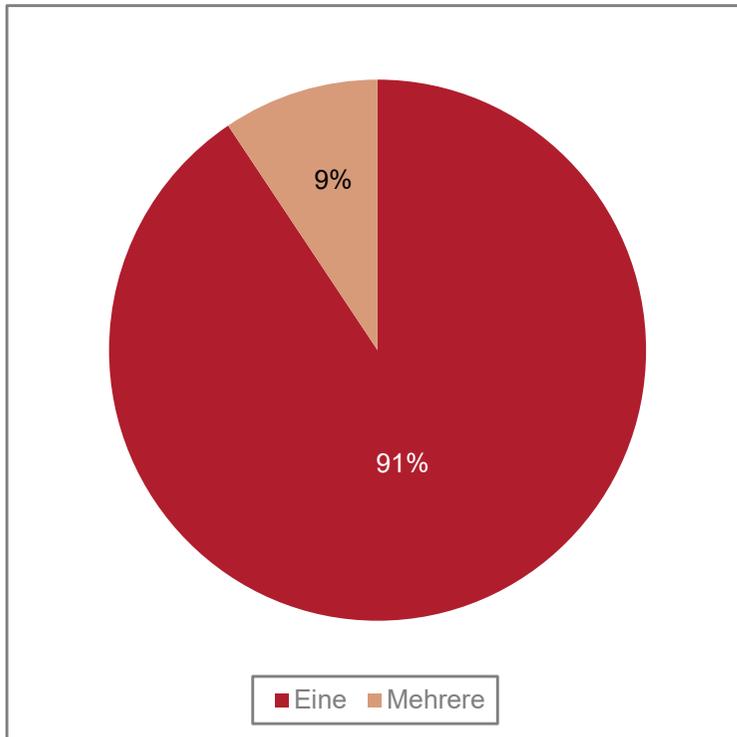


- Ziel des „Digi-Winners“ ist es, vor allem digitalisierungsspezifische Weiterbildungen zu unterstützen – dafür braucht es ein breites Angebot an Inhalten
- Rund ein Viertel der Personen stimmen sehr zu (28%), dass das Angebot in Wien sämtliche Inhalte gut abdeckt, mehr als die Hälfte stimmen eher zu (58%)

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss = 23

# Für welche Inhalte bräuchte es mehr Angebote?

Wie viele Digi-Winner geförderte Aus- oder Weiterbildungen haben Sie bisher absolviert?



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=20

„Kostengünstige Programmierkurse für Einsteiger, Wissensmanagement, Statistikprogramme wie R, Linked Data.“

„Branchenspezifische Weiterbildungen (z.B. für NPO-spezifische digitalisierungsspezifische Fragestellungen, Know-How oder Probleme).“

„Wir brauchen mehr Sicherheit im Umgang mit dem Internet und damit meine ich tatsächliche Awareness. Ebenso Medienkompetenz.“

„Interdisziplinäres: Digitalisierung als sozialwissenschaftliche, rechtliche, technische, kulturelle Dimension begreifen.“

„CompTIA, CISCO und andere IT-Zertifizierungs-/Vorbereitungskurse, die als Tageskurse mit Bildungskarenz vereinbar sind.“

„Umfangreiche, praxisorientierte Ausbildung im Bereich generelles IT-Verständnis, Datenbanken und Programmierung.“

Quelle: Online-Befragung Kund\*innen; L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311

# Zentrale Ergebnisse aus den Fokusgruppen

- Sowohl Kund\*innen als auch Institutsvertreter\*innen wünschen sich eine Anpassung der Kursinhalte:
  - Einerseits braucht es die Möglichkeit für Aufbau/Einsteiger\*innenkurse
  - Andererseits braucht es Kurse für Fortgeschrittene (z.B. mit Voraussetzungen)

„Wirkliche Einstiege - der Kurs war eindeutig nicht für Anfängerinnen. Genauere Differenzierung, wer mit welchen Kenntnissen in einen Kurs geht.“

„Fortgeschrittenen" Programmierkurse, und Kurse aus spezifischen Themenbereichen (z.B. Systemprogrammierung, Embedded Systems).“

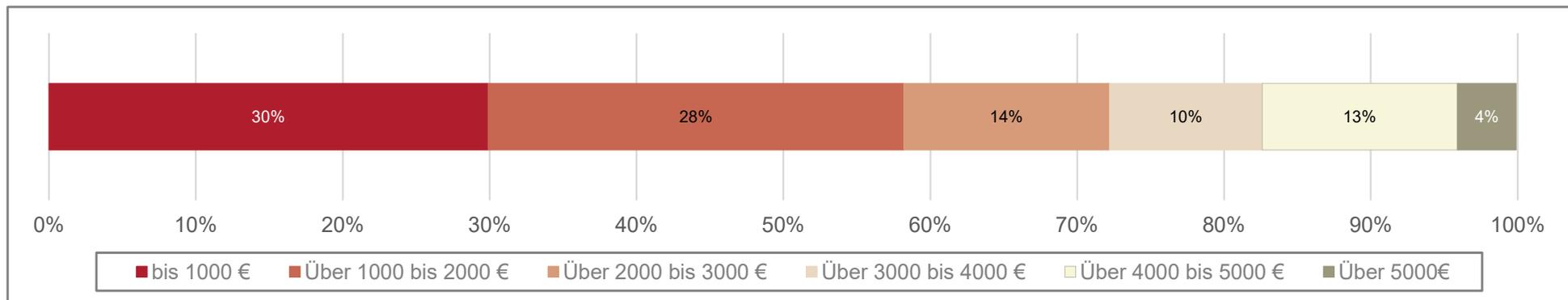
- Kurse müssen regelmäßig an die aktuellen Anforderungen angepasst werden – ECDL-Kurse bieten eine Basis und waren eine Zeitlang nachgefragt, in den Fokusgruppen wurde diskutiert, ob es nicht ein Update der Inhalte bräuchte oder eine bessere Anpassung an aktuelle Änderungen. ECDL wirkt „antiquiert“ und wird nicht mehr so nachgefragt; viele Kurse kommen gar nicht mehr zustande

Quelle: Fokusgruppen mit Kund\*innen und Weiterbildungsinstitute

# Überblick über die Kurskosten nach Inhalt

- Insgesamt hat etwa 1/3 der in Anspruch genommenen Kurse bis 1.000€ gekostet, etwa 1/3 von 1.000 bis 2.000€ und 1/3 über 2.000€
- In jeder Preisklasse sind die IT-Kurse am stärksten vertreten, gefolgt von Kursen im Verkauf und anschließend im Grafikbereich
- Büro und Rechnungswesen-Kurse sind signifikant teurer als Grafik/Design und Verkauf/Werbung
- Im Büro und Rechnungswesen hat ca. die Hälfte der Kurse bis zu 1.000 Euro gekostet
- Im Bereich der Pädagogik und Soziales sind die Kurse mit den niedrigsten Kosten

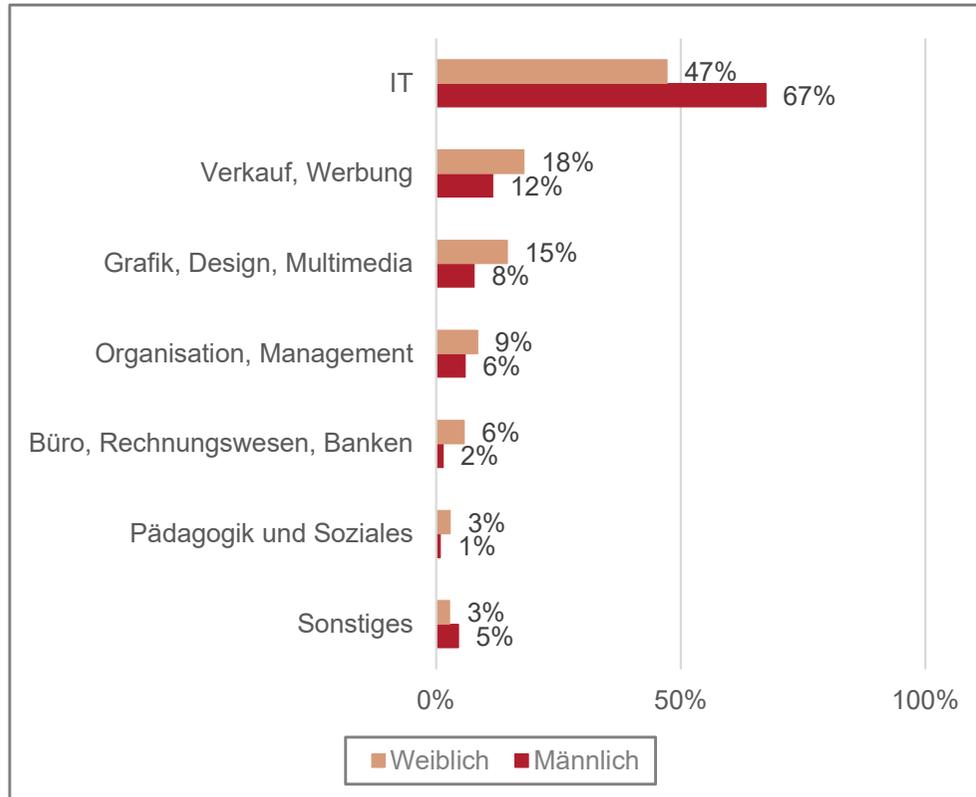
## Kurskosten



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1.513

# Überblick Kursinhalt nach Geschlecht und Bildung

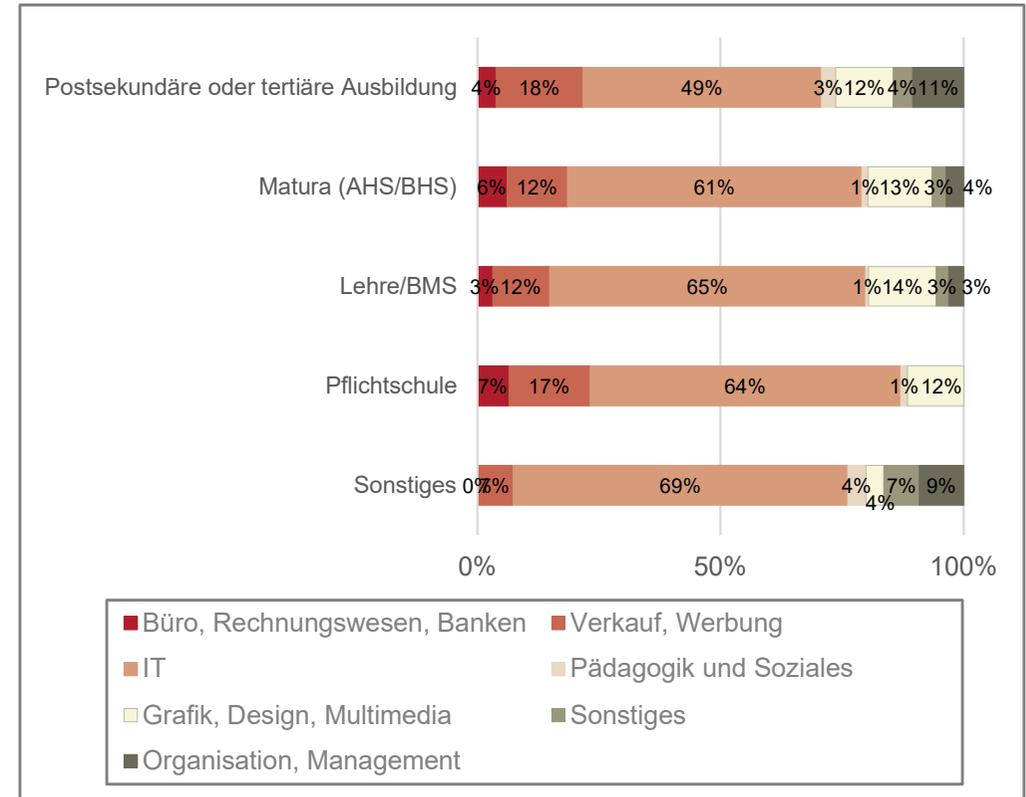
## Kursinhalt nach Geschlecht



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513, n miss=4

- Sowohl Männer als auch Frauen haben meistens IT-Kurse belegt (w=47%, m=67%)
- Verkauf und Werbung sind in beiden Gruppen der zweitgrößte Anteil.

## Kursinhalt nach Bildungshintergrund



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Strukturdatenanalyse' 2021; n=1513

- In jeder Bildungsgruppe wurden am häufigsten Kurse im IT-Bereich belegt
- Personen mit einer Postsekundären oder tertiären Ausbildung haben (nach IT) am häufigsten Kurse im Bereich Verkauf & Werbung gemacht (18%)

# Auf einen Blick: Kursinhalte

- Insgesamt gibt es ein breites Kursangebot, welches allerdings bei Einstiegs- und Fortgeschrittenen-Kurse ausgebaut bzw. an neue Anforderungen angepasst werden sollte.
- Über die Hälfte der Kurse, für welche die Teilnehmer\*innen eine "Digi-Winner"-Förderung in Anspruch nahmen, sind im IT-Bereich (55%). Dies trifft auf Kund\*innen aller Bildungsniveaus zu.
- Zwei Drittel der Kurse im IT-Bereich werden von Männer absolviert, Frauen überwiegen in den restlichen Kurskategorien.
- Die Kosten bewegen sich zu ca. 1/3 bis zu 1.000€ und zu ca. 1/3 zwischen 1.000-2.000 € pro Kurs.
  - Allerdings gibt es hier Geschlechterunterschiede: Frauen fragen häufiger Kures im Bereich bis zu 1.000€ (34%) nach, Männer stärker im Bereich 4.000-5.000€ (21%).

# Empfehlungen für die Kursgestaltung

- Wiewohl jene, die den „Digi-Winner“ in Anspruch nahmen das Kursangebot überwiegend ausreichend einschätzen, wird es aus Sicht der Weiterbildungsinstitute als ratsam gesehen, im Einstiegs- als auch im Fortgeschrittenen-Bereich die Kurse auszuweiten und an unterschiedliche Bedürfnisse anzupassen, um jene zu erreichen, die bislang nicht erreicht wurden.
- Hier bedarf es auch einer regelmäßigen Aktualisierung der Kursinhalte bzw. einer Erneuerung von Konzepten (etwa des ECDL), um mit der Geschwindigkeit des digitalen Wandels Schritt halten zu können.
- Der Ausbau sollte auch Spezifika von Branchen berücksichtigen, die bislang wenig erreicht werden.
- Eine stärkere Bewerbung der IT-Kurse für Frauen erscheint ebenfalls ratsam – dieser Bereich ist sowohl im Arbeitsalltag als auch in Weiterbildungen nach wie vor männlich dominiert.

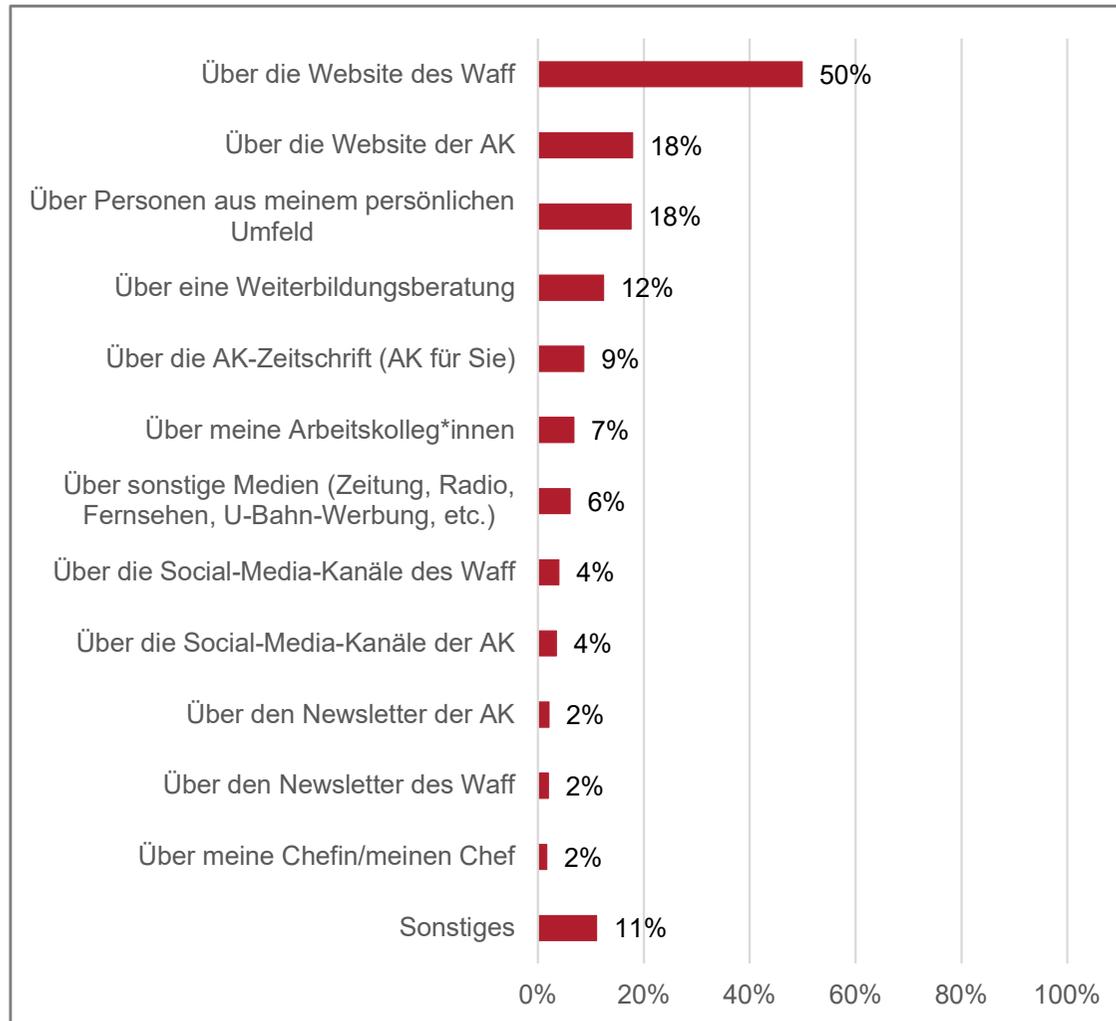
# Wege zur „Digi-Winner“ Förderung

---

Bewerbung

# Wege zur "Digi-Winner"-Förderung

Wie sind Sie auf den "Digi-Winner" aufmerksam geworden?

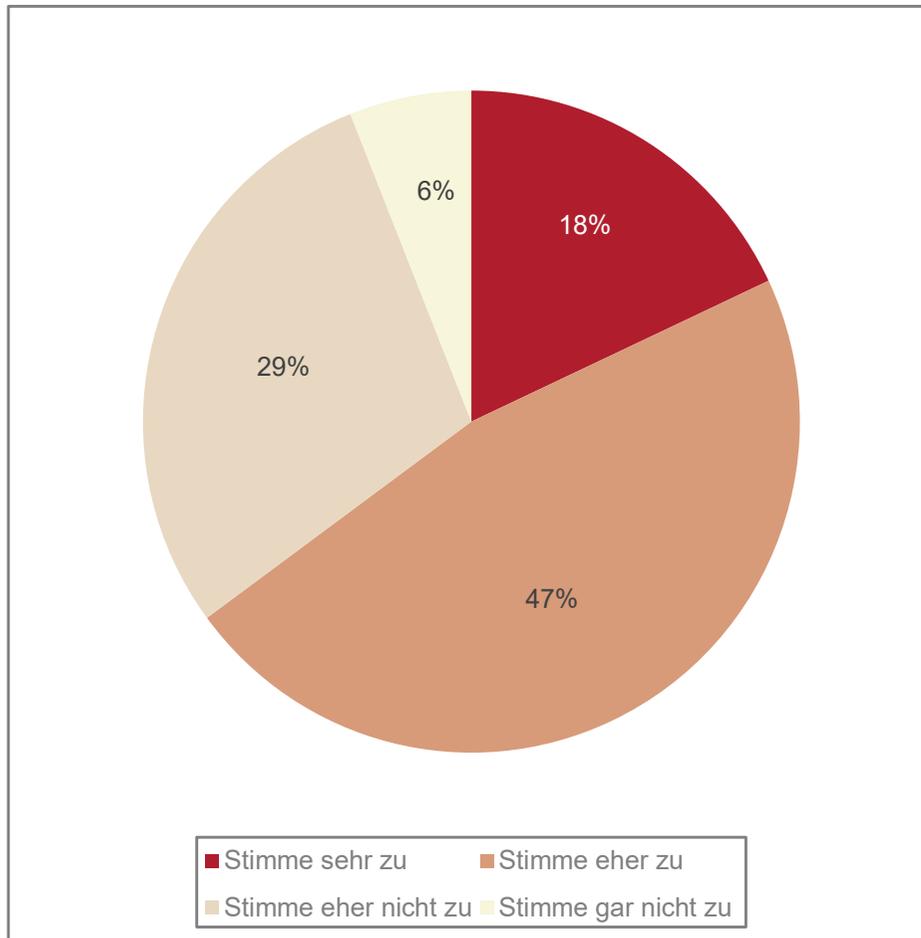


Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=1

- Die Hälfte der Personen ist über die Website des waff auf die Förderung aufmerksam geworden, knapp 18% über wie Website der AK
- Bei Personen unter 30 Jahren ist ca. 1/3 über das persönliche Umfeld darauf aufmerksam geworden

# Informationsstand zu Aus- und Weiterbildungsangeboten

Ich fühle mich ausreichend über das digitalisierungsspezifische Aus- und Weiterbildungsangebot in Wien informiert.



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss 9

- Die Bewerbung von Weiterbildungsmöglichkeiten ist wichtig für die Inanspruchnahme von Förderungen
- Wenn nicht klar ist, was es für Angebote gibt, dann bietet das keine optimale Grundlage für Förderungen
- Etwa die Hälfte (47%) fühlt sich eher ausreichend informiert über das Weiterbildungsangebot, während 1/5 (18%) dem sehr zustimmt
- Über 1/3 der befragten Personen fühlen sich eher nicht ausreichend informiert – die Bewerbung der Angebote könnte hier noch weiter vorangetrieben werden

# Zentrale Ergebnisse aus den Fokusgruppen im Kontext der (Be)Werbung

- Die Pandemie hat die Beratung erschwert, da in einem persönlichen Gespräch besser auf die Bedürfnisse der Kund\*innen eingegangen werden kann. Es wird hier auch die Möglichkeit erschwert, Förderungen zu bewerben. (FG Institute)
- Die Werbung muss dabei zielgruppenorientiert sein („digital beginners“, „digital immigrants“): Wenn die Förderungen primär online kommuniziert werden, werden die Personen schwer erreicht, die sich weniger online bewegen. (FG Institute)
- Sowohl der digitale Weg als auch der analoge Weg bleiben dabei zentral: Sowohl über die Website des waff als auch über U-Bahn-Plakate haben die Kund\*innen über die Förderungen erfahren. (FG Kund\*innen)
- Dies gilt nicht nur für die Kund\*innen, sondern auch die Weiterbildungsinstitute haben teilweise einen Informationsmangel der möglichen Förderungen für ihre Kurse. (FG Institute)

# Auf einen Blick: Wege zur Förderung

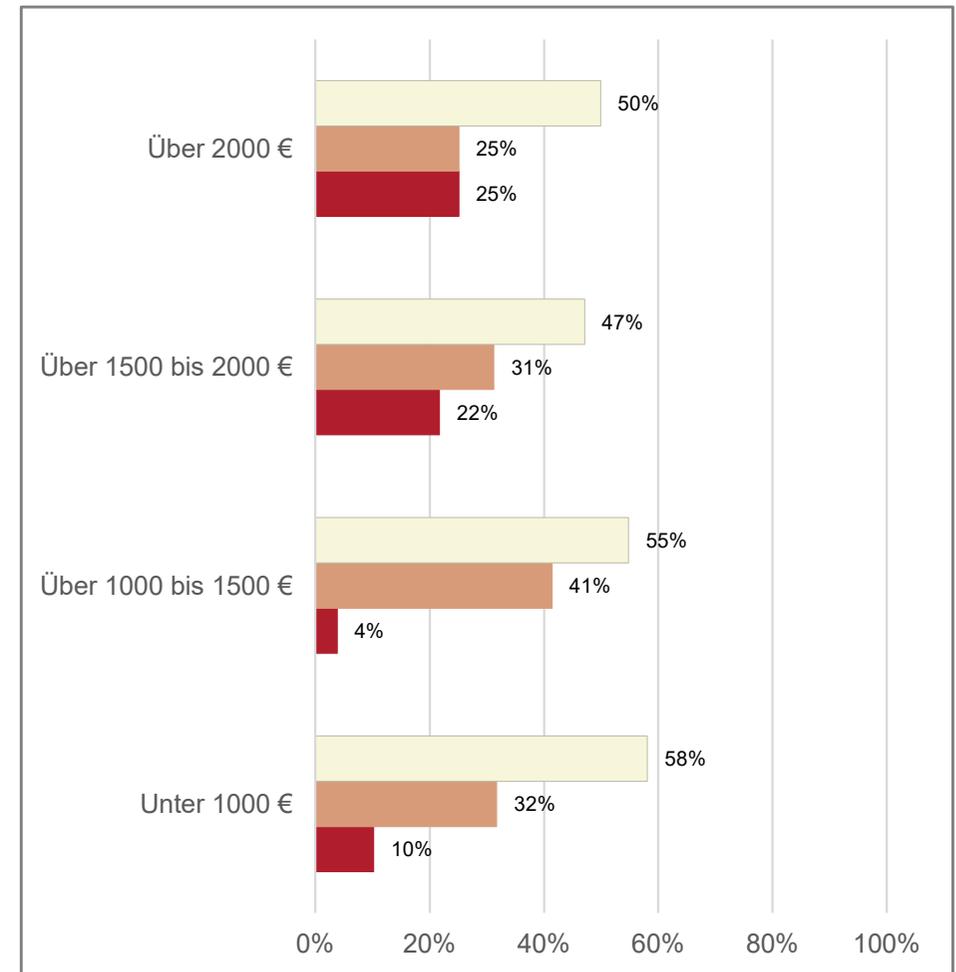
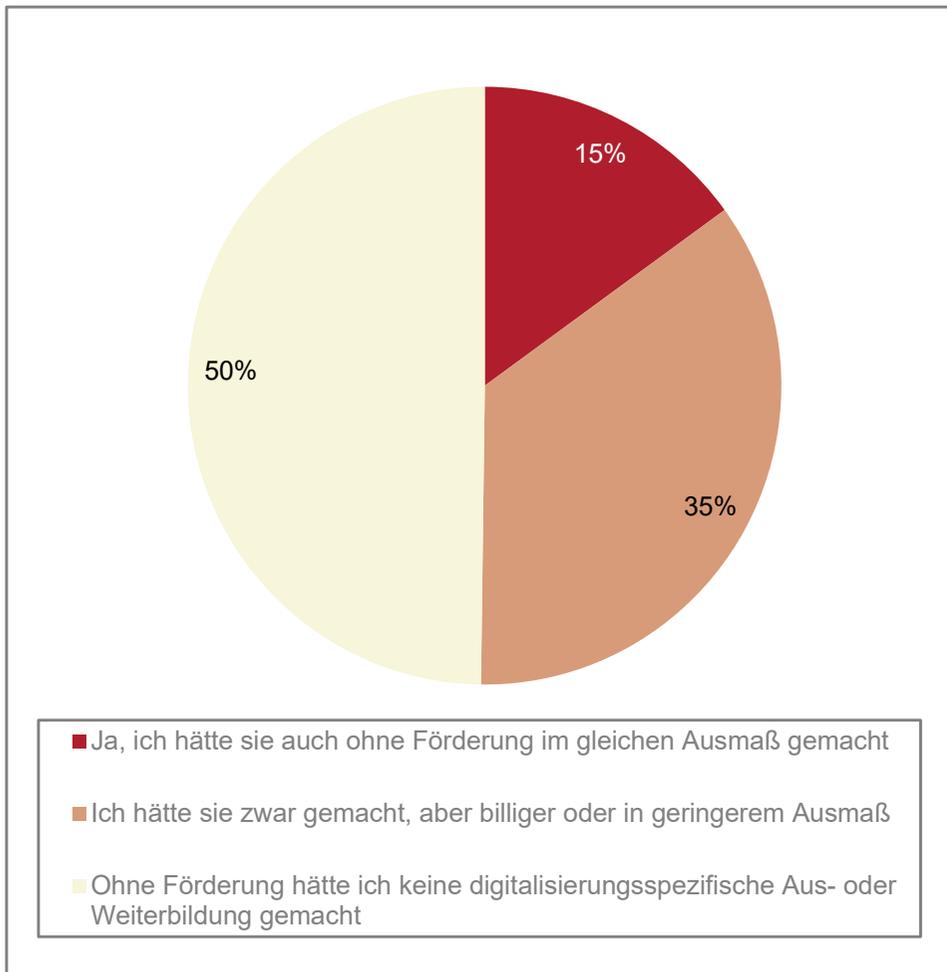
- Die Hälfte der Personen (50%) hat die Förderung über die waff-Website gefunden, ca. 1/5 (18%) über die Website der AK. Für jene, die den "Digi-Winner" in Anspruch genommen haben, nimmt die Bewerbung über den digitalen Weg also einen wichtigen Stellenwert ein. Für jüngere Personen (unter 30) ist das persönliche Umfeld jedoch (auch) nicht zu unterschätzen.
  - Newsletter oder Social-Media-Kanäle scheinen nur eine kleine Rolle bei der Werbung zu spielen.
- Insgesamt fühlt sich über die Hälfte der befragten Personen (die allerdings schon "Digi-Winner"-Kund\*innen sind) ausreichend informiert über die Weiterbildungsmöglichkeiten in Wien.
- Die Pandemie hat die Beratung seitens der Weiterbildungsinstitute für die Kund\*innen erschwert, und somit auch die Bewerbung von Förderungen.

# Bedeutung der "Digi-Winner"-Förderung für die Inanspruchnahme digitaler Weiterbildung

"Digi-Winner"-Kund\*innen auf Basis der Online-Erhebung sowie  
die Fokusgruppen mit Kund\*innen und Weiterbildungsinstituten

# Bedeutung der finanziellen Förderung für die Realisierung der Weiterbildung

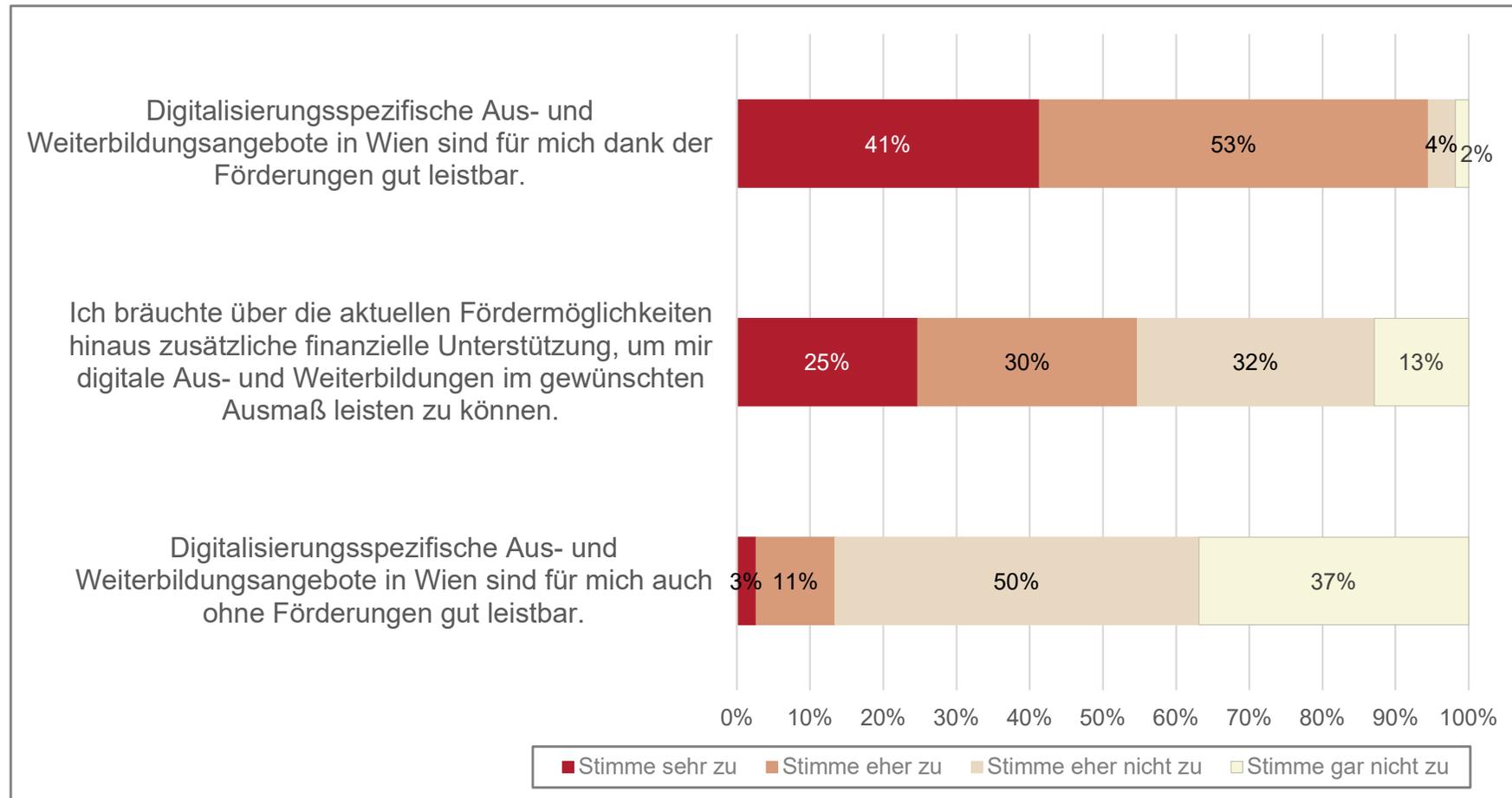
Hätten Sie die digitalisierungsspezifische/n Aus- und Weiterbildung/en auch ohne finanzielle Förderung durch den "Digi-Winner" gemacht? (Gesamt und nach Einkommen der Respondent\*innen)



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss zwischen 3 und 33

# Bedeutung der finanzieller Förderungen allgemein

## Erfahrungen hinsichtlich der Förderungen



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss zwischen 13 und 18

# Zentrale Ergebnisse aus den Fokusgruppen im Kontext der "Digi-Winner"-Förderung

- Der "Digi-Winner" wird sowohl aus Kund\*innensicht als auch seitens der Weiterbildungsinstitute als wichtiges Instrument gesehen, dass Weiterbildungen in Angriff genommen werden können.
- Seitens der Weiterbildungsinstitute wird angemerkt, dass sie nicht wissen, wer von ihren Kund\*innen die Förderung in Anspruch nimmt. Angeregt wird hier in regelmäßigen Abständen einen Überblick über die Inanspruchnahme des „Digi-Winners“ zu bekommen, um die Fördermöglichkeit besser bewerben zu können und so neue Kund\*innen zu motivieren.
- Seitens der Kund\*innen wird angeregt, dass es bei längeren und teuren Ausbildungen die Möglichkeit geben sollte „auszusteigen“, ohne dass für die bereits absolvierten Teile die Förderung rückbezahlt werden muss.
- Gut wären auch finanzierte „Schnupperstunden“ – so können sich die Kund\*innen die Kurse besser nach ihrem Leistungsniveau und tatsächlichem Interesse aussuchen.
- Ein-Personen-Unternehmen – so eine Anregung – sollten auch in den Genuss des „Digi-Winners“ kommen, da gerade für diese eine Weiterbildung wichtig, oft aber nicht leistbar ist. Hier könnten auch frauenspezifische EPUs gut erreicht werden, zusätzlich zu den bereits vorhandenen Förderangebot für EPU und digitale Kompetenzen.

Quelle: Fokusgruppen Kund\*innen und Weiterbildungsinstitute

# Auf einen Blick: Die Bedeutung des „Digi-Winners“

- Die Befragung der "Digi-Winner"-Kund\*innen zeigt die hohe Bedeutung der Förderung für digitale Weiterbildungsaktivitäten: Die Hälfte der Kund\*innen (50%) hätte ohne Förderung keine Weiterbildung absolviert, ein weiteres Drittel (35%) hätte zwar eine Weiterbildung in Angriff genommen, aber eine kürzere bzw. günstigere. Nur 15% hätten dieselbe Weiterbildung ohne Förderung absolviert. Hier kann also von einem durchaus beachtlichen Lenkungseffekt durch die Förderung ausgegangen werden.
- Personen mit niedrigem Einkommen hätten ohne Förderung vermehrt keine Weiterbildung absolviert.
- 55% würden sich weitere finanzielle Förderungen wünschen. Zudem werden weitere Gruppen genannt – etwa Ein-Personen-Unternehmen – die in den Genuss des „Digi-Winners“ kommen sollten.
- Um den "Digi-Winner" noch besser bewerben zu können, regen Weiterbildungsinstitute an, mehr Informationen zu bekommen, inwiefern ihr Klientel diesen in Anspruch nimmt.
- Seitens der Kund\*innen besteht der Wunsch, dass – vor allem bei längeren Angeboten – „Schnuppern“ möglich ist bzw. ein Abbruch, sollte der Kurs nicht den Erwartungen entsprechen ohne die gesamte Förderung rückzahlen zu müssen.

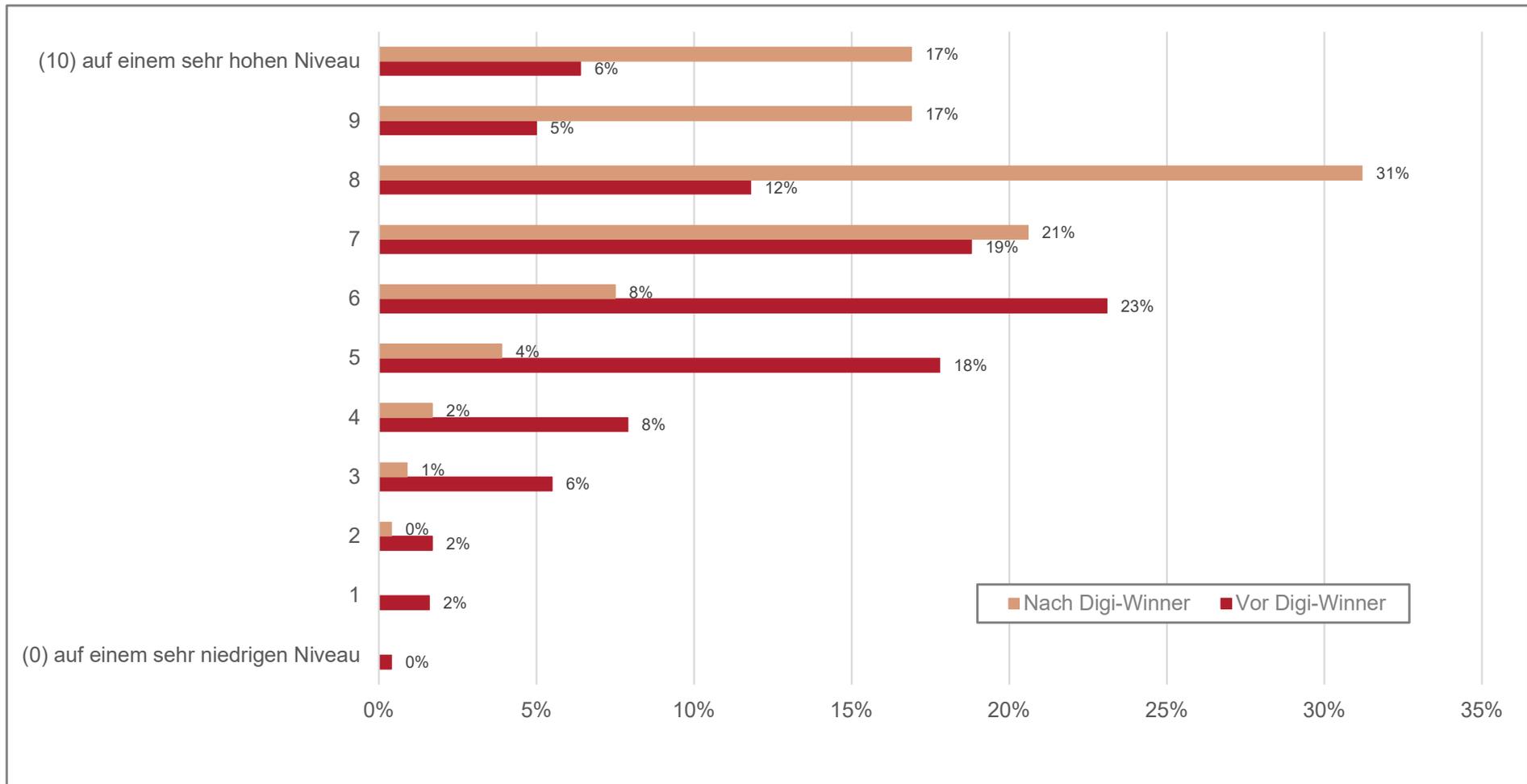
# Wie haben die Kund\*innen profitiert?

---

Einschätzung der Wirkung der "Digi-Winner"-Förderung aus Sicht der "Digi-Winner"-Kund\*innen auf Basis der Online-Erhebung

# Digitale Kompetenzen der Kund\*innen vor und nach der Teilnahme I

## Selbsteinschätzung der digitalen Kompetenzen vor und nach der Weiterbildung im Rahmen des "Digi-Winner"



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=9

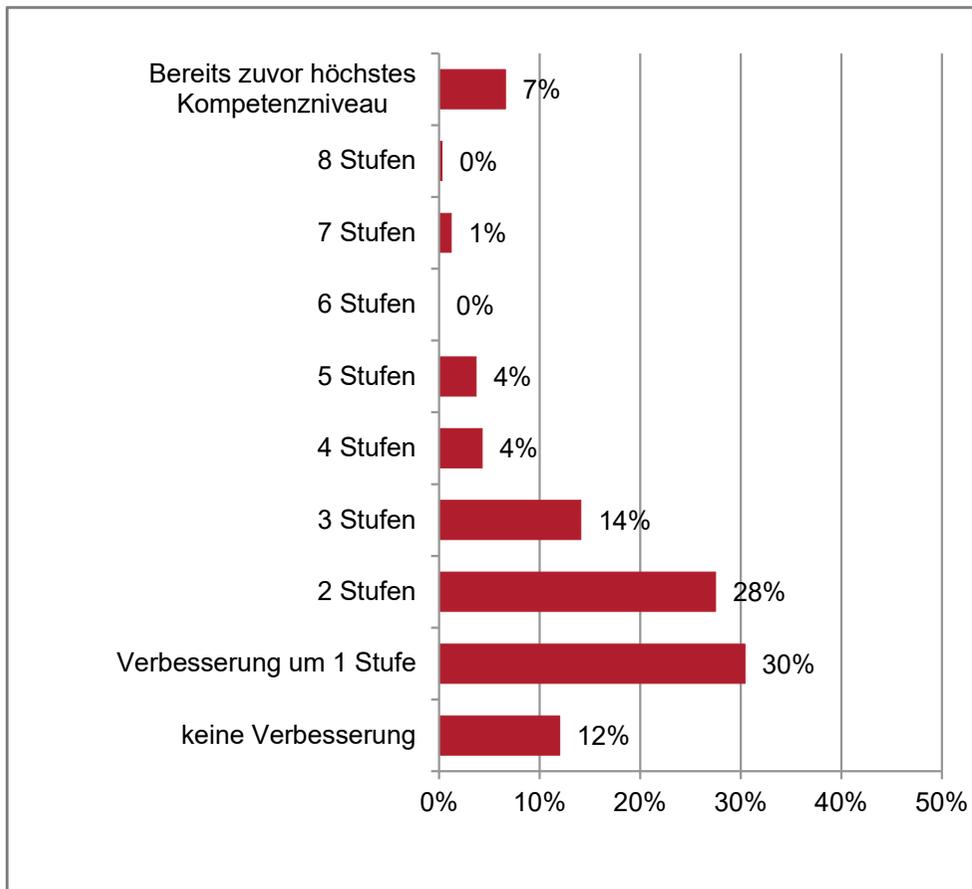
# Digitale Kompetenzen der Kund\*innen vor und nach der Teilnahme II

Die Abbildung auf der vorigen Folie zeigt:

- Bereits vor der Aus- und Weiterbildung schätzen sich die Kund\*innen relativ hoch bezüglich der digitalen Kompetenzen ein:
  - Lediglich rund 10% ordneten sich bezüglich ihrer digitalen Kompetenzen auf den niedrigsten Stufen 0 bis 3 ein
  - Im Durchschnitt ordneten sich die Befragten vor der Weiterbildung auf Stufe 6 von 10 ein
  - 6% der Befragten ordneten sich zuvor bereits auf der höchsten Stufe 10 ein
- Im Vergleich zwischen den Kompetenzen vor und nach der Ausbildung werden seitens der Kund\*innen deutliche Kompetenzgewinne benannt:
  - Ein Großteil der Befragten ordnet sich nach der Ausbildung auf Stufe 8 von 10 ein
  - Die Zahl der Befragten, die sich der höchsten Stufe 10 zuordneten verdreifachte sich nach der Aus- und Weiterbildung auf 17%
  - Lediglich rund 1% ordnete sich danach noch auf den niedrigsten Stufen 0 bis 3 ein

# Digitale Kompetenzgewinne der Kund\*innen durch die Teilnahme an einer Weiterbildung

## Kompetenzentwicklung im Vergleich zu digitalen Kompetenzen vor der digitalen Aus- und Weiterbildung in Stufen

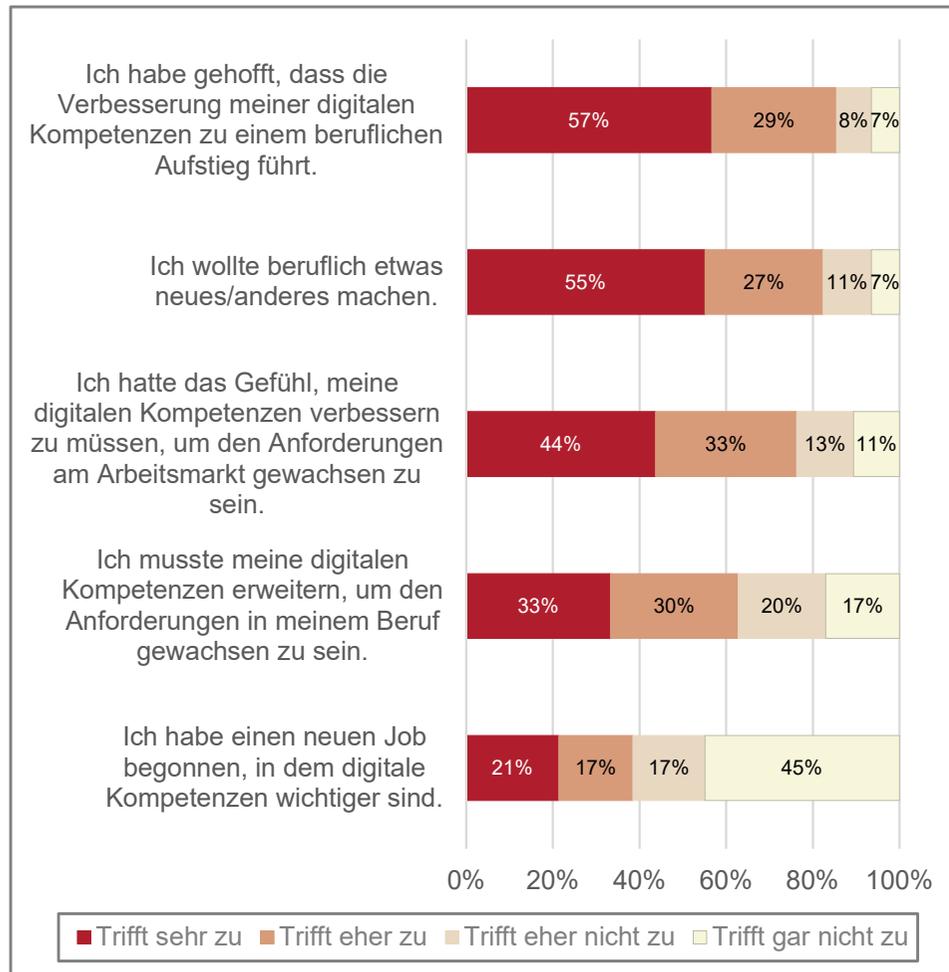


Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=11

- Die Teilnehmer\*innen haben sich nach subjektiver Einschätzung von null bis zu acht Stufen durch die Weiterbildung verbessert
- Insgesamt haben sich diese am häufigsten um eine Stufe (30%) oder um zwei Stufen (28%) verbessert
- Jene Personen, die schon vor dem "Digi-Winner" überdurchschnittliche Kompetenzen hatten, weisen nur minimale Verbesserungen auf
- Teilnehmer\*innen, die davor eher niedrige Kompetenzen aufwiesen, haben sich am häufigsten um zwei bis drei Stufen verbessert – bis hin zu acht Stufen
- Je niedriger das Ausgangsniveau ist, desto stärkere Verbesserungen werden ermöglicht

# Motive für die digitalisierungsspezifische Weiterbildung im Überblick

Aus welchen Gründen haben Sie sich zu einer Aus- oder Weiterbildung im Bereich digitaler Kompetenzen entschieden?



- Drei Motivlagen sind besonders relevant: Beruflicher Aufstieg, berufliche Veränderung und den Anforderungen gewachsen zu sein.

Spannende Details:

- Vor allem bei Personen über 40 Jahren war der Aspekt die digitalen Kompetenzen zu erweitern, um den Anforderungen im Beruf gewachsen zu sein, sehr wichtig (52%), wie auch bei Personen, die Deutsch nicht als Erstsprache haben (61%)
- Personen unter 30 Jahren nannten verstärkt den Aspekt des beruflichen Aufstiegs als wichtiges Motiv
- Aus der Gastronomie hatten fast alle die berufliche Veränderung als Motiv genannt

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss zwischen 12 und 25

# Inwiefern wurden die Erwartungen erfüllt?

- Rund 41% jener, die beruflich etwas anderes machen wollten, haben dies nach der Weiterbildung auch erreicht.
- Bei etwa 37% der Personen, die sich durch die Weiterbildung einen beruflichen Aufstieg erhofften, ist dies auch eingetreten.
  - Der berufliche Aufstieg tritt tendenziell eher bei den jüngeren Personen unter 30 Jahren ein.
- Der Großteil jener, die Ihre Kompetenzen erweitern wollten, um den Anforderungen am Arbeitsmarkt gerecht zu werden, fühlen sich dem nun besser gewachsen als zuvor (43% viel besser, 48% etwas besser).
- Dem Großteil der Kund\*innen, die Ihre Kompetenzen erweitern wollten, um den Anforderungen in Ihrem Beruf gerecht zu werden, hat die Weiterbildung dabei auch geholfen (53% sehr, 41% eher).

# Auf einen Blick: Wie haben die Kund\*innen profitiert?

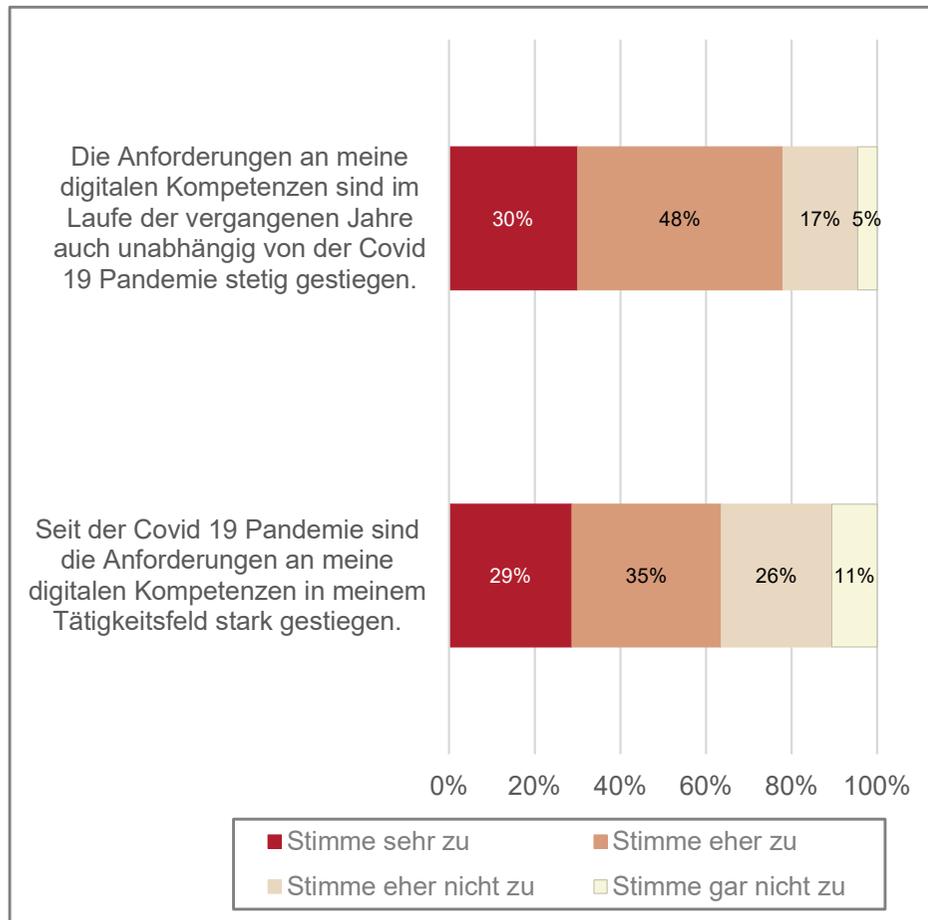
- Auf Basis der Selbsteinschätzung der Kompetenzen zeigt sich eine deutliche Verbesserung der Kompetenzen bei einem Großteil der Kund\*innen, vor allem jener, die ihre digitalen Kompetenzen vor der Ausbildung eher gering einschätzten.
- Nur 12% sehen für sich keine Kompetenzzuwächse (für weitere 7% waren keine mehr möglich, da sie sich bereits davor auf der höchsten Stufe zuordneten).
- Viele Kund\*innen schätzten ihre Kompetenzen bereits vor der Aus- und Weiterbildung durchaus hoch ein.
- Weiterbildungen werden proaktiv in Anspruch genommen: Man erhofft sich in erster Linie beruflichen Aufstieg oder berufliche Umorientierung sowie ein Mithalten können angesichts steigender Erwartungen am Arbeitsmarkt und im Beruf.
- Während letztere Motivlagen für fast alle Personen erfüllt wurden, gab es bei den anderen Motiven unterschiedliche Erfüllungserfüllungen: Mehr als einem Drittel gelang der erwünschte berufliche Aufstieg, 41% der berufliche Umstieg.

# Covid-19 induzierte Änderungen und der „Digitalisierungsschub“

Anmerkung: Rund die Hälfte der Respondent\*innen hat vor dem 1. Lockdown einen Antrag auf "Digi-Winner"-Förderung gestellt

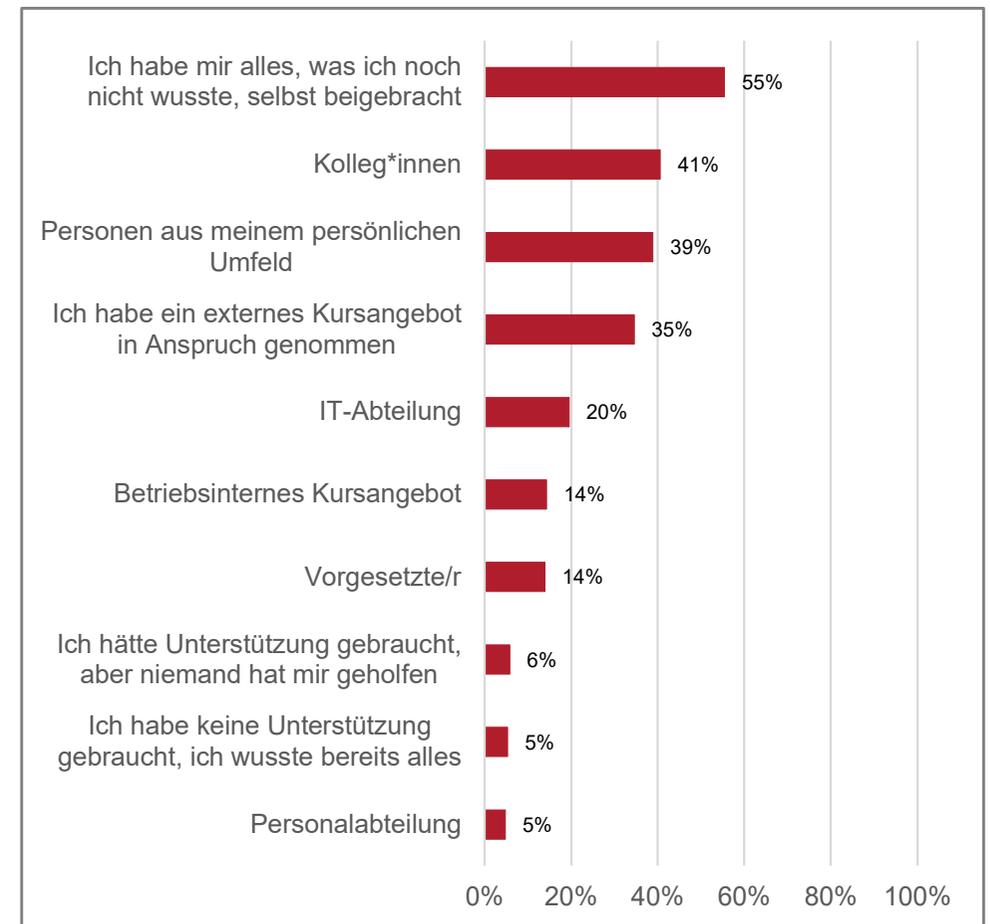
# Veränderungen durch Covid-19 auf einer Meta-Ebene

## Veränderung der Anforderungen an digitale Kompetenzen im Berufsfeld



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=20 und 14

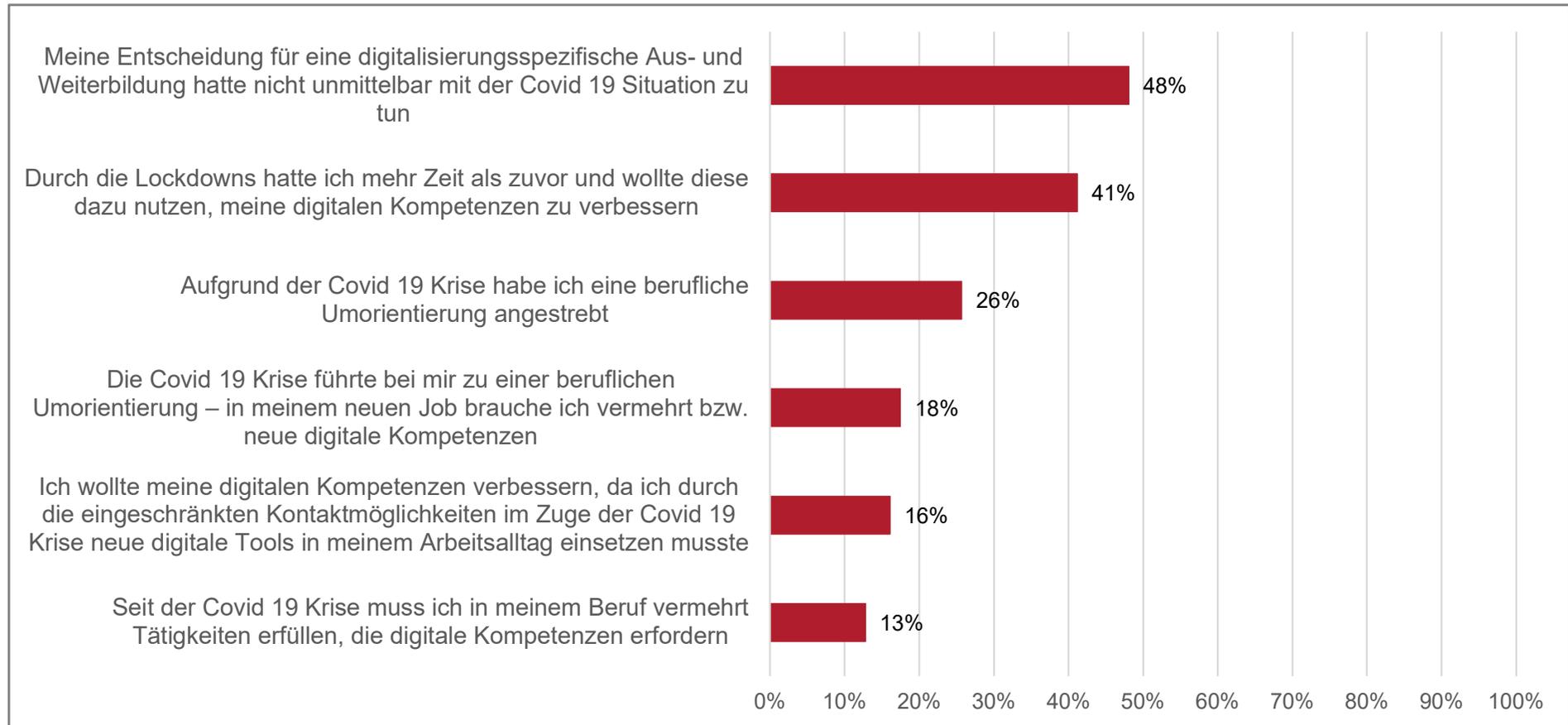
## Wer hat Sie bei der Bewältigung der steigenden Anforderungen unterstützt?



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=261, n miss=1

# Einfluss auf Entscheidung für digitale Kompetenzerweiterung

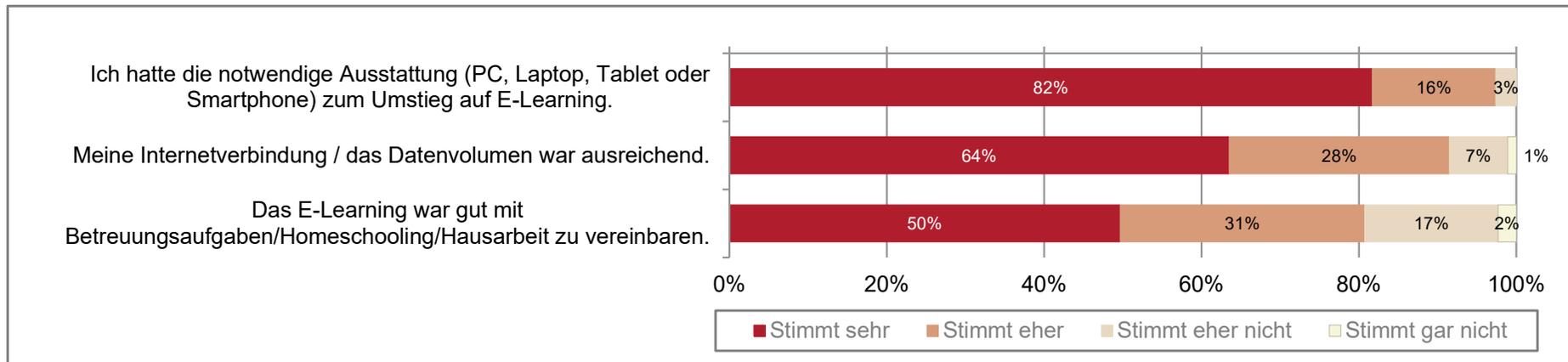
Inwiefern hat die Covid 19 Krise ihre Entscheidung für eine digitale "Digi-Winner" Aus – oder Weiterbildung beeinflusst? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=4

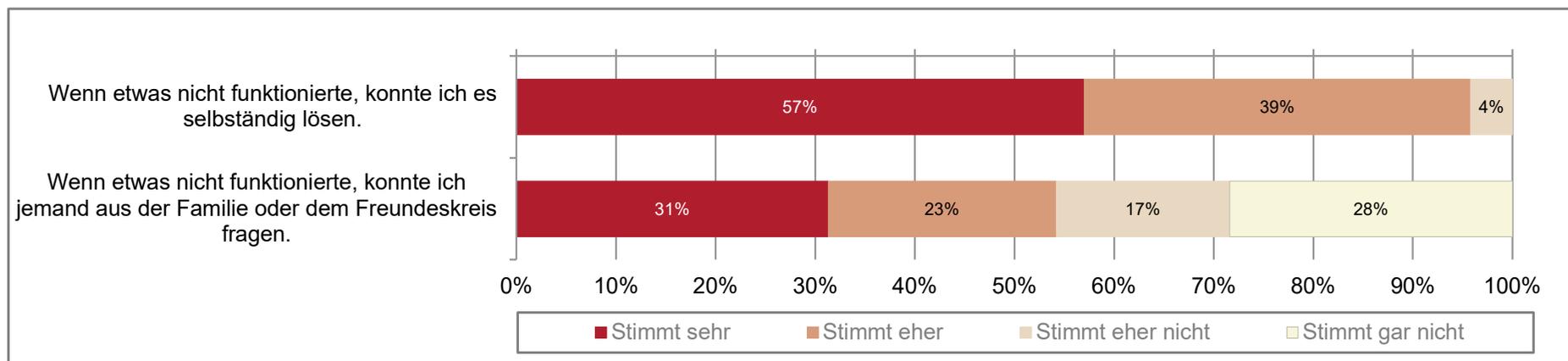
# Persönliche Voraussetzungen für die Umstellung auf E-Learning

## Voraussetzungen für E-Learning Angebote unter den Kund\*innen



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=84, n miss zwischen 0 und 6

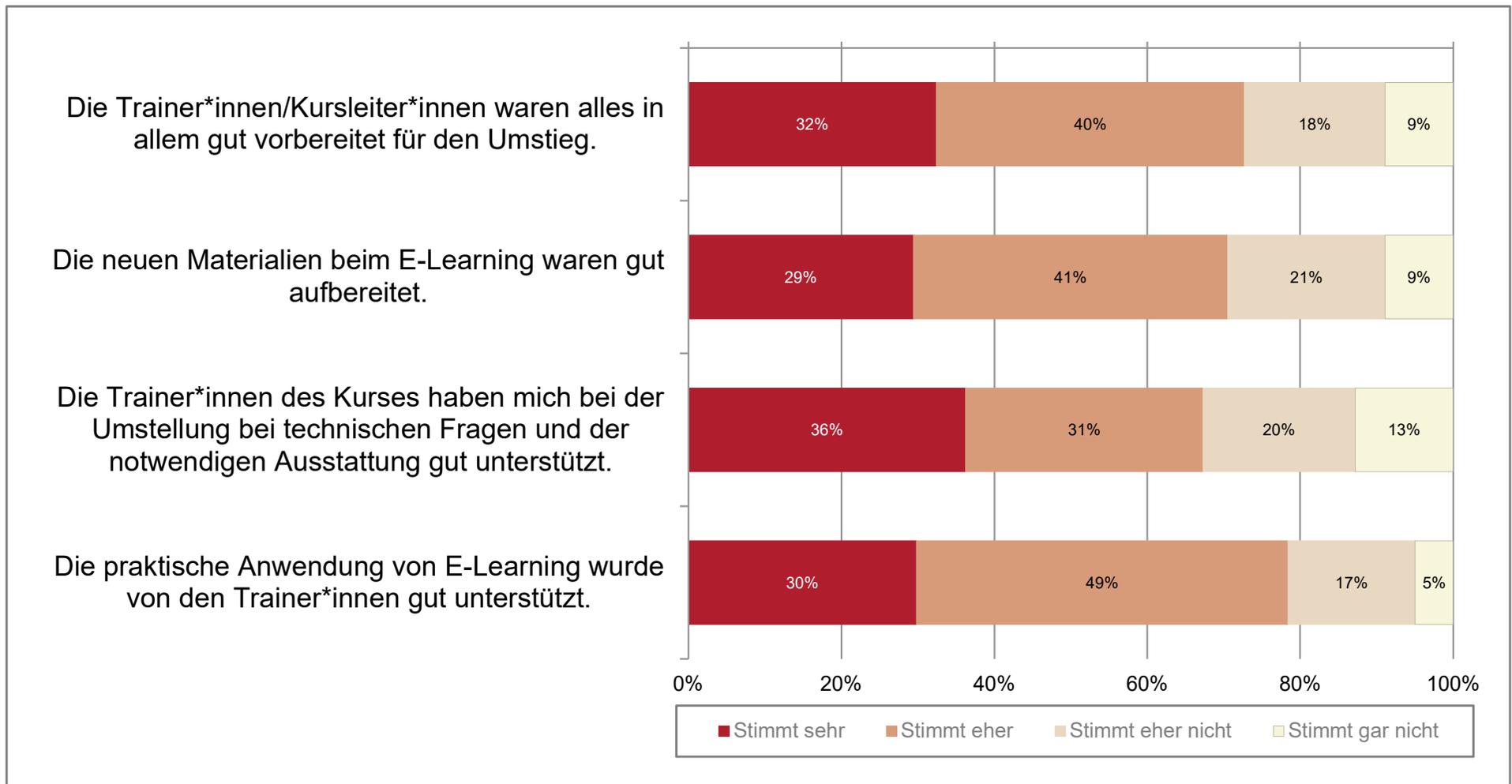
## Problemlösungskompetenzen



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=84, n miss=0 und 21

# Vorbereitung der Kurse und Unterstützung durch Trainer\*innen bei der Umstellung auf E-Learning

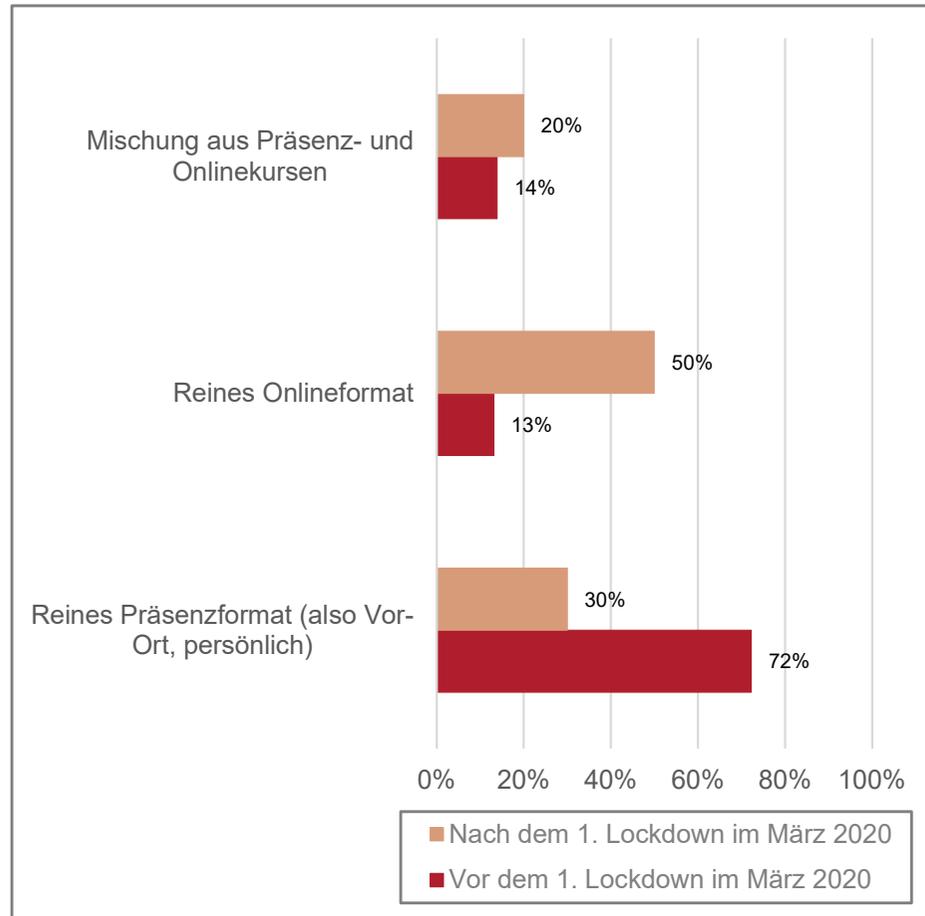
## Umstellung auf E-Learning



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=84, n miss zwischen 0 und 9

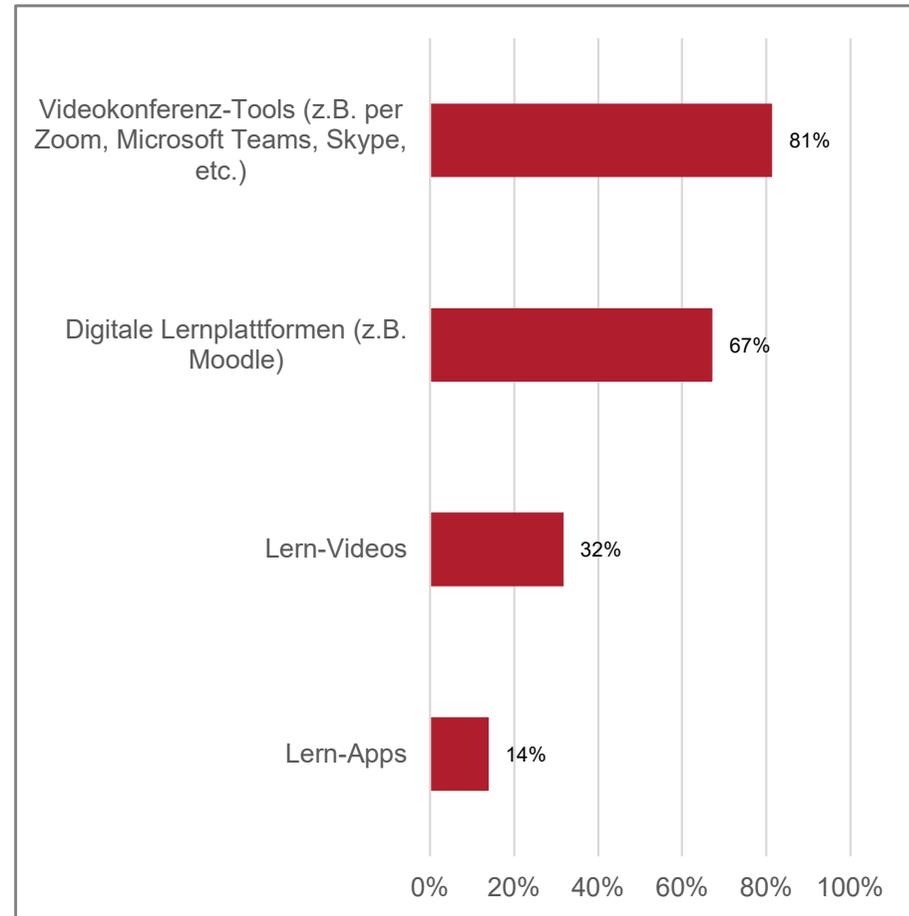
# Auswirkungen auf die Format-Planung der Kurse aus Kund\*innensicht

## Planung der Kurse für Personen, die sich vor bzw. nach dem 1. Lockdown angemeldet hatten



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=311, n miss=4

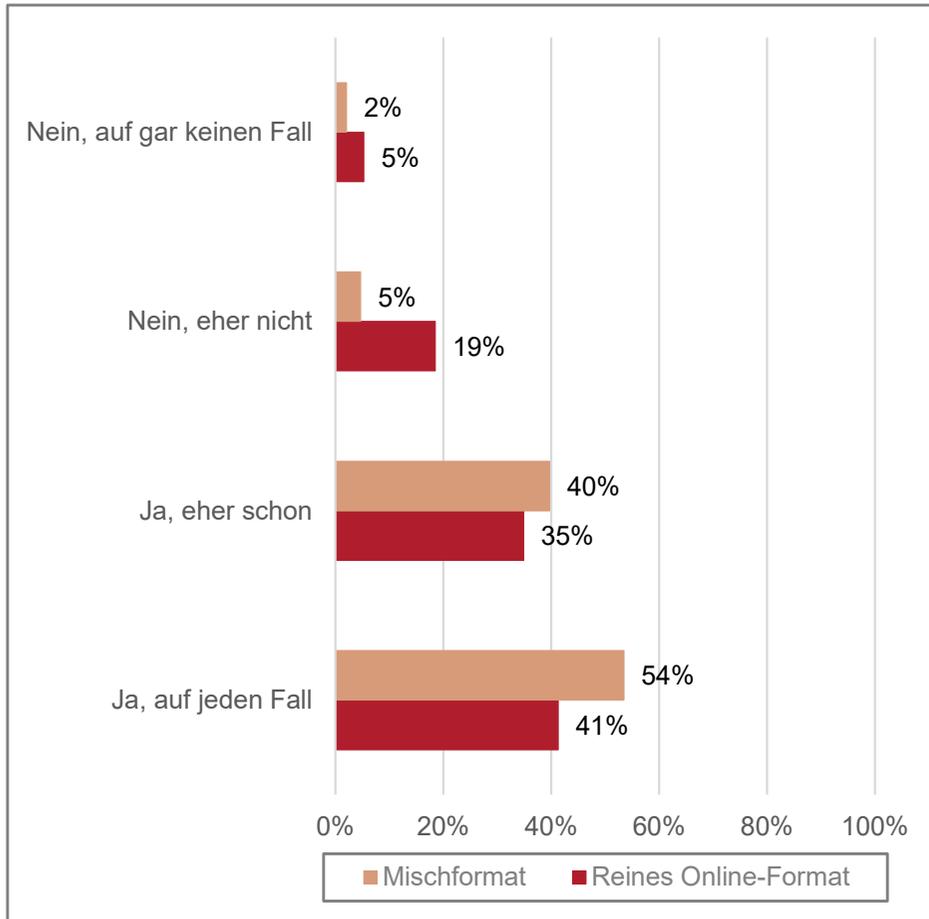
## Welche E-Learning Formate wurden eingesetzt?



Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=234

# Zukünftige Formatwünsche im Weiterbildungsbereich

**Können Sie sich vorstellen, zukünftig digitalisierungsspezifische Aus- oder Weiterbildungen zu absolvieren, die in einem reinen Onlineformat / Mischformat abgehalten werden?**



- Rund ein Viertel der Befragten können sich eine generelle Umstellung auf reine Online-Formate nicht vorstellen, bei „Mischformaten“ ist die Akzeptanz wesentlich höher
- Insgesamt kann sich aber ein Großteil der Respondent\*innen eine Umstellung auf online-Formate (76%) bzw. Mischformate (94%) vorstellen

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung - Kund\*innen', 2021; gewichtete Stichprobe nach Geschlecht; n=82, nmiss=1

# Auf einen Blick: Veränderungen durch Covid-19 – Digitalisierungsschub?! Sicht der Kund\*innen

- Die Anforderungen an digitale Kompetenzen im Berufsfeld werden auch unabhängig der Pandemie als stetig steigend erlebt – die Pandemie wirkt hier allerdings als Beschleuniger. Unterstützung bei der Bewältigung der Änderungen wird vor allem bei sich selbst (55%) sowie bei Kolleg\*innen und im persönlichen Umfeld gesucht. Immerhin 36% haben hierzu Kurse in Anspruch genommen, nur 14% bekamen betriebsinterne Angebote.
- Fast die Hälfte der Befragten meint, dass sie durch die Lockdowns mehr Zeit hatten digitale Kompetenzen zu verbessern.
- Bei der durch Covid-19 bedingten Umstellung auf E-Learning-Angebote machte die notwendige Ausstattung weniger Probleme als eine ausreichende Internetverbindung sowie die Vereinbarung mit Betreuungsaufgaben und Hausarbeit. Letzteres klappte für 20% eher nicht oder gar nicht.
- Bei der Unterstützung durch die Trainer\*innen bei der Umstellung wird von rund einem Fünftel Verbesserungsbedarf gesehen.

# Erfahrungen mit digitalen Formaten seitens der Weiterbildungsinstitute: Blick auf die Kund\*innen

„Nach anfänglichen Startschwierigkeiten und "Kinderkrankheiten" haben sich die Formate gut etabliert. Trotzdem werden die Tools und Formate unterschiedlich gut angenommen (unterschiedliche Zielgruppen).“

„Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass es branchenspezifisch abhängig ist, wie rasch sich die Teilnehmer\*innen auf die neuen Lernformate eingestellt haben.“

„Durch Covid-19 erhöhte Akzeptanz für E-Learning - vorher bevorzugte die Mehrheit der Kursbesucher Präsenzkurse.“

„Zunächst skeptisch, dann positiv überrascht, dann z.T. Wunsch so weiter zu machen.“

„Lernen nach individueller Geschwindigkeit v.a. bei Basisinhalten hat sich sehr bewährt und wurde gut angenommen.“

„Das Feedback war durchwegs sehr positiv, vor allem die frei einteilbaren Prüfungen, die dank einer Online-Proctoring Software unter gesicherten Bedingungen von zuhause aus durchgeführt werden können, werden sehr gut aufgenommen. So sind die KursteilnehmerInnen weder an fixe Prüfungszeiten noch Prüfungsstandorte gebunden.“

„Videokonferenzen waren zu beginn sehr technisch aufwändig mit Einschulung der Teilnehmenden, nach der ersten Phase aber dann technisch von den meisten gut angenommen. Inhaltlich war eine Umplanung der pädagogischen Inhalte nötig, damit war es für die Teilnehmenden dann aber auch gut zu folgen.“

„Zögerlich, aber positiv überrascht intensive Kund\*innenbetreuung hat geholfen.“

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung – Aus- und Weiterbildungsinstitute', 2021; n=20

# Vor und Nachteile von Präsenzformaten aus Sicht der Weiterbildungsinstitute

Pro	Contra
Gruppendynamik, Sozialverhalten, Zwischenmenschliches, persönliche Interaktion und Gruppenaustausch	Corona: Ansteckungsgefahr, erhöhter Reinigungsaufwand, Einschränkungen durch spezielle Regeln
Körpersprache lesbar	an mental-körperliche Voraussetzungen gebunden
Vernetzung und Austausch in Pausen	zeitliche und örtliche Bindung
direktes Feedback	schlechte Vereinbarkeit mit Kinderbetreuung und Beruf
bei schlechten Deutschkenntnissen, leichtere Verständigung	Fahrtzeiten
gut bewährte Kollaborationsformate, -instrumente, erprobte Didaktik	Kosten für Räume/Verpflegung
mehr Auswahl an Übungen / Spielen	geringere Gruppengrößen
praxisnahe Übungen möglich	
weniger Vorbereitungszeit	
klarere Teilung von Lebens- und Lernort	
intensivere "Anwesenheit" der Teilnehmer*innen - keine Ablenkung durch Familie, E-Mails, SMS etc.	
technisch unabhängiger	

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung – Aus- und Weiterbildungsinstitute', 2021; n=20

# Vor und Nachteile digitaler Formate aus Sicht der Weiterbildungsinstitute

Pro	Contra
globale Teilnahmemöglichkeit	an technische Voraussetzungen gebunden
zeitliche und räumliche Flexibilität	fehlende didaktische & methodische Erfahrungen
größere Zuhörqualität durch weniger gleichzeitiger Sprechmöglichkeit	größere Selbstmotivation & Disziplin erforderlich
digitale Kompetenzen erwerben	mangelnder Austausch untereinander, soziale Aspekte kommen oft zu kurz
Lerntempo und -zeit kann angepasst werden	mehr Ablenkung der Teilnehmer*innen durch Familie, E-Mails, SMS ...
neue didaktische Möglichkeiten/Innovationsmöglichkeiten	fehlende Kompetenz der Trainer*innen
Aufzeichnungen für Wiederholungszwecke	rasche Ermüdung
durch persönliche Umgebung mehr Sicherheit und dadurch mehr Offenheit der Teilnehmer*innen	
sofortige Übermittlung von Unterlagen möglich	
Beziehungsaufbau über Telefon, E-Mail, Skype etc. gestaltet sich anders - erweist sich als erfolgreich und meist intensiver - d.h. intensivere Beratung im Vorfeld, intensivere und individuelle Betreuung und ebensolches Eingehen auf die Fragen der TN	

Quelle: L&R Datafile 'DigiWinner Evaluierung – Aus- und Weiterbildungsinstitute', 2021; n=20

# Erfahrungen mit digitalen Formaten seitens der Weiterbildungsinstitute: Blick auf sich selbst

- Vor allem zu Beginn wurde die Umstellung schwierig eingeschätzt, Videokonferenztools wurden vor Covid-19 kaum eingesetzt, Webinare, Online-Plattformen etc. von rund der Hälfte der Institute.
- Alle Institute haben aufgrund der Covid-19-Pandemie in die Anschaffung neuer digitaler/technischer Infrastruktur investiert und Trainer\*innen berichten von internen Weiterbildungsangeboten sowie über die Aneignung von Kompetenzen im Austausch mit Kolleg\*innen bzw. Aneignung über Webinare etc.
- Ausbaufähig aus Sicht der Institute ist:
  - mehr „digital affine und interessierte Lehrende“ – auch mittels permanenter Weiterbildung und Raum zum Ausprobieren für Trainer\*innen und Lehrende.
  - weitere Investitionen vor allem in hybride Angebote, etwa um mittels technischer Ausstattung von Seminarräumen diese umsetzen zu können.

(Onlinebefragung und Fokusgruppe Weiterbildungsinstitute)

# Auf einen Blick: Veränderungen durch Covid-19 – Digitalisierungsschub?! Sicht der Institute

- Die Formatplanung verschiebt sich weg von reinen Präsenzformaten hin zu digitalen Angeboten.
  - Vorteile digitaler Formate sind insbesondere eine zeitliche und örtliche Flexibilität, die eine Zielgruppenerweiterung ermöglichen kann.
  - Nachteile betreffen allerdings vor allem jene Zielgruppen, die ohnehin unterproportional an digitalen Angeboten teilnehmen, etwas digitalisierungsferne oder ältere Beschäftigte.
- Die zunehmende bzw. hohe Bedeutung hybrider Formate wird herausgestrichen – hier werden aber auch noch Umsetzungshemmnisse gesehen, etwa in punkto Strategie- und Know-How-Aufbau ebenso wie hinsichtlich der notwendigen technischen Ausstattung um hybride Formate umsetzen zu können und digital-fitte Trainer\*innen zu haben.
- Auch eine steigende Bedeutung von „On-Demand“-Angeboten und wie diese realisiert sowie förderwürdig werden können, wird diskutiert.

(Onlinebefragung und Fokusgruppe Weiterbildungsinstitute)

# Empfehlungen: Weiterentwicklungsbedarfe durch den Covid-19-bedingten Digitalisierungsschub

Empfehlungen an die Weiterbildungsinstitute:

- Weiterhin Reflexion der Kund\*innenwünsche hinsichtlich deren Möglichkeiten und Präferenzen für Online- und/oder Präsenz-Angebote.
- Thematisierung der Frage der Zielgruppenerreichung im Rahmen der Angebote.
- Ausbau digitaler bzw. hybrider Angebote und Arbeit an einem gemeinsamen Zugang.
- Verstärkte Schulung von Trainer\*innen (sowohl technisch als auch methodisch).
- Verstärkter Austausch unter Trainer\*innen zu innovativen Lernmethoden im Rahmen digitaler Formate, Möglichkeit des Ausprobierens.
- Finanzielle und inhaltliche Unterstützung für Trainer\*innen bzw. Institute sich mit diesen Fragen auseinanderzusetzen.

# Zukunftsperspektive Weiterbildung

---

Wohin könnte die Reise gehen - was soll verbessert werden?

# Blitzlichter auf zukünftige Anforderungen der Weiterbildungsangebote

„Digital affine und interessierte Lehrende - die beste Infrastruktur nützt nichts, wenn sie das Lehrpersonal nicht entsprechend motiviert und multimedial "gebildet" haben -> permanente Weiterbildung und Raum zum Ausprobieren für Lehrende schaffen!“

(Online-Erhebung Aus- und Weiterbildungsinstitute)

„Es kann nicht einfach „umgeschaltet“ werden auf die Online-Lehre, ohne Anpassungen in der Vermittlung von Wissen durchzuführen. Es müssen methodisch/didaktische Standards entwickelt werden.“

(Fokusgruppe Weiterbildungsinstitute)

„Ich denke, dass die Digitalisierung (Smartphone, Online-Banking, Online-Booking, Bahn-App, etc.) in allen Bevölkerungsschichten angekommen ist. Und das wird noch weiter voranschreiten. Somit meine ich, dass wir alle Menschen mit digitalen Lernformaten erreichen können. Wir müssen nur die Komplexität, den Schwierigkeitsgrad der Online-Angebote anpassen.“

(Online-Erhebung Aus- und Weiterbildungsinstitute)

# Formatfrage: Angepasste Bildungsarbeit aus Sicht der Weiterbildungsinstitute

- Die zunehmende Digitalisierung führt zu Veränderungen in vielen Lebensbereichen – auch der Weiterbildung
- Die Digitalisierung des Weiterbildungsmarktes bedarf Anpassungen auf verschiedenen Ebenen:

## Pädagogisch/Methodische Anpassungen

- Pädagogische Anpassungen an das digitale / hybride Format
- Entwicklung von methodisch/ didaktischen Standards

## Inhaltliche Anpassungen

- Inhalte müssen an das jeweilige Format angepasst werden
- Reflexion darüber, welche Inhalte digital vermittelt werden können und welche nicht

## Technische Anpassungen

- Möglichkeiten und Einschränkungen der Technik spielen wichtige Rolle
- Leitdimensionen :
  1. Zugang zur Technik
  2. Umgang mit Technik
  3. Einsatz der Technik

(Fokusgruppe Weiterbildungsinstitute)

# Zukunftsformat hybride Weiterbildung?

„Flexibilität ist gewünscht und wird ein wichtiges Kriterium – die hybriden Möglichkeiten bzw. die hybride Arbeitsweise ist der große Wandel auf den sich vorbereitet werden muss.“(Fokusgruppe Weiterbildungsinstitute)

- Hybride Formate werden zwar als die anspruchsvollsten gesehen, aber als jene mit dem größten Potential unterschiedliche „Welten“ und Möglichkeiten anzusprechen.
- Die Bereitschaft für hybride Formate wird bei den Kund\*innen relativ hoch eingeschätzt – „Bildung mit Heimvorteil“: Kund\*innen können jeweils neu entscheiden, ob sie von Zuhause aus oder vor Ort lernen möchten; diese Flexibilität ermöglicht eine bessere Anpassung an die Bedürfnisse der Kund\*innen.
  - Problematik: Die Begrifflichkeiten zu „hybrider Lehre“ bzw. dem „hybriden“ Modus“ sind nicht vereinheitlicht, hier gibt es unterschiedliche Vorstellungen und Meinungen darüber. Ein gemeinsamer Kompetenzaufbau und Weiterentwicklung wäre wünschenswert.
- Auch eine steigende Bedeutung von „On-Demand“-Angeboten und wie diese realisiert werden können, wird diskutiert – unter anderem auch vor dem Hintergrund wie diese etwa im Rahmen des „Digi-Winners“ förderbar werden könnten.

# Abschließende Reflexion des „Digi-Winners“

---

Digitale Klüfte: Persistenzen, Varianzen und Möglichkeiten

# Zugang zu digitalen Kompetenzen: Die „Digi-Winner“-Kund\*innen im Überblick

- Der Auswertung der Strukturdaten zu den "Digi-Winner"-Kund\*innen zeigt einen Überhang an gut-gebildeten, gut-verdienenden, jüngeren, nicht-migrantischen Personen, welche die Förderung bzw. die Weiterbildung in Anspruch genommen haben.
- Hinsichtlich geschlechtsspezifischer Muster zeigt sich ein hoher Frauenanteil an jenen, die die Förderung in Anspruch genommen haben. Trotz des überproportionalen Frauenanteils an den „Digi-Winner“-Kund\*innen fällt dennoch eine Schieflage hinsichtlich der Förderhöhe zu Ungunsten von Frauen auf.
- Die Befragung der Kund\*innen zeigt zudem, dass die Wichtigkeit der Erweiterung der digitalen Kompetenzen in einigen Berufsbereichen sehr präsent ist, dies aber nicht in allen Berufsbereichen so gegeben ist und auch nicht alle Beschäftigtengruppen gleichermaßen den „Digi-Winner“ nachfragen.
- Auf Basis der Selbsteinschätzung in punkto digitaler Kompetenzen ordnen sich die „Digi-Winner“-Kund\*innen im oberen Mittelfeld ein, relativ wenige (10%) auf den untersten drei Kompetenzstufen.

# Die „Digi-Winner“-Kund\*innen reflektiert vor dem Konzept der „Digital Divides“

- Die Auswertung der Strukturdaten bestätigt somit einige Grundaussagen rund um die Persistenz digitaler Klüfte, wie sie von van Dijk (siehe Folie 11ff) beschrieben wurden:
  - Tendenziell sind es vor allem bereits gut ausgebildete Personen, die Digitalisierungsangebote in Anspruch nehmen und so den Erwerb weiterer digitaler Kompetenzen forcieren können - und tendenziell können diese auch besonders gut vom Aufbau weiterer Kompetenzen profitieren.
- Wiewohl dies tendenziell also auch für die „Digi-Winner“-Kund\*innen zutrifft, nahmen doch auch Personengruppen den „Digi-Winner“ in Anspruch, die nicht zu den sozioökonomisch begünstigten Personen gezählt werden, etwa Personen mit niedrigem Bildungsniveau, relativ geringen Einkommen bzw. digitalen Kompetenzen.
- Zudem verdeutlicht die Evaluierung die Wichtigkeit finanzieller Unterstützungsinstrumente zur Aneignung digitaler Kompetenzen: Nur 15% der „Digi-Winner“-Kund\*innen hätten die Weiterbildung ohne Förderung durchgeführt, die große Mehrheit hätten sie entweder gar nicht (50%) oder in geringerem Ausmaß (35%) in Angriff genommen. Personen mit einem niedrigen Einkommen hätten ohne die Förderung vermehrt keine Weiterbildung absolviert.

# Weiterbildungsangebote reflektiert vor dem Konzept der „Digital Divides“

- Da der „Digi-Winner“ ein Förderinstrument ist, stellt sich zudem die Frage, ob es am Weiterbildungsmarkt ein ausreichendes Angebot gäbe, welche potentiell wenig erreichte Zielgruppen anspricht.
- Hier kann auf Basis der Befragungen angemerkt werden, dass für spezifische Zielgruppen ein gewisses Manko verortet wird, etwa niedrigqualifizierte und/oder ältere Beschäftigte, Beschäftigte mit Migrationshintergrund oder Beschäftigte aus unterrepräsentierten Berufsgruppen.
- Hier kann es sinnvoll sein
  1. eine übergreifende Kommunikationsschiene zu entwickeln, was beispielsweise die Hilfskraft, der/die Kellner\*in oder der/die Lagerarbeiter\*in von digitalen Kompetenzen haben können und welche Förderungen es hier gibt und
  2. Überlegungen anzustellen, welche digitalen Kompetenzen bislang unterrepräsentierte Berufsgruppen besonders brauchen könnten und hier neue oder modernisierte Konzepte entwickeln, etwa des „in die Jahre gekommenen“ ECDL sowie
  3. eigene Digitalisierungsschienen für bestimmte Berufsgruppen / Gruppen aufzubauen.

# Zugang zu digitalen Kompetenzen und Fördermittel für möglichst „alle“ Beschäftigten I

- Werden die Ergebnisse mit den Ausführungen Van Dijks rund um den „Digital Divide“ reflektiert, kann die hohe Bedeutung des „Digi-Winners“ unterstrichen werden, der es ermöglicht, dass digitalisierungsspezifische Weiterbildungen überhaupt finanziell möglich sind und in Angriff genommen werden können – insbesondere aber nicht nur von Personen mit einem niedrigen Einkommen.
- Zudem kann die Bedeutung von zielgruppenspezifischen Bewerbungs- und Weiterbildungsangeboten unterstrichen werden, die auch van Dijk anregt:
  - So ist einerseits der hohe Frauenanteil an den „Digi-Winner“-Kund\*innen hervorzuheben; dies kann auch als Erfolg für frauenspezifische Zugänge etwa seitens des waff interpretiert werden.
  - Andererseits zeigt sich, dass nicht alle Berufsgruppen bzw. potentielle Zielgruppen gleichermaßen von der bestehenden Weiterbildungslandschaft rund um Digitalisierung angesprochen werden und/oder diese in Anspruch nehmen können bzw. Zugang zu Informationen rund um Angebote und Unterstützungsmöglichkeiten haben.

# Zugang zu digitalen Kompetenzen und Fördermittel für möglichst „alle“ Beschäftigten II

- Die von van Dijk angesprochenen Möglichkeiten zur Schließung der digitalen Klüfte – etwa Herausarbeitung und Aufzeigung möglicher Motivlagen für bestimmte, bislang nicht erreichte Personengruppen, die Unterstützung bei fehlenden materiellen, aber auch zeitlichen Ressourcen, zielgruppenspezifische Kampagnen und Weiterbildungsangebote zur Schließung dieser Klüfte – sind für spezifische Berufsgruppen, niedrigqualifizierte und ältere Beschäftigte wie auch Beschäftigte mit niedrigem Einkommen oder Migrationshintergrund nach wie vor aktuell weiterzuverfolgen.

# Kontakt

## L&R Sozialforschung

A-1060 Wien, Liniengasse 2A/1

Tel: +43 (1) 595 40 40 - 0

Fax: +43 (1) 595 40 40 - 9

<http://www.lrsocialresearch.at>

<b>Nadja Bergmann</b>	<a href="mailto:bergmann@lrsocialresearch.at">bergmann@lrsocialresearch.at</a>	Tel: 01 5954040 – 18
<b>Lisa Danzer</b>	<a href="mailto:danzer@lrsocialresearch.at">danzer@lrsocialresearch.at</a>	Tel: 01 5954040 – 26
<b>Lucas Meyer</b>	<a href="mailto:meyer@lrsocialresearch.at">meyer@lrsocialresearch.at</a>	Tel: 01 5954040 – 16
<b>Katharina Aufhauser</b>	<a href="mailto:aufhauser@lrsocialresearch.at">aufhauser@lrsocialresearch.at</a>	Tel: 01 5954040 – 34
<b>Andreas Riesenfelder</b>	<a href="mailto:riesenfelder@lrsocialresearch.at">riesenfelder@lrsocialresearch.at</a>	Tel: 01 5954040 – 15

- *E-learning(phasen)*: Umstellung der Weiterbildungsangebote von einem Präsenzformat auf ein Online-Format; teilweise auch nur Phasenweise
- *digital immigrants*: eine Person, die erst im Laufe der Zeit bzw. im Erwachsenenalter mit dem Internet bzw. digitalen Medien in Berührung gekommen ist.
- *digital native*: eine Person, die von Kindheit an mit Informationstechnologien und dem Internet aufgewachsen ist und eine Welt ohne digitale Medien nicht kennt.
- *On-demand(angebote)*: Dienstleistungen oder Waren, die auf eine zeitnahe (bzw. zeitgleiche) Erfüllung von Anforderungen bzw. Nachfragen hinweisen.

- Bergmann, Nadja, Aufhauser, Katharina & Wetzel, Petra (2021): Wiener Frauenbarometer 2020: Frauen – Digitalisierung – Gestaltungspotenziale. Wien: Studie im Auftrag des Frauenservice Wien.
- Bergmann, Nadja, Danzer, Kargl, Maria, Schweifer-Ruff, Patricia, Weber, Friederike (2021): E-Learning unter der Gleichstellungsbrille. Eine Praxisstudie. Wien: Studie im Auftrag des AMS.
- Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (2018): Digitales Kompetenzmodell für Österreich DigComp 2.2 AT. Wien.
- Dijk, Jan van (2005): The Deepening Divide: Inequality in the Information Society. London: Thousand Oaks, Sage Publications.
- Dijk, Jan van (2020): The digital divide. Cambridge: Polity Press.
- Gugitscher, Karin, Schlögl, Peter, Kandutsch, Florian & Schäfer, Sahra (2020): Existenzsicherung, Professionalisierung, Innovation und Digitalisierung in der Österreichischen Erwachsenenbildung im Kontext der Covid-19-Pandemie. Bericht zu einer explorativen Umfrage im Herbst 2020. Wien.
- Norbert Lachmayr, Alexander Schmölz (18.2.2020): Befragung von Wiener Bildungseinrichtungen: Digitalisierung & Qualitätssicherung. Wien: Präsentation
- Reidl, Sybille et al. (2020): Digitale Ungleichheit. Wie sie entsteht, was sie bewirkt ... und was dagegen hilft. Wien: FFG.
- Zilian, Stella Sophie & Zilian, Laura Samantha (2020): Digital inequality in Austria: Empirical evidence from the survey of the OECD “Programme for the International Assessment of Adult Competencies”. In: Technology in Society 63 (2020) 101397.

Diese Publikation wird aus Mitteln der Arbeiterkammer Wien und des Wiener ArbeitnehmerInnen  
Förderungsfonds gefördert

