

Kurzzusammenfassung

März 2020

Digitale Kompetenzen in österreichischen KMUs

Katharina Gangl, Axel Sonntag

Unter Mitarbeit von

Kira Abstiens, Quentin Vitali

Studie im Auftrag

 **Bundesministerium**
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES
Vienna



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES
Vienna

AutorInnen

Katharina Gangl, Axel Sonntag

Titel

Digitale Kompetenzen in österreichischen KMUs

Kontakt

T +43 1 59991-147

E gangl@ihs.ac.at

Institut für Höhere Studien – Institute for Advanced Studies (IHS)

Josefstädter Straße 39, A-1080 Wien

T +43 1 59991-0

F +43 1 59991-555

www.ihs.ac.at

ZVR: 066207973

Die Publikation wurde sorgfältig erstellt und kontrolliert. Dennoch erfolgen alle Inhalte ohne Gewähr. Jegliche Haftung der Mitwirkenden oder des IHS aus dem Inhalt dieses Werks ist ausgeschlossen.

Zusammenfassung

Ziel der vorliegenden Studie ist es, auf Basis einer umfangreichen Literaturrecherche und mehrerer empirischer Studien, Maßnahmen zur Erhöhung der digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen für österreichische KMUs abzuleiten. Insbesondere geht es darum, Maßnahmen zur Erhöhung grundlegender digitaler Fertigkeiten vorzuschlagen. Die Förderung digitaler Kompetenzen ist insbesondere in Zeiten von COVID-19 und social distancing Maßnahmen zentral. Menschen und Unternehmen, die in dieser Situation über wenige digitale Fähigkeiten verfügen, sind praktisch vom gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben ausgeschlossen.

Der Bericht beginnt mit einem verhaltenswissenschaftlichen Literaturüberblick über die wichtigsten motivationalen, fähigkeitsbezogenen und situativen Faktoren, die den Einsatz von digitalen Technologien sowie die Weiterbildungsbereitschaft in KMUs beeinflussen. Außerdem werden die Prinzipien der verhaltenswissenschaftlichen Interventionsplanung vorgestellt und Möglichkeiten diskutiert, wie die Fortbildung während der Arbeit gefördert werden kann.

Im Kapitel zum internationalen Vergleich wird das Abschneiden Österreichs auf verschiedenen Vergleichsindizes beleuchtet. Insbesondere der Digital Economic and Society Index (DESI) wird in seinen wesentlichen Subfacetten genau diskutiert. Hier zeigt sich, dass Österreich, was die Digitalisierung der KMUs betrifft, international abgeschlagen ist. Während die allgemeinen Kompetenzen der Bevölkerung etwas über dem EU-Durchschnitt liegen, steht das Land, was die infrastrukturelle Breitbandabdeckung, die individuelle Internetnutzung und die Digitalisierung von KMUs, insbesondere in den Bereichen E-Commerce und Marketing über Social Media, unterdurchschnittlich da.

Im Kapitel zu den internationalen Best Practices werden auf Basis der besprochenen Indizes die Maßnahmen zur Förderung der Digitalisierung von Schweden, Finnland, den Niederlanden, Belgien, des Vereinigten Königreichs von Großbritannien und Nordirland und Südkorea detailliert diskutiert. Was diese Spitzenländer eint ist ein ausgetüfteltes Strategiekonzept mit Schwerpunktsetzungen und Zielkriterien, der Einsatz sehr großer finanzieller Mittel (direkt und indirekt über Forschung und Entwicklung), die Vernetzung auf strategischer Ebene (Bund, Länder, Branchenverbände, Hochschulen etc.), um Bedarfsanalysen und Lösungen zu entwickeln, die Vernetzung auf der operativen Ebene: Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Hochschulen, Branchenverbände etc., um das Lernen voneinander und die Vernetzung zu fördern und ein gratis online Weiterbildungs- und Informationsangebot für KMU-LeiterInnen, MitarbeiterInnen und die Allgemeinbevölkerung.

Im Kapitel zum Status quo in Österreich werden kurz die bestehenden österreichischen Förderinstrumente des Bereichs Digitalisierung vorgestellt. Außerdem werden Einschätzungen von ExpertInnen zusammengefasst, die in Administration und Abwicklung dieser Förderinstrumente involviert sind.

Der empirische Teil dieses Berichts besteht aus drei Studien – durchgeführt im Zeitraum von November 2019 bis Jänner 2020 (d.h., vor der COVID-19 Krise): qualitative Tiefeninterviews mit 20 KMU-Führungskräften, eine quantitative Umfrage mit 210 KMU-Führungskräften und eine quantitative Umfrage mit 300 KMU-MitarbeiterInnen.

Aus den qualitativen Tiefeninterviews und den quantitativen Umfragen mit UnternehmensleiterInnen geht hervor, dass viele die Digitalisierung ihrer Unternehmen nicht als wichtig ansehen und deshalb auch nichts tun, um verstärkt digitale Technologien einzusetzen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmen zum Teil nicht sehen, wie konkrete digitale Technologien ihre Produktivität steigern können und damit einen tatsächlichen Mehrwert bringen. In den Tiefeninterviews zeigt sich, dass insbesondere in Branchen die traditionell einen engen und direkten Kontakt zu KundInnen pflegen (Gastronomie, Versicherungswesen, etc.), die Befürchtung besteht, dass durch die Digitalisierung das Spezielle der Branche verloren geht. Andere genannte Barrieren für die Digitalisierung sind die fehlende Zeit während des Tagesgeschäftes, fehlendes Wissen zu konkreten Anwendungen und Befürchtungen wie unabsehbare Kosten bei der Anschaffung, mögliche Abhängigkeiten von Anbietern oder fehlende Akzeptanz durch die KundInnen.

Die quantitative Befragung der KMU-Leitung ermöglicht es, mittels Regressionsanalysen alle Barrieren für Digitalisierungsprojekte gleichzeitig in ihrer Bedeutung zu bewerten. Unter allen erhobenen Barrieren, wie fehlende Zeit, fehlende finanzielle Ressourcen oder fehlendem Angebot sind nur motivationale Variablen relevant dafür, ob ein Unternehmen in Zukunft Digitalisierungsprojekte umsetzen will oder nicht. Internationale Vorgängerstudien bestätigend, zeigen damit auch die vorliegenden Ergebnisse, dass das Interesse an Digitalisierung und die Einschätzung, ob Digitalisierung die Produktivität des Unternehmens steigert, bestimmen, ob sich ein Unternehmen verstärkt digitalisiert oder nicht.

Weiters zeigt sich, dass besonders UnternehmerInnen mit Lehrabschluss und wenigen MitarbeiterInnen wenige bestehende digitale Projekte haben und auch nicht vorhaben, in Zukunft mehr digitale Technologien einzusetzen. Diese Unternehmen mit wenig Initiative müssen wahrscheinlich persönlich und individuell abgeholt werden, um ihnen anhand konkreter branchenspezifischer Anwendungen zu zeigen, wie sie durch eine bestimmte Technologie, sogar relativ kurzfristig, ihre Ertragsaussichten verbessern können.

Die Tiefeninterviews zeigen, dass Unternehmen, die sich für den Einsatz digitaler Technologien interessieren, externe BeraterInnen, aber auch (junge) eigene MitarbeiterInnen dafür heranziehen, die dann spezielle Schulungen besuchen – selten werden spezifisch dazu neue MitarbeiterInnen eingestellt oder allgemein geschult. Die Unternehmen wünschen sich exzellente Qualität in der Weiterbildung, Unterstützung in der Auswahl der besten ExpertInnen und eine Vernetzung mit anderen KMUs, Universitäten oder der Industrie (beispielsweise Job Rotation zwischen Unternehmen, Studienreisen). Die Unternehmen sehen auch selbst, dass sie im Bereich Online-Marketing und Online-Handel den größten Schulungs- und Handlungsbedarf haben und bestätigen damit die Ergebnisse aus internationalen Vergleichsstudien. Durch die COVID-19 Krise und die damit verbundenen social distancing Maßnahmen hat der Bereich Online-Marketing und Online-Handel noch an Bedeutung gewonnen, weil dies mittlerweile einer der wenigen – wenn nicht der einzige Weg ist, um mit KundInnen in Kontakt zu kommen. Ein weiterer Aspekt, der zwar in den Befragungen nicht vorkam, aber nun in Zeiten von COVID-19 und social distancing wichtig geworden sein dürfte, ist Home-Office. KMUs dabei zu unterstützen über Home-Office weiterhin tätig zu sein, kann bestimmen, ob ein Unternehmen überhaupt wirtschaftlich tätig sein kann oder nicht.

Die Befragung der MitarbeiterInnen zeigte statistisch signifikant, dass ältere MitarbeiterInnen über weniger Kompetenzen und auch über weniger Motivation verfügen sich fortzubilden, als jüngere MitarbeiterInnen. Diesen Umstand könnte man sich in Reversed-Mentoring-Programmen zunutze machen: Die jungen MitarbeiterInnen werden dabei darin geschult, älteren MitarbeiterInnen neue Technologien zu erklären und über Fortbildungsangebote zu beraten, die auch online und nebenbei abgearbeitet werden können. Auch die Lehrlingsausbildung in Berufsschulen könnte genutzt werden, um digitales Anwendungswissen in die Unternehmen zu tragen. Während der COVID-19 bedingten social distancing Maßnahmen können Jüngere ihre älteren KollegInnen auch über das Telefon zu neuen Kommunikationstools und zu digitalen Weiterbildungsmöglichkeiten über das Internet informieren.

Österreich hat auch Unternehmen mit sehr viel Initiative im Bereich digitaler Technologien. Dies sind besonders große Unternehmen mit Führungskräften, die einen höheren Bildungsabschluss haben. Diese Unternehmen haben sehr spezielle Vorstellungen, teilweise auch über den Einsatz von Spitzentechnologien (Big Data, Robotik) und brauchen mehr Know-how darüber, wie sie diese Technologien konkret in ihrem Unternehmen einsetzen können, sowie Unterstützung bei den Anschaffungskosten. Die Angebote der FFG (Österreichische Forschungsfördergesellschaft) wären für diese Unternehmen sehr interessant. *Digital Pro Bootcamps* erlauben die Konzeption von kürzeren Fortbildungen während

Forschungskompetenzen für die Wirtschaft die Umsetzung langfristiger Fortbildungen erlauben – *Digital Innovation Hubs* dienen als Informationszentren zu spezifischen Themen. Diese Programme sind leider nur wenigen Unternehmen bekannt – eine zentrale Stelle, bei der sich Unternehmen über das gesamte Angebot an Hilfestellungen und Förderungen informieren könnten, fehlt. Zudem erlauben einige Programme wenig Planbarkeit, weil sie zum Teil schnell ausgeschöpft sind und nicht regelmäßig wiederholt zur Verfügung stehen.

Die Ergebnisse der vorliegenden empirischen Studien stellen die Situation vor der COVID-19 Krise dar. Es ist jedoch naheliegend, dass bei vielen Unternehmen und MitarbeiterInnen, unter dem Eindruck des COVID-19 bedingten Lockdowns und den social distancing Maßnahmen, die Motivation, sich mit digitalen Technologien zu beschäftigen, gestiegen ist. Die Bedeutung von Online-Marketing und -Handel für das wirtschaftliche Überleben dürfte nun vielen klar sein. Besonders digitalisierungskritische UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen, insbesondere Ältere mit geringerem Bildungsabschluss, könnten allerdings nach wie vor wenig Eigeninitiative zeigen und möglicherweise hoffen, dass sich bald wieder alles normalisiert oder sie nicht betrifft. Anders als vor der COVID-19 Krise sind nun sehr viele Menschen von Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit betroffen. Diese Situation sollte produktiv für branchenspezifische Fortbildungen zum Thema Digitalisierung genutzt werden.

Im letzten Kapitel werden auf Basis der vorgestellten Bestandsaufnahme folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

1. **Strategieentwicklung und Fokussierung.** Angelehnt an die Strategien von Südkorea und der skandinavischen Länder sollte, passend zur Situation in Österreich, ein Fokus auf Online-Marketing und Online-Handel sowie Digitalisierung und Automatisierung der Produktion gelegt werden. Zusätzlich kommt einem Fokus auf die Förderung von Home-Office Möglichkeiten durch die COVID-19 bedingten social distancing Maßnahmen besondere Bedeutung zu.
2. **Etablierung eines nationalen Digitalisierungsrats.** VertreterInnen des Bundes, der Länder, SozialpartnerInnen, Universitäten etc. informieren einander gegenseitig und entwickeln strategische Ziele und Pläne zur Umsetzung.
3. **Etablierung einer zentralen Online-Informationstelle** für Weiterbildungsangebote, online Lernmaterial und Vernetzungsmöglichkeiten. Durch Informationskampagnen (z.B. durch die WKO) und zielgerichtete verhaltensökonomische Interventionen sollen mehr KMU-MitarbeiterInnen zur Fortbildung motiviert werden.
4. **COVID-19 bedingte Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit für Fortbildung nutzen.** Für Personen, die aufgrund von COVID-19 und den dementsprechenden social

distancing Maßnahmen in Kurzarbeit oder arbeitslos sind, wäre es sinnvoll, sie auf Basis des Bedarfs in ihrer Branche in digitalen Fähigkeiten weiterzubilden.

5. **Weiterentwicklung von „KMU Digital“** insbesondere um Demonstrationsworkshops für skeptische Unternehmen und die Schaffung neuer Anreizstrukturen der BeraterInnen, damit besonders jene Unternehmen beraten werden, die den meisten Bedarf hätten. In Zeiten von COVID-19 und social distancing könnten Beratungen telefonisch durchgeführt werden, die Demonstrationsworkshops – sofern möglich – als Online-Workshops abgehalten werden und die BeraterInnen unterstützen die Unternehmen bei der Online-Teilnahme und nachfolgenden Umsetzung der Projekte. Außerdem könnten die Workshops und Projekte spezifisch Probleme und Herausforderungen in Zeiten von COVID-19 und social distancing bearbeiten.
6. **Weiterentwicklung der FFG-Programme**, insbesondere durch eine verlässliche Finanzierung und durch Förderung von Projekten, in denen digitalisierungsrelevante Lernmaterialien entwickelt und veröffentlicht werden.
7. **Erhöhung des Budgets zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten in KMUs** auf ein den Spitzenländern ähnliches Niveau.
8. **Ausbau der Infrastruktur für schnelles Internet in ländlichen Gebieten.**